

第四章 基金投资者教育部分案例点评

一、《公募权益类基金投资者盈利洞察报告》：用数据说话

投资者买基金到底有没有赚钱？如果没赚钱，是什么在影响他赚钱？一个全面且真实的盈利统计分析十分必要且紧迫。

2021年，景顺长城联合富国基金、交银施罗德基金统计了旗下4682万主动权益类基金客户的账户共计5.65亿笔交易记录数据，寻找影响基金投资盈亏的关键因素，并在中国证券报带领下共同形成了《公募权益类基金投资者盈利洞察报告》。



报告客观真实地呈现了 4000 多万投资者整体的盈利状况，深入分析了基民投资过程中各种行为与回报的关系，提出了提升投资收益的“加分项”和“减分项”。投资者第一次通过盈利大数据了解到真实的盈利状况和投资行为的影响，具有很强的说服力。很多数据是首次披露，比如三家公司的申购数据、旗舰产品的客户盈利情况、个人客户和机构客户的对比情况等等。

报告开创性地将难以把握的投资难题转化为更具象的问题来解答。通过提出基民投基收益等式：基民投基收益 = 基金损益 + 基民行为损益，来分析影响基民收益的因素。一方面，基民收益受到无法控制的市场波动、基金经理投资水平等客观因素影响；另一方面是基民的投资行为这一主观因素，而基民“操作”给收益带来的损耗率接近 -60%。

报告发布前后，景顺长城针对报告中提及的影响基金投资者盈利体验的投资行为、产品因素等关键点，结合趣味短视频、公众号文章、投教漫画、媒体资讯等形式进行全方位传播，在业内引起广泛关注解读，媒体、自媒体各平台对报告内容进行了积极主动的传播。报告发布当月，全网较为独立完整的曝光文章数量超过 3000 条。

二、《博时小剧场》：基金投教融入微电影



微电影：这个投资不太冷



微电影：一代导师

金融投资者逐渐年轻化，互联网社交平台不断升级内容逻辑，投教内容在两个大趋势的变化中同样需要迭代和升级。针对平台传播内容与平台传播属性的研究，博时基金推出了适合短中视频平台传播的投教系列内容——《博时小剧场》，用微电影的方式，将投教知识融入其中，创意趣味性十足。

小剧场剧集结合演绎当下热点事件、流行梗、致敬经典电影等模式，搞笑中带有干货，突出投资知识主题，并分解式的讲解不同的投资知识和技巧。《一代导师》《基金公司策划会》《以案说法》《这个投资不太冷》《卖火柴的麦鹭涨》《投资神壶》《基金心理分析室》《凑近科学》等被广泛传播，投资者持续追剧。该系列剧上演以来每一期都获得较高收看量，单期平均浏览量40万+，并荣获第一财经“意气相投，做头等大事”投教作品金奖、“深圳居民金融素养提升短视频宣讲活动”一等奖和艺术创意奖、蚂蚁财富颁发的年度最佳投教奖等多个奖项。

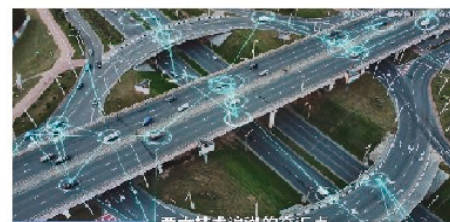
小剧场中的人物展现出系列性深度性的投资知识宇宙，带领投资者系统性由浅入深学习投资知识，如《小飒带你学固收》《大聪明的黄金课》《小卓带你学指数》等等。受众粘性强，内容吸收好。《博时小剧场》及其知识宇宙从量化指标及阶段性成果来看均超出目标预期。

三、《好奇心营地》：深度投研趣味化

不同的时代有不同的 Beta，穿越周期并不断壮大的 Beta 才是长期收益的源泉。投资需要选发展势头好的“富矿”行业，这就要求投资者要对行业赛道发展趋势有一定的了解。为加强投资者对重要行业、赛道的认知和了解，嘉实基金乘着视频大发展的浪潮自 2021 年推出《好奇心营地》特色投教视频节目。

