

营销看台

弱市下基金营销力度加码

□本报记者 黄莹颖

去年至今,对基金业来说并不容易,从新发基金数量来说,过去5个月单月平均发行量已从去年的17只降至14只。弱市之下,基金营销的压力不言而喻。为了应对这种局面,基金公司在营销创新上不得不使出浑身解数。

渠道创新忙

目前基金的销售渠道仍依赖于银行、券商、第三方销售和基金直销等渠道占比较低。不过这一局面正在逐步改变。

近日,鹏华基金与券商携手推出“券商乐富旗舰店”,这也是鹏华基金继2009年推出“鹏华基金乐富专家TM”品牌后,在探索交易型基金的创新营销模式的又一突破。数据显示,截至2012年5月21日,市场上可交易的乐富基金将近200只,场内流通份额约1137亿份。鹏华基金是目前管理乐富基金最多的基金管理公司,包括鹏华价值优势、鹏华动力增长等12只乐富基金,鹏华基金品牌已成为管理乐富基金的核心品牌。

针对这一创新营销模式,申银万国证券副总裁刘郎表示,“旗舰店项目”就是争夺产品的一种强有力的手段。券商与基金这一新的合作模式刷新



CFP图片

了金融行业合作模式。后续应该加深这方面的合作,将不只停留在营销阶段。这一合作模式无论是对于券商还是基金都有着深远意义。

申万金田路营业部是其中一家旗舰店,该营业部副总经理唐明江表示,目前我国基金销售渠道相对单一,券商占比较低,和美国共同基金的渠道则是多元化的,开拓券商渠道是基金营销的必然。其次,开拓券商销售模式,无疑会改变乐富基金原来流动性差的问题;第三,会形成券商与基金公司的良性互动。在这个过程中,券商会对基金公司的产品进行筛选,无疑会淘汰掉一些基金,这样会促使基金产品的优化。

不仅是基金自身的努

力,随着第三方销售机构的开闸,也将助力基金的持续营销。今年以来,已有好买、东财、众禄和诺亚财富等7家机构,获得了基金独立销售牌照。这些机构大多采用基金超市的运作方式。

提高持有人满意度

事实上,在新基金发行不尽如人意的情况之下,一些大基金公司在老基金的持续营销上逐步加大力度。比如,国泰基金就不断为国泰金鹰增长基金举行周年庆活动。从8周年举办“老大的幸福”征文,寻找基金业第一代老持有人,到9周年的“幸福接力”,邀请三代持有人共话幸福。而近日国泰基金10周

年之际,推出了第一部从基金持有人中海选主题,从持有人中挑选演员,并在持有人中寻找故事的微电影《绽放幸福》。

针对这种以持有人关系维护为核心的营销新模式,鹏华基金副总裁曹毅指出,鹏华基金市场团队要从销售导向向财富管理导向转变,从原来的关系营销转向专业营销,从关注销售转向关注改善客户的盈利体验。2011年以来鹏华基金为增强基金持有人对投资的切身感受,已经成功组织多次VIP客户及渠道合作伙伴参观优质上市公司的活动,同时还举办了“鹏华基金杯”科学教育公益巡讲等针对持有人的活动。

市场瞭望

创新加渠道 短期理财基金狂吸金

□本报记者 张鹏

5月,除了沪深ETF超预期募资外,以华安月月鑫和汇添富理财30天为代表的短期理财型基金发售规模同样惊人,如华安月月鑫、季季鑫首募规模合计达到481.90亿元。业内人士表示,短期理财基金填补了银行停售30天以内的超短期理财之后留下的巨大市场缺口。对于渠道而言,银行具备充分动力销售该产品。市场的巨大需求和销售渠道的密切配合,为基金短期理财产品的热销奠定了基础。

今年以来,A股市场持续震荡,低风险的固定收益类基金产品受到市场偏爱。其中,短期理财产品基金由于与银行理财产品基本一致,在产品设计上具有一些创新亮点,迅速填补了银行停售30天以内的超短期理财之后留下的巨大市场缺口。

以华安月月鑫为例,作为首只可以明确得出参考收益率的创新产品,该基金一大特点就是在发售前公告参考年化收益率区间及计划投资组合清单。华安月月鑫一经推出即受到市场追捧,四个工作日共募集190亿元;而汇添富理财30天则因其引入产品存续期滚动运作的模式,首募规模则超过200亿元。

业内人士分析,短期理财产品热销的根本原因在于,有限的

投资渠道持续威胁投资者财富保值,而传统投资渠道如股票、房地产等均难以实现稳健正收益,投资者对低风险、收益稳定并具备一定流动性的投资品存在巨大的需求。在1个月内的超短期银行理财产品被正式叫停后,30天短期理财产品的出现恰好填补了银行停售30天以内的超短期理财之后留下的巨大市场空间。

对于营销渠道而言,上海证券基金分析师刘亦千表示,在1个月内的超短期银行理财产品被叫停之前,银行出于发展中间业务、应付内部存款考核压力和监管层存贷比考核等多种因素,对银行理财产品具备强劲发行动力。而在被叫停之后,银行为赢得了基金短期理财产品所带来的协定存款,实现银行揽存目标,也具备充分动力销售该产品。市场的巨大需求和销售渠道的密切配合,为基金短期理财产品的热销奠定了基础。

刘亦千表示,随着市场利率下行以及资金面趋紧,理财型基金的收益将逐渐受到威胁。“与市场中现存的货币市场基金比较,尽管前者的可投资范围有所拓宽,但受限于其投资品种剩余存续期短于产品运作剩余期限,其收益较货币市场基金并不存在优势。如果产品在投资领域没有进一步的创新,理财型基金未来的发展前景有待市场验证。”刘亦千说。

责编:股鹏 美编:马晓军 来稿请寄:yin74@263.net

中国银河证券·基金业绩评价报告

净值数据截止日期:2012年6月8日

数据来源:中国银河证券研究所基金研究中心

Table with columns: 基金名称, 份额净值, 份额累计净值, 跟踪后净值, 过去一周净值增长率, 过去一月净值增长率, 今年以来净值增长率, 过去一年净值增长率, 过去两年净值增长率, 过去三年净值增长率, 成立以来净值增长率. Lists various equity funds and their performance metrics.

Table with columns: 基金名称, 份额净值, 份额累计净值, 跟踪后净值, 过去一周净值增长率, 过去一月净值增长率, 今年以来净值增长率, 过去一年净值增长率, 过去两年净值增长率, 过去三年净值增长率, 成立以来净值增长率. Lists various equity funds and their performance metrics.