

第 6 章 基金的市场营销

第 1 节 基金营销概述

1.基金市场营销的含义与特征[掌握]:

（一）基金市场营销的含义

证券投资基金的市场营销是基金销售机构从市场和客户需要出发所进行的基金产品设计、销售、售后服务等一系列活动的总称。

市场营销不能简单地等同于推销、促销或销售，而是包含了基金产品、价格、促销、市场定位等诸多活动。基金市场营销是围绕投资人需要而展开的，且市场营销的内涵是随着基金市场营销活动的实践不断变化、发展的。

（二）基金市场营销的特征

证券投资基金属于金融服务业，其市场营销不同于有形产品营销，有其特殊性，主要体现在以下 5 个方面：

例题：多选题

基金营销不同于有形产品营销，有其特殊性，主要体现在()。

- A、专业性
- B、适用性
- C、服务性
- D、持续性

正确答案：ABCD

2.基金市场营销的内容[掌握]:

基金市场营销主要是指开放式基金的市场营销，其涉及的内容包括目标市场与客户的确定、营销环境的分析、营销组合的设计、营销过程的管理等 4 个方面。

（一）目标市场与客户的确定

（二）营销环境的分析

（三）营销组合的设计

营销组合的四大要素——产品（Product）、费率（Price）、渠道（Place）和促销（Promotion）是基金营销的核心内容。

（四）营销过程的管理

- 1.市场营销分析
- 2.市场营销计划
- 3.市场营销实施
- 4.市场营销控制

例题：单选题

()的主要任务是使客户在需要的时间和地点获得产品。

- A、促销
- B、代销
- C、传销
- D、渠道

正确答案：D

第2节 基金产品设计与定价

1.基金产品的设计思路与流程[熟悉]:

首先，要确定目标客户，了解投资者的风险收益偏好。一种或一类基金产品不可能满足所有投资者的需要。随着市场的发展，投资者的需要也在不断细化。确定具体的目标客户是基金产品设计的起点，它从根本上决定着基金产品的内部结构。

其次，要选择与目标客户风险收益偏好相适应的金融工具及其组合。投资对象多元化是基金产品多元化的重要前提，各类金融工具及其衍生品的种类越多，基金产品创新的空间就越大。

第三，要考虑相关法律法规的约束。

第四，要考虑基金管理人自身的管理水平。

这是对内部条件的考察，而前面三点都是对外部条件的考察。不同的基金管理人有着自己的管理风格和特色，有的擅长管理主动式股票基金，有的擅长管理被动式股票基金，有的擅长管理债券型基金等等。

基金产品设计包含三方面重要的信息输入：客户需求信息、投资运作信息和产品市场信息。

例题：多选题

基金产品设计中需要注意()。A.要确定目标客户，了解他们的风险收益偏好 B.选择与目标客户的风险收益偏好相适应的金融工具及其组合 C.考虑相关法律、法规的约束 D.考虑基金管理人自身的管理水平答案：

ABCD

2.基金产品设计的法律要求[熟悉]:

根据《证券投资基金运作管理办法》申请募集基金，拟募集的基金应当具备下列条件：

- (1) 有明确、合法的投资方向；
- (2) 有明确的基金运作方式；
- (3) 符合中国证监会关于基金品种的规定；
- (4) 不与拟任基金管理人已管理的基金雷同；
- (5) 基金合同、招募说明书等法律文件草案符合法律、行政法规和中国证监会的规定；
- (6) 基金名称表明基金的类别和投资特征，不存在损害国家利益、社会公共利益，欺诈、误导投资者，或者其他侵犯他人合法权益的内容；

(7) 中国证监会根据审慎监管原则规定的其他条件。

3.基金产品线的布置[掌握]:

基金产品线是指一家基金管理公司所拥有的不同基金产品及其组合。通常从以下三方面考察基金产品线的内涵:

一是产品线的长度,即一家基金管理公司所拥有的基金产品的总数。

二是产品线的宽度,即一家基金管理公司所拥有的基金产品的大类有多少。按国际惯例,我们通常根据基金产品的风险收益特征将基金产品分成股票基金、混合基金、债券基金和货币市场基金四大类。

