

基金大V转型 投顾机构寻求弯道超车

●本报记者 葛瑶 张舒琳

核心提示

监管新规明确，持有基金投顾牌照的机构才能从事相关业务，不具备相关资质的基金大V无法单独运营产品。这令“基金组合”模式即将成为记忆。摆在基金大V面前的有两条路：要么与组合分道扬镳，将管理权限移交给持牌投顾机构；要么转身牵手投顾机构，通过入职方式继续服务投资者。与海外相比，国内基金投顾行业还有很大发展空间。我国的基金销售渠道亟需从“卖方销售”向“买方投顾”转型。

头部基金大V曾经凭借鲜明的风格与独立的立场获得百万粉丝追捧，带动上百亿元资金买卖基金，其带货能力不亚于一家小型公募基金管理公司。然而，随着2021年11月监管重锤落下，昔日风生水起的基金大V走到了十字路口。

随着6月30日整改大限临近，多数大V组合完成了合规升级。对整个投顾行业而言，今年以来竞争格局已悄然生变，有机构实现弯道超车，凭借大V服务的存量规模一举跃升至投顾行业头部位置。期盼已久的投顾行业担纲基金销售主要角色的局面是否就此打开？

一些后续的问题也值得我们深入探寻答案。削弱了大V特征的投顾产品能否留住那些为“追星”而来的资金？

号召力堪比公募

200亿元是一条醒目的分界线。2016年开始运营基金组合的某头部大V，旗下基民跟投的资金规模早超越了这一数字，而5家同时期成立的公募基金管理公司，至今规模均不及200亿元。

2016年，被称为财经自媒体元年，大量财经大V涌现，活跃在各大互联网平台与粉丝分享投资经验。同年，基金组合的产品模式应运而生，任何人都能将一篮子基金打包成组合，而想要“抄作业”的投资者，只需要在平台上一键跟投，就可以灵活调整自己组合中的持仓与投资金额。

低门槛、易操作，基金组合成为基金大V向投资者展示投资思路的重要渠道。在这种玩法之下，头部基金大V展现出惊人的资金号召力。

经过几年发展，头部大V的基金组合迅速崛起，带货能力不亚于专业机构。郭建楠（化名）是一位坐拥百万粉丝的大V，他向中国证券报记者透露，基金行业具备带货能力的自媒体大V约20名，截至2021年11月，最头部的两位“ETF拯救世界”“银行螺丝钉”旗下跟投的资金规模均超过200亿元。除此之外，还有不少大V主理的基金组合规模从几亿元到十几亿元不等。

与基金投顾业务服务的资产规模相比，大V服务的基金存量规模不容小觑。据2021年7月16日证监会公布的数据，公募基金投顾业务在经历了两年发展后，服务资产规模逾500亿元。

基金大V何以获得众多投资者的追捧？投资者为什么愿意投以真金白银？业内人士表示，基金大V的个人魅

力和独立立场最为关键。

相较于正规的投顾机构，基金大V的言论不受公司合规约束，因此在点评市场时往往观点鲜明且极具个人风格，更能迎合粉丝需求。“大V说的话，投资者能听得懂。”拥有300万粉丝的资深媒体人、财经大V“揭幕者”对中国证券报记者表示，接地气是基金大V受欢迎的原因之一，比如在踏空行情时，直接认错反而能留住粉丝。

早在2005年便开始撰文分享基金投资观点的“揭幕者”，陪伴投资者走过一轮牛熊，人称“老揭”的他从2016年涉足基金组合。他说，自己主理的基金组合此前规模约3亿元，在业内算是处于“腰部”位置。

在2018年的一次大跌后，“揭幕者”发文安抚投资者：“我可以理解大家的心情。一买就碰上大跌，确实心情不好，有埋怨是可能的。我说过了，关注我5年以上的老粉，随便打我骂我。”其坦诚程度仿佛是投资者的多年老友。

