

■ 主编手记

基金挣钱 基民亏钱真相

支付宝的一个小功能，让行业内一直流传的“基金挣钱、基民亏钱”真相大白。

从蚂蚁基金代销基金的基民收益数据来看，一些明星基金虽然长期收益可观，但基金持有人的收益却远远不如基金。例如，支付宝数据显示，通过蚂蚁基金投资易方达蓝筹精选的基民中，超过80%的持有人亏损，收益率在5%以上的持有人占比不到10%。又比如长跑健将谢治宇管理的兴全合润，基民收益情况略好，但亏损基民占比仍然达到了59%。

虽然该数据只代表了通过支付宝购买基金的基民投资习惯，但据笔者与基金公司交流了解，通过银行渠道购买基金的基民，赎回买新、追涨杀跌的特点同样鲜明。不经意间暴露的数据，将基金业长期以来“基金挣钱、基民亏钱”的真相暴露无遗，也让长期困扰行业发展、影响基金口碑的痼疾充分暴露。

基金的长期收益再好、超额收益再强，若基金持有人赚不到钱，行业又该如何真正取得投资者信任，做到自身价值和投资者价值共成长呢？

在笔者看来，基金与基民的收益不同步，原因既来自行业内，也来自行业外。从基金公司的角度看，基金业绩波动性仍然较大，容易导致基民投资行为的异化。正是因为基金业绩存在较大的波峰波谷，基民的贪婪恐惧弱点才会被放大。试想一下，如果偏股型基金的净值曲线能够保持较小波动下的持续向上，基民自然对基金的长期收益信心更足，持有的稳定性就会更高一些。即使存在追涨杀跌行为，业绩落差导致的收益缺口也不会很大。同时，基金公司追逐热门基金，在市场高点时采取各种营销手段扩大新基金发行规模，并与抱团投资形成正反馈，也是加大基金业绩波动乃至市场波动的重要原因。

而从行业外的因素看，基金销售渠道长期存在的诱导基民投资短期化问题，对基民亏钱负有不可推卸的责任。一直以来，新基金发行的销售费用高于老基金持续营销，导致银行等销售渠道必然倾向于卖新基金，相应地产生诱导客户赎回买新、波段操作等行为。可以说，在分业监管的体制下，除非在顶层设计上完善制度，否则佣金导向下的销售渠道行为异化将长期困扰基金行业。

最后，按照卖者尽责、买者自负的原则，投资者当然也要为自身的短期行为承担代价。但让笔者长期困惑的是，基金业从十多年前就开始强调投资者教育，各家基金公司投入大量资源也尝试了各种投教手段，但新老基民仍然会踏入一个个“投资陷阱”之中。基金公司的投资者教育，究竟走没走心？实际效果说明了一切。

李喆

公募基金营销“跑偏” “娱乐风”后遗症显现

<< 04版 本周话题



02基金新闻

基金公司二八分化加剧

03财富视野

紧抓建材行业发展新趋势

06投基导航

控制仓位 把握布局时机

08基金人物

广发基金林英睿：
在冷门领域寻找被低估公司