

# 销售无惊喜 基金电商坠入迷茫期

自去年 6 月开始,基金行业掀起一阵触网潮,基金公司纷纷投入大量人力物力拓展互联网销售渠道。然而,除了余额宝和与理财通对接的几只基金规模增量比较明显外,其余电商基金的推广效果都很一般。

多位基金公司电商人士向中国基金报记者表示,互联网销售渠道的推广遇到了瓶颈,再加上基金公司电商人才流失、产品创新受限等难题,在互联网金融浪潮汹涌时,基金公司已经退守到原有的直销业务和传统销售渠道的电子化业务上。

## 互联网金融未收奇效

曾经轰轰烈烈的各种宝,如今宣传势头大减,互联网企业联姻金融已经不再以货币基金为基础产品,票据、P2P 等大有取代货币基金之势。

公募基金的互联网销售情况并不理想,除了余额宝、理财通、东方财富网以外,其他大多数互联网渠道的基金销量都不大,即使是苏宁、京东这类客户量较大的平台,亦是如此。

一位曾经任职于基金公司电商部的人士告诉中国基金报记者,苏宁、京东今年总的销售量不到 50 亿元。另一家在京东上销售产品的基金公司人士则称,目前该公司旗下货币基金在京东平台上的保有量仅十几个亿。

民生加银基金电子商务部负责人表示,除余额宝和理财通规模增量比较明显外,其余推广均没有明显效果。

而据华夏基金和天弘基金内部人士透露,虽然余额宝和理财通的开户数依然保持增长,但是总规模增长的速度也明显放缓。

北京某大型基金公司电子商务总监对记者坦言,公募基金在互联网销售渠道上遇到了瓶颈,货币基金作为互联网金融的底层产品,正在随着理财市场的混业竞争逐渐丧失竞争力。

深圳某基金公司电商负责人也表示,互联网金融始于基金,但现在基金的占比已经很小,对于基金公司而言,能看到的机会不多。与互联网平台的合作,现在处于迷茫期,不知道该怎么走。比如京东,合作成本很高,随便一个功能就开价几百万,但能带来多大销量不好说,所以不想投入太多。”华南区一家基金公司高管也表示,现在基金电商已经进入低潮期,也可以说是平稳期。

## 多方受限

多家基金公司高管表示,进军互联网是基金行业的愿景。记者采访时感受到,基金公司并不畏惧互联网对资产管理领域的冲击,甚至可以说是积极配合这一颠覆的到来。但是,人才、成本、产品等各个方面都受行业特质所限,而使得基金在互联网销售上陷入困境。

近期,基金公司电商部门迎来一波离职潮。一些被基金公司高价挖角的互联网金融人才,在进入基金公司不到 1 年时



就离开了,最短的仅上班 1 个月。一位不愿意透露姓名的离职员工称,主要原因是文化不合。我们带着激情和梦想而来,但进入基金公司以后却发现我们什么也改变不了,甚至连一个业务流程都无法改变。”

对此,一位基金从业人员表示,基金公司内各个部门之间、上级与下级之间确实存在信息沟通不充分的问题,不过,有些保密措施是出于风控合规的需要。

此外,各类金融机构抢占互联网渠道的混战已经产生了巨大的泡沫,互联网平台的接入成本奇高,但销售情况不理想已经使得一些基金公司不愿意再投入。一位不愿意透露姓名的基金公司人士称,原本上半年准备对接一家电商平台,结果对方提出的市场营销费用是公司预算的 10 倍,而且还没有谈判空间,尾随佣金甚至比银行还高。北京一家中小基金公司电商主管也表示,由于高昂的接入成本,他们已经转战第三方销售平台。

前述北京某大型基金公司电子商务总监认为,公募基金遭遇发展瓶颈的深层次原因是从未进入互联网金融的核心,仅仅是互联网金融领域的一个分支,并未涉及金融脱媒、信用体系解构等核心领域。

一位基金分析人士表示,基金的互联网销售没有任何商业模式的创新,比拼的只是渠道的强弱,那种接平台拉客户的时代已经过去了。

一位基金公司电商负责人分析,基于互联网平台进行创新,基金公司有自身的局限性,虽然基金公司管理的资产规模很大,但其并非基金公司所有,一个看起来很小的创意,可能需要改变传统的运行模式,甚至突破监管底线,这样的创新自然就会被否决,因此,互联网的试错精神在金融行业成为了不可能。