《好奇心营地》特邀请嘉实基金各投资赛道的资深研究员，基于嘉实基金独特大数据基地 Datalab 的数据来源，将深度投研趣味化降维。针对时下热议的投资主题，《好奇心营地》围绕数据、产业链、商业模式等多维度进行专业科普，覆盖面包括新能源、科技、消费、医药等和大众密切联结的行业赛道，力求通过有趣、有料的观点，帮助投资者更深入了解行业投资机遇，捕捉投资机会，辨别投资风险。

《好奇心营地》第一季 10 期上线以来受到投资者的广泛关注和好评。截至 2022 年 9 月末，该栏目结合社会热点及热门投资板块，通过基金经理真人出境详细向投资者解读了元宇宙、智能汽车、自动驾驶、冰雪产业、半导体、功



能性护肤品、国产美妆、低糖饮料产业、REITs 等产业现象背后的逻辑，致力于满足投资者对有趣知识的好奇心。目前第二季正在陆续创造推出中。

四、《牛欧欧打卡红山动物园》：创新投教“玩”法

如何吸引投资者有兴趣学习，是中欧基金投教工作长期思考和不断尝试的重要课题。基于 90 后年轻人已成为基金“主要”投资客户群，中欧基金 2022 年正式推出陪伴 IP——好运牛欧欧，作为拉近与投资者关系的重要纽带。牛欧欧以可爱、积极向上的形象，成为中欧基金各类投资者教育栏目的主人公。同时，中欧基金洞悉新时代需求，注重投教“创新化”，不断探索更有趣、更有创意的投资者陪伴及教育形式。



2022 年 8 月，中欧基金尝试让牛欧欧走进南京红山动物园开启“动物特长班”，将动物知识与基金投资知识相结合，用创新的陪伴方式去做线下投资者教育活动，吸引了超 4 亿人次的关注度。

此次“动物特长班”的活动通过设置“全网寻牛”的悬念话题，以“寓教于乐”的方式让小朋友可以学习到动物特长知识，而家长们则在其中也关注到中欧基金与牛欧欧的“特长”，学习到基金知识的同时，也与大小朋友们共同成长，感受到陪伴的意义。

现场，牛欧欧和小朋友们亲密互动学习动物知识和基金知识的同时，还带来了诸多具有纪念意义的礼物，有大牛和小牛的扇子，牛欧欧身高尺寸，在父母的陪伴下、牛欧欧的见证下，共同学习，相互陪伴，记录成长。

五、《秒懂基金》：趣味动画指数投教

根据投资者风险偏好和专业度，建信基金建立了完善的投教矩阵，涵盖权益、固收、指数、养老、市场解读、投资方法等多个维度。“指看建信”之《秒懂基金》系列动画视频，是基金行业较早的投教类动画视频，在市场上有着广泛的影响力，2020年获得了由媒体评选的中国公募基金最佳营销策划案例（最佳视频）奖。





自 2019 年上线以来,《秒懂基金》已发布 12 期,每期介绍一个指数知识点。其中,4 期为“基础系列”,以介绍“指数”“指数基金”的核心理念、投资逻辑的系统科普为主,详解指数的构成、分类、投资优势及定投的特点、优势、基本投资原则、合适产品挑选技巧等;8 期为“热点系列”,以介绍创新指数产品及其应用为主,包括 Smart Beta、指数增强、ETF/ETF 联接 /LOF 介绍、商品期货 ETF、黄金 ETF 等创新热点产品。视频内容深入浅出,详实生动地介绍指数背后的故事,让投资者更好理解、更易学习指数基金相关的知识。

六、《周五万事屋》：系列化手绘指数科普

漫画科普长图《周五万事屋》是建信基金打造的品牌投教栏目。每周五,对当下的指数热点,或指数相关的趣事,以手绘漫画的形式呈现,漫画涉及各个维度,包括不同指数类型的趣味介绍和对比、结合市场环境的投资建议、各类特色指数的介绍、正确投资理念的倡导等。

