

期货特色“营销”：传道授业解惑

□本报记者 官平



漫画 / 韩景丰

“期货大拿”刘剑鹏

刘剑鹏就是这么一个期货业内的年轻“普及者”，他是鄂尔多斯某期货营业部的一名负责人。

过去他也是一个普及者。这五年多的时间，他先后从福建、广西到湖北，再到内蒙古，一路孜孜不倦地普及期货知识，从一个忠诚的教徒到一个拉客户的中介负责人，现在让刘剑鹏最头痛的是，他的“教徒”对所传授的信条不忠诚，“跑偏”会付出很大的代价”。

刘剑鹏说，营业部有个意志非常坚定的“螺纹钢大户”，有20多年的现货背景，一度收益超过1亿元，认准了方向不容易改变，但就是由于这个性格，在行情回撤的时候没能及时平仓，导致最后年底的时候盈利不足2000万元。

还有一位客户刘剑鹏印象深刻，这是个三十多岁的年轻人，在去年5月份，亏损了大概300万元，因为日内不停的频繁操作，且没有交易计划，没有熟悉的品种，没有足够的投资知识和经验。他不是随意，是一种恐慌，下单子，亏损了就平仓，然后想挣回来，又开仓，盈利了嫌挣的不够多，就不肯平，结果回调了，又亏损，又出局，就这么来回的倒腾，自然是亏损的。我们劝了不听啊，真是没办法。”刘剑鹏说道。

话都说得很明白了，但客户就是不按照他的风险提示来做，尽管刘剑鹏觉得一些客户可能不适合这个市场，并且希望他们真的要远离期货，但那些客户几

乎都不听，非要做不可，有些是为了回本，有些是为了“赌命”。

他发现，营业部投资者教育的对象大部分都是亏损的客户，这些投资者会谦虚地听期货公司的指导并打牢期货基础，如果客户运气好，一进入市场，就能盈利，基本上对投教没什么兴致。

去年9月，吴宏（化名）通过刘剑鹏的三个月投教培训后开始试水。一开始，吴宏就盈利了，而且是较大幅度的盈利，一个月赚了80万元左右，自大的吴宏开始忽略市场风险，或觉得自己能把行情控于鼓掌之中。刘剑鹏一再对其仓位进行风险提醒，吴宏还是一样左耳进右耳出，都是满仓操作。

结果，在9月上旬的螺纹钢

行情大幅度反弹的时候，不但将盈利吐回了，而且还侵蚀了本金，在发生亏损之后，吴宏才恍然大悟，回过头来学习风险控制的方法。

“期货营销”要各个击破。刘剑鹏所在的营业部设置了为私人客户服务的市场部，也有负责产业链客户的产业部，“前期以小客户为主，后期以大客户为主”，开发一个小客户需要3个月，而一个产业客户则需要三五年的时间。

刘剑鹏说，营业部每年不定期举办一些茶话会、篝火晚会、郊外庄园游等活动，邀请外地有名的期货人，以及当期收益最高的和操作失误较大的客户进行经验交流，让客户自己现身说法”。

公开课+专业课

像刘剑鹏这样的期货营销者，在西部省市尤为缺乏，有些想上“公开课”而不能，有些想上“专业课”而不能。

今年3月、4月，本报记者分别在内蒙古、河南两地调研焦煤与白银产业。内蒙古一家洗煤厂负责人告诉中国证券报记者，得知焦煤期货在大连商品交易所上市，公司很期待在期货市场上能够开拓渠道，但苦于自己不懂期货，加之“国储铜”“中航油”等期货事件阴影不散，很难把工作开展起来。

在一次座谈中，该负责人便开始向列席的少数几个期货公司分析师虚心请教，从行情到期货开户，到期现套利，再到设

立交割厂库等等。“我数学不好，期货这东西听你们讲，我也是一知半解，怎么落实到我的生产、销售中去，可能我还要再研究。”他说。

事实确实如此。刘剑鹏就碰到这么一个甲醇上市公司，这家公司虽知道有期货套保业务，但完全没有开展过，套保业务是让其证券事务部负责，一开始刘剑鹏做了长达300页的套保方案，但是他们看不太明白。

