

Fund

交银施罗德基金管理有限公司  
BANK OF COMMUNICATIONS Schrodors

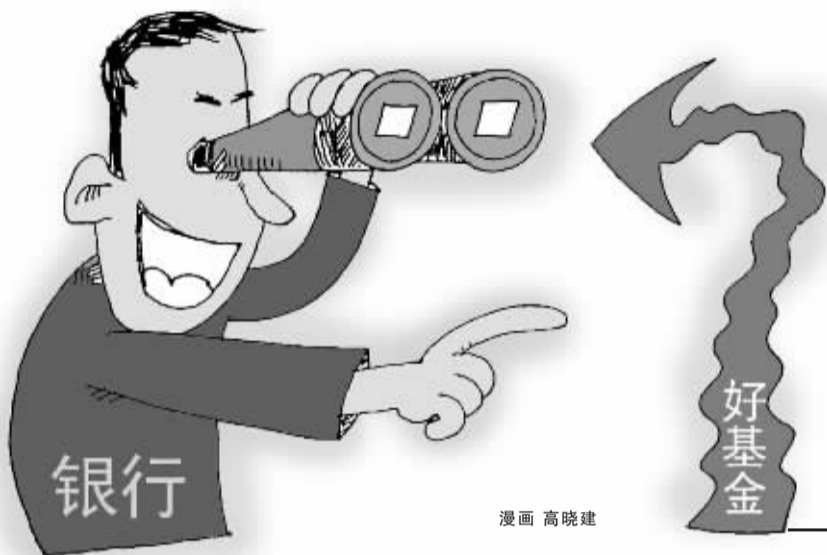
我懂财富 我更懂你

客服电话:400-700-5000(免长途话费) 公司网站:www.jysld.com

3

# 2010,谁是渠道眼中最“靚”基金

## ——针对银行理财经理的2010基金销售形势调查



漫画 高晓建

雄关漫道真如铁,相对于08年的“惨淡经营”,09年火红的基金销售行情让银行渠道的理财经理们颇有“守得云开见月明”之感;而今迈步从头越,面对充满变数的2010年,银行渠道的理财经理们对于新一年的基金销售又有怎样的期待?他们对于年内市场又是一个怎样的预期?

据统计,超过八成的基金产品通过银行渠道销售,银行的理财经理们无疑是“最接近基金市场”的人。近日,记者走访了上海多家银行的理财经理,希望能够从中一窥这支基金销售主力军对于2010年基金市场的预期和展望。

◎本报记者 孙旭

### 基金市场预估偏向乐观

在走访过程中记者发现,相当一部分理财经理对于今年的基金市场行情持较为乐观的态度。在回答对于2010年基金销售情况预期如何的问题时,多数理财经理认为今年的销售情况会与09年持平甚至比09年的情况更好。

建设银行某网点理财经理告诉记者,因为今年股指期货和融资融券将要推出,这对于基金业总体来说是个好消息。从目前的情况估计,具有标的预期的沪深300指数基金以及类似的中证100指数基金,封闭式基金和重仓银行股的大盘蓝筹风格基金,受益将会较明显,对投资者来说较有吸引力。

该理财经理分析认为,股指期货和融资融券是以大盘股为标的,因此会提升市场对于大盘股的需求,选择涵盖此类股票的指数型基金可能是今年基金销售市场的一个趋势;而封闭式基金作为典型的套利品种,其折价率能够配合股指期货的对冲操作大幅收窄,也具有较为明显的投资价值。

工商银行某网点的客户经理也将看好2010年基金销售市场的重要原因归结于股指期货和融资融券的推出。她认为,虽然酝酿已久,股指期货和融资融券在中国这个资本市场仍然属于新鲜事物,其对投资者的投资能力和实力都有较高要求。对普通投资者来说,要想直接参与其中,门槛高,风险大。

“选择背靠基金这棵大树是个不错的选择,”该客户经理说:“基金有较强的投研能力和专业化的管理,比一般投资者更懂得去把握市场机遇和规避市场风险。同时,他们在这方面也做了比较充分的准备,据我们了解,一些基金公司很早之前就已经开始准备相关的工作了。”

而另一家中小商业银行的理财经理则是通过往年的销售经验对今年的行情作出较为乐观的判断。该经理说,07年股市见顶的阶段,也是基金销售最为疯狂的时期,之后市场一路的下跌使得销售行情收到重挫,“基本上都是求爷爷告奶奶让客户意思意思买点完成指标”。

09年市场回暖,买基金的人又逐渐多了起来。“现在倒是一个买入基金的不错的时间段。”该经理认为,大市震荡向上,但是并没有到07年那么疯狂的程度,相信今年的销售应该会持续向上,而到了什么时候投资者开始疯狂排队买基金,“不管什么基金,能买到就行”的时候,那就是行情见顶的转折点了。“到时候我们会提醒投资者注意风险,而基金销售也有可能重新掉转头向下。目前还远没有到这个程度”。

同时,也有个别理财经理认为今年的基金销售压力将会比去年大。某大型国有商业银行的一位客户经理认为,经历过07年和08年的冰火两重天,投资者们受到了市场的洗礼,开始逐渐成熟。该经理表示,预计今年的市场格局仍以震荡为主,哪怕市场有那么一波小的阶段性行情,投资者也不太会像以往那样跟风买基了,越来越多的投资者会更加冷静地去观察分析,看清形势了再下手。“这虽然是件好事,但是对于我们的销售来说可能也意味着更大的压力”。