《“平均”不平庸是指数基金的低调》、《A 股市场上的文武双全型选手》等介绍了不同指数的特点和差别;《抄底最痛抄在半山腰,怎么破?》、《你的定投为什么不赚钱?》等结合市场环境给出差异化的建议;《小盘宽“鸡”的三维快照》、《给你一个支点,能否撬动指数》、《A 股行情的“先知鸭”》等介绍了不同的特色指数,丰富投资者的指数知识体系;《你不知道的真相才最“致命”》、《看短期排名买基金有多不靠谱》等介绍了短期排名的局限性,引

导投资者树立长期理性投资的理念。

《周五万事屋》栏目自开设以来，涵盖内容多样丰富，形式轻松活泼，对应“周五”心情，同时呼应栏目主题“万事屋”，广受投资者喜爱，吸引了一大批粉丝。

七、《心动的投资》：让投教更年轻化

随着我国新生代人群成长为社会中坚力量，金融机构年轻化转型已成大势所趋。各大金融品牌也逐渐开始致力于进行品牌年轻化转型，积极向年轻投资者靠拢。如何将专业投资知识变得更简单和容易理解，成为了每家金融公司都在积极探索的课题。



上投摩根和中信证券联合出品了新型投教综艺节目《心动的投资》，把综艺元素引入了投教内容，取得了不俗的效果。该节目邀请了券商的联席首席策略分析师、上投摩根资深基金经理、知名财经博主，中信证券专业首席客户经理、以及基民、特别是年轻投资者。通过他们之间的对话，带给观众不同视角、不同故事和见解。其次在形式上，邀请了专业节目制作团队，无论场景还是环节的设计、音响画面都非常专业。在内容上，该节目环节尽量寻找投资者最关心的知识点、痛点，坚持专业的价值投资理念，把每一个知识点进行拆解、打碎，每一次就讨论一个具体问题，用最通俗的口语化方式讲

解清楚。最后，精美的包装也为节目增色不少。

这是基金公司和券商联合投教的一次创新尝试。轻松活泼的形式、高质量的直播内容和创新型的分享互动模式，让晦涩难懂的专业投资知识变得容易理解。该节目首播当晚全网收看人群就已超 200 万人次，后续曝光人次超过 1000 万人次，是上投摩根基金和中信证券在投教年轻化创新探索的重大里程碑。

八、《博时 FM》系列音频：深度场景的深度学习

博时 FM 音频投资课程系列开播后迅速成为爆款，累计收听量 500 万+。其中，《玩转定投 20 讲》《从 0 开始学资产配置》《小白的公募基金指南》多次登上喜马拉雅平台商务财经板块必听课，连续获得喜马拉雅年度最佳人气主播、最佳内容创作奖。

短视频、热点文章的分析，适合碎片化的知识传播，真正能帮助投资者系统性理解投资架构、了解市场，必须从专业的角度切入，制作通俗易懂且连贯带有趣味性的课程，解决深



博时 FM

- 

《从0开始学资产配置》
适合小白从0开始学起的资产配置课
- 

《小白的公募基金指南》
一份公募基金的入门行动指南
- 

《侃侃黄金那些事》
带你多角度理解黄金投资的奥秘
- 

《玩转定投20讲》
一门听了就能上手的经典定投课
- 

《指数必修课》
一听就会的指数投资指南
- 

《养老新主张》
聊聊养老投资那些事儿
- 

《债券基金攻略》
揭开债券基金的“神秘”面纱

入学习的痛点。而音频场景更好地结合深度学习的特点，可利用上、下班开车时间、做饭时间、洗漱时间等，每天听一节课，系统知识很快可以完成系列打卡。该系列在喜马拉雅平台广受投资者欢迎，并没有时效限制，干货内容可永久性打卡学习。

