

# 银行网点代销基金现状：客户经理每天销售二三百万元属于常态

■本报记者 王宁

7月7日,北京迎来高温天气,与气温一样让人感觉火热的还有基金销售市场。《证券日报》记者来到北京海淀区阜成路的多家银行网点,多位客户经理告诉记者,近几日,投资者购买基金的热情明显上涨,只要是偏股型基金基本都要买一些,如果这只基金的基金经理还是明星,基本上就是一日售罄了。

还有银行网点客户经理透露,有些爆款基金根本“上不了车”,真的在与时间赛跑。“昨天刚推出的某只基金,半天就停止申购了,我的客户吃过午饭匆匆赶来,都没买到,客户也就晚出门半小时就没赶上。”

《证券日报》记者从多家第三方销售渠道获悉,除线下基金代销一片火热外,线上的销售也热情高涨,其中,偏股混合型基金成为了年内投资者最青睐的产品,原因在于,今年以来消费、医药、科技等板块出现较大行情,相关产品的业绩驱动因素较强。

## 个别客户经理日销售额高达两三千万元

北京市海淀区阜成路从西二环至西三环,临街的银行网点不下十几个,除了国有大行外,城商行也有多个。7月7日上午,《证券日报》记者沿此路线,走访了多个银行网点,对近几天代销基金情况进行了解。

记者以投资者身份先来到了某银行马神庙支行,该支行前台接待人员在询问记者来访缘由后,便指引到专门的理财专员处,进行了一对一的服务。

“您对这几天股市有了解吗?”该行客户经理询问了投资者基本情况后直奔主题,并强调“投资者对基金入市需谨慎”。随后记者从该客户经理了解到,从年初至今,基金销售情况相对较好,尤其是近几天股市表现出的新一轮较强行情,普通投资者对基金的关注度更高了。“我的好几个客户在今年二季度买了基金,现在的收益率都接近了20%,有的爆款产品现在已经买不到。”

说到爆款基金产品,这位客户经理显得更为激动。他说,“周一某公募基金发行了一款产品,半天就停止了申购,因为额度远远超出了限定,半天的销售份额就超出了300亿元。”“基金市场现在缺的不是钱,缺的是好产品。”

这位客户经理提供给记者的该款基金相关介绍显示,该基金经理所



王琳/制图

管理的其他产品,期限在一年以上的最高收益率达150%以上。

“散户对基金的认可,除了所属公司外,更注重产品基金经理的明星效应。”这位客户经理介绍说,尤其是今年以来,只要是偏股类基金,都很受市场欢迎,如果再具备明星基金经理效应,肯定会是爆款。

“近几日,我们银行客户经理每天销售额都很高,每天销售二三百万元很正常,保持在100万元以上的都属于中等偏下水平。”这位客户经理表示,有些客户经理甚至能够达到每天两三千万元的销售额。

事实上,本周一已有消息称:“某基金公司新推出的产品,半天就卖出了500亿元的纪录。”

《证券日报》记者据此向该公募基金相关人士进行了求证,虽然该相关人士并未回答出具体的数据,但也并未否认。

随后,记者从该公司网站发现了多条关于该产品的公告,前几条内容均是提醒投资者要理性参与该产品投资的提示性公告,后面的公告则为提前结束募集,认购申请确认比例的内容。

记者了解到,该公司起初决定该基金的募集规模上限为300亿元(不含募集期间利息,A类份额和C类份额合并计算),但半天时间,该基金的募集规模已超过了300亿元。随后,该基金认购申请采用“比例确认”的方式给予部分确认,确认比例结果为43.320838%,未确认部分的认购款项

将在募集期结束后退还给投资者。

## 一顿饭错过买基金

如果说,散户能够全额认购或比例配售到心仪的基金是幸运的,那么,因为时间短而错过爆款基金的申购,则是遗憾的事情。在记者走访过程中,错过爆款基金的案例确实存在。

“7月6日午后,我的一位客户到网点找到我,要求赶紧办理基金购买业务,说是看上了一款当天推出的新产品。”一位客户经理向记者讲述到,随后他查阅该产品发现,该产品仅推出半天已经超过募集上限,停止申购了。

