

富国基金今日进行分红 悄然开展“常态营销” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/488/2021_2022__E5_AF_8C_E5_9B_BD_E5_9F_BA_E9_c33_488010.htm 富国基金管理有限公司发布分红公告，旗下的富国天惠基金今日进行分红，富国天惠基金的持续营销也悄然开展。与过往基金惯用的“大比例分红，净值归一”式的持续营销不同，此次天惠基金的分红比例并不高，持续营销仍将在1.72元间的“相对高位”展开。富国基金表示，持续营销是公司工作计划安排，是公司“常态营销”的一部分。而此次天惠分红是按照基金契约的规定，对当年已实现收益的50%实施分配。“投资者的变化触动我们在营销模式上做出新的突破。”富国基金副总经理谢卫说，谢卫认为，去年以来，基金规模不断增长，百亿基金屡见不鲜，如果对这类基金进行拆分或大比例分红，无论对于托管银行，还是对于基金公司来说，都是一项规模浩大的工程，同时也不利于市场的稳定。另一方面，投资者对“1元基金”热情的降低也促使基金公司不得不考虑在营销模式上做出调整。“常态营销会成为主流，这是市场不断成熟的必然。”谢卫很有信心。在他看来，常态就是指基金净值不发生大规模变化的状态，在这种前提下的营销，都应归于常态营销。基金业人士认为，此次富国天惠的持续营销可能成为基金营销模式转变的一个“起点”。今年的基金持续营销有望从过往依赖拆分、大比例分红等手段转向基金净值不发生变化下的“常态营销”。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