

■ 营销看台

产品申报新规施行三月 基金营销追求全能化

□本报记者 江沂

2013年开始，证监会取消了原有的产品审核通道制，常规产品的审核周期由原来的三个月缩短到20个工作日。对于基金公司而言，新产品申报新规的推行，促使新基金发行真正成为日常事务，同时也给整个产品设计、营销系统提出了更高的要求。业内人士表示，进取的基金公司未来只有在营销方面实现“新四化”——常态化、系列化、工具化、全能化，才能在急剧变化的财富管理市场中站稳脚跟。

Wind统计显示，一季度共成立新基金81只，也就是说平均每个工作日有超过一只基金成立，这一数据已经接近去年同期的两倍，而完成的募集规模则是去年的7倍。华泰联合证券基金研究中心总经理王群航预计，2013年新基金发行数量有望超过400只，成为名副其实的“井喷年”。新政之下，新基金发行日趋常态化，以往基金公司营销部门的工作分为淡季和旺季，旺季是新基金发行时，往往所有的成员精神高度紧张，全国巡回营销，淡季则是基金发行完毕，主要做一些常规的持续营销。但对于目前一些进取型的公司来说，已经没有淡季旺季之分，有些公司一年计划发行20只产品，这就意味着每只基金发行间隔相当短，工作人员的精神始终处于高度紧张状态，常态化的发行要求产品设计、市场、营销、渠道等部门后劲十足，不能有一丝懈怠。

据中国证券报记者了解，相当多的基金公司产品研发部门架构发生了改变。有的基金公司以往将新基金研发、申报分成几个步骤，各个步骤有专人负责，而今年有基金公司开始实行专案制：一人将新基金研发、申报等工作包揽下来。

不仅如此，产品开发也日趋系列化，例如按行业、按风格开发产品，以系列形式研发、发行，这样不仅缩短了产品开发周期，也提高了推出新品的效率。



CFP图片

基金研发、申报等工作包揽下来。

不仅如此，产品开发也日趋系列化，例如按行业、按风格开发的产品，以系列形式研发、发行，不仅缩短了开发周期，也提高了效率。一直以来受发行通道制度影响，基金公司发行系列化产品的

行动迟缓，今年以来，越来越多的公司新产品以系列化为主打，力求多快好省，尽量占据高地。

从目前看，各家公司系列化的方向各有不同，有的公司主打固定收益产品系列，产品根据风险和收益逐渐细分；有的公司则主打分

级指数产品，希望囊括相应的风格指数；还有的公司则专攻ETF产品，希望吸纳更多的机构资金。

从基金公司透露的消息看，相当多的基金公司快速开发的产品主要集中于“工具化”，也就是尽量区分产品之间的界限，给投资者更丰富明晰的选择空间。以往基金发行主要集中在股票型产品，而股票型产品又多以主动投资为主，但从今年的市场看，减少管理者主动操作的产品更受机构欢迎，在股市发生风格转换时，一些乏人问津的工具型基金可能迎来大量的资金申购，变得炙手可热，这就是工具型的魅力所在。从目前看，基金公司将相当部分的研发投资放在此类产品上，期望开发出更多具有前瞻性的品种。

快节奏的基金发行令基金公司的市场营销工作人员日趋“全能化”。以往，基金公司依赖单一渠道的现象十分严重，有的公司多年来仅依靠某一家大型银行，几乎所有的产品都在该渠道发行，有的公司产品则严重依赖某些券商，这在过去可能是明显的优势，但以后却是相当危险，随着基金公司发行节奏的加快，单一渠道难以负担所有的发行任务，因此，基金公司必须多渠道开拓，多方出击，银行、券商及保险、第三方理财等多管齐下，有的基金公司甚至谋求淘宝等网上销售，打造全能型的发行模式，力求吸引更多的资金流入。

■ 市场瞭望

创新交易模式 成卖点

货基节假日不再“闭门谢客”

□本报记者 张鹏

清明假期到来之前，货币基金的收益率集体走高。而随着货币基金不断创新，一贯在节假日

“闭门谢客”的货币基金开始出现不受节假日影响的交易型货基产品，其“申购+上市交易”的创新交易模式不仅是其区别于传统货基的重要特色，也成为产品营销过程中的重要卖点和明显优势。业内人士表示，随着交易型货币基金的不断扩容，会有更多的不受节假日因素影响的货币基金出现。

创新交易模式

交易型货币基金可通过场内进行买卖交易，基金投资者既可以通过场内申购、赎回基金份额，又可如同股票一样在二级市场买入、卖出基金份额。对于一般投资者来说，用股票账户中“沉睡”的资金投资于此类基金，即可实现股票与货币市场基金之间“T+0”转换，大大提升了闲置资金的使用效率，并享受货币市场基金带来的收益。

