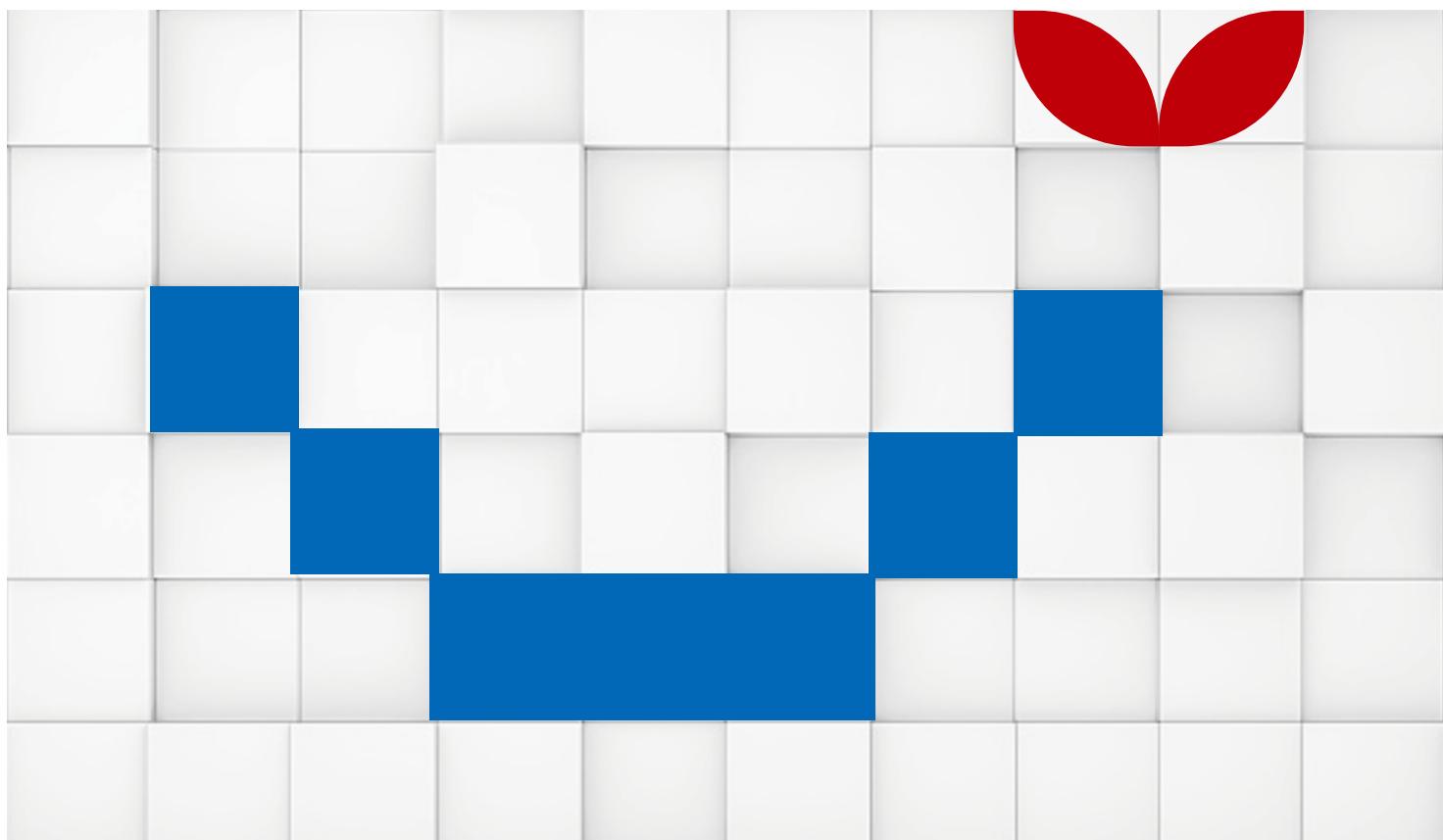


公募基金投资者 定投洞察报告



开篇寄语 | OPENING MESSAGE



为每一个微笑持续投入！

投资是为了让生活更美好，但现实情况中，我们却常常因市场的涨跌心情起伏，让投资影响了生活。华夏基金致力于为千家万户的美好生活贡献专业力量，我们不仅仅为美好的结局努力，更在意投资过程中大家能否得到更好的体验。我们一直在思考什么才是更适合普通投资者的投资方式？我们希望它能既不偏离投资的初衷，能为美好生活积累更多财富基础，也能让大家从繁杂的投资中解放出来，将更多时间精力投入到美好的生活中。定投就是我们找到的更优解。

定投是更具长久幸福感的投资，它操作简单，更像是一种阿甘哲学，回避市场噪音，通过心无旁骛地坚持，抵达价值投资的彼岸，收获时间的玫瑰。面对市场波动，定投可以成为情绪调节器，让我们能更淡然地面对，涨跌都开心。定投也可以成为我们的情感承载器，每一份定投计划背后都寄托着一个梦想，都有一个人，一份生活。

定投承载着我们对美好的期盼，对微笑的期待，定投也有著名的“微笑曲线”，但是最终要真正实现微笑却并不容易，我们希望在定投的道路上，为每一个微笑的达成提供更多助力。华夏基金联合基金报推出了公募基金行业首份投资者定投洞察报告，这份基于华夏基金超525万客户真实定投交易数据的报告，对投资者参与定投情况进行深入分析，力图更好地了解投资者对定投的认知以及定投交易中的行为特征。在这份报告里，很多关于定投的疑问，你会找到答案。我们也在数据分析和调研中发现了很多有意思的事情，也想分享给大家。希望这些数据和结论能为投资者完善投资策略提供有效的参考，能为行业机构做好定投教育、服务与陪伴提供更具针对性的建议，积聚力，共同促进基金定投行稳致远。