后来，刘剑鹏干脆把上市公司的员工请到营业部去，用了几天的时间，详细地讲解了期货的基础知识和套保方案，并主动邀请交易所一起到该企业进行调研和考察，现在上市公司方面正

在申请交割厂库，已经准备开始运用期货这个市场进行套保以及销售货物，这类客户就不止要上公开课了，还得上专业课”。

4月下旬，河南济源一家大型民营白银企业负责人对中国证券报记者表示，由于中旬白银价格暴跌，造成上游原材料白银矿主“惜售”严重，直接导致下游原材料紧缺，公司库存减值幅度较大。该负责人还声称，不需要进入期货市场就可以对冲生产风险，实际上公司不得不以缩紧销售来对冲减产，来被动应对整体价格风险。

但有期货市场人士建议，把公司库存中一般日常月均使用部分在交易所进行套保，如果公

司觉得后期白银价格还将下跌，那么就在交易所做一个应对价格下跌的套保方案，果真下跌的话即便产品减值，但期货市场上也有不小利润，这样能够使得生产稳定进行，而不需缩减产销。

在济源的另一家上市公司豫光金铅，情况就大不一样。该公司相关负责人表示，2012年到今，白银价格波动剧烈，白银采购销售风险增加，白银期货上市后，公司根据采购销售计划和企业实际生产销售情况，及时在相应期货合约进行买入或卖出套期保值，到期进行交割或对应平仓，规避了价格波动对企业经营产生的风险，使企业可以将精力专注在产品升级和技术改造。

“期货大拿”遭遇“虾兵蟹将”

到上千万元的传奇故事，也有不少人从腰缠万贯而变得倾家荡产，令人唏嘘。

国泰君安期货研究总监陶金峰表示，主要是部分投资者对于期货交易投资有一定偏见和误解，对于市场风险预估不足，或是过度夸大市场风险。期货投资者对于如何防范期货风险也是有偏差。对于社会上的准期货和地下期货危害认识不够。

期货公司一直在做，期货公司重在推广业务和市场开发，而对于期货投资者的风险教育、风险管理宣导相对偏弱。”陶金峰指出。

据一项调查报告称，虽目前一些期货公司已具备较为完善的投教体系，但实力弱小则难以较好地开展投教工作，除了被动承担监管部门要求的投教活动外，很少独立开展投教工作，且投教活动多是硬性的、灌输式的“普适教育”。

业内人士称，目前参与期货交易的投资者，投资资金大多数在50万元以下，机构投资者占比尚不到3%，散户抗风险能力较弱，多为投机，这也导致投教开展难度较大，期货公司如何帮助投资者深入了解期货市场的各种风险，克服赌徒心理，从而抑

制市场的过度投机，是当前投教工作的一大难题。

去年，兴业期货制定了新的投资者教育保护制度，明确了市场开发、开户、交易等营业部运营的各个环节所设置投资风险提示的内容，将风险讲够，将规则讲透。

中国证券报记者从中期货业协会了解到，2013年中期协将针对期货新产品和新业务，抓紧开展金融衍生品的投教与宣传工作，并突出为机构投资者服务，为实体经济服务，为产业客户和三农服务，为期货公司创新发展服务。

■高端访谈

宋立波：投教与市场开发相辅相成

□本报记者 王超



宋立波 首创期货副总经理，分管研发、投资咨询及资产管理业务。哈工大管理学院硕士毕业，涉足期货行业十余年，在有色金属产业客户开发与服务方面有丰富经验，连续两年被评为上期所“杰出产业服务分析师”，是国内较早从事有色金属套期保值与套利研究的人士之一。