“客户上午看到的消息,因为独自在家带孩子,心想吃过午饭下午再来也得及,没想到一顿饭的时间就错过了。”这位客户经理介绍说,由此可见投资者对基金的热情。

7月7日上午,在记者走访的几家银行网点中,所接触的客户经理均对最近基金销售火热的情况表示认同。午饭过后,记者来到了位于西三环中路的几家银行网点,刚刚进入下午上班时间,客户经理们便已经忙碌起来。

在某大型银行支行,一位客户经理向记者介绍了近日多款新发基金来询。他说,近日有不少投资者前来询问基金的情况,有的客户当日就购买了,有的选择做家庭理财,有的选择做短期理财。

记者了解到,这些大型银行客户经理力推的基金产品,大多具备管理规模较大、基金经理具有多年投资经验的特点。“普通投资者一般都认可知名的基金公司,如果基金经理投资年限较长,且管理业绩也不错,这些产品都会积极推荐。”一位受访客户经理表示。

记者通过当天的走访,从数家银行网点处获悉,目前基金销售火热与近日股市走高有一定相关性。“A股指数持续走高,机构分析市场估值偏低,目前也没有更好的资产配置,公募基金成为了投资者的首选标的。”另有银行客户经理向记者介绍,公募基金门槛低,相对来说比较透明规范,投资者较为认可。

记者还了解到,如果是尚未开户或没有从银行渠道进行过基金购买的普通投资者,购买流程也不复杂。“带上身份证和银行卡,到柜台办理网上银行业务,前后5分钟即可完成开户流程。”海淀区西三环中路某银行客户经理向记者表示,在开通手机银行后,可以从网上银行商城选择自己喜欢的基金,非常方便。

## 偏股混合型基金最受欢迎

线下代销基金呈现出火热态势,线上同样忙个不停。《证券日报》记者在走访银行网点的同时,对多家第三方基金销售线上情况也进行了摸底,通过利得集团、好买基金等多家第三方代销渠道了解到,年内偏股混合

型基金最受投资者青睐,最明显特征在于业绩驱动所带来的积极影响。

好买基金研究中心总监曾令华告诉《证券日报》记者,今年以来,爆款基金数量较多,其中,偏股混合类最受投资者欢迎。“去年大放光彩的混合类基金是一些偏消费和科技类的主动管理产品,延续至今年,这些产品的申购量更是明显上升,其中,多位明星基金经理旗下管理基金规模大幅上涨。”

曾令华同时表示,从代销情况来看,除了业绩较好的股混型基金外,组合策略基金的规模也在大幅上升,通过搭配不同基金经理形成的类似FOF组合,正逐渐受到投资者追捧。“组合策略能够避免单一基金经理风格所暴露的风险,通过精选出优秀的基金经理,再将具有不同能力圈的基金策略结合起来,能在不同市场风格和环境上取得稳定超额收益。”

利得集团副总裁黄晓钢向《证券日报》记者表示,同样受市场欢迎的基金还有货币基金,因为货币基金具有安全性高、流动性好的属性,目前市场上货币基金的整体份额仍占公募基金总规模的50%以上,今年前5个月的份额和净值都增长了1.3万亿元左右。

黄晓钢告诉记者,其实债券型基金也还可以,但由于今年5月份后,债券型基金收益率下滑,混合型基金才成了投资者追捧的对象。尤其是一季度末,医药、科技、黄金、消费等多个板块的主题基金都出现了较大涨幅,而混合基金在投资股票市场的同时仍可投资债券,显示出投资混合型基金的风险平衡策略优势。

记者根据利得集团年内代销数据梳理发现,一方面,货币基金的灵活性深受投资者欢迎;另一方面,由于年内消费、医药、科技等板块出现的较大行情,投资者对于涉及这些板块的混合型基金热情也较高。

恒天明泽相关人士告诉记者,从年内市场表现来看,投资者更青睐权益类基金。从新发基金来看,上半年股票型基金和混合型基金募集规模分别超过1700亿元和5400亿元;细分来看,新发基金中,投资者更热衷于明星基金经理产品,发售当日结束募集的“日光基”频频出现,并且出现了多只超过百亿元规模的产品。

