

三巨头集体“遇冷”，基金代销如何突围？

青岛财经日报/首页新闻 2023年以来基金业启动了降费等系列高质量发展改革,随着2023年年报持续披露,相关举措的持续影响从机构的经营情况中得以体现。

以基金代销为例,截至3月26日,招商银行、天天基金、蚂蚁基金披露的经营数据显示,三家代销巨头无论是经营数据还是基金代销数据,均出现一定程度下降,且降幅普遍在两位数以上。这并不是个例,而是顺势趋势的普遍现象。

但这并不是全部。在高质量发展下,过往一年,相关机构在金融科技、效率和投资体验优化等方面有所突破。持续推进财富管理业务创新、探索AI在基金理财方面的应用等举措,成为他们2024年的发展趋势。

三大巨头整体数据均有下降

根据招商银行年报,基金代销是招商银行财富管理业务的一部分。2023年,招商银行的代理基金收入为51.79亿元,同比下降21.52%。结合近几年财报数据来看,招商银行的基金代销收入曾于2021年达到123.15亿元,但随后有所减少,2022年直接缩水为66亿元。

根据恒生电子近日披露的2023年年报,恒生电子直接持股24.10%的子公司蚂蚁基金2023年实现营收126.27亿元,同比增长13.16%;净利润为3.5亿元,同比下降35.6%。但截至2023年末,蚂蚁基金资产规模为735.47亿元,较2022年末的123.52亿元大幅增长。从细分项目来看,这主要是蚂蚁基金的流动资产在2023年由121.64亿元增长至733.67亿元。

天天基金方面,根据该公司股东东方财富近日披露的2023年年报,天天基金2023年营业收入为36.37亿元,较2022年下降16.14%;净利润为2.08亿元,同比下降2.8%。经营数据下滑,依然可从销售数据变化中寻求答案。根据年报,2023年天天基金的基金销售额为1.55万亿元,同比下滑22.89%;日均活跃用户降至147.7万,较2022年减少30.87%,较2021年更是减少了超过1/2。

截至2023年末,天天基金共上线155家公募基金管理人的18181只基金产品(按照独立基金代码统计),非货币市场公募基金保有规模5496亿元,权益类基金(股票+混合公募基金,下同)保有规模4029亿元。而根据基金业协会数据,截至2023年末招商银行权益基金保有规模为5028亿元,蚂蚁基金权益基金保有规模为4592亿元,同比均有下降。

行情震荡和费率改革是主要原因

华北地区某基金市场人士对记者表示,由于基金保有量和代销金额下降带来的经营数据下降现象,是在基金业整体环境变化下普遍存在的。整体

来看,2023年资本市场行情震荡延续,基金赚钱效应乏善可陈,叠加基金业实施了史上罕见的降费,使得基金销售机构经营数据有所变化。

从上述各家机构的年报中,可找到类似表述。比如,针对基金代销收入下降,招商银行直言,这主要是资本市场震荡下行,费率较高的权益类基金保有及销售规模同比下降所致。报告期内,招商银行实现代理非货币公募基金销售额2968.09亿元,同比下降11.42%,主要是资本市场持续承压,客户风险偏好进一步下降,但下半年偏稳健的债券类基金产品销量环比有所恢复。

实际上,保险、理财、信托等金融产品的代销也出现类似情况,使得招商银行整个财富管理手续费及佣金收入284.66亿元,同比下降7.89%。此外,由于权益类公募基金托管、理财托管收入下降,招商银行2023年托管业务佣金收入53.28亿元,同比下降8%。

恒生电子年报则说道,该公司所属行业为金融科技行业,主要是为金融机构的资本市场业务提供金融科技产品和相关服务。资本市场发展情况、金融机构科技投入情况、技术发展情况与恒生的经营密切相关。资本市场方面,恒生电子提到,2023年7月,证监会印发《公募基金行业费率改革工作方案》,拟在两年内采取15项举措全面优化公募基金费率模式,稳步降低公募基金行业综合费率水平。

东方财富年报则提及,2023年活跃资本市场政策陆续加码出台,在投资端改革有公募基金行业推出费率改革;降低交易成本方面,为活跃资本市场,相关部门先后推出了减半征收证券交易印花税、降低证券交易经手费、降低证券公司佣金费率等,实实在在降低了资本市场的交易成本。

