

# 中国版Motif变“选股神器” 火爆朋友圈风险难测

## 社交投资接口券商实盘交易 互联网经纪商竞争悄然升级

□本报记者 张莉



CFP图片

### 社交型炒股神器风行 中国式Motif悄然出现

“去年有在券商工作的朋友开始介绍一个好玩的投资应用，就是以主题概念介绍投资组合，一开始只是把这个应用做投资参考，后来看盘时间太傻，就直接复制了一个被称作高管增持概念的组

合，一个多月时间就有40%收益，现在每天早上开盘前都要看下这个组合的调仓记录，根据组合来调整自己的比例，已经变成一种习惯。”在深圳工作的白领小陈兴奋地在朋友圈分享着自己的“炒股神器”，在他看来，由这款软件背后基金公司的专业团队公开推送的投资组合比自己靠听所谓消息选出来的个股更靠谱些。

有意思的是，许多年轻股民都开始玩起一些以“组合投资”为特点的社交应用软件，并在朋友圈上晒出通过组合投资而获益的投资成绩，有些还在网络社区平台上频繁互动，自建投资牛人的粉丝群。和传统荐股社区不同的是，这些社交投资软件并不专注于单个股票的分析，而是根据量化模型和历史经验来模拟出各类主题的投资组合，通过组合的收益表现来吸引投资者成为新型社交投资软件的用户。

实际上，这类被称之为“社交型股票投资应用”的互联网金融产品是舶来品，最早源自美国社交组合平台“Motif”（全称是 Motif Investing），用户可以根据某个主题或者投资逻辑来创建、分享既定类别的股票组合，也可以直接

购买并持仓整个已有的Motif组合，或者调整其中各只股票的投资比例。与此同时，Motif还引入社交机制，用户可以将自己的Motif分享给好友或者选定的圈子。此外，Motif还可以通过自身账户体系，将用户的投资组合实现“一键下单”，完成以交易费用盈利的网络经纪商的角色。总体而言，Motif被互联网业界评为“社区平台+网络券商+个人金融理财”的组合物。

如今，Motif这一“美国蓝本”已经有了“中国式加工”。据了解，目前国内的雪球网、一起牛和金贝塔等互联网平台及软件均具有社交和投资的属性或者趋势，呈现出与Motif类似的产品形态。比如由嘉实集团推出的社交投资软件金贝塔，便是通过基金公司量化团队及专业投研人士共同创建和推送涵盖量化驱动、基本面分析和主题概念等多种类型的投资组合；而深圳齐牛金融旗下的“一起牛”则将产品集中在私人社交圈的投资组合分享；而积累多年社交用户资源的雪球网也通过创建子板块“买什么”来展示不同投资风格的股票组合，并囊括A股、港股和美股市场。此外，股票雷达、仙人掌等同类社交组合产品陆续上线，也吸引不少股民的关注。

“机构每天有看满满的服务和看不完的报告，分析师的价值未必能得到充分体现，而大众群体对专业服务的需求非常饥渴，只要有一个权威、便捷的平台，他们都可以成为独立的财务顾问，去服务

于更广大的用户。”嘉实基金副总经理、金贝塔创始人戴京焦认为，通过社交组合平台既可以通过主题概念形象地推送给用户，同时也可以直接透明地实现对网络用户的专业服务，“以互联网方式调配资源来服务手机终端的80、90后群体，用户根据自己投资意愿进行选择。更为重要的是，从长时间看，投资组合平台是能够有效提高投资胜率的。”

据了解，来自这些社交投资软件的股票组合收益率也颇令不少用户“心动”，比如雪球旗下子板块，一个以投资反转股为主的投资组合，不到3个月的时间投资收益率高达186.72%；从创建至今，金贝塔平台的几十个组合中，收益超过300%的4个，收益翻倍的组合达到73个，其中嘉实财富量化团队创建的、以捕捉十倍股量化模型驱动的投资组合，收益率已经达到350%。

有基金公司人士分析，与散户相比，无论是公募基金团队还是民间高手，在选股上占有一定优势，将这类专业资源导入到社交平台，从而实现金融服务和互联网产品的有效对接，尽管组合投资的市场相对小众，但新产品却能够短期吸引众多社交用户关注，尤其是在牛市行情，由社交网病毒式传播带动的粉丝效应就更为明显。这些新型产品正是从荐股组合入手，通过整合专业资源来服务大众用户，从而实现网络选股和交易，也正是当下互联网金融的一种创新形态。

