

■ 营销看台

基金公司营销搭世界杯“便车”

“七十二变”只为吸引客户

□本报记者 曹乘瑜

作为全球的狂欢大事，商家都在不遗余力地借助世界杯进行营销，公募基金也不例外。多家基金公司围绕世界杯使出“七十二变”法术，但是万变不离其宗——无一不借这一赛事“求关注”、鼓励新开户，维护老用户。主要方式是利用微信账户做文章。业内人士认为，借助公众事件进行营销，类似搭便车，基金公司“不搭白不搭”。

狂抛现金大奖

世界杯期间，球迷赌性大发，因此竞猜成为吸引球迷关注的好方法。记者发现，微信成为推广活动的主要渠道，“财大气粗”的基金公司喜欢“现金奖励”。例如南方基金的“助力世界杯、竞猜赢好礼”，每个用户每日竞猜下个比赛日的比赛结果，全部竞猜正确，则可以随机获得当日奖励，其中小组赛每日设1000元大奖，淘汰赛则设2000元，所得奖励将存入南方基金的基金账户中。这同时也是鼓励投资者开户，并关注南方基金的公众账号的最好方法。

而华夏基金的“你竟猜我给‘钱’”活动，则“明修栈道暗渡陈仓”——顺带推广“活期通”，用户既可以竞猜球队胜负，也可以竞



CFP图片

猜“活期通”七日年化收益率尾数，猜对任何一项均有奖。在活动奖励上，华夏基金每日设立的奖金池500元，竞猜正确的所有用户可以平均分享500元，整个活动期间，竞猜准确度最高的用户可以获得接近4000元的大奖。

业内人士认为，实际上，这些成本并不高，以南方基金为例，小组赛共有17天，而淘汰赛则有8

天，再加上一些人工成本，预计总成本可能不到5万元。但是可以实现对老客户的维护，并且拓展新客户。在大多数竞猜活动中，要参与就必须成为各家基金公司的投资人。例如大成基金、长盛基金、信诚基金和嘉实基金，都推出奖励货币基金的方式，而且参与者必须是开通网上直销基金账户或者微信交易账户。

没有现金也要求关注

非土豪级的基金公司也不肯错过世界杯，虽然没法每天拿出现金奖励，但是拉人气、求关注的手法也让人目不暇接。广发基金在赛前，就借世界杯推出其“C计划基金池”，凡体验评价即可获得抽奖资格，甚至可以获得一张去巴西看球的机票，吸引骨灰级球迷基民的投资；泰达宏利基金公司“精彩世界杯，越淘越有礼”顺带进行新基金营销，在赛后邀请用户在官网、微信平台进行射门小游戏，每个球门分别代表一只基金（新基金、成长、集利、货币），每只基金有相应的分数，用户射门成功后可以赢得积分并且累计，积分最高者获得大奖。

有的基金公司则借助世界杯进行投资者教育。华商基金则采用美女解读世界杯的方式，吸引用户关注。长安基金类比了世界杯的晋级制度和基金股票池的选股方式，讲解基金经理如何选股。

总体而言，借助世界杯进行微信营销的并不多，不超过20家，但是业内人士认为，世界杯这类全民活动，相当于公众事件营销，由于公众事件具备高关注度，任何与之相关的事情都可以吸引眼球，节省“广而告之”的成本，类似搭便车，基金公司“不搭白不搭”。

■ 市场瞭望

基金子公司业务风向转换

□本报记者 张洁

“去年上半年基金子公司向客户兜售多为地产类或矿产类信托产品。但自去年下半年起，银行系已基本不接收子公司提供的上述金融产品，而转向通道业务特别是票据类业务开拓。”申万菱信基金全资子公司申万菱信资产公司有关负责人在接受中国证券报记者采写时透露，而基金子公司通道类产品多倾向销售给银行系享受“专属服务”的私人银行部客户。

基金产品风向转换

在经历房地产、矿产市场转入低迷，信托刚性兑付逼近“高峰”，基金子公司此前主推业务产品销售受到较大影响，迫使其业务随融资市场需求迅速转向。用益信托网数据显示，截至2014年6月25日，6月份以来基金子公司发行资管产品有28只，规模近72亿元，其中仅有15只归属为房地产领域。

“以票据类和信贷类银证合作的产品为代表的通道业务，正支撑基金子公司资管业的创新发展。”上述申万菱信的有关人士告诉记者，“为更好地规避市场风险，基金子公司也随融资方客户需求，把主推产品转向通道业务特别是票据类产品。”

据了解，受信贷政策约束，商业银行已不能向一些行业或者不符合风控要求的企业直接发放贷款，而信托、券商资管、基金子公司得以作为资金的通道，以产品合同形式引导这部分资金最终流向有融资需求的企业。

基金子公司内部人士介绍，业内大部分公司是以通道类业务为主要发展方向，通道类产品涵盖：商业票据、信贷资产、福费廷、保理资产、存单质押、中小企业私募债、其他债权、未上市公司股权、财产权等。其业务发展模式包括：对接银行表内资产出表的纯通道，包括银行资产证券化、信贷资产出表、租赁资产出表、金融同业、理财产品出表；作为阳光私募发行产品的通道；发行产品对接其他资产管理计划等。

锁定私人银行“钱袋”

