

# “新旧势力”对阵基金投顾



## “新军”强势登场 腾讯、蚂蚁策略不同

腾安基金旗下投顾品牌“一起投”于近日开放预约功能，一石激起千层浪，蚂蚁、腾讯两大互联网巨头齐聚基金投顾，加上此前已经上线相关业务的4家机构，投顾“超市”中，投资者的选择已增至6种。

北京商报记者在参与早期预约后，在8月20日获得了试用及申购的机会。简单使用后发现，截至8月20日，“一起投”已经对接了两种策略，分别是“一起投南方稳添利”以及“一起投中欧超级股票全明星”。据悉，两种策略的提供机构是已有投顾牌照的南方基金及中欧财富。

在设置的阅读8秒基金投顾服务风险揭示书之后就可进入申购界面，北京商报记者注意到，两种策略的起购金额均为1000元，预计最晚8月21日转入成功，投资者可以选择微信绑定储蓄卡支付或腾讯理财通旗下“余额+”的活期账户进行转入。费用方面，投顾服务费分别为0.5%/年和0.75%/年。

不同于推出时间较短的“一起投”在成立初期选择对接已有投顾策略进行合作的模式，由蚂蚁集团和先锋领航集团(Vanguard)在今年4月上线的“帮你投”则在策略方面“独树一帜”。

“帮你投”数据显示，在美国Vanguard集团提供投资方法及模型的支持下，从低风险的“安睡增值策略”，到中高风险的“全面进攻策略”；“帮你投”累计设置了十大策略。投顾服务费上，十大策略均按天计算，约为年化资产管理总额的0.5%，按季度收取。另外，基金交易的相关费用方面，仍需按照

自腾安基金于近日在腾讯理财通上推出了“一起投”服务后，从2019年10月落地开启的基金投顾业务，如今已有6家正式上线。不过，从机构属性的角度来看，6家投顾机构并非一脉相承。一边是4家深耕市场多年、专攻投研的“老将”——基金公司及其子公司，另一边则是发力销售服务、意在持续加强用户黏性的“新军”——独立基金销售机构。那么，“新旧势力”之间在已经推出的投顾服务方面有着怎样的区别？相应的产品体验如何？未来会维持独立竞争的关系，还是竞争背后有合作？

策略内单只基金产品的收费规则收取。

沪上一位市场分析人士坦言，目前来看，不论是腾讯还是蚂蚁，作为互联网头部公司，其技术力量都相对完备，从基金投顾程序的内容设计、流畅度上，比其他多数金融机构旗下的产品都有较为明显的优势，在叠加销售渠道此前获取的较大客户流量，以及专业基金机构的支持下，用户的投资体验显然会更好。但是，对于独立基金销售机构自身而言，“投”后服务能否保障并完善仍待考究。

## “旧将”站稳脚跟 线上线下同步发力

相较于“初出茅庐”的独立基金销售机构，早期就专攻投研、部分更设立财富子公司进行相关尝试的基金公司，显然在基金投顾方面更有话语权。

点开各家App的投顾服务选项，就具体的策略而言，华夏财富的“查理智投”结合不同场景，推出了“优选智投”“教育智投”和“养老智投”三大系列共10项组合。华夏财富执行董事兼总经理毛淮平表示：“查理智

投”在获得投顾试点后，积极推广投顾服务，由于可以帮用户调仓，让用户更加省心，目前投顾的留存率和复购率都能远超单品基金的销售，说明用户对这种模式是认可的，也是接受的。

嘉实财富则在“投顾账户”的基础上，设置了“安心账户”“稳健账户”“进取账户”和“特色账户”四部分，对应不同风险偏好和布局需求的投资者。另外，中欧财富和南方基金选择根据投资者的投资期望进行分类。

不过，在完成简单的风险评估和策略选择后，详细介绍页面包含“风格均衡”“进攻性强”“追求低相关Alpha收益”等说明。对比来看，独立基金销售机构推出的页面和知识分享等环节，基金公司及其子公司在投顾策略方面的阐述更加直接和精确，但对于“小白”投资者而言，可能会相对单调和难以理解。

另外，部分基金公司在线上投顾全面布局的同时，也将原先线下的投顾服务扩大覆盖范围。

毛淮平表示，目前公司在全国有100多名理财师，可以很好地为线下客户提供投顾服务。从过往数据对比发现，有理财师介

入后用户的投资行为更加理智，盈利概率也会提升。据毛淮平介绍，理财师在日常主要提供的是“顾”的服务，理财师与用户接触时能够最直接地感受到用户的情绪和投资想法，根据用户的风险承受能力帮助其作出合适投资决策。

## 竞合已成格局 投研、获客主导未来

在业内人士看来，随着试点机构基金投顾服务的相继开启，“买方投顾”时代正信步走来，虽然目前多数投资者仍处于逐步接受阶段，但未来由用户付费的投顾市场有望迎来爆发式增长。这一背景下，业务发展仍处于探索阶段的基金公司及其子公司销售机构也抱团取暖，竞争背后，合作的趋势也正在不断加强，上文提及的“一起投”对接2家投顾机构旗下策略就是一个很好的示例。

