

2 月份“宅家”涨粉几十万

# 广发基金借力蚂蚁财富，玩转“无接触理财”

文 / 沈钊

“2 月份可能对于线上业务是一个比较特殊的月份，比如在支付宝的流量上，我们机构能够明显感觉到相比 1 月份的大幅增长。”广发基金线上代销运营负责人邓立言接受记者采访时表示，在特殊时期“全民宅家”的背景下，线上“无接触理财”的进程被大大的推进了，2 月份广发基金在平台获得了很多新老客户的关注，财富号的粉丝数也增长了好几十万。

基金公司也再一次感受到了互联网平台的爆发力。新冠肺炎疫情暴发以后，长时间的宅家生活激发了越来越多用户参与线上理财的热情。支付宝 2 月 19 日公布的数据显示，自 2 月 4 日后，支付宝上基金申购交易日均增长 400% 左右，用户大都购入股票类基金。

对于如广发这样的机构来说，特殊时期下如何通过互联网平台持续提升自己的数字化运营能力，更精准地去触达用户、精细化地服务好客户、陪伴客户成长，从而在“无接触理财”的这一波热潮里开拓更大的市场，是他们所要思考的问题。



## B 赋能 千人千面，感知用户需求

在蚂蚁财富的平台上，金融机构不再是拼渠道、拼价格，而是感知每个人的具体需求、推出千人千面、个性化的智能服务。

“从客户画像到产品推介再到售后服务，实现真正个性化的千人千面，这对平台的数据和技术的能力，和机构的专业服务能力要求都是很高的。”邓立言表示，蚂蚁财富以互联网技术为基础，将其技术能

力外放出来，携手机构一起维系、服务平台上的用户。

支付宝通过搭建平台，完成了用户导流、用户画像分析等一系列基础工作，基金公司就能通过这些信息去有针对性地对用户开展服务。“最简单的例子，蚂蚁财富通过它的大数据告诉我，这位客户以前有没有购买过基金。基金机构在面向基金新手或者有自主决策能力

## A 磨合 角色转变，直面消费者

实际上，“无接触”或者说线上理财的概念在多年前就已经兴起，不少基金公司会通过自己的直销平台和外部代销平台进行基金线上销售。从 2017 年起，蚂蚁财富开始陆续对基金公司、银行等各类金融机构开放“财富号”——类似金融机构的官方旗舰店。通过用户连接、用户画像、精准营销等一系列算法工具，蚂蚁金服帮助金融机构建立直连用户的运营平台。入驻之后，基金公司一改过去作为产品供应方的角色，可以直接面对海量的潜在客户。

“2017 年 7 月的时候我们就加入了财富号，但是那时候我们跟平台的风格还是有比较大的偏差的。”邓立言告诉记者，纳斯达克 100、沪深 300 这些术语，在别的平台上可以直接讲，但很多支付宝的用户听到会一头雾水。

邓立言表示，在过去，机构可能很多时候是通过线下路演、调研等形式，将产品介绍给银行和代销渠道的客户经理，再由他们去销售给用户，但是在蚂蚁财富的平台上，是直接面向普通投

资者（或互联网客户），如果还用过去面向银行的那一套做法是行不通的。

为了帮助普通用户快速读懂专业的基金术语，广发基金对很多名词进行了降维包装，比如纳斯达克 100 指数基金（QDII），就可以通过将核心成分股企业所生产的大众化产品展示给大家的形式，让客户获得对产品直观的理解——当你用着苹果的电脑办公、用着微软的软件编辑文档、用谷歌去检索资讯，就会发现纳斯达克 100 原来触手可及。

“此外，对于支付宝早期强调降低起购门槛，推广 10 元试一试的活动时，我们当时有一些传统机构的顾虑和困惑。”邓立言表示，基金公司更倾向于关注资产规模，日常的客单价多则几万元，少也是几千元。“在我们看来，10 块钱不管怎么买，赚了也亏不了。但是回头看到这三年来蚂蚁财富数据的爆发增长时，我们也明白这得益于互联网的那一套玩法，前期降低门槛拉新，先把客户基础做大”。

后多个环节的丰富服务场景，包括投资教育、产品科普、热点动态、市场解读、金融工具等等。

在过去一年的时间里，财富号在 1300 个场景为用户提供化繁为简的投资教育，提供的 11000 个持仓解读陪伴用户经历市场起落，95 个理财小程序和 330 个互动玩法让个性化服务便捷触达更多的用户。

的老手，所要做的投后服务是完全不同的。”邓立言表示，而我们会针对不同用户推荐不同的基金，面对一位稳健型投资者和一位成长型投资者，我们想要展示给他们看的东西是不一样的。