线上下代销基金呈现出火热态势,线上同样忙个不停。《证券日报》记者在走访银行网点的同时,对多家第三方基金销售线上情况也进行了摸底,通过利得集团、好买基金等多家第三方代销渠道了解到,年内偏股混合

信用体系逐步建立,商业银行贷款成本降低了,这是很大的进步。商业银行发放扶贫贷款,获得4%-5%的利息收入是有保证的,这样银行的积极性提升了,金融市场也扩大了。

证券期货行业参与扶贫,主要是发挥了行业机构市场信息敏感的优势,帮助贫困地区引进好的企业,帮助当地建立现代企业制度。中国证监会推出了贫困地区企业上市绿色通道政策,虽然通过这个通道首发上市的企业数量并不多,筹集的资金只有几百亿元,但这也体现了对贫困地区发展的倾斜支持。做这件事也是按照市场规律来做的,并不是谁想怎么做就怎么做,所以要看证监会的举措点赞。

再从保险业来看,很多贫困地区搞了资产保险,按照产值来定保险金额,做了一些探索。由于老百姓的风险意识不足,资产保险规模还不小。但万事开头难,勇于探索新路就是好的。农产品+保险+期货模式也取得了一些经验,对贫困地区种植业良性循环发挥了金融支持作用。

金融系统支持了脱贫攻坚,立了战功,同时获得了更好的声誉。金融机构在扶贫中业务也得到了发展,有人说,脱贫攻坚会引发金融风险,我认为是不对的。金融扶贫没有太多的大项目,一个是扶贫小额贷款,一个是易地扶贫搬迁,这两方面的资产质量都是比较可靠的。至于打着扶贫旗号搞一些不规范的融资活动,增加地方政府债务的,是另一回事,应当依法加强监管。

金融在脱贫攻坚战中发挥了重大作用,作出了重要贡献,我们由衷地表示感谢!如期实现脱贫攻坚目标任务艰巨,巩固脱贫攻坚成果,建立解决相对贫困长效机制任重道远,我们期望金融行业在中国减贫事业的长远发展中,继续发挥独特作用,作出新的更大贡献。

## 上半年36家内地企业赴港上市

VC/PE发行日账面回报超5倍

■本报记者 桂小笋

赴港上市在今年上半年又掀起了一轮小高潮。

毕马威的数据显示,2020年上半年,香港交易所共有59只新股上市,总融资金额为873亿港元,较去年同期增长22%。而清科研究中心统计,上半年,有36家内地企业赴港上市,与2019年同期相比,数量同比下滑20%,但是,总筹资额同比上升37.1%。

“上半年受新冠疫情影响,不少拟赴港上市的内地企业计划被打乱,进程暂缓,致使内地企业赴港上市数量同比有所下滑。然而备受关注的生物、科技类内地企业,在赴港第二次上市的互联网巨头带动下,总融资额在上市家数下滑的情况下逆势上涨。其中,今年第二季度网易与京东赴港第二上市,首发融资额合计占上半年港股市场内地企业总融资额的64.7%。”清科研究中心一位不愿具名的研究员对《证券日报》记者如是说。

## 新经济公司为主

清科研究中心称,整体来看,2020年第一季度中企境内外上市账面回报显著上升,VC/PE支持的中企境内外上市(发行日)账面回报5.37倍,同比上升110.6%,其中VC/PE支持的内地企业赴港上市(发行日)账面回报5.72倍,上涨幅度超过180%。主要由部分投资机构较早进入了诺诚健华、驴迹等公司,这些公司上市(发行日)时获得的账面回报超过10倍,拉动内地企业赴港上市一季度整体账面回报倍数上升。

毕马威中国香港新经济市场及生命科学主管合伙人朱雅仪对《证券日报》记者介绍,自港交所正式推出新上市制度以来,已有接近90家新经济公司在中国香港上市,其中包括18家生物医药公司以及多家大型科技公司。这一系列的成功案例促进了新经济公司对中国香港资本市场的认同性,吸引早年前往美国上市的科技中概股回归及更多的生物医药企业选择赴港上市。随着更多新经济公司成功赴港上市,相信港股市场将继续变得更加多样化、更具活力并更有吸引力。

