

本报记者 张漫游 北京报道

随着基金销售监管趋严，银行代销基金正在经历一场洗牌。从银行年报来看，2022年代销基金普遍下降，影响了银行代理基金手续费收入的增长。

当前格局下，代销基金市场正加速重塑，有银行选择主动退出基金销售业务，不少第三方销售机构相继注销基金销售业务牌照。面对银行、券商、第三方、直销多方竞争格局，银行还需要从渠道、服务、风控等多方面苦练内功。

渠道竞争加剧 银行代销基金收入缩水

据《中国经营报》记者不完全统计，截至4月13日，已经发布2022年业绩报的上市银行中有12家银行披露了关于代销基金的情况，11家机构表示代销基金规模下降。

“2022年资本市场震荡下行、波动加剧，使得代理销售规模下降，同时费率较高的股票型基金代理占比下降。”惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超认为，银行代销基金一般通过网点柜台、网络或者电话等渠道，而2022年受局部地区疫情反复等影响，直接冲击了代理销售规模；叠加地产持续低迷，投资人在2022年对未来经济增长前景预期转弱、风险偏好下降，继而转向更为保守的资产配置品种。

“受各种超预期因素影响，2022年资本市场波动较为频繁，导致基金产品的净值出现一定亏损，冲击了基金产品的正常收益，投资者购买基金的意愿也会受到影响，降低基金产品的需求。”中国银行研究院博士后李一帆认为，银行代销基金业务收入有所下降，是多种因素共同作用的结果。“券商系销售机构、基金公司直销以及第三方代销基金机构等多元化渠道，增加了银行基金业务的同业竞争压力，也在一定程度挤压了银行代销基金的业务和收入空间；且出于从监管层面满足代销基金合规性的考虑，部分银行选择合理控制基金业务的规模，进一步压降了相关收入。”

当前格局下，还有部分银行于2022年选择主动注销基金销售从业资格，代销基金分化加剧。

普益标准方面分析，销售市场急剧分化主要与代销基金的高门槛有关。2020年10月1日，《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》正式开始实施，其中重点对准入、退出机制进行了优化，例如规定基金销售机构的业务许可证自颁发之日起有效期3年，每次延续的有效期为3年，但前提是不存在“合规内控严重缺失”“未实质开展公募基金销售业务，最近一个会计年度基金（货币市场基金除外）销售日均保有量低于5亿元”等情况。事实上，大量机构很难符合上述要求。

此外，普益标准方面表示，由于互联网代销及零售银行转型互联网导致代销基金 “

“马太效应”明显，强者恒强，目前代销主要集中在头部互联网企业如支付宝、天天基金，以及头部零售银行。在严监管、高门槛，以及“马太效应”的加持下，多数第三方基金销售机构或新进机构，都将面临入不敷出的窘境。

毕马威发布的《2023公募基金高质量发展趋势及战略洞察》亦指出，目前代销市场份额逐渐被蚕食，第三方渠道强势入局，抢占传统渠道市场份额。

备战多方博弈 强化渠道、服务、风控建设

虽然部分银行代销基金规模下降，但代销基金依然是银行中间业务收入的重要组成部分。

“近年来，顺应居民财富管理的需求以及应对息差收窄的趋势，许多银行大力发展财富管理等轻资本型业务。代销基金作为其中的一部分，一方面可提高银行的手续费及佣金收入占比，另一方面也可增强客户黏性、增加活期存款的沉淀。在居民财富管理需求增长的关键时期，很多银行提出将继续加快产品布局，同时加强与市场上的优质资管机构合作，为客户财富管理需求提供多元化服务。”徐雯超说。

未来，面临银行、券商、第三方、直销等各类机构的销售比拼，如何强化自身竞争力？

惠誉评级基金和资产管理机构评级董事黄莉表示，直销的优势是费用比较低，不需要支付第三方代理费；而代销则能为投资者提供更多可选择的基金，而不是局限于某个基金公司的基金。

徐雯超认为，银行代销基金的优势是拥有广泛的渠道网络，通过网点柜台、网络、电话等可直接触达大量客户；同时，传统银行客户因多年积累的使用习惯，对通过银行渠道购入的产品信赖度往往较高，操作也比较熟悉，传统银行业务积累了大量客户数据、客户信息，银行可进行深入挖掘，匹配不同客户的风险偏好来推介产品。

《2023公募基金高质量发展趋势及战略洞察》认为，银行未来或将从提升客户服务水平、扩展线上服务、提升产品丰富度三方面提升自身竞争力，应对来自市场中其他机构的冲击。第三方渠道机构需持续加强高质量的服务、陪伴和深度的投教活动，把握既有优势建立竞争壁垒。未来券商渠道或可通过扩大代销基金的范围、丰富其产品线、打造券商特色的基金投顾业务来应对竞争。

李一帆认为，银行可以从三方面发力：一是抓住资管行业全面净值化的新机遇，立足银行经营特色，回归服务客户的本源，不断提升线上线下服务水平，打造具有银

行特色的多元化基金销售服务模式，提升代销基金产品的同业竞争力，帮助客户进行合理的资产配置和产品选择；二是高度重视代销基金业务的风险管理，不断完善内部治理、制度设计以及相关业务流程，优化代销基金的考核激励机制，保障各环节依法合规；三是从多渠道加大宣传力度，引导投资者树立长期投资、净值投资的理性投资观念，进一步提高风险防范意识。

普益标准方面认为，未来，代销基金市场拼的将会是产品和服务的特色与差异化、流量获取的玩法和技术的应用。“银行方面未来费率会继续降低，并且鼓励用户长期持有，银行不以申赎费率盈利，而更多是赚取基金公司的管理费用收入，同时基金公司将与银行增加内容方面的营销合作；券商方面，应持续发挥券商财富管理的核心优势，深化研究专业与财富顾问的服务能力，不断技术革新、扩宽服务半径；第三方机构方面，其在客户基数、销售便捷性、数字化运营和服务上具备领先优势，但投资者偏年轻化，理财知识薄弱，投教将是其发展过程中一直存在且需要解决的难题，‘卖方思维’向‘买方投顾’模式的转变也是其发展过程中的重中之重。”