



飓牛理财订阅号

C3-C4

2017.3.17

“领头羊”遇挫 价格战不断

基金第三方销售市场成红海

龙头利润下滑

作为第三方基金销售平台的“领头羊”，东方财富2016年交出的成绩单已不似往年好看。日前东方财富“期末考”成绩放榜，年报显示，去年底东方财富归属于上市公司股东的净利润达7.1亿元，同比下滑61.4%；营业收入为23.5亿元，同比下滑19.6%。

从具体业务板块来看，除了2015年重组后新增加的证券业务外，其余板块营业收入都在下滑，如金融电子商务服务业务去年的营业收入为8.7亿元，与2015年24.42亿元的营业收入相比下降64.35%，而金融电子商务服务业务的大部分收入来源于旗下第三方基金销售平台——天天基金网。

值得一提的是，东方财富预计今年一季度市场景气度持续下降，基金产品销售“严寒”依旧，东方财富发布的2017年一季度业绩预告显示，今年一季度以来，东方财富的形势并未好转，预计2017年一季度实现净利润7000万-1亿元，同比下滑约10.29%-40.19%。此外，东方财富还详述了预计营业收入下跌幅度较大的具体板块，主要集中在金融电子商务服务、金融数据服务、互联网广告服务。

“去年东方财富净利润与营业收入大跌的背后，不难看出，投资者对基金申购热情不高，第三方基金销售平台的基金产品明显不如往年好卖了。”沪上一位基金经理指出。

不过，去年基金公司发行热情依旧高涨，新基金产品发行数量仍在与日俱增，有数据显示，东方财富上线的公募基金产品从2015年末的2889只，增加到2016年末的4149只，上涨幅度达43.6%。然而，2016年东方财富共计实现基金销售额为3060.65亿元，与2015年7432.55亿元的销售额相比，却大幅下滑58.8%。

所谓基金第三方销售机构，是由证监会批准的独立基金销售机构，是除了银行、券商、基金公司自身的外，又一类基金代销平台，目前市场上已有超50家第三方基金销售机构。

价格战不断

市场投资环境不尽如人意，行业竞争压力不断升级，基金第三方销售平台蓝海变红海，纷纷走起了薄利多销的道路。东方财富在年报中表示，目前已主动降低了旗下第三方基金销售平台天天基金网基金产品的申购费率。

北京商报记者发现，目前天天基金网基金申购费率已经全面实行1折优惠，覆盖了3000多只基金产品，目前主动管理型的股票型基金和混合型基金购买手续费率多为0.15%，也有部分指数基金费率为0.12%或0.1%，如招商中证白酒指数分级基金目前的申购费率为0.1%，新华泛资源优势混合基金、鹏华中证酒指数分级基金申购费率分别为0.15%、0.12%。部分基金

在机构争抢基金销售牌照，将基金销售市场视为诱人的赚钱蛋糕时，殊不知，这块领域如今已由蓝海演变成红海。基金第三方销售机构中，处于龙头地位的东方财富2016年净利润下滑六成。东方财富预计，今年一季度，基金代销业务收入还将进一步下滑，可见第三方销售之艰难。与此同时，基金第三方销售平台近年还伴随着竞争者不断涌入、费率价格战、监管政策收紧不断等多重压力考验。



公司更是将申购费率完全让利于投资者，如中融中证煤炭指数基金等手续费低至零元。

事实上，第三方基金销售机构申购(认购)基金产品1折优惠已成常态，北京商报记者了解到，目前市场上规模较大的第三方基金销售机构好买基金，旗下销售的公募基金产品也有一半以上的产品手续费打到1折。较为基民熟知的蛋卷基金和蚂蚁聚宝等，基金申购(认购)全线1折或大多数基金1折。

据了解，蛋卷基金于去年12月9日全面开启1折优惠，基本覆盖其在售的所有基金单品。同花顺旗下的爱基金于2017年2月初开启1折优惠模式。

为抢滩基金销售带来的丰厚代销利润，第三方销售机构不惜大打价格战，基金申购费率从过去的4折普降至1折。不过北京市一家大型基金公司市场部人士指出，尽管第三方销售机构打出1折申购的优惠，不断让利会挤压盈利空间，但第三方销售平台仍非常看重基金公司支付的尾随佣金，期望以此获得利润。