### 涉足“组合下单”处女地 传统交易习惯或遭颠覆

“以前是买卖个股，现在是买卖组合。”据记者观察，上述新型的社交投资平台均在不同程度上引导用户做组合交易的方式。在组合交易模式下，用户可以一键下单买卖一揽子股票，而这种交易方式在国内只有基金经理级别的投资者才会使用，在过去二十年中只有券商尝试过在其交易软件中给散户提供该项功能，但是均以失败告终。如今，导入海外Motif概念的国内社交投资软件则意图通过互联网金融创新通道来啃下这块硬骨头，并在一定程度上颠覆过往散户个股买卖的交易习惯。

“社交圈的组合投资，就是形成一群人玩组合的投资氛围，对组合理念的植入会改变投资者以前的交易习惯，用户通过跟单组合来调配自己的投资比例，而不是仅仅依靠抄消息来赌个股涨跌。”一起牛创始人杨纲称，投资组合能够帮助客户参照机构投资的交易方法进行大类资产配置管理，同时组合投资也能够帮助平滑风险，在中长期取得稳定收益。而之所以选择社交领域，则是利用互联网开放分享的文化将组合投资的概念渗透到用户的交易习惯之中。

在戴京焦看来，社交机制的引入关键在于互联网用户体验的抬升，通过手机应用跟踪组合，股票的调入调出都会及时通过手机端进行推送，用户将投资问题与组合创建者进行有针对性的交流，从而降低无效信息泛滥的可能。“在平台社交氛围的营

造上，如果用户充斥着投机思维的互动，一些缺乏专业分析的言论交流，是很难将专业投资理念进行传导的。长期看雪球社交组合平台的过程，专业投资者价值也会得到充分体现，而组合投资理念也会逐渐受到更广泛程度的认可。而相比基金投资而言，股票组合投资平台也没有剥夺用户对个股调配的操作权利。”

从当前的社交投资运作流程看，无论是来自基金公司团队的专业组合推荐，还是纯粹社交平台上自建投资组合方式，围绕核心投资者的“领投+跟投”机制在组合投资中发挥着关键作用，有些通过后台投顾管理部门导入专业投资者资源，有些则通过投资者的口碑效应进行投资组合的分享，而多数用户则通过模拟投资组合或选取其中优质个股在实盘进行跟单操作，组合投资创建者的口碑效应越高，则跟单人数也会越多，散户实盘操作的影响力就更大。

“不过，现在多数组合投资平台仍处于模拟交易阶段，并未对接实盘交易，实盘和虚拟盘操作还是会在心态上差别，收益也会存在区别，其中就会存在一定的操盘风险。”有券商投顾人士提出，对散户而言，来自专业人士投资组合的选股逻辑具有很大的投资参考价值，但多数组合调仓频繁，且以短线为主，散户从观察高手的操盘节奏到直接去实盘执行，有一定的时间差，完全跟着虚拟盘操作会出现操作不一致的情况。另有创建收益率较高的

### 多方争抢组合投资市场 荐股组合盈利风险难定

易，客户量留存度不高的券商将会面临更大压力，同时互联网经纪业务领域的竞争也将日渐激烈，不少券商对被互联网公司架空、分走经纪业务的利益隐忧重重。

“互联网公司与券商合作，并不是意图将券商通道化，形成一个和券商互惠的方式，帮助证券公司在线上获客和交易同时也为平台黏住用户。客户开户仍然留存在券商自身，通过组合下单的交易，券商同样能够获得佣金。”在杨纲看来，对接实盘交易后的社交投资平台能够帮助券商拓展获客渠道，而并非所谓的“渠道刺客”。

国信证券副总裁陈革也表示，互联网金融初期对证券行业价值链中的市场营销和投资交易两个环节产生较强的替代影响，但在其他专业环节，重点涉及专业投资咨询服务，很难短时间内替代或超越传统证券行业。因此，互联网金融浪潮下，券商专

业的投资顾问坦言，在个股事件驱动的市场影响下，虚拟盘操作能够精准快速地进行调仓或抢筹，但是在实盘中，由于开盘竞价不确定性因素影响大、股价涨跌迅猛，人工很难反应过来，买卖的点位就不会和虚拟盘操作那样理性和精准，收益上也没法做大。

另有业内人士担忧，组合投资平台搭配社交属性进行广泛扩散，可能会出现一些服务用户动机不纯的领投者，以社交荐股模式进行圈钱、或者寻找散户接盘。“社交组合投资工具会不会和以往荐股软件一样，活跃的建仓用户多为一些牛散，由于专业程度和对投资的负责态度相对较低，可能会出现和‘带头大哥’一样希望收揽炒股信徒获益，服务用户的动机并不纯粹。”有互联网公司人士说。

