

盈米基金林杰才:

获得感是客户价值与企业价值的双赢

□本报记者 王宇露



林杰才,盈米基金副总裁、且慢投顾业务负责人。超15年互联网金融从业经验,致力于推动互联网思维与金融科技在金融行业的实施与落地,曾就职于广发基金、广发证券,有千万级客户互联网产品管理经验。带领盈米基金投顾业务在行业内率先突破100亿元大关。

“投、顾、教”一体的系统工程

近几年来,随着权益类基金的大爆发,作为专业的机构投资者,公募基金行业在投资者实现财富增值和引导社会资源配置方面扮演越来越重要的角色,真正承担起普惠金融的责任和使命。

然而,在市场频繁波动和剧烈调整面前,不少基民感到信心受挫,有的甚至才刚入场就不得不上场离场。林杰才认为,投资者获得感不足背后的原因是多层面的,既有投资者个人的原因,也有行业和机构的原因,既有意愿的问题,也有能力的问题。

林杰才认为,从微观角度看,目前投资者的整体认知水平并不高,面对各类金融产品和服务,识别能力并不强;同时,投资者很容易受到市场情绪的支配,最终体现为情绪常常处于焦虑当中,账户收益情况也不理想,获得感也就无从谈起。从宏观角度看,从业机构的顶层机制和体制设计,包括愿景、使命、价值观、考核机制、奖惩机制等各个方面,对买方利益的关注度都有待加强,这些都是机构底层代码,几乎决定了机构的每一个决策是否会把投资者获得感作为考量因素。

如何提升投资者获得感,是一套建立在前述账户收益、认知、关系这三个层面上的全息立体的系统工程。

以且慢的实践经验举例,林杰才介绍,首要解决的是如何帮助投资者提升账户收益的问题。从投资者层面看,基民在投资过程中最容易出现两个问题,一是资金错配,“长钱短投”或“短钱长投”,使得长期投资的钱收益过低,或短期投资的钱因时间问题最后割肉离场;二是投资赚钱需

要对抗人性的弱点,常见的“追涨杀跌”等问题需要机构帮助投资者去克服。总体来看,这需要一套“投、顾、教”一体化的综合解决方案。

投资方面,且慢提出“四笔钱”的框架,帮助投资者对资金使用期限和投资期限进行匹配。这是让投资者通过投资公募基金实现财富增长的关键一步,同时也是对投资者进行投前预期管理的重要环节。林杰才介绍,且慢对什么是好的投顾策略,有一套自己的严选标准,“一个好的投顾策略,要么就需要对净值回撤有严格的控制,这样投资者可以在任何时候买进并且不会出现大幅度回撤;要么就需要通过策略帮助投资者控制资金进出结构,什么时候买卖、买卖什么类型的产品都由投顾策略来进行控制,避免常见的追涨杀跌行为。”

林杰才强调,“三分投,七分顾”,完成了投资者的资金分类并给其推介适合的产品,仅仅只是一个开始。成功的投资往往都是逆人性的,投顾机构要做的不仅是让投资者通过投资基金实现财富增长,还在投资的过程中帮助投资者实现认知层面的获得感,实现生活质量和幸福感的提升,这样投资者才能坚持长期投资。

盈米基金把对投资者的陪伴分成投前、投中、投后三个环节。投资开始后,投顾团队会每周持续以投资理念引导、市场波动分析、组合周报、投资问答、投资课程、直播互动等形式,提升投资者对正确投资方法的认知,同时加深对投顾策略的认识、认同和认可,并在市场波动时帮助投资者对抗情绪上的弱点。

企业价值和投资者价值的双赢

在林杰才看来,提升投资者的获得感,首先需要从底层做起,而越是底层的问题,就越是“形而上”,越是“形而上”则越可以指导一切。如果把它具象一点,那就是大家常说的企业愿景、使命、文化和价值观。简单总结,就是要用“买方思维”对组织进行重构,尤其是对于存量业务已经很大的机构,首先需要改进的问题在内不在外,与投资者关系的重新定义、组织心智的重建、利益冲突机制的构建,这些都是需要花费比较长的时间去解决和持续改善的。

“当我们讨论‘获得感’这个话题的时候,出发点都是在讨论如何为投资者创造获得感,背后的潜意识很容易会认为是机构在付出,投资者在获得。”林杰才指出。

不过,在他看来,投资者获得感的问题,本质上是一个思维模式的问题,企业价值和投资者价值这两个变量,有人将其做成选择题,有人将其做成排序题,不同的答案和解题思路代表了不同的思维模式。林杰才认为,企业价值是需要建立在投资者价值之上的,甚至需要为投资者价值让路。

