

# 扩容在即，基金投顾业务再思辨

平安证券研究所基金研究团队

徐勉 S1060520030001（证券投资咨询）xumian102@pingan.com.cn

贾志 S1060520010002（证券投资咨询）jjazhi718@pingan.com.cn

2021年5月8日

- **基金投顾定位再思辨。** 1) 基金投顾的核心是从客户出发，改善客户的体验问题。2) 收费模式上，国内公募基金以管理费为主，费率随着策略风险的下降而递减，而美国管理费率是随着规模增加而递减。3) 投顾的业务架构，需要投资、研究、产品、投顾、市场、渠道、运营、科技、合规等人员。4) 基金投顾的评价上，一是关注客户盈利比例、留存率和复投率，二是关注客户数量、管理规模和投顾收入的持续提高。5) 基金投顾机构和基金销售机构的投顾合作模式分一对一模式和平台模式，前景广阔。6) 基金投顾在美国以人工投顾为主，智能投顾为辅；国内目前以智能投顾为主，人工投顾为辅。7) 科技将有助于基金投顾实现“小客户大服务”和“千人千面”。
- **再议“投”和“顾”。** 1) 投：公募和券商基金投顾试点机构中，高收益组合受欢迎；银行代销平台稳健策略更受欢迎；策略的创新包括目标盈、打新策略、策略定投、高净值用户定制、基于场景的策略等。2) 顾：从美国的经验看，基金投顾的成功，关键在“顾”；“顾”能够带来年化3%的alpha收益；从国内实践看，三分投，七分顾的理念被投顾机构提起。
- **探讨基金投顾对基金公司的影响。** 1) 基金投顾将直接驱动公募基金的直销，并且反哺投研，对公募行业意义重大。2) 相比公募FOF，基金投顾在业务本质、商业模式、客户体验、信息披露上差异大，具有独特优势。3) 在销售环节，基金投顾相比传统基金销售，在销售逻辑、服务流程、服务内容、团队组成、绩效考核、销售话术等各方面更有优势。
- **风险提示：** 1) 本报告是基于基金投顾业务发展过程中的客观分析，不代表未来发展趋势。2) 基金投顾业务的发展受到多方面影响，业务进程可能存在波动。3) 报告中涉及到投顾策略类型和名称，均不构成投资建议。



# CONTENT 目录

- ① 基金投顾定位再思辨
- ② 再议“投”和“顾”
- ③ 探讨基金投顾对基金公司的影响
- ④ 风险提示

## 监管角度

- 新的业务模式，给财富管理转型提供了一种全新的商业模式。
- 优化市场的投资者结构，促进去散户化。
- 提升投资者对资管机构的信任，促进行业端正文化理念。

## 投资者角度

- 改善行业问题：“基金赚钱，基民不赚钱”。
- 改善投资者的用户体验，改善重新发轻持营。

## 资管机构角度

- 一种真正的“买方投顾”业务模式。
- 财富管理转型的新抓手，商业模式上的新突破：全权委托、收取投顾费。
- 影响公募基金的传统销售模式。

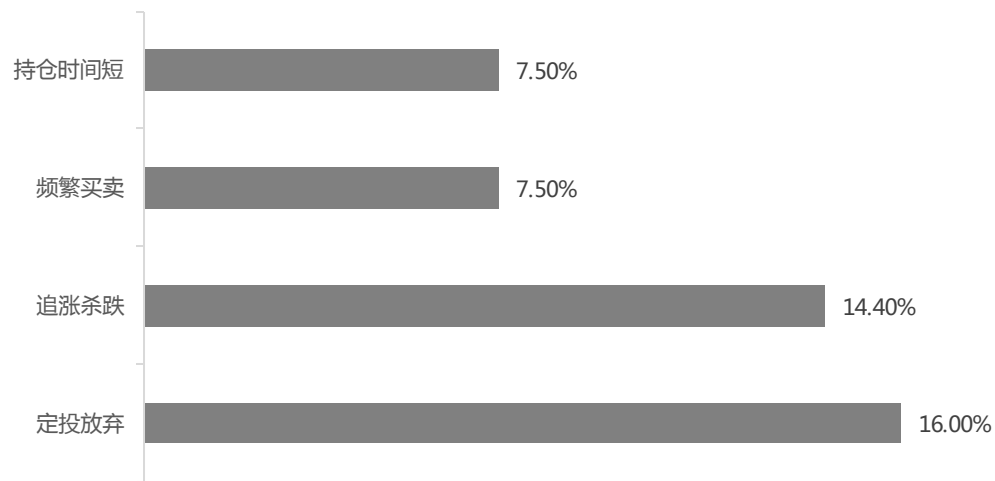
## 1.2 基金投顾的核心目标是帮助投资者实现保值增值

- 从支付宝的数据和景顺长城基金的数据来看，投资者普遍不赚钱，并且不赚钱的原因主要是：持有时间过短、追涨杀跌、频繁买卖等。
- 作为真正的“买方投顾”，基金投顾的核心需要从投资专业性和信任服务两方面，去解决客户的核心诉求。

刘彦春两只产品的客户收益占比(截至2021/3/31)