对此，杨纲表示，社交组合投资平台出现的初衷在于平滑投资风险，当投资组合信息的分享控制在相对私密的朋友圈中，就会有一个风险管理的边界，操纵市场的可能性也比较低。“对于新兴的社交投资平台，如果用户没有获得收益，反而不断亏钱，长此以往平台也难以运营下去；从运营者角度而言，不会允许这类动机不纯的用户留存，破坏这个新兴的市场。”戴京焦也表示，在社交投资的平台设置相关专业资质的认证，潜专业投资者的信息完全公开的话，就会有一个规则的约束，从门槛上去排除不合格的用户建仓。

业的投顾业务将日益凸显重要性，成为差异化竞争着力点，并可借助互联网渠道进一步放大优势。

不过，由于尚属于起步阶段且涉及股票投资交易，目前通用的几款社交型组合投资平台的盈利模式并未完全成型。据了解，现在雪球已经开始做查阅组合信息需要收费，包括多款社交组合产品也是如此；而金贝塔则将所有组合调仓信息的查阅遵循免费原则。另有其他社交组合投资平台则考虑和领投者进行合作，当粉丝集聚产生效益时，平台与领投者进行交易分成。有社交投资平台内部人士表示，创业公司自身会抱着谨慎心态运作平台，这是因为当前组合投资社交投资平台定位相对小众，同时也可能涉及实盘交易的操作风险，加上对网络用户资质的评定困难，如果出现借机炒作、非法圈钱的现象，触碰到监管“红线”，平台就会遭遇被关闭的风险，整个市场都可能会面临冲击。

#### ■ 记者手记

### “券商互联网+”战线延伸

□本报记者 张莉

中国券商在互联网的路上已经走了十多年。1997年，广东省湛江市一家并不起眼的信托公司营业部迈出中国互联网券商的第一步——推出多媒体公众信息网上交易系统，人潮汹涌的交易大厅渐渐式微，随后网上交易逐步兴起。不过在往后的18年中，券商的互联网业务只停留在网上交易层面，直到2013年才再次发力。近两年来，券商在互联网业务上攻势凌厉，先有券商突袭互联网非现场开户、点燃互联网低佣抢客战，后有券商推出互联网客户专属产品，借助门户网站、手机客户端获客……2015年，“互联网+”战略成为券商业务互联网化的催化剂，两会之后券商业务互联网化进程进一步加速，券商的互联网战线将从交易等业务继续延伸。

互联网券商最早起步于1997年，中国华融信托投资公司湛江营业部推出多媒体公众信息网上交易系统。随后，网上交易逐步兴起。3年后，监管部门开始鼓励网上证券业务，发布《网上证券委托暂行管理办法》，互联网证券交易正式纳入规范化监管。2001年，监管部门再次表态支持并予以重视网上证券业务，推动我国网上证券交易发展进程。截至2006年，我国个人客户网上交易占比已经超过40%。

2012年至2013年间，监管部门连发5个文件鼓励券商发展互联网业务，包括允许证券公司开展网上开户、降低营业部信息技术要求、规范网上开户具体流程等，新一轮券商业务互联网化蓄势待发。2014年4月开始，证券业协会开始陆续分批发放互联网证券业务试点资格，券商业务互联网化加速，截至目前，已有55家证券公司获得互联网证券业务试点资格，占全部120家券商总数近一半。

目前，国金证券、华泰证券、中山证券等券商都已经跟各种互联网平台展开合作，合作重点在品牌包装、业务推广和客户引流。国金证券研究报告认为，通过互联网导流的券商经纪业务市场份额都得到大幅提升。华泰证券的经纪业务市场份额由6.12%大幅提升至7.95%，同比增长30%，成为行业第一；国金证券的经纪业务市场份额由0.69%提升至0.94%，同比增长36%，在所有券商中增幅居首位；中山证券经纪业务市场份额由0.24%提升至0.27%，同比增长11%。

上述研究报告认为，未来互联网券商的发展将依据四个主要步骤。首先，券商将切入经纪业务，通过折扣佣金、免费服务等吸引流量，形成规模优势，或与互联网平台合作进行线上引流，为客户提供线上开户转户等服务。

然后，券商将通过资讯服务、研究服务、余额理财、线上线下服务等提高客户体验，为客户提供专业交易信息服务，提供理财产品等，建立客户粘性。随着客户粘性的增强，互联网券商未来将进而延伸到资产管理、自营和投行等其他业务。互联网券商将基于客户规模积累，提供一站式金融产品服务，包括市场及自身的理财、公私募基金、信托等产品和融资融券等资本中介服务。

