

蚂蚁独揽基金代销 银行支付宝战火升级

5只蚂蚁新股战略配售基金大张旗鼓开卖的背后，支付宝独家代销，银行代销渠道被排挤在外，这在近日引发了市场对于银行等传统基金代销渠道与支付宝等线上基金销售平台之间竞争愈演愈烈的讨论。9月27日，多位业内人士向记者表示，蚂蚁独家代销事件动了银行的奶酪，目前银行也在加大代销力度，充分发挥优势领域。虽然眼下银行占有基金代销的高地仍然难以撼动，不过面对日趋白热化的竞争，银行需要不断完善代销方式，精细化运营，以稳固市场地位。

蚂蚁独享蛋糕

9月25日，易方达、华夏、鹏华、汇添富、中欧5家基金公司旗下5只创新未来18个月封闭运作混合型证券投资基金，凭借着“计划战略配售蚂蚁集团股票”的卖点，自当日0点开启发售后被迅速抢购。据了解，9月25日凌晨，5只基金正式募集后，2分钟就卖出10亿元，仅1小时，5只基金就卖出102亿元，从累计认购人数看，开售半小时达50万人。目前，支付宝页面显示，蚂蚁战配基金总计已有超过592万人购买。

在这场投资者凌晨排队抢购基金的盛况背后，颇受市场关注的是，销售渠道上，除基金公司自有的电子交易平台或网上直销系统外，代销机构则仅有蚂蚁基金一家，且主要通过支付宝平台进行销售。

目前国内主要的基金销售渠道为银行、证券公司和基金代销机构。而支付宝绕开传统理财产品销售主力的银行等渠道,以一己之力包揽合计首募上限600亿元代销“蛋糕”的举动,也掀起了市场对于其搅动基金代销市场格局的热议。

“蚂蚁独家代销战略配售基金对于传统的基金销售渠道是一个巨大的冲击，蚂蚁独家代销就是向市场证明其销售能力，而且他们精心选择盈利较为确定的战略配售基金(布局CDR、独角兽

等，其他还可以做固定收益投资)是为未来做口碑。”中金华创基金管理公司董事长龚涛对记者如是说。

值得一提的是，从目前的销售情况来看，在铺天盖地的宣传攻势下，蚂蚁独家代销基金未能形成此前市场预期“一日售罄”的超级爆款，反而在开局的火爆之后，投资者的认购热情逐渐趋于冷静。目前5只基金中，仍有中欧、汇添富、华夏3只尚未募满。

龚涛指出,从目前销售情况来看,开局很好,创纪录一小时卖完102亿元,但至今仅有2只募满,3只未募,未形成爆款,说明蚂蚁基金投资者尚是入门级,近600万投资者的数量也说明基金投资大户还是牢牢掌握在银行以及各大销售渠道之手。

针对近日市场关于银行和蚂蚁代销渠道的争论，支付宝方面回应称，两者服务客群和服务方式并不相同，其实是互补的关系。支付宝通过降低门槛培养和服务长尾的理财用户，并通过各类投教形式，让大众养成好的理财习惯。

银行加大代销力度

正如业内人士所言，蚂蚁独家代销事件直接动了银行的奶酪，切割了银行代销收入的蛋糕，为此，部分银行正在筹划季末资金保卫战，对垒蚂蚁独家代销战略配售基金。

在蚂蚁战略配售基金首发当日，即9月25日，招商银行作为托管行和主要销售渠道，也开始奋力开卖另一只基金——中欧互联网先锋。有趣的是，这只基金的产品管理人周应波正是中欧蚂蚁战略配售基金产品的基金经理。同一位基金经理管理的两只不同基金，在两个不同的渠道同时段发行，双方打响正面较量的第一枪。不过目前，中欧互联网先锋也暂未募满百亿上限规模。

另据一则网络上流传的银行内部截图显示，该银行表示蚂蚁计划通过独家



代销抢夺银行百万客户和千亿资金，对此银行制定了应对策略，要求内部打好季末资金保卫战。

“相对于其他收入，基金代销收入一直在银行综合业务收入中占比很大，所以银行对此事反应激烈也很正常。”龚涛如是说。

而这也仅是银行感受到威胁进行“反制”的冰山一角。一位国有大行投资经理对记者表示,商业银行传统的优势之一就是渠道,此次蚂蚁金服发力代销业务实际上是动了银行的奶酪,所以引发了激烈的反应。他进一步指出,目前银行也在加大代销力度,充分发挥优势领域。

这一说法在投资者端也可以得到印证，一位投资者对记者表示，上周五及周六连续收到了某国有大行推送的4条理

财短信，涉及该行自有现金管理产品以及代销的“稀缺理财产品”，风险等级从低风险到中风险。这亦能够一窥银行在最近明显加大了理财产品营销力度。

银行大客户服务优势难撼

事实上，银行等传统基金代销渠道与支付宝等线上基金销售平台的竞争由来已久，只不过此次蚂蚁独家代销基金事件，将战火进一步点燃。此次事件是否会撼动基金代销格局，面对“威胁”银行代销基金该如何应对也成为市场关注的焦点。

在采访中，市场人士普遍认为，目前银行在基金代销江湖中占据的优势地位是难以撼动的，不过面对竞争，银行还需要不断完善代销方式，提升服务水

平和效率，让优势更优，强势更强。

龚涛指出，从市场结构来看，由于蚂蚁依托于阿里和支付宝的强大用户基数在中小客户有先天优势，而银行在于大客户服务，所以双方各有市场优势，从目前情况来看，银行占有基金代销的高地，特别是大客户营销的高地确实是难以撼动的。

他进一步表示，面对激烈的市场竞争，市场基金类型很多，品类也很多。代销机构之间的竞争就是产品选择的竞争，找到一个好的产品积累口碑很重要，银行的当务之急是在代销之前做好更多的功课，一方面对代销产品进行更多的了解，另一方面构建专业产品团队在基金选择、销售人员培训、客户精细化营销方面多下功夫是一定能取得效果的。

(孟凡霞 马嫡)