九、“嘉实微笑定投”：全链条专项服务



波动是市场的常态，也是收益的来源之一。为了提高投资者弱市布局的胜率、改善短期浮亏的持基体验，2022年6月9日，嘉实基金推出了“嘉实微笑定投”子品牌。



和传统定投不同，“嘉实微笑定投”通过提供“微笑定投策略+优质定投产品推荐+全流程、多维度、长周期的专属内容陪伴”全链条服务，帮助投资者提高投资体验、坚定长期投资的信念。

2022年4月以来，嘉实基金推出“嘉实微笑定投”子品牌宣传片。

在专属内容陪伴方面，“嘉实微笑定投”围绕长期主义、

价值为本、以客户为中心等原则，搭建了“理念塑造，场景触达，实操指导”的内容链路，以短视频、条漫、直播、知识卡海报、案例分析专栏等形式展开系列专题投教。从子品牌发布以来，以上述形式精心创作内容150条，实现了高频优质内容投放，和多家银行、券商、第三方销售渠道联动传播，全网浏览量超百万。



（真人答疑视频栏目《微笑领投人》，专家解答定投疑难）



（条漫系列《定投必计划》，结合场景塑造理财和实操指导）

嘉实基金 Harvest Fund 定投

突然的大涨就像闪电 让我们精心选择耐心等待

美国人查尔斯·艾里斯提出“闪电理论”，即股市突然的大涨就像闪电一样快速，但是错过了这些大涨，会大大影响长期收益。

日期	涨幅
2008.09.18	8.34%
2009.04.23	7.23%
2009.09.08	8.22%
2009.09.08	8.46%
2009.09.21	7.68%
2009.11.19	7.38%
2009.09.30	8.71%
2009.09.04	8.86%
2009.08.19	8.68%
2009.02.25	6.40%

前 3 日平均涨跌幅 -2.66%
前 5 日平均涨跌幅 -4.79%

小贴士
股市中 80% 的时间可能都在震荡，我们需要精心选择，耐心等待，长期定投嘉实医疗定投基金（005304）嘉实医疗保康（000711），政策利好，估值底部区间，布局正当时。

定投长相伴 投资不孤单

第 26 期 ALWAYS WITH YOU

（定投知识卡系列《定投长相伴》，用数据论证定投可行性、有效性）

嘉实基金 Harvest Fund 定投

开奖 为更好的自己 坚持读书、锻炼、投资

我是一名医生，写了三年公众号 当有粉丝因此受益，感觉特别自豪 2014年开始做定投，起起伏伏 感谢低谷时坚持的自己 @静

收拾屋子看到2018年的日记 当时浮写 咬牙坚持定投 波动是市场的一部分，也是收益的一部分 历史不会简单重演，总会惊人相似 @KYW

体检报告上的异常，逼得自己坚持锻炼 第一次定投却遗憾倒在黎明前 再来一次，我绝对坚持到底 @FSKYM

微笑有你 定投有我

（案例分享专栏《定投有我》，基于真实定投经历、经验分享，给出建设性意见）



（直播栏目《我是顾问·定投时间到》：针对定投难题，广邀基金经理、投资顾问、行为心理学专家来提供顾问指导，涉及亲子教育、安家置业、养老、健身、行为养成等）

十、《牛欧欧的光阴故事》：与投资者共创投教内容

根据韦奇定律，人作为一种社会性动物，很容易受到他人影响。正因如此，中欧基金 2022 年积极尝试改变过往传统单向输出、单向教育的形式，开发全新栏目《牛欧欧的光阴故事》——让投资者自己成为主角，讲述与投资有关的故事，以双向互动共创的形式与投资者共同完成投教内容的创作；同时，也给其他投资者带去更真实可信的精神共鸣、心理按摩及正确的投资好故事。



内容方面,《牛欧欧的光阴故事》甄选全年节点或热点,以多样化情绪点和故事线,引导投资者分享自己的投资生活故事,通过真实故事,让更多投资者在更强的代入感中,找到自己所面临的投资问题的参考答案。目前,栏目已结合上海高考、七夕和教师节,推出三期内容,总播放/阅读量超过36万,产生高质量UGC超400条。

