



## ■ 主编手记

## 中小基金的出路

一半是火焰，一半是海水。

基金发行市场马太效应愈演愈烈：一边是“日光基”频出，发行火爆，如易方达均衡成长单日吸金超过270亿元，首募规模刷新年内纪录；一边是募集失败，基金清盘现象时有出现。

如今，很多中小公司面临重重压力，更有公司深陷困境难以自拔，如先锋基金公司34.21%的股权将进行拍卖，起拍价为5931万元，先锋系旗下多个金融公司的股权被冻结，先锋基金命运难测。

部分业内人士在日前中基协召开的座谈会上坦言，目前行业中部分中小基金公司尤其是新设公司，在业务发展过程中遇到品牌知名度不高、运营成本较高、分销渠道与合作对象拓展困难等问题，面临较大的竞争压力。

生存，还是毁灭？这是一个问题。”虽然一直都是步履维艰，但目前考验更加严峻，部分中小基金公司面临的已不是如何弯道超车的问题，而是生死存亡的灵魂拷问。

首先，“前有虎狼，后有追兵”，中小基金公司面临更激烈和复杂的竞争局面。一方面，市场资源向一线超大型基金公司高度集中，头部基金公司的品牌、渠道、人才、投研等整体实力优势愈发明显；另一方面，资管行业不断涌入新的竞争者，诸如外资资管机构、银行理财子公司等，公募牌照稀缺性下降，二三线基金公司数量过多且竞争日趋白热化，缺乏竞争力的中小公司必然会被市场淘汰。

其次，金融科技重塑资管业务发展格局，在技术上处于劣势的中小基金公司无疑面临新的考验。今年以来，受新冠肺炎疫情冲击，公募面对面的线下路演和投资者活动遭遇停摆，不少机构开始探索线上展业，这对中小基金又是新的挑战。而且，全球大环境剧变，市场更加扑朔迷离，对投资机构的投研能力提出更高要求，这让投研能力不足的中小机构更加捉襟见肘。

出路在哪儿？首先，做好业绩是关键。其次，要摆脱“面目模糊”的跟随，走特色化发展之路，如通过产品或品牌创新，实现差异化发展。这样即使不能做大，也具有重大并购价值。

大浪淘沙，困境中的中小基金公司若不能凭借出色的业绩脱颖而出，或者做专注于某一业务的“精品店”，等待他们的就只有被淘汰的命运。

侯志红

# 解密爆款基金三大“爆点”

专业的品牌影响力 明星基金经理的流量效应 产品设计与发行时间 蹭热点”

<< 04版 本周话题

第十七届中国基金业  
金牛奖巡访特刊  
08.09.10.11

02基金新闻

市场信心逐步恢复  
公募三维度布局6月行情

12基金人物

景顺投资罗德城：成为全球投资者首选的“中国投资专家”

16基金人物

东方红资产管理总经理任莉：  
愿执素手 种一朵时间玫瑰