

记者还发现，从去年起，BATJ(分别指百度、阿里、腾讯、京东)已全部杀入基金代销市场，抢食银行渠道。现在很多银行“移情”保险产品，有银行业内人士表示，近两个季度都没有基金经理来驻点了，保险产品卖得相对更火热，“因为保险更赚钱。”

今年6月末，公募基金管理规模再创新高，已增至13.46万亿元。而与此同时，作为基金销售主力选手的银行，代销基金规模却意外“回落”。新京报记者翻阅A股上市银行中报看到，工商银行、农业银行、中国银行代销基金规模或相应手续费增长都出现下滑。

记者调查获悉，现在很多银行“移情”保险产品，有银行业内人士表示，近两个季度都没有基金经理来驻点了，保险产品卖得相对更火热，“因为保险更赚钱。”

但互联网第三方分流则是主要原因。记者通过采访业内人士、基民后发现，目前互联网第三方日益成为重要的基金销售渠道。2017年6月诞生的蚂蚁基金，目前已经接入了近5000只公募基金，超过3500只基金在售。东方财富发布2019半年报显示，其子公司天天基金网共上线7179只公募基金产品，上半年销售额为3090.04亿元，同比增长2.1%。

记者发现，从去年起，BATJ(分别指百度、阿里、腾讯、京东)已全部杀入基金代销市场，抢食银行渠道。2018年8月，百度拿到基金代销牌照，是BATJ中最后一个获此牌照的公司。

值得注意的是，伴随着渠道的多元化，基金结构也在发生显著变化，债基接棒货基成为“新宠”。

多银行代销基金规模回落，有的“腰斩”

据中国证券投资基金业协会数据显示，去年6月末公募基金管理规模合计12.70万亿元，至今年6月末，公募基金管理规模创历史新高，已增至13.46万亿元，增长7580.60亿元，增幅近6%。

不过，作为基金销售主渠道的银行，今年上半年代销似乎有些乏力。新京报记者翻阅A股上市银行近两年中报看到，工行、农行、中行代销基金规模或相应手续费增长都出现“倒车”。

其中工行2019年上半年代理销售基金3187亿元，比去年同期代销规模减少了22%

，但代销国债和个人保险规模均大幅上升；农行上半年销售基金1345.73亿元，较去年同期下降58%，去年曾同比大增147.3%；中行代理基金等业务相关手续费、托管费和管理费收入下降，上半年收入37.99亿元，同比下降24%。

全国性股份制银行中，招商银行上半年代理服务手续费收入同比减少8.54亿元，降幅9.47%，招商银行称，这主要是由于代理基金收入减少；华夏银行上半年实现代理基金销售101.44亿元，较去年同期的143.7亿元也锐减29.4%。

不过，也有部分银行代销基金规模呈上升态势。交通银行上半年代销基金、保险、国债等代理类手续费收入同比增长30.99%；北京银行上半年基金销售同比增长16%。

银行代销基金的热情因何下降？部分银行在中报中解释了代销规模或相应收入下滑的原因。招商银行在提到上半年非息净收入增长放缓时表示，其中一个主要原因就是受监管趋紧、资管新规、资本市场震荡影响，理财、托管、代理基金等业务收入有所回落。

基金经理不来银行驻点了，银行更偏爱代销保险

对于部分银行代销基金规模下降，招商银行一位客户经理表示，一个主要原因是网络代销渠道分流，“2015年以前，客户在银行网点买基金常常要排队，不过现在可以选择的购买渠道多了。”他还强调，基金代销规模下降并不是基金产品不好，而是分流的影响。

工商银行一家网点理财经理称，基金销售量下降可能和近两年行情有关，买的人少了，反映到数字的销售规模就会减少。但她表示，好的基金产品仍可能卖光。

值得注意的是，一位股份制银行网点员工告诉新京报记者，近两个季度都没有基金经理来驻点了，保险产品卖得相对更火热，“因为保险更赚钱。”

据该股份制银行员工介绍，所谓驻点是指基金经理到银行网点，给银行员工讲解当期销售的基金产品。但由于今年上半年该行代销基金产品数减少，也没有基金经理来驻点了。

在多家银行中报里，也提及代理保险业务的贡献。建设银行称，上半年代理业务手续费收入108.63亿元，增幅17.90%，主要是代理保险业务收入较快增长带动，未提及基金；中信银行称，上半年代理业务手续费同比增加9.19亿元，增长37.01%，主要由于代理保险手续费收入增长所致。

