

# 银行代销基金存“猫腻” “赎旧买新”短期难逆转

本报记者 张漫游 郝亚娟  
北京 上海报道

今年以来,银行基金销售持续火爆。从上市银行业绩报中,可以看到基金销售为多家银行带去了可观的收入。在新基金发行火爆的背景下,银行客户经理销售新基金也存在一定指标压力,因此在销售基金时多向客户推荐新的基金。

《中国经营报》记者在采访中

## 银行渠道考核压力 新发基金有销量指标

据中国证券基金业协会最新数据显示,公募基金行业规模达17.69万亿元,2019年底这一数字仅为14.80万亿元。

“从我行的实际情况看,受疫情影响,保险线下代销受到了一定影响,再加上新基金发行热、市场行情好,所以加大了基金销售的力度。”某股份制银行地方分行管理层如是说。

从上市银行业绩报中也能看出,在今年上半年,银行机构通过代销基金赚得盆满钵满。据不完全统计,截至6月底,中信银行全行非货币基金累计销量同比增幅达445.68%;招商银行在半年报中提到,报告期内,该行实现代理非货币公募基金销售额2567.09亿元,同比增长207.03%,代销基金收入48.08亿元,同比增长105.03%,招行称主要是因为该行抓住了资本市场机会,偏股型基金销量实现大幅增长;农业银行亦在半年报中提到,上半年全行基金销量为1485.45亿元,实现基金代销收入11.88亿元,同比增长80%;邮储银行上半年代销基金860.71亿元,同比增长180.21%,其中代销非货币基金734.05亿元,同比增长742.98%。交通银行上半年基金组合销售规模50.57亿元,非货币基金销量同比增长207.08%,基金类产品资产管理规模较上年末增长30.05%。

## 短期激励将被遏制

记者在采访中了解到,除“赎旧买新”外,目前基金销售过程中还存在其他没有将投资者利益放在首位的营销方式。

某资深银行人士表示,银行代销基金的规则比较模糊,在实际业务中,客户经理会向超龄投资者或其他条件不符合风险等级的客户推荐基金。“在购买基金前,客户需要做风险等级测试,客户经理很可能会教投资者一些答题技巧以使得测试结果满足购买某款基金产品的风险等级要求。”

此外,“还有一种情况是,通常来讲,基金公司会给银行一些手续费折扣,如单笔申购100万基金,免收手续费。有的客户经理却让投资者将100万分成两笔购买,这样做于客户经理而言,100万的佣金都可以赚到。客户经理并没有从投资者利益最大化角度出发。”

上述基金销售过程中存在的“赎旧买新”、跨风险等级销售等不良现象可能会随着近日公布的《基金销售新规》得到遏制。

上接《B9》

从国金基金的债券型基金收益来看,张婷认为,属于同类中后水平,吸引力相对较弱,并且这些基金持有人基本上是机构投资者,这在一定程度上说明,该基金公司债券型基金规模上升主要靠机构投资者。

当下公募是剔除货币基金考量管理规模的时代,若公司依赖机构投资者扩充债券基金规模对于公司的发展将会产生哪些弊端?

张婷告诉记者:“如果基金公司依赖机构投资者扩充债券型基

金,未来可能会导致基金的规模暴涨暴跌,尤其是当基金的业绩不满足机构投资者的要求时,可能会存在短时间资金大幅撤离的情况,大资金撤离之后,基金很容易沦为迷你基金,甚至不排除最后清盘的可能性。”

“若机构投资者占比较大,机构大额赎回会影响到基金正常投资和运营。”程颖表示,机构资金大额进出会损害普通投资者利益,从而影响到基金公司在普通投资者群体的口碑和用户体量。



随着第三方平台、互联网巨头的加入,公募基金代销渠道日益壮大,基金费率分化也就此展开。

一边是银行加大基金代销力度,另一边则是投资者“热情高涨”。在采访中,多位投资人向记者表示,近期频繁接到银行关于新基金的推销信息。为什么银行推荐的多是新基金?某理财经理告诉记者,主要有两方面原因,今年新基金发行行情火爆,以及银行对于新发基金有一定的销量指标。

Wind数据显示,以基金成立日为准,截至9月10日,今年已有超过1000只基金成立,累计募集资金突破2万亿元,刷新历史新高。

为了更多地出售新基金,部分银行可能会让客户“赎旧买新”。“在实际销售中,‘赎旧买新’的情况还是比较常见的,主要是基于银行的渠道考核制度。”某基金公司市场部总监如是说。上述理财经理补充道,基金一出一进就可能产生1.7%的手续费,这对银行的收益也有帮助。