“百尺竿头须进步，十方世界是全身”我们深知在助力每位投资者实现美好生活这条路上，仅仅一份洞察报告还远远不够。我们相信坚持的力量，持续投入，终将聚沙成塔。我们期待与投资者、行业同仁一道，以定投为发力点，做出更多努力与探索，为服务居民财富管理需求、深化直接融资、服务实体经济持续贡献基金力量。让我们一起迎接充满微笑的未来！

开篇寄语 | OPENING MESSAGE

着力提高投资者获得感

中国基金报
CHINAFUND

中国基金报很高兴参与《公募基金投资者定投洞察报告》的联合发布，与华夏基金一起，做一件有价值、有意义的事。尤其在当下市场大幅调整、基金销售低迷、基金投资者面临重大考验的时刻，这份《报告》的发布更具有重要的意义。

“基金赚钱，基民不赚钱”一直是困扰基金投资者的重大问题，也是困扰权益类基金发展的重大问题。我国公募基金24年历史，产品长期业绩骄人；但基金产品与投资者的收益反差巨大，很多投资者几乎不赚钱。造成如此巨大的反差的原因，是投资的基本理念问题、基本方法问题、基本策略问题。

此次中国基金报与华夏基金联合推出的《公募基金投资者定投洞察报告》，要为投资者提供好用的、管用的投资策略。定投自2006年从台湾引入以来，在大陆推行十余年。这份《报告》通过大量的数据分析投资者定投行为、分析投资者定投偏好，帮助投资者改善定投策略、优化定投方法、形成良好定投习惯，将对新老投资者提供切实有益的帮助。

中国基金报是基金行业的专业媒体，拥有600万粉丝以及包括微信在内的十余个媒体平台。中国基金报愿用这些平台与华夏基金等专业机构一起，以更加创新、更加生动的表现形式将投资基金的基本理念、基本方法、基本策略介绍给投资者；愿将传播力与行业机构的专业和智慧相结合，坚持不懈地为1.85亿权益类基金投资者提升投资体验，为权益类基金的发展尽一份努力。

引言 | INTRODUCTION

基金业协会统计数据显示，截至2021年末，我国公募基金的资产管理规模已达25.56万亿元，再创历史新高，“全民买基金”的时代正在悄然到来。而“基金赚钱、基民不赚钱”的问题，在大量涌入的新基民身上愈发凸显，成为基金行业可持续发展面临的痛点。

投资大师查理·芒格认为：他成功的秘诀只有一个词“理性”。他指出，理性，就是要尊重常识、尊重事实，不要被狂热、嫉妒、愤怒、仇恨等原因或者意识形态影响自己的判断。在投资中克服人性弱点，尚且是专业基金经理一直在探索的课题，对缺乏足够信息来源和专业知识的公众投资者而言更是难上加难。而基金定投就是这样一个可以帮助大家克服人性弱点的投资工具。这一次，我们利用华夏基金丰富的客户及市场调研数据，从定投这一“小切口”入手，首次在行业内对投资者参与定投情况进行专题分析，力图“窥一斑而知全豹”，更好的了解投资者对定投的认知以及行为特征，并检视行业机构在引导投资者参与定投、建立正确的投资“价值观”与“方法论”方面可改进之处。

我们立足客观真实原则，坚持问题导向，对投资者怎么做定投、效果好不好进行了全方位观察。我们发现“聪明”的定投者，做到了以下三点：

1、在市场估值相对较低时“果断地买”。历史数据显示，在沪深300指数的市盈率（PE）低于近五年30%分位时开启的定投，盈利体验有明显提升。

2、在市场估值相对较高时“聪明地卖”。历史数据显示，投资者在沪深300指数的市盈率（PE）高于近五年60%分位时结束的定投，平均收益率有明显提升。

3、坚持2年以上的时间。历史数据显示，坚持2年以上的定投盈利体验有明显提升。

可理想丰满，现实仍显骨感，目前仍有大量定投投资者难以做到上述三点。比如我们发现，投资者开启定投时的沪深300指数估值分布没有明显特征，但上证指数点位分布主要集中在3300点以上，投资者可能有根据上证指数点位追涨的倾向；有近一半投资者终止定投时的估值分位在50%以下，说明有很多投资者可能还未建立科学的止盈习惯；投资者平均定投时长较短，仅有153天，进一步分析调研数据发现，两个可能导致难以坚持的原因：一是对目标收益率和达成时间的预期不够合理，二是对短期亏损的容忍度较低。

为着力提高投资者获得感，切实做到与投资者利益同提升、共进步，基金公司在后续的定投推广和投资者教育中，可考虑在如下方面做重点优化：

1、勇于“做难而正确的事”，在市场低位、情绪冰点时加大公司层面对定投的推广力度，坚定投资者开启定投的信心。

2、在投资者定投前加强对基金投资方向、投资风格、风险收益特征的介绍，力争客观呈现收益目标和定投时间的匹配关系，在投后持续管理和修正投资者预期，坚定持续定投的信心。只有拉长定投时间，才能真正体验到定投魅力。

3、提升定投运营陪伴的针对性，陪伴投资者在纪律性投资中逐渐走向成熟。加大投资端的内容输出，提供客观、专业的市场分析；契合投资者的定投周期，耐心做好持续服务。

我们认为在当前市场环境下，基金行业在做好投资管理的同时，有效引导投资者更加理性、专业的开展基金投资，真正为投资者的信任奉献回报，尤为重要。虽然难收立竿见影之效，但唯有不弃微末、不舍寸功，才有希望汇集涓涓细流，充沛基金行业的源头活水。我们期待与行业同仁一道，在引导投资者理性投资、价值投资方面，做出更多有意义的努力与探索，为服务居民财富管理需求、深化直接融资、服务实体经济贡献基金力量、彰显行业担当。

