

2017-2022年中国公募证券投资基金行业竞争态势 及发展策略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国公募证券投资基金行业竞争态势及发展策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/287556287556.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

1. 公募基金行业的发展现状

根据中国证券投资基金业协会的统计，截至2016年底，我国境内共有108家基金管理公司，12家证券公司或证券公司资产管理子公司和1家保险资产管理公司取得了公募基金管理资格，可以发行公募基金；我国公募基金规模达到9.17万亿元，其中货币市场基金4.33万亿元，混合型基金2.02万亿元，债券型基金1.92万亿元，股票型基金只有0.69万亿元；已批准设立107家基金子公司，其中，79家基金子公司发行了资管产品，管理资产规模达到10.50万亿元，包括以银行资金为主要来源的一对一产品资产管理规模8.21万元，一对多产品的资产管理规模2.29万元。

2. 公募基金行业的发展历程概况

一是1991年至1997年的早期探索阶段。1991年成立的第一只专项物业投资基金——“珠基金”（原名“一号珠信物托”），是中国最早的投资基金。到1997年之前，全国各地共设立了75只基金，但整个行业在1995年之后实质上已处于停滞状态。二是1997年至2001年的起步发展阶段。以《证券投资基金管理暂行办法》出台为标志，监管机构对老基金进行了清理规范，南方基金公司和国泰基金公司等基金公司成立，发行了开元基金和金泰基金等封闭式基金。三是2001年至2005年的规范发展阶段。《开放式证券投资基金试点办法》颁布，首只开放式基金——华安创新基金设立，以开放式基金为主的基金市场规模迅速壮大，基金管理的监管法规体系得到了不断完善，相应地，基金可投资范围从股票市场扩展到了债券市场和货币市场，基金品种也从股票型基金发展到债券基金、混合基金、货币市场基金和保本基金等。四是2006年至2007年的快速发展阶段。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

公募基金行业发展的原因经济增长带来的财富保值增值需要改革开放三十多年来，我国国民经济保持了快速增长的势头，相应地，居民财富也快速积累。在过去资金短缺的时代，金融“以生产者为中心”，居民的财富积累主要是储蓄存款，用于银行发放贷款支持经济建设。随着经济的增长，金融“以消费者为中心”，居民财富更多地表现为储蓄存款之外增加配置各类金融资产，公募基金就是其中最重要的一类金融资产。据统计，截至2015年底，美国居民的金融资产中共同基金占22%，而我国目前居民金融资产中公募基金仅占4%，与美国相比，我国仍有较大的发展空间。

支持资本市场和国民经济发展的需要我国资本市场在20世纪80年代起步，经过多年的发展，到2016年底，我国股票市值和债券市值分别达到54.54万亿元和44.34万亿元，分别

居全球第二位和第三位。公募基金的发展，尤其是不同风险偏好、行业专长和产品类型的公募基金产品的出现，可以较好地契合资本市场的不同需求，大大优化金融体系的广度和深度，差异化地挖掘和匹配投融资两端的需求，更好地满足新兴产业股权与债权融资需求，为资本市场的发展提供重要的机构投资者和资金供给，支持我国资本市场和国民经济发展的需要。

3.公募基金行业的发展前瞻

公募基金在大资产管理的各个子行业中具有自己独特优势，投资研究和交易能力强，薪酬机制市场化，能吸引到专业优秀人才，基金产品信息公开披露、透明度高、投资运作规范，税收营改增后仍能继续享受免税的优惠，且能很好地实现“买者自负”，是今后需要大力鼓励发展的金融产品，具有良好发展前景。

公募基金需要拓宽长期资金来源，可以学习借鉴国外经验，一方面吸收社会保障基金、养老金、企业年金、教育基金、慈善基金、遗产信托、家族信托等机构的长期资金；另一方面，可以考虑借鉴美国401K退休计划，本着自愿和鼓励的原则，设立专门的养老金账户，按照市场化的方式公开招标选择优秀的公募基金作为投资管理人，将目前主要依靠居民散户直接自愿认购公募基金的局面逐步转变为机关企事业单位员工通过养老金账户间接持有公募基金等资产管理机构的证券投资组合，并提供相应的免税优惠，从而将散户的短期资金变成机关企事业单位员工长期持有的公募基金。

