

■ 主编手记

一个“脑洞大开”的投教创意

每当市场剧烈波动时，基金的投资者教育都会显得格外重要。

笔者和一位基金人士聊天时，曾听到一个“脑洞大开”的投教创意。这位仁兄憧憬，未来虚拟现实技术成熟之后，基金公司可以开发一个“投教元宇宙”，让投资者买基金之前“亲身体验”一下这只产品的业绩波动，无论是净值暴涨时头脑发热，还是业绩暴跌时的痛苦绝望，都来体验一番，然后再让投资者决定要不要买这只产品。

虽然只是一个玩笑，但让笔者思考良久。基金行业的投教工作，差不多从行业诞生时就开始进行。伴随行业发展二十多年，基金投教总被大家提起，但效果却不太尽如人意：看起来热热闹闹，各家基金公司都在积极做投教，甚至显得有些“内卷”。但很多基民仍然习惯于追涨杀跌，没能很好地享受到基金业绩增长带来的收益。

景顺长城、富国、交银施罗德三家基金公司共同完成的《公募权益类基金投资者盈利洞察报告》统计数据显示，过去五年，基民的交易行为将最终投资收益拉低了11.62%。相比过去五年上述公司主动权益基金的平均年度净值增长率19.57%，基民的交易行为导致了巨大的收益损耗。

作为普惠金融的代表，公募基金承载着帮助亿万投资者实现财富保值增值的重任，投资者教育工作关系基民切身利益，既是提升投资者获得感的主要手段，又是行业贯彻新发展理念的直接体现。

投教的重要性显而易见，那为什么我们很难看到真正让人眼前一亮，投资者喜闻乐见的投教内容呢？

一个重要原因是，基金公司现有的投教内容以单向输出为主，总是告诉投资者该怎么样，忽略了从投资者角度考虑他们需要什么。投资者缺乏参与感、体验感，道理听了一大堆，真到市场波动时联系不到实际，依旧一脸懵圈。结果是在市场火热之际买入，赚到钱时不愿落袋为安，一遇到市场波动就选择逃跑。买在高点，卖在低点，然后抱怨被“收割”。

投资是反人性的。在别人恐惧时贪婪，在别人贪婪时恐惧，说起来容易做起来难，否则人人都能成为巴菲特。好的投教内容要能帮助投资者克服人性的缺点，实现起来确实是个难度很高的技术活。但投资者是基金业发展之本，没有成熟的投资者，不可能期待一个成熟的基金行业。

从这个角度讲，基金行业的投资者教育需要从量的堆砌转向质的提高，产出更多让投资者有感、有悟，能让投资行为更加理性的投教内容。近几年来，越来越多的基金公司把投资者教育变为投资者陪伴，当市场波动时有针对性地进行引导，安抚投资者情绪。虽然是小小的改变，却是可喜的一步。

“煎熬时刻”基金众生相： 有人忙加仓 有人已“躺平”

<< 03版 本周话题

02基金新闻

放宽限购传递积极信号
公募基金积极作为

05基金人物

兴证全球基金谢治宇：
投资是收获企业价值的过程

04财富视野

东方红资产管理江琦：
前瞻性布局医药行业

08基金人物

东方基金蒋茜：
以“弱者思维”寻找安全边际