

基金营销困局

7月7日,新世纪基金公司发布公告,将于2008年7月10日通过代销机构赎回公司持有的旗下世纪分红基金3221.5万份,赎回费率为0.1%。新世纪基金在其网站对这笔赎回收入作了“公司将把全部赎回资金用于认购新世纪优选成长基金”的说明。

有市场人士认为,新世纪这则小小的公告其实反映出基金在营销中所面临的种种困难。

◎见习记者 谢卫国



漫画 张大伟

公司自购新基金

新世纪优选分红混合型基金成立于2005年8月15日,在募集期内公司认购了2000万份,募集期结束后确认份额2002.7万份。

2008年1月3日世纪分红基金进行了拆分,成为今年“第一拆”。拆分后,公司持有份额变更为3221.5万份,目前,持有时间已经超过半年。

按照规定,基金公司购买自家的开放式基金持有期不能少于6个月。

资料显示,到2008年1月3日拆分之前,新世纪优选分红基金累计分红12次,累计每10份分红11.91元。最后一次分红时间是2007年5月11日。粗略统计,至2007年5月11日,新世纪基金持有份额分红所得为2385.22万元。至2008年7月10日,新世纪优选分红基金份额净值为0.6078元,如果公司此时全部赎回,那么赎回所得将达1957.23万元。两者总计4342.45万元。

这个数字是新世纪优选分红基金自设立到现在经营业绩的“缩影”。不过,较之于这个可观的数字,业内人士更加关注的还是新世纪基金在弱市中的赎回动作。

一家正在发行新基金的基金公司副总经理说,“现在市场这样低迷,像博时、富国这样的老牌公司新基金募集规模都不大,基金发行艰难,可想而知。”现在的基金发行情况是,有机构“帮忙”的找机构“帮忙”,没人帮忙的,就只好自掏腰包。

统计数据显示,今年新发基金,绝大多数都有自家基金公司带头申购,截至目前已有20余家基金管理公司动用自有资金投资旗下新基金产品,累计投资额超过了12亿元。其中,南方基金公司最为豪气,运用2亿自有资金认购旗下新基金南方盛元红利,创下基金“自购”之最。广发基金于募集期内再次运用自有资金,通过代销机构认购广发核心精选基金2000万元,加上前次公告拟认购的2000万元,总认购金额累计达到4000万元。此外,广发基金员工也踊跃认购该基金超过1300万元。信达澳银基金则斥资2500万元购买旗下正在发行的精华灵活配置基金。同时,公司员工工资认购金额将超过1000万元。

此外,汇添富蓝筹稳健灵活配置、嘉实研究精选、银河竞争成长、国投瑞银稳健增长、东吴行业轮动、东方策略成长6只新基金获得自家资金申购的金额也不少。

公司自购基金,显示出公司对基金的信心,但不可否认的是,在激活市场人气的同时,也折射出当前新基金发行的困境。

发行举步维艰

“现在发行只要不破2.48亿元的募集最低纪录就行。”某基金市场部负责人无奈地说。

“基金销售也得讲天时、地利、人和。少了哪一样,都不行。”一位基金分析人士这样告诉记者。

显然,担心不无道理。

天相数据显示,就偏股型基金而言,今年3月份成立的新基金仅有2只,4月份为5只,到5月份这一数据上升至7只,而6月初至今成立的偏股型基金陡然上升至14只。新发基金汹涌而至,而投资者参与热情却不高。

数据显示,3月份成立单只基金平均募集资金为54亿元,而4月份这一数字降为23亿元,到5月份则不及8亿元,而6月初至今,单只基金募集资金已跌入6亿区间,14只新基金募集资金总计不过92亿,尚不及3月两只新基金之和。

多位基金公司市场部人士都表达了类似的观点:由于新基金过度集中,以前银行可以卖完一只再卖另一只,现在则是同时代销多只产品,渠道压力大增。

另外,现在市场又很注重排名,对一些排名靠后的公司来说,没有业绩优势,因此很难说服投资者购买他们的新产品。

晨星(中国)最新数据显示,在对203只股票型基金最近6个月的回报率排名中,前20席被12家基金公司瓜分,其中,“老十家”之一的华夏基金独占鳌头,旗下红利、行业精选、复兴、大盘精选、成长、蓝筹核心、优势增长等抢去7席;银行系基金不甘示弱,分到3席,分别是交银施罗德稳健、交银施罗德成长、中银持续增长。在熊市中,“老字号”和“银行系”表现出了更强的抗风险能力。

来自网络调查的数据则从基金角度折射出新基金销售会有多难。

6月底,中国证券网一项关于“下半年您是否会补仓基金”的网络调查显示,九成基民无补仓意愿。在16874名参与投票的基民中,有15476位基民表示“对市场完全失去信心,不会补仓”,占投票总人数的91.72%。

