

从生不逢时到苦尽甘来

富国基金的营销之道



成立于1999年的富国基金管理公司,是中国首批十家基金公司之一。与命运坎坷的中国基金市场一样,富国的发展之路并不顺畅。

生不逢时的坏运气公司

富国基金副总经理谢卫把他的同行们分成四类:一是“值得尊敬的公司”,这类公司在市场沉浮中,始终保持了行业领先地位;二是“出身高贵的公司”,多是赫赫有名的国际品牌与国内合资的产物,但在中国业绩如何,还要看是否适应水土;三是“好运气公司”,它们一发行就迎来了2006年的牛市;四是“坏运气公司”,天时地利人和总没对上,经历坎坷,“我们富国基金就是坏运气公司。”谢卫笑言。

“好运气可能变坏,坏运气总会到头,我们也不能以出生论英雄。成功的关键要沉下心来,不断努力,在时间的历练中,成长为受人尊敬的公司。”谢卫说。

2000年,当绝大部分中国人还不知基金为何物时,富国开始筹备旗下第一只开放式基金的发行。首发相当艰难,基金申购基本依靠行政命令。“我们到各银行总行做工作,由其给支行下达购买指标。”

谢卫来到新疆,银行的接待人员在还不明白基金申购表该如何填写的情况下,就购买了相当额度。“当时的说法是,互相配合工作。”谢卫说。

然而投资有风险。基金净值很快缩水了近5%。富国的客服电话被打爆了,愤怒的投资者在电话里质问:“银行的钱怎么会亏呢?”

回潮接踵而至。谢卫和同事们感觉压力巨大。

2001年后,中国股市陷入漫漫熊市。由于2002年在应对6.24行情中出现严重失误,富国旗下四只封闭式基金在当年的基金排名中位列倒数5位。

硬是跑出一个市场来

态势严峻。逼上梁山的富国基金调整了投资思路,从“选时”转而“选股”;并着手市场部改革,把销售业绩与收入直接挂钩,从专注于渠道总行的销售,转而深入支行。销售的目标不再是昙花一现的数十亿首发规模,而是全年开放式基金的保有量。富国开始出现在各大二线城市,举办讲座,与渠道商积极沟通。

谢卫在福建一家支行拜访时,给在场工作人员鞠了两躬。“一是表示歉意,我们以前的工作没做好,让客户蒙受了损失;二是表示感谢,对坚持下来的客户表示感谢。”谢卫说。

2003年,加拿大蒙特利尔银行(BMO)参股富国。这一举动在带来资本的同时,也带了先进的管理经验。BMO每季度定期派投资总监、营销总监等高管人员到富国指导工作。合资基金公司的逐渐显示优势。WIND数据显示,2006年国内新晋百亿俱乐部的基金公司绝大多数为合资基金公司。

情况在好转。2004年,富国基金在26家基金公司名列第九。2005年4月,在“《上海证券报》最佳基金公司奖”评选中,富国基

金被广大投资者评为“最快进步奖”。同年8月,富国基金获得了首批企业年金基金投资管理资格。2006年他们又一鼓作气的拿下了包括晨星、理柏等专业评级机构在内的各类奖项。

目前,富国基金公司旗下共有十一只基金,资产管理规模达400亿,40多万客户数中有80%为中小投资者。“真正的赢家靠的是耐力而不是爆发力,”谢卫说,“我们要做训练有素的长跑运动员,而不是短跑健将。”

营销传递品牌价值

在谢卫看来,投资业绩是基金的根本,如果投资不好,哪怕巧舌如簧也没法把基金卖好;而市场营销则是规模的保障,“基金产品相对抽象,更需要营销人员做好品牌的传递与维护。”

谢卫要求他的市场团队一要勇于创新,二要踏实肯干。他觉得这是销售人员难得的品质。“只要待人真诚,踏实肯干,没有跑不出来的市场。”他说。富国基金2006年举行了200多场投资者见面会。相对于广告投入,富国更愿意把钱花在这些地方。谢卫算了一笔帐,一个机场的广告需要投入200万,而在上海举行一场见面会花费2万元,假设每场见面会有一万多名客户参与,200万就能为一万多客户提供面对面的服务。

“市场的好坏或许很难控制。我们唯一能做的,就是不断努力,维护与开拓客户关系,建立良好的后台服务。机会总是垂青有准备的人。”谢卫说。

小资料

首只拆分基金 富国天益

2006年7月17日,富国天益拆分正式实施,成为中国第一只拆分基金。

其时,随着股票市场日益向好,富国天益的净值一路攀升,突破两元大关。但是,高净值带给富国天益的却是基金规模持续缩水,净值越高赎回越多。“资产规模长期停留在2亿元,严重阻碍了投资。”谢卫说。

富国开始研究对策。他们想到了国际流行的基金拆分。所谓基金拆分,是在保持投资人资产总值不变的前提下,改变基金净值和持有基金份额的对应关系,重新计算基金资产的一种方式。比如,富国天益拆分前基金净值是1.6元左右,假设基金份额是一万份,基金资产总额就是1.6万元;拆分后,每份基金的净值将变成1元,基金份额就变成了1.6万份,而基金资产总额仍然是1.6万元。

