

9月25日,5只参与蚂蚁集团战略配售的公募基金（简称“5只基金”）毫无悬念地大卖。这5只基金热卖,令无缘本次盛宴的银行略显尴尬。一般来说,银行是公募基金代销的传统渠道,但近年来,东方财富、蚂蚁金服、腾讯理财通、陆金所等互联网平台也加入了基金代销战。银行目前仍是基金代销渠道王者,然而互联网巨头不断进击也让银行感受到了切实的压力。



制图/王力

蚂蚁战配基金搅动代销“江湖”

银行、互联网平台之争愈演愈烈

□本报记者 张玉洁

一场事先张扬的热销

这5只基金实在是销售太火爆了。这是中国证券报记者近日采访时的真切感受。在北京和上海的多个地铁、公交站点,都出现了5只参与蚂蚁战略配售基金的平面大幅广告,吸引众多路人目光。知乎等多款常用APP程序的打开页面也是这5只基金的大幅广告,可谓线上线下无死角覆盖。有投资者对记者戏言,最近再也不想看到那5个男人(5只基金的产品经理)的脸了。

“很少有公募基金的宣传能如此深入触及到‘田间地头’,而银行却无缘这次盛宴,我们感觉到压力很大。”某股份银行王姓理财经理主要服务金卡客户,他对记者表示,近几日有不少客户来询问这5只基金,对此他只能无奈地对客户表示,蚂蚁基金“垄断”了销售渠道。“这种感觉有点复杂,毕竟我们不能满足客户的需求,看到客户失望的反应,内心有点难受。”王经

理说。无缘盛宴的原因是蚂蚁集团旗下的蚂蚁基金“垄断”了此次5只基金的代销。此前已明确,蚂蚁基金为本次5只基金的独家代销渠道,投资者可从支付宝直接购买,通过支付宝渠道购买还可免去申购费用。不少银行理财经理向记者表达了对这5只基金的一些看法。理财经理的“吐槽”主要集中在,

他们发现相当部分客户并不太了解这5只产品的具体情况,有不少客户甚至没有注意到长达18个月的封闭期。一些理财经理都会提醒客户,这款基金封闭期长达18个月,同时配置比例仅10%,并不是所有基金投资者都适合投资它。但也有理财经理认为,这5只基金都是由5家公司的知名基金经理掌舵,表现预计不会太差。

隐秘的对战

值得注意的是,在蚂蚁基金大卖当日,最强基金销售渠道之一的招商银行疑似展开了隐秘对战。记者发现,多个招商银行理财经理在朋友圈重点推介了一款名为中欧互联网先锋的基金。看点在于,这款产品的基金经理周应波正是中欧蚂蚁战略配售基金产品的基金经理,其科技互联网的投资主题也与中欧蚂蚁战略配售基金高度重合。这

意味着,同一位基金经理管理的两只不同基金,在两个不同的渠道同一时间发行。这的确是比较少见的一幕。9月25日盘后,有招商银行理财经理对记者表示,中欧互联网先锋已经一日售罄。这位理财经理对记者表示,中欧互联网先锋是开放式基金,赎回灵活,主题投向与以上5只基金接近。下周一还将推介一款名为鹏华成长智选的股票基金产品,

也是主打互联网科创主题,看点是双知名基金经理管理,主动选股和量化投资并重。无论是从基金经理、投资主题和销售话术,都可嗅到若有若无的火药味。有银行分析人士对记者表示,本次600亿元规模的打新基金未在银行渠道代销对银行代销基金不会有很大的影响。“这毕竟是一个现象级和特殊的产

品,由于蚂蚁集团IPO,蚂蚁基金有能力垄断相关打新基金代销。但银行仍然是基金最重要的代销渠道,这一事件最大的影响可能是一部分客户会意识到基金也能通过支付宝等第三方支付平台购买,可能会尝试线上购买。但对于习惯从银行购买基金的客户,尤其是高净值和中老年客户来说,银行提供的购买体验仍然有吸引力。”前述人士说。