在具体的基金类型方面,多数理财经理仍然偏向推荐偏股型基金,原因主要集中在对于宏观经济环境持续向好的判断上。另一家大型国有商业银行某网点的理财经理表示:“虽然近期部分因素阻碍市场上涨,但是向上的势头依然存在,未来应该呈现出一个震荡向上的慢牛态势,所以短期的调整反倒给偏股型基金带来较好的建仓机会。”

### 市场凸显马太效应

在谈到比较看好哪些基金团队的问题时,大部分理财经理都选择了目前市场上“名气响亮”的大公司,其中犹以选择华夏和易方达者居多。

“名气做出来了,投资者就认准了买。”招商银行某网点的理财经理表示:“大型基金公司发的基金一天就能募集一百多个亿,而小公司发一只基金,延长募集期了可能还是无人问津。”

民生银行的一位客户经理也深有感触:“有时候往往我自己认为某只基金比较适合某位投资者,但他们就是不愿意买,嫌公司没有名气,要买也买大公司的,认为大公司实力雄厚,买了放心。所以小公司的基金费了大力气推荐有时候还是‘生意清淡’,大公司的基金可能你不用做工作都会有投资者主动购买。”

而在“业绩为王”的基金销售市场,品牌的背后也是出色的业绩在支撑。渠道经理们较为看好的华夏和易方达,在去年的投资中可谓收益颇丰。根据银河证券基金研究中心公布的《中国证券投资基金2009年业绩榜单》显示,分类型业绩冠军中,易方达有3只基金上榜,华夏有2只基金入列。

某只基金做得好,同公司的其他基金也跟着沾光,某大型国有商业银行的一位理财经理用开玩笑的口吻形容这是“一人得道,鸡犬升天”。他告诉记者,虽然每年的业绩排名可能都有很大的波动和变化,但是毫无疑问的是去年的基金业绩排名肯定会在今后投资者的购买产生一定的“指向性参考”。

### 同质化竞争 期待沟通与创新

在采访过程中,相当一部分理财经理认为目前基金公司主动与渠道方面的沟通仍待加强。这一方面源于银行在与基金公司的对话中仍然处于主导地位,另一方面也与基金产品的同质化和银行销售产品的多样化特点有关。

“现在市场上的基金茫茫几百只,大部分都有同质化的问题。”顺着之前提到的“沟通”问题,该理财经理表达了其对于基金公司加强与渠道交流的看法:“银行理财师需要顾及的除了基金还有其他众多理财产品,精力的局限性使我们和基金公司在没有进行及时充分沟通的前提下,要对这么多类似的产品有一个清晰的把握存在难度。”

另一位商业银行的理财经理更是直截了当:“那么多的基金,夸张点说,除了名字,大部分都一样。在销售过程中基金公司方面能够更多地做好信息沟通工作,对于我们向投资者提供合适的基金产品投资建议

另一方面,不少理财经理表示,股指期货的推出也将使基金行业的马太效应进一步凸显,基金市场甚至面临重新洗牌的可能。

上述大型国有商业银行的理财经理认为,由于各公司研究实力差距较大,股指期货的推出将加剧基金公司实力的分化。“大公司投研实力强,在市场机遇的把握和风险规避方面可能都要优于小公司,在业绩方面可能会拉开差距。”

“不仅仅是业绩,规模方面的差距可能更加明显。”该行另一位客户经理补充道:“实力强的基金公司可以研究出更多与股指期货相关的基金产品,满足市场上各类投资者的需求,使公司管理资产规模进一步增加。所以今年的基金销售市场肯定仍然是大公司占主导。”

不过也不同的声音。某家城商行的客户经理向记者表示,相对于那些大公司,自己比较青睐中小型的基金公司。“因为他们在与渠道沟通方面可能更细致。”

她举了个例子,该经理曾经想要了解下某家大公司旗下一只新基金目前大致的销售情况,以便于其向投资者进行更好的投资建议,但是电话打过去对方守口如瓶。相反,当该经理以同样的方式去询问另一家小基金公司的市场部负责人时,对方就显得“较为坦诚”。

“我们也需要能够与基金公司保持良好的沟通,这样才能使我们能够更加准确地掌握信息,从而有针对性地为客户推荐合适的基金。”该经理说。

是非常重要的。”

“要在同质化竞争下胜出,光靠对我们渠道‘做工作’也不见得一定有效。”一家大型国有商业银行某网点的客户经理说:“今年新的基金申报制度使得渠道拥堵加剧,大家都来做银行‘工作’,总有排不上队的,特别是那些底子较薄的小公司,没有足够的实力与大公司竞争。所以创新应该是未来一段时间小基金公司打破大公司‘销售垄断’的一个途径。”

招行某网点一理财经理认可这种说法。她表示,“作为银行方面,我们也很期待基金产品的创新,这样我们可以卖的产品越多,选择也越多。毕竟银行面对的是有选择意识的客户,我们也希望自己能够有更大的空间和选择余地,来有针对性地为客户提供更加适合他们的基金理财产品,这样对于提高我们自身的形象和口碑,保持顾客的忠诚度并且拓展更多客户资源也是非常有益的。”