

第三章 提升基金投教工作的思考与建议

作为促进公募基金行业高质量发展的关键一步，投资者教育工作已经成为基金行业越来越重视的工作。通过前面分析，我们看到在金融基础知识普及、倡导长期投资、提示非理性投资行为等方面，投资者教育工作都起到了积极的正向作用。

但与此同时，基金投资者教育工作也存在一些亟需解决的问题。首先，目前投资者教育内容仍欠缺体系化的梳理，缺乏对不同人群画像的定制化、系统性内容。其次，基金投资知识偏专业，对于许多初入门的个人投资者而言有一定的门槛，如何平衡投教知识的易懂性、趣味性和专业性，对于基金公司而言仍是一大挑战。第三，买方投顾业务目前处在起步阶段，尚待发展。

大力发展投资者教育工作是提升基金投资者获得感的重要手段。围绕提高投资者的认知、技能与信心，需要基金公司、基金销售机构、投顾机构、媒体等各个行业的共同努力。为促进未来基金投资者教育工作的进一步发展，我们根据过往开展投资者教育的经验和教训，尝试对未来投资者教育的发展提出一些建议，希望能对行业推进投资者教育有所助益。

（一）从投资者需求出发，强化投资者教育的互动、反馈机制

目前，投资者教育更多是自上而下的信息传递模式，投教内容更多是传递基金知识来满足投资者对于基金投资盈利目标，这造成了投资者对于基金

投资的波动、风险认知与实际持仓体验严重偏离，使得市场上基金投机主义现象盛行。

基金公司应在投资者教育工作的立场和框架上明确基金的属性，引导投资者真正认识到基金投资的本质，从而建立长期、可持续的健康投资观念。同时，要注重倾听投资者的声音，加强对投资者教育的反馈工作，真正从投资者需求出发，更好地生产符合投资者需求的投资者教育内容。

（二）聚焦不同人群的多样化需求，搭建完善的投资者教育内容体系

随着基金投资的普及，不同年龄段、不同地区的投资者投资需求呈现出多元化、差异化的特征。一方面，基金公司可以联合权威调研机构，通过定量和定性等手段，对不同投资者人群进行调研，科学掌握不同投资者人群的投资偏好和理财需求；另一方面，基金公司可以聚焦重点人群的需求，通过创新性的内容和多样化的渠道输出定制化的投资者教育内容。

城市（尤其是三四线城市）居民的理财配置需求在大幅增长，但自身专业认知有限。对于这类人群，基金公司要主动走进，通过线下讲座、社区展位、电视直播等形式，介绍基金投资基础知识，帮助其树立理性投资的理念。

老年人群往往面临金融诈骗等问题，基金公司可以积极走进社区，设置宣传点和开展线下讲座，帮助老年人掌握防范非法集资和电信诈骗的方法，同时向老年投资者重点普及个人养老金制度和第三支柱下规范化的养老金融产品，满足老年人的理财需求。

针对目前迅速增长的年轻人投资群体，基金公司可以通过短视频、直播、漫画等年轻人喜闻乐见的形式来进行投资知识普及和风险教育。还可以联合高校，通过走进校园、开设财商课程、大学生理财知识竞赛等形式，引导年轻人树立正确的投资观。

通过搭建分层次、系统性的投资者教育内容体系，满足不同投资者群体的投资需求，引导广大投资者理性投资、长期投资，促进整个资本市场的健康发展。

（三）围绕内容创新和形式创新，提升投教内容的可读性和易懂性

投资者教育工作推进的一大难点在于如何把专业性的投资知识以有趣且合规的形式传播给投资者。近年来，互联网和金融科技的发展，为投资者教育形式的多样化创造了条件。直播和短视频等新媒体投教一方面帮助基金公司触达到更多的投资者群体，另一方面有效提升了投资者学习投资知识和技巧的积极性。根据中国基金业协会发布的《全国公募基金市场投资者状况调查报告（2020）》，基于互联网的视听化新媒体形式是投资者最喜欢的投资教育形式。

新媒体的内容传播虽然普及性广，但有一定的局限性，往往仅适合基础的投资知识科普。有鉴于此，基金公司应积极通过线下讲座、座谈会等面对面的形式进行更深度的投教活动，解答投资者的疑问，满足投资者对深度投教知识获取的需求，全方位地提升投资者的知识水平。