两大压力将至

银行中报显示,上半年受资本市场热度影响,多家银行基金代销收入同比大涨,有效对冲了“减费让利”后手续费下降,扛起了银行中间收入增长的大旗。其中招商银行将代销基金作为今年上半年手续费收入增长的首个亮点。招商银行副行长王良表示,在上半年资本市场特别火爆的时期,招商银行公募基金销售量及销售收入实现翻倍增长。但并非没有压力。一方面,近年来迅速崛起的互联网平台销售规模突飞猛

进。数据显示,目前不少互联网平台在代销基金数量上已经超过银行。另一个压力则是来自于即将实施的《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》,该《办法》对客户维护费即尾随佣金做了差异化安排,对其比例上限作出了规定。其中,对于向个人投资者销售所形成的保有量,客户维护费占基金管理费的约定比例不得超过50%;对于向非个人投资者销售所形成的保有量,客户维护费占基金管理费的约定比例不得超过30%。

而以往新发基金常收取60%—80%尾佣比率(银行渠道更占优势),存量基金收取的尾佣比率在30%—50%(互联网渠道占优势)。因此,一旦《办法》实施,显然银行的“蛋糕”会缩小一些。有基金公司人士表示,银行销售基金可以差异化发展。他们发现,从互联网和银行的基金投资者来看,两者仍然存在一定差异。在银行买基金的大多是年纪较大的客户,不乏一些高净值人士,单笔购买金额往往不小,对基金产品的认

知程度也更深刻;在互联网平台买基金的很多是年轻群体,购买频次高,单笔购买金额往往不会很大。也有资深投资者表示,行业竞争提升对投资者是好事,各销售渠道都有动力和压力提升服务。以银行为例,在销售基金时,无论是销售动机和销售水平,还有不少可以提升的空间。“比如,银行基金销售长期存在热衷于‘赎回买新’,在竞争加剧、尾佣受限的局面下,银行销售行为或会因此转向对投资者更加负责的角度。”

节日特供理财产品失宠

□本报记者 薛瑾 实习记者 王方圆

“双节”临近,银行网点的理财生意却显得有些冷清。往年不少银行都会推出节日专属理财产品或节日优惠活动,门口堆满花花绿绿的宣传板,大堂醒目位置展示包装精美的赠品,这成为很多人对节前银行网点最熟悉的记忆。近日中国证券报记者通过走访十多家银行网点发现,节前理财产品降温,专属产品稀少。

银保产品受主推

“我们很早就做节日理财了,现在主推的产品是存3次,存满3年以后就能取,复利计息写到合同里边。”记者近日在某国有大行一家支行咨询理财业务时,理财经理如此回答。是什么理财产品,约定收益、保本,复利计息还写到合同里?内心带着这些问号,记者向理财经理索要了该产品的“宣传单”,拿到宣传单一看,这是一款终身寿险产品。“一般短期产品都不承诺收益,这一款时间较长、加入了保险元素在里边,是银保产品。”该理财经理称,“这款是纯理财型的,固定收益。放得时间越长,收益越高。”

对于推出这款长期产品的原因,该理财经理解释:“利率一直下降,理财利率也一直下降。今年年初时,一年期保本理财产品收益率能达到3.8%,目前只能达到3.1%左右。但即使利率走低,这类产品也不会受影响,始终执行合同里写的利率。”事实上,对稳健型投资需求而言,银行代销的保险产品成为不少理财经理的首推对象。某股份制银行员工说:“如果您的风险承受能力较低,但又觉得理财产品收益太低,可以购买保险产品,目前有一款5年期保险产品,利率可以达到4%左右。”在另一家国有大银行的网点,理财经理也向记者推荐类似产品。

“节日特供”不香了

在网点调研中记者还发现,除了少量银行推出“节日特供”理财产品,大多数银行今年并没有此类安排。“节日理财一般比普通理财的收益率要高一点点。”一家股份制银行的支行理财经理说:“现在有一款节日产品,业绩基准在3.8%—4.3%,属于开放式净值型理财,目