大V往往与粉丝保持高频的观点交流，不少人坚持日更，比如“银行螺丝钉”连续多年保持每日更新。他曾表示：“即使在结婚当天，公众号也没有断更。”7年来，这位头部大V共更新近2000期，微信公众号有超过3400篇文章。还有大V每年固定举办线下见面会等活动，凡此种种，让基金大V积累下的粉丝群体具有很强的黏性。

此外，基金大V作为第三方，看似独立的立场具备吸引力。“投顾的根本是信任。”老揭分析称，在投资者眼中，基金大V具备独立性，能够平等地看待市场中所有的基金公司、产品，与基民共进退。因净值回撤明显，他曾劝阻粉丝停止跟投：“很多人问如何跟投，对不起，目前不接受任何跟投。这波创业板杀跌，我的净值回撤幅度很大，今年业绩不好，所以就不好意思让各位跟了。”

人性化的沟通，看似独立的立场，这是基金大V相较于机构而言得天独厚的优势。因此，基金大V获得了一众粉丝的追捧。

不过，基金大V却在野蛮生长，“收割粉丝”的乱象同时蔓延。

由于基金组合并无准入门槛，即使是基金“小白”，在流量的包装下，也能成为带领基民投资的大V，带动资金跟投。微博某大V从2020年7月开始发布与基金相关的微博，宣布“满仓5000元试水基金投资”，每日定投20元，仅仅过去一年，便成功吸粉36万，不仅在微博上点评基金，还每日解读盘面，同时分享自己的操作。2021年8月，这位大V开始在微博上宣传自己的两个基金组合。有熟知他的网友发出质疑：“学过相关知识吗？在微博上推荐基金就算了，竟然也敢成立组合。”

另外，大V看似独立的立场并不意味着与机构彻底划清界限，部分大V为赚取更多手续费，鼓吹频繁交易，损害了投资者利益。例如，B站某基金大V，利用粉丝流量，通过广告、付费内容形式变现，甚至诱导“小白”基民开户炒股，从中赚取佣金。郭建楠表示，通过运营基金组合，基金大V可获取一定提成。“每年基金公司会从收取的申购费中，拿出最多50%交给银行、券商、互联网平台等代销机构。代销机构再从中拿出一部分，以广告费形式支付给基金大V。”郭建楠透露，通常情况下，代销机构按照存量规模为大V主理人进行结算，也有部分第三方机构按照交易量为大V主理人结算佣金，后一种结算方式给基金大V带来投机空间。为赚取更多手续费，部分基金大V鼓吹频繁交易，损害了投资者利益。

此外，非科班出身的他们，缺乏系统性研究体系，投研能力堪忧，甚至有的大V将基金经理面相作为挑选基金的标准。当潮水退去，“裸泳”的基金大V组合净值出现了大幅回撤。比如，今年以来，某头部大V的

四只产品组合中，有三只产品组合净值最大回撤幅度均超过35%。

借力大V成为胜负手

2021年11月，野蛮生长的大V带货基金模式迎来监管重锤，多地监管部门下发通知，明确提出持有基金投顾牌照的机构才能从事相关业务。此举拉开了行业变局的大幕，吸纳基金大V成为投顾机构借力发展的胜负手。

新规出台后，若想保留原有组合，基金大V面前只有两条路：要么将管理权限移交给投顾机构，大V本人与组合分道扬镳；要么转身牵手投顾机构，通过入职方式继续服务投资者。否则，在整改期限结束后，大V的基本组合将自动解散。

随着6月30日整改大限临近，许多由大V管理的基金组合在机构帮助下陆续完成整改，从组合产品升级为投顾产品。多位基金大V产品组合的升级转换率在40%至60%。老揭透露，此前共有超过1.5万名粉丝跟投其组合，在升级成投顾产品后，风险偏好定位较为激进。不少此前跟投保守型、稳健型产品组合的投资者未完成转换，成功转换的投资者约60%。而保有规模近200亿元的某头部大V目前约有50%的投资者已完成转换。

