

■ 市场瞭望

线上创新产品线下夯实服务 基金公司推广新品两手抓

□本报记者 徐文擎

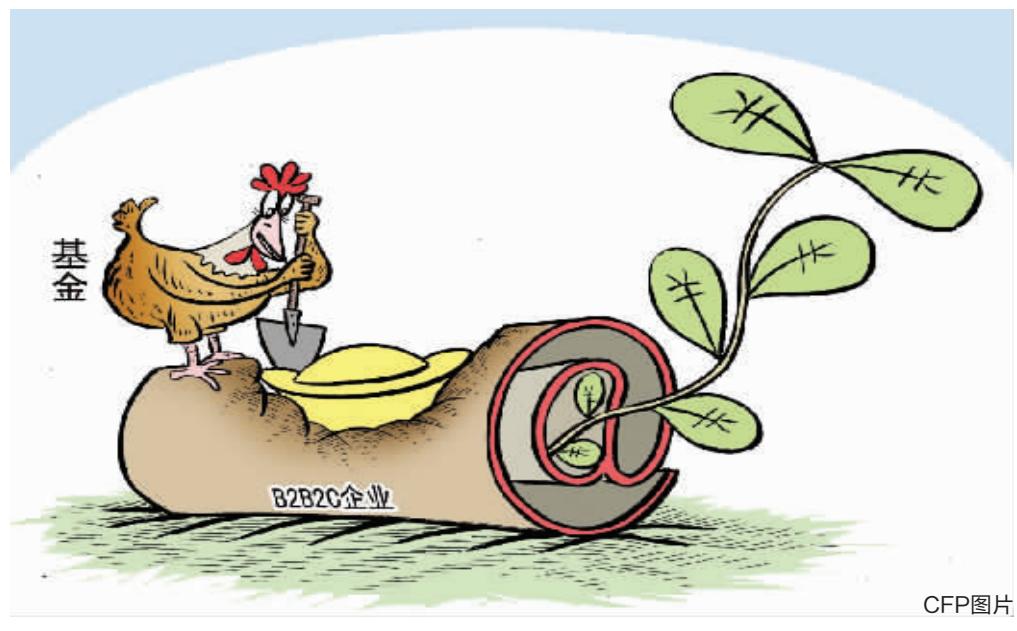
移动互联网的发展深刻影响着基金销售渠道和方式的变革，但无论是传统渠道，还是PC端和手机端的创新，线上和线下一起发力的趋势越来越明显。近期，部分基金公司不断将线上的创新在线下渠道中拓展推广，挖掘包括中小城商行在内的机构客户市场，同时针对高端客户提供一站式的金融解决方案，可谓推广产品两手抓。

线上线下掘金城商行

挖掘B端客户的现金管理需求是今年以来出现在基金公司的一大特点，基金公司多采用传统渠道和互联网渠道相结合的方式。

前段时间，天弘基金携手北京九恒星推出“星计划”、民生加银联手深圳拜特推出“腾元宝”，这类针对企业的现金管理类产品，在行业内点燃了新一轮业务创新的话题。实际上，除了这类线上的模式，线下“类余额宝”产品也通过基金公司的“一家一家走访”被积极推广。据悉，天弘基金北京分公司目前已与全国领先的电器经销商和石化企业展开了现金管理业务合作，其他基金公司也开始了与银行的企业用户“争夺战”。

其中，有一类容易被金融行业忽略的机构业务此次被推到“频遭争抢”的位置，那就是城商行。天弘基金北京分公司总经理申向阳介绍说，今年以来，天弘与数家此类银行达成合作，“今年在这方面做了许多工作，包括关于标准化和非标准化的债券投资等业务。”业内人士分析，城商行和其他金融机构没有太大区别，有很强的现金管理需求，基金公司可以凭借自身强大的投研实力，



CFP图片

在这片暂未被充分挖掘的“蓝海”中发挥用武之地。

南方某大型基金公司也正与长安银行、重庆农商行和昆明富滇银行等地方银行进行合作，而另一家大型基金公司则与重庆、广东等地的银行展开合作推出宝类产品。

一位基金公司的市场部副总经理告诉记者，“比起线上的模式创新，机构客户更看重的是稳健收益和线下的细致服务，现在的基金销售没有单一的线上或线下，一定是O2O模式，将线上的成功经验推广到线下。”