数据说明及释义 |

| 本报告的数据来源分为两部分：

用户定投交易数据

报告“第一部分：用户数据看定投”的信息，来自于华夏基金真实的用户定投交易数据。基于报告中具体的分析需求，定投用户数据主要分为两类：第一类是与华夏基金具备基金定投交易接口的全部销售渠道的数据，处理了自2007年至2021年，共525万名有过定投交易的用户数据；第二类是有基金定投协议的交易数据，定投协议数据仅在华夏基金直销渠道有记录，抽样处理了自2016年至2021年，共5.7万个定投协议数据。第一类数据主要用于分析定投用户的整体属性和盈利情况，以求样本全面；第二类数据主要用于分析用户定投的具体操作，包括起止节点、定投时长等，以求样本精确。具体数据范围，以报告正文中的标注为准。

用户调研数据

报告“第二部分：市场调研看定投”的信息，来自于2022年4月底至5月初在支付宝、腾讯理财通等销售平台、以及微信群、微信公众号等公众平台发放线上问卷所收集的数据。经处理，有效问卷共7000余份，问卷受访者中既有已经在做基金投资和定投的用户，也有公众平台中关注基金和理财的用户，为本次调研提供了较为丰富的样本数据。

| 相关释义：

沪深300市盈率(PE)

市盈率=沪深300指数成分股当日总市值总计/成分股净利润(TTM) 总计，可用市盈率作为一种反映股票估值的指标。

市盈率 (PE) 估值分位

分位点为某一个数值在其所在的数组中的分布点，估值分位即当前估值在历史中处于什么样的位置。举例：T日沪深300指数市盈率 (PE) 近五年估值分位，指沪深300指数在T日市盈率的数值在T日近五年范围内所处的分布位置，如估值处于30%分位，则代表T日的市盈率数值/近五年市盈率数值最高点=30%。

目录

CONTENTS

开篇寄语	01
引言	03
数据说明及释义	05

用户数据看定投

第一章 定投盈利能力分析	06
---------------------------	-----------

第二章 用户定投行为分析	06
---------------------------	-----------

1. 何时开启定投, 盈利体验明显提升?	06
2. 何时终止定投, 收益率相对理想?	07
3. 需要定投多久, 盈利体验明显提升?	09
4. 为什么定投用户难以坚持?	09
5. 基金投资经验丰富的人, 定投更赚钱?	10
6. 已经亏损了, 还适合开启定投吗?	10

第三章 定投用户画像	11
-------------------------	-----------

1. 什么样的用户爱定投?	11
2. 定投用户有哪些“囊中之宝”?	12

第四章 小结	14
---------------------	-----------

1. 定投帮一部分用户提升了盈利体验	14
2. 定投是一种“老少皆宜”的投资方式	14
3. 可能影响用户定投体验的几个因素	14

目录

CONTENTS

市场调研看定投

第一章 定投 or 不定投 16

1. 不愿意定投的人,是因为太年轻? 16
2. 没做过定投的人,近 30% 源于自信? 17

第二章 用户定投行为背后 17

1. 做定投的理由那么多,哪个戳中你? 17
2. 有多少人喜欢在震荡市和熊市开启定投? 18
3. 用户选定投资基金,历史业绩真的不重要? 18
4. 有多少用户在定投时会及时止盈? 19
5. 用户对于目标收益率和达成时间有什么预期? 20
6. 用户终止定投,是喜还是忧? 20
7. 用户对定投亏损的容忍度如何? 21

第三章 小结 22

1. 了解是定投的开始 22
2. 用户需要被引导形成良好的定投习惯 22

提高投资者定投盈利体验的思考

01



用户数据看定投



第一章

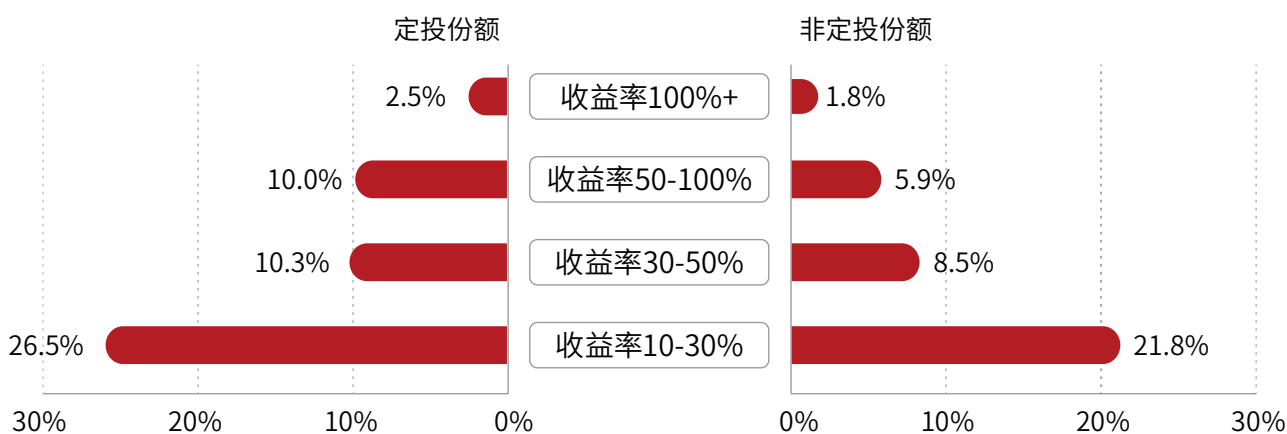
定投盈利能力分析

分析近15年的盈利用户数据，盈利的定投用户中，49.3%的用户收益率超过10%，而盈利的非定投用户中仅有38%收益率超过10%；定投用户获得30%以上收益率的占比为22.8%，是通过一次性买入的1.4倍¹。由此可见，定投为一部分用户创造了相对可观的收益，且盈利体验相较于一次性买入更佳。