公募基金应充分利用第三方渠道，逐步摆脱对银行销售渠道的过度依赖。

一是可以大力拓展保险公司、信托公司、证券公司等银行之外的各类金融机构作为销售渠道。特别是保险公司有数量庞大的营销人员，更接近客户。二是发展独立的第三方基金销售机构。美国第三方销售的共同基金占比达到70%，英国达到55%以上，我国仍有巨大发展空间。三是推动基金公司在依法合规基础之上的网络直销。随着大数据和人工智能技术的发展，实现公募基金的精准营销在技术上将不存在困难，我国目前网络直销的公募基金占比约5%，发达国家占比达到30%。可见，实现基金销售多元化仍有巨大发展空间，这就有助于进一步提高服务专业化水平，降低管理成本，增加管理费收入，提高基金公司的利润水平。

重视大类资产配置，实现投资跨越周期，成为真正优秀的机构投资人过去，基金公司未能穿越牛熊市摆脱“靠天吃饭”的局面。基金发行大起大落，很重要的原因之一就是采用了较为单一的投资策略，忽略了大类资产配置能力。经典理论研究和实践均证明，大类资产配置对基金投资业绩的重要性超过对具体投资品种的选择。根据Wind数据库的数据分析，从200

5年7月到2015年6月，股票型基金的年化收益率达到20.94%，但是年度波动率也高达48.58%，年度最大跌幅高达51.42%。如果能运用大类资产配置和多元化的投资策略，大幅度地降低业绩波动和下跌幅度，即便是业绩差一些的基金产品也仍然会更有吸引力。2016年9月，证监会出台了《公开募集证券投资基金运作指引第2号——基金中基金指引》，其目标就是通过持有多个基金，进一步分散投资风险、优化资产配置、降低多样化基金投资门槛，为投资者提供更为专业化的服务。今后，公募基金应进一步提升大类资产配置能力，丰富产品投资策略，增强产品对客户的粘性，发行更多能较好熨平经济周期、有效防止业绩剧烈波动的基金产品，建立真正跨越周期的投资，改变目前机构散户化、竞争同质化的特征，实现价值投资和长期投资，成为真正优秀的机构投资人。

修订完善薪酬激励机制，实现其与投资者利益一致

基金公司应该考虑建立科学合理的薪酬长效激励约束机制，以更好地实现和投资者利益相一致。一方面，应做好业绩归因分析，剔除基金经理投资管理能力之外的偶然性和系统性因素，区别投资过程中的不同类别风险，进行准确的风险定价，科学计量风险调整后的投资收益，同时借鉴国际银行业先进经验，建立薪酬的延期支付机制，拉长基金经理的业绩考核期限，防止业绩的过分波动，进一步完善绩效考核评价机制；另一方面，可以考虑通过混合所有制改革，推行员工持股计划和事业部制改革，让员工直接成为公司的股东，实现与私募基金相类似的激励约束机制，激发员工的创新和创业热情，改变公募基金行业普遍存在的“公转私”和行业人才流失的问题，更好地实现个人利益、公司利益、股东利益和投资者长期利益的一致。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

加强对基金子公司的风险监管，防止监管套利，回归本源基金子公司近五年的超常规发展，与规避机构监管体制、进行跨市场的监管套利是分不开的，也因此埋下了不少风险隐患。为此，2016年12月，证监会出台了基金专户子公司风险控制指标的监管规定，对其净资产计算、风险资本准备和风险控制的监管指标均提出了要求。同时，证监会对2012年出台的基金子公司管理规定进行了修订，进一步提高基金子公司的风险管理水平和风险抵御能力，引导基金子公司更好地回归本源，减少在非标融资类资产上的投资，更多聚焦于资本市场，深耕于特定资产管理、养老金管理、指数化投资、私募股权投资等细分领域，与母公司形成业务协同、专业互补的良好经营格局。