## 守正出奇

互联网电子商务是未来的大趋势,但对于基金公司来说,理想很丰满,现实很骨感。

多位基金业人士对记者表示,基金行业其实很乐于接受新鲜的理念和事物,在保护投资者利益和提高管理水平方面也愿意投入,但是,在现有的投资范围和产品的基础上,公募基金可做的创新太少,最好的办法是,守好现有领土,观察市场变化,等待时机,“守正出奇”。

深圳某基金公司电商负责人对记者表示,现在就是稳扎稳打,现阶段电商部门的业务重点,一是公司网上直销,二是

与传统代销机构银行券商的电子化合作。现在民生、兴业都在做直销银行,我们主要是想在这些方面寻找结合点,来扩大保有量。”

民生加银基金电商负责人认为,企业端的投资理财市场在未来还有巨大发展空间,互联网金融会逐步从 C 端过渡到 B 端,并将货币基金或现金管理专户的购买功能内置到企业资金管理软件中。

华南一家大型基金公司依然在不断拓展电商渠道,除继续与各地商业银行合作宝宝类产品外,经营淘宝基金门店也成为重点。我们有一款产品在淘宝上两天卖了一千多万元,比起整个基金的规模来说微不足道,但我们觉得很不错了,因为都是资金量很小的客户买的。”该公司电商部门人士说。

光大保德信基金公司的规划则是将其电商平台打造为一家第三方理财机构,目前一要继续强化与光大银行、光大证券等的集团内联动合作;二要在关注外部营销的同时,发力老客户的内部营销工作;三要强化与银联商务等传统行业公司的合作。

一家次新基金公司在开设淘宝网店时遭遇服务困境,其旗下债券基金的上千名客户每天都会打客服电话,造成服务成本高企,因此,该公司表示要做中高净值客户的基金产品。

# 9月前两周蓝筹ETF流出60亿 RQFII-ETF持续呈现净买入

虽然三季度以来股市涨势喜人,但交易型开放式指数基金(ETF)却遭遇资金持续流出,几只主要 ETF 份额更是一再缩水。仅 9 月前两周便高达 60 亿元资金撤资。

公开数据显示,上周 4 个交易日沪深两市 90 只 ETF 合计出现 12.58 亿份净赎回,按照每只 ETF 上周成交均价估算,约有 22.63 亿元资金从 ETF 市场中流出,其中金融股占比较大的华夏上证 50ETF 和华安上证 180ETF 成为资金流出重灾区,两只 ETF 上周分别失血 5.28 亿元和 5.12 亿元。华夏沪深 300ETF、易方达深 100ETF、嘉实沪深 300ETF 和南方开元沪深 300ETF 等主要 ETF 分别出现 2.78 亿、2.4 亿、1.94 亿和 1.78 亿元资金流出。几只大型 ETF 中只有华泰柏瑞沪深 300ETF 出现 1 亿元资金流入。

实际上,在 9 月第一周,蓝筹 ETF 的赎回更加凶猛。公开信息显示,在 9 月 1 日至 9 月 5 日那一周,90 只 ETF 合计出现了 21.66 亿份净赎回,按照成交均价估算约有 38.87 亿元资金流出,其中华夏上证 50ETF 成为资金流出最大对象,当周该 ETF 遭遇 8.52 亿份净赎回,折合资金规模达 14.1 亿元,这样,华夏上证 50ETF9 月前两周便失血约 20 亿元。其他主要 ETF 中嘉实沪深

300ETF、易方达深 100ETF、华泰柏瑞沪深 300ETF、华夏沪深 300ETF 和华安上证 180ETF 在 9 月首周也分别失血 5.8 亿、3.24 亿、2.78 亿、2.9 亿和 1.24 亿元。由于这些大型 ETF 连续净赎回,使得沪深两市 ETF 在 9 月前两周累计失血达 60 亿元。

而在 7 月份和 8 月份,上述主要 ETF 也都呈现净赎回势头,其中华夏上证 50ETF 总份额从 6 月底的 141.29 亿份缩水到 7 月底的 134.17 亿份和 8 月底的 129.51 亿份,截至 9 月 12 日,该 ETF7 月以来累计净赎回 23.45 亿份,净赎回比例达 16.6%,约有 40 亿元资金流出。华泰柏瑞沪深 300ETF 自 7 月以来也累计净赎回 8.7 亿份,约合有 20 亿元资金流出。华夏沪深 300ETF 和嘉实沪深 300ETF 也各出现 10 亿元以上资金流出。