我们曾做过诸多数据测算，理论上来说，如果时间足够长，一次性买入可能会收益率相对更高，因为一次性买入的本金是持有了基金整个周期，而定投的本金是逐步增加的，定投资金的利用效率要低于一次性买入。但从实际盈利情况来看，定投的确为用户创造了更高收益，分析原因发现，用户有很多资金都是在市场较高位置一次性买入的，大量在高位的投入可能拉低了非定投用户的盈利。

值得关注的是，定投用户整体的定投收益率为8.77%，“基民难赚钱”的现象在基金定投中同样存在，因此我们试图分析用户在定投中的行为和思想，以研究发掘提升用户定投收益率之道。

定投VS非定投各盈利区间占比



第二章

用户定投行为分析²

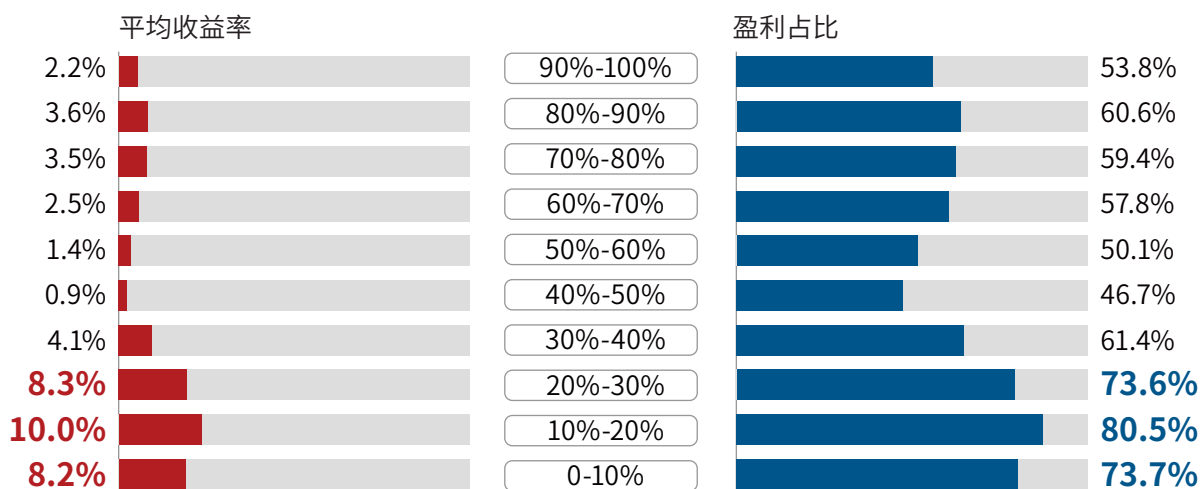
1. 何时开启定投,盈利体验明显提升?

下图显示，用户在沪深300指数的市盈率（PE）低于近五年30%分位时开启的定投，盈利占比超70%，平均收益率超8%，盈利体验有明显提升。

1注：数据来自华夏基金，仅包含与华夏基金有定投交易接口的销售渠道的用户所定投华夏基金产品的数据，非华夏基金全部用户数据，2007.1.1—2021.12.31。市场有风险，投资需谨慎。相关数据由过往真实用户数据研究得出，仅以投资者教育目的，为说明投资理念使用，不作为任何收益承诺及保证。

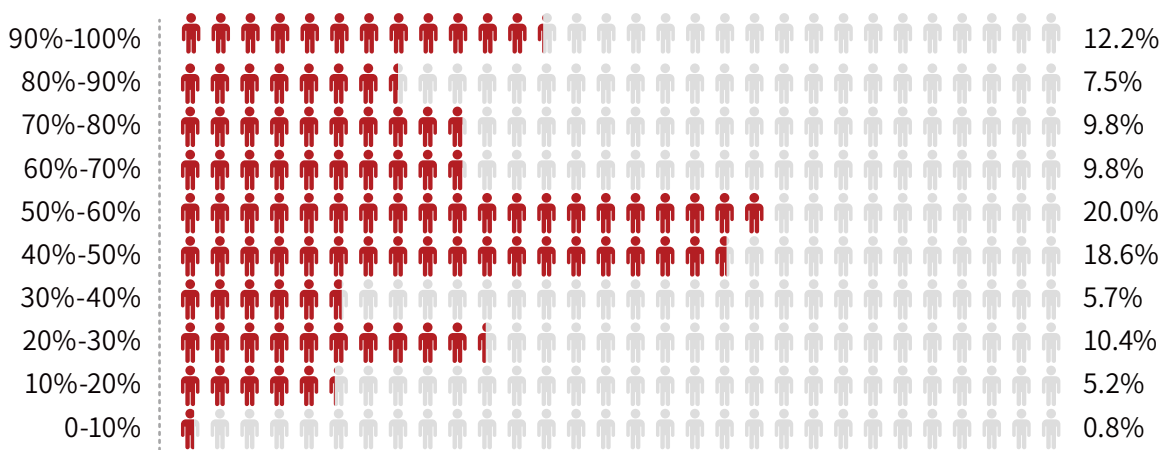
2注：用户数据来自华夏基金，仅包含在华夏基金有定投协议记录的用户数据，非华夏基金全部用户数据，第二章着重分析观察用户在定投中的详细行为，因此需要分析用户的定投协议记录，与第一章的数据范围有所不同。市场有风险，投资需谨慎。相关数据由过往真实用户数据研究得出，仅以投资者教育目的，为说明投资理念使用，不作为任何收益承诺及保证。沪深300指数、上证指数的估值和点位数据来自wind，2016.1.1—2021.12.31。

