

■ 市场瞭望

同类基金管理费差近一倍
低费率或难成营销利器

□ 本报实习记者 张鹏

面对今年羸弱的市场，基金公司的营销越来越困难，陷入卖难、不卖也难的尴尬境地。同时，同类基金的差异化越来越明显，其中包括基金管理费和托管费在内的费率差异在逐渐扩大，这不仅体现在股基等高风险基金产品上，也体现在固定收益类等其他基金产品上。

以整体管理费水平最高的QDII为例，主动管理型QDII目前默认管理费率为1.8%。其中，第一批“出海”的QDII基金费率最高，为1.85%；今年刚成立的、被动投资的诺安全球黄金管理费率最低，为1%。又如，同为被动型指数基金、同是跟踪沪深300指数，博时裕富沪深300管理费率为0.98%，大成、广发、鹏华、长盛沪深300为0.75%，而嘉实、华夏、银华、国泰等沪深300为0.5%，最高和最低之间差距近一倍。

在固定收益类基金中也存在管理费率的差异。在混合一级债基中，最高的是华宝兴业可转债，为1.3%，其次是富国天利增长债券和博时裕祥分级，为0.8%，最低的仅为0.6%，相差30%以上；混合二级债基中，管理费率最高的是招商安瑞进取，为0.8%，最低的是中海增强收益等10只债基，为0.6%，相差33%。而指数型债基、中短债基的管理费率分别可低至0.28%和0.41%。保本基金相对较小，可比的15只产品中最高为1.3%，最低为1.1%，相差18%。

对于基金公司而言，低费率策略会成为新发基金摆脱销售困局的砝码和利器吗？对此，有业内人士表示，费率差异化是基金市场化的必然结果，投资者对交易费用等投资成本愈发重视。在弱市行情下，基金公司在通盘考虑新发基金营销时可以纳入低费率策略，以较低的费率或一定的费率折扣优惠较快地吸引更多的投资者参与申购，从而有助于提高基金的规模和流动性。需要注意的是，一方面，费率一旦降下来就很难再涨回去，低费率策略应该建立在提高管理效率、加大成本与管理费用的控制，降低基金推销成本的基础上；另一方面，低费率策略只是基金公司诸多市场营销的手段之一，也不能过于依赖或滥用，以免公司利益和信誉受损。

但若拿管理费率最高和最低之间差距近一倍的同类基金做比较，就会发现管理费率的高低对于基金规模的影响可能并不明显。业内人士表示，在各种营销方法面前，恐怕基金公司都很难回避这样一个重要的事实：业绩仍然是投资者考查和选择基金的首要标准。

值得关注的是，受国际黄金价格上涨影响，投资海外黄金资产的诺安全球黄金盈利状况持续良好，三季度给持有人带来利润9258万元，较投资于国内股市的基金业绩更为领先。不难看出，个别QDII尽管整体管理费率较高，只要投资正确、业绩尚佳仍能继续获得投资者追捧青睐。有基民就表示，从追求超额回报的角度上看，费率无论高低都是必要的投资成本。虽然他也乐见降低费率，但更看重基金能不能赚钱。

该业内人士还表示，对于长期投资和持有基金来说，在复利效应下，长期投资费率少一点，收益可能会好一些。不过，基民的确应该降低主动型基金中投资能力一般、成本大的基金的投资比重。而这一点，值得基金公司格外注意。

责编：股 鹏
美编：王 力

■ 银基对对碰

银行看重债基 基金借路扩张货基

□ 本报记者 高改芳 上海报道

今年第三季度的基金发行可以说是10年来最困难的。”浦发银行基金证券团队主管倪苏云告诉中国证券报记者。她分析，四季度债券基金会比三季度有所回暖，所以浦发银行四季度会加大债券基金的营销力度。

而中信银行信用卡中心与汇添富基金联手开发的中信汇添富现金宝联名信用卡日前正式上市，打通了从货币基金投资账户向信用卡账户关联还款的渠道。这将极大地扩张货币基金的销售规模。”基金界人士分析。