	景顺长城集英成长 (2年封闭式运作)	景顺长城绩优成长 (开放式运作)
成立日期	2019.04.16	2019.07.02
成立以来收益率	97.62%	95.06%
认购持有人盈亏情况	全部获得97.62%收益	67.83%的用户收益<25% 16.21%的用户, 25%≤收益<75% 15.96%的用户, 75%≤收益<150%

支付宝-易方达蓝筹-亏5%以上用户的行为特征分析



基金经理	基金代码	基金简称	任职日期	任职以来回报(%)	近1年回报(%)	近1年用户盈利占比	近1年用户亏损占比
张坤	110011	易方达中小盘	2012-09-28	709.90	76.51	42.60%	57.40%
	005827	易方达蓝筹精选	2018-09-05	201.75	90.61	31.70%	68.30%
刘彦春	162605	景顺长城鼎益	2015-07-10	388.53	93.48	60.40%	39.60%
	260108	景顺长城新兴成长	2015-04-09	294.85	84.41	63.50%	36.50%
刘格菘	005911	广发双擎升级A	2018-11-02	267.44	44.38	80.60%	19.40%
	002939	广发创新升级	2017-07-05	216.11	51.28	68.80%	31.20%
董承非	163402	兴全趋势投资	2013-10-28	338.83	38.45	65.30%	34.70%
	001511	兴全新视野	2015-07-01	98.55	23.95	71.80%	28.20%
谢治宇	163406	兴全合润	2013-01-29	743.92	72.76	68.50%	31.50%
	163417	兴全合宜A	2018-01-23	107.76	76.32	59.40%	40.60%
葛兰	003095	中欧医疗健康A	2016-09-29	304.35	73.05	73.10%	26.90%
	006228	中欧医疗创新A	2019-02-28	179.83	70.98	69.90%	30.10%
曲扬	001875	前海开源沪港深优势精选A	2016-04-19	350.80	77.33	27.50%	72.50%
	005453	前海开源医疗健康A	2018-01-19	197.76	86.04	79.20%	20.80%
萧楠	110022	易方达消费行业	2012-09-28	547.33	79.29	74.00%	26.00%
	009265	易方达消费精选	2020-04-13	39.70	39.84	64.90%	35.10%
胡昕炜	000083	汇添富消费行业	2016-04-08	310.32	77.35	66.00%	34.00%
	006408	汇添富消费升级	2018-12-21	171.29	75.27	73.10%	26.90%
冯波	110015	易方达行业领先	2010-01-01	350.42	73.76	35.70%	64.30%
	009825	易方达蓝筹精选	2018-07-04	201.91	82.10	37.20%	62.80%

“慧博资讯”专业的投资研究大数据分享平台

## 1.3 基金投顾，有实现投资者诉求的成功经历

- 美国的成功经验：除退休计划外，美国投资者最主要的公募基金投资方式是基金投顾模式，依靠专业管理人进行投资已经成为美国最主流的财富管理模式。
- 国内试点一年的成绩单：五家公募基金的数据表明，客户赚钱效应明显（盈利占比77%以上），客户对机构的信任度高（留存率80%以上，复投率60%以上），均远高于传统的基金销售模式。

### 公募试点机构开展业务一周年的相关数据

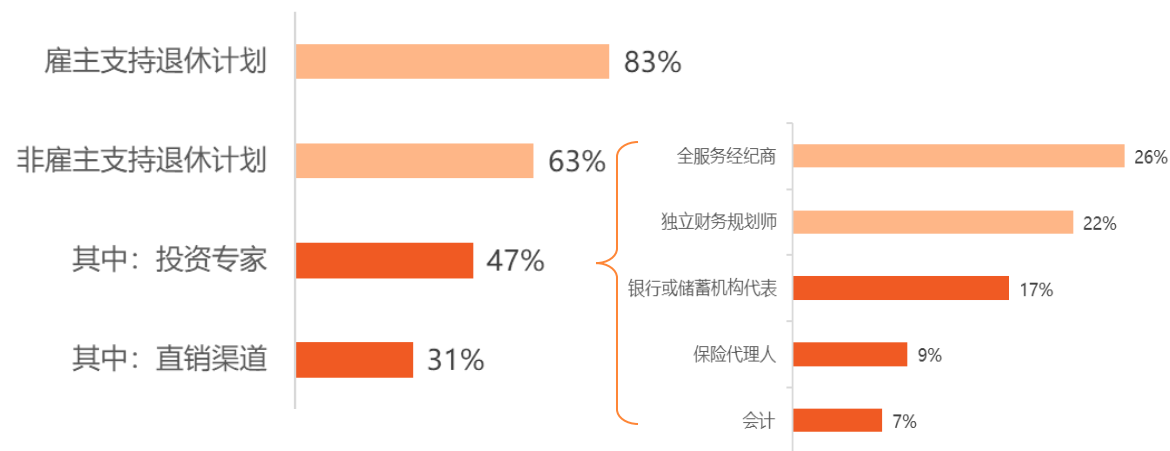
机构	客户盈利占比 (%)	客户复投率 (%)	留存率(%)
中欧	93.06	75.60	-
易方达	94.00	63.00	96.00
华夏	-	83.00	83.00
南方	90.00	71.00	80.00
嘉实	77.00	86.60	-