用户在沪深300不同估值分位开启定投的平均收益率和盈利占比

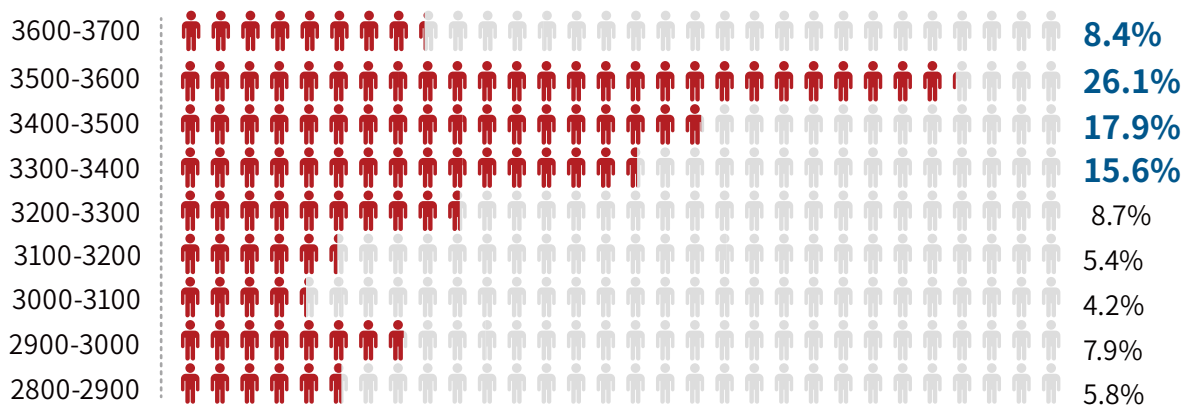


用户在沪深300不同估值分位开启定投的分布没有明显特征，但从用户在上证指数不同点位开启定投的分布中，还是可以看到大量定投用户难逃“追涨”，选择在3300点以上开始定投。

用户在沪深300不同估值分位的开启定投数分布



用户在上证指数不同点位的开启定投数分布



从上证指数历史点位来看，自2016年至2022年1季度末，市场经历了几次大的起伏，在1519个交易日中，上证指数高于3300点的交易日仅有480个，若用户选择在3300点以上开始定投，处于相对偏高位置。

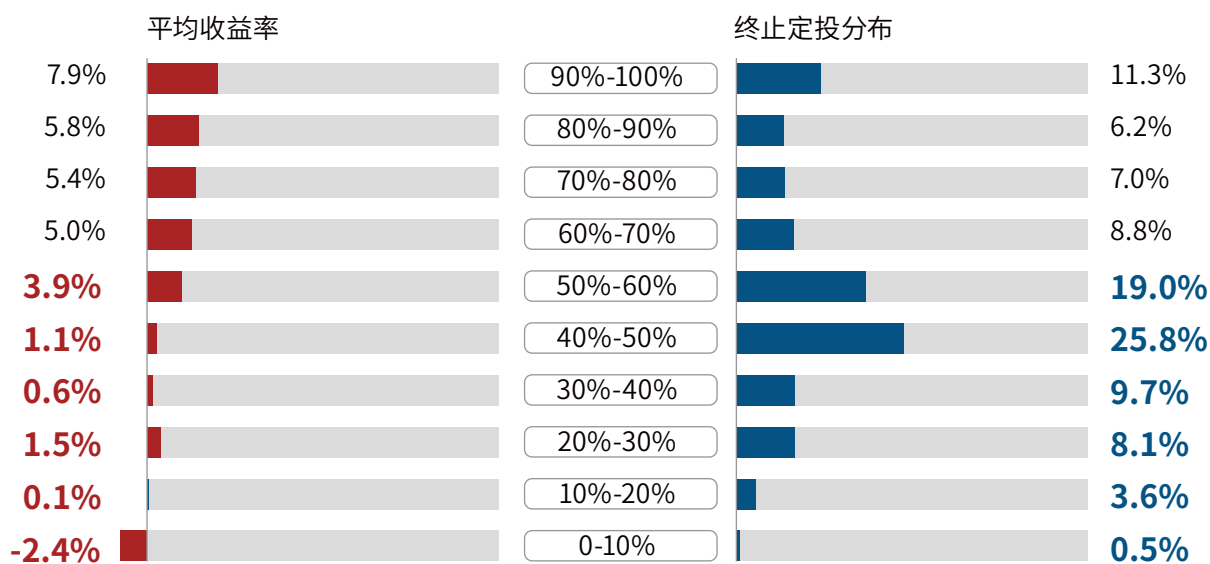
2016年以来上证指数点位分布



2. 何时终止定投,收益率相对理想?

下图显示，用户在沪深300指数的市盈率 (PE) 估值高于近五年60%分位时结束的定投，平均收益率有明显提升，但是从用户实际终止定投时的估值分位来看，有67%的用户在估值60%分位以下终止了定投，定投收益率并不理想。说明大部分用户还未建立起科学的定投止盈习惯。

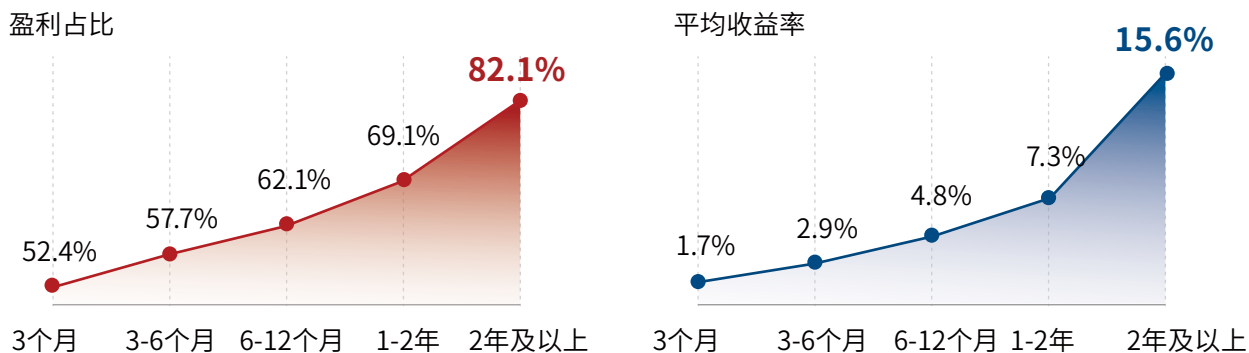
用户在沪深300不同估值分位终止定投的分布及平均收益率



3. 需要定投多久,盈利体验明显提升?