打造高端一站式方案

“客户的需求会引领着我们整个经营思路变化。”天弘基金财富业务总监常勇说。据了解，天弘基金目前已经形成四大体系，余额宝的创新思维和客户至上理念

已经传导到传统业务，其渠道体系将把高端客户作为一个新的探索方向。

客户的需求是一个递进的过程，最基础的是储蓄、理财，现在则更多发展为财富管理、传承和转移的需求。单一产品或者服务已经无法满足客户，以后客户可能会更加重视资产配置的理念，变成金融和非金融的结合，而基金公司需要提供的是针对客户需求的一站式解决方案。

常勇表示，应综合运用工具，把基金产品、保险产品、信托产品、支付工具等，综合考量和运用，真正完成对财富人群未来的服务。

业内人士分析，对于金融机构来说，发展一个新客户和维护一个老客户的成本是7比1，如此明显的成本差异，让所有银行都在实行提高客户忠诚度的计划。因此未来发展一定是销售服务一体化，基金公

司在这方面可有所作为。例如，根据客户的家庭成员信息，提供定制化服务，小孩出国、老人养老、家庭财富传承，基金公司可以在这其中出一份力。

同时，比起基础客户，高端客户看重的不仅是收益，有时还是一份体验。据悉，有部分基金公司已经开始提供除资产配置之外的体验服务，例如客户通过个人定制账户及基金公司提供的“类游戏”手机APP方式，可自主决定大类资产配置和调仓时间，同时授权基金公司在大类资产配置范围内，挑选基金、优化组合进行投资，在一定程度上满足客户参与“实战”的投资体验。

“提供产品、服务，还是解决方案，这些可能不是我们单凭自己的想像就能决定的，要根据客户的实际需求来确定。但我们要做的就是多想一步。”某基金人士说。

■ 海外营销

蛰伏印度三年 贝莱德终成大赢家

□本报记者 张枕河

今年以来，特别是在印度新任总理莫迪祭出经济扩张计划之时，最大的赢家已然浮出水面——贝莱德基金。其在印度基金市场“蛰伏”三年之久，基金营销成绩和投资成绩均不令人满意，但由于投资策略的前瞻性，目前其受到投资者青睐。

在印度打翻身仗

作为全球最大的投资管理公司，贝莱德集团在印度设有分支机构印度DSP贝莱德。该分支机构旗下的T.I.G.E.R.基金主要投资印度股市。受益于印度经济刺激计划，在过去的三个月，该基金投资回报率高达40%，是彭博社追踪的64家印度股市基金中表现最好的，也是贝莱德集团所有14只印度基金中表现最出色的。

不过，丰厚回报的背后是长达三年的耐心等待。截至去年12月31日，贝莱德T.I.G.E.R.基金损失16%，为其历史上的最大跌幅。

这主要是因为上一届印度政府深陷规模超2550亿美元的建设项目僵局。

在总市值高达1.5万亿美元的印度股市中，公用事业股、银行股、建筑商股涨幅居前。DSP贝莱德负责人Rohit Singhania认为，印度股市的反弹可能会延续，因为莫迪新政将引发更高的企业收益和更低的银行不良贷款。

Rohit Singhania自2010年开始掌管DSP贝莱德，目前他掌管的资产总规模达2.13亿美元。在他的主导下，T.I.G.E.R.基金40%的回报率惹人瞩目。DSP贝莱德基金成立于17年前，是印度DSP集团和美国贝莱德共同出资建立的合资企业。过去十年，该基金年均收益率近25%。美国贝莱德总资产则高达4.3万亿美元。

投资者此前押注，莫迪上台后将推出明确的投资计划安排。当时，在印度大选结果正式公布前，印度股市孟买敏感30指数曾连续3天创出历史新高，贝莱德的相关基金也获得投资者热捧。

据贝莱德方面介绍，其在印度的基金具有灵活的投资策略，同时兼顾成长与价值选股，布局具有投资潜力的大型与中型股，研究团队投资经验总计超过80年，长期深入了解当地投资趋势。

印度媒体的分析评论指出，莫迪在今年5月赢得大选并就任印度总理后，印度经济获得更多期待，他注重经济建设和投资，并成功将吉拉特邦改造成印度制造业中心。考虑到印度庞大的人口，而莫迪主张大规模投资基础设施以拉动经济，国际投资者重燃对该国的投资热情，资本持续涌向该国。对于基金行业而言，布局电子商务等以前在印度发展得不好，但目前获得政策支持的行业成为许多国际基金公司的投资偏好。

或推更多基金产品

贝莱德负责人日前表示，持续看好印度股市前景，并会推出多款面向机构投资者的基金产品。

贝莱德称，在莫迪赢得大选出任印度总理以及拉詹接掌印度

央行等一连串利好消息带动下，印度股市在短短一年间内重新获得投资者青睐。目前，印度已经启动一个良性经济周期。随着通胀率迈向印度央行目标之时，印度央行将有空间在2015年上半年降息，这为印度金融市场提供更宽松的资金面。