最后，互联网券商将整合公司各项业务，建立金融服务生态，实现投融资连接，提供面向零售和机构客户的金融产品投融资交易平台，实现金融需求的对接，形成包括P2P、股权众筹等在内的金融生态。

总体来看，券商业务互联网化已经成为不可逆的趋势，激烈的竞争必然会提升整个证券行业的产品质量和服务质量，券商客户无疑会成为这轮大潮的最大受益者。

## 社交投资组合平台兴起 网络理财新模式风行

□本报记者 张莉

伴随移动互联网高速发展和互联网金融创新的开展，一批社交型股票组合投资平台也开始如雨后春笋般出现，尤其在当下火爆的A股行情下，通过社交平台传导的组合投资理念也开始在散户投资者之间流行起来，与此同时，一大批来自传统金融机构、投资管理部门以及民间的投资高手们纷纷聚合起来，凭借专业能力吸引大批用户，新型网络理财模式逐步风行。

金贝塔创始人戴京焦表示，社交组合平台能够整合专业资源服务散户群体，以组合选股方式提高投资胜率，从而改变散户投资盲从消息、追涨杀跌的交易习惯。一起牛创始人杨纲表示，投资组合可以帮助客户进行大类资产配置，平滑投资风险，同时培养组合投资的理念，通过社交平台的方式帮助用户做财富管理。

#### 组合投资平台的“口袋理财”

在散户为主的投资结构市场，习惯组合投资理念的人数并不占多数，而传统的社交投资平台也往往集中在对个股的选取和分析之上。如今，一批以“组合投资”、“主题概念”为主的社交型投资软件开始陆续出现在市场上，通过整合专业投资资源和简易操作体验，在短期内赢得不少年轻股民的追捧。

社交型组合投资平台的特点之一，便是将组合投资的专业资源进行有效整合和推送，来服务众多散户群体。金贝塔创始人戴京焦表示，现在资产管理行业在变革，分析师这类以提供专业服务为主要工作的知识群体，理论上已经不需要做成重资产的模式，通过社交投资创新平台，分析师的专业服务将不需要再通过冗长难懂的研究报告体现，而是形象地化作有理有据的投资组合，让“金融小白”更易于接受和理解。“现在做社交组合平台，是要能够成为用户口袋中可以信赖的理财顾问，而用户自身则通过选择进行投资参考或执行，只要长期在这个平台中实践，会逐步发现这种服务是能够有效提高投资胜率的。”

一起牛创始人杨纲表示，社交投资组合平台可以通过组合投资方式帮助客

户进行大类资产配置，同时平滑单个股票的投资风险，在中长期取得稳定收益。在杨纲看来，社交投资平台之所以会得到广泛推广，关键还在于投资属性的私密性，用户既可以通过产品在一定范围内创建、分享或者跟投某一个投资子组，也可以通过这种私密性，从某种程度上做到一定的风险管理，不会形成广泛盲目的跟投炒作氛围。“通过互联网的分享机制和口碑效应，逐渐将组合投资的理念渗透入用户，使投资可以变成一个朋友圈中完成的事情。”

#### 与传统券商机构形成互补

当前证券业互联网创新动力较强，券商自身也正在积极转型互联网业务，对于打造社交组合投资平台的新兴互联网企业而言，一方面需要在这一波互联网金融创新浪潮中赢得市场机会和用户认可，并在多方面与券商机构展开合作，同时也需要应对与券商互联网经济业务领域内展开的直接竞争，搭建双方合意的利益分成机制成为关键环节。

“社交组合平台工具明确的用户群体定位，也使得这类互联网企业对于传统券商而言，更像是辅助而不是威胁。”戴京焦认为，互联网平台企业可以成为传统券商一个新的渠道进行合作。如果能够和传统券商实现中间交互的接口，互相补充也会是不错的选择，“传统券商具备的许多优势，是互联网企业并不具备的，尤其是在资本金和证券专业人才培养这两方面，优势最为明显。传统券商最赚钱的是服务他们的高端用户，这些客户是需要用线下联系来维护的，而互联网平台企业捕捉的是长尾用户，这点上和券商更多的是互补，而非冲突。”

相关业内人士表示，尽管当前市场对券商牌照的争抢非常激烈，但互联网企业本身并不会迅速转型为证券公司，社交组合平台只有和券商进行深度合作，通过互联网渠道为券商增加获客和交易，才能做到双方利益互补，“如果互联网平台和券商交易对接，开户和佣金仍属于券商收益，下单频繁券商自身的收益也可以抬高，互联网企业本质上是在为券商做交易系统。”