

# 按下求变快进键 基金代销打响服务升级战

□本报记者 魏昭宇

9月初,中国证监会修订发布《公开募集证券投资基金销售费用管理规定(征求意见稿)》。这意味着,公募基金行业第三阶段费率改革正式拉开序幕。中国证券报记者了解到,在销售费率改革文件出台后的两个多月时间里,多家基金销售机构在战略规划、策略升级、客户开拓等方面进行了思路上的调整。

为适应市场环境变化并构建新的增长曲线,不少领先的第三方代销机构正积极推动其业务重心与客户结构的战略性调整。据一位业内资深人士透露,其公司已将部分资源向私募业务领域倾斜,这不仅是出于提升业绩能力的考量,更是为打造差异化竞争壁垒所做的长期布局。与此同时,在市场波动加剧的背景下,能够理解并承受较高风险、资金期限较长的机构客户,因其对权益类资产的配置需求更为稳定和专业,正成为销售团队重点聚焦与服务的核心对象。

有业内人士表示,费率改革将深刻影响基金销售行业的生态格局和发展方向。在产品类型上,权益类产品将成为代销机构发力的重点,而提升客户体验、优化服务能力、增强客户黏性等,对代销机构来说刻不容缓。



视觉中国图片

## 打法有所变化

9月5日,中国证监会修订发布《公开募集证券投资基金销售费用管理规定(征求意见稿)》,成为分阶段推进费率改革的“最后关键一步”,意味着公募基金行业费率改革进入收官阶段。具体来看,《规定》明确合理调降公募基金认购费、申购费、销售服务费率水平,降低投资者成本。比如,本次降费,将股票型基金的认购费率、申购费率上限由1.2%、1.5%,调降至0.8%;将混合型基金的认购费率、申购费率上限由1.2%、1.5%,调降至0.5%;将债券型基金的认购费率、申购费率上限由0.6%、0.8%,调降至0.3%。

《规定》发布后,在业内引起广泛探讨,其中,代销机构在销售费率系统性下降的大浪潮

中将会受到怎样的影响,成为了市场关注的焦点。中国证券报记者了解到,将更多人力、财力、物力投放在权益类产品上成为多家基金代销机构一致认同的做法。“从中国证监会发布的《推动公募基金高质量发展行动方案》和9月份推出的费率改革举措来看,相关部门对权益类产品的布局非常重视。从认申购费、销售服务费、客户维护费方面来看,我们发现含‘权’量越高的基金,销售类费率下降幅度越小。这意味着我们必须顺势而为,加大权益类产品的销售力度。”一位来自北京某基金销售机构的业务人员王鹏(化名)向中国证券报记者表示。

具体到客户的开拓层面,王鹏表示:“能够

买偏股混合类基金的大客户是我们公司重点关注的对象,所以现在的业务人员频繁往返各家银行自营、农商行、城商行等机构,进行增量业务的拓展。”

除了公募赛道,私募赛道已成为基金销售机构发力的重要方向。“对于之前一直深耕私募产品的销售公司来说,费率改革产生的影响还不算太大,但对于部分一直将公募业务放在核心位置的代销机构来说,有必要思考如何开拓更多业务线。”一家华南基金代销机构的业务部门负责人表示,近期公司调整优化战略思路,力图在高净值客户人群中找寻新的业务增长点。

此外,还有多家此前一直发力B端业务的销

售公司正在积极探索能够触达C端客户的业务模式。“‘BBC’是我们近两年探索的一种业务模式,也叫‘B to B to C’,简而言之,就是销售公司通过另外一家有相关牌照资质的机构触达C端客户,现在很多电商、便民服务生活类的App都有相关资质,可以在更加多元化的场景下连接更多C端客户。”

一家代销机构的市场负责人表示,此前B端的机构业务一直是公司发展的重心,但如今C端业务也被重视起来。“论C端资源,我们肯定比不上一些业内巨头,只能另辟蹊径,挖掘长尾市场。”这位业内人士表示,“BBC模式确实能让我们发现不少未被挖掘的C端场景,从最终效果上看,也带来了一定业务增量。”

## 提升用户体验

越来越多的代销机构认识到,在基金产品愈加丰富的背景下,提升用户的服务体验成为不同机构竞争层面的重要软实力。“为投资者提供适配、灵活、科学和一站式的投顾服务显得至关重要。”一家沪上销售机构的业务人员表示。

不少机构正在服务端进行创新性的探索。比如,日前盈米基金旗下的且慢平台推出了全新的同路人权益体系,这是行业首次将“投资时长”作为客户核心权益分级维度的创新实践。据悉,且慢同路人权益体系以投顾服务为基础,创新性地将客户的“日均资产情况”和“同行时间”作为核心的权益分级维度,突破了传统财富管理服务“唯资产论”的局限。该

