

# 券商抢基金代销蛋糕 降费之外需亮新招

## 券商加入基金代销“价格战”



恒泰证券于**2020年9月**全面推动公募基金申购费率**0.1折起**。  
**2019年6月**,德邦证券宣布对部分开放式基金实行前端申购费率优惠至**0.1折**。  
 中金财富证券**2019年10月**推出**0.1折**申购费率基金池。

“3000多只A类份额基金申购费率降至一折,2000多只C类份额基金实现零申购费。”

**随着基金代销市场规模逐步扩大,券商也加入了基金代销“价格战”。**

《中国证券报》16日刊发文章《券商抢基金代销蛋糕 降费之外需亮新招》。文章称,“3000多只A类份额基金申购费率降至一折,2000多只C类份额基金实现零申购费。”

随着基金代销市场规模逐步扩大,券商也加入了基金代销“价格战”。此前中金财富证券、德邦证券、恒泰证券宣布公募基金申购费率0.1折起,随后招商证券、华泰证券等头部券商也加入了降费阵营。

在业内人士看来,低费率固然对投资者有一定的吸引力,但投资者最关心的还是财富的增值和购买的体验,这就要求券商持续增强主动管理能力以及研究、服务能力。

### 降低基金申购费率

12月14日,国信证券官方新闻号“国信头条”称,将3000多只A类份额基金申购费率降至一折,2000多只C类份额基金实现零申购费,并将持续加大C类份额基金布局。此次调整后,国信证券代销公募基金费率将与互联网平台站在同一起跑线上,并在券商阵营中保持较低的费用水平。

随着基金代销市场规模逐步扩大,银行、第三方互联网平台、券商等各方机构之间的竞争日益激烈,在产品销售阶段,机构降费打折已不是新鲜事。

恒泰证券于2020年9月全面推动公募基金申购费率0.1折起;2019年6月,德邦证券宣布对部分开放式基金实行前端申购费率优惠至

0.1折;中金财富证券自2019年10月推出0.1折申购费率基金池。2021年,陆续有头部券商加入降费阵营。招商证券7月30日在官网宣布,将超过3000只A类份额基金申购费率降至一折,超过1200只C类份额基金实现零申购费。华泰证券、天风证券也宣布旗下部分公募基金申购费率降至一折。

对于券商主动降费的现象,川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳对中国证券报记者表示,费率下调既有券商的主观因素,也有外部竞争的客观因素。近两年,券商的基金代销业务呈现爆发性增长,成为银行之外基金发行的重要渠道。

“当前部分券商主动降费是市场竞争的结果。”南开大学金融发展研究院院长田利辉表示,基金公司、第三方代销机构及互联网平台竞争激烈,各方纷纷降低费率,争取客户,提升自身渠道优势。同时,降费打折可以形成差异化费率体系,能够为券商的投顾布局做好准备。

### 发力基金代销赛道

在业内人士看来,券商主动下调基金申购费率,主要是为了争夺基金代销这块“蛋糕”。事实上,在基金代销领域,券商的竞争力已今非昔比。

据中国基金业协会上个月披露的2021年三季度公募基金代销机构的保有规模数据,在“股票+混合公募基金保有规模”百强榜单中,券商数量为49家,几乎占据百强榜的半壁江山。其中,中信证券、华泰证券、广发证券、中信建投证券、招商证券等头部券商的排名靠前。不过,从单家规模上看,银行机构仍处于“C位”,券商中排名首位的中信证券在整体榜单中仅排名第14名。

业内人士称,以往券商主要依赖股票交易手续费等通道型业务,但近年来券商通道业务趋于“零佣金化”。同时,投顾业务市场客户规模的增长以及金融市场投资产品的日益丰富,代销金融产品业务逐渐成为券商财富管理业务的重要盈利来源。

在中信证券资产管理业务执行总经理、FOF业务负责人魏星看来,券商资管开展公募基金业务具有一定的优势。研究是券商的一个长板,便于将各类研究策略转化成资管产品;券商作为经纪商,便于和全市场中的公募基金、私募

**2021年**,陆续有头部券商加入降费阵营。招商证券将超过**3000只**A类份额基金申购费率降至一折,超过**1200只**C类份额基金实现零申购费。

华泰证券、天风证券也宣布旗下部分公募基金申购费率**降至一折**。

业内人士表示,低费率固然对投资者有一定的吸引力,但投资者最关心的还是财富的增值和购买的体验。

基金等发生联系,在资源的获取、对管理人的研究等方面更有优势。

“券商在品牌形象、投研顾问、销售渠道等方面具有优势,是基金代销市场有力的竞争者。”田利辉说。

### 专业服务能力再升级

在业内人士看来,低费率固然对投资者有一定的吸引力,但投资者最关心的还是财富的增值和购买的体验,这就要求券商持续增强专业服务能力,包括主动管理能力以及研究、客户服务能力。

