

下跌34%——15年来单季最大跌幅；一周之内16只基金同时发行——基金史上最密集的基金发行频率。近日，记者在多家银行网点处了解到，各家银行都有数量不菲的新基金在发，但与此同时，买基金的投资者却寥寥无几。面对这种销售“寒流”，基金公司急需谋求求发展。而多位专业人士则表示，基金销售遇冷会导致市场新增资金面临枯竭。

晚报记者 来从严

# 基金优惠

销售遇冷，基金公司纷纷打出优惠牌

## 新基金发行遭遇“寒流”

专家建议 基金公司应转换营销方式，培养理性基金客户

### 新基金密集上市

据统计，今年以来证监会放行的新基金数已超过去年全年。刚刚获批发行的友邦华泰价值增长基金为今年以来被放行的第41只新基金。而去年全年一共才有38只新基金获批发行。“不包括封转开的国投瑞银成长优选，今年以来证监会批准的41只基金中，股票型和混合型基金共有26只，债券型基金有14只，QDII产品为1只。”省会一家银行理财经理介绍。

从具体的获批基金分布的月份看，不包含封转开基金，1月份共批了3只基金，分别为汇添富增强收益、广发增强债券和华夏希望债券型基金。进入2月份后，共有建信优势、南方盛元红利、中银动态策略、浦银安盛等15只基金获准发行，债券型基金为6只。3月份则有18只基金获批，包括兴业社会责任、益民多利、汇丰晋信2026生命周期等，其中股票型和混合型基金为13只，债券型基金为4只以及1只QDII产品。4月以来新批了5只基金，分别是泰信优势增长混合型、上投摩根双核平衡基金、金鹰红利价值混合型、建信稳定增利债券基金和友邦华泰价值增长股票基金。

### 发行市场遭遇寒流

“目前销售的多只基金，我们行都在代理。但实际销售情况十分不理想。”昨日，省会一家银行理财经理告诉记者。记者在该行营业网点看到，从上午10时到11时，该网点没有接待一位购买基金的客户。

“随着股市自去年末以来的持续调整，基金的财富效应迅速降低，老百姓借‘基’入市的热情也一落千丈。”浦发银行郑州分行贵宾理财经理邱金川分析说。与去年动辄上千亿元的日销售盛况相比，如今的新基金市场销售太过惨淡。“目前的销售情况不是很好。”某基金公司市场部总经理表示，该基金已经连续销售了近一个月，仍未达成销售目标。另一家基金公司河南区域经理则表示，“目前的市场情况大家都看到了，市场不好基金销售自然不会很好。”有基金表示，新基金一天卖200万很正常，更有甚者，有的基金首日销售仅卖了40多万。

记者从几家基金公司获悉，从目前已经结束募集的基金销售情况看，大部分基金到结束募集都没有达到目标份额。



基金销售曾经的火爆场面

### 基金新开户数快速回落

经历了2007年的鼎盛之后，基金新增开户数正在重回牛市初期水平。加上A股开户数的同时回落，这一切似乎正预示着市场新增资金面正面临尴尬局面。

最新的基金新增开户数显示，基金市场对投资者的吸引力迅速下降。中国证券登记结算公司统计显示，以单周基金开户数为基数来看，4月7日~11日，基金新增开户数仅有3.19万户。日均开户数只有6000多一点，仅相当于2006年年初的水平。从2007年8月鼎盛时期的基金月新增开户数511.7941万户到2008年2.3月的月新

增开户数仅30万户左右，只用了6个月时间，基金便从市场的“宠儿”变成了“弃儿”。

基金新增开户数的锐减直接影响到了眼下正在密集发行的新基金募集。此前预期的将募集到1500亿新增资金现在看来似乎可能性很小。“预计新基金的发行最多也只能给市场带来500亿元左右的增量资金。”有证券分析师表示。而证监会密集批新基金，其最大目的还是救市。但是就新基金的发行速度以及发行规模来看，原有的规模尚难达到，救市的效力是否能够达到预期效果，尚难定论。

### 市场新增资金面临枯竭

急剧减少的基金新增开户数，意味着投入基金市场的新增资金正在减少。伴随着基金新增开户数的减少，A股新增开户数也出现大幅减少。A股市场近期的连续弱势表现和成交不足等，都为市场新增资金面临的困境敲响了警钟。

数据显示，A股市场2、3月份实际新增开户数只有16.8643万户和97.1468万户。和2007年相比，目前市场在基金以及A股市场的新增开户数方面都呈现出剧烈下降的态势，月新增开户数仅为2007年月度平均开户数的三成左右。