“这样的答案对于很多企业来说都是比较困难的,因为这代表了企业要放弃很多现成的利益,所以当很多企业在遇到这个问题的时候,最终的答案往往都是单选

‘企业价值’。永远站在投资者这一边,说起来很容易,但在非监督情况下做到这一点,不仅需要强烈的长期主义,甚至还需要一点理想主义。”林杰才坦言,“我们认为给投资者创造价值,正是一家机构存在的意义和自身价值的体现。当我们在创造投资者获得感的时候,我们同时也在获得。如果能理解这一点,创造投资者获得感就会变成这个企业的基因,而非写在法条当中的文字。”

林杰才强调,金融是基于信任的服务,信任是更高阶的基于情感的获得感。基金销售机构和投顾机构放弃自己的短期利益,去捍卫投资者的利益,投资者感受到了爱与关怀,这是情感上的获得。反过来,投资者也会更平和、更耐心,机构与投资者之间的关系也更倾向于伙伴关系而非交易关系,在这个过程中机构也能赢得更良好的口碑,从而赢得更多投资者的青睐。“且慢一直在倡导的‘慢即是快’的理念,要表达的就是这样的哲学。”他表示。

“欣慰的是,经过两年多的买方投顾业务发展,以及政策引导的不断清晰,已经有越来越多的机构开始意识到提升投资者获得感的重要性。不过,具体用什么方法去解决这个问题,整个行业都还在探索当中,没有容易走的捷径。”林杰才表示。

中国证监会日前发布《关于加快推进公募基金行业高质量发展的意见》,“着力提高投资者获得感”首次被写入官方正式文件。对于基金投顾机构和从业人员来说,这既是一种期待,又是一场任重道远的挑战。

在盈米基金副总裁、且慢投顾业务负责人林杰才看来,提升投资者获得感,并不是机构付出、投资者获得的单向利益让步,长远来看,是一种企业价值和投资者价值的双赢。给予即是获得,只有真正参透这个道理,“投资者至上”才能被写进企业的基因里,而非存在于法条文字中。

欣慰的是,经过两年多的买方投顾业务发展,已经有越来越多的机构开始意识到提升投资者获得感的重要性。而数据证明,且慢提出的投、顾、教一体的系统工程,正在投资者身上展现出实实在在的价值。

投资者获得感的三层内涵

2021年10月,一份《公募基金投资者盈利洞察报告》的问世,引发公募基金行业的广泛关注。这份报告以4682万主动权益类基金投资者的账户共计5.65亿笔交易记录数据为基础,刻画出公募基金自主交易投资者的总体盈亏情况,极具代表意义。

其中,一组数据在行业内引起了很大反响:截至2020年12月31日,三家具有代表性的权益类大型基金公司历史全部个人投资者中盈利人数占比为70.42%,持有份额投资者的盈利人数占比高达95.90%。而经历了2021年一季度市场的变化,截至2021年3月31日,历史全部个人投资者中盈利人数比例从2020年底的70.42%降至53.28%,仍持有份额投资者的盈利情况下滑更加明显,盈利人数占比从95.90%大幅下滑至48.86%,接近一半正在持有的投资者从盈利变成亏损。

对于基金的长期走势来说,三个月的波折不值一提,但是对于在这三个月进入市场,迅速亏损后卖出的个人投资者来说,基金带给他们的却是实打实的亏损。

林杰才介绍,从盈米基金且慢投顾投资者同口径数据来看,2020年末投顾投资者盈利比例为96%,同样经过一个季度的市场波动,截至2021年一季度末,且慢的盈利投资者的比例依然保持在84%。正是这

组极具对比意义的数字,体现出了投顾的价值,证明了投顾机构确实可以通过自己的努力改变“基金赚钱基民不赚钱”的行业痛点。

“着力提高投资者获得感”被写入《意见》,这是官方正式文件首次提出“获得感”一词,“重首发轻持营”、“重投轻顾”等行业现象被重点强调。作为基金投顾行业的从业者,林杰才坦言,“很兴奋能在这么重要的官方文件看到关于‘着力提高投资者获得感’的表述,这对做好基金投顾工作有着很强的指导作用。”

林杰才指出,按照盈米基金且慢开展投顾工作的思考和经验来看,投资者获得感的提升有三层内涵:首先,是投资者账户收益的提升,投顾机构通过有效办法帮助投资者走完从产品收益到账户收益的“最后一公里”,提升投资者投资过程中的持有体验和最终的账户收益,从而带来投资收益上的获得感;其次,是投资者认知的提升,通过在投资者投资过程中的陪伴,帮助投资者提升对正确投资方法的辨识能力,体现为认知层面的获得感;第三层,是让投资者感受到在投顾关系中,自己的利益是被投顾机构所重视的,自己的诉求是被投顾机构所尊重的,这种机构与投资者之间彼此信任关系的提升,带来的结果是情感层面的获得感。