如今各大银行正在深度挖掘“私人定制”客户资源，基金子公司也随着私人银行业务调整产品供给。

“私人银行部客户多为个人资产超800万元以上的金主，其中不乏上市公司股东、企业高管等。”基金子公司从业人员告诉中国证券报记者，他们手中难免持有公司股票、企业债券等票据，对于股票质押业务来说，目前仅有券商、基金子公司可以提供上述抵押款业务，由此基金子公司可以提供该产品，帮助金主实现融资需求。

其较高的收益率同样吸引了银行私人客户垂涎，不少客户通过银行渠道寻找高收益产品，基金子公司与私人银行客户由此实现互惠。

银行业有关人士向记者介绍，2007年8月招商银行率先推出私人银行业务，为资产在千万元以上的高端客户量身定做专属的投资规划，提供全方位、个性化、私密性的综合财富管理服务。记者从各家商业银行所披露的年报获悉，近年来我国私人银行的客户数和管理金融资产规模均有所上升，四大行私人银行管理金融资产规模已逾5000亿元。其中，招商银行私人银行业务成为行业中的领头羊，以管理金融资产规模5714亿元位列行业第一。

■ 海外营销

资产多元化配置 规避股市波动风险 英国天利投资新发企业债基

□本报记者 吴心韬

英国知名基金管理公司天利投资公司(Threadneedle Investments)日前宣布，公司将新发一款企业债券基金——天利全球企业债券基金，该基金将由其明星基金经理阿拉斯代尔·罗斯管理。基金将主要投资债券、货币市场工具和现金等资产，直接或间接利用衍生品等工具在全球寻求合适的投资标的。

天利投资公司是美国阿默普莱斯金融公司的国际投资管理分支，其总部位于伦敦。截至今年3月底，天利投资资产管理规模为897亿英镑(约合1495亿美元)。而阿默普莱斯金融的资产管理规模高达7830亿美元。

锁定高回报目标

据介绍，天利全球企业债券基金的目标投资市场为英国、奥地利、比利时、德国、意大利、荷兰、葡萄牙、新加坡、西班牙、瑞士和瑞典等国家，其注册地在卢森堡。基金经理及其管理团队将采用三管齐下的研究和选股方式，即由上而下法、资产配置深入透视和个别发行机构筛选等。

该款基金的对比指数为巴克莱资本全球综合企业债券指数，投资收益目标是在未来三年内，其回报率高出该指数150至175个基点，即1.5%至1.75%。该基金还

罗斯表示：在低投资收益的环境下，企业债券市场既能够给投资者提供资产保值，资产多元化配置，又能够规避股市波动率风险的投资机会。通过积极型管理方式，采取由下而上的资产筛选方法，如个股、行业和资产类别的评估，新基金的目标是为投资者提供高于该市场平均值的回报率。

可能将其三分之一的资产投资于其他非投资级别的债券，如高收益债券等。

罗斯表示：“在低投资收益的环境下，企业债券市场既能够给投资者提供资产保值，资产多元化配置，又能够规避股市波动率风险的投资机会。通过积极型管理方式，采取由下而上的资产筛选方法，如个股、行业和资产类别的评估，新基金的目标是为投资者提供高于该市场平均值的回报率。”

的正阿尔法回报潜力。”

在销售方面，基金面向两个类型的投资者，即个人投资者和机构投资者，前者最低投资额为2500美元(或者2500欧元、2000英镑)，后者为10万美元(或10万欧元、10万英镑)。年费率方面，个人投资者投资年费率1.30%，机构投资者年费率0.70%。

依托强大投研实力

罗斯1978年出生于伦敦，毕业于牛津大学。在加入天利投资之前，他在英国石油公司担任实习生。

罗斯2003年加入天利投资，其从一名价值投资分析员做起，研究行业涉及数字新媒体、公用事业和能源等，慢慢发展成为该公司乃至英国基金业界冉冉升起的一颗新星。2007年，罗斯升任天利欧洲企业债券基金经理，成为天利固定收益管理团队的一名核心成员。

根据英国基金数据网站City-

wire的统计排名，在过去5年里，罗斯管理的混合型基金总回报率为132.5%，在英国同类型基金管理者中排名第二。而同期英国同类型基金平均回报率为54.5%。在每月的基金表现评级中，2013年罗斯有六个月被评为最高级的Citywire三星，其余六个月评为两星。

目前，除天利全球企业债券基金，罗斯参与管理的基金还包括天利月度超额收益基金、天利欧洲企业债基和天利英国中长期企业债基。

当然，尽管罗斯个人基金管理能力出众，但天利投资仍突出团队协作精神，以此为这款基金保驾护航。

新基金将利用天利投资及其管理企业哥伦比亚管理公司的全球固定收益平台，最大化地使用这两家企业的投研能力。在队伍建设上，罗斯麾下的投研队伍共有15人，几乎覆盖所有重要行业，平均投研年限为13年，且队伍覆盖三大洲，包括伦敦、美国波士顿与明尼阿波利斯和新加坡。罗斯还能够利用或者说倚赖西林斯基部门83位固定收益资产研究团队的部分投研力量，以期在低息环境和美联储退出预期的背景之下，最大化地发掘可投资机遇。

在行业选择的偏好或投资倾向上，罗斯青睐银行股，他认为银行资产负债表仍需要一段时间修复，他对修复前景较为看好。