事实上，这种靠不断压低折扣吸引基金申购的行为虽然近两年确实为各大第三方基金销售平台积累了人气和客户数

量，但基金销售机构同质化严重，新机构不断涌入竞争加剧的问题却愈加凸显。

监管政策收紧

除了基金销售市场盈利空间收窄、竞争陷入白热化的压力外，今年针对第三方基金销售机构的监管政策也在收紧。近年来，基金销售市场出现很多资质并不合格的机构，第三方销售平台鱼龙混杂，频踩监管红线，引发监管层注意。

尤其是在去年，银行等机构大量资金进入公募市场，为承接委外资金，基金公司委外定制基金产品发行火热，不过单凭基金公司与代销公司合力依然覆盖不了委外业务庞大体量资金，因此基金的直销代办也由此应运而生。

所谓直销代办，是指部分基金管理人与外部机构或个人开展基金直销业务合作，外部机构或个人负责客户介绍，基金管理人据此向该外部机构或个人支付基金保有量一定比例的客户维护费。

今年初，监管层下发基金监管情况通报叫停了基金直销代办的业务，监管层将进一步加强对基金相关机构销售活动的监管规范，要求各方严格区分直销与代销业务界限，依规清理无关业务范围等并正

式将“直销代办”行为界定为违规。

值得一提的是，监管层还对第三方销售机构名称做出规范，要求独立基金销售机构的名称应当突出“基金销售”，不得出现“资产管理”、“产业基金”等与主营业务无关的字样，不得出现“投资咨询”、“投资顾问”等许可业务字样。

去年下半年开始，多地证监局对辖区内独立基金销售机构下发通知，要求全面开展自查整改，并对基金销售过程中存在的违规行为进行查处，要求进一步加强对独立基金销售机构的监管。

行业洗牌加剧

随着监管力度的加强，第三方基金销售机构势必也面临大洗牌，部分游走于灰色地带的销售业务被明令禁止，为了不被市场淘汰，第三方销售机构也纷纷谋求转型。

去年，东方财富为了战略发展需要引入证券业务，并在证券业务这一板块上获得不错的营业收入。东方财富在年报中指出，互联网金融行业处于快速发展的起步阶段，互联网金融创新业务模式不断涌现，鉴于行业广阔的发展前景、国内资本市场的进一步健全开放和相关政策的出台，行业的参与者将越来越多，相关费率市场化程度会越来越高，行业竞争将会进一步加剧，可能会增加公司的营运压力，而缺乏竞争力和核心优势的企业将会被市场淘汰。如果公司不能紧跟行业发展形势，提高公司的竞争力和核心优势，可能将无法适应激烈的行业竞争。

事实上，尽管第三方销售机构已开始谋求转型，不过受新加入者蚂蚁聚宝等大批互联网平台冲击影响，东方财富等原有的处于龙头地位的一众基金平台销售额大不如前。

对此，杨晓晴也指出，目前，基金销售平台主要依赖申购费、赎回费、销售服务费和管理费分成获利，这种盈利模式需要把规模做得非常大后(一般销售规模20亿元)才能盈利，否则入不敷出。想要在各销售平台中崭露头角还需要进行创新，如在增值服务的创新、客户体验的完善等方面下功夫。

值得一提的是，尽管第三方销售机构面临销售难，市场上炒基金牌照行情却依然火爆，部分基金牌照炒至千万，对于基金销售牌照受宠的原因，杨晓晴表示，未来是全民理财的时代，财富管理是大势所趋，想要进入财富管理行业，牌照是重要门槛。目前市场上基金销售牌照本来就少，监管层又收紧了基金第三方销售牌照的发放，导致供求不匹配，所以价格上涨。2015年底，私募基金管理人若要代销第三方私募基金产品必须要取得基金销售业务资格。这一规定也使得大量私募开始提前储备基金销售牌照。

北京商报记者 崔启斌 王晗