7月27日,基金业协会发布2022年半年度公募基金销售保有规模数据,京东科技旗下京东肯特瑞基金销售有限公司(简称"京东肯特瑞",业务平台为"京东金融APP")以同比增速超过110%、非货保有规模突破554亿的好成绩,引起行业内的广泛关注。在公募基金销售领域取得爆发式增长,一直在努力耕耘的京东肯特瑞做对了哪些事?

看好公募行业发展,科技基因和客户基础助力业务提速

近年来公募基金的发展势头有目共睹,到今年年中,我国公募基金数量突破10000只,管理总规模超过26万亿,创下新的里程碑。随着资管新规过渡期结束,资管产品全面进入净值化时代,而作为净值化最早、客户群最大、专业度最高的公募基金也将进入黄金发展阶段。在公募行业发展过程中,体现出几大趋势:互联网三方代销机构崛起,代销占比不断提升;公募业务不断拓展,reits、个人养老金等创新业务相继推出;公募服务内涵不断深化,实现从卖方代理到买方投顾的升级。基于此,京东肯特瑞更加重视"互联网的金融"而非"金融的互联网化",两者的区别在于前者更关注金融逻辑(信赖),而后者更关注互联网逻辑(流量),因此其科技基因和客户基础将充分发挥赋能作用,助力投资者实现财富保值增值。

打造"京东京选"品牌,解决公募行业投资者痛点

公募基金行业的最大痛点是"基金赚钱"和"基民亏钱"的错位,而这样的错位主要是作为复杂金融产品的基金和金融知识欠缺的基民缺少有效的桥梁。美国公募基金高速发展生态中承担桥梁作用的便是投资顾问(financial advisor),京东肯特瑞认为在目前市场格局中代销机构要主动承担起桥梁作用。在具体的业务实践中,基于对基金行业的深度认知和产品供应链的深度分析,在"京东京选"统一价值主张下,打造系列互联网基金解决方案,把逆人性的投资理念打造成顺人性的投资体验。比如以"期限因子"为核心逻辑的陪伴型稳健基金产品-暖心宝,通过提升持有时长以提升投资者盈利概率;以"委托代理一致性"为核心逻辑的认知型偏股基金产品-常盈专区,挖掘三年期偏股基金首发机会推动基金经理和基民利益一致;以"服务标准差异"为核心逻辑的认同型指数基金产品-指数进化论,为指数投资者提供更优的指数产品和专业的投研陪伴,这些特色化产品赢得行业和客户的广泛认可。

夯实公募服务基础,成为投资者信赖的陪伴者

公募基金产品的复杂性和多样性,使得平台投研能力的重要性日益突显,加强投研能力建设正成为代销机构的立身之本。随着大财富管理时代来临,基金销售正从以产品为中心转向以用户为中心,这要求代销机构不仅要懂行业、懂产品,更要懂用户、懂陪伴。为此,京东肯特瑞成立投资研究团队,覆盖宏观、股票、债券、基金、量化等多维度研究,输出不断被市场验证的京东观点;同时结合外部供应链伙伴

的深度赋能,为用户持续提供市场研判、产品解读等投研资讯。基于专业投研能力和强大供应链资源,在平台上持续完善账户诊断功能,满足不同风险收益偏好用户的理财需求;配合财富动态、金金计较研习所、理财京小暖等自研发声,为用户提供专业而暖心的陪伴服务,成为投资者信赖的陪伴者。

锚准公募基金蓝海、坚守长期价值,从开始的"行路难"终将迎来"乘长风破万里浪"。对于成绩,京东肯特瑞表示,将继续坚持以用户为中心,坚持做"难而正确的事",不负用户与机构的信任,持续为用户创造长期价值。

2/4



本文源自金融界资讯