中国报告网发布的《2017-2022年中国公募证券投资基金行业竞争态势及发展策略研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境

，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录\REPORTDIRECTORY

第一章中国公募证券投资基金行业发展综述

1.1公募证券投资基金相关概述

1.1.1公募证券投资基金定义

1.1.2公募证券投资基金分类

1.1.3公募证券投资基金参与主体

1.2公募证券投资基金行业发展周期

1.2.1公募证券投资基金初期阶段

1.2.2公募证券投资基金萌芽阶段

1.2.3公募证券投资基金成长阶段

1.2.4公募证券投资基金成熟阶段

1.3其他金融机构投资盈利能力分析

1.3.1商业银行证券投资盈利能力

1.3.2保险公司证券投资盈利能力

1.3.3证券公司自营业务盈利能力

1.3.4其他机构证券投资盈利能力

第二章中国公募证券投资基金市场环境分析

2.1公募证券投资基金行业政策环境分析

2.1.1行业重点法律法规解析

2.1.2相关财政刺激政策影响

2.1.3相关产业投资政策影响

2.1.4行业货币政策环境前瞻

2.2公募证券投资基金行业经济环境分析

2.2.1行业与国民经济相关性分析

2.2.1.1证券市场周期与宏观周期运行特征

2.2.1.2影响证券市场走势的宏观经济因素

2.2.1.3证券市场与宏观经济的联动性现状

2.2.2国际经济环境运行分析

2.2.3国家宏观经济发展预测

2.3公募证券投资基金行业证券市场环境

2.3.1证券市场主要指数分析

2.3.2证券投资基金资产配置状况

2.3.3证券市场资金流动趋势分析

2.3.4跨境资金投资证券市场分析

2.3.5基金行业与资本市场的关系

第三章中国公募证券投资基金行业运行分析

3.1公募基金管理公司总体运行分析

3.1.1基金管理公司数量规模分析

3.1.2基金管理公司注册资本规模

3.1.3基金管理公司资产管理规模

3.1.4基金管理公司资产分布分析

3.1.5基金管理公司分红状况分析

3.1.6基金管理公司股权结构分析

3.2公募基金行业经营效益分析

3.2.1公募基金行业收入分析

3.2.1.1公募基金管理费规模

3.2.1.2公募基金管理费分布

3.2.2公募基金支出价值链分析

3.2.2.1银行托管费用分析

3.2.2.2客户维护费用分析

3.2.2.3券商分仓交易佣金

3.2.2.4其他相关费用分析

3.2.3公募基金行业利润分析

3.3公募基金内部竞争格局分析

3.3.1行业资产规模集中度分析

3.3.2行业从业人员集中度分析

3.3.3行业收入规模集中度分析

3.3.4基金管理机构区域集中度

3.3.5潜在金融机构进入威胁分析

- 3.3.5.1相关政策发布情况
- 3.3.5.2保险公司进入威胁分析
- 3.3.5.3证券公司进入威胁分析
- 3.4公募基金行业财务状况分析
 - 3.4.1基金管理公司主要财务指标
 - 3.4.2基金管理公司营业收入结构
 - 3.4.3基金管理公司营业支出结构
- 3.5公募基金行业人才结构分析
 - 3.5.1基金管理公司学历以及年龄分布
 - 3.5.2基金管理公司高管人员学历分布
 - 3.5.3基金管理公司基金经理学历分布
 - 3.5.4注册从业人员岗位分布分析
- 3.6公募基金行业风险管理分析
 - 3.6.1公募基金经营风险分析
 - 3.6.2公募基金风险管理问题
 - 3.6.3公募基金风险管理对策