三是产品线的深度,即一家基金管理公司所用股偶的基金产品大类中有多少更细化的子类基金。例如,股票基金内部又可以划分为价值型、成长型、平衡型,大盘股、中盘股、小盘股,以及投资风格和股票规模的不同组合,例如大盘价值型等,还可以有主题基金和行业基金等。

常见的基金产品线类型有:

例题:多选题

常见的基金产品线类型有()。A.水平式 B.垂直式 C.综合式 D.单一式 答案: ABC

4.定价管理[掌握]:

基金产品定价就是与基金产品本身相关的各项费率的确定,主要包括认购费率、申购费率、赎回费率、管理费率 and 托管费率等。前三者是基金投资者在“买进”或“卖出”基金环节一次性支出的费用,后两者是基金运作过程中直接从基金资产中支付的费用。

基金产品定价的首要考虑因素是基金产品的类型。一般来说,从股票基金到混合基金、债券基金和货币市场基金,各项基金费率基本上呈递减趋势,这是由产品本身的风险收益特征决定的。

基金产品定价的第二个考虑因素是市场环境。市场竞争越激烈,为有效获取市场份额,基金费率通常会降低。我国基金业的发展历史也见证了这一点。同时,竞争对手的定价行为也会在一定程度上影响产品费率的确定。

基金产品定价的第三个考虑因素是客户特性。一般来说,客户规模越大,其与基金管理公司就产品价格问题的谈判能力就越强,通常也能得到更加优惠的费率待遇。

基金产品定价的第四个考虑因素是渠道特性。直销和代销渠道的基金产品的费率是不相同的。由于销售成本等方面的差异,通常直销渠道的产品费率更低。

例题:多选题

基金产品定价就是与基金产品本身相关的各项费率的确定,主要包括()。A.认(申)购费率 B.赎回费率 C.管理费率 D.托管费率

答案: ABCD

第3节 基金销售渠道、促销手段与客户服务

1.国外基金销售渠道的状况[掌握]:

国际上，开放式基金的销售主要分为直销和代销两种方式。

直销是不通过中介机构而是由基金管理人附属的销售机构把基金份额直接出售给投资者的模式，一般通过邮寄、电话、互联网、直属的分支机构网点、直销队伍等实现。代销是一种通过银行、证券公司、保险公司、财务顾问公司等代销机构销售基金的方法。

一般而言，不同国家的金融业传统和基金业发展水平不同，会依赖于不同的销售渠道。下面主要以美国、英国、德国和印度为例，对基金的销售渠道进行具体分析。

- (一) 商业银行
- (二) 保险公司
- (三) 独立的理财顾问
- (四) 直销
- (五) 基金超市

例题：（判断）

开放式基金的销售主要分为直销和代销两种方式。（）

正确答案：对

2.我国基金销售渠道的现状[掌握]:

目前，我国开放式基金的销售逐渐形成了银行代销、证券公司代销、基金管理公司直销的销售体系。

- (一) 商业银行
- (二) 证券公司
- (三) 证券投资咨询机构和独立基金销售机构
- (四) 基金管理公司直销中心

例题：（判断）

在现有开放式基金销售过程中，商业银行主要是为基金的销售提供了完善的硬件设施和客户群，但销售方式在一定程度上停留在被动销售的水平上。（）

正确答案：对

3.基金的促销手段[掌握]:

基金管理人开发基金产品、制定合理的收费标准、安排向潜在客户的分销之后，就必须与目标市场进行沟通，告诉目标市场要提供的产品。通过人员推销、广告促销、营业推广和公共关系来达到沟通的目的，这就是所谓的“促销四要素”。

- (一) 人员推销
- (二) 广告促销
- (三) 营业推介

(四) 公共关系

例题：单选题

()多属于阶段性或短期性的刺激工具，用以鼓励投资者在短期内较迅速和较大量地购买某一基金产品。

- A、人员推销
- B、广告促销
- C、营业推广
- D、公共关系

正确答案：C

4.基金客户服务[掌握]:

- (一) 电话服务中心
- (二) 邮寄服务
- (三) 自动传真、电子信箱与手机短信
- (四) “一对一” 专人服务
- (五) 互联网的应用
- (六) 媒体和宣传手册的应用
- (七) 讲座、推介会和座谈会

例题：多选题

基金管理人通常设立一个独立的客户服务部门，通过一套完整的客户服务流程，一系列完备的软、硬件设施，以系统化的方式，应用()实现客户服务。

- A、电话服务中心
- B、媒体和宣传手册的应用
- C、讲座、推介会和座谈会
- D、“一对一” 专人服务

正确答案：ABCD

第4节 基金销售机构

1.基金销售及基金销售机构[掌握]:

1、基金销售：基金销售机构宣传推介基金、发售基金、办理基金申购、赎回等活动

2、基金销售机构

3、基金销售相关机构：为基金销售机构提供支付结算服务、结算资金监督、注册登记服务等与基金销售业务相关服务的机构

4、《证券投资基金销售管理办法》：商业银行、证券公司、证券投资咨询机构、独立基金销售机构及证监会认可的其他机构（取得基金销售业务资格）

2.基金销售机构资格条件[掌握]:

(一) 基本规定

商业银行、证券公司、证券投资咨询机构、独立基金销售机构以及中国证监会规定的其他机构申请基金销售业务资格应当具备下列条件:

(二) 商业银行应具备的条件

除上述条件外,还应当具备下列条件:

(三) 证券公司应具备的条件

除上述条件外,还应当具备下列条件:

(四) 证券投资咨询机构应具备的条件

除上述条件外,还应当具备下列条件:

(五) 独立基金销售机构应具备的条件

除上述条件外,还应当具备下列条件:

2、不同组织形式的独立基金销售机构股东或合伙人条件

独立基金销售机构以有限责任公司形式设立的,其股东可以是企业法人或者自然人。

企业法人参股独立基金销售机构,应当具备以下条 件:

自然人参股独立基金销售机构,应当具备以下条件:

例题: 判断题

商业银行负责基金销售业务的部门取得基金从业资格的人员不低于该部门员工人数的 1/2

答案: 正确

【例题.多选题】

3.基金销售机构资格取得、备案与终止[掌握]:

1、申请资格

2、设立分支机构

3、合并、分立

4、基金销售业务资格部分终止

第5节 基金销售业务规范

1.基金销售支付结算[掌握]:

(一) 基金销售结算资金

1、由基金销售机构、基金销售支付结算机构或基金注册登记机构等基金销售相关机构归集的,在基金投资人结算账户与基金财产托管账户之间划转的基金申购(认购)、赎回、现金分红等资金。

2、独立性

(二) 基金销售支付结算机构

- 1、商业银行、支付机构
- 2、《支付业务许可证》

(三) 基金销售结算专用账户

(四) 基金销售机构资金流程

信息流、资金流

例题：判断题

销售归集分账户是指基金销售机构以分支机构名义使用的，用于向销售归集总账户划转基金销售结算资金的销售账户。

答案：正确

2.基金宣传推介材料[掌握]:

(一) 基金宣传推介材料概念与范畴

是指为推介基金向公众分发或者公布,使公众可以普遍获得的书面、电子或者其他介质的信息,主要包括:

(二) 基金宣传推介材料的审核与备案

内部审核、事后备案

基金管理人的基金宣传推介材料,应当事先经基金管理人负责基金销售业务的高级管理人员和督察长检查,出具合规意见书,发布后报所在地监管机构备案。

基金销售机构的基金宣传推介材料,应当事先经相关管理人员检查,出具合规意见书,发布后报所在地监管机构备案。

(三) 基金宣传推介材料的禁止规定

基金宣传推介材料不得有下列情形:

(四) 对宣传推介材料中登载基金过往业绩的规定

(五) 宣传材料中的声明与风险提示

例题：单选题

下列不属于基金宣传推介材料的禁止规定的是()。A.虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏 B.预测该基金的证券投资业绩 C.登载基金过往业绩 D.登载单位或者个人的推荐性文字 答案：C

3.基金销售费用[掌握]:

(一) 基本规范

1、费用公开披露

2、管理人与销售机构在基金销售协议中约定双方在申购(认购)费、赎回费、销售服务费等费用的分成比例

(二) 费用结构和费率水平

(三) 增值服务费

要求:

【例题.判断题】

对于持续持有期少于 7 日的投资人, 收取不低于赎回金额 1.5% 的赎回费;

答案: 正确

4. 其他业务规范[掌握]:

(一) 基金销售机构

(二) 基金销售适用性

(三) 基金销售中投资人教育

进行投资者教育活动的主要目的是使投资者充分了解基金、了解自己、了解市场、了解历史、了解基金管理公司, 改变认识上的误区, 根据自己的投资偏好和风险承受能力, 在适当的时机, 选择合适的基金进行投资。

(四) 基金销售中反洗钱要求

基金销售机构应当按照反洗钱相关法律法规的规定进行客户身份识别, 核对客户身份证件、登记基本信息, 确保账户持有人名称与身份证明文件名称一致, 留存身份证明复印件或影印件。委托其他机构进行客户身份识别, 应通过合同、协议或其他书面文件, 明确双方在客户身份识别、客户身份资料和交易记录保存和信息交换、大额交易和可疑交易等方面反洗钱职责和程序。

基金销售禁止行为:

第 6 节 证券投资基金销售业务信息管理

1. 前台业务系统[掌握]:

前台业务系统主要是指直接面对基金投资人, 或者与基金投资人的交易活动直接相关的应用系统, 分为自助式和辅助式两种类型。辅助式前台系统, 是指基金销售机构提供的, 由具备相关资质要求的专业服务人员辅助基金投资人完成业务操作所必需的软件应用系统。自助式前台系统, 是指基金销售机构提供的, 由基金投资人独自完成业务操作的应用系统, 包括基金销售机构网点现场自助系统和通过互联网、电话、移动通信等非现场方式实现的自助系统。前台业务系统应具备以下功能:

例题:

前台业务系统应当具备的功能有()。

- A、提供投资资讯功能
- B、基金投资人信息管理功能
- C、交易功能
- D、防止发生基金投资人盘后交易的行为

正确答案: ABC

2.自助式前台系统[熟悉]:

针对销售机构的自助式前台系统，在满足上述要求的同时，还应当符合以下规定：

1.基金销售机构要为基金投资人提供核实自助式前台系统真实身份和资质的方法。

2.应当通过在线阅读、文件下载、链接或语音提示等方式，为基金投资人披露基金销售机构情况、开户协议等相关文档范本、投诉处理方式、相关风险和防范措施等信息。

3.为基金投资人开立基金交易账户时，应当要求基金投资人提供证明身份的相关资料，并采取等效实名制的方式核实基金投资人身份。

4.设定投资人单笔和每日累计可以认购、申购和赎回的最大金额。

5.为基金投资人提供自助式前台系统失效时的备用服务措施或方案。

例题：多选题

销售机构的自助式前台系统应当符合的规定有()。A.设定投资人单笔和每日累计可以认购、申购和赎回的最大金额 B.为基金投资人提供自助式前台系统失效时的备用服务措施或方案 C.采取等效实名制的方式核实基金投资人身份 D.为基金投资人提供核实自助式前台系统真实身份和资质的方法答案：ABCD

3.后台管理系统[熟悉]:

后台管理系统主要实现对前台业务系统功能的数据支持和集中管理，主要规范如下：

1.应当记录基金销售机构和基金销售人员的相关信息，具有对基金销售分支机构、网点和基金销售人员的管理、考核、行为监控等功能。

2.能够记录和管理基金风险评价、基金管理人与基金产品信息、投资资讯等相关信息。

3.后台管理系统应当对基金交易开放时间以外收到的交易申请进行正确的处理，防止发生基金投资人盘后交易的行为。

4.后台管理系统应当具备交易清算、资金处理的功能，以便完成与基金注册登记系统、银行系统的数据交换。

5.后台管理系统应当具有对所涉及的信息流和资金流进行对账作业的功能。

4.监管系统信息报送[掌握]:

基金销售机构应当向监管机构提供每日基金交易情况、每月基金投资人认购、申购基金的风险等级与基金投资人风险承受能力匹配的情况汇总、每月基金销售异常交易的情况汇总、季度内部监察稽核报告、专业基金销售机构的年度财务、经营状况、依据的基金风险评价方法说明、调查和评价基金投资人风险承受能力的方法说明等信息。托管银行向监管机构提供每日资金流量数据。基金注册登记机构应当提供每日基金交易确认情况，并保证信息的真实性、准确性和完整性。

5.信息管理平台应用系统的支持系统[掌握]:

信息管理平台应用系统的支持系统包括数据库、服务器、网络通讯、安全保障等，主要规范如下：

- 1.对于关键的支持系统组成部分应当提供备份措施或方案；
- 2.具有业务集中处理、数据集中存贮的技术特征；
- 3.系统投入使用、系统重大升级、年度技术风险评估的报告应当报中国证监会备案；
- 4.制定业务连续性计划和灾难恢复计划并定期组织演练。
- 5.建立完善的监控体系，对系统升级、网络访问、数据库存取、用户密码修改等重要操作要进行记录；
- 6.系统数据应当逐日备份并异地妥善存放，系统运行数据中涉及基金投资人信息和交易记录的备份应当在不可修改的介质上保存 15 年；
- 7.基金投资人身份、交易明细等敏感数据在公网的传输应当进行可靠加密；
- 8.基金销售机构应当在系统开发和运行中采用已颁布的行业标准和数据接口

【例题.判断题】

系统数据应当逐日备份并异地妥善存放，系统运行数据中涉及基金投资人信息和交易记录的备份应当在不可修改的介质上保存 10 年。

答案：错误

第 7 节 基金销售机构内部控制

1.内部控制的概念、目标与原则[掌握]:

根据 2008 年施行的《证券投资基金销售机构内部控制指导意见》，基金销售机构内部控制是指基金销售机构在办理基金销售相关业务时为有效防范和化解风险，在充分考虑内外部环境的基础上，通过建立组织机制、运用管理方法、实施操作程序与监控措施而形成的系统。

基金销售机构内部控制的目的是：保证基金销售机构经营运作严格遵守国家有关法律法规和行业监管规则；防范和化解经营风险，提高经营管理效益，确保经营业务的稳健运行和投资人资金的安全；利于查错防弊，堵塞漏洞，消除隐患，保证业务稳健运行。

基金销售机构内部控制应履行健全、有效、独立、审慎的原则：

健全性原则，即内部控制应包括基金销售机构的基金销售部门、涉及基金销售的分支机构及网点、人员，并涵盖到基金销售的决策、执行、监督、反馈等各个环节，避免管理漏洞的存在。

有效性原则，即通过科学的内部控制制度与方法，建立合理的内部控制程序，确保内部控制制度的有效执行。

独立性原则，即基金销售机构内各分支机构、部门和岗位职责应保持相对独立，权责分明，相互制衡。

审慎性原则，即制定内部控制应以审慎经营、防范和化解风险为目标。

例题：

基金销售机构内部控制的()原则，即通过科学的内部控制制度与方法，建立合理的内部控制程序，确保内部控制制度的有效执行。

A、审慎性

- B、独立性
- C、健全性
- D、有效性

正确答案：D

2.内部控制环境[掌握]:

基金销售机构的内部控制环境，即对影响基金销售的各种环境因素进行的控制。主要包括：

1.建立科学的决策程序、高效的业务执行系统、健全的内部监督和反馈系统；

2.建立包括基金产品、投资人风险承受能力、运营操作等在内的风险评估体系，对内外部风险进行识别、评估和分析，及时防范和化解风险；

3.建立健全内部授权控制体系，加强对分支机构的管理，建立科学的聘用、培训、考评、晋升、淘汰等人力资源管理制度，制定切实有效的应急应变措施，同时，通过制度建设，防止商业贿赂和不正当交易行为的发生。

3.销售决策流程控制[掌握]:

1.自觉遵守国家有关法律法规和相关监管规则，建立科学的销售决策机制。

2.对其销售分支机构的整体布局、规模发展和技术更新等进行统一规划，对分支机构的选址、投入与产出进行严密的可行性论证。

3.建立科学的基金产品评价体系，审慎选择所销售的基金产品，对基金产品的基本情况进行持续的跟踪和关注，并定期形成基金产品评价报告备查。

4.选择的合作服务提供商应符合监管部门的资质要求，并建立完善的合作服务提供商选择标准和业务流程，充分评估相关风险，明确双方权利义务。

合作的服务提供商主要包括基金销售支付结算机构和基金销售资金账户开立银行等。

重大决策过程应留有书面记录，供监察稽核部门及监管机关等单位核查。

4.销售业务流程控制[掌握]:

1.制定完善的基金销售业务基本规程，对开户、销户、资料变更等账户类业务，认购、申购、赎回、转换等交易类业务及继承、捐赠、司法强制措施等被动接受类业务作出规定。

2.制定完善的基金销售业务账户管理制度，确保各类账户的开立和使用符合法律法规和相关监管规则，保证基金销售资金的安全和账户的有序管理。

3.制定完善的资金清算流程，确保基金销售资金的清算与交收的安全性、及时性和高效性，保证销售资金的清算与交收工作进行顺利。

4.制定客户服务标准，服务对象、服务内容、服务程序等业务进行规范。

5.加强对宣传推介材料制作和发放的控制，宣传推介材料应事先经基金管理人的督察长检查，出具合规

意见书，并报中国证监会备案。

6.制定《投资人权益须知》，内容至少应当包括：《证券投资基金法》规定的基金份额持有人的权利；基金销售机构提供的服务内容和收费方式；投资人办理基金业务流程；基金分类、评级等的基本知识以及投资风险提示；向基金销售机构、自律组织以及监管机构的投诉方式和程序；基金销售机构联络方式及其他需要向投资人说明的内容。

7.建立完备的客户投诉处理体系。

8.建立严格的基金份额持有人信息管理制度、保密制度和档案管理制度。

9.建立异常交易的监控、记录和报告制度，重点关注基金销售业务中的异常交易行为。

5.会计系统内部控制[掌握]:

基金销售机构应依据国家有关法律、法规制定相关财务制度和会计工作操作流程，并针对各个风险控制点建立严密的会计系统控制。基金销售机构应将自有资产与投资人资产分别设帐管理。规范财务收支行为，确保各项费用报酬的收取符合法律法规的规定及销售合同、代销协议或合作协议的约定。应当采取适当的会计控制措施，及时准确地完成资金清算，确保投资人资产的安全。应在内部每日完成各销售网点与基金销售总部的信息与资金的对账，在外部定期完成与客户和基金注册登记机构的信息与资金的对账。

6.信息技术内部控制[掌握]:

基金销售机构应建立信息技术内部控制制度。建立完整的信息管理体系，设置必要的信息管理岗位，对重要业务环节应当实行双人双岗。通过严格的授权制度、岗位责任制度、门禁制度、内外网分离制度等确保系统安全运行。保证信息数据的安全、真实和完整，并能及时、准确地传递。系统数据应当逐日备份并异地妥善存放，系统运行数据中涉及基金投资人信息和交易记录的备份应当在不可修改的介质上保存 15 年。

7.监察稽核控制[掌握]:

基金销售机构应设立专门的监察稽核部门或岗位，就基金销售业务内部控制制度的执行情况独立地履行监察、评价、报告、建议职能。监察稽核人员应忠于职守、廉洁自律、客观公正、依法稽核。监察稽核人员对于发现违法违规行、异常交易情况或者重大风险隐患应当向基金销售机构管理层或监管机构报告。

例题

基金销售机构应设立专门的监察稽核部门或岗位，就基金销售业务内部控制制度的执行情况独立地履行监察、评价、报告、建议职能，这属于()的内容。

- A、销售业务流程控制
- B、监察稽核控制
- C、内部环境控制
- D、会计系统内部控制

正确答案：B

“参与证券从业考试的考生可按照复习计划有效进行，另外高顿网校官网考试辅导高清课程已经开通，还可索取证券考试通关宝典，针对性地讲解、训练、答疑、模考，对学习过程进行全程跟踪、分析、指导，可以帮助考生全面提升备考效果。更多详情可登录高顿网校官网进行咨询。”