当然，“新旧势力”的合作也不止于此。自2019年10月首批公募基金投顾试点业务正式获批以来，部分试点机构快速发布投顾品牌并搭建投顾团队。同年12月，天天基金网发布推文表示，上线“投顾管

家”功能，并对接了南方基金旗下的投顾品牌“司南智投”，此后，华夏财富、嘉实财富、中欧财富相继接入，截至目前，“投顾管家”与首批4家已经上线投顾服务的试点机构均已完成对接。

中欧基金相关负责人向北京商报记者介绍，中欧财富的“水滴投顾”，在试点期主要聚焦互联网领域，力争为普通投资者提供可以负担的个性化账户管理服务。已经上线中欧钱滚滚App、天天基金和腾讯理财通，未来也将探索线上线下结合等更多元化的合作模式。

况客科技合伙人安嘉晨直言，天天基金网目前暂未获批投顾牌照，而上述基金公司虽然有投顾牌照，但全市场选择产品又需要实力较强的代销平台，两者之间合作是顺理成章的。

放眼未来，在业内人士看来，投研能力以及获客能力将成为双方竞争的核心点。

安嘉晨指出，基金公司的优势在投研方面，以及对于自身产品的了解，而劣势在于之前对代销机构的依赖，造成对客户了解和掌握客户的信息相对较少。而独立基金销售机构则恰恰相反。因此，投研能力方面，代销机构得能证明自己在这一点上不亚于基金公司，而基金公司也需要证明除了自身产品外，全市场范围内选择产品时也有好的眼光。

另外，在客户数量增长方面，独立基金销售机构主要应是通过存量转化，因为销售渠道上就有现成的客户。而对于基金公司及其子公司来说，此前离客户相对远一些，直销渠道的存量也相对较少，所以应该在增量方面更加看重。

北京商报记者 孟凡霞 刘宇阳

## 央行清算总中心与中信银行等三家银行 签署区块链福费廷交易平台合作协议

日前，中国人民银行清算总中心与中信银行、中国银行、中国民生银行正式签署区块链福费廷交易平台合作协议。这意味着由中信银行倡议建立的区块链福费廷交易平台正式成为行业平台。

根据协议，人民银行清算总中心将借鉴三家商业银行前期区块链福费廷交易平台建设实践经验，完善人民银行国内电子信用证系统资产交易功能。相关功能建设将充分利用和发挥区块链技术优势，将区块链的多边信任、防篡改、共识算法等技术应用于电子信用证资产交易业务结合，开发一个福费廷资产交易新平台。新平台将统一业务标准，与人民银行大额支付系统对接，便利银行间福费廷资产交易，提高福费廷领域的贸易融资效率，降低企业融资成本。

中信银行、中国银行、中国民生银行三家商业银行目前正在运行的区块链福费廷交易平台，是基于区块链技术和区块链思维，共同设计、共同开发的资产交易联盟链平台，用于国内福费廷资产的二级市场交易。平台集合了资产发布、资金发布、要约、债权转让等一系列环节，实现了“一站式”服务，利用区块链技术去中心化、信息共享、不可篡改等特点，解决了福费廷业务缺乏公开报价市场、交易流程脱

节、多主体双边交易标准不统一、操作人员工作繁杂等长期以来的痛点。

截至目前，该平台联盟成员已增加至43家，累计办理业务超过3000亿元人民币，助推了国内信用证项下资产交易的线上撮合和流转，在国内福费廷业务的线上撮合和流转方面积累了丰富的经验，并荣获中国人民银行2018年“银行科技发展奖二等奖”。

经中国人民银行批准，人民银行清算总中心于2019年12月9日上线了电子信用证信息交换系统，该系统将吸收借鉴三家商业银行已有福费廷交易平台建设成果，基于区块链技术实现资产登记、交易功能，预计将成为国家公共金融基础设施的重要组成部分。此次与中信银行等商业银行的合作，有利于吸收市场先进经验、贴近市场真实需求，进一步提升电子证系统的服务水平，促进国内福费廷市场健康稳定发展，并为区块链等金融科技提供宝贵的实践经验，践行金融为民、金融服务实体经济理念。



## 朝阳区税务局开展直播活动 助力企业复工复产

近日，国家税务总局北京市朝阳区税务局借力映客直播、钉钉平台，以双平台同步加主分会场互动直播的形式，开展税收宣传网络直播活动。

本次直播采用主会场+四个分会场连麦互动的方式开展，由主会场主播详细向纳税人、缴费人分税种、分行业梳理了包括企业所得税、增值税、个人所得税、影视行业在内的2020年新出台的税费优惠政策。在主会场直播中，四个分别位于朝阳区税务局纳税服务中心和三个办税服务厅的分会场主播穿插介绍各自