第四章中国公募证券投资基金细分产品分析

- 4.1按运作方式划分的基金细分产品
 - 4.1.1开放式基金产品分析
 - 4.1.1.1开放式基金投资账户规模
 - 4.1.1.2开放式基金产品发行规模
 - 4.1.1.3开放式基金产品经营效益
 - 4.1.2封闭式基金产品分析
 - 4.1.2.1封闭式基金投资账户规模
 - 4.1.2.2封闭式基金产品发行规模
 - 4.1.2.3封闭式基金产品经营效益
- 4.2按投资标的划分的基金细分产品
 - 4.2.1股票型基金产品分析
 - 4.2.1.1股票型基金发行规模
 - 4.2.1.2股票型基金经营效益
 - 4.2.1.3股票型基金运营费用
 - 4.2.2债券型基金产品分析
 - 4.2.2.1债券型基金发行规模
 - 4.2.2.2债券型基金经营效益

- 4.2.2.3债券型基金运营费用
- 4.2.3货币市场基金产品分析
 - 4.2.3.1货币市场基金发行规模
 - 4.2.3.2货币市场基金经营效益
 - 4.2.3.3货币市场基金运营费用
- 4.2.4混合型基金产品分析
 - 4.2.4.1混合型基金发行规模
 - 4.2.4.2混合型基金经营效益
 - 4.2.4.3混合型基金运营费用
- 4.3按投资目标划分的基金细分产品
 - 4.3.1成长型基金产品分析
 - 4.3.2收入型基金产品分析
 - 4.3.3平衡型基金产品分析
- 4.4其他特殊基金产品发展分析
 - 4.4.1系列基金产品分析
 - 4.4.2保本基金产品分析
 - 4.4.3基金QDII产品分析
 - 4.4.3.1QDII基金产品发行规模
 - 4.4.3.2QDII基金产品经营效益
 - 4.4.3.3QDII基金投资地区配置分析
 - 4.4.4基金中的基金（FOF）产品分析
 - 4.4.5交易所交易基金（ETF）产品分析
 - 4.4.6上市开放式基金（LOF）产品分析

第五章中国公募证券投资基金销售渠道分析

- 5.1公募证券投资基金销售渠道发展综述
 - 5.1.1公募证券投资基金渠道销售规模
 - 5.1.2公募证券投资基金渠道销售结构
- 5.2基金公司直销渠道分析
 - 5.2.1基金公司直销优劣势分析
 - 5.2.2基金公司直销规模分析
 - 5.2.3基金公司直销渠道发展前景
- 5.3银行网点代销渠道分析
 - 5.3.1银行网点代销渠道优劣势
 - 5.3.2银行网点代销规模分析

5.3.3 银行代销网点分布分析

5.3.3.1 全国性商业银行

5.3.3.2 城市商业银行

5.3.3.3 农村商业银行

5.3.4 银行网点代销渠道发展前景

5.4 证券公司代销渠道分析

5.4.1 证券公司代销渠道优劣势

5.4.2 证券公司代销规模分析

5.4.3 证券公司代销格局分析

5.4.4 证券公司代销渠道发展前景

5.5 专业基金销售公司渠道分析

5.5.1 专业基金销售公司优劣势分析

5.5.2 专业基金销售公司发展现状

5.5.2.1 深圳众禄基金销售有限公司

5.5.2.2 上海天天基金销售有限公司

5.5.2.3 上海好买基金销售有限公司

5.5.2.4 杭州数米基金销售有限公司

5.5.2.5 浙江同花顺基金销售有限公司

5.5.2.6 上海长量基金销售投资顾问有限公司

5.5.2.7 诺亚正行.上海基金销售投资顾问有限公司

5.5.3 专业基金销售公司对竞争格局的影响

5.5.4 专业基金销售公司渠道发展前景

5.6 其他基金销售渠道分析

5.6.1 证券投资咨询机构销售渠道

5.6.2 邮储网点代销渠道发展分析

第六章 中国公募证券投资基金企业经营状况分析

6.1 公募基金管理公司价值评估体系分析

6.2 公募证券投资基金公司经营能力分析

6.2.1 华夏基金管理有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

6.2.2 易方达基金管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.3嘉实基金管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.4南方基金管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.5博时基金管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.6广发基金管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.7华安基金管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.8大成基金管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