前实际收益一般都高于4.3%,投资周期为12个月。”记者在该理财经理展示的产品名称中,一眼看到“国庆节专属”字样。另一国有大银行网点的客户经理表示,今年该行推出节日专属产品,但期限较长——为期3年,业绩基准为4.8%,中秋专属理财产品为期398天,业绩基准为3.85%。一家股份行网点的理财经理表示,以前的确有节日理财产品,但规模一般较小,收益通常没有新客户专属理财产品高。其展示的一款“新客户专属129天”的产品,业绩基准为4.10%。“今年如果推出节日理财,预计收益率不会高于这个水平。”她表示。某农商行员工表示,今年没有节日专属理财产品,但是有节日活动,无论新老客户节假日前购买理财产品,银行会送一些生活用品。“如果您是新客户,利率可以高出0.1%—0.2%。”另一股份制银行网点客户经理表示,受新冠肺炎疫情影响,今年不会开展线下活动。“如果您是新客户,我们有一款理财产品,收益率可达4.1%。”

多元化配置是归宿

“您的投资预算是多少?可以给您做

个规划,时间长的、短的,风险较低的、较高的……”一家国有大银行理财经理表示,她还向记者介绍起“标准普尔家庭资产配置定律”。她说:“10%是常用的钱,可放在现金管理类里面;20%是一般保障的钱;30%是‘生钱’的钱,比如股票、基金;40%就是用来保本的钱,用来资产传承、子女教育、养老等。”另一位国有大银行网点客户经理表示,客户一定要有资产配置的意识,理财只是资产配置的其中一项。在银行理财产品整体收益偏低的背景下,一些券商则逆势推出节日“高息理财”产品。某家券商推出一款节日理财产品,期限为16天—17天,1000元起购,上限5万元,约定年化收益率5%;另一券商也有类似活动,期限为28天,约定年化收益率4.66%,认购上限为5万元,新客户利率可上浮至5.16%,认购上限为8万元。一位分析人士表示,这样的理财产品收益率高,但却只能购买一次,主要还是用于宣传,吸引客户购买其他产品。由于利率持续下行,产品额度并不大。有些需要抢购,手慢则无。

2020年证券期货市场主体电话畅通情况专项调查报告发布

中国证券投资者保护基金公司(简称“投保基金公司”)9月26日消息,在中国证监会投资者保护局的指导下,2020年投保基金公司连续第五年对全部证券公司、基金公司、期货公司和上市公司四类市场主体开展电话调查。本次电话畅通情况专项调查通过各行业协会、公司网站以及上市公司年报、公告等渠道查询确认电话号码,在工作时间围绕“电话是否有人接听”“接听人员能否有效回答问题”“接听人员态度是否友好”三个方面,对四类主体共4129个调查对象进行了三轮电话调查。经过统计分析得到的主要结论如下:一是经过三轮调查,证券公司、基金公司、期货公司和上市公司四类市场主体的电话接通率平均为79.78%,无人接听率平均为12.82%,占线及接听异常率平均为7.32%。其中,基金公司平均接听率最高,达到94.71%;期货公司和证券公司平均接通率分别为93.51%和89.84%;上市公司平均接通率最低,为78.54%。二是在三轮调查中,3次全都有人接听的调查对象有2627家,占比63.62%;2次有人接听的有836家,占比20.25%;1次有人接听的有339家,占比8.21%;3次均无人接听的有327家,占比7.92%。在327家3次均无人接听的调查对象中,有基金公司0家、期货公司1家、证券公司2家、上市公司324家;其中50家调查对象连续两年电话无人接听。三是上市公司中被ST的公司接通情况较差,三轮调查汇总接听次数平均为2.05次(总共3次),而A股上市公司汇总接听次数平均为2.36次;被ST的公司3次调查均有人接听的占比47.01%,比A股平均水平(63.62%)低16.61%。四是三轮调查中,接听后能够有效回答问题的公司分别有3244家、3102家和3168家,平均有效回答率为96.17%;而在电话中回答“不清楚、不知道、不负责”或者转接别处后无人接听、占线、自动挂断等不能有效回答率为3.83%。五是调查显示,在有人接听电话时,电话接听人员的态度普遍较好,其中平均态度友好率为86.38%,态度一般率为12.77%,态度较差率为0.85%。六是与去年相比,四类市场主体电话平均接听率为79.86%,较去年的82.72%小幅下滑。四类主体中,证券公司、基金公司和期货公司的电话接听率较去年相比均有小幅上升,持续维持较高占比;而上市公司电话接听率则较去年下降3.5个百分点,根据调查过程中上市公司接线人员回答情况,新冠肺炎疫情对上市公司的电话畅通情况产生了一定影响。根据调查情况,投保基金公司提出以下建议。首先,各市场主体加大对投资者的尊重和重视程度,将投资者关系管理提升到战略高度,保持与投资者的沟通渠道畅通有效;其次,各市场主体公开专门的投资者服务电话而非总机电话或录音电话,同时合理安排投资者服务电话接听人员,避免董秘和证券事务代表不在时无人接听;再者,监管部门和行业自律组织加强对各类市场主体投资者关系管理工作的引导和监督,建立对电话畅通情况以及各类投资者沟通渠道监督检查的长效机制。(胥秀丽)