“印度国内生产总值的增长正在加速，通胀持续回落，投资者信心不断回升。尽管改革能扭转局面，而莫迪还肩负起推动变革的使命，但关键在于改革能否得到落实。整体而言，认为印度股市在未来三年将展现显著强势，虽然过程中将充满起伏。而固定收益市场也受到货币汇率回稳、经常账户赤字收窄及印度央行可能降息等因素支持。”

贝莱德看好金融业、非必需消费品及小型企业股份；而必需消费类股份的前景一般。“可能会针对看好的行业推出更多相关基金产品，供机构投资者选择，希望能够吸引更多投资资金。”贝莱德一位负责人称。

■ 直销看台

淘宝理财店铺“收租” 货币基金另谋渠道

□本报记者 张洁

日前，淘宝开始对基金卖主统一征收每笔0.3%的服务费，“收租令”给管理费在0.3%左右的货币、理财型基金着实带来冲击。记者从淘宝理财发现，目前平台上除天弘增利宝基金外，其他基金公司发售的货币型基金已全部下架。好买基金研究中心分析人士表示，货币基金退出淘宝只是单一销售渠道被颠覆，目前基金公司都在加紧搭建自己的销售平台，移动端的渠道逐渐被看重。

货基退出淘宝

运营已有三年的淘宝理财对基金公司在淘宝销售基金产品的服务费进行调整，货币基金与权益类基金将统一收取0.3%服务费。

据了解，目前货币型、理财型基金的管理费一般在“千三”左右，按照淘宝的新收费标准，卖出一单即要把全年管理费贡献给淘宝，如投资者持有不足一年，或反复申赎几次，基金公司就要遭受损失，这对基金公司并不划算。C类基金一般不设申赎费用，而在管理费外设置“千六”左右、每日计提的管理服务费，处境略好，但卖出一单仍要把全年管理费贡献给淘宝，如投资者一年内多次申赎，则基金公司需要额外将管理费贴补给淘宝。

受到淘宝“新政”影响，各大基金公司的货币型基金在淘宝理财平台陆续下架。广发基金用“最后的狂欢”挥别淘宝，华夏基金、兴业基金也早已撤离。

事实上，基金淘宝店“鸡肋”生存已有时日。在淘宝基金运行的一年里，各方在一平台上都没有实现“共赢”。数据显示，截至目前仅有30多家基金公司在淘宝上开设网店，数量占基金公司总数1/3，基金公司对开设淘宝店并不热衷。其实基金公司开店呈现冰火两重天状况，少数基金公司的几个“爆款”产品，占据了绝大部分销量，大部分基金公司在缴纳一笔支出开店后收获甚微。

货基另谋渠道

货币基金无奈下架，与此同时，有前端申购费用的A类基金则迎来机会。据了解，目前基金网上申购的前端申购费用一般在0.6%，覆盖淘宝收取的费用绰绰有余，在少了C类基金竞争后，这类基金将会成为基金公司的主打产品。

由此预期，未来淘宝网店上的基金销售重点，将由低风险的货币、理财基金向高风险的权益基金、债券基金转移。在这些基金之中，会由鼓励短期择时的C类基金向鼓励中长期持有的A类基金转移。

对于货币基金来说，退出淘宝只是单一销售渠道被颠覆，当前基金公司在加紧搭建自己的销售平台，互联网适用人群转移移动端，该渠道被基金公司销售渠道看中。

事实上，多家基金公司在年初已密集发力移动端，尤其是货币基金“T+0”业务推出以后，货币基金实现了即时赎回功能，成为基金公司发力移动端的催化剂，目前易方达、南方、汇添富等基金公司均推出了手机客户端。

从货基近一年表现来看，其销售情形与收益率密切相关，而销售渠道并不是最重要因素。好买基金研究中心认为，互联网金融最重要的影响，是令金融机构意识到“以客户为中心”的重要性。但金融行业尤其是基金行业的特殊性，并不是单纯读通过改善界面、简化流程就能做到“以客户为中心”。

“应该在加强自身投研能力，切实为客户带来收益，以及积极进行产品创新，满足客户多层次的需求上下工夫。”基金行业分析人士告诉记者，不针对客户需求进行创新，结果就会像大多数的基金网店，难以受到认可；而不扎实提高自身投资能力，就将失去“护城河”，一旦遭遇如合作伙伴变更条款等状况，既失去谈判筹码和竞争优势，这些都是值得基金公司思考的。