

■ 市场瞭望

# 货基榜上电信运营商

## “楚汉之争”将变“三国杀”

□本报记者 刘夏村

尚未诞生,中国联通与安信基金合作的“话费宝”就遭受了一场虚惊。

近日,有媒体报道,“话费宝”遭到叫停,但随后这一消息被安信基金方面否认。而这场“意外”让更多人意识到,除了互联网与银行,电信运营商也开始和货币基金合作,推出自己的“宝宝”。中国证券报记者了解到,除了中国联通与安信信托合作的“话费宝”外,中国电信也推出了余额增值理财服务——“添益宝”。

业内人士认为,由于电信运营商的用户规模庞大,线下网点多,且掌握用户的信用基础,这个渠道对于基金公司等理财产品供应商而言具有很大诱惑力。而电信运营商的加入,使得“宝宝”类理财将由原来互联网与银行的“楚汉之争”变成一场“三国杀”。

### 货基+电信运营商

5月21日,中国联通与安信基金联合宣布将推出“话费宝”。据悉,这是行业内第一个专门为运营商主营业务量身定制的货币基金“宝宝”类产品,同时也是第一次实现了合约机客户套餐资金的基金投资。

据了解,“话费宝”的运作原理是客户将合约计划涉及的全部费用投资于安信现金管理货币基金,安信基金将对应的基金份额予以冻结,而且支持自动支付每月的套餐费用。通过“话费宝”,客户盘活了原先用于消费的资金,使其衍生出投资收益,从而实



CFP图片

现资金价值的最大化,并免除了自助缴费的麻烦。

安信基金总经理刘人领表示,“话费宝”的重要性在于为深圳联通和安信基金合作发展电子商务提供了一个支点和模式;话费宝本身是一个电子商务产品,其给安信基金带来了浏览量和业务量,是双方电子商务的一枚重要棋子。

然而,“话费宝”尚未诞生,就遭受了一场“虚惊”——有媒体报道,“话费宝”被叫停。但随后这则消息被安信基金方面否认;同时,安信基金对媒体表示,由于要修改

合同、测试系统、双方电脑系统数据对接等技术上的原因,目前这一产品还没有正式面世。

除此之外,中国电信与民生银行直销银行也在日前推出了“宝宝”类余额增值理财服务——“添益宝”,其对接的则是民生加银和汇添富的两款货基。据介绍,电信用户在翼支付官网开通“添益宝”后,账户余额会直接申购“如意宝”挂靠的货币基金,并针对预存话费自动理财。此外,近期另有多家基金公司传出正在与电信运营商洽谈合作事宜。

### “三国杀”开始

艾媒咨询CEO张毅认为,电信用户的沉淀资金一旦有了赚钱效应,不排除会将其他账户中的资金也搬到这个账户中来,从而使运营商成了一个理财产品销售渠道。由于运营商的用户规模庞大,线下网点多,且掌握用户的信用基础,这个渠道对于基金公司等理财产品供应商来说,会具有很大的诱惑力。

钱景财富副总经理赵江林则认为,电信运营商抢滩金融理财市场,并非只是希望卖出更多的合约机和为客户提供增值服务,更大意图在于移动支付业务;而基金公司也期望通过与电信运营商合作,除在运营商沉淀话费中谋得一块利益外,更冀望能在移动支付上分一杯羹,将货币基金嵌入移动支付领域。

电信运营商的加入,使得“宝宝”类理财产品市场的竞争更为激烈。此前,“宝宝类”理财产品主要有两类,一类是互联网系“宝宝”,一类是银行系“宝宝”。

据了解,目前互联网系“宝宝”在继续谋求创新,基金公司除了与几大电商平台合作外,还在向一些流量中等、客户细分的垂直类网站拓展。例如,民政部下属的彩票365网站推出彩票理财产品,首期接入的基金产品为易方达易理财货币基金。

而一些银行系“宝宝”作为“后起之秀”,近期在收益率上更胜一筹。据银率网统计,目前市场上余额宝类理财产品中,收益排前三的均为银行系“宝宝”。

另外,在5月早些时候,摩根士丹利宣布,埃里克·本尼迪克特将担任该集团私人财富管理部主管。4月,该部门进行的较大幅度的改革,包括将主要业务部门从三个减少为两个,同时将全球12个主要地区市场缩小至8个。市场人士认为,本尼迪克特的上任标志着该集团将进一步收缩私人财富业务,特别是在新兴市场的业务。

5月中旬,摩根士丹利投资公司,其旗下主打新兴市场债券型基金,即摩根士丹利债基和摩根士丹利本币债基的管理层变换,旨在加强新兴市场的风险规避和投资机遇的寻找。

摩根士丹利投资管理公司是全球最大的基金公司之一。根据该公司财报,截至今年3月31日,摩根士丹利投资管理及其旗下投资咨询机构在全球共有560名投资专家,资产管理规模达到3820亿美元。

目前,该公司基金类型涉及股票型基金、债券型基金、流动性基金和资产配置型基金。

■ 海外营销

# 摩根士丹利新发两只积极管理型基金

□本报记者 吴心韬

知名基金管理公司摩根士丹利投资管理公司近日宣布,公司将新发两只积极管理型基金——流动性阿尔法捕捉基金和流动性另类基金。两只基金将倚赖公司强大的市场研究能力,为投资者提供绝对高回报。