十一、《基金小蓝车》：行动的投资补给站



作为“一司一省一高校”第一批开展投教活动的十家基金公司之一,2021年,上投摩根启动了《基金小蓝车:行动的投资补给站》投教计划,以

趣味的方式和实际行动普及专业基金投资知识，向广大投资者传递坚持长期的投资理念。

一年间，上投摩根投教人员走进多个三四线城市的基层社区，深入浙江多所高校和一些上市公司的工厂车间，宣传投资法律合规知识，传播长期投资、价值投资等理念，调研投资者投资数据，接受一线的反馈和提问。这种深入实地的投教活动，不仅直接有效地传递了投资知识，还获得了大量的一线信息，让投资距离投资人更近。

在浙江嘉兴万达广场，上投摩根打造了一场“沉浸式”基金投教主题快闪活动。活动现场不仅有快闪装置的趣味体验，还安排了专业讲师团现场答疑，送出了上千份《基金投资第一课》知识地图，活动现场人气火爆，新颖有趣的形式备受当地群众欢迎。

截至目前，上投摩根已开展超过 70 场的实地投教宣讲，1 万人次的现场宣讲覆盖，线上传播曝光超过 2000 万人次。

十二、《和你在一起》：认识你的基金经理

2022 年初，在市场大幅下挫的背景下，景顺长城启动“和你在一起·认识你的基金经理”系列投教活动，围绕基金经理投资风格，帮助投资者更加了解基金经理，构建起认识、分析基金经理的知识框架。

景顺长城 2019 年做的投资者调查显示，“认识基金经理”是投资中的一大障碍。44% 的受访者表示，投前应该关注基金经理，但是有相近比例的受访者也表示，买入前的决策障碍就是“不熟悉基金经理，没法判断其好坏”，还有 16.85% 投资者表示希望基金公司“不定期举办线下活动，与基金经理面对面交流”。

因此，在努力做好业绩之外，景顺长城尝试做一些事情，拉近投资者与基金经理之间的距离，帮助投资者更加了解基金经理，掌握分析基金经理的方法论，从而能够选择到适合自己的基金经理，为布局未来做好准备。

景顺长城陪你
年度系列直播即将开播

重磅大咖+专业机构
带你360度认识你的基金经理

4月-概念篇
市场分化，
是时候了解基金经理的投资风格了

陈文字 景顺长城副总经理
李含秋 景顺长城策略师

5月-实操篇
如何认识基金经理风格标签

王蕊 景顺(中国)基金研究中心总监
刘昌源 景顺长城策略师

6月-实操篇
进攻or防守? 如何理解不同
风格基金经理的操作特征

苏莹莹 景顺长城客户投资组合经理
杨健 (主持人)
景顺长城基金研究院副院长、总经理，证券基金基金评价中心副主任

7月-工具篇
通过季报持仓,
就能了解基金经理投资风格了吗?

江虹 景顺长城养老及资产配置部基金经理
姚紫莉 景顺证券研究中心量化与基金评价团队基金经理
北落的掌门 (主持人) 景顺APP创始人

8月-解惑篇
为什么基金经理“不重仓”? 保
持风格稳定有多重要

曹令华 景顺长城旗下新方向资产管理部基金经理
刘昌源 景顺长城基金经理

9月-解惑篇
市场风格生变,
如何通过基金“水逆期”?

杨悦文 景顺长城资管投资部执行总监
苏莹莹 景顺长城客户投资组合经理

10月-实操篇
基金经理投资风格是如
何形成的?

席倩明 景顺基金区域基金经理 陈文字 景顺长城副经理
朱翔 (主持人) 点融理财创始人

11月-实操篇
基金经理教你选基金经理

江虹 景顺长城养老及资产配置部基金经理
杨健 (主持人)
景顺基金基金评价中心负责人、总经理，证券基金基金评价中心副主任

和你在一起
掌握认识
基金经理的密码

你有没有遇到合适的基金经理?
怎么分析他的投资风格?
如何跟踪风格变化?
.....

认识你的基金经理,
从投资风格开始!