行业发展趋势如何？

在权益市场波动加大、投资者风险偏好降低的



背景下,基金代销机构也开始重视对固收类产品的布局。同时,提升投资者体验成为行业共识。

“2023年,为顺应客户风险偏好的变化,加大稳健类产品供应。基金方面,公司增加了短债、‘固收+’类产品供应,提升综合收益体验。”招商银行在年报中提到。

同时,招商银行持续完善内部的资产配置服务体系,引导客户科学配置,并不断迭代开放平台能力,提升客户持仓体验。据介绍,2023年,招商银行进一步强化了招商银行App财富开放平台“招财好”的服务能力,完善运营组织机制,以期为客户提供更优质的财富服务。

东方财富2023年年报指出,报告期内,天天基金继续秉承以用户为中心的核心价值理念,持续提升金融科技服务能力,不断完善重点产品功能,着力提升用户核心交互体验,提供精细化用户陪伴和专业理财服务,进一步提升用户投资体验。

继续探索AI在基金理财的应用

虽然代销和经营数据有所下降,但头部基金代销巨头依然不乏经营亮点。招商银行方面非货币基金投资带来了收入增加,天天、蚂蚁则在过去一年里均在金融科技、效率和投资体验优化等方面有所发展突破。这些非量化的经营情况和量化的经

营数据,才构成了这些机构的发展整体概貌。

2024年,招商银行表示将继续推进大财富管理业务发展,财富管理客群扩面和挖潜并重,加大产品创新力度,挖掘重点客户的资产配置潜力,密切关注权益市场回暖机遇,优化保险、基金、理财等产品结构,量价并举,提升财富管理手续费及佣金收入贡献。

恒生电子方面,基金业务亮点主要是资管科技服务板块,为机构投资者提供专享53家新客户,完成24家客户竣工,其中宝基金相关项目等关键项目的竣工,成为相关业务在证券基金保险行业迭代升级的良好开端。此外,新一代估值系统签订30余家客户,并在头部基金客户替换友商。

东方财富的研发投入数据显示,截至2023年天天基金社区运营系统和天天基金投顾智能系统两个项目进展均已完成,后者是通过智能分析用户的风险偏好和收益期望,以此为基础为用户匹配最适合的基金投顾。

东方财富年报写道,证券基金行业是高度受监管的行业,若未能及时主动适应政策法规变化,会影响业务发展及盈利能力。东方财富表示,未来将持续加强产品服务创新,大力提升产品竞争力和吸引力,扩大用户规模基础。此外,继续探索AI在基金理财的应用,加强数字化、智能化运营建设,推动基金销售业务稳健发展。

权益类产品发行增多 “杠铃策略”平衡风险收益

3月份以来,权益市场逐渐升温。Wind资讯数据显示,截至3月26日,有79只基金产品正在发行,含权益类55只,环比显著增长22%。从新发行的产品来看,“稳健红利回报+科技进取投资”的“杠铃策略”成为月内产品发行的一大特色。

专精特新企业高质量发展促进工程执行主任袁帅表示,“杠铃策略”能够平衡风险与收益,通过将两者结合,可以实现风险和收益的均衡配置。同时,这种策略能够较好适应市场的变化,找到合适的投资机会。

权益类产品发行超过固收类

目前,正在发行的权益类产品发行数量已超过固收类,达到55只,占比69.62%,相较2月份45只权益类产品的发行数量有了显著增加。

对于3月以来新申报的股票型基金、混合型基金数量显著增加的现象,排排网财富管理合伙人姚旭升在接受记者采访时表示,主要是因为春节过后A股市场持续回暖,股票资产投资价值再次凸显,无论是大盘股还是小盘股,估值都处在相对低位。基金公司积极在市场低位建仓捕捉投资机会,或可以为投资人创造更好的业绩回报。

琢磨基金总经理火焱向记者表示,近期申报的股票型和混合型等权益类产品数量显著增加,一方面,来自基金公司在市场相对低位的布局;另一方面,此时为市场提供更多的权益类产品,也是为投资者提供更多选择。

