

汇添富基金副总经理林军:

投资者教育要深耕细作

◇本报实习记者 郑焰

伴随着百姓投资基金热情日趋的高涨,基金行业的投资者教育也在如火如荼地进行中。“这是一个伴随基金业成长成熟的长期过程,投资者教育必须要深耕细作。”汇添富基金副总经理林军女士表示。

与投资者相约添富路

“基金产品相当抽象,没有基础知识的普及,普通的老百姓是很难对基金产品有清晰准确的理解。更不用说,这些产品中所蕴含的风险。”林军表示。在汇添富基金的管理团队看来,只有大众真正能做到明白理财、理性投资,基金公司的生存和发展才有根基可言。忽视客户的实际需求,最终的结果也只能体现在短期,这并不是基金公司发展的理想模式。

如何帮助投资者认识自身的实际需求、满足这些需求,进而与投资者一同走上添富之路?汇添富为此开展了“添富之约”系列投资者见面会活动,以此作为和普通大众面对面沟通交流、知识普及和风险教育的平台。从2006年开始,“添富之约”逐步出现在全国范围内的大中城市和各大银行渠道中,汇添富的基金经理、首席策略师、高级研究员、市场总监甚至公司的总经理、副总经理每一个人都做过“添富之约”主讲人的经历。在开过百余场的见面会,越来越多的参会需求反馈给汇添富基金,很多二线城市的投资者要求“添富之约”也走进他们所在的城市。既然投资者有这个需求,为什么不呢?

为此,“添富之约”被整合成若干个子活动,“走进城市”、“走进企业机构”,同时也邀请投资者们亲临汇添富来面对面交流,于是“客户经理走进汇添富”、“投资者走进汇添富”等活动也逐步推出。

根据汇添富基金的统计信息,投资者对当面交流的满意度远远高于通过媒体、在线服务和电话服务。这也让汇添富整个团队对“添富之约”更加充满信心。

只要投资者有这个需求,“添富之约”就会走到他们的身边,这样的教育无论对投资者来说还是基金公司来说都是意义深远。

基金营销与风险教育

在林军看来,基金业是个既单纯又艰难的行业。“单纯之处在于:基金公司只需要做好两件事情,一是投资,二是销售,做好投资业绩,然后募集到更多的客户;艰难之处在于,它太单纯了,一个环节出现问题,顾客对你的抛弃也是无情的。”林军说。

投资者教育是以传导理性投资理念为核心,旨在引导投资者根据自身情况合理投资,这无疑会与基金营销产生一定程度上的矛盾冲突。如何处理好基金营销与投资者风险教育这两者之间的关系?“基金营销有两重目的,一是树立公司品牌,二是做大资产规模;从中长期的角度来看,我们更加关注第一个目标。因为,我们着眼于公司的中长期发展,单纯为了短期规模而忽视品牌无异于舍本逐末。”林军表示。

通过风险教育夯实投资者基础、扩大基金理财影响力、传播基金品牌效应、把投资理念和业绩情况及时传导给投资者,这和基金营销实际上并不矛盾,相反投资者风险教育让投资基金的实际需求显现出来,这些投资者更容易长期持有,这对基金行业的稳定发展更为有益。她觉得,基金业好比一场长距离的混合泳比赛。如果把自由泳比喻为基金的投资业绩,短期冲刺的确可以领先一步,但如在投资者教育、人才储备、营销渠道、电子商务、客户服务等方面不能齐头并进,就会后继乏力。“就像一个木桶,水总是从短板处流出。”林军说。

据悉,汇添富基金计划在2007年加强市场策划与传导能力,已通过更多渠道开设基金理财专栏,进行投资者教育活动,“添富之约”也将走到更多的投资者身边。“投资者教育和基金品牌建设是在同等重要的位置,都需要长时间的投入与维护,以求长远发展。”林军说。



新老基金销售“两重天”

◇本报记者 施俊

在2006年巨大财富效应的刺激下,2007年春节以来,基金销售持续火爆,几乎所有新发基金都是一两天就达到预定目标而提前结束认购,有些基金甚至出现10分钟就被抢购一空的疯狂场面。相对而言,老基金的持续营销就显得不温不火,呈现一种平稳发展的态势。

根据万家公用事业基金最新持续营销记录,最近两天的LOF申购量连续攀升,日销量分别达到1500万份和3300万份,而且开户数的分布非常分散;与此形成强烈反差的是,公司派出的10多个销售专员,依托主代销渠道的申购量却始终上不来。

万家基金业务策划部总经理邵钧分析指出,当前基金个人投资者可以大体分为“股民类”和“储户类”,相比之下,股民在选择基金品种和掌握投资时机方面,显得更为成熟。一般来说,通过LOF购买基金的投资者一般都是股民,在银行网点购买基金的投资者一般都是储

户。储户对投资基金的热情非常高涨,但往往在了解基金品种差异以及把握投资时机方面很不成熟;相对来说,经历过股票市场摸爬滚打的股民无疑更加理性。

邵钧解释说,吸引股民积极认购万家公用事业基金的原因有两点,而这两点恰恰是储户所忽略的。一选时机,即根据市场走势选择基金。目前,市场点位高达3200,沪市A股平均市盈率39倍,尽管长期走势依旧看好,但短期风险不言而喻;与此同时,公用事业板块的平均市盈率不到25倍,万家公用基金在所有股票基金中的持仓市盈率最低,防御性特征十分明显。股民近期对该基金的热烈追捧,就是其“选时机”能力的佐证。二选产品。储户投资基金往往“喜新厌旧”,这恰恰是不成熟的表现。新基金由于还没有投入运作,唯一能参考的是基金管理公司或者基金经理个人以往的投资业绩。但不同基金品种其投资目标和投资策略都不一样,这就使其参考价值大打折扣。