数据显示,用户坚持了2年以上的定投交易,盈利占比超80%,且随着定投时间拉长,盈利占比也逐渐增加。

定投不同时长的盈利占比和平均收益率

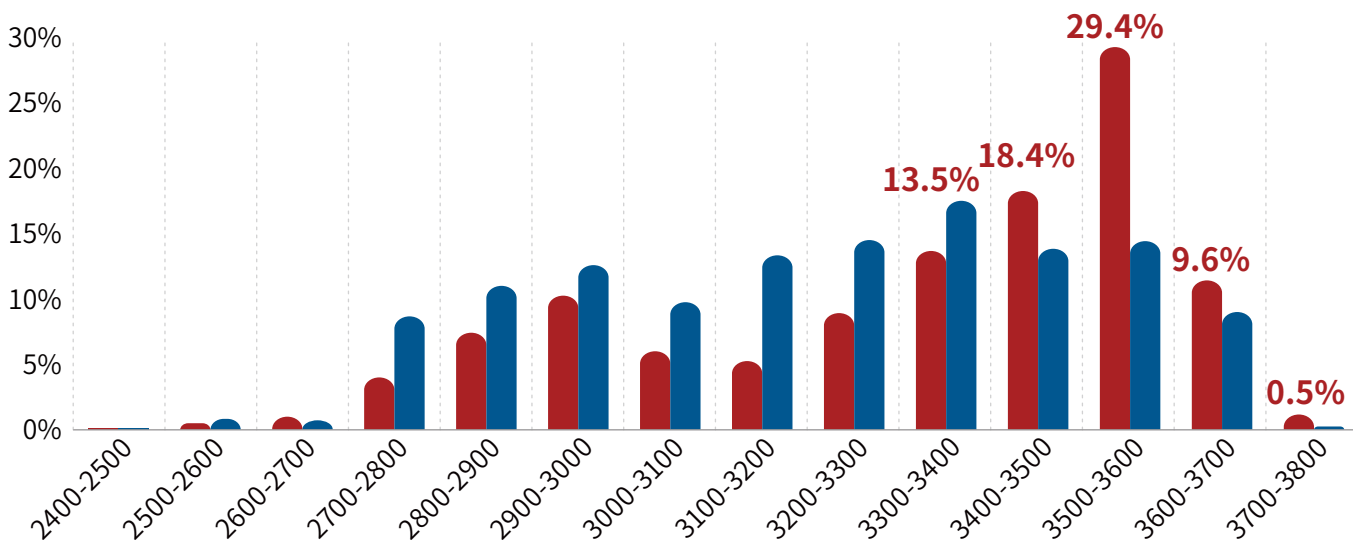


4. 为什么定投用户难以坚持?

用户定投平均时长只有153天,定投时间短。用户难以坚持定投的原因可能不尽相同,我们试图通过数据有所发现,一个比较明显的规律是,从低于均值153天的“短期定投”人群来看,有71.4%在上证指数3300点以上开始定投。这一定程度上反映了,很多用户的行为受上证指数点位影响,而且这部分用户有可能是在市场点位冲高时情绪被点燃而“入场”,但随后的收益率不及预期导致难以坚持,大量的短期定投用户拉低了用户整体平均定投时长。

长期&短期定投人群开始定投的上证指数点位分布

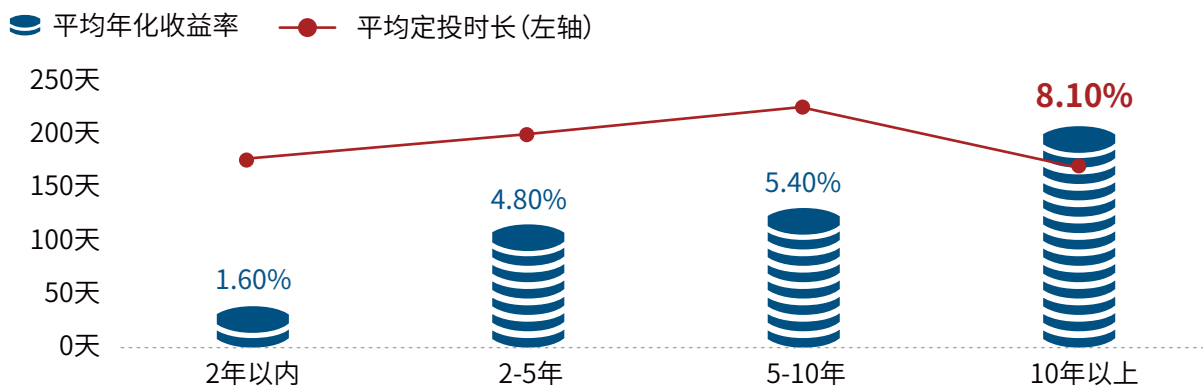
● 低于153天的短期定投用户 ● 高于153天的长期定投用户



5. 基金投资经验丰富的人,定投更赚钱?

