



不断创造神话 2007中国基金业“大跃进”

中国基金业在2007年迎来远超乎之前想象的市场盛宴。在今年前10个月的短短时间内,基金规模从2006年末的近9000亿元,扩张到3万亿元。基金持有户数扩展到1.1亿户。

根据专家估计,目前大约有四分之一的中国家庭购买了基金,大约有上万亿的居民存款借道基金进入理财市场,目前基金资产总规模相当于居民人民币储蓄总额的六分之一,而A股市场超过28%的股票被牢牢地拿在基金的手里。

如果说,2007年前基金这个词还仅限于投资者群体中流传的话,那么在2007年内,它已经和国债、储蓄一样成为老百姓的家常事、身边事。毋庸置疑,这一年,中国基金业进行了一场大规模的跃进。

◎本报记者 周宏



漫画 张大伟

规模大跃进

年末南方的某个论坛上,披露出这样一个数据:A股市场在短短10年间,走过了发达市场25年的道路。这个判断如何得出不为人知,但是中国基金目前的规模有70%是今年制造出来的,这是无人质疑的事实。

按此推算,今年一年至少赶上国外发达市场10年的发展速度。这不是跃进是什么?

简单地对比一下不同年份的时点数,今年的快速发展当可印象更深,更一目了然。2004年1-10月,A股市场共完成募集43只基金,总募集规模1680亿元,截至2004年10月31日,我国证券市场共有153只基金,基金总规模3204亿份,基金净值3218亿元。已开业的基金管

理公司44家。

2006年1-10月,新募集基金84只,规模达3301亿元,同比增长了262%。截至2006年11月底,基金管理公司数量已到58家,基金数量294只,证券投资基金资产总规模达6312亿元。

而截至2007年10月,我国证券市场已开业基金管理公司59家,发起成立基金330只,证券投资基金资产总规模超过3.1万亿。

从2003年至今,中国银行储蓄存款的平均增长率为15%,保险业资产规模的平均增长率超过30%,而证券投资基金资产规模的平均增长率超过90%!这样的速度,不知道还有多少行业可以复制。

客户数大跃进

规模的背后,是基金投资者数量的“火爆”增长。而其增长速度,几乎是几何级的。

来自有关方面的材料显示,2006年以前,基金的份额一半以上由机构持有,个人投资者只撑了半边天。2006年末,基金投资者户数历史性的超越1000万户,而到了2007年末,基金投资者户数已经超过1亿户,预计涉及中国四分之一的家庭。

以托管在中国证券登记结算公司的基金数据为参考,如果把2004年末的基金开户数算作1的话,那么2005年末的人数上升到了1个半,到了2006年末,基金开户人数升到

了接近4个,俨然是个四口之家。至2007年10月,基金开户人数超过了23个,已然是个大家族了。

超乎寻常的发行热中,使得基金迅速从一只普通的金融产品,一度摇身成为大众眼中的紧俏商品。

在今天的发行募集最高峰时,一个基金在一天内吸引了超过199万人申购,吸引资金超过1160亿元。大众申购热情已接近新股申购。提前排队,托人挂号等情况在基金实行“摇号申购”前也屡见不鲜。按金融产品的普及性而论,中国除了居民储蓄、国债、股票,基金应该是老百姓参与度最高的金融产品了。

产业链大跃进

基金业的万亿“大跃进”,也成功启动了基金业以外的若干相关行业,“造福”了一批产业链。

相关行业一:证券研究业。自打基金行业壮大以后,证券研究机构因为可以获得基金的交易“分仓”(用研究成果换取交易佣金),而逐渐成为证券行业的“盈利大户”。根据Wind资讯的统计,今年上半年,单家研究机构的佣金额首度超过亿元,其中,申银万国证券以半年2.4亿元的基金分仓佣金收入位居各大券商榜首;国泰君安为2.03亿元,排名第二。中信证券以1.69亿元的基金分仓佣金收入跻身三甲。预计,2007年将首度诞生一家基金分仓佣金超过5亿元的机构,这个水平已经超过2004年该行业的全行业收入。对

于人员规模最多也就100多号人的研究机构来说,人均创利将达到惊人的地步。

相关行业二:基金销售渠道。基金大发展实质性地影响到了“家大业大”的银行业,这应该是中国基金业2007年堪为自豪的地方。根据实证统计,本土市场的基金销售目前主要集中在银行渠道,大约90%的证券投资基金通过银行网点销售,由于基金旺销和规模猛增大大带动了银行在基金销售佣金和托管费收入。根据初步统计,2007年基金由此给银行业贡献的“金钱”估计高达350亿元以上。据悉,在一些国有大型商业银行的财务报表中,基金销售拉动的中间业务也已经超过了总收入的10%。同样,很多券

商通过基金销售也获得了空前的回报。

相关行业三:基金营销的相关机构。当基金销售和保有规模跃上新台阶的时候,如何和广大的基金持有人和潜在客户打交道成为一大课题,因此也催生了一批相关公司、火红了一批行业。诸如负责广告投放的公关公司,发送手机短信的服务公司、播放基金广告的传媒、办理投资者见面会等诸多事宜的金融杂志。据悉,一些大型基金的各种营销费用已经上亿元,伴随着基金规模增加,这块蛋糕还会继续做大。

除此以外,基金业还在社保基金保值增值、大盘蓝筹股发行等方面起了诸多作用,也相应的促进了其他行业的发展。

跃进“后遗症”

当然,即便如此,我们也不得不看到,目前基金行业的大跃进已经为市场累计了一些迫切需要解决的重要任务。

任务之一:庞大的投资者教育的需要。从2006年末以来,短短一年间,基金规模扩张了4倍,人数扩张了近10倍,大批新投资者进入市场。他们对于基金投资的认识是否达到基本要求,值得怀疑。而市场内经常遇到的诸如“把基金和股票混为一谈、把在A股市场运作的基金和QDII基金混为一谈、

把基金和赚钱画等号,甚至把基金投资和国家政策优惠混淆在一起”的各式错误认识,也说明基金投资者教育任重道远。

任务之二:基金管理能力和规模的适应性。尽管基金行业在规模快速增长后及时作出了大量调整,但是,对于如此高速增长规模的基金规模和投资者,从客户服务、营销推介到投资管理乃至未来可能出现的申购赎回高潮等各方面,基金管理公司们尤其是快速增长的中小公司,能否承受住考

验尚需拭目以待。而面临从小公司向大企业的转变,基金公司未来的挑战还很多。

任务之三:基金从业人员的激励制度。基金行业的快速扩张,一方面提升了人才的价值和需要,同时也对行业吸引人才的激励机制提出重大考验。而2007年出现的大规模的基金经理“奔私”潮,显然表明基金行业在使用、激励和留住人才方面,还有很大的改善空间,这相当程度决定了行业未来持续发展的能力。