备注：各家数据的公布日期不同，计算口径也有不同，互相之间不具有可比性。

“慧博资讯”专业的基金研究大数据分享平台

资料来源：基金公司公众号，平安证券  
点击进入 <http://www.hibor.com.cn>

### 投顾模式已经成为美国最主流的公募基金渠道



资料来源：ICI，平安证券研究所；数据统计为2020年度

## 基金投顾业务的收费模式

- 美国经验：1) 四种最主要的收费模式：管理费（95%）、固定费用（45%）、绩效收费（37%）、小时计费（30%）。2) 管理费是最主流模式。3) 智能投顾的费率极低，人工投顾的费率随着管理规模等增加而递减。
- 国内实践：1) 主要采取管理费；2) 费率随着策略风险的下降而递减，和金额无关；3) 券商的费率普遍高于公募和三方。

### 最近三年美国投顾业务的收费模式

收费模式	2018		2019		2020	
	公司数	占比(%)	公司数	占比(%)	公司数	占比(%)
按资产规模的百分比	11986	95.30%	12403	95.50%	12873	95.40%
按小时计费	3647	29.00%	3840	29.60%	4053	30.00%
订阅费	118	0.90%	118	0.90%	133	1.00%
固定费用	5445	43.30%	5723	44.00%	6053	44.90%
佣金	459	3.60%	420	3.20%	408	3.00%
绩效收费	4704	37.40%	4823	37.10%	4943	36.60%
其他	1830	14.50%	1856	14.30%	1924	14.30%

“慧博资讯”专业的投资研究大数据分享平台

备注：每年统计的投顾公司数不同，其中2020年纳入分析的有13,494家公司。并且一家投顾会多种收费模式并存。

资料来源：WATP平台证券研究所数据统计，2020年11月

### 当前国内投顾的收费

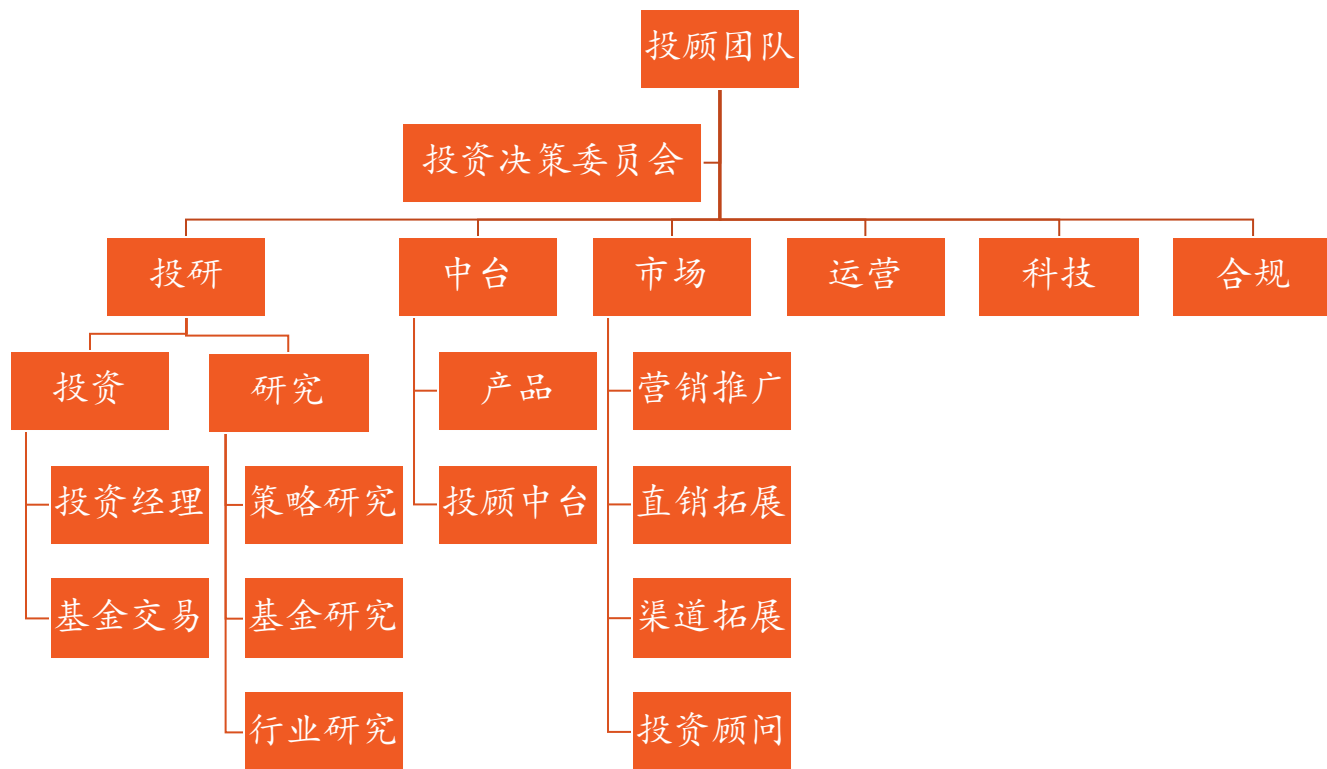
类型	公司	收费形式
基金公司	嘉实	两种模式：年费，118元/年；管理费从0.2%-1%之间
	南方、中欧、华夏、易方达	管理费，费率按照风险不同，0.15%-0.75%之间
三方销售	蚂蚁-帮你投	管理费，所有组合的费率都是0.5%
	蚂蚁-投顾管家	管理费，费率按照风险不同，0.2%-0.5%之间
	腾讯-一起投	管理费，费率按照风险不同，0.2%-0.75%之间
券商	国联、申万、国君、银河、中金	管理费，费率按照风险不同，0.2%-1.2%之间