品期货营销中心，职责之一即通过组织大型巡回报告会、讲座、培训班及实战班等活动，帮助投资者理性看待期货投资风险，树立正确的投资理念，以及提升专业投资技巧。

其次，在产业客户服务方面，三年前借助于公司的棉花研究优势，与原深发展银行以及济南当地龙头企业一道，在业界率先策划推出了“银期企合作”创新业务模式，将期货市场的风险管理工具。

2013年，公司继续完善落实制度保障、组织安排并加大经费投入。一是专门成立了由合规审查部、综合管理部、机构管理等部门人员组成的“投资者教育工作小组”，以规划、管理、协调投教工作的开展；二是责成研发中心交易顾问部统一搭建分类客户服务服务体系，并与外部软件公司合作开发了集客户管理与客户交易诊断等多功能为一体的“客户服务系统平台”。此外，公司还设立了金融期货二部，负责国债期货、期权等创新业务的研究和推广，并且以期货投资咨询、期货资产管理等创新业务的逐步开展为契机，特别就新业务的风险点及业务衔接环节，有针对性地制定了投教工作推广计划。（全文见中证网www.cs.com.cn）

实践中前行

打造有中国特色的期货投资者教育



□余晓丽

力借鉴了当前颇受大众欢迎的“百家讲坛”风格的电视授课模式，精选行业讲师，具有较强的可视性。目前视频课程体系仍在建设中，有关网上投教学院也已列入实施计划。

普及教育——多层次推广+产品、活动创新

投教工作的有效性较难量化评估，但扩大教育覆盖面、增加受众群是主办方开展普教工作的主要思路。协会投教工作的“多层次”来源于几个资源的合理使用：

一是媒体资源；二是系统资源；三是会员资源。协会与几十家报纸、视媒、网媒保持着密切联系，及时将投教活动的信息进行事前、事中、事后立体传播，扩大舆论宣

长效机制——“丛书+远程学院”投教工作模式

期货行业具有专业性强、风险比一般投资工具都要大的特点，客观上要求投资者具有更高的素质、更高的风险承受能力，投资者自身也有自我加压、不断学习的内在要求，因此，协会对如何打造投资者教育工作的长效机制这一问题展开了深入思考，规划出一条投教丛书先行、课程开路、平台整合的工作路径：首先编写投教丛书，公开发行；在丛书基础上，组建师资队伍、制作课件和网络视频课程；建立网上投教学院，开设互动平台。通过三个阶段的工程实施，为投资者量身打造出一个不断进阶、专业化的成长发展道路，提高投资者素质，夯实市场基础，也建立了一个全行业的学习中心和交流平台。

早在2006年，协会就推出了国内第一套《期货投资者服务手册》，较为系统、全面地介绍国内商品期货基础知识、品种及风险提示的投资者教育、服务性普及读物。

2009年，协会开始组织编写《期货投资者教育系列丛书》。该丛书目前已出版22分册，包含国内已上市的27个品种。

2012年，协会推出《期货服务产

品+金融服务》、《“三农”

期货服务》、《“公益广告征集活动”、“诚信宣传日”活动》等，都掀起阶段性

阶段性的投教热潮；会员单位举

办活动、制作产品的热情也很高，

2012年期货公司举办的各类以投

资者教育为目的的培训、论坛、会议、展览等活动约1.5万场，投资者

参与达数万人次；各种制作发

放各类型投教产品、宣传手

册、海报、光盘、投教物品》达

200万册；使用网络等电子化

手段开展投教宣传成为主要手

段。(作者为中国期货业协会投

资者教育部主任)

品种推出——“从业人

员-个人投资者-机构投资者”

流水线投教工作模式

以股指期货的推出为契机，协

会探索出新品种推出的投资者

教育工作运行模式：第一步：“

从业者先受教育”——协会选取业

内肩负宣传普及新知识任务的市

场功能宣传片拍摄、会员单位开

展活动、举办活动、制作产品的热

情也很高，2012年协会举办的各

类新型创意投教产品如网络游戏、FLASH、电视片成为亮

点。(作者为中国期货业协会投

资者教育部主任)