7月初,来自其他渠道的一组问卷调查显示,京沪穗三地近半数(49.1%)的基民表示没有投资基金的欲望了,三地只有9.1%的基民还有投资基金的欲望,另外41.8%的基民表示要看情况才能决定是否再购买基金。

谈及后市时,22.9%的受访者表示对基金市场没有信心,认为基金市场会长期低迷盘整;38.9%的受访者表示对后市走势不清楚,不好说。认为基金会报复性上涨的,全部受访者中仅有12.7%。

“现在市况疲软,人气涣散,如果公司没有渠道优势和业绩优势,那新基金发行势必相当困难。”某基金公司部门负责人如是说。

分红与拆分之惑

市场低迷,A股的系统性风险使拆分基金的净值增长率不可避免地随之下跌。

一家基金公司人士在接受采访时说,就算不买拆分基金,买别的基金照样也亏这么多,买股票亏得更惨。

基金持续营销的利器——基金拆分面临考验。

在富国天益价值基金首开国内基金拆分先河之前,基金拆分一直被视为基金持续营销的最佳手段。但2006年7月17日的这次成功的尝试,让基金拆分在喧嚣声中开始了“疯狂”之旅。

晨星(中国)数据显示,自富国天益价值拆分到现在,国内拆分的基金已达76只。其中,2006年2只,2007年59只,2008年15只。2007年度每月平均近5只基金拆分,基本上每周一只;整个年度中又数第二季度最忙,统计显示,4月份拆分的基金有7只,5月份为10只,6月份4只。

拆分者数量多,速度快,足见当时市场的火爆。

以鹏华价值优势基金为例,去年8月份,该基金拟通过拆分进行持续营销,由于销售火爆,原定于8月15日进行的拆分销售尚未启动,基金资产净值总额就达到预定的100亿元上限,公司不得不立即暂停申购业务并启动末日比例配售。

不过,从2008年4月29日至今,市场上未再出现基金拆分,而华安MSCI中国A股基金也就成上半年最后一只拆分的品种。

进入5月,新基金加速发行成为主流。对于分红与拆分的长短,2008年3月3日进行了拆分的万家公用事业基金的基金经理欧庆铃这样解释:拆分与分红的共同点都是将净值降下来,使得投资者能够以相对“便宜”的价格买到优质基金,尤其是拆分,可以把净值精确地重新归一。基金分红则需

要先抛售股票,变成现金然后再分,基金持有人获得的是实实在在的资金回报。但带来的问题是,如果多只基金连续高比例分红,必然会给二级市场造成一定的压力。如果仅仅是为了营销需要的被动分红,还会增加交易成本。相比之下,基金拆分就没有上述缺点,基金拆分有点类似于上市公司送红股。

对于拆分基金业绩,记者分析发现,今年以来拆分的15只基金中,拆分后,基金净值增长率都跑赢了大盘。

截至7月11日,新世纪优选分红份额净值为0.6051元,增长率为-38.5%;同期上证综指跌46.3%;易方达科讯的份额净值为0.7291元,增长率为-27.1%,同期上证综指跌46.7%;万家公用事业份额净值为0.6892元,增长率为-31.1%,同期上证综指跌35.6%;国泰金龙行业精选份额净值为0.7170元,增长率为-28.3%,同期上证综指跌31.1%;鹏华行业成长份额净值为0.7616元,增长率为-23.8%,同期上证综指跌31.1%。

但不得不提是,基金净值增长率全面告“负”。

海通证券基金分析师吴先兴说,从今年上半年偏股型基金的赎回情况来看,量并不大,在2%左右。因为亏损,基民大都不愿赎回,从另一个角度上讲,这保证了基金份额稳定,有利于基金经理运作。

银河证券基金研究中心分析师王群航说,基金拆分会导致一些状况发生:一方面,基金净值归一后申购剧增,基金规模扩大,另一方面,根据相关规定,基金拆分后有三个月的建仓期,因此,建仓期内,对于老基民来讲,其持有的基金份额净值增长率会降低。基民的第一感觉是,拆分之后,基金没有以前赚钱了。另外,由于拆分使基金“净值归一”,因此,一旦遇到市场调整,那基金就很容易跌破1元面值。

市场不缺资金

不愿透露姓名的基金公司副总经理说,去年市场火爆,很多质地一般的基金公司都借势做大,但基金经理的操作失误和市场系统性风险导致的亏钱效应,让基民受伤不已。现在,我们要做的是,一方面承认失误,加强风险控制;另一方面要倾听基民心声,尽可能做好服务工作。面对受伤的基民,

基金经理应该站出来,恳请基民原谅。

“从集中申购首日即有25亿元资金申购瑞福优先来看,现在的市场并不缺乏资金,外围等待入市的资金并不少。”申银万国证券分析师桂浩明表示。但是,“想提振基金发行市场的人气,改善基金产品供应类型和结构,不失为一种策略。”有业内人士说。