

短视频“刷刷刷” 投资者“冲冲冲” 流量出大招 行业怎么接

□本报记者 张舒琳



视觉中国图片

“倒数3、2、1，直播间的老粉，快冲那个服务器龙头股！”“牛市来了，这些基金别错过！”

9月下旬以来，随着A股市场一波行情快速启动，类似的情形频繁上演：各类论股短视频、直播、“种草”帖如同病毒传播，迅猛流传，迅速推动市场成交放大，势能之快令人瞠目结舌。有人戏称，这轮行情为“短视频牛”。

近日，股票、基金相关投资话题在抖音、小红书、微博等社交媒体平台爆发。网红博主号召力远超传统金融机构，甚至出现了直播间同时涌入数万人、单场直播点击接近百万的情形，被博主推荐的小市值品种应声暴涨。与此同时，会员费、付费课带来的可观收益，让一些“大V”及背后的第三方投顾机构赚得盆满钵满。

“这轮行情，得抖音者‘得天下’。”多位机构人士感叹，强大的情绪传导效应，让利好和利空消息被瞬间放大，资金快速抢跑。“妖股”频出的行情甚至倒逼机构思考是否应该跟随散户定价，有人调侃说：“首席报告没人看，大V带货全民欢，个股估值已失效，抖音帮忙来定价。”

越来越多的传统金融机构已意识到占领互联网渠道的重要性。例如，在近期的“开户大战”中，抖音、小红书成为吸引投资者开户的重要引流渠道。随着新的互联网生态席卷投资圈，金融“正规军”也在探索如何出招，方能占领投资者的心智。

“得短视频者得天下”

“关注了很久的基金博主账号被封了，后来发现，他又换了一个平台开设小号。”

在抖音集中查处一批违规账号后，不少投资者发现，此前跟随的博主突然“无影无踪”。近日，抖音安全中心相关负责人表示，重点处置、严厉打击各类非法证券活动，对发现的违规内容和账号将采取包含封禁直播权限、内容下架、资料重置、账号禁言在内的手段进行处置。

不容忽视的是，在9月24日以来的市场持续高换手成交背后，网红博主展现出极强的号召力和煽动性，千万粉丝大V的流量可以轻松将一只小盘股拉升涨停。

从传播数据来看，一位已被抖音封号的知名大V“小韩厂涨”，此前一场直播同时在线的人数超过8万，点赞数量超过98.6万。据某第三方平台数据统计，不少粉丝数量在百万以上的头部大V，平均每场直播观看数量可达到50万级别。

另一位近日被封号的知名网红“爱在深秋”，因为言辞大胆而走红。尤其是9月下旬A股走牛后，他关于“爱在深秋”的言辞在社交媒体广泛传播，被粉丝称为“上海爷叔”。其注册账号后，短短数日粉丝数量就增长至近50万。

社交媒体的火热情绪也传导到了基金圈，在抖音、小红书等平台上，类似“90后小白勇当基民，挑战年底翻倍”“挑战30万变60万的第十天”“定个小目标，先赚个1000万”等帖子层出不穷，直接让“晒单”，让这类博主吸引了很多粉丝关注。

其中，跟踪指数的ETF等工具化产品更是成为社交媒体“带货”的突破口，被各路大V热捧。相关“种草”帖子热度居高不下，例如，一篇“10月8日抄底的正确方式就是ETF”的阅读数量达到十万级，还有博主发布“新手小白不会买股票，又不想错过大牛市，这些板块ETF千万别错过”相关内容，推荐的名单被广为收藏，“90%的人靠这三只ETF就够了”等帖子走红网络。

荐股、荐基的火爆流量，让大V及背后的第三方投顾公司赚得盆满钵满。以一名80万粉丝

的抖音大V为例，其付费会员群最新人数达到近1900人，每人每月会员费超过1400元，一个月会员费收入就超过260万元。三方投顾公司业务则更加火爆。以国金计算机团队统计的某头部智能投顾公司为例，这家公司在10月8日至11月1日新增用户超过27000人，新增订单超过7.4亿元（未剔除退费订单）。截至11月8日，该公司9月24日以来的股价涨幅已超过200%。

资金“抢跑”放大短期波动

在短视频、直播间，一声声“振臂高呼”的“喊票效应”带动下，一些投资者逐渐迷失了自我，批量传播的同质化信息将拥有相似观点的投资者聚集在同一网络空间，“信息茧房”效应又进一步加剧。以至于在某社交媒体平台，甚至发生了大批投资者自发接力，打响某只人气股“股价保卫战”的现象级事件。

中国证券报记者关注到，某只在抖音上走红的人气股，近期多次登上龙虎榜，知名散户群体“拉萨天团”频繁现身。10月16日至10月31日的12个交易日，该人气股出现10个涨停板。11月1日，该公司发布公告称，截至10月31日，近30个交易日日内收盘价格涨幅偏离度累计达到200%，属于股票交易严重异常波动情形，提示投资者注意投资风险。当日，这只股票应声跌停。然而，就在当晚，投资者打响了“股价保卫战”，大量投资者通过群聊号召看好该股票的散户“抱团”，共同维护股价。大量散户“接龙”宣誓下一个交易日不会卖出，还会继续加仓。相关视频在抖音上迅速走红，引来大量的点赞和评论。