记者注意到,《基金销售新规》秉持将投资者利益放在首位的原则,强调了销售机构建立健全引导长期投资的内部考核机制的相关规定,并加大对存量基金产品持续销售、定期定额投资等业务的激励安排,且规定“不得将基金销售收作为主要考核指标,不得实施短期激励,不得针对认购期基金实施特别的考核激励”。

谈及基金销售新规对于银行代销渠道的影响,上述基金公司市场部总监向记者分析,其中提到的“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率不得超过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率不得超过30%”影响会比较大。

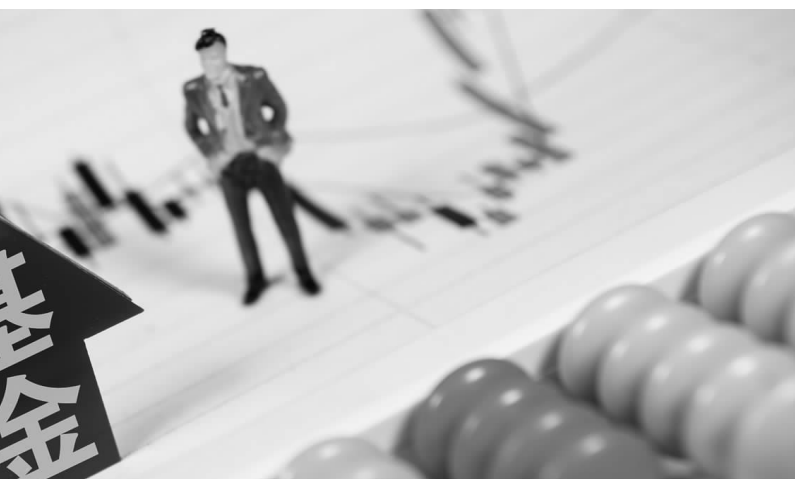
他认为,“监管部门这一举措也是希望能够增加基金公司的收入,使公司能将更多资金投入产品运营和投资者教育中去。不过,上限的制定可能会使‘头部’效应更加明显,更会削弱一些募

集能力弱的基金公司的渠道竞争能力,限制其发展。”

同时吴昊认为,未来银行会加大金融科技的投入来支持基金销售。“基金销售展业非常需要网金技术与运营人才。银行代销虽然有用户规模优势,但是还是存在部分长尾银行缺乏运营营销互联网人才和技术人才的投入,且与其他互联网金融平台相比,银行不仅申购费高且特色服务并不是很明显。同时,头部银行已经拿到了基金投资顾问牌照的会加大技术开发,让线上基金投顾业务快速成长起来,加快基金销售的质效。”

10月1日正式开始实施。

对此,银行和基金机构方面表示,目前,基金销售新规还未对银行代销基金造成明显影响,但基金销售新规提出“不得将基金销售收入作为主要考核指标,不得实施短期激励,不得针对认购期基金实施特别的考核激励”。业内人士认为,从长远来看,基金销售新规将从销售端来规定和强调长期投资理念,促进基金行业的良性发展。



随着第三方平台、互联网巨头的加入,公募基金代销渠道日益壮大,基金费率分化也就此展开。

某国有行支行行长亦向记者透露道,银行员工选择推荐哪只基金与基金的佣金有关。“比如,排名靠前的基金比较好卖,但给到银行的渠道费低;排名比较靠后的基金比较难卖,基金公司在与银行合作的时候,给的渠道费较高。除了不同基金产品的佣金差异,银行内部有时会出台一些政策,如满足一定销售量,银行拿出更多的奖励或者加大考核比重等。对于银行员工而言,就会倾向于推荐佣金相对较高的基金,即使这只基金的排名比较靠后、历史业绩也不突出。”

“不过,新基金建仓收益慢,这种操作还会加大基金管理和操作难度,与长期投资理念背道而驰。同时,基民赎回基金时有赎回费,再购买新基金还需要交纳申购费,‘赎旧买新’不一定划算。”上述某股份制银行地方分行管理层如是说。

“今年以来,伴随新基金发行火热,头部银行代销基金收入大幅增长。但在基金费率持续下降的大环境下,曾经以‘强势’形象示人的银行,也无法回避这一趋势。尤其是互联网巨头的加入,令基金营销方式有所改变。”

银行半年报数据显示,今年上半年,招商银行、邮储银行、农业银行等多家银行代销基金收入均有所上涨,非货币基金销量同比增长幅度也较高,大约在105%~750%之间不等。

一位基金业资深人士向记者分析,银行代销基金费率下降是大势所趋,一方面,像蚂蚁等互联网平台所服务的群体更加广泛,包括银行端物理网点的客户也在逐渐改变习惯,倾向于更加便捷的投资方式,因此银行的高费率不会持久。