### 美国头部投顾机构的收费

公司	业务模式	收费形式
Vanguard	VDAS-智能投顾	管理费，5000美元门槛，费率0.15%
	VPAS-人机结合	管理费，5万美金门槛，费率0.3%，规模越大，费率越低。
Fidelity	Fidelity Go-智能投顾	管理费，费率0.35%
	个性规划和建议-人机结合	管理费，2.5万美金门槛，费率0.5%
	财富管理（含私人）-人工投顾	管理费，有门槛，费率随着规模增加而递减，范围0.5-1.5%。
Charles Schwab	Intelligent Portfolios-智能投顾	5000美元门槛，无费率
	Intelligent Portfolios Premium-人机结合	2.5万美金门槛，一次性费用300美元，和30美元/月咨询费
	财富管理（含私人）-人工投顾	管理费，门槛不等，费率随着资产规模递增而可减少，最高0.8%
Wealthfront	智能投顾	管理费，门槛500美元，费率0.25%

## 1.5 基金投顾业务的完整组织架构和初期实践

### 完整的基金投顾业务组织架构



### 初期实践总结：

- 整体覆盖投资、研究、产品、投顾、市场、渠道、运营、科技、合规等各种职能和专业人员。
- 以线下业务为主的券商和银行，在营业网点上涉及到投顾和销售两种角色。
- 以投顾策略输出为主的基金公司，重点考虑渠道推广和投顾中台。
- 如果要加快业务推进速度，则需要充分利用公司现有的各种成熟资源和人员。
- 基金公司要充分突出投研优势。比如南方基金采取了投顾业务投决会 + 两大投研部门（FOF 投资部 + 宏观策略部）的投研机制，融合公司整体投研资源。



## 1.6 要以全新的视角来考核和评价基金投顾业务

### 投资者方向 评价

- ✓ 客户盈利比例
- ✓ 客户留存率
- ✓ 客户复投率
- ✗ 申购赎回费
- ✗ 管理费率高低



### 投顾机构方向 评价

- ✓ 服务客户数量持续提高
- ✓ 投顾所管规模持续上升
- ✓ 投顾费收入持续增加
- ✗ 客户保有量
- ✗ 客户新增规模

### 意义

- 业务互补，解决了两个关键问题：一是部分机构有客户，但没有业务资格或者投研能力；二是部分持牌机构，有投研能力但没有客户群。

### 合作模式

- 一对一模式（1销售机构+1投顾），典型代表：杭州银行和国联证券联合推出的“神机营”基金投顾业务，20年11月推出，管理规模已达40亿元。
- 平台模式（1销售机构+N投顾），典型代表：天天基金推出的“投顾管家”品牌，集合了南方、华夏、中欧、易方达、嘉实、国联六家机构的投顾策略。

### 监管支持

- 在1年多的业务试点中，鼓励和支持合作模式的基金投顾，并开始建立合作模式的底层规范，比如3月的《基金投顾业务数据交换技术接口（征求意见稿）》将推动合作更高效。

### 未来发展

- 机遇：合作模式有助于推动投顾业务快速发展，随着更多不同禀赋机构的参与，基金投顾的商业模式、市场规模和市场影响力将快速提升。
- 挑战：投和顾是两个机构在实施，如何做到融合，还需要继续探索；同时整体交易成本（管理费和申赎费）较高。

## 1.8 智能投顾还在路上，科技赋能基金投顾

### 美国：人工为主，智能为辅

- 从人工投顾发展起来，并且智能投顾规模远小于人工投顾。截止2019年，Vanguard的总资管规模高达5.9万亿美元，而智能投顾规模只有1400亿（第二名Schwab的智能投顾规模为410亿）。
- 美国智能投顾的特点包括全线上、低成本、模型驱动、指数投资等。流程一般包括：1) 客户问卷调查；2) 匹配资产配置解决方案；3) 客户投资；4) 投资组合再平衡。

### 国内：智能为主，人工为辅

- 国内的基金投顾一开始就是线上化程度高，线下投顾为辅。
- 蚂蚁和Vanguard合作的“帮你投”，是典型的智能投顾模式。
- 其他机构的投顾，从流程和模式看可认为是人机结合的投顾模式。其中人工投顾参与较多的是券商和银行等有大量线下网点的机构。公募基金和三方销售以线上模式为主。

### 科技赋能：实现投顾业务的“小客户，大服务”和“千人千面”

- 投前：深入了解客户（KYC），客户画像、客户标签和客户行为管理等。
- 投中：扩大服务覆盖面，通过系统化的平台，将投顾过程充分线上化。
- 投后：解决投后服务的产能不足，实现投顾中台的逐渐系统化，实现对客户服务的个性化。