不少银行代销保险的规模也明显增长。工商银行上半年代销个人保险954亿元，较2018年同期的435亿元猛增119%；中信银行表示，截至上半年末累计代销保险业务规模187.67亿元，同比增长148%。

互联网第三方崛起：BATJ已全部杀入，申购费用低是优势

目前购买基金的渠道共有四种，最主要的方式就是通过银行，包括线下网点、网上银行、银行App。除此之外，证券交易软件也是传统的基金购买方式。兴全基金首席策略分析师包卫军表示，在牛市中，券商代销基金的规模有潜力快速增长，或成为主要渠道之一。

作为直销方，基金官网也可以购买基金，且没有渠道费，申购费较低，不过缺点是注册后只能购买单一基金公司的产品，操作较繁琐。

由于互联网的发展，第三方平台上代销基金的规模快速扩大，包括天天基金网、支付宝蚂蚁财富、京东金融、同花顺基金等平台。



万德数据显示，按照代销基金数从高到低排名，前五名的代销机构分别是天天基金网、好买基金网、蚂蚁财富、盈米基金销售、中信证券。其中，前四位均为互联网代销平台。

从去年起，BATJ已全部杀入基金代销市场。2018年8月，百度拿到基金代销牌照，是BATJ中最后一个获此牌照的公司。在此之前，百度已拥有基金支付牌照，以及基金电商许可。前海开源基金首席经济学家杨德龙对记者表示，百度的庞大的流量对基金公司而言是最具有吸引力的价值，百度的AI技术或也将成为其基金销售的重磅卖点。

杨德龙表示，随着BATJ巨头相继入局，在整个基金销售市场蛋糕中，互联网销售比例还会上升。

华夏基金总经理李一梅此前也公开表示，互金巨头开放合作对于每家基金公司来讲，是必争之地。华夏基金的App入口可能只是百万量级，活跃用户还达不到百万量级。而互联网巨头平台客户数是上亿的入口，未来将成为基金公司的主战场。

而互联网第三方渠道中，巨头正在后来居上。2017年6月诞生的蚂蚁基金，目前已经接入了近5000只公募基金，超过3500只基金在售。从蚂蚁基金股东恒生电子近三年的年报看，可以发现蚂蚁基金的营收在2018年超越天天基金网。数据显示，蚂蚁基金近三年的营收分别为2.7亿元、7.46亿元、14.04亿元。

从费用上看，几种购买方式主要存在申购费的差别，认购费、赎回费、管理费、托管费通过各渠道的收取比例基本相同。

天天基金网、支付宝蚂蚁财富、京东金融、同花顺基金等平台，申购费一般为1折。与互联网的低申购费相比，银行相对较高。农行一位客户经理表示，该行代销的基金产品在柜面购买时，申购费不予打折，如果用网银跟手机银行购买可以打折，但是最低也只能到8折。

招商银行一位客户经理介绍，该行代销基金分债基、股基和混合型基金，对应收取的手续费不同，在购买时债基普遍收取0.8%的手续费，股基普遍收取1.5%；退出时债基普遍没有手续费，股基产品购买一年以上收取0.1%左右，“最终以具体产品的认购和赎回费率为准。”该经理称。

兴全基金首席策略分析师包伟军表示，像支付宝、天天基金对银行销售渠道的分流情况的确存在。随着基金的发展，基民经验也更加丰富，通过银行首次购买基金后，他们也会对特定的一些基金公司，甚至产品有偏好。而互联网平台的申购费用往往更低，这样一来，不少成熟的基民倾向于在第三方互联网平台直接购买单只基金

。

“在渠道费用，也就是申购费上，银行相较于互联网平台，的确比较高。”包伟军说。在他看来，银行是比较强势的渠道。但是，对一些明星基金经理推出的产品，部分银行会提供不同程度的折扣，希望能够借由这些基金产品留住高净值客户，未来有机会延展到银行的其他业务。

“互联网渠道一般不会收取高昂的手续费，主要是希望能够积累用户，形成规模效应。”基金豆投资总监李扬帆表示。

用户消费习惯变迁 渠道或精细化运营

某银行北京分行财富管理负责人对记者表示，就他观察，目前来银行购买基金的基民一般都是中年或老年人。而第三方平台基金豆的数据显示，其平台的主要用户为25-35岁的互联网群体。