连续的市场调整使得基金饱受损失，这也使得众多投资者对基金投资望而却步。大多数投资者现在不会进场，仍在观望，没有大量新增资金的进入。这显示出市场新增资金的来源正在快速减少，而且这一情况短期内很难改变。

“尽管证监会4月21日对‘大小非’解禁出手，但这样的救市措施究竟能起到多大的作用，目前还很难说。”省会一家证券公司分析师表示，“因为市场一旦出现较大幅度的反弹，可能相当一部分被套的投资者就会选择离场，这对于市场下一步发展形成障碍。”

### 基金发行方式需谋变

“目前我们更多的是向客户推荐收益稳定的银行理财产品，已经不再向客户继续推荐购买基金了。”采访中，多家银行理财经理均表达出了同样的观点。这对于主要依靠银行渠道销售的基金来讲，无疑是一场灾难。

目前基金公司多数的措施无非是直销渠道的费率优惠，这对于投资者的吸引力实在有限。“现在基金销售的整体状况很不理想，我们也在想办法。”一家基金公司市场部人士告诉记者，“我们也在想办法积极改善，但市场大环境如此，短期内恐怕难有太大的起色。”

上投摩根基金公司副总经理傅帆上周特意飞达郑州，为其即将发行的上投双核平衡基金销售造势。他表示，目前传统的依靠银行渠道代销基金形式已经遇到了困难。因此，下一步打算利用公司庞大的客户群体优势，筛选出目标客户，进行“点对点”式的营销，以求能打开新局面。

“基金公司应促使基金从‘迎合客户需求’的营销方式切换到‘以专业性来引导客户需求’的模式，以求营销模式的转变，培养理性的基金客户。”采访中，有市场人士建议说。

## 国美通讯成为 AC 米兰互动中国联合赞助商意义重大

有球迷说：“世界足球数欧洲，欧洲足球数意大利，意大利足球数 AC 米兰。”AC 米兰的足球精神在中国的广大球迷心中早已根深蒂固，对于中国广大球迷而言，对 AC 米兰的痴迷绝不仅仅体现在对足球本身的热爱，更多的是对 AC 米兰足球文化和 AC 米兰球队乃至球员的拼搏和专业精神所着迷。据国美通讯相关负责人介绍，国美通讯对此次 AC 米兰走进中国与广大球迷互动如此关注并且牵手 AC 米兰互动中国全程联合赞助商，原因是因为国美通讯的企业文化精神和经营理念与 AC 米兰的足球文化精神有着太多的相似。国美通讯从一开始成立就倡导年

轻、拼搏、创新、团结的企业文化，沟通、诚信、感恩、专业作为其长久不变的经营理念；AC 米兰专业的球技、努力拼搏的团队精神、创新的足球文化是赢得广大球迷的重要因素，在这点上两者有着不谋而合的统一。

国美通讯是国美电器旗下的子品牌，于去年11月8日正式成立，国美通讯成立具有其特殊意义，其一：加速手机行业的洗牌，采用双液态运作模式，实现手机业务差异化经营突破。其二：专业的组织架构、专业的企划、专业的物流、专业的卖场风格、专业的售后服务使国美通讯向专业化进军。现在在全国拥有近1000人的管理团队，

12000人的销售队伍。除了经营目前国内1100多家国美电器大卖场的通讯业务外，还将开设独立的手机专业卖场、电子网上购物、手机维修等业务。目标是将国美通讯打造成为国内最专业的手机渠道商，为消费者提供最优质的价格保障和最优秀的手机服务保障。

### 国美通讯联手 AC 米兰意义重大

1981年国美电器成立，2001年国美电器集团引入手机业务，2007年11月8日，国美集团在深圳高调宣布国美通讯正式成立，新成立的国美通讯独立经营、独立核算。7年中，国美手机业务从国美电器集团

的一个品类发展到独立的公司，在市场激烈的争夺中摸爬滚打成为今天最大的手机零售渠道。在竞争对手眼中，国美通讯是手机行业的铁血之师，在消费者眼中，国美通讯是值得信赖的企业，拥有极高的声望，在这两点上国美通讯和 AC 米兰有着惊人的相似，从国美通讯获悉，此次牵手 AC 米兰也正是出于这两点的考虑。此外，AC 米兰球队年轻、激情、时尚、动感，国美通讯此次联手 AC 米兰可以让忠诚 AC 米兰的球迷进一步认识国美通讯，借助 AC 米兰可以与消费者互动，在体育范畴内产生互动，在消费行为中产生共鸣。