转换后的规模将直接交到机构手中。这意味着，不管是移交还是入职，自带流量的大V都以较低的成本给接手的投顾机构带来大量客源。目前，我国投顾行业处于发展早期，头部机构的服务规模有限。在几十家持有基金投顾牌照的机构中，仅有华泰证券、盈米基金、国联证券等为数不多的机构服务基金存量规模突破百亿元。头部券商中信证券年报显示，自2021年11月1日公募基金投资顾问业务上线以来，两个月内累计签约客户超过9万户，签约客户资产超70亿元。

在当前阶段，对于投顾行业来说，基金大V的流量弥足珍贵，谁抢到他们，谁便得到一股规模不容小觑的新生力量。东方证券便是弯道超车的典型案例。“银行螺丝钉”入职后，东方证券的服务基金存量规模一举冲到行业前列。其公告显示，自2021年11月22日正式推出基金投顾业务，至今年3月25日，累计服务客户达12.34万户，签约客户资产规模100.07亿元。

在这场基金大V争夺战中，华宝证券成功将不少大V基金组合纳入麾下，包括“北漂民工”“揭幕者”旗下多只产品组合，“韭菜投资学”旗下的九聰系列组合、“股市药丸”旗下的“银河战舰”“稳如泰山”组合等。“萌萌的猪猪侠”旗下“猪猪侠随心投”等组合被国联证券收入囊中。此外，嘉实财富、中金财富等也有不少斩获。

升级为投顾产品后，与此前主理的大V还有关系吗？多位基金大V表示，移交组合后便与投顾机构再无实质性合作。这意味着，大V将管理权限全部交给投顾机构后失去了对组合的话语权。不过，北京某投顾机构从业者陈然透露，话虽如此，但仍存变通方式。大V作为持有人，可以看到组合中的基金品种、涉及行业，可以站在持有人角度，解读组合的调仓和操作行为。在产品大幅调仓时，可与投顾团队保持沟通。

也有基金大V选择入职投顾机构。例如，“银行螺丝钉”顺利牵手东方证券，雪球大V“无声”入职银华基金，“Alex价值发现者”入职华夏财富。

“银行螺丝钉”此前表示，组合升级是一个多方面优化的过程。在此过程中，组合的运作流程会有四方面改变。首先是基金投顾可实现委托；其次是合规风控方面的改善，这是组合升级后最明显、最关键的特征；再次是投研能力的增强，尤其是公募基金评价、筛选实现体系化，使得投资收益曲线更加平滑；最后是借助券商

强大的信息技术团队，能够加快系统的开发进程。

值得注意的是，从目前已知的大V去向看，选择入职机构的少之又少。陈然说，不少基金大V有本职工作，入职投顾机构并不现实。从入职案例看，不少基金大V被赋予首席财富师等头衔，实质上并未进入核心的投研部门。基金公司投研部门对入职者的“硬件”要求高。如果要做基金经理，入职者往往需要有至少三年的行业研究员工作经验，还要通过一系列考试。

不少基金大V对入职机构抱有多种顾虑，担心入职后自身的独立性受损。郭建楠拒绝了机构的入职邀请，他的顾虑在于，入职后大V的言论即代表公司，因此受到合规约束，在与客户交流的自由度方面受到限制。而紧密交流是大V吸粉的常规动作。“作为员工，与所处机构的关系会十分微妙，在配置比例上可能难以做到完全中立。”他说。

对于未来职业发展空间，一些基金大V也不看好。“公司势必会要求大V不断创造新的用户增量，大V可能实际上会变为销售基金的互联网渠道。”老揭说。

从卖方销售走向买方投顾

整改期限将至，有被吸纳意愿的头部基金大V基本已被机构“分食”完毕。从结果来看，一举拿下“银行螺丝钉”的东方财富以及接手多只组合的华宝证券等机构在这一阶段抢得先手，可谓流量、客源双丰收。

不过，陈然认为，原本因看好基金大V而选择跟投的粉丝，在转换后能否继续买账，取决于机构的后续服务。即使在短期获得了大量客源，若后续的投顾服务并未跟上，机构很难留住客户。长期来看，还有包括信息披露、服务体系、人员激励机制等诸多问题摆在投顾机构面前。

