



金融行业：从富达基金看海外资产管理创新变革



在变革中实现基业长青

富达投资集团是全球第三大基金管理公司。在美国基金行业崛起浪潮中，富达通过明星产品、特色营销、积极创新、多元经营等优势逐渐建立起品牌和规模优势，曾一度成长为全球最大的基金管理公司。进入 21 世纪，面临指数基金崛起和以先锋等新兴基金为代表的低成本冲击，富达的基金业务虽然遭遇到挫折，但其品牌号召力及业务创新力等仍使其处在基金行业前列，并且在养老金市场和独立投顾市场表现卓越。本篇报告是资管长青系列四，从富达基金特色优势和多轮变革看海外资产管理长期发展经验。

富达基金：多元化经营的老牌基金公司

富达是世界老牌基金管理公司。公司提供资产管理服务和综合金融服务。

截至 2021 年末，公司管理资产规模（AUM）达 44,772 亿美元，是全球第三大资产管理公司。公司国际化布局广泛，目前业务遍布 25 个地区。从产品特征上看，公司基金费率略低于行业平均水平，权益产品费率凭借主动管理优势相对较高。半数以上基金年化换手率集中于 40%以下区间。从公司治理上看，Johnson 家族长期控股，迄今三代管理人均来自 Johnson 家族，并采取多董事会结构分类监管产品。

品牌效应：注重打造明星基金经理

富达推崇明星基金经理的模式塑造出一大批传奇式的明星基金经理，

其在 20 世纪的高速崛起所倚仗的是其旗下明星基金经理。从管理模式看，富达在基金管理模式上采用基金经理独立管理的方式。从培养机制看，富达设立“富达基金经理学院”，注重对基金经理的自主培养。从激励机制看，优秀的基金经理有资格认购公司股权。但明星基金经理模式也存在一定问题，富达基金经理更换较为频繁导致风格漂移。且庞大的分析师队伍未能最大化发挥对基金经理支持效应。富达针对潜在问题作出相应调整优化。

注重营销：渠道服务创新+积极营销

富达积极转变传统中介代销的销售模式，在 20 世纪 70 年代就开始直接向投资者推销基金，并通过建立“直销代理人”制度增强客户体验。除了转变销售模式外，富达还将“无障碍投资、提升客户投资体验”作为服务目标，推出上门服务、电话销售、按小时申购等着力改善客户体验的创新实践。同时，富达还通过营销明星产品，强调优秀的业绩表现，在投资者心中构筑品牌力。公司在营销上投入较大，显著超同梯队公司。

养老巨头：全面渗透美国养老退休市场

富达已完成对美国养老退休市场的全面渗透，养老产品包括收入替代基金和目标日期基金两大类。目标日期基金产品主要投向体系内基金产品，产品采取较高的起始股票占比+审慎的下滑曲线（GlidePath）设计，主要由三名基金经理+26 名研究人员管理。富达还开发智能投资咨询系统 FidelityGo 和个性化规划与建议系统 FPPA，针对处于不同投资需求的投资

者，给出不同的养老服务方案，且还推出多种养老产品估计和评分系统。

风险提示：行业迭代不确定性；过往业绩不代表未来；不构成推荐覆盖。

关键词：养老

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_39760