“杠铃策略”成亮点

从正在发行的基金名称来看,既包括“红利”“低波”“养老目标”等趋于长线 and 稳健低风险投资策略,也有高端装备、数字经济、汽车等科技主题投资方向的产品。

在科技投资领域,例如,华夏中证汽车零部件主题ETF(交易型开放式指数基金)、鹏华中证电信主题ETF、博时中证半导体产业ETF等产品将跟踪相应的主题指数;在红利稳健回报方面,则有汇添富中证港股通高股息投资ETF、华夏养老2060五年持有、博时中证红利低波动100ETF等多个产品。

姚旭升表示,“杠铃策略”是一种进可攻退可守的权益投资策略,它的优势在于把资产分散配置于两个极端,通过极度保守和极度激进的组合来平衡风险和收益,对市场环境具有较强的适应性。这在一定程度上也反映了基金公司对于后市的预判。基金公司同时布局核心资产和科技赛道,一方面是核心资产可以为投资组合提供较强的稳定性,另一方面是科技行业的高成长性在未来有机会贡献较高的超额回报。

据《证券日报》吴珊/文

ETF“降费潮”蔓延 管理费率“地板价”产品过百

ETF“降费大军”再添一员。自去年公募基金费率改革推进以来,基金“降费潮”已从主动权益类产品扩至ETF等领域,且有愈演愈烈的趋势。如南方基金宣布自2024年3月26日起,旗下南方沪深300ETF管理费费率调低至0.15%。

据记者统计,至此,管理费率在0.15%最低一档的股票型ETF产品数量已达到100只,占比超过一成。在业内人士看来,ETF产品降费是行业发展的大势所趋,但“以价换量”背后仍需考虑成本代价,以及如何避免行业陷入价格战的无序竞争状态之中。

低费率ETF持续扩容

3月25日晚,南方基金发布公告称,26日起,调低旗下南方沪深300交易型开放式指数证券投资基金(下称“南方沪深300ETF”)的管理费率及托管费率,将该产品的管理费年费率由0.5%调低至0.15%,托管费率由0.1%调低至0.05%。

Wind数据显示,截至3月25日,南方沪深300ETF的基金份额为9.53亿份,资产净值为33.74亿元。在此之前,工银瑞信基金在2月8日也调低了旗下工银瑞信沪深300ETF及其联接基金的费率。

其中,工银沪深300ETF的管理费率年费率由0.45%调低至0.15%,托管费率年费率由0.1%调低至0.05%;C类基金份额的销售服务费年费率则由0.25%调低至0.1%。

据记者统计,截至3月25日,目前跟踪沪深300指数的ETF产品共有22只(包括增强策略产品)。除了此次加入降费大军的南方沪深300ETF外,管理费率在0.15%的产品还有5只,分别是易方达沪深300ETF、工银沪深300ETF、民生加银沪深300ETF、汇添富沪深300ETF、华安沪深300ETF。

据记者观察,降费操作从主动型产品扩至竞争激烈的ETF领域,早在去年9月就开始了。去年9月5日,易方达基金将易方达上证科创板50ETF的管理费率年费率由0.5%调低至0.4%,托管费率年费率由0.1%调低至0.08%,从此拉开了ETF产品降费序幕。

随后,多家公司产品接连加入ETF降费大军。除了易方达基金陆续降低了易方达中证2000ETF、易方达中证1000ETF及联接基金、易方达上证科创板100ETF等产品的费率,工银瑞信基金旗下的上证科创板50ETF及联接基金、华安基金旗下的上证科创板50ETF等多只产品也相继跟进降费。

据记者统计,截至3月26日,管理费率在0.15%最低一档的股票型ETF产品数量已扩至100只,占股票型ETF总量的13.48%;而管理费率低于0.5%的产品占比已经超过20%。

为何降费？

近两年来,由于市场持续震荡,权益类产品的业绩表现不尽如人意,大量资金转而涌向以ETF产品为代表的被动投资领域。在同质化竞争压力下,降低费率成为基金公司的竞争手段之一。