中短期来看，基金投顾业务将持续处于蓝海，试点机构将有望获取更大的发展红利。

### 市场

- 监管机构将在资格申请、业务指导、基础设施建设等方面，大力推动基金投顾业务的发展。
- 随着各类型具备不同禀赋的机构获批开展基金投顾，整体的业务形态将有望更多元化发展，市场会迅速进入激烈竞争期。

### 模式

- 直销模式、投顾和销售机构合作这两种模式都将蓬勃发展。
- 策略类型将更加丰富。
- 顾问服务的形态和内容会更完善，并成为改善投资者体验的重要突破口。

### 规模

- 依据基金投顾试点机构一年的发展速度，预计21年基金投顾总规模可以突破1000亿元，用户数超过500万。
- 头部投顾机构将会出现：会出现管理规模超300亿的投顾机构；单一策略的服务规模会超100亿元。

### 挑战

- 策略组合的同质化严重，如何在竞争中脱颖而出？
- 20年受益于市场行情，试点机构的策略组合均取得正收益。21年能否继续保持正收益或者保持较小的回撤，持续给客户好的体验？
- “顾”的服务内容还需要更加符合投资者需求。



# CONTENT 目录

- ◎ 基金投顾定位再思辨
- ◎ 再议“投”和“顾”
- ◎ 探讨基金投顾对基金公司的影响
- ◎ 风险提示

## “投”：策略有哪些？哪些策略更受欢迎？还有哪些创新？

活钱管理



稳健保值



长期增值

- 目标收益：年化2-3%
- 持有周期：1-3个月以上
- 特点：低风险，波动小；强流动性；货币+策略，货币基金为底仓，纯债基金增强。

- 目标收益：年化6%
- 持有周期：6-12个月以上
- 特点：固收+策略，按权益中枢不同分为跑赢通胀（中低风险）和股债平衡（中风险）。

- 目标收益：年化10%
- 持有周期：1-2年以上
- 特点：权益策略，按照权益不同分为追求增值（中高风险，权益80%）和追求高收益（高风险，权益90%）。

### 养老组合

- 按年龄分为不同组合，比如65后、70后，75后，80后，85后和90后。
- 策略原则：随着退休时间的临近，定期调整股和债的资产配置比例。

### 教育规划

- 一种是以目标计划需要的资金不同来提供策略，比如：国内培优（稳健策略，股占50%）、常青藤教育金（积极策略，股占65%）。
- 一种是以投资久期不同来提供策略，比如：萌娃成长（积极策略，股占65%）、少年起航（稳健策略，股占40%）。

- **更受欢迎的策略：**公募和券商的投顾中，追求高收益组合受欢迎；银行平台上线的投顾业务，稳健策略更受欢迎。

## 策略个数：多 VS 少

- 基金公司（券商）的策略，策略之间要收益和风险非常清晰，贵在精（共3-5个）而不在多。定位为投顾平台（比如腾讯、蚂蚁和天天），策略可多些，但也要做好优选。

## 公募基金投顾持仓：全市场 VS 自家

- 活钱管理，自家产品居多；稳健保值，部分自家产品，部分外部；长期增值，外部居多（其中中欧、嘉实都推出了自家明星产品为主的组合）。

## 策略调仓

- 按照合规要求，调仓不频繁（20年普遍在3-4次），不如FOF灵活有优势。20年偏权益组合的调仓，有几家机构体现出一定的择时效果。
- 春节后的回调，绝大多数机构没有进行调仓。

## 策略展示：关注哪些内容

- 策略取名：体现风险和收益特征，建议减少专业术语，通俗易懂。
- 策略的持仓配置：目前以基金类型进行持仓展示（没有穿透到组合的股、债资产配置）
- 策略收益：多数有历史收益曲线，收益数据全，但回撤数据少（仅南方、中欧提供）。

## 2.3 三分投，七分顾：基金投顾的成功，关键在“顾”

### 美国经验：

- 客户更换投顾的原因中，65%是服务，只有35%是业绩。
- 在顾问服务上，投资者更看重情感因素（占53%）。因此建立“信任关系”是核心中的核心。

### 国内实践：

- 投资者最关注投顾的品牌和业绩。中欧基金投顾一周年报告中，投研实力（占76%）和历史业绩（占74%）是投资者最看重的。
- 券商和银行的“顾”是线上和线下并重，这种模式更易建立“信任关系”，比如国联证券，在“顾”上实现了小客户，大服务的业务模式。
- 公募和三方销售，主要是线上服务，比如南方基