记者了解到，截至目前，已经有近 120 家基金公司，以及证券、私募、投行等机构入驻了财富号，衍生出覆盖投前、投中、投

## C 检验

疫情之下，真金不怕火炼

疫情暴发以来，“无接触理财”持续走热，市场不但未受疫情影响，还出现高于预期的表现。春节后的两周时间，就有近百万人次在支付宝里观看了理财直播，人数较节前增长了 63.80%，广东、浙江、江苏的用户积极性最高。其中“90 后”是观看理财直播的主力军，占将近四成，另有近 13% 的直播观众是中老年，他们学习理财知识的热情同样高涨。

2 月中旬，30 家国内大型金融机构把自己的近百支爆款理财、基金产品等搬上了支付宝“理财周”。同期各大公司的明星基金经理、理财大咖们还为用户提供了一系列的在线直播与互动。可以说，这次疫情对于机构而言，是数字化运营能力的一次实战检验。

“蚂蚁的财富大咖秀其实去年中就已经上线了，现在回过头来看，确实是非常有远见的，而且这大半年经过持续的迭代和优化，功能也越来越成

熟。”邓立言表示，很多基金公司此前都有线下的路演，但没有线上带货的习惯。而在疫情爆发以后，“云工作”的兴起让很多平台都开始做线上路演，但这是基于特殊时期的工作需求，而蚂蚁则是提前做好技术储备工作，且平台生态也十分健全。“基金产品跟口红这样的快消品不同，我们不看重直播带来的成交转化率，而是希望通过直播，让更多用户知道我们的产品好。”

“我们从 2 月 3 日开市以后就正常上班，这个时候线下的业务可能会或多或少的受到疫情影响，而线上团队的工作相比来讲就没感受到什么变化，按部就班地推进就可以了。”邓立言表示，2 月份的股票市场热度较高，加上广发基金在蚂蚁财富平台的持续投入和积累，2 月份广发基金在平台获得了很多新老客户的关注，财富号的粉丝数也增长了好几十万。

## D 挑战

市场跌宕，陪伴用户成长

“平台带来的利好显而易见，我们也期望在平台中获得更多的流量，这就需要我们要比同行做得更好。”邓立言表示，由于平台竞争更加激烈，他们也在数字化转型的过程中变得更加“龟毛”，不止是把自己的东西发布出去就完了，而是需要仔细推敲发布的内容的逻辑是否严谨、流畅，架构是否清晰，能不能做到深入浅出、让普通的小白客户读得下去，在文案、排布、设计等方面都要反复打磨，这都是基金公司的运营人员需要持续去提升的能力。

而在近期，全球股市经历了“过山车”，疫情对短期经济增长产生影响，市场行情波动加大，用户的情绪也收到一定

的影响，如何才能理性应对，不盲目杀跌或者急于抄底，这就需要基金公司根据市场行情的变化，为用户提供针对性的服务，在投资的道路上陪伴用户成长。这些也对机构的数字化运营和在线服务能力提出了更高的要求。

“行情不好对机构而言是一个很严峻的挑战，最主要表现在服务方面。”邓立言表示，基金公司要通过售后服务去跟客户解释清楚为什么会这样、我的产品怎么亏钱了，以及我该怎么办，以后还能继续投资吗等系列问题。基金公司在合法合规的前提下，尽可能解答客户的问题，包括对市场的看法、对基金运作的说明以及针对客户的建议等。

# 一季度A股表现抗跌 创业板指数逆市飘红

羊城晚报记者 莫谨榕

3 月 31 日，全球股市打响一季度收官战，各大主要市场股指涨跌互现，纵观整个一季度，全球股市多数重要指数均创下较大跌幅。截至 3 月 31 日收盘，沪指收报 2750.30 点；深成指报 9962.30 点；创业板指报 1871.92 点。A 股呈现震荡下行的态势，沪指从年初的 3066 点降至最低点 2660 点，最高降幅超过 13%，一季度的整体降幅达到 9.83%，深成指整体下跌 4.49%，而创业板指数小幅收涨 4.10%。

## A 股一季度抗跌

尽管 A 股一季度表现不佳，但放眼全球重要的股票市场，A 股仍然表现出较强的抗跌属性。在羊城晚报全媒体记者统计的全球 34 个主要市场

指数中，A 股三大指数表现位居前三甲。据同花顺 iFind 数据库统计显示，34 个主要股票指数一季度平均跌幅达到 22.33%。

紧随 A 股三大指数之后的是瑞士苏黎世市场，累积跌幅为 12.29%，排在第四位的是美国纳斯达克综指，累积跌幅为 12.29%。而市场较为关注的港股、日韩和欧美市场中，香港恒生指数累计跌幅为 16.27%，美国标普 500 指数、日经 225 指数、韩国综指、道琼斯工业平均指数累计跌幅都在 20% 以上。英国富时 100 指数、德国 DAX 指数和法国 CAC40 指数累计跌幅都在 24%—27% 之间。