首家中外合资理财公司获准开业

国内首家中外合资理财公司——汇华理财有限公司(简称“汇华理财”)近日获准开业。中国证券报记者获悉,目前多家银行正在与外资机构接洽,积极布局合资理财公司。分析人士称,合资理财公司的成立是我国金融业进一步对外开放的重要标志,有利于引进国际先进资管机构专业经验,进一步丰富资管市场主体和产品种类,满足投资者多元化服务需求。

合资公司落地上海

9月24日,中国银保监会批准汇华理财开业。汇华理财是国内首家获准开业的中外合资理财公司,注册资本10亿元,注册地为上海。据悉,汇华理财由中国银行与东方汇理资产管理公司合作筹建,东方汇理持股55%,中国银行全资子公司中银理财持股45%,将主要从事发行公募理财产品、发行私募理财产品、理财顾问和咨询等资产管理相关业务。业内人士表示,中国境内首家中外合资理财公司获批开业,是我国金融业进一步对外开放的重要标志,有利于引进国际先进资管机构专业经验,进一步丰富资管市场主体和产品种类,满足投资者多元化服务需求。除汇华理财外,还有一家中外合资理财公司即将“落地”。近期,银保监会批复建信理财和贝莱德成立合资理财公司,预计后续还会有更多国际知名金融机构进入中国市场。其他银行也开始紧锣密鼓地布局。9月1日,光大银行行长刘金在中期业绩发布会上表示,将按照国家进一步对外开放的要求,加快合资理财公司建设。今年6月,交银理财董事长涂宏公开表示,交银理财已经接洽多家外资金融机构,拟共建合资理财公司,补充公司权益短板。

黄金窗口期到来

“从目前了解到的情况来看,有多家外资机构正与银行沟通,处于‘多对多’洽谈阶段。”一位熟悉外资机构的资深业内人士介绍。“外资机构很愿意跟银行理财子公司合资或合作。”上述人士说,过去几年在中国市场的实践经验让外资资产管理机构深刻感受到,在中国发产品,银行是主渠道。如果能与银行成立合资公司,无论是参股或控股,银行肯定会贡献一定资源。“哪怕需要较大投入,或者从运营成本的角度预计初期可能亏钱,但获得了银行宝贵的渠道资源。”富达国际中国区董事总经理李少杰日前表示,“希望国内各个银行的理财子公司给外资一个机会合作,共同创新,共同服务我们的投资者。”“这也折射出外资看好中国财富管理市场长期发展趋势。”银保监会副主席祝树民表示,从市场规模看,新冠肺炎疫情没有改变我国居民财富长期增长的基本趋势。从需求端看,我国居民财富管理需求潜力将持续释放,发达国家经验表明,随着居民收入持续增长,财富管理行业规模占GDP的比重将不断上升,目前英美等国普遍达到2倍以上,而我国仅为1倍左右,居民财富管理的需求潜力十分巨大。祝树民表示,下一步银保监会将进一步扩大对外开放。欢迎境外有经验的资产管理机构与中国的金融机构一道互惠互利、合作共赢,在股权、产品、管理和人才等方面开展合作,将国际上成熟的投资理念、经营策略、激励机制和风险体制运用到境内,提供差异化、个性化、专业化的金融产品和服务。(戴安琪)