“中国香港除了国际化程度高、机构投资者比例高,与内地拥有互联互通的机制外,港交所的新上市制度对科技及创新类企业的披露要求亦相对明确及有弹性,让企业能享受高质量股票市场的同时,不需要消耗过多资源作上市预备。因此,对很多科技企业来说,中国香港作为上市地点乃是不二之选。”

而在中国香港上市后,企业可考虑再上科创板和创业板,吸引不同类型的投资者参与,进一步扩大企业融资能力。长远来说,企业可通过新上市制度对科技及创新类企业的披露要求,主要投资者等来决定适合公司的资本平台。港交所,上交所和深交所一向保持着深度的合作关系,并容许公司可于不同资本平台上同时上市,从而受益于各资本平台的优势。”朱雅仪分析。

## 筹资额同比上升71.3%

援引公开信息可知,为吸引新经济企业赴港上市,2018年4月份,港交所实施上市制度改革,接纳未能满足主板财务指标的生物科技、“同股不同权”公司上市,并允许符合条件的国内创新产业公司以香港作为第二上市地。

改革后的港股市场已吸引了美团、小米等独角兽企业、多家生物科技公司,以及阿里巴巴、京东和网易等互联网巨头,改善了港交所以金融、房地产等传统行业为主的行业结构。“2020年上半年赴港上市的中企延续了行业调整的趋势,生物技术/医疗健康、互联网领域热度不减,分别有6家、4家企业上市,两个行业的融资额均在百亿元人民币以上,占上半年赴港上市内地企业总融资额的85.2%,与去年相比占比增加了50个百分点。而房地产、金融领域上市企业由2019年上半年的9家下滑至5家,2020年上半年融资额同比下降75.4%。”上述研究员对《证券日报》记者介绍。

“中概股的回归及医疗健康、生命科学板块的稳定发挥,令今年赴港上市的企业平均募集金额较去年有所上升。今年下半年,预计全球市场气氛将继续受经济不确定性影响,或会短期影响个别公司的IPO时间表。作为全球最活跃的IPO市场之一,预计中国香港市场将保持稳定,而科技及医疗健康、生命科学板块有望继续带动市场。”朱雅仪对《证券日报》记者说。

根据清科研究中心数据,今年上半年中企赴港上市平均筹资额为人民币20.06亿元,同比上升71.3%。其中,网易、京东于二季度在港交所敲钟,两家企业的首发融资额均在人民币200亿元左右,占上半年港股市场IPO总融资额的60%以上。此外,上半年赴港上市的中企整体募资规模偏小,接近半数的企业首发融资额不足人民币2亿元。若不考虑两家第二上市企业的影响,今年上半年中企赴港上市平均筹资额仅为人民币7.50亿元,同比下降35.9%。

(上接A1版)

经过不断实践、不断完善,扶贫资金管理体制机制基本成熟。扶贫办和财政部负责管好扶贫资金这本总账,资金盘子定下来,就迅速支付到省里。省里拨付到县里,要在一个月之内完成。资金分配采取要素分配的方式,根据各地贫困状况、减贫工作任务和成效等因素进行分配。分配方案都要反复研究,确定后都必须公示,接受各方面监督。

在资金监管制度方面,我们将资金使用管理权限全部下放到县。要求县级按照脱贫规划建立脱贫攻坚项目库。做到项目等钱,而不是钱等项目。资金跟着项目走,穷人跟着能人走,能人跟着产业走,产业跟着市场走。同时,还建立了公示公示制度,省、市、县扶贫资金分配结果一律公开,乡、村两级扶贫项目和资金使用情况一律公示公告,接受群众和社会监督。

扶贫资金是贫困群众的救命钱,一分钱都要用好用管好,绝不允许动扶贫资金的奶酪,对挪用乃至贪污扶贫款项的行为,发现一起严查查处问题一起,让违法违规者得不到好处,资金要扣回来。情节轻微的给予纪律处分,情节严重的依法追究法律责任,绝不姑息迁就。

## 产业扶贫对全国产业链供应链稳定有正向价值

《证券日报》记者:您认为,脱贫攻坚在产业发展方面形成了哪些成果?对于推进我国产业结构转型升级,维护产业链供应链稳定安全,具有怎样的作用?