“在银行买基金的基民，一般年龄偏大。与此同时，随着大龄基民了解到互联网渠道，就使得银行不再是唯一主流的渠道。”李扬帆对记者表示。

已经购买了十多年基金的“老基民”傅女士一直是通过银行客户端购买基金，在她看来，银行的基金经理的意见很重要，“毕竟他们信息量大，也更专业”。她从不考虑代销平台，表示“还是不放心”。当记者问到是否也不信任支付宝时，她惊讶地表示“并不知道可以通过支付宝购买，可以尝试”。

就李扬帆观察，目前互联网第三方平台目标客户为资产规模不是很高、专业性有限的C端基民，该定位也是为了覆盖更多用户，利用互联网边际成本低的特点，做更广泛的服务。

记者也采访了两位年龄分别在二十多岁的基民。较年轻的潘女士对记者表示，所有的基金都是通过互联网第三方平台购买的。最开始是通过天天基金网购买基金产品，主要是因为开户很方便，基金种类也很多，手续费打1折。她表示，目前更习惯去支付宝买基金，“因为钱都放在支付宝里”。

目前，第三方平台主要提供两种服务，一种是以低申购费率销售各类基金产品，另一种是投资组合的推荐。多位专家表示，未来的渠道或精细化运营。

包伟军推测，未来银行一方面会面向没有基金购买经验的基民，提供基础服务，同时渠道会集中在资产规模较大的高净值客户，因为这类客户更适合线下一对一的资产配置服务。这样一来，线上线下渠道可以形成互补。

天相投顾总监贾志认为，长期来看，银行代销基金规模不一定会是下降趋势。他表示，资管新规要求银行推动产品净值化转型(过渡期到2020年底)，在真正执行的初期，代销公募基金可能是最好的选择。“银行理财经理在给客户服务时，更多地应该考虑资产配置因素，帮助客户驾驭风险、平衡风险。在这一大背景下，保险和银行理财偏固收、类固收的产品，在收益上不够有吸引力，所以不可避免地要考虑一些权益类产品配置，公募基金有20年的积累，产品标准化做得稳健合规，很有优势，且门槛比较低，承载力也比较强，大客户、小客户都适合，所以要做财富管理公募是一个好的配置工具。”贾志说道。

- 延展

基金结构调整：货币基金大幅“缩水”

值得注意的是，伴随着渠道的多元化，基金结构也在发生显著变化。整体来看，去年8月末货币基金规模一度高达8.94万亿元，达到历史最高水平。此后，货基市场一路收缩。去年第四季度，货币基金市场规模相较于2018年第三季度末下降7570亿元，下降比例为8.49%。到了2019年第二季度末，货币基金市场资产净值总计7.71万亿元，较第一季度末大幅下降5774亿元，下降比例接近7%。最大的货币基金天弘余额宝最新的7日年化收益率已重返“2时代”。

天相投顾总监贾志认为，近年监管并不鼓励货币型基金了，收益也大幅下滑，造成整体规模有所下降，银行代销基金规模下降也和基金结构调整有很大关联。“天弘基金(管理)的余额宝(规模下滑)就比较有代表性，既有基金公司主动控制规模的因素，也有因为收益下滑，持有人选择其他产品的原因。而债券型基金和银行理财都对货币型基金有一定替代作用。”

东方财富2019半年报显示，今年上半年，货币基金“活期宝”的销售额为1525.34亿元，同比下降20.98%，首次不足基金销售总量的一半。

货币基金对投资者失去吸引力，个别货币基金甚至被清盘。8月21日，前海开源尊享货币基金进入清盘程序，成为继交银天运宝货币基金之后，年内第二只清盘的货币基金。

与此同时，货币基金的收益率处于低迷状态。Wind数据统计显示，近9成货币基金的7日年化收益率低于3%，7日年化收益率的中位数仅有2.53%。

针对销售结构的变化，兴业研究研报显示，2019年第二季度，受同业风险事件冲击，货币基金遭受赎回压力，货币基金整体规模大幅收缩。

债基接棒货基成为新宠。一位债券分析师表示，去年以来，因股票熊市、P2P风险频暴露，债券类产品受到青睐。短债基可以每交易日申购赎回，和货基一样支取便捷，适合年轻人。

招商银行一位基金经理透露，近一年来债基收益率达到9%左右，美联储降息，国内市场利率也有所下行，债市处于牛市。

(责任编辑：李嘉玲)