

“抄作业买基”火爆出圈

# 流量为王时代:是金矿还是陷阱?

□本报记者 张舒琳

“我每天收盘前都会刷一刷实盘榜单,看看大V加仓了哪只基金,再决定自己的操作。”90后基民李祺对中国证券报记者表示,她习惯了在交易日打开支付宝的理财页面,切换到“看高手战绩”板块,基金实盘排行榜上的投资者实盘动态、收益率曲线一目了然。

像李祺这样的投资者不在少数,今年以来,大V基金实盘彻底火了。在小红书等社交媒体上,投资者每日追更实盘博主的最新动态,“围观千万大佬和榜一大哥今天买了啥”“时隔78天,这位基金大佬又回来了,加仓20万高端装备”等内容极为火爆。不少投资者每天观察实盘博主的操作,整理当天的买入卖出行为以及收益率,作为买基金的参考。



视觉中国图片

## 千万级组合被“围观”

今年以来,基金实盘在蚂蚁财富、天天基金、京东金融等代销平台持续火爆出圈,成为重要流量入口。从普通投资者到基金大V,再到专业的基金经理,纷纷开通实盘分享投资组合,基民关注及“跟买”热情高涨。

以支付宝上的蚂蚁财富理财专区实盘榜为例,平台通过算法筛选出表现活跃、收益较高的实盘用户,按照收益金额、收益率等维度排行,公开展示其基金持仓金额、持仓收益及每一笔具体的

交易记录。基民可以一键追踪实盘“大佬”每日的买卖操作,并能够追溯其历史调仓轨迹。透明的展示方式,极大地方便了普通投资者尤其是新手学习买基金,也让“抄实盘作业”成为一种时尚。

实盘抓人眼球的,当属用户晒出来的动辄百万、千万的资金规模和亮眼的收益数字。例如,蚂蚁财富上展示的实盘收益排行榜显示,近一个月以来收益金额最高的用户“杭州吕布”,收益超过320万,收益率超14%;还有不少近一

个月以来收益超过百万元的用户。投资者晒出来的基金持仓金额最高超过9000万元,今年以来持仓收益最高接近千万元。

目前,蚂蚁财富的“盘友圈”排行榜进一步丰富为“收益总榜”“热点捕手”“低估值掘金人”“跨市场全球操盘手”“狠扎单一赛道的赛道坚守者”“抓趋势做波段的趋势追踪者”“稳健赚钱人”“均衡配置家”“新手导师”等细分榜单。

进攻性较强的行业主题基金是实盘圈用户

加仓的热门标的。据牛投邦统计的蚂蚁财富品牌矩阵营销数据,实盘榜买入较多的产品中,前海开源沪港深核心资源混合、东方人工智能主题混合、天弘上海金ETF发起联接、易方达恒生科技ETF联接、南方中证全指证券公司ETF联接、中航机遇领航混合发起、永赢先进制造智选混合发起、德邦鑫星价值灵活配置混合等产品排名居前,部分产品在实盘圈的月交易额甚至超过千万元。

## 基金经理实盘成投教利器

基金实盘的风潮始于2023年,部分基金经理开始在蚂蚁财富公开实盘投资情况,投资者关注基金经理的生活号,即可看到基金账户的投资金额、持仓产品以及收益等信息。天天基金、京东肯特瑞等平台也陆续上线了实盘展示功能。

对于基金公司而言,基金经理实盘已成为开展投教工作的利器。“公司的新任基金经理每天定投2万,已经定投了1个月了。我们主要是为了引导投资者做定投,此前虽然一直鼓励大家做定投,但仅停留在口头教育,效果并不理

想,现在基金经理公开展示定投操作,引导效果更好。”一家基金公司电商负责人王励(化名)向中国证券报记者表示,“以前大家诟病‘基民亏钱基金经理挣钱’的问题,现在基金经理开通实盘后,和投资者之间的黏性明显更足、信任感更强。本质上这是基金经理的自购行为,投资者可能会觉得,既然基金经理真金白银买了,一定会好好做业绩,更能与投资者利益共享、风险共担。”

从专业人士的实践来看,实盘组合以极低

的理解门槛和容易复制的操作路径,引导“小白”投资者学习基金投资,客观上起到了投资者陪伴的作用。天相投顾基金评价中心表示,基金经理晒出在管产品的实盘持仓及收益,向投资者表达基金经理用实际行动看好自己在管产品,与投资者利益一致,有利于更好地建立信任关系。同时,基金经理持续解读市场、回复投资者关切的问题,提供投资陪伴服务,有利于带动投资者申购产品,并持有较长时间。此外,基金经理的申赎行为能向投资者传递出其对在管产