“慧博资讯”专业的基金研究大数据平台，提供全投资周期的陪伴服务，还提供

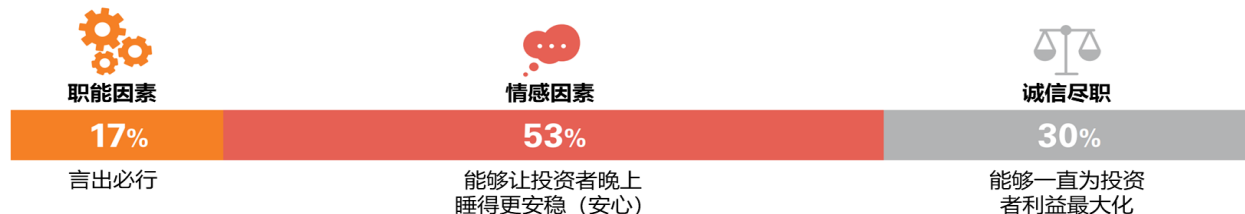
点击进入 <http://www.hibor.com.cn>

了投教、品牌宣传和活动推广等。

### 相比“投”，客户更看重“顾”的服务

更换投顾的原因	全部占比	大众富裕	高净值	超高净值
个人/服务层面因素	65%	64%	65%	70%
投顾忽视关系维护	19%	18%	22%	25%
推荐不具有前瞻性	18%	18%	17%	22%
有其他动机（推销特定证券）	16%	16%	17%	19%
投顾人员被更换	16%	16%	15%	5%
不能完全理解客户需求	10%	9%	13%	20%
有需求时无法联系到/不回电话	10%	10%	8%	10%
业绩/组合层面因素	39%	38%	41%	53%
导致亏损	18%	17%	19%	20%
市场低迷时表现不佳	12%	11%	13%	11%
表现不及指数	11%	11%	12%	20%
回报不及预期	10%	10%	10%	12%
当前投顾更换公司	23%	24%	20%	16%

### 投资者对投顾的信任因素



资料来源：Vanguard，平安证券研究所；数据统计为2017年度



## “顾”：除了构建“信任关系”外，还带来alpha

- **美国经验：**1) Vanguard投顾服务所带来的alpha，会有年化3%的收益增厚。其中“投资行为指导”的价值最大，达到150bp。行为指导主要包括投资纪律和指导两个方面。2) 投顾阿尔法的飞轮效应，将给投顾业务模式创造一个投资者和投顾共赢的良性循环。
- **国内投顾：**1) 大幅降低交易频率，节省交易成本。监管规定投顾的双边换手率不超过200%，国内基民平均持有周期才4个月左右。2) 有助于解决国内投资者追涨杀跌的问题。顾问服务可以在客户的持续投资心理建设，尤其是市场调整时的心理按摩等方面效果突出。

### ◎ Vanguard：投顾所带来的阿尔法价值分解

Vanguard投顾所带来的阿尔法	为客户带来的价值增量(bp)
通过分散化投资进行合理的大类资产配置	>0
投资成本优势，节省费率	34
资产再平衡	26
<b>投资行为指导</b>	<b>150</b>
税延账户和应税账户的资产配置	0-75
税延账户和应税账户的赎回策略	0-110
总收益策略和分红策略的差异	>0

“慧博资讯”专业的投资研究大数据分享平台

点击进入 <http://www.hibor.com.cn>  
资料来源：Vanguard，平安证券研究所

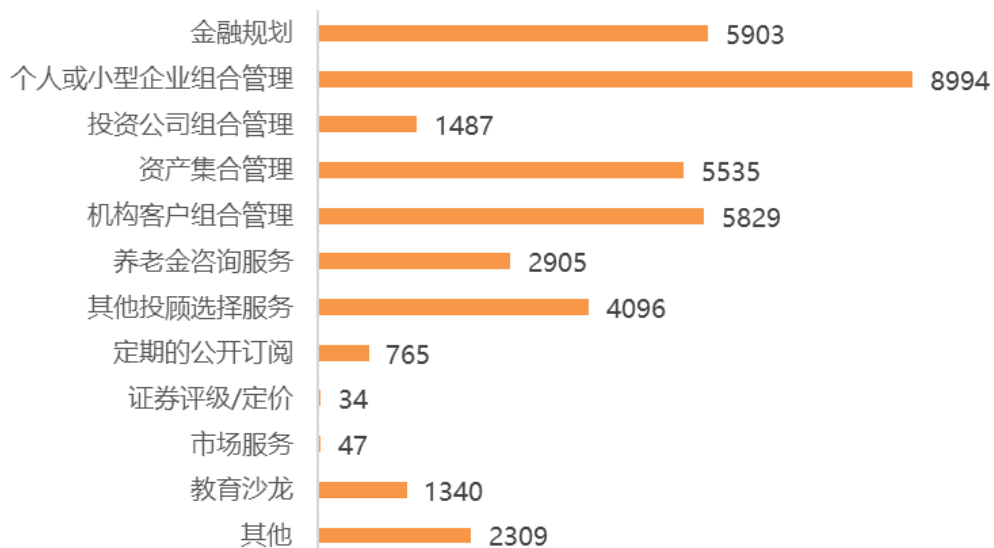
### ◎ Vanguard：投顾阿尔法的飞轮效应



## “顾”上有哪些做法，有哪些成功的经验？

- **美国经验：**1) 形式多样，包括金融规划、面向个人及小企业的资产组合管理、面向投资公司的资产组合管理、面向资产集合的资产组合管理、养老金咨询服务、投顾选择咨询服务等。2) 面向个人及各类机构客户的组合管理、金融规划、养老金咨询及投顾选择咨询是最主要的服务形式。

