

至少从目前来看，基金发行热情在2021年开年并没有降低。

据Choice终端数据，2021年首月公募发行市场吸金超过4900亿，为历史第二高，仅次于去年7月。其中，权益类新基金延续了发行火爆的态势，规模超过4500亿元，刷新单月发行规模最高纪录。

但见新人笑，那闻旧人哭。和基金发行规模一齐增长的，还有基金的赎回规模。2021年首月，有14只基金因为收益持续不佳，导致规模不断萎缩，最终触发基金清盘规则而清盘。其中半数是主动权益类产品，较去年开年首月清盘3只产品同比增近4倍。

结合历史数据来看，公募基金“赎旧买新”现象一直存在。多位基金销售渠道人士对第一财经记者表示，“赎旧买新”背后最大的推手，其实是包括银行在内的渠道方。

“太阳底下没有新鲜事，赎旧买新现象其实从2013年起就一直存在，往年只怕更严重。但是2020和2021年，我们总算看到一点遏制银行方面持续让客户赎旧买新的苗头。”一家背靠大型互联网平台的理财公司一位理财师对第一财经记者表示。

该理财师口中所说的“苗头”，即指除银行外的其他销售平台，申购/认购基金的费率优势；也包括2020年8月出台的《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》及其配套措施（下称“办法”），对商业银行和基金公司之间的利益分配做出了明确限制。

“银行认购费太贵，连银行内部工作人员都不在银行内部申购基金了。”该理财师表示。

银行用发行规模考核业绩

一位基金三方售卖平台工作人员对第一财经记者表示，整个公募基金销售市场大概可以按照6、3、1比例划分。银行渠道占据六成、券商渠道占据三成、包括支付宝和天天基金在内的其余三方渠道占据一成。

“银行考核基金发行业务口径也和其他渠道不同，银行是以基金发行规模为考量标准，而券商和三方渠道考核的更多是保有量、存量。”上述三方平台工作人员说道。

。

以基金的发行规模作为业绩考量标准，也让银行有更多的动力去不停地发行新基金。

据一位三方平台工作人员表示，他们的话术可能是这样的，最近XX基金表现不是很好，你去换个XX基金的产品吧。大多数基民不是很专业，也就听从基金经理的指导了。

据上述理财师介绍，从费率上计算，商业银行和基金公司分成时，一般会收取尾随佣金（从管理费中抽成）、客户买入费率（认购费和申购费）、销售服务费、托管费、超额收益这五项费用。

银行的客户买入费率一般在1.5%左右，托管费率一般在0.25%，销售服务费一般是基于基金净资产值按照一定的比率从基金资产中提取，每日计提，每月支付。每日应计提的销售服务费=前日基金资产净值×销售服务年费率/当年天数。

需要注意的是，只有C类基金收取销售服务费用。

此外，基金公司需要从获取的超额收益中抽出一部分分给银行作为额外利润。

“具体分多少得看渠道强势程度和基金过往业绩，有明星基金经理加持的基金公司，一般会分得多点；而带货量巨大的渠道，分利润则会多点。”上述三方平台工作人员表示。

而从管理费中抽取的尾随佣金，则是基金公司支付给商业银行的另一块大头费用。一般来讲，基金公司会从基金总规模中提取1.5%作为管理费，而商业银行渠道则需要从管理费中抽取一部分作为渠道的返佣。

上述理财师表示，和超额收益类似，具体抽取多少管理费作为尾随佣金同样要看基金经理的过往业绩，有明星基金经理加持的基金，尾随佣金比例会稍低些。

比如2019年初的爆款基金、陈光明掌舵的睿远基金旗下首只公募基金“睿远成长价值混合”，尾随佣金占比仅为37.95%；华安媒体互联网混合2020上半年客户维护费3909万元，尾佣占比43.29%。两者均明显低于行业水平。

相关数据显示，不少基金尾随佣金占比达到了80%以上。很多新基金甚至将全部管理费返还给渠道。这样是为了快速做大规模，打响名气。

“比如说银行本来一年能卖10只新基金，结果采取销售导向的赎旧买新机制，一年可能卖30只新基金，本来能赚3个亿，结果一年能赚10个亿，这就是资本的驱动。

“上述理财师说道。

数十倍认购费

作为对比，一位头部金融科技公司的理财部负责人对第一财经记者表示，他们同样拥有基金销售牌照和自有流量，能够帮助基金公司带量，但是规模受限、通常只有数百亿左右规模，所以在与基金公司博弈中处于弱势地位。

“我们的客户买入费率（认购费和申购费）打了一折，其实可以忽略不计。收益包括了从管理费中抽取的尾随佣金，和从超额收益中提取的收入。”上述负责人表示。

据他介绍，如果是债基和货币的话，公司能获得销售额0.25%左右的收入；如果是混合型基金或者股票型基金，公司能获得0.3%-0.4%左右的收入。

“部分带货能力强的商业银行，甚至能获得销售收入1%-2%作为利润，远远高出我们。”负责人表示。

这其中很大一个差异在于客户买入费率。

第一财经记者登录某股份制银行APP发现，客户买入易方达蓝筹精选混合型证券投资基金的费率在1.5%左右。

中国联通

下午 3:58

19%



交易说明

T日：在交易日购买, 15:00之前购买为T日购买, 15:00之后购买则为T+1日购买;周末和法定节假日均不是交易日

T+1日：确认份额,享受收益, 部分基金会有区别,实际时间以基金公司为准

认购费率

适用范围	费率
0元≤交易金额<100万元	1.20%
100万元≤交易金额<200万元	0.80%
200万元≤交易金额<500万元	0.20%
交易金额≥500万元	单笔1000元