基金拆分可消除国内众多个人投资者的“高价顾虑”,吸引其重新进行基金投资,从而改善持有人结构。

富国基金于是给证监会提交报告,提出拆分方案,等待审批。经过整整半年的反复研究与论证,拆分方案终于成型。天益价值基金拆分当日销售情况极其火爆,网上的申购量激增。基金拆分与大比例分红一起,成为了2006年基金业内持续营销的主要手段。

全额预缴 比例配售

——访易方达市场部总经理罗永刚

□本报记者 唐雪来

易方达价值成长基金将于3月28日采用“全额预缴、比例配售、余款退还”的方式发售,记者为此采访了易方达市场部总经理罗永刚。

记者:价值成长基金属于什么类型的基金?基金经理是谁?

罗永刚:该基金为混合型基金,股票资产占基金资产的40%-95%;现金、债券资产、权证以及中国证监会允许基金投资的其他证券品种占5%-60%。基金经理潘峰,清华大学博士,2002年加入易方达,曾任化工行业研究员,现任机构理财部投资经理,管理全国社保组合,投资风格稳健。

记者:何谓“全额预缴,比例配售”?

罗永刚:全额预缴是指投资者提交认购申请时,需要预缴全部认购款。如果总认购金额超过110亿元,则按比例对客户的总认购申请进行确认(确认时不分认购时间先后),确认比例为:配售的比例=110亿元/募集期内有效认购申请总金额。投资者认购申请确认金额=募集期内提交的有效认购申请金额×配售的比例。在募集结束后,如总认购金额不超过110亿时,投资者全部有效认购申请都将被确认,不存在比例配售的问题。

记者:根据配售比例,未被确认部分的认购款何时退回投资者账户?

罗永刚:根据配售比例未被确认部分的认购款,基金管理人将在认购结束后2个工作日内划拨给销售机构,再由相关销售机构向投资者的指定帐户划出。

记者:认购费率如何确认?

罗永刚:当需要采取比例配售方式对有效认购金额进行部分确认时,认购费率是以最终确认的有效认购金额为基础计算的。比如投资者用100万元认购本基金,但最后确认实际认购金额只有90万元,按本基金认购费率标准,适用于1.2%的认购费率。

记者:什么是“外扣法”?实行“外扣法”计算基金的认购费用有什么好处?

罗永刚:“外扣法”是证监会关于基金认(申)购费用收取方式的新规定。“外扣法”降低了投资的实际费用水平。收取方式如下:认购费用=认购费率(即认购费用是以净认购金额为基数计算)。净认购金额=认购金额-认购费用;认购份额=(净认购金额+利息)/基金份额面值。

记者:本基金的发行时间如何安排?

罗永刚:本次募集的时间为3月28日至4月18日。但在以下情况下会提前结束募集:如果募集首日的有效认购金额(不包括利息)接近、达到或超过110亿元,或者在募集期首日后的其他时间,如果将当日的有效认购申请全部确认后,将使本基金在募集期内接受的有效认购金额(不包括利息)超过110亿元,本基金将于次日公告提前结束发售,并自公告日起不再接受认购申请。在募集期内,如果预计次日(T+1日)的有效认购申请全部确认后,将使本基金在募集期内接受的有效认购金额(不包括利息)接近、达到或超过110亿元,本基金可于次日(T+1日)公告提前结束发售,并自T+2日起不再接受认购申请。

记者:易方达价值成长基金的封闭期有多长?

罗永刚:基金申购、赎回的打开时间将视基金建仓进度而定,但不会超过基金合同生效日后的3个月。

2007:行业倒春寒可能到来

谢卫的盛世危言

“一旦股市下跌,净值缩水,客服电话又打不进来,大规模的赎回潮就可能到来。”谢卫说,“口碑相传的行业品牌,将遭受巨大打击。在一个不太成熟的市场,行业倒春寒可能到来。”

“大量新人涌入市场,他们多没经历过熊市,对风险没有概念。如何服务好这群人,成了中国基

金业当前最大的挑战。”逝去的2006年已给中国基金业立下一个难以逾越的标杆。然而,在谢卫看来,这一狂热对中国基金业来说,却是个危险的信号:“基金行业在面对呈几何数级增长的客户数与资金管理额度时无疑底气不足。到处都缺人,无论是投研人员,还是客服队伍,或是营销团

队,对于从无到有的基金行业而言,‘人才荒’已成为行业性难题。”

“这是一个疯狂的时代,面对这样一个行业快速扩张的时期,富国希望成为这个疯狂时代中冷静的‘思想者’,沉下心来,把充实后台服务,为进一步发展提供后续力量。如何让投资者相信我们?品牌

是关键。我们希望通过品牌建设,让疯狂早日‘着陆’,让投资者走向理性。这是对行业,全体投资者的责任。”

“这是危险的2007年。中国还没有培育出忠诚于特定品牌的基金投资者。我们服务的是整个行业客户。每个人都不是孤军奋战,我们是为了行业而战。”谢卫说。