货基借路扩张

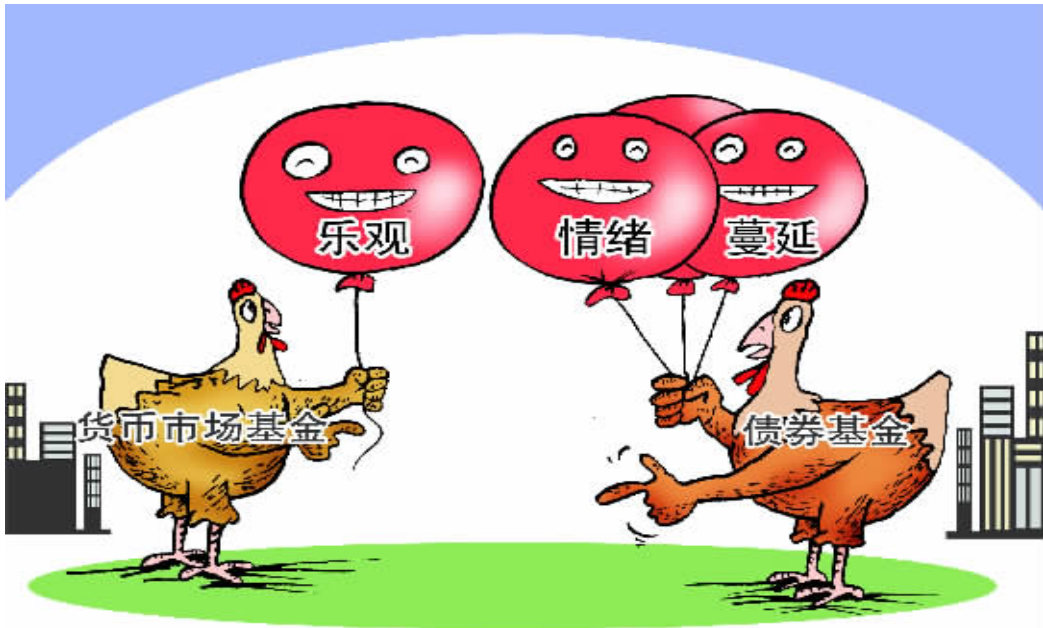
中信银行信用卡中心总裁陈劲介绍，由于汇添富现金宝账户支持国内8家发卡银行的现金投资，中信汇添富现金宝联名信用卡通过关联汇添富现金宝理财账户，可实现信用卡账户的自动还款或自助还款。也就是说，持卡人可以通过工行、农行、建行、招行、中信、兴业、民生和光大这8家银行的账户购买汇添富的“现金宝”货币市场基金，再设定信用卡关联还款。那么这笔钱就能享受货币基金的收益，按天计息，并在信用卡还款日自动还款。

汇添富基金副总经理、首席运营官陈灿辉介绍，目前货币市场基金的平均年化收益率在5%左右。

以前，归还信用卡账单的资金在关联的借记卡内只能享受活期利息。”陈劲介绍。

基金界人士分析，中信银行和汇添富的合作能把投资者账户内的闲散资金盘活，短期内能使货币基金规模迅速扩大。

陈劲介绍，年底前希望中信汇添富现金宝联名信用卡的发卡量达



CFP图片

到10万张。

在汇添富和中信信用卡合作的背后，想像空间是巨大的，除中信信用卡外，如果汇添富继续寻求与其他信用卡的合作，货币市场基金的规模将有更大的扩张空间。基金界人士分析，目前股债双跌，不少基金公司都把发展货基当成了眼下的战略重点。而汇添富的做法无疑走在了众基金公司前列。

汇添富的营销方式还有一层值得关注的深意：如果投资者能通过更多的银行（目前是8家）账户投资“现金宝”，而且汇添富货币基金能够向更多的信用卡还款，那么汇添富基金实际上已经在从事类似“第三方支付”的业务。汇添富不仅是在“代支付”，还能让客户账上的资金增值。这个功能是真意义上的

第三方支付公司所不具备的。

出于技术或者商务合作上的问题，目前只有8家银行可以购买现金宝，并与联名信用卡关联。”汇添富副总经理陈灿辉介绍。

四季度力推债基

浦发银行基金证券团队主管倪苏云介绍，她对四季度股票市场仍然持谨慎态度，而债券市场估计会有所回暖。与股票基金和债券基金相比，货币基金对银行销售的利润贡献度不高，对客户粘度的贡献率也不高，因此一直不是该行营销的重点。所以，四季度债券市场基金无疑成了该行营销的“重头戏”。