和你在一起
景顺长城2022年
“认识你的基金经理”巡回交流活动

长按识别二维码
查看活动介绍

基金投教品牌

该系列投教活动于2022年3月启动，贯穿全年。线上，一方面，推出“景顺长城陪你”直播以及“认识你的基金经理”专栏文章，选取“为什么判断波动会加大，就是不调仓?”，“成长与价值风格到底有什么区别?”，“什么样的投资风格适合什么样的市场?”等十个话题帮助投资者系统构建基金经理投资风格的分析框架。

另一方面，制作“投资风格”系列动画，科普什么是投资风格、基金经理的投资风格如何形成，会不会变化等话题。并推出投资风格系列专栏文章，介绍主流投资风格及不同风格下基金经理行为特征。同时，选取投资者所感兴趣的中生代、新生代基金经理，做投资风格解读，学以致用。

线下，景顺长城推出“景行万里·认识你的基金经理”客户交流会，与大家面对面沟通交流认识基金经理过程中的重点和难点。

此外，景顺长城还将联合上海证券推出《认识你的基金经理》书籍，系统性梳理认识基金经理投资风格的方法论，构建起分析基金经理的知识框架，选择到适合自己的基金经理，从而提升获得感。



十三、嘉实基金抖音号：从冷启动到精细运营

近年来，随着数字化营销策略应用于品牌升级，嘉实基金也开始借助中短视频、直播等高效连接路径直达受众，通过多元内容触达、开辟线上服务场景，力争实现投教陪伴、运营转化的服务闭环。

短视频的爆发式增长也带来了用户获取信息方式的改变，为了给投资者提供真实、理性、专业的即时信息和投教陪伴，嘉实基金投入资源搭建并不

断完善新媒体矩阵。在原有官方微信公众号、视频号、头条号、雪球号基础上，2022年嘉实基金抖音官号冷启动运营，在明确用户画像的基础上，嘉实结合短视频平台“短平快”的传播特点对现有投教内容的形式进行改造优化后，开设“财经小课堂”“行业风向标”“好奇心营地”等固定栏目。

整体来说，嘉实基金作为一家公募机构入局短视频平台虽然较晚，但通过深耕内容、精良制作实现赶超。截至2022年末，嘉实基金抖音号粉丝量42万，全网播放量超1200万，在同业抖音号中综合排名靠前。



（根据抖音账号的运营过程，在热点内容选择上，选取大众关注度高的宏观政策、市场动态、热点民生事件做细致拆解，为用户讲清楚事件以及后续影响）

十四、华夏基金定投团：让基金经理长期陪伴客户

在投资者投资理念较为薄弱、欠缺长期投资习惯的背景下，华夏基金为帮助投资者养成定投习惯、树立为自己长期投入的投资理念，策划打造了基

金经理长期陪伴客户共同定投的“定投团”子品牌，并发起系列推广活动与投资者教育。

2022年5月，在市场低迷时刻，华夏基金举办了线上“25/爱我”定投节启动会和系列配套宣传，不仅获得投资者认可，在媒体端也引发多家媒体主动跟踪报道。其中5月25日华夏定投团项目发布会直播全网近40家媒体、互联网平台转播，总观看量超2000万；除在支付宝、天天基金等互金销售平台外，微博、知乎、抖音、小红书、咕咚等互联网内容平台也均引起投资者讨论，全网曝光超4.1亿。



定投团活动启动以来，华夏定投团坚持为投资者提供全流程的定投陪伴服务，助力投资者在震荡市中养成科学有效的投资习惯。一方面，十余位华夏基金的基金经理作为定投团的团长，真金白银开启实盘周定投，投资者可以一键跟投他们的定投计划，并及时获取“团长”的操作记录和变更。专业基金经理领衔定投提升了投资者的信任感，数据显示，自“华夏定投团”小

程序上线以来，累计使用人数超 200 万、访问超 2000 万次，近 4 万人在支付宝小程序内跟团。基于超高的人气和较好的成效，支付宝“华夏定投团”最高至金融类小程序分数榜第 1、活跃榜第 2，全站新星榜第 5 名，深受用户喜爱。