“这只股票近期涌入大量资金，除了游资外，还有不少散户从抖音和小红书等渠道而来，这些散户并不懂股票，用‘炒币’的方法来炒股，不讲逻辑的打法让一些从业人员也很苦恼。”一位渠道人士表示。

火热的情绪在社交媒体放大镜作用下，潜移默化地影响着市场交易行为。不仅是一些私募量化机构表示策略因此受到干扰，甚至还有一些机构思考是否应该跟随散户定价。一位私募基金经理表示：“散户情绪成为重要的观察变量，原先的量化模型出现了短暂失效，我们还需要进一步关注舆情方面的因子。”还有主观

基金经理表示，除了听卖方路演，还要关注抖音等直播间的大V分析，寻找短期交易机会。

更重要的是，短视频信息的病毒式传播，让市场情绪瞬间被放大，与之相对应的是，一致预期快速形成所带来的资金“抢跑”与短期波动的放大。上述私募基金经理表示：“市场很快就对某种预期形成一致看法，一个逻辑在很快的时间内就被充分交易，尽管机构仍然是主导力量，但当最活跃的市场资金聚焦在快速获得回报上，就会显著放大市场的短期波动。”

从成交量来看，9月18日至10月8日，上证指数从2700点到一度站上3600点，仅用了短短10个交易日，就完成了30%的涨幅。10月8日当天，开盘仅20分钟，A股成交额突破万亿，全天成交额高达3.48万亿元，创下历史新高。

上市基金方面，资金短线进出也明显放大。国庆假期之后的一周，A股ETF资金净流入高达1500亿元，但在此后市场调整之际，某周又出现数百亿元的净流出。据业内人士观察，近期A股ETF资金流动呈现“大开大合”态势，其中就有大量散户资金的参与。

上海橘淙金融信息服务有限公司总经理王文清表示，在一些不成熟散户的证券投资决策过程中，外界信息影响具有显著的作用力，以“迎合”为核心算法的短视频内容推送可以起到显而易见的强化既有认知和预期的作用，虽然总体上不会决定市场的涨跌，但会加快行情的演化过程和速度，形成聚集和放大的效应，对部分个股短期走势的影响不可忽视。从投资者保护的角度出发，对于短视频平台有关股票、基金等内容的审核和推送应该进一步规范，避免股市“黑嘴”和“非法投顾”利用短视频平台兴风作浪。同时，也应该在进一步研究短视频平台算法推送传播对市场的放大效应后，采取相应规范措施。

琢磨基金总经理火焱表示，在这一轮政策推动、情绪复苏、快速回暖的市场行情中，确实发生了与以往牛市截然不同的变化，短视频平台一定程度上对于市场走势起到了推波助澜的作用。短视频内容的吸睛效应和本身极强的传播效应，助推一致判断和资金涌动的速度远超以往，短期内便可形成投资者抱团，推动市场情绪和相应标的股价上涨。

从流量抢夺到“占领心智”

在监管重锤落地、相关平台迅速处置后，短视频荐股的“狂欢”暂时落下帷幕。但这类现象级传播事件，让业内人士不得不冷静思考：对比互联网草根网红的“带货”能力，券商、基金公司、代销渠道等传统的金融正规军到底应该怎样走进用户的“内心”？

一位券商人士感叹说，“我们平常做一场直播，要严谨地准备上万字的研究内容，从宏观分析到行业研究娓娓道来。平常一场直播，同时上千人在线就已经很不错了，相比大V轻轻松松几十万的流量简直就是‘毛毛雨’。原因或许在于，我们的内容还不够接地气，简单说就是没有‘说人话’。”此外，形成鲜明对比的是，一篇卖方研报阅读数量不过几千，而大V的一篇帖子、一条评论却可以在社交媒体平台上轻松获得数十万点击。

越来越多机构正在重新认识互联网渠道。例如，在十月以来的“开户大战”中，部分券商网金部门对引流开户发挥了重要作用，抖音、小红书账号成为重要的引流入口。随着新的互联网生态席卷投资圈，金融正规军需要更加积极应对。

火焱认为，短视频等新型传播形式对于金融机构业务发展的影响不可小觑，成为各家机构触达新客户、维系老客户的重要工具。在此背景下，金融正规军更应顺势而为，组建专业团队，把握新工具所带来的新机会，积极提升线上服务能力、优化线上使用体验、拓展线上服务范围。

王文清表示，基金公司、券商和第三方基金销售平台发力自媒体平台，特别是培养和借助细分领域专业大V的传播力和信任度进行投资者教育并推销基金产品，具有广阔的前景。通过群众喜闻乐见、平实易懂、专业可信的内容传播是实现销售目标的重要途径，特别是随着ETF等指数基金产品的崛起和普及，基金和大众的连接更为紧密，基金投资的大众参与度将变得更高。这将推动基金公司和相关渠道在传播方面进一步走“群众路线”，并加大对社交媒体平台内容建设的投入力度。