体系通过正向的价值激励机制,引导客户长期持有;以资金规划和资产配置的投资2.0服务方式重塑客户获得感,帮助客户实现具体的财富目标,真正实现以客户为中心的长期主义买方投顾服务。

用AI提高服务水平亦成为了各家销售机构的重要实践。9月末,在2025云栖大会上,盈米基金与阿里云联合发布了国内首个财富管理领域的理财智能体评测集FinMCP-Bench(简称FinBench),以及能够像金融专家一样协同工具调用来处理复杂问题的投顾智能体模型Dianjin-Qieman-FA-Agentic(简称Dianjin-Qieman模型)。“随着大模型在财富管理领域的深化应用,财富管理公司都很关心自己

的AI应用给客户提供的财富管理服务到底有怎样的效果,金融行业也一直在翘首以待专属这个行业的垂直应用大模型,FinBench评测集和Dianjin-Qieman模型正是为了解决这两个问题而面世的。”盈米基金高级副总裁、且慢业务负责人林杰才表示。

此前,腾安基金相关负责人亦表示,公司为广大投资者提供严格选品、风险适配、投教陪伴的“全流程顾问式服务”,鼓励投资者长期持有和分散投资。未来,公司还将持续依托金融科技能力,践行“金融为民”理念,创新提供更优质的产品和个性化资产配置服务,切实提升投资者获得感。

当前,基金代销行业正经历一场深刻的范

式变迁:竞争的焦点已从产品供给的量化竞争,转向服务深度的质效比拼。一位来自上海代销机构的业务负责人表示,产品供给极大丰富、甚至趋于过载的市场环境中,代销机构若仍固守于渠道角色,仅作为被动的产品陈列架,其生存空间必将被持续挤压。未来的核心竞争力,愈发体现在能否围绕投资者全生命周期,构建起兼具适配性、灵活性、科学性与连贯性的投顾服务体系。他说,行业的下一程决胜关键在于顾问价值——即通过专业服务,将复杂的产品信息转化为契合用户个性化需求的资产配置方案,从而引领行业从单纯的销量追逐,转向真正以用户价值为中心的深度赋能阶段。

## 代销行业机遇与挑战并存

今年9月,除了销售费率相关措施的落地,公募基金行业机构投资者直销服务平台(简称FISP平台)的启动亦备受关注。据悉,FISP平台是证监会授权中国结算建设并运营的行业性服务平台,基金管理人、基金托管人应当接入FISP平台,并可借助FISP平台开展基金直销业务。

证监会表示,FISP平台通过制定统一业务标准、对接多元主体、汇集行业直销力量,为各类机构投资者投资公募基金提供了集中式、标准化、自动化的一站式全流程数据信息交互服务,有效解决了公募基金行业传统直销业务运营成本高、效率低、风险大等问题,有利于提高

行业直销业务服务水平,更好支持各类中长期资金入市。欢迎广大机构投资者通过FISP平台开展公募基金投资业务。

中国证券报记者了解到,目前已有不少基金公司接入了该系统。“相较于传统直销,FISP平台为基金公司带来了显著优势,具体表现为运营效率的提高、风控能力的强化以及客户服务体验的升级。”有业内人士表示,相较于代销,公募基金直销具备一定费率优势,在一定程度上降低了投资者的投资成本。在软件层面,FISP平台通过制定统一业务标准、对接多元主体、汇集行业直销力量,为各类机构投资者投资

公募基金提供了集中式、标准化、自动化的一站式全流程数据信息交互服务。

业内人士李明(化名)认为,FISP平台或成为行业发展的一个拐点,帮助基金公司从依赖渠道的惯性中突围,真正聚焦于自身直销体系的构建,“但这对不少中小代销机构来说,也形成挑战”。

“对于大型代销机构来说,专业的投顾服务以及长期合作打下来的互信基础仍然可以让公司在市场中占有一席之地。但对于中小代销机构来说,FISP平台的设立消灭了不少信息差,纯靠走量突围的模式并不长久,中小代销机构需要在

服务等方面不断提升自身水平。”李明表示。

“FISP平台在推动行业信息透明化、降低基础服务门槛的同时,也改变了其原有的生存模式——过去依赖信息不对称或渠道关系进行流量变现的路径越走越窄。中小机构若想避免被边缘化,就必须重新锚定自身的生存空间。它们无法在资源规模上与巨头正面抗衡,却可以凭借组织敏捷性,转向更为精细、专注的精品服务模式,例如深耕特定客群、打造特色化配置策略或提供高度定制化的陪伴式服务,从而在激烈的市场分化中找到自身的差异化价值支点。”李明进一步分析说。