另一方面，基金经理们通过直播、视频、发帖等不同形式，分享最新市场观点、交易机会、投资心得、投教科普等内容，帮助投资者树立正确理念、保持稳定情绪，克服投资中的行为偏差。基金经理团长从 11 位增加到 15 位，定投基金产品也从最初的 12 只扩展到 25 只。

数据显示，定投团开启的这半年来，华夏定投团全网各平台累计直播超 300 场，其中团长直播场次超 100 场，累计观看人数超 4200 万；团长们累计发帖 408 篇，持续陪伴用户；累计发布了 23 个定投团视频，带来了各类有趣的定投知识。

此外，为了进一步提升定投团的粘性和趣味性，华夏定投团将每月的 25 日定为“定投团聚日”，坚持举办各类有趣的团队小活动，包括“秋日作诗大赛”、“寻找最美微笑”等等，累计浏览量超 103 万，参与人数超 64 万，反响热烈。

王羲之
成就的奇迹因重复
一千次的重复练习

定投团聚日 再度来袭!

3小时陪伴 新团长现身共话微笑曲线

2022-07-25 13:00:00
等你扫码来团!

达·芬奇
成就的奇迹因重复
一千次的重复练习

定投团聚日 再度来袭!

3小时陪伴 新团长现身共话微笑曲线

2022-07-25 13:00:00
等你扫码来团!

达尔文
成就的奇迹因重复
一千次的重复观察

定投团聚日 再度来袭!

3小时陪伴 新团长现身共话微笑曲线

2022-07-25 13:00:00
等你扫码来团!

十五、《华夏基金之不辩不明》：让投资问题“越辩越明”

做投资人听得懂、记得住的投教才是“有效投教”。在日常的投资者教育工作中，华夏基金特别注重和投资者站在一起，深入了解投资者喜好，不断提升投教内容的创造力、亲和力和幽默感。通过投资人喜闻乐见的投教内容和丰富多彩的创意形式，让理财观念融入生活，让金融知识流行起来，让风险意识成为共识。

华夏基金独辟蹊径，将目光投向真人脱口秀，率先推出“不辩不明”系列青年理财态度短视频，话题广、语速快、情绪高、攻势猛，引发观众共鸣。通过“辩论”的形式对当前投资者普遍面临的财富焦虑问题进行探讨，如：理财、养老、996工作、隐形贫困、婚后的钱如何打理、“报复性”消费还是“报复性”理财等，达到“越辩越明”的效果。其间，通过巧妙地将理财投资知识点植入其中，潜移默化地传递给投资人。

节目共计八期，推出之初在腾讯视频、爱奇艺、B站、新浪微博等众多平台推出，其中腾讯视频每期观看量均超20万+，全平台观看量超600万次，如996工作、隐形贫困等内容一度登顶腾讯视频该话题最热视频榜。节目内容受到广大投资人的喜爱和认可，被粉丝爱称为“下饭神剧”。

近年来，短视频平台兴起，抖音、小红书、B站逐渐成为初涉投资的年轻人的聚集地，也是投资者教育的重点平台。2020年5月22日，华夏基金首推《北上广深杭，各有一套，你还要继续996工作么？》系列辩论视频，围绕这个热点话题，共设置正反6名辩手，并将6名辩手的辩论分别剪辑成6个1分钟内的短视频，第一天、第三天、第五天分别发布正反一辩、二辩、三辩的视频，既保证完整性与节奏性，又设置了悬念。该辩题一经推出，便获得较大反响，在抖音平台单条视频最高点赞达20000、评论超2000条，一下子拉近了和投资者的距离，为后续短视频生态运营积累了较好的观众基础。

此外，节目还有一个特色，就是选手全部选自华夏基金多部门、不同

岗位的优秀同事进行本色出演，从专业角度输出大量优质原创内容，同时让投资人更好地了解基金行业、更真切地感受到基金业从业人员的风采和责任。