全球跌幅较大的市场包括菲律宾马尼拉综指、俄罗斯 RTS、巴西圣保罗 IBOVESPA、奥地利 ATX 和阿根廷 MERV 指数，跌幅均超过 30%，其中，阿根廷 MERV 指数更是累积跌幅超过四成。

## 私募多看好 A 股

进入 4 月，A 股市场会迎来拐点吗？日前，私募排排网对多家私募基金进行了调查，68% 的私募认为由于疫情对市场的冲击已经被充分预期，疫

情带来的风险正在逐步得到释放，并且逆周期调节政策的持续出台也会对资本市场起到托底，所以目前市场机会大于风险。

不过也有 32% 私募认为由于海外疫情形势与海外金融市场仍存在较大不确定性，所以继续对 A 股持中性观望态度。

一季度全球部分股市涨跌幅	
指数名称	一季度涨跌幅
创业板指	4.10%
深证成指	-4.49%
上证指数	-9.83%
纳斯达克综指	-14.18%
香港恒生指数	-16.27%
美国标普 500	-20.00%
日经 225	-20.04%
韩国综指	-20.16%
道琼斯工业平均	-23.20%
英国富时 100	-24.80%
德国 DAX	-25.01%
法国 CAC40	-26.46%
资料收集/莫谨榕 制表/郭子君	

## 华泰柏瑞基金劲揽五尊金牛大奖

享有基金业“奥斯卡”之称的中证金牛奖于 3 月底揭晓，华泰柏瑞基金整体投资管理能力再获认可，在本届评选中一举囊括两项金奖和三个产品奖。

公司层面，华泰柏瑞连续两年获评“被动投资金牛基金公司”（2019—2020），连续三年获得“量化投资金牛基金公司”（2018—2020）奖项；产品方面，华泰柏瑞价值增长时隔四年再夺混合型金牛基金桂冠，华泰柏瑞季季红纯债债券型金牛基金奖项，华泰柏瑞沪深 300ETF 则是自 2012 年成立以来第六次问鼎指数型金牛基金。（杨广）

## 招商基金再获三座金牛奖

近日，第十七届中国基金业金牛奖结果正式揭晓，招商基金蝉联“固定收益投资金牛基金公司”重磅奖项，“大奖收割机”招商产业债券基金荣获“七年期开放式债券型持续优胜金牛基金”，这也是该基金连续五次获得金牛奖认可；同时，招商双债增强债券基金荣获“三年期开放式债券型持续优胜金牛基金”。

至此，招商基金在固定收益投资领域收获的金牛奖杯已达 13 座，充分彰显业内顶级的专业实力。（杨广）

## 新华行业轮换配置连续长跑实力

日前，第十七届中国基金业金牛奖评选结果揭晓。凭借出众的长跑能力，新华基金旗下明星产品新华行业轮换配置 A 摘得“五年期开放式混合型持续优胜金牛基金”奖。值得注意的是，这已是该基金连续五年斩获金牛奖，可见其投研业绩相当优秀。

据银河证券数据显示，截至 3 月 27 日，新华行业轮换配置 A 近五年共取得 100.99% 的回报，在同类 42 只灵活配置型基金（股票上下限 0—95%+基准股票比例 30%—60%）中排名第 5。（杨广）

幸福分期

工银信用卡

账单分期

日日返券，  
周周抽奖，  
最高赢取8000元！

让幸福来得早一点！

分期还信用卡账单，缓解你的还款压力

即日起至2020年5月14日，办理6期及以上且金额在1000元(含)以上的账单分期，且成功下载注册“工银e生活”App的客户，可参加“日日返券，周周抽奖”活动，有机会获得价值8000元的e生活电子券，名额有限，先到先得！

日日返券

¥2400  
第1-10名  
每1000元返30元  
每笔业务返券封顶2400元

¥1600  
第11-30名  
每1000元返20元  
每笔业务返券封顶1600元

¥800  
第30名以后  
每1000元返10元  
每笔业务返券封顶800元

周周抽奖

账单分期金额(上周累计)  
1000元-50000元  
最高奖励电子券800元  
每周中奖名额15名

账单分期金额(周累计)  
50000元以上  
最高奖励电子券8000元  
每周中奖名额1名

工银信用卡微信

官方微信公众账号

工银e生活

信用卡官方App

具体活动规则关注“工银信用卡微信”微信公众号，回复关键字“账单分期”查询。

ICBC 中国工商银行 广州分行