但是,基金公司香港子公司发行的 RQFII ETF 呈现大规模资金流入,其中以 7 月份和 8 月份资金流入规模最大。虽然 9 月以来资金流入 RQFII ETF 的速度大幅下降,但仍然呈现净流入状态,其中博时国际旗下 A50ETF9 月前两周净申购 2.22 亿基金单位,约合有 8.44 亿元资金流入。南方东英 A50ETF 同期出现 1.53 亿元资金流入。华夏香港旗下华夏沪深 300ETF 则出现 10.42 亿元资金净流入,该 ETF 净值规模一举突破 100 亿元大关。

# 基金金鑫今日终止上市 抓住最后9只折价老封基

传统封闭式基金正逐渐退出历史舞台。基金金鑫今日终止交易,传统封基还剩下 9 只。最后这 9 只传统封基将在今年及此后几年内陆续到期。据统计,9 只老封基平均折价率为 11.44%,为投资者提供了一定的安全垫。

基金金鑫近期公告,将于今日起终止上市。9 月 12 日为该基金最后一个交易日,该基金最后交易日价格随市上扬,涨 0.64%,收盘价报收 1.096 元,成交额 7123 万元。与当日收盘后的单位净值 1.1256 元相比,折价 2.63%。这意味着最后一天买入的投资者,还有 2.63%的套利空间,不过这需要承受该基金转型到开放期市场及净值波动带来的影响,以及买入和赎回估计

0.53%的交易成本。基金金鑫退出市场后,目前还有 9 只传统封基上市交易,投资者仍可通过这 9 只基金获得一定安全垫投资的机会。这 9 只传统封基中,有今年 11 月、12 月到期的基金同盛、基金汉兴、基金景福;还有 2016 年将到期的基金通乾和基金鸿阳以及 2017 年最后到期的 4 只封基基金科瑞、基金丰和、基金久嘉和基金银丰。

从折价情况来看,今年年底到期的 3 只封基由于到期时间较近,折价率相对较低,基金同盛、基金汉兴、基金景福的折价率分别为 3.35%、4.28%、4.73%;2016 年、2017 年到期的封基折价率都在 10% 以上,由 12.73%到 16.83%不等。

# 13只个股本轮行情翻番 公募基金抓住4只漏掉9只

A 股市场自 7 月 21 日以来出现较大幅度上涨,截至 9 月 12 日,13 只个股的股价翻番,公募基金仅捕获了其中的 4 只。不过,涨幅居前的个股多具有重组概念,今年不少时间处于停牌阶段。

统计数据示,截至 9 月 12 日,自 7 月 21 日以来沪深 300 涨幅达到 12.67%,有 13 只股票价格涨幅超过 100% (剔除今年发行新股),其中,涨幅最高的是西南药业,高达 148.7%。公募基金中只有华夏红利混合基金参与,二季度成为该股的第三大流通股股东,持股数为 528.3 万股,占总股本比例为 1.82%。该基金在去年四季度参与该股,去年底持有股数为 393.3 万股,随后有所增持。

涨幅居前的盛屯矿业属于高送转概念,这家公司受到公募喜爱。数据显示,二季度末,东吴嘉禾优势精选参与其中,持有 872.76 万股,占比 1.46%。其他参与的还有国联安·工商银行·国联安致远灵活配置分级 1 号和 2 号、东吴基金·光大银行·东吴鼎利 26 号分级股票。

国务院关于近期支持东北振兴若干重大政策举措的意见》公布

后,佳电股份连续上涨,中欧盛世成长分级股票基金成为受益者。这只基金是今年二季度新进该股,成为第三大流通股股东,持有 157.999 万股,占总股本比例为 0.3%。

另一个公募押中的个股是永泰能源,该股日前发布公告称,拟用 40 亿元收购惠州大亚湾华瀛石油化工有限公司 100% 股权。国联安德盛小盘精选、益民创新优势基金参与其中,其中益民创新是二季度新进,持有 1500 万股,占总股本比例为 0.42%。而国联安德盛小盘精选则在 2013 年半年报中就现身前十大流通股之列,一直持有到目前。

大批的牛股并未被公募基金捕捉到。如属于并购重组股的百圆裤业、松辽汽车,本轮行情以来涨幅也达到 147.01%、143.91%,排名第二、三,但这两只股票未有基金参与。同属于重组概念的万昌科技,其前十大流通股名单中未出现公募基金身影,不过,社保基金——四组合、西南证券珠峰 1 号、外贸信托·华夏未来领时对冲 1 号等参与其中。