刘永富:脱贫攻坚,产业支撑是根本、管长远。产业支撑不足,贫困地区发展就困难,经济运行就不稳定,老百姓的口袋也鼓不起来,贫困

群众脱贫就很难,脱了贫也很难巩固成果。

从收入情况来看,2019年贫困人口工资性收入和经营性收入两项合计占总收入80%以上。从这个收入构成来看,贫困地区群众主要通过务工和生产劳动实现脱贫,增收可持续性较强,自主脱贫能力逐步提高,这与脱贫攻坚密不可分。

产业扶贫十分重要,但发展产业并不容易,对产业选择、人员技能、资金规模、技术服务、产品品牌等都有很多要求,要按照市场规律办事。脱贫攻坚形成了一种倒逼机制,贫困地区要根据本地资源禀赋和产业基础,做产业、找市场、打品牌。找准了产业方向,选准了具体项目,再加上国家产业扶贫政策的支持,相关部门的帮扶,才能实现产业发展。比如河南省兰考县,引进了一批适合在当地发展的企业,有的还是上市公司。产业发展起来了,不仅实现了3年7万多人脱贫,而且GDP增速在省内排名也跃升了。再比如新疆的南疆地区,特别是喀什、和田,在2016年前是没有现代工业的,老百姓收入很低。脱贫攻坚以来,南疆建立了现代工业园区,引进了纺织、服装、电子等产业项目,就业人员达到数十万人,农民收入大幅提高。脱贫攻坚,为深度贫困地区发展现代产业发挥了至关重要的作用。

脱贫攻坚过程中,许多地方经过实践探索,用好产业扶贫政策,发挥市场机制作用,把一批有一定基础的产业逐步做大做强,形成了有一定规模和影响力、带动力的扶贫特色产业。比如贵州的刺梨,以前研究了十几年,育种、加工、市场销售都上不去,这些年通过产业扶贫的支持,引入广药集团,为产业发展注入了科技含量,现在产品供不应求。还有云南怒江的草果,现在已成为当地特色产业。种植草果的农户一年收入少则三五万元,多则一

二十万元。新疆南疆的大枣,早些年都是装在编织袋里卖,卖不上好价钱,现在经过加工,销路很好。西藏、青海的青稞,生长在高海拔地区,光照充足,空气洁净,品质好,有降糖等功用。现在已形成生产、加工、销售等一条完整的产业链,对当地经济发展、农民增收发挥了很大支撑作用。甘肃的橄榄油,它在陇南市挂果的油橄榄已有100多万亩,已经形成了油橄榄产业链。

产业扶贫的过程中,各地还发展了电商扶贫。2014年,甘肃省陇南市率先开展电商扶贫试点,通过电商扶贫,2015年贫困户均实现增收430元左右,之后每年都在增长,2019年实现增收800多元了。目前,电商扶贫在许多贫困地区都有了很大发展,对扶贫产品销售发挥了重要作用。我们还实施了光伏扶贫项目,光伏发电本身会带来收益,可以利用村级光伏项目收益,设置公益性岗位,让贫困户特别是其中的弱劳动力去参与劳动,领取公益性岗位工资补助。这些贫困人口每月收入少则五六百元,多则千八百元。

应该说,产业扶贫是市场力量和政策力量的结合,是市场无形之手和政府有形之手的相互作用。贫困地区发展产业要遵循市场规律,但也要根据实际情况出台扶持政策,给产业助力。贫困地区在产业扶贫的过程中打通了资源、资金、劳动力、市场销售等联系,构建起可持续发展的产业,有了产业的支撑,与其他地区形成有机产业链条,对我国全局性的产业链、供应链的稳定安全,都具有正向价值。

从政策导向来说,我们主张依据当地资源禀赋、产业基础、市场条件等谋划产业,发展产业。有的企业到贫困地区去建厂,既是扶贫,也是符合产业梯度转移规律的。有的企业则是发现并挖掘贫困地区的资