（投资者数量占比）

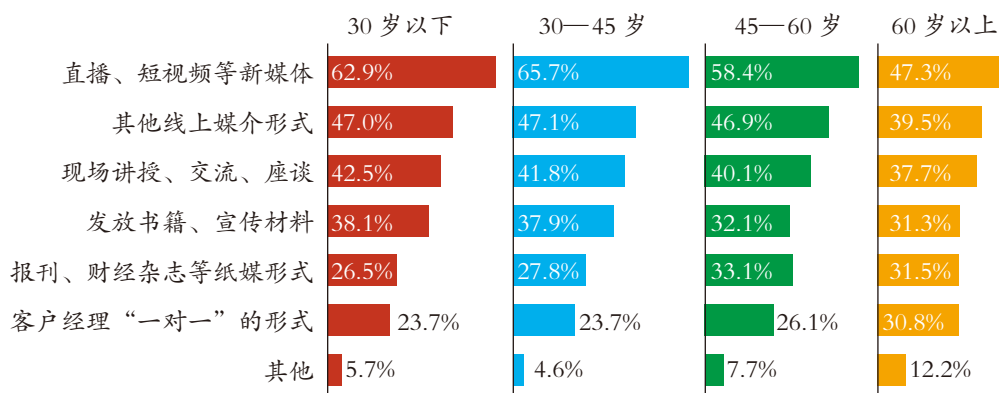


图 2020年受调查个人投资者最喜欢的投资教育形式

资料来源：中国基金业协会

传统的单向的投教方式，往往对于投资者行为的改善有效。除了线下活动注重双向互动外，基金公司可以尝试通过互动视频，借助VR/AR等形式，增强投资者的参与感，引发其自主思考并反思非理性的投资行为。

需要指出的是，作为专业投资机构，公募基金在探索投资者教育的内容

和形式创新的同时，必须注重专业、诚信与合规，严禁娱乐化。在平衡投教创新与合规方面，重点是让投教业务回归本源，避免销售导向，而坚持以投资人利益为先。

（四）加快买方投顾业务发展，提供人性化的全流程服务

公募基金的投资者教育工作确实有帮助投资者树立正确的投资观，但在切实改变投资者非理性的投资行为方面仍作用有限。细究其原因，投资者无法践行正确的投资理念，有的可能是由于缺乏相关的专业知识，而有的可能是因为“有限理性”。

投资往往存在“反人性”和知易行难的特征，在复杂多变的 market 环境下，投资者往往需要借助一定的外界力量来真正践行正确的投资理念。而投顾业务正是帮助投资者获取更好投资体验的有效途径。投顾业务对客户的帮助体现在降低投资者的非理性行为损耗，以及改善投资者的投资体验和问题解决体验。

根据中国基金业协会的调查，在被问及对投顾服务的需求时，2020年73%的投资者对基金投顾服务有兴趣，其中，67%的投资者明确需要投顾服务。在阻碍投资者长期持有基金的原因中，46%的投资者提到“基金选择困难，需要专业投资顾问的帮助”。

参考海外成熟资本市场经验，投顾业务是财富管理行业发展的方向，有利于实现千人千面的投顾服务，并提升投顾触达人群和服务效率。目前，美国投顾行业较成熟，2021年投顾管理客户资产128.5万亿美元，SEC注册投顾管理美国客户资产占美国居民金融资产的比例高达80.4%。而目前我国的基金投顾业务仍处于起步阶段，无论是持牌机构数量和管理规模，还是可投产品范围，都有更广阔的发展空间。在渠道布局方面，国内基金投顾机构仍以线上为主，大多数基金公司选择在银行和第三方代销机构上线投顾产品，并通过线上直播、短视频、文章等形式进行投资者教育和陪伴。

为客户创造价值是投顾发展的关键。投顾服务应贯穿于投资者投前、投中、投后的全投资生命周期，为投资者提供全流程的陪伴服务。我们相信，

随着投顾业务可投资资产范围的扩充、收费机制的多样化，以及智能投顾的发展，基金投顾业务将通过全流程和智能化的服务为投资者提供更优的服务体验，帮助投资者提高基金投资获得感。

（五）汇聚多方力量，推进投资者教育工作再上新台阶

事实上，多方合作是提升基金投资者教育的广度和深度的关键。除了基金公司，监管机构、协会、媒体都发挥着非常重要的作用。

2021年起，中国基金业协会发起“一省一司一高校”投资者教育活动，主要面向三四线城市居民、高校学生等投资者普及金融知识，传播长期投资和价值投资的理念。该活动携手多家基金公司、基金销售机构、券商、高校等机构，有效地整合了多方资源，取得了较好的投教成果。

在媒体方面，目前，基金公司积极借助媒体力量宣传投资者教育，通过开设日常投教专栏、发布市场观点、提示市场风险等，引导投资者进行理性投资。

基金销售是触达投资者的重要环节，基金公司和基金销售机构都非常注重投资者陪伴，希望通过陪伴帮助投资者以知行合一的方式践行长期投资的理念。未来，基金公司可积极联合基金销售机构进行投资者行为和投资体验的调研，为投资者提出可行性的建议。

投资者教育是资本市场长期发展的根基，加强投资者教育工作已经成为监管、协会、金融机构、媒体等多方的共识。随着未来多方合作范围的拓展和合作内容的丰富，基金投资者教育工作必将迎来新的高潮，再上新的台阶。