杨佳星也指出,上半年银行、券商代销渠道延续向互联网第三方销售平台靠拢的趋势,从费率的角度仍有进一步下降的空间,相信交易成本的整体下降将会是不变

的趋势。他强调,此外,基金投顾业务也将使原有的基金销售机构在拿到基金投顾牌照后开发新的业务模式,有足够动力进一步促进交易成本的下降。

“未来基金代销行业的认/申购费会逐渐降低甚至消失,随着投资者的专业度提升,会逐渐选择成本更低的途径进行基金购买,如果银行不能提供差异化的服务,那么基金代销的份额未来大概率会逐渐降低。”张婷直言,代销模式会逐渐从“走量的形式”过渡到“专业制胜的层面”,是否能够给投资者提供更加便捷、专业、高效的投资服务至关重要,目前蚂蚁聚宝逐渐涉猎智能投顾领域,工商银行、招商银行、平安银行也已获准成为基金投顾业务试点机构,成为首批获得该业务试点资格的银行。未来这些差异化服务会带来更多的客户黏性。

# 公募基金费率战正酣

本报记者 易妍君 广州报道

在A股结构性行情背景下,公募基金赚钱效应令新基金发行市场异常火爆。截至9月8日,年内新成立基金数量达到1005只,继2019年后再次突破千只。新成立基金发行份额则突破2万亿份,创年度历史纪录。

## 基金销售价格战升级

记者查询支付宝基金专区(蚂蚁基金)等互联网代销平台了解到,在这类以流量见长的平台上,其代销的权益类基金的申购费(主



随着第三方平台、互联网巨头的加入,公募基金代销渠道日益壮大,基金费率分化也就此展开。

动权益类基金的申购费为1.5%)基本上都是一折,即0.15%;而部分指数产品的申购费为0。但在某银行APP上可以看到,其代销的主动权益类基金的申购费并不会打折,打折的多是被动的指数产品。

有业内人士告诉记者,银行代销的部分产品也会打折,最低可以做到四折,但银行主要还是通过线下的理财经理的营销(做大规模),而且银行是新发基金的主要渠道,一般互联网渠道更多是做老基金的持续营销,因为互联网上的客户

## 多元化竞争格局

“今年以来,伴随新基金发行火热,头部银行代销基金收入大幅增长。但在基金费率持续下降的大环境下,曾经以‘强势’形象示人的银行,也无法回避这一趋势。尤其是互联网巨头的加入,令基金营销方式有所改变。”

银行半年报数据显示,今年上半年,招商银行、邮储银行、农业银行等多家银行代销基金收入均有所上涨,非货币基金销量同比增长幅度也较高,大约在105%~750%之间不等。

一位基金业资深人士向记者分析,银行代销基金费率下降是大势所趋,一方面,像蚂蚁等互联网平台所服务的群体更加广泛,包括银行端物理网点的客户也在逐渐改变习惯,倾向于更加便捷的投资方式,因此银行的高费率不会持久。

杨佳星也指出,上半年银行、券商代销渠道延续向互联网第三方销售平台靠拢的趋势,从费率的角度仍有进一步下降的空间,相信交易成本的整体下降将会是不变

谈股论金》

# 拥抱权益投资的大时代

回望2020年下半年的A股市场走势,6月底、7月初券商板块异军突起吹响了行情的号角,4个交易日,非金融行业涨幅超过20%,带动大盘指数整体上涨超过15%。

很多市场参与者认为,本轮行情的演绎和2014年四季度上一轮牛市的初期有很多相似之处。

把今年的宏观经济和资本市场与6年前相比较,我们可以发现有很多共同点。比如:经济基本面都难言理想,市场行情基本上不是盈利驱动。

宏观经济的发动机和增速面临切换,GDP增速下降,经济结构亟须调整,驱动力亟须转换。

流动性比较充裕,2014年时央行数次降准和降息并创设了MLF等政策工具,而今年则是因为特殊时期进行了逆周期的政策对冲。资本市场基础设施和政策做

与此同时,基金销售价格战已从第三方平台、互联网电商巨头,蔓延到银行渠道、基金公司直销。可以想见的是,未来一段时间,基金费率激战就此拉开序幕,基金代销行业的竞争格局也将发生巨变。继招商银行率先对指数基金的认申购交易打1折优惠之后,《中国经营报》记者获悉,部分头部

非常看重历史业绩。

不过,记者注意到,支付宝基金专区也开辟了“新发基金”的销售,其主动权益类基金的认购费折扣在“0~1折”不等,但这类平台上的新发基金种类有限。这显然打破了银行作为新基金主要销售渠道的情况下,认购费不打折的传统。

基金公司方面,部分头部基金公司的APP已经将申购费降到了0折,但必须通过其官方钱包功能申购该公司的基金才能享受零费率,直接在APP上购买基金的申购费与银行代销费率一致。此外,考虑到成本问题,也有小型基金公司已经放弃了直销渠道。