我们会向客户重点推荐中、低风险，流动性好的基金产品。”倪苏云介绍。

无惧短期资金流出
全球对冲基金持续加码亚洲

■ 海外营销

□ 本报记者 高健

种种迹象表明，尽管全球资金近期明显流出包括亚太地区在内的新兴经济体，但对冲基金业及相关行业参与者仍看好高速增长的亚太市场，并持续在该区域实施“加码”。

新发基金规避“尾部风险”

根据城堡投资集团的介绍，该集团计划新推对冲基金欲着力规避的所谓“尾部风险”，是指不太可能发生、而一旦发生则相对极端且代价高昂的风险。

城堡投资集团曾于今年早些时候在亚洲推出了一只本地宏观对冲基金，该基金首席投资官（CIO）亚当·莱文森强调，从类别上，新基金将属于关注市场波动的“凸性基金”。不过，他拒绝透露有关新基金规模在内的其他信息。

需指出的是，城堡投资集团宣布退出新基金的眼下，全球金融市场正处于资金持续流出新兴市场的境况中。据国际货币基金组织（IMF）上月发布的《全球金融稳定报告》，全球金融危机后对新兴市场的投资呈结构性增强趋势，在亚

美国大型另类资产管理公司城堡投资集团（Fortress）24日宣布，该集团计划在2012年推出其重返亚洲市场后在该区域发行的第二只对冲基金，以保证当地投资者远离金融市场的“尾部风险”。与此同时，纽约梅隆亚太区主席利格思在接受中国证券报记者采访时表示，该集团正在探讨“如何更好地服务于在中国的对冲基金和私募基金的客户”。

洲，经济增长受挫会导致每月73亿美元的资金流出，经济增长不确定会导致每月218亿美元的流出，而全球风险带来的冲击则会导致91亿美元的流出”。

城堡投资集团显然也注意到了这一市场趋势。该集团曾在新加坡专门召开会议，探讨受到欧债危机影响的资金流动状况前景会是温和回流，还是引发市场恐慌。无论探讨结论如何，明年在欧洲肯定会有有一次严重的衰退，”莱文森表示，而且会迫使全球金融市场维持低利率环境。”

最新数据显示，城堡投资集团管理资金总额高达440亿美元。该集团在去年重返亚洲市场并在新加坡

建立了办公室，而旗下的城堡亚洲宏观基金在9月大跌2.5%后，今年已累计下滑1.23%。

亚洲市场潜力获广泛认同

尽管如此，城堡投资集团仍做出了在亚洲市场新发对冲基金的决定。莱文森强调，该集团产品继续专注于亚洲市场首先是基于对欧债危机前景的乐观预期。他认为，本周欧盟峰会和下周二二十国集团（G20）首脑峰会的接连召开，将有助于欧债危机得到恰当的救助。

莱文森甚至已对更多对冲基金产品对象做到了心中有数。他指出，日本的银行债务、亚洲地区部

分房地产投资信托公司以及印度长期债券市场将是很好的投资主题。其中，最具争议的就是印度的长期开放性债券市场，如果明年印度的通胀率能大幅下滑，这个市场将给相关对冲基金产品的投资者带来巨大收益”。

事实上，在对冲基金行业持续对亚洲市场保有信心的同时，该行业相关业务市场同样在亚洲继续拓展。利格思介绍称，纽约梅隆北京办公室在本月24日召开会议，主要讨论如何更好地服务于在中国的对冲基金和私募基金的客户，我们目前在中国还没有专门的团队来服务这两类客户群体，所以正考虑在本地建立一支团队。”

利格思暗示了他对对冲基金业就亚洲市场仍有快速增长潜力的判断，指出近期全球跨境资金从新兴经济体市场流出的趋势仅仅是短期现象。过去几个月中，我们看到的情况一方面是由于亚洲股市流动性仍然较高，另一方面，在当前大环境下，人们还是寻求比较安全的投资，”他强调，但长期来看，金融业务及产品最大增长的潜力仍是在新兴市场。”