办公区的基本情况，并针对前期收集整理好的纳税人、缴费人所关心的热点问题解答，回应广大纳税人、缴费人关切。

“此次直播活动十分新颖、活泼，既帮我们梳理了今年上半年重点的税收优惠政策，又给我们介绍了办税服务厅的基本情况，让我们对办税服务厅的各项职能更加清楚、明白。希望以后多开展几次这样的直播活动。”观看直播的李女士在直播留言区评论道。近9万人在线观看了此次直播活动，取得了良好的宣传效果。

## “无接触”式送达 邮储北京分行送金融知识进千家万户

当前，如何开展金融消费者教育、提升大众金融知识水平、增强消费者防范金融诈骗意识，已成为多家金融机构共同思考的话题。今年疫情特殊期间，邮储银行北京分行结合防控要求，充分利用线上线下相结合的方式，通过“无接触”式送达金融知识，将金融知识送到广大金融消费者的工作和生活中，真正实现了送金融知识进千家万户。

### “无接触”式送达金融知识

疫情防控期间，为更好地维护金融消费者权益、服务社会民生，邮储银行北京分行针对不同群体的金融知识需求与金融知识薄弱环节，展开有针对性的线上金融消保宣传，积极传递正能量。

正值暑假期间，为提升广大中小学生的金融知识水平和风险防范能力，让学生们一开学就能享受到金融基础知识“盛宴”，邮储银行北京分行提前筹备、主动作为，结合多种媒介和宣传平台，创新打造“金融知识大讲堂”之开学第一课系列课程。其中，邮储银行北京分行制作了《货币的起源与功能》，通过实体绘本和动画三部曲的形式，线上、线下相结合，向小学生科普货币的发展历史、五大功能和使用技巧。

此外，邮储银行北京分行落实央行营业管理部及北京银保监局“送金融知识进校园”活动和进校园相关课程建设，广泛开展金融知识宣传，积极探索“无接触”金融知识触达模式，采取制作微信图文、绘制漫画、趣味问答、普惠金融问卷调查等丰富多彩的形式，重点打造“金融知识大讲堂”系列科普课程。

据统计，2020年至今，邮储银行北京分行发布了《一起来了解货币的起源和功能》《保护个人信息，警惕刷单骗局》《如何保护自己的个人金融

信息》等文章，以通俗易懂的语言讲述了个人信息安全保护、支付安全、合理理财等内容，累计推送图文信息11篇，阅读量达2.8万余次，累计转发1.3万人次。

“在做好自身防疫工作的同时，邮储银行北京分行将积极践行金融知识普及宣传教育的社会责任和义务，为持续推动金融知识普及，着力打造诚信安全、健康和谐的社会金融环境发挥积极作用。”邮储银行北京分行相关负责人表示。

### 金融知识送上门

除了校园宣传不停歇，制作丰富多彩的“开学第一课”外，邮储银行北京分行还开展了多种多样的社区公益宣传活动，组织辖内石景山区支行、海淀区支行、丰台区支行，来到石景山八角北里社区、石景山区鲁谷社区、石景山区古城街道燕堤南路社区等4个社区开展防范非法集资宣讲活动，以实际行动关爱“老街坊”，护好幸福家。

据了解，2020年上半年，邮储银行北京分行印发了《北京分行2020年金融知识普及与金融消费者教育工作计划》，并先后组织开展“3·15金融消费者权益日”“守住‘钱袋子’”普及金融知识万里行、防范非法集资宣传月4个主题宣教活动。

主题活动期间，邮储银行北京分行做到四个“第一时间”：第一时

间开展线上宣传，运用广播电视、纸媒、微信公众号、门户网站等渠道开展线上宣传课程；第一时间对全辖营业网点进行“五个一”工程（布放一张海报、一套折页、一个宣传片、一句口号、一段温馨提示），充分挖掘物理网点的宣传潜力；第一时间搭建门前、厅内、柜面“三道防线”，设置体温测量和北京“健康宝”扫码检测点，实施限流措施，为客户提供贴心放心的网点服务；第一时间推广非接触式服务，推出“十项服务承诺”，满足消费者的金融需求。

据统计，邮储银行北京分行上半年累计发放线上宣传材料4.9万余份，受众人数共计36.1万余人，切实将金融知识传递到金融消费者手中，让金融消费更温暖。

邮储银行北京分行相关负责人表示，下一步，邮储银行北京分行将启动消保工作“质效提升计划”，通过将实体网点建设与网点转型改造相结合、将日常宣教与集中宣教相结合、将人才培养与争优创先相结合，三管齐下促进金融知识宣传教育工作，持续推动业务经营与消费者保护协调发展，加强对金融消费者保护工作的研究、密切关注新时代金融消费者保护工作面临的问题，不断深化机制、强化管理，推动产品、服务、流程改进优化，打造邮储银行特色消保工作品牌，争做金融消费者权益保护的“先行军”和“冲锋队”。