“需要强调的是,客户对资产管理产品的主动管理能力越来越重视,对研究和服务要求也越来越高,所以不断提升这方面的水平是当务之急,同时还要做好风险和收益的平衡。”陈雳称。

券商如何提升主动管理能力?魏星表示,中信证券从策略端、资产端、人员端三大方面提升主动管理能力。策略上,将研究所等平台的优势发挥到极致,使策略不断丰富并付诸于产品管理,同时,在产品线做全的基础上,将策略做出特色来。在资产端,发挥券商在获取资产、评估资产等方面的优势,获得优质资产,并为资产做正确的定价。在人员方面,建立精细化、体系化、工业化的投资团队,降低对个人的依赖。

国信证券相关负责人称,此次国信证券采取降低费率的举措,其本质还是以客户为中心,通过差异化的费率体系提升客户体验,放弃部分短期利益,用更长期的理念转变经营方式,真正实现与客户利益深度绑定。

在田利辉看来,在券商大集合产品公募化的变革与转型中,聚焦主动管理能力、构建差异化的核心竞争力成为取胜的关键。券商资管应该发挥投研优势,为客户提供资产配置方案、投资策略选择、投资顾问建议、IT平台和运营支持服务等,形成系统解决方案;发挥投行平台优势,开展全价值链综合服务;推动产品创新,发展特色产品,增加产品谱系;推动金融科技发展,不断提升效率。

据新华社

本版内容及观点仅供参考,不构成对所述证券的投资建议,投资者不应以本文作为投资决策的唯一标准,市场有风险,投资需谨慎。

## 火了这么多赛道 哪个让你赚大钱?

鸿蒙、PVDF、储能、盐湖提锂、磷化工、海上风电、元宇宙、培育钻石、EDR……2021年A股火了这么多赛道。不少投资者感慨,学习新知识的速度经常赶不上赛道切换,不仅如此,还要兼具文科生的想象力(打开估值束缚)与理科生的严谨(测算未来三年或五年的业绩)。

### 一季度

市场焦点在茅系股上,其从yyds(永远的神)骤然走下神坛。

去年底到今年一季度,市场上各类“茅”满天飞,不少行业龙头都被冠以“茅”称号,足见市场对茅系股的狂热。

但市场情绪转折很突然,春节后第一个交易日(2月18日),市场开始大举抛售茅系股。以贵州茅台为例,当日下跌5.04%,2月22日再度下跌7.05%,一直跌到3月9日,才算短暂企稳。

茅系股的这波大调整很惨烈,“牙茅”通策医疗股价近乎腰斩。

### 二季度

老赛道“重发新枝”,新赛道小试牛刀。部分茅系股经过春节后的挤估值,在4月开启新一轮上涨,并创下历史新高,但数量很稀少。

最典型代表是舍得酒业,当时流传着“有一种幸福叫舍得”。舍得酒业3月9日股价见底,之后一口气涨到6月7日,累计涨幅达341%。在此期间,该股完成了摘帽,也是A股历史上首只百元ST股。

但大部分的茅系股,在今年剩下的时间里,却萎靡不振。贵州茅台股价最低跌到1525.5元。医美赛道却在这个阶段完成反弹,龙头股爱美客从3月26日上涨至7月1日,涨幅达122%。

5月到6月,A股迎来新赛道——鸿蒙概念,起因是“5月中旬华为在上海召开HarmonyOS connect 伙伴峰会”,随后发布一系列产品。代表个股是润和软件,一口气从5月10日涨到了6月17日,累计涨幅达436.42%。

### 三季度

“双碳”战略下,“能源革命”的宏大叙事来了!

PVDF(联创股份)、有机硅(合盛硅业)、氟化工(永太科技)、磷化工(湖北宜化、兴发集团、云天化)、盐湖提锂(西藏珠峰、西藏矿业等)、钠离子电池(华阳股份)、氢能(美锦能源)、稀土永磁(北方稀土、五矿稀土)、钴(厦门钨业)、储能(晶科科技等)、海上风电(大金重工、明阳智能等)……

这波大行情,还是以周期股为主,既隐含了新能源逻辑,又有供需错配带来的业绩大增,俗称戴维斯双击。

9月下旬,轰轰烈烈的资源股行情落下帷幕,开始剧烈调整,有个股股价腰斩,或者回到起涨点。

在第二和第三季度之间,MCU芯片板块充当了承上启下的角色,跑出了全志科技、富满电子等大牛股。

### 四季度

资源股大行情过后,市场需要换换口味。元宇宙概念横空出世。中青宝、中文在线、宣亚国际等概念股,涨到让人不服不行的地步。

汽车零部件板块是11月最牛的主题,跑出了中捷精工、上声电子、沪光股份、合力科技4只翻倍股,板块上涨逻辑是“芯片荒”有望缓解,汽车销量增长将带动行业对零配件补库。

EDR,就是汽车的“黑匣子”,被市场认为是“下一个ETC板块”。龙头股启明信息从11月17日启动涨停以来,累计涨幅达183.6%。

据《中国证券报》