对于定投而言,投资经验确实能发挥一定作用。在用户首次开启的定投交易中,户龄越长的人,所获得的平均年化收益率越高。因此,建议新基民首次开启定投时切忌盲目,跟随有一定经验和专业知识的人更稳妥。

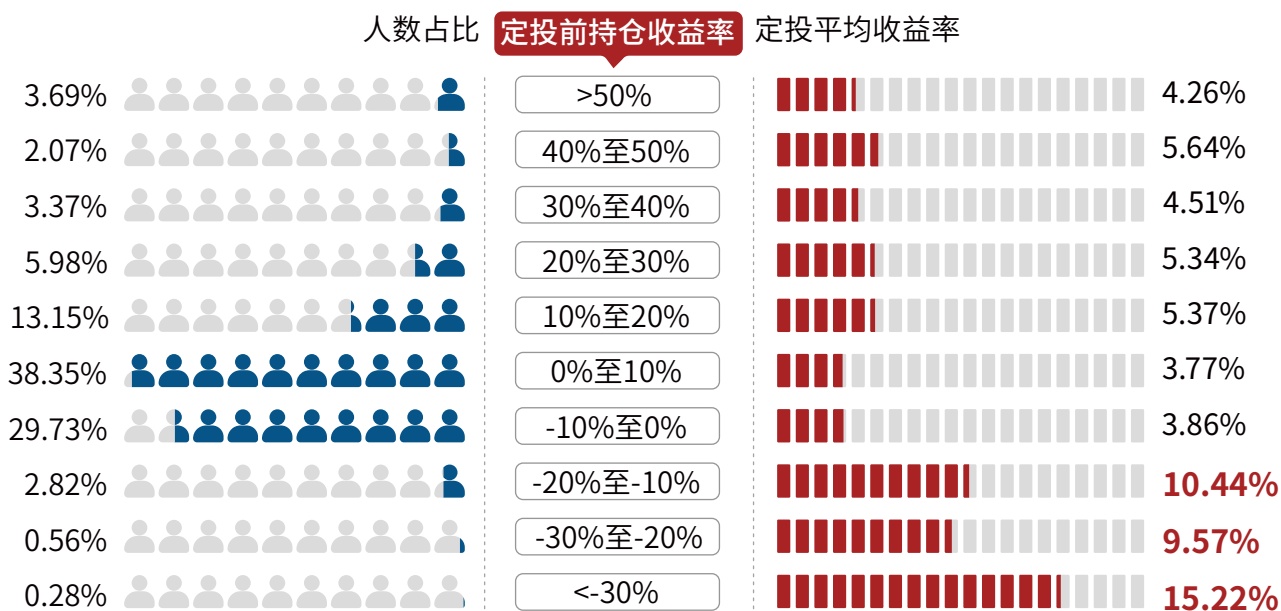
不同户龄用户首次开启定投的平均定投时长及年化收益率



6. 已经亏损了,还适合开启定投吗?

用户在投资一只基金的收益率为-10%至10%时最爱开启定投。而数据显示在亏损-10%以上时开启的定投收益率明显更高。因此,如能在亏损时克服恐惧心理,勇敢开启定投,可能有超出常人的收获。

开启定投一只基金时,投资该基金的历史收益率分布



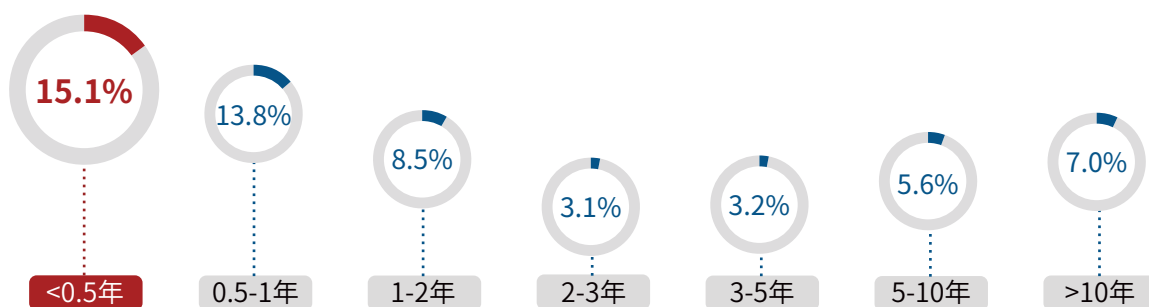
第三章 定投用户画像

1. 什么样的用户爱定投?³

- 近两年新基民定投意愿高，老基民定投意愿与经验相关

用户的定投意愿一定程度上反映了其在基金投资上的成长历程。从近两年数据来看，由于市场情绪火热，开户1年以内的新基民中定投人数占比较高，定投易于理解、方便上手的特点，成为小白基金投资的“上车”佳径。开户2-5年的用户中，定投人数占比最低，随着投资经验积累，基民可能更相信自己的判断。而开户5年以上的用户定投比例有所回升，说明经历了一波市场牛熊完整周期后，用户的投资理念更加成熟和理性。

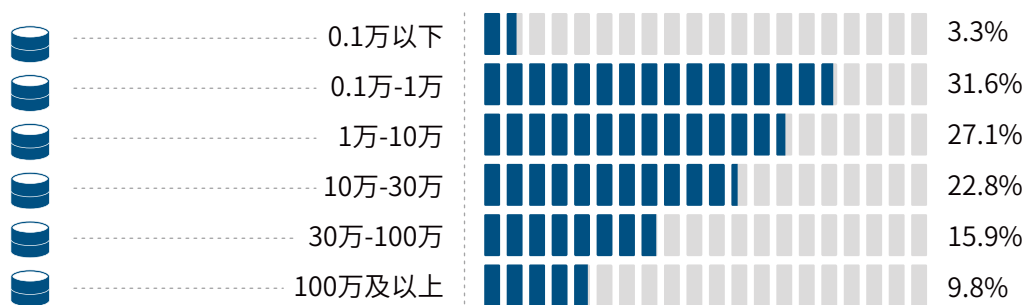
不同开户时长用户中的定投人数占比



- 缺少专业投资顾问的普通用户，可能更倾向于选择定投

不同持仓金额的用户，对定投的偏好会有不同吗？数据显示，持仓金额1000元以下的用户定投比例极低，这部分人可能抱着买笔试试的心态，未将基金作为主要的理财手段。持仓金额1000元以上、30万元以下用户中，定投用户人数占比在20%以上，相对较高，而持仓金额100万元以上的用户，定投人数占比降低至10%以下。一个可能的原因是，100万元以上的高净值客户有专业投资顾问“陪伴”，而定投作为众所周知的有效降低盲目择时损耗的投资方法，在普通用户中更有市场。