申购费率

适用范围	费率
0元≤交易金额<100万元	1.50%
100万元≤交易金额<200万元	1.20%
200万元≤交易金额<500万元	0.30%
交易金额≥500万元	单笔1000元

而登录支付宝，买入同样的基金，买入费率则仅为0.15%，相较商业银行打了一折

。

中国联通 下午 6:48 47%

产品详情

易方达蓝筹精选混合

005827 混合型-偏股 中高风险 饮料制造 白酒

+116.80% 近一年涨跌幅
-0.11% 日涨跌幅
3.2979 净值 02-23

直播讲解

超700万人已关注

支付宝金选金牌经理 严选基金经理 · 操盘业绩优异 · 穿越牛熊周期

业绩走势 净值估算

— 本基金 **+116.80%** — 同类均值 **+46.27%** — 沪深300 **+34.47%**

• 风险回报比 好于同类99%基金

2020-02-21 2020-08-19 2021-02-23

近1月 近3月 近6月 **近1年** 近3年

开放买入 开放卖出 买入费率1.50% 0.15%

讨论区 财富号 加自选 定投 **买入**

“事实上，目前除了银行外，几乎所有销售渠道，客户的申购费率基本都打了一折。这也导致很多银行内部工作人员申购基金时，往往选择支付宝等第三方渠道，但是反过来说，高昂的认购费是银行不遗余力发行新基金的动力之一。”理财师对第一财经记者说道。

当然，这也是第三方平台相对于银行渠道费率上的一大优势，导致越来越多的用户选择在支付宝等渠道购买基金。

2020年10月，华夏、汇添富、鹏华、易方达、中欧基金旗下5只创新未来基金，暨“前蚂蚁站配基金”发行时，仅在支付宝代销渠道和基金公司直销渠道售卖，传统五大行中农工建交均不在其列。

作为典型的互联网基金销售渠道，支付宝平台购买基金的门槛较低，最低可低至1元，这也基本涵盖了大众理财的最低门槛。同时，认购费率打折甚至免费，也是该渠道的一大优势。

这也是互联网代销渠道向银行等传统渠道发起较大冲击的一次基金销售江湖的洗牌。

截止日期	2021/2/24	机构类型	全部
序号	基金代销机构	代销基金只数	
1	天天基金	5,936	
2	上海好买基金	5,490	
3	蚂蚁(杭州)基金销售	5,405	
4	盈米财富	5,365	
5	同花顺基金	5,248	
6	京东肯特瑞基金销售	5,106	
7	上海陆金所基金销售	4,948	
8	中信建投	4,947	
9	北京汇成基金销售	4,776	
10	基煜基金	4,758	

东方财富Choice终端数据显示，截至2021年2月24日，公募基金前10大销售渠道中，仅有中信建投这一家券商入选，其余均为除银行和券商外的三方渠道。传统基金销售大户，交通银行和招商银行，仅分别占据基金销售排行榜的第27和34位。

“新三方渠道正在崛起，虽然从总量上来说，银行还是基金销售大户，但目前行业格局绝不会是3、6、1的划分，除银行和券商外的三方渠道占比应该在提高。”上

述理财师分析道。

没听过“监管办法”

国家也在出台相关法律法规遏制基金销售的“赎旧买新”。

自2020年10月1日起，证监会开始正式施行同年8月出台的“办法”，其中最受人关注的是明确了客户维护费上限，即业内俗称的“尾随佣金”的收取上限。

“办法”中明确指出，对于向个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比率不得超过50%；对于向非个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比率不得超过30%。

此外，“办法”第三十条明确说明：

“基金销售机构应当建立健全基金销售业务内部考核机制，坚持以投资人利益为核心和长期投资的理念，将基金销售保有规模、投资人长期投资收益等纳入分支机构和基金销售人员考核评价指标体系，并加大对存量基金产品持续销售、定期定额投资等业务的激励安排，不得将基金销售收入作为主要考核指标，不得实施短期激励，不得针对认购期基金实施特别的考核激励。”

上述金融科技公司理财部负责人对第一财经记者表示，办法就是要求银行等基金销售渠道，要更加关注客户的存量和长期投资，不要让客户频繁地买卖基金。事实证明，无论炒股票、还是炒基金，都是挣不到钱的，只有长期持有，才可能挣到钱。

不过第一财经记者和多位直接面向客户销售基金的银行业务员交流时，业务员们多表示“对办法具体内容并不知晓”。

上述理财部负责人表示，让银行改变还是挺困难的，而且就算对客户的尾随佣金加以限制，银行完全可以通过提高后端的认购费以及前端的买入费率，来继续维持高额利润。

“不过至少，我们看到了改变的苗头。”上述理财部负责人说道。