

“透析基金发行难”系列之五：公众意识要加强 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/39/2021\\_2022\\_\\_E2\\_80\\_9C\\_E9\\_80\\_8F\\_E6\\_9E\\_90\\_E5\\_c33\\_39226.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/39/2021_2022__E2_80_9C_E9_80_8F_E6_9E_90_E5_c33_39226.htm)

“近两年不少调查与统计都说，直接炒股的散户80%以上亏损，越亏越不收手，就是看不上基金的业绩与分红，不买二级市场折价的基金或新发行的基金，这种固执的投资倾向究竟是如何形成的？”一位专门从事基金研究的博士百思不得其解。“先天不足”的改制基金自不必说，中小股民对新基金的认同度也在下降，这是不争的事实。新基金的认购倍数在1998年最高达85倍，三年后锐降至16倍，到2002年首次出现新基金认购不足80%发行量的法定设立标准线。我国股市有几千万散户，只要每人掏100元，一只二三十亿的大盘基金也不愁发不出去，何况还有机构、承销商兜底。中小股民对基金的投资意愿不强，背后的潜台词是“不太放心”。许多投资者很关心“谁在为我们理财？”可他们联系不上基金经理，也找不到详细的基金经理背景资料，在作出投资决策前根本不了解基金经理的思想、个性和能力。有的投资者抱怨，基金公司有点像上市公司，仅在发行期间做一些“应景”的形象宣传，筹资之后的信息披露往往流于走过场，很难真正说清基金的运作状况和未来的风险收益可能性。一位保险公司的投资主管直言：封闭式基金管理人只重视销售，不重视售后服务及持有人利益，也从未召开过持有人大会。投资者接触、认识基金，最早是从封闭式基金开始的。但封闭式基金在“封闭”这点上真可谓“名符其实”，基金经理与投资人之间缺乏应有的交流机制和制度。基金经理跟操控地下私募基金的人一样埋头

投资运作，很少利用各种渠道向投资者推介自己。有市场人士指出，如果不推出开放式基金，可能到现在还没有一家基金公司设立客户服务中心。在基金业发展初期，我国基金公司缺乏良好的公众服务意识，不做有效的交互式沟通，必然会给以后争取更多投资者、继续扩大基金市场规模预设下障碍。基金发行成功与否，关键在于能否取得投资者的信任。尽管在短期内要获得投资者的信任不是一件容易的事，但通过必要的定期交流来提高透明度是最基本的手段。作为面向公众的集合投资工具，基金必须直面大众，增进对话，消除误解。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)