



新|闻|启|迪|财|智

基金周刊

Fund Weekly

总第19期 今日4版 每周一出版
新闻热线 64101957
执行主编 宋娅



欢迎关注
鹰牛理财订阅号

A1-A4

2014.12.1

A2 专访博时基金经理邓欣雨

债市一片“唱多”之声,但可转债基金收益却出现了大幅回调。那么接下来可转债的行情将会是如何,基民们应该怎样投资?北京商报基金周刊为此专访了博时基金绩优基金经理邓欣雨。

A3 暴涨的分级基金怎么玩

央行的意外降息,不仅让大象级蓝筹股大涨,也让拥有杠杆的分级基金收益飙升,不少投资者摩拳擦掌准备参与。不过,这些暴涨的分级基金并非简单买入便可获利,其中的套利方法不可不学。

A4 晒晒2600点上股基落队者

临近年末,股市上周一举突破2600点大关,给正值业绩比拼关键时刻的股基带来惊喜。四季度以来股基平均收益涨幅达6.2%,但如此大好形势中也不乏东吴双动力、长城消费增值股基这样的落队者出现。

基金公司的朋友圈战场

如果将每一个持有人都算做微信好友,多数基金公司的“朋友圈”一定都大得惊人。不仅有亿万“粉丝”的天弘基金及持有人超2000万的华夏基金这一类的“巨人”,还有众多百万级的“大块头”。不过,从目前来看,基金公司的朋友圈战场还远不够热烈,与拥有6亿庞大客户群的微信平台相比,无论是创新影响还是客户开发,基金公司依然处在求关注阶段。

89家公司的选择

余额宝的成功让此前饱受渠道制约之苦的基金找到了新的思路,由于拥有社交模式的微信平台信息传递更直达和有效,在发觉淘宝其实就是天弘一家的伙伴后,基金公司开始瞄准数亿微信用户群,并在这个不考察业绩的战场——微信公众号上开始了新一轮竞赛。

据北京商报记者统计,截止到11月30日,在已经获批成立的95家公募基金中,只有摩根士丹利华鑫、西部利得(原银梅隆西部)、方正富邦、中原英石和中融(原道富)等6家基金公司尚未开通公众号。

目前,微信公众号分为两类:一类是订阅号,通过该账号,基金公司可以每日发布资讯信息;另一类是服务号。兼具营销和服务功能,基金公司可以将理财功能嵌入服务号,从目前来看,基金公司微信服务号标配的查询功能包括资产查询、净值查询、交易记录查询等,每家公司都大同小异,在整体布局上也非常类似。

也有的基金公司会同时开设多个微信号,为客户提供不同类型的服务。以富国基金为例,其“富国基金”账号主要是发布一些资讯信息,“富国基金微理财”则侧重于微信理财,主要具备的是交易功能,包括基金净值查询、货币基金申购等。包括华夏基金、嘉实基金、易方达基金在内的多家基金公司均有多个账号,其中嘉实基金子公司也开通了公众号“嘉实财富”。

“我们希望借助微信这个平台,能够拓展更多的移动互联网客户。”博时基金互联网金融部负责人的话道出了基金公司的心声。

公众号冷热不均

虽然多数公司都来凑热闹,但由于各家重视程度不同,微信公众号的差异化十分明显。

去年春节期间火遍大江南北的抢红包活动,令不少基金公司的公众号着实火了一把。无论基金公司派发红包的方式或红包内容如何变化,微信用户想要参与抢红包活动,首先必须关注该基金公司的官方微信,要想获得更多的抢红包机会还必须在自己的朋友圈转发活动信息。在这过程中,不是每一个用户都抢到了红包,但基金公司却让每一个活动参与者和他们的“小伙伴”知道了自己。经常做一些抽奖活动的公司普遍粉丝活跃度很高,相反,一些不愿多投入的基金公司公众号则难获关注。

除了上述6家压根搜索不到微信公众账号的基金公司外,也有基金公司虽然早早推出了公众号账号,但并未用心维护,更新滞后,最后成为一个摆设。以中银基金为例,虽然其公众号在微信平台上可以发现,但进入公众号后惟一的一条消息显示“中银基金官方微信正在紧锣密鼓开发中,预计将于2014年12月正式推出,敬请期待”。显



然,微信战略在这家排进规模前十的公司有些不被重视。目前规模排名第一的天弘基金,微信服务号功能则相对简单,主要是围绕余额宝做文章。

全景基金品牌研究中心推出的10月公募基金公众号影响力排行榜中,服务号影响力前十名分别为建信基金、广发基金、华夏基金、易方达微理财、汇添富基金、南方基金、华商基金、嘉实基金、景顺长城基金和平安基金;订阅号影响力前十位分别是富国基金、天弘基金、工银瑞信、交银施罗德、国泰微幸福、财通基金、中邮基金、鑫元基金、万家基金和建信小V。

由千守营销推出的另一个考察微信营销的Wefund指数显示,排名前五位的分别是华夏基金、富国基金、汇添富基金、天弘基金和兴业全球基金。

不过,北京商报记者注意到,即使是10月单篇文章阅

读数最多的建信基金在10月20日发布的头条《拼iPhone6已经落伍了,现在是拼iPhone6 Plus的时代!》,截止到11月1日,该文阅读量达到84542,影响力尚未到10万级。

新蓝海还是再度空欢喜

事实上,即使是目前运营较好的基金公司微信,暂时也未能看到基金规模效益。而目前最好的公众号粉丝也只有万余人,客户转化率并不乐观。

“微信的使用群体主要是‘80后’、‘90后’,未来他们将是基金消费的主流,所以现在铺设好微信通道等于为未来的销售打下基础。”济安信信副总经理王群航看好微信的前景。银河证券基金研究中心总经理胡立峰也认为,微信营销是基金公司服务手段的延伸,使投资者申赎基金更便利,未来有望成为基金公司的标配。(下转A2版)