在业内人士看来,降费最直接的影响是降低持有人投资成本,一定程度上使得投资者获得感提升。“低费率ETF可以用低成本来吸引那些对费率敏感的投资者,从而在一定程度上刺激基金销量。”华南一位基金市场部人士对记者表示,ETF本身的产品属性就会导致同质化严重,降费抢规模的做法不难理解。

“我们看到有同业公司在面临竞争时,通过主动调降产品管理费的形式抢占先机,这主要是由于近期资金大额流向相关指数产品。”他分析称,降费有利于在同类产品中获得竞争优势。在跟踪同一指数的产品中,中长期资金会更加青睐规模较大的产品;在规模和流动性都能满足的前提下,低费率的产品或许会有优势。

以跟踪沪深300指数的ETF产品为例,Wind数据显示,作为今年获得资金重点“扫货”的宽基ETF,截至3月25日,相关产品开年以来有近2581亿元资金净流入。其中,截至去年年底,规模在300亿元以上的产品共有4只。

这4只也是今年以来最受欢迎的沪深300ETF产品。相较而言,管理费率在0.15%的易方达沪深300ETF最为“吸金”,区间净流入796.86亿元,资产规模增至1330.24亿元。而华泰柏瑞沪深300ETF、嘉实沪深300ETF、华夏沪深300ETF同样吸引了超过550亿元的资金流入,三者的管理费率均为0.5%。

不过,也有多位业内人士表示,产品费率并非ETF规模扩张的决定性因素。一位券商系基金人士对记者表示,低费率的产品在长期回报上具有一定优势,但ETF产品获取收益,除了成本上做“减法”,还有通过精细化管理做“加法”。因此,他建议,投资者若购买跟踪同一标的

指数的ETF,不能只比较费率,而是要比较整体业绩,选择能够创造稳定超额收益的产品。

降费会持续蔓延吗？

多只ETF接连下调产品费率,也给同业增添了一份压力。那么,ETF降费潮会继续蔓延吗?对此,一位ETF头部基金公司人士持肯定态度:“我们已经在考虑(降费事宜)。”在他看来,作为行业的重点增量业务和面向未来的战略业务板块,ETF领域的激烈竞争仍在持续,特别是在头部玩家之间,竞争甚至是白热化的。

“如果基金降费竞争加剧,为了保持市场份额或者吸引投资者,可能更多基金公司会被迫降低费率。”他对记者表示,ETF产品降费趋势难以阻挡,若产品规模不断扩大,基金公司可以通过规模效应来降低运营成本。

不过,实现“以价换量”是理想状态,由于各家公司的发展阶段和实力有所不同,背后的成本问题仍不容小觑。“ETF投资管理有一定的刚性成本,按照现行费率结构来看,据测算,一只ETF规模要达到三四十亿元,才能实现盈亏平衡。”他补充道。

该人士进一步表示,如果ETF进一步降费,势必要求产品本身或者公司整体指数业务的规模要足够大,通过规模效应来降低单一产品的运营成本,否则收支不平衡的话,终究维持不下去。因此接下来的竞争或许会转向对基金管理人综合实力的考验。

前述华南基金人士也有类似的看法。他告诉记者,实际上,降费也是指数基金领域面对同质化竞争时,为数不多的应对手段之一。诚然,降费的确能起到凸显产品比较优势、吸引增量资金形成产品规模优势的作用,但也需要避免行业陷入价格战的无序竞争状态之中。

“因为指数产品的运营本身就需一定的刚性成本,完全打价格战,可能会导致行业性的垄断问题,长远来看并不利于行业的可持续发展。”他说。

ETF降费是公募基金“降费潮”的一个缩影。去年7月,公募基金费率改革正式进入实操阶段,各家基金公司宣布降低管理费和托管费。从产品类型来看,主动权益类产品率先将管理费由1.5%调降至1.2%,托管费率多由0.25%降至0.2%,随后指数型产品、固收类产品也纷纷跟进。

据记者不完全统计,截至3月25日,对比费率改革之前的数据,实施降费举措的基金公司数量已增至153家,涉及基金产品数量超过3840只(仅计算初始基金),从调整名单来看,主动权益类产品占比超过九成。

据《第一财经》曹璐/文