除了带来大量客源以外，在投顾方面表现出极强号召力的基金大V，会否为投顾机构带来一些“人情味”？一家基金的投顾子公司负责人刘昌明表示，得益于之前长期的客户陪伴经验，基金大V进入投顾行业后，能够给“顾”的部分提供更多更新的思路和改善建议。比如从直播、日常陪伴文章等方面，机构会向他们吸取经验，进一步丰富内容，让客户能够享受多元化服务。“专业的基金投顾试点机构拥有庞大的投研力量，可以促进大V的成长。‘大V+机构’模式在推进投顾组合策略优化升级的同时，也改善了投顾的陪伴服务。”刘昌明说。

与海外投顾行业相比，国内基金投顾行业还有很大发展空间。美国投资公司协会(ICI)发布的报告显示，2021年，除退休计划外，75%以上美国家庭都使用专业投顾渠道购买基金，使用基金公司直销或基金超市等非顾问渠道购买基金的家庭并不占多数。

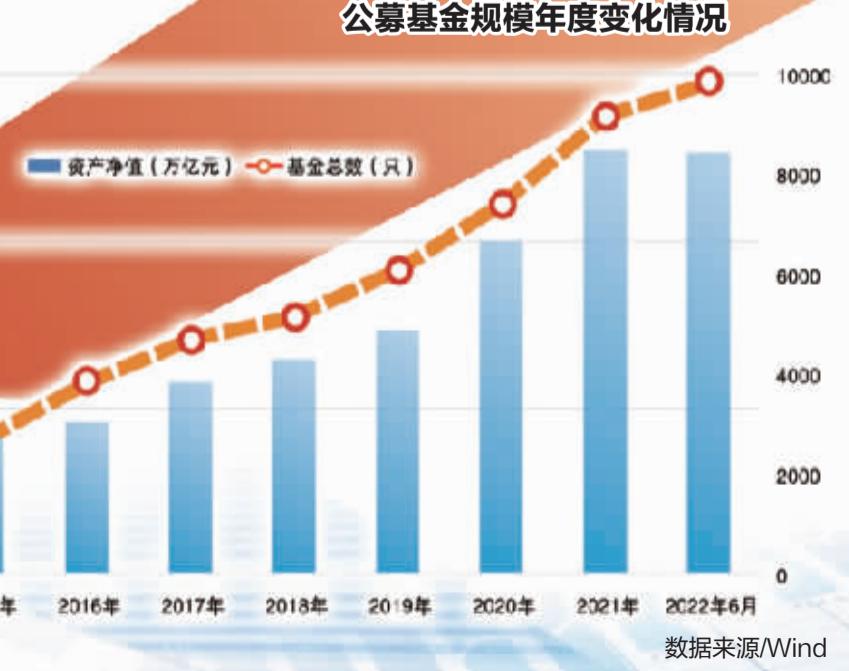
我国的基金销售渠道亟需从卖方销售向买方投顾转型。当前，以规模进行评价，而非以给客户带来的实际价值作为评价标准，导致部分基金销售机构过于重营销。理财魔方CEO袁雨来表示，卖方销售往往以规模为目标，顺应人性弱点做销售；并且同质化推广，不重视客户个体差异，颗粒度非常粗，忽视了客户本身对于金融市场的风险和波动认知的不准确，以及资金期限规划的差异性。

要让投顾在基金销售中发挥更强的作用，业内人士建议，要用买方投顾的思维对基金销售机构进行组织重构。盈米基金副总裁、目标业务负责人林杰才强调，对于存量业务已经很大的销售机构，首先需要改进的问题在内不在外，包括与客户关系的重新定义、利益冲突机制的构建，这些都是需要比较长的时间去解决和持续改善的。

对于从卖方销售转型为买方投顾的机构，林杰才表示：“如果无法对基金销售业务全盘改造，建议将投顾业务尽量与传统业务进行隔离，并重新构建一套独立的组织体系，避免被传统业务吞噬。因为买方思维的转型仅靠个人是很难做到的，必须依靠组织层面的变革。”



公募基金规模年度变化情况



视觉中国图片