以国内首只可上市交易的货币市场基金——华宝添益交易型货币基金为例，当投资者不看好股市，欲卖出股票，转投该基金时，既可以“T+0”日在二级市场买入基金，即时确认基金份额，并享受当日基金收益，也可以“T+0”日在场内申购本基金，“T+1”日确认本基金份额，并享受基金收益；当投资者看好股市，欲退出该基金，转投股票时，可在交易日收盘前于二级市场卖出基金，资金“T+0”日可用，可立即在二级市场买入股票。

业内人士表示，从需求上看，由于资金交收均在场内证券账户，同时货币型基金的特性使得资金在承担了极低的风险的同时还能获取适度收益，因此该类交易型货币基金产品尤为适合场内投资者证券保证金的管理。当市场投资机会不明显时，此类产品为场内投资者提供了一个良好的资金避风港，可以暂时贮存流动性，同时还可以获得显著高于现有保证金账户利率（活期存款利率）的投资回报。

交易型产品有望增多

业内人士表示，目前市场流动性相对较紧，短期股市调整趋势仍将延续，货币基金是较好的投资选择。

据Wind数据统计，4月1日，7日年化收益率飙升至5%以上的货币基金多达25只（A、B份额分开计算），货币基金的平均7日年化收益率达到4.04%，其中最高的达到8.67%。而今年以来货币基金的区间7日年化平均收益率为3.59%。

业内人士表示，随着交易型货币基金的不断扩容，会有更多的不受节假日因素影响的货币基金出现，而传统货币基金节假日前暂停申购给此类交易型产品带来了机会。在清明假期之前的4月2日、3日，投资者仍可通过A股二级市场买卖此类基金。

从产品设计结构来看，另一只交易型货币基金——银华交易货币在封闭期后上市交易，同样不会受节假日休市因素影响。

■ 海外营销

看多美股回报率

Global X新发超级股利美国ETF

□本报记者 吴心韬 伦敦报道

纽约新兴基金管理机构Global X基金公司近日推出Global X超级股利美国交易所交易基金（SuperDividend U.S. ETF），纽交所交易代码为DIV。

Global X基金认为，近期美股接连刷新历史新高，有宏观经济和企业资产负债表基本面的支撑，2013年公司看好美股回报率。

瞄准高股利股

Global X基金表示，新款交易所交易基金DIV将为投资者提供美国50只股利最高的股票敞口。该公司最新研究认为，基于对2003年至2012年全球股市的数据对比和量化分析，有股利分配的股票表现在多数情况下好于无股利分配的股票，因此投资者未来或可大幅增持高股

利股票。”具体而言，DIV将追踪道琼斯指数超级股利美国低波动率指数，如果剥离费率与支出，那么DIV将寻求不低于该指数的投资回报。基金将50只股票的仓位平均化，避免重仓某只股票。基金在某个行业的仓位权重上限也设定在25%。

据介绍，DIV为投资者提供多行业的股票敞口，这包括：不动产投资信托基金（24%）、公用事业（18%）、通讯（12%）、耐用消费品（8%）和医疗（6%）等。

通过低波动率筛选，基金将减少投资组合的波动率，另外基金内设筛股工具将剔

除那些可能会削减股利的公司。基金预计将按月度支付股利。

Global X首席执行官布鲁诺·德阿玛表示：“在一个投资者都在寻求月度收益的环境中，我们新推的超级股利美国ETF将为投资者提供投资于50只高股利股票的便捷渠道。基于我们的研究，公司认为高股利股票可被买进或增持，并会在投资者的投资组合当中占据重要位置。”

鉴于超低利率环境仍将持续，投资者需要通过多元化资产配置寻求高收益率。”德阿玛说。DIV年费率0.45%。

资金管理规模已经超过3.5亿美元。

而作为一家创新意识和能力均较强的基金供应商，Global X基金的投研能力较强，使得其能够敏捷把握市场趋势，例如在3月初该公司发布的最新研究白皮书提出的看多高股利股票的观点受到业界认同。今年早些时候，指数基金监测机构Index Universe还将SDIV列为2013年最值得推荐的5只ETF之一。

Global X基金公司的ETF产品主要在纽交所Arca电子交易平台交易。目前，该公司提供的ETF产品种类覆盖固定收益类、大宗商品、发达市场股市、新兴市场股市和另类投资市场。

截至今年3月1日，该公司基金管理规模超过17亿美元，在全球拥有超过10万名投资者。

责编：殷鹏 美编：马晓军