### ◎ 美国“顾”的类型多，线下形式为主



“慧博资讯”专业的投资研究大数据分享平台

备注：数量为从事该项业务的投顾公司数。

点击进入来源：SECW. 平安证券研究所；数据截止2021/4/5

- **国内实践：**1) 全生命周期客户陪伴：持仓月报季报、调仓说明、市场异动点评、市场投资策略、投教知识等。2) 更易传播的投后服务形态：短视频、直播、图文等各种媒介服务模式，并辅助丰富的各类媒体投放。3) 逐渐完善的线下服务：客户访谈交流，包括投顾方案选择、策略介绍、投教知识、情绪疏导等。

### ◎ 国内在“顾”上以线上为主

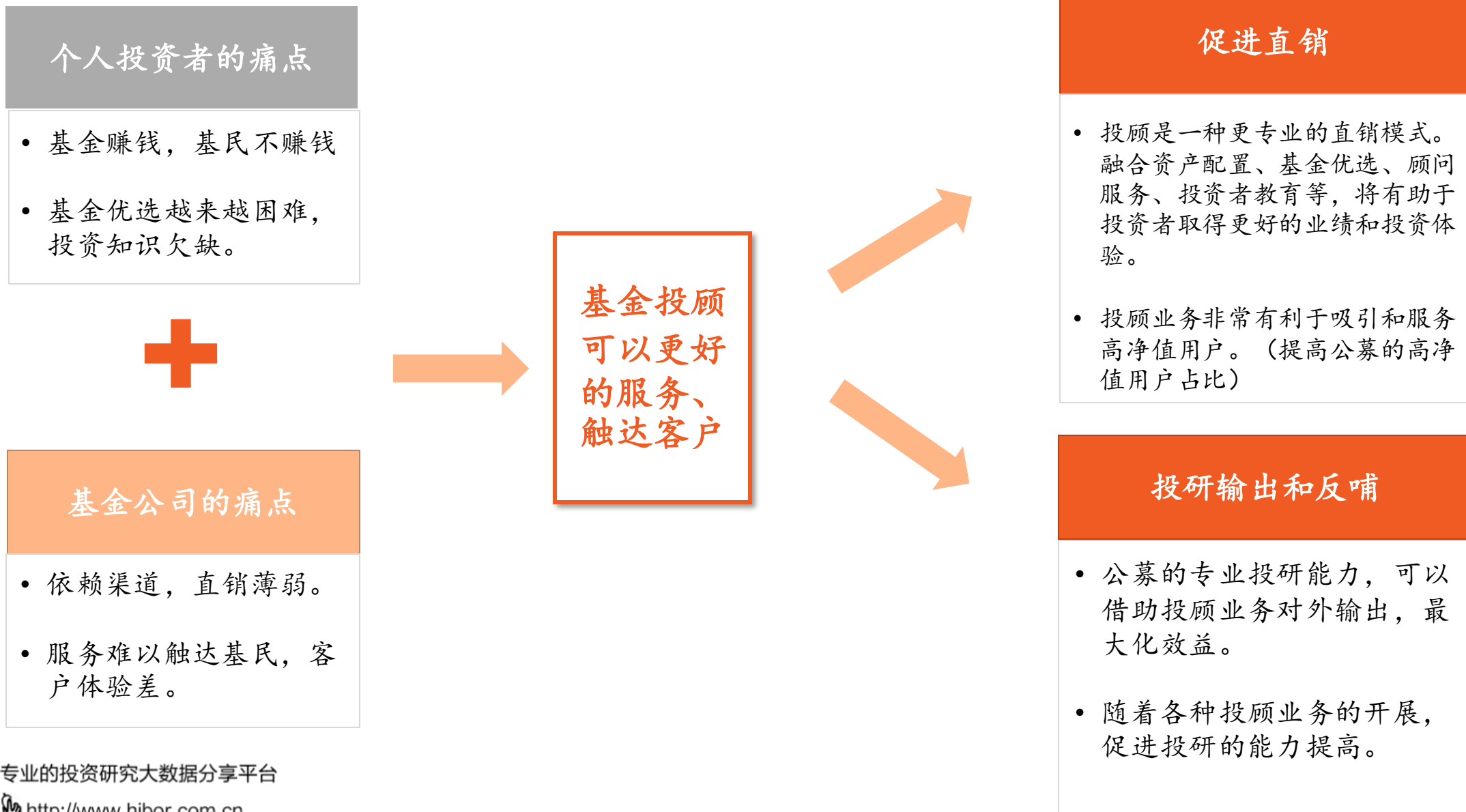




# CONTENT 目录

- ◎ 基金投顾定位再思辨
- ◎ 再议“投”和“顾”
- ◎ 探讨基金投顾对基金公司的影响
- ◎ 风险提示

### 3.1 公募基金如何定位投顾业务的发展？



## 投研团队

- **基金经理团队**：基金投顾可以促进内部培养（优中选优，以老带新，种子基金）+外部引援（全市场筛选，锁定目标，三顾茅庐）（企业文化、制度优势）
- **强化资产配置部门**：打造公司核心竞争力，对外输出服务，增加与合作机构的黏性

## 基金投顾

- **“投”研**：依托公司的资产配置能力，持续优化升级投顾策略
- **“顾”问**：运用多种服务方式，赋能市场团队，增加渠道黏性，全程陪伴持有人

## 市场团队

- **强化品牌**：社会责任承担合理有效曝光；投教云课堂；理财工具开发（财富号）
- **加强零售渠道服务**：大机构重点合作复制，小机构广泛合作（基金投顾专业赋能）
- **培育直销客户**：通过优质内容，高效工具获得口碑传播