6.2.9工银瑞信基金管理有限公司

- (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 6.2.10银华基金管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第七章对中国公募证券投资基金行业发展趋势分析

7.1中美公募证券投资基金对比分析

- 7.1.1中美公募基金市场结构对比
- 7.1.2中美公募基金销售渠道对比
- 7.1.3中美公募基金管理费用对比
- 7.1.4中美公募基金投资者偏好对比
- 7.1.5美国共同基金对我国经验借鉴

7.2公募证券投资基金行业竞争模式转变趋势

- 7.2.1行业竞争战略转变趋势
- 7.2.2行业竞争策略转变趋势
- 7.2.3行业业务模式转变趋势
- 7.2.4行业客户服务转变趋势

7.3公募证券投资基金与外部市场博弈趋势

- 7.3.1与QFII基金博弈
- 7.3.2与民间投资资本博弈
- 7.3.3与私募基金团队博弈
- 7.3.4与各类财务公司博弈
- 7.3.5与保险公司资管团队博弈
- 7.3.6与券商自营资管团队博弈
- 7.3.7与商业银行理财产品博弈

7.4公募证券投资基金行业业务转型分析

- 7.4.1证券投资基金业务持续发展困境
- 7.4.2证券投资基金行业业务转型基础
- 7.4.3证券投资基金行业转型制度保障
- 7.4.4证券投资基金行业转型思路框架

7.4.5 证券投资基金行业转型案例分析

7.5 公募证券投资基金产品研发趋势分析

7.5.1 公募证券基金投资者投资状况调研

7.5.1.1 机构投资者群体特征分析

7.5.1.2 机构投资者投资风格分析

7.5.1.3 个人投资者群体特征分析

7.5.1.4 个人投资者投资风格分析

7.5.2 公募证券投资基金产品创新现状

7.5.3 公募证券投资基金产品研发趋势

7.6 国内公募证券投资基金销售渠道困局破解

7.6.1 公募证券投资基金销售渠道议价能力

7.6.2 公募证券投资基金销售渠道主要问题

7.6.3 第三方支付对销售格局的影响分析

7.6.3.1 第三方支付的优势分析

7.6.3.2 第三方支付存在的问题

7.6.4 基金管理公司营创新销策略分析

第八章 对中国公募证券投资基金行业前景预测

8.1 国外及地区公募证券投资基金发展经验

8.1.1 美国共同基金行业发展经验

8.1.2 英国单位信托基金发展经验

8.1.3 日本证券投资信托基金发展经验

8.1.4 台湾证券投资信托基金发展经验

8.1.5 香港地区单位信托基金发展经验

8.2 新兴市场公募证券投资基金发展前景

8.2.1 全球新兴市场经济增长潜力分析

8.2.2 新兴国家基金管理市场拓展前景

8.2.2.1 印度基金管理市场拓展前景

8.2.2.2 巴西基金管理市场拓展前景

8.2.3 未来证券投资全球化布局分析

8.2.4 新兴市场基金管理企业前景分析

8.3 基金产品销售渠道发展前景分析

8.3.1 基金线下销售渠道发展前景

8.3.1.1 基金线下销售规模预测

8.3.1.2 银行网点代销规模预测

8.3.1.3证券公司代销规模预测

8.3.1.4邮储网点代销规模预测

8.3.1.5专业基金销售规模预测

8.3.2基金线上销售渠道发展前景

8.3.2.1基金线上销售规模预测

8.3.2.2基金销售电商化产业链

8.3.2.3基金销售电商化发展趋势

8.3.3基金产品销售渠道结构预测

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/287556287556.html>