此外,中技控股、鹏欣资源、北生药业等近期涨势如虹的股票,基金也没有抓住。

(本版稿件均转自今日出版的《中国基金报》)

# 基金尝试自建多元产品销售平台

基金公司电商推广进入瓶颈期,个别基金公司开始探索自建财富管理平台模式,即在自己的平台上引入各类公募基金、专户、信托计划、资管计划、保险、P2P 等多元化金融产品。不过,目前基金公司对于这种新方向的分枝仍然较大。

## 新方向：自建销售平台

华南区一家大型基金公司高管对中国基金报记者说,目前基金行业的电商推广进入一个低潮期,大家都在思考和探索,但是还没有哪家公司走出一条前景特别明朗的路。自建销售平台是方向之一。”民生加银基金电子商务负责人也回应记者,自有渠道也是其未来建设重点。

一位原基金公司电商骨干告诉记者,其所在的公司电商业务在今年初开始进入瓶颈期,再度依靠 IT 募财和交易模式改革的创新难度很大,基金电商要寻找新的突破口,必须建立自主销售平台,并将产品多元化。直销平台上一只公募基金一般

能销售几千万,从基金角度来看,这个数字并不大,但这对于许多 P2P、资管计划、信托产品而言是很可观的。基金公司要懂得自建多元化的财富管理平台,这是未来的方向。”该人士说,基金公司只卖自己基金这条路是走不下去的,互联网平台需要一个部门团队或者子公司来建立。基金公司的资产比较厚实,出资 5000 万元或者 1 亿元成立一个子公司并不难。多元化的财富管理平台是一个必然趋势,现在就是机会。”

深圳一家小型基金公司电商业务负责人也向记者表示:与外部平台合作发 20 个亿的产品,还不如自己直销发 2 个亿产品的经济效益大,未来基金电商业务推广的思路会从寻找外部平台转向自建平台。”

前述电商人士分析,对于国企股东背景的基金公司而言,筹建自主直销平台面临多重阻力,这个进程可能比较缓慢,但最终会有一两家先走出来。记者从一家大型的国企股东背景基金公司了解到,该公司电子商务部门负责人曾数次向高管提出由基金公司出资自建互联网销售平台,引入多元化的金融产品,但未能得到高管及股东应允。

一家大型券商系基金公司高管以及一家大型银行系基金公司子公司高管分别向记者证实,的确曾考虑过由子公司自建多元化的财富管理平台,但目前暂未有实质性进展。

## 新平台：子公司申请独立基金销售牌照

华南区一家大型基金公司的电商人士分析,从目前行业形势来看,基金母公司直销平台引入同行公募基金,或信托、保险、P2P 等多元化产品的可能性不大,但是基金子公司直销平台引入其他金融产品完全是可行的,且已有先行者。

根据证监会披露,截至 2014 年 9 月 10 日,共有 40 家机构获得证监会批复的独立基金销售牌照,其中有两家基金公司子公司。

2012 年 12 月,嘉实财富管理有限公司获得独立基金销售牌照。嘉实财富在 2012 年 3 月由嘉实基金全资设立,其官网显示,目前嘉实财富销售了同行公募基金、基金专户、资管计划、信托计划、阳光私募、私募股权等多种金融产品,产品数量多达 600 多只,其中,单是公募基

金产品数量就有 414 只。上海国金通用财富资产管理有限公司在 2014 年 6 月获得独立基金销售牌照。记者从国金通用基金获悉,该子公司未来会开展基金销售、各类金融产品投资咨询、融资咨询,以及机构业务,但目前暂未有产品上线。

设立子公司建设销售平台并不难,关键是要解决独立基金销售牌照的问题。而目前申请独立基金销售资格的门槛很低,很容易拿到牌照。”上述电商人士对记者说。

深圳一家大型基金公司高管对记者说,以子公司建立销售平台,投入成本小,仅需几千万,这是一部分基金公司愿意尝试自建平台的重要原因,但是,第三方理财平台的前景并不明朗,销售量有非常大的差异,有些人气旺、产品收益好的平台可能销量可观,而同质化产品比较严重的平台基本没有什么销量。

汇添富基金电商业务推广高端理财,以中低端产品吸引客户,扎实客户基础后从中挖掘高端理财需求,品牌效果比较明显,也是另一个新的方向。”该高管说。