品目前估值的看法,可引导投资者逆向投资、低买高卖。

“专业投资者的实盘投资非常受认可,比如有位从业超过二十年,拥有FOF管理经验,在基金评价机构和券商研究所都工作过的投资者,经常自发分享对市场的看法,实盘收益非常亮眼,他目前的粉丝量已超过60万。并且,由于他的调仓频率很低,每次调仓都会成为热门话题,吸引不少人跟投。”华北一家基金公司的市场营销总监表示。

## 部分实盘异化成营销工具

然而,在商业利益的推动下,部分实盘日益成为商业机构变现的流量法宝,原本纯粹的分享也就变味成了新型营销工具。“除了专业的机构人士外,一些并无从业资格的实盘博主,看似是分享自己的投资操作,实际上是为基金打广告,通过公开文章表示看好某只产品并买入,从而帮基金带货。这一商业模式,让部分基金实盘成为擦边的营销工具。”一位业内人士一针见血地说。

更有甚者,部分实盘背后是专业操盘团队的商业化运营。一位知名的投顾经理人透露:“有些平台的大V,现在是MCN公司在运营,MCN手握千万资金,起几十个号,每个号用几

十万实盘全仓‘梭哈’一个方向,押对了就接广告变现。”

该投顾经理人曾公开在其微信公众号上批评:“某基金大V十年前就做过基金组合,策略主打极致押赛道,做行业轮动,几年下来业绩连沪深300指数都没跑赢,更被同期偏股基金指数碾压。如今他还在晒截图自称靠买ETF暴富,这怎么还有人信?”

值得注意的是,业内人士认为,这种带货模式暗藏多重隐患。“展示实盘本身无可厚非,但软广告带货就具有很强的引导性了。普通投资者意识到那是广告,不知道有带货行为,还以为是大V们真正看好的基金。”一位第三方基金

代销平台市场部人士表示,“此外,实盘组合仅突出展示了高收益,并没有充分体现其风险特征。且展示的数据为短期收益,如近一周、近一个月、近一年的收益,短期表现好可能来自于押注某些赛道,投资者容易忽略背后存在的大幅回撤风险。”

营销大军进入,导致了实盘榜单的失真,在这一商业模式里,投资者的信任被明码标价。王励向中国证券报记者展示了一份中介机构提供的大V实盘广告报价,以每次加仓5000元为例,报价在1000元至7000元之间不等,取决于大V的粉丝量和产品类型。另一中介机构的报价显示,粉丝量5万以上的大V,以一次加仓

5000元或10000元为例,报价在2000元到5000元不等。

“不同粉丝量的大V的报价不一样,而且根据市场行情浮动,市场好时可能还会涨价。并且,一些中介机构也在孵化大V,教大家怎么做账号。”王励表示。在今年科技股领涨的行情下,大V们“挑品”普遍倾向于半导体、机器人等紧追热点、弹性大的赛道类基金,部分产品频繁出现在众多大V的实盘中。

从吸金效果来看,大V的影响力不容小觑,上述市场营销总监表示,大V的带货能力不输中小渠道,粉丝量达到数十万的大V更甚,头部大V甚至能带来亿元级别的基金销量。

## 合规风险值得警惕

在业内人士看来,这一商业模式背后的合规风险值得警惕。2021年,监管方面下发的《关于规范基金投资建议活动的通知》明确表示,提供基金投资组合策略建议活动为基金投资顾问业务,应当遵守《关于做好公开募集证券投资基金管理投资顾问业务试点工作的通知》关于基金投资顾问业务

资格管理、行为规范等有关要求。管理型基金投资顾问业务与非管理型基金投资顾问业务是基金投资顾问业务的两种形态,均应遵守上述规则。通知发布后,多家基金销售机构迅速暂停实盘组合一键跟投功能。

DV用基金实盘打广告的带货行为,

或存在合规风险。“如果涉及带货或者以带货为真实目的,实际上属于金融证券产品投顾或销售行为,需要有相应的投顾或者基金销售资质,否则是违规的。”一家金融信息服务公司总经理对中国证券报记者表示。

除了合规风险,这种模式也对基金投资生

态造成了负面影响。不少投资者将大V实盘视为投资捷径,跟风操作成为常态,在业内人士看来,这不利于塑造健康的基金投资生态。“实盘带货将复杂的投资简化成了抄作业式的简单任务,传递出‘你不需要懂,跟着我买就行’的观念,这与基金行业想要达成的投教目标是背道而驰的。”王励表示。