◆营销信息

东吴基金举办大型投资理财培训

东吴基金管理公司与农行湖北省分行于3月28日联合举办了“理财面对面”大型投资理财培训活动,以帮助投资者树立正确的投资理念,解答基金营销中存在的问题。农行湖北省分行领导、各市分行和支行个金业务负责人约300余人参加了此次培训会。

东吴基金市场总监胡玉杰女士作为此次活动的特邀演讲嘉宾,就当前投资者普遍存在的理财误区进行了深入的剖析,同时对股指期货等市场热点问题进行了详细的解答。现场互动踊跃,气氛十分热烈。整个培训活动持续了两个多小时。

胡玉杰女士表示,市场虽然有震荡,但不改牛市格局,因为支持市场向上的根本因素并未改变且将长期存在。基金是长期投资的品种,不适合波段操作,所以不建议投资者把基金当股票炒;选择基金关键是看基金公司的投资管理能力和非净值高低;新基金不是原始股,并非没有风险。

在谈到股指期货可能对市场的影响时,胡玉杰对境外股指期货推出前后股票现货市场的表现进行了分析,并指出股指期货作为一种新兴的金融衍生品,对市场的整体影响大致可分为三个阶段:第一,股指期货问世之前,股票现货市场因权重股的战略地位抬高,出现交易性溢价,推动股价上涨,而且从长期来看成分股的回报率高于非成分股;第二,股指期货上市之后,对股票现货市场构成短期的资金挤出效应,市场可能会有一些震荡;第三,股市的长期趋势不会因股指期货的存在而改变,而且股指期货与现货指数波动性基本一致。更重要的是,股指期货的上市,最终将改变股票市场生态结构,机构投资者的比重与类别将增加,交易方式和投资策略日趋多元化。

在培训后的互动环节,与会者提问踊跃,胡玉杰对基金分红、拆分、股指期货等焦点问题作了一一解答。农行个金负责人也表示,今后希望与基金公司多举办此类活动,让投资者更进一步了解机构投资者的声音。(贾宝丽)

信诚四季红基金分红

日前,信诚基金公司按照四季红基金的分红结算约定,如期发布春季分红公告,这也是四季红自成立以来的连续第三季分红——每10份基金份额派发红利3.90元,分红比例达到基金份额净值超过1.00元部分的100%。本次分红权益登记日为2007年4月2日,红利发放日为2007年4月3日。

截至2007年3月30日,信诚四季红基金份额净值已达到1.3904元,累计净值为1.6134元,根据3月23日的晨星基金评级,信诚四季红基金最近三个月总回报率31.83%,在76只积极配置型基金中排名第20位。

信诚四季红基金成立于2006年4月29日,是国内首只明确提出“定期分红结算”的基金产品,约定每季度末分红结算,有利润就分配;若分红结算日基金份额净值超过1.00元,则至少分配超过部分的25%,但以已实现收益为上限。

信诚四季红基金经理孙志洪介绍,本次净值超过1.00元部分的100%分红全部源于已实现收益,分红不影响基金的灵活配置和日常操作。加上前两季每10份共派发2.23元的红利,信诚四季红成立11个月来每10份基金份额共实现分红6.13元,充分体现了定期分红结算基金的产品特性。(贾宝丽)

宝盈泛沿海基金启动工行定投计划

推出3至8年期基金定期定额业务

4月1日,工商银行启动第三批基金定期定额计划,宝盈泛沿海基金是此次开通定期定额业务的优质基金品种之一。投资者参与宝盈泛沿海基金工行定投计划,基金定投业务的每月最低申购额为200元人民币,投资金额级差为100元人民币。目前,工行推出投资期限为3年、5年和8年的三种基金定投品种,划款期限皆为一个月。投资者可

依据投资期限获得不同的优惠。凡在2007年4月1日至2007年9月30日期间,投资人与中国工商银行新签订基金定投业务协议,则活动期内基金定投申购费率优惠为八折。长期投资的客户还可获得更多费率优惠,从首期扣款开始,若连续成功扣款12期(一年),则从第13期扣款开始,其所申购基金的申购费率优惠为九折;从首期扣款开始,

若连续成功扣款24期(两年),则从第25期开始,申购费率优惠为八折。网银申购优惠大礼。凡在2007年4月1日至2007年6月30日期间,投资人通过中国工商银行网上银行申购工行开通基金定投业务的基金产品,均可享受八折的基金申购费率优惠。

据分析,宝盈泛沿海基金是理想的基金定投品种。该基金成立于

2005年3月8日,是国内第一只区域型基金,主要投资于“泛珠三角”、长三角和环渤海经济圈有增长潜力的上市公司,有效分享中国经济快速增长的成果,在严格控制基金投资风险的前提下追求保持基金财产持续稳健增值。截止到2007年3月16日,泛沿海成立以来收益152.47%,该基金已分红五次,每10份基金单位累计分红8.50元。(晓伟)