从今年上半年的行业整体情况来看,天相投顾高级基金研究员杨佳星分析,基金公司的销售服务费(认/申购费、C份额销售服务费)仍保持逐年递减的趋势,这也符合目前市场的整体导向,降低基金投资者的交易成本,这个趋势随着海外基金巨头的逐步进场会愈发明显。

格上财富高级研究员张婷向记者指出,银行、第三方平台以及券商这几类基金代销平台中,第三方平台的折扣力度最大,认/申购费一般能达到1折,而银行一般不打折,最低能达到4折左右,这意味着投资者从银行购买基金付出的成本费用要更高,“但由于银行

的趋势。他强调,此外,基金投顾业务也将使原有的基金销售机构在拿到基金投顾牌照后开发新的业务模式,有足够动力进一步促进交易成本的下降。

“未来基金代销行业的认/申购费会逐渐降低甚至消失,随着投资者的专业度提升,会逐渐选择成本更低的途径进行基金购买,如果银行不能提供差异化的服务,那么基金代销的份额未来大概率会逐渐降低。”张婷直言,代销模式会逐渐从“走量的形式”过渡到“专业制胜的层面”,是否能够给投资者提供更加便捷、专业、高效的投资服务至关重要,目前蚂蚁聚宝逐渐涉猎智能投顾领域,工商银行、招商银行、平安银行也已获准成为基金投顾业务试点机构,成为首批获得该业务试点资格的银行。未来这些差异化服务会带来更多的客户黏性。

另一方面,银行、第三方代销平台之间的竞争日趋激烈。对此,盈米基金有关人士表示,中国财富管理市场体量巨大,银行、券商、基

益资产配置比例。

第四,资管新规实施,各类理财产品净值化改造,叠加股市赚钱效应,居民储蓄正加速进入权益市场。

资本市场制度日益完善,科创板、“创业板”、新三板精选层等陆续推出,构建了多层次的资本市场,提高了企业直接融资的效率。

证券市场规则和国际接轨,吸引了很多具备国际竞争力和国家战略属性的优质公司回归。注册制和退市制度日益完善,提高了市场资源配置的效率。

结合居民的配置需求,成就更健全有效的资本市场,将造就权益配置大时代。若干年后,我们回顾2019~2020年火热的基金市场,会发现这只是居民权益投资大时代的开端。

作者系农银汇理永乐3个月持有期混合型基金中基金(FOF)基金经理叶昕

基金公司的APP已经将申购费降到了0折。

8月28日,证监会出台了《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》及配套规则(以下简称《基金销售新规》),对客户维护费(尾随佣金)设置上限,这被视为针对基金销售机构“扶优汰劣”的新举措。

事实上,对渠道的偏好与投资者年龄、投资经验有关。在目前的市场行情下,选择不同的代销渠道,则直接影响到投资者的投资收益。假如以1万元作为本金,投资某公司的绩优基金新兴产业,仅申购费用方面,相较于银行,在头部互联网平台购买可省去135元的申购费,如果是10万元本金,即可省去1350元。

投资公募基金,需要支付的费用包括销售费用如认购费、申购费、赎回费,以及基金运作相关费用,包括管理费、托管费等。从部分投资者偏好频繁申赎的情况来看,大家对于基金费率,即投资基金所需要支付的成本并不敏感。如今,大的趋势是,不同销售渠道、不同类型的基金实施差异化的费率标准,即使是购买同一只基金但选择了不同的销售渠道,最终的投资收益也会有差异。

就目前来看,各个基金销售渠道的费率差异主要表现在申购费、认购费等方面,赎回费通常按照持有期限设置不同比例的手续费(持有期越长,费率越低,或者无赎回费),管理费一般为固定费用(个别基金公司的个别基金会与管理费做出特别约定),大多为1.5%。

“从第三方来说,在整个产业链上,基金公司与第三方销售公司是紧密的合作关系,基金公司具有非常强大的投研力量,他们可以向更多的合作伙伴输出自身强大的投顾服务能力,而第三方销售机构具有强大的技术水平和客户服务能力,未来的格局一定是资产管理机构和财富管理机构更加紧密合作,一起为投资者服务。”该人士指出,“买方投顾”是市场刚需,基金公司在“投”部分上拥有独特优势,而三方销售机构在连接客户的“顾”部分具有天然优势,市场巨大。

随着互联网销售机构越来越多的参与到公募基金销售中,《基金销售新规》对于独立基金销售机构提出了更高的、更有针对性的设立标准和监管要求。同时,还强调了基金销售机构的从业规范和风控,更加重视风控要求。突出强调基金销售行为的底线要求,细化完善投资者保护与服务安排等。