		基金投顾	公募FOF
共同点	投资管理	投顾的策略组合和公募FOF都是一篮子基金的管理，核心是资产配置和基金优选。管理人基本一样，多数机构初期也是出自同一团队。	
	宣传推广	策略宣传上都突出资产配置、基金优选的管理能力，在业绩上强调收益稳定，回撤控制出色。	
不同点	本质	持牌的顾问服务模式。公募基金、券商、银行和三方基金销售均可申请该业务。	公募基金的一种产品类型。基金公司负责管理。
	业务模式	财富管理的一种服务形态。以客户为中心，围绕客户需求进行投资规划，并制定个性化的投资方案，强调投前、投中和投好的全流程陪伴服务。★	标准化的基金产品。以产品为中心，通过标准化的产品，给客户提供资产管理服务。
	客户体验	咨询服务。投资者体验的是服务，会和自己买基金，在渠道购买基金进行对比，更易对投顾产生信任度。★	产品性质。投资者体验的是一种投资产品，易将FOF和其他产品进行收益对比，黏性较低。
	信息披露	交互多，信息更透明。定期向投资人更新配置持仓，每次调仓都会进行提示和沟通，投资顾问与投资人之间的沟通更为密切，透明度更高。	标准化，信息不够透明。通常以季报、半年报、年报的形式进行信息披露，只有结果数据，无中间调仓信息，并且有延迟。

## 3.4 销售环节，基金投顾 vs. 基金销售

### 传统基金销售面临很多困境

- 传统的基金销售模式，更多的是销售驱动，存在的问题很多。
  - 盈利模式和考核机制，决定了基金销售更关注客户的保有量和换手率。
  - 产品同质化严重，营销困难。
  - 重新发不重持营，炒“新”严重。
  - 忽视售后服务，只关注卖基金。
  - 只有投资建议权。

### 在销售端，基金投顾的优势明显

- 投顾和基金销售在销售端虽有一定的共同点，但在销售逻辑、服务流程、服务内容、团队组成、绩效考核、销售话术等各方面均有完全不同的特点。
  - 盈利模式，决定了基金投顾以客户盈利为中心。只有投资者收益更高，才可能持续提高管理规模，按规模收取费用的投顾才会收益越高。（投顾业务需要和基金销售完全不同的考核机制）
  - 投顾的销售逻辑更严密，从KYC到组合匹配到购买，并且策略组合个数少，区分度明显。
  - 投后有持续的服务，并且这种服务，其流程、内容、话术的一致性很强，容易建立投顾和客户之间的信任关系。
  - 全委托，不会发生信息传递和执行不到位的情况。



# CONTENT 目录

- ◎ 基金投顾定位再思辨
- ◎ 再议“投”和“顾”
- ◎ 探讨基金投顾对基金公司的影响
- ◎ 风险提示



- 1) 本报告是基于基金投顾业务发展过程中的客观分析，不代表未来发展趋势。
- 2) 基金投顾业务的发展受到多方面影响，包括监管政策、市场情况、发展周期、试点机构的投入等，业务发展进程可能存在波动。
- 3) 报告中涉及到投顾策略类型和名称，均不构成投资建议。

## 平安证券综合研究所投资评级：

### 股票投资评级：

强烈推荐（预计6个月内，股价表现强于沪深300指数20%以上）  
推荐（预计6个月内，股价表现强于沪深300指数10%至20%之间）  
中性（预计6个月内，股价表现相对沪深300指数在±10%之间）  
回避（预计6个月内，股价表现弱于沪深300指数10%以上）

### 行业投资评级：

强于大市（预计6个月内，行业指数表现强于沪深300指数5%以上）  
中性（预计6个月内，行业指数表现相对沪深300指数在±5%之间）  
弱于大市（预计6个月内，行业指数表现弱于沪深300指数5%以上）

### 公司声明及风险提示：


负责撰写此报告的分析师（一人或多人）就本研究报告确认：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格。

平安证券股份有限公司具备证券投资咨询业务资格。本公司研究报告是针对与公司签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本公司研究报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。未经书面授权刊载或者转发的，本公司将采取维权措施追究其侵权责任。

证券市场是一个风险无时不在的市场。您在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。请您务必对此有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。

市场有风险 投资需谨慎

“慧博资讯”专业的投资研究大数据分享平台

点击进入  <http://www.hibor.com.cn>

## 免责声明：

此报告旨在发给平安证券股份有限公司（以下简称“平安证券”）的特定客户及其他专业人士。未经平安证券事先书面明文批准，不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其他人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被平安证券认为可靠，但平安证券不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成所述证券买卖的出价或询价，报告内容仅供参考。平安证券不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。

平安证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法。报告所载资料、意见及推测仅反映分析员于发出此报告日期当日的判断，可随时更改。此报告所指的证券价格、价值及收入可跌可升。为免生疑问，此报告所载观点并不代表平安证券的立场。

平安证券在法律许可的情况下可能参与此报告所提及的发行商的投资银行业务或投资其发行的证券。

平安证券股份有限公司2021版权所有。保留一切权利。