资产管理规模超过3800亿美元的摩根士丹利投资管理公司是欧美国家乃至全球资产管理规模最大的基金公司之一。

### 寻求绝对高回报

摩根士丹利表示,两只基金有共同特点,即通过由下而上的市场研究,来筛选那些具有绝对回报预期的投资品,其中包括基金、股票、高收益债券、新兴市场债券和房地产等。

流动性阿尔法捕捉基金由Ryan Meredith和Janghoon Kim管理,这将是一只基金中的基金(FOF)。研究团队将研究和分析超过22000只对冲基金,找出其中表现优异的前20至50只基金。具体而言,通过公开信息,了解对冲基金持有的资产头寸,经过量化

5月上旬,摩根士丹利首席执行官詹姆斯·戈尔曼表示,尽管作为投行的名号还在,但是过去的业务模式已经不可复制了,随着美联储对于投行标准的提高,资本金已经变得越来越珍贵,这就要求该行在寻求高收益的同时,不占用太多资本金。

分析与比较,来挖掘其市场超额回报机会,即捕捉其阿尔法。

这款基金的年费率为0.75%,其还设定了一个投资限制,即仅投资那些流动性充足,能够应付日常交易的对冲基金。

另外一只基金流动性另类基金,顾名思义,其将投资诸如新兴市场债券、高收益债券、可转换债券、不动产、大宗商品、前沿市场股票、保险相关策略产品、按揭抵押证券、基础设施、私募基金和绝对回报基金等所有具有高收益预期的基金。

除了Meredith和Kim外,这款基金的管理者还包括Joseph McDonnell和Rui De Figueiredo,其年费率为0.60%。

两只基金将在伦敦证券交易

所上市交易。

### 改革动作频频

面对趋紧的监管环境,摩根士丹利近年来改革动作频频,特别是大力收缩其投行业务。另外,其资产管理部门摩根士丹利投资管理公司也推出了相关改革举措。

5月上旬,摩根士丹利首席执行官詹姆斯·戈尔曼表示,尽管作为投行的名号还在,但是过去的业务模式已经不可复制了,随着美联储对于投行标准的提高,资本金已经变得越来越珍贵,这就要求该行在寻求高收益的同时,保证不占用太多资本金。

近日,有消息称,摩根士丹利和高盛计划逐步淡出大宗商品实体市场。而此前,前者已经

■ 营销看台

# 中国人寿 基金代销业务破冰

保险大鳄向基金代销敞开渠道之门

□本报记者 张洁

中国证券报记者从中国人寿保险公司获悉,中信银行近日成功中标中国人寿基金销售监督业务。中信银行也成为中国人寿基金销售业务的唯一监督银行。分析人士指出,这意味着中国人寿基金代销业务已正式破冰。

事实上,保险机构开卖基金的暂行规定发布一年来,保险圈内终于在今年5月份迎来泰康人寿这位“首吃螃蟹的人”。而这被不少险企看作是交叉销售的又一法宝。分析人士认为,保险机构销售基金可获得更多的代理收入,同时可以积累更多的高净值客户,保险机构网点众多也将拓宽基金行业代销渠道。

### 保险代销基金破冰

日前,保监会对外披露,泰康人寿可在业务范围中增加“证券投资基金销售”业务,这表明泰康人寿从事基金代理终获保险监管层的正式批文。至此,泰康人寿成为保险业首家获准从事基金代销的保险机构。

2013年中国证监会与中国保监会联合发布了《保险机构销售证券投资基金管理暂行规定》,明确提出保险机构可以销售证券投资基金。保监会允许保险公司、保险经纪公司和保险代理公司参与基金销售业务,降低了基金代销资格门槛。

统计数据显示,我国现有各类保险机构149家,从业人员超过350万人,随着保险基金销售业务的开展,保险机构必将成为基金销售的重要生力军。为顺应互联网金融和资管业务发展趋势,处于保险市场主导地位的中国人寿拟通过网上平台、8.8万个网点和65.3万保险营销人员开展基金销售业务。

泰康人寿相关负责人表示,早在去年初就开始筹划基金销售事宜,其基金销售业务平台从技术架构、性能、扩展性、操作友好性等方面都处于领先水平。打开基金销售渠道对泰康人寿来说,意味着销售基金可获得更多的代理收入,同时可以积累更多的高净值客户。

### 销售监督落户中信

另外,中国证券报记者从中信银行获悉,中国人寿拟开展基金销售业务后,中信银行成立工作小组并与外部基金销售系统服务商共同探讨业务解决方案。经过总分支行三级联动,为中国人寿制定了覆盖线上线下销售渠道的全面基金销售监督业务方案,得到了中国人寿的高度认可。

中信银行有关人士表示,此次中标是中信银行继与支付宝、天翼支付等龙头支付企业开展基金销售监督业务之后,在保险行业基金销售监督业务方面取得的重大突破。

2013年3月证监会发布《证券投资基金销售管理办法》第二十九条规定,基金销售机构、基金销售支付结算机构、基金份额登记机构可以在具备基金销售业务资格的商业银行或者从事客户交易结算资金存管的指定银行开立基金销售结算专用账户。

“无论是中国人寿还是余额宝,都是基金销售平台。”上述人士表示,因此中国人寿代销基金,必须要有其结算银行,对资金进行监督管理。

中信银行方面还表示,中标不仅深化了中信银行与中国人寿的业务合作关系,而且将在保险行业形成类似余额宝的行业品牌效应。下一步,中信银行将重点围绕北京、上海、广州、深圳等保险公司集聚的区域,指导分行积极营销目标客户,尽快抢占市场份额,形成保险行业基金销售监督业务竞争优势。

责编:殷鹏 美编:马晓军