各账户金额人群的定投用户占比

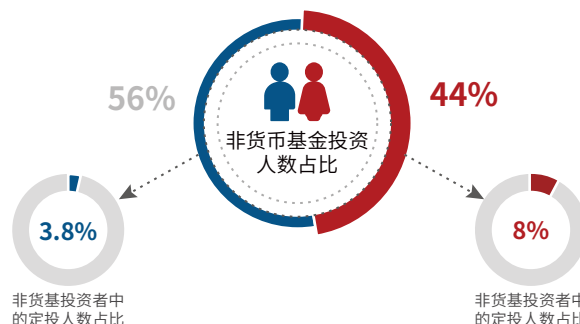


3注：数据来自华夏基金，仅包含与华夏基金有定投交易接口的销售渠道的用户所定投华夏基金产品的数据，非华夏基金全部用户数据，由于涉及到用户年龄、开户时长等时效性较高的属性，选取的时间较短，2019.1.1—2021.12.31。市场有风险，投资需谨慎。相关数据由过往真实用户数据研究得出，仅以投资者教育目的，为说明投资理念使用，不作为任何收益承诺及保证。

定投用户面面观

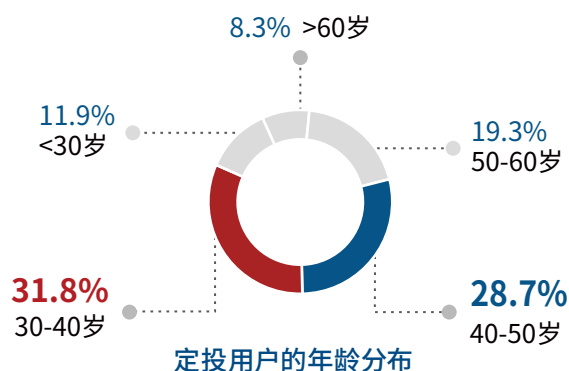
● 女基民更青睐定投

在非货币基金的整体投资用户中，男基民占比高达56%，但男基民中仅有3.8%选择开启定投，定投比例不到女性的一半，由此推断，男性在基金投资中可能往往更自信，倾向于主动操作，而女性似乎更愿意借助外力提升投资体验。



● 中年用户更爱定投

30-50岁的中年用户定投意愿更高。一方面，这部分用户时间、精力有限，借助定投能更省时省力参与投资；另一方面，中年用户收入相对稳定，理财意识也更为成熟。



2. 定投用户有哪些“囊中之宝”？

● 历史人均定投次数最多：股票指数基金⁴

从过去15年数据来看，人均定投次数最多的产品类型是股票指数基金，人均定投27次，这离不开其独特优势，既简单透明，让小白用户能快速上手，又能有效跟踪市场，更好满足交易型用户对高投资频率的需求。

● 近2年用户定投偏好：行业主题基金⁵

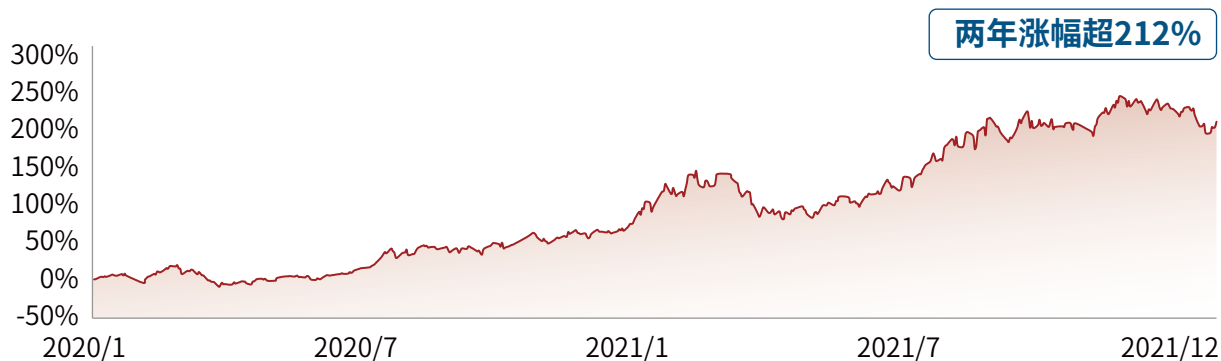
随着近几年A股走出了一轮结构化牛市行情，整体定投用户数增长明显，其中用户数增长前3名的均为行业主题基金，所对应的行业板块分别为新能源、半导体芯片、5G，从具有一定代表性的行业指数来看，3个行业板块均在过去两年中曾阶段出现过亮眼业绩，说明用户在选择定投基金会紧密关注市场行情⁶。

4注：数据来自华夏基金，仅包含与华夏基金有定投交易接口的销售渠道的用户所定投华夏基金产品的数据，非华夏基金全部用户数据，用户定投基金的数据剔除了定投用户不足3000人的基金产品，基金产品分类取自银河二级分类，文中股票指数基金指银河证券“股票基金-标准指数股票型基金”，2007.1.1—2021.12.31。市场有风险，投资需谨慎。相关数据由过往真实用户数据研究得出，仅以投资者教育目的，为说明投资理念使用，不作为任何收益承诺及保证。

5注：数据来自华夏基金，仅包含与华夏基金有定投交易接口的销售渠道的用户所定投华夏基金产品的数据，非华夏基金全部用户数据，用户定投基金的数据剔除了定投用户不足3000人的基金产品，2020.1.1—2021.12.31。市场有风险，投资需谨慎。相关数据由过往真实用户数据研究得出，仅以投资者教育目的，为说明投资理念使用，不作为任何收益承诺及保证。

6注：中证内地新能源指数(000941.SH)的发布日期为2009.10.28，2017-2021近五年完整会计年度业绩分别为14.80%、-34.29%、21.80%、102.01%、54.75%，走势图的时间区间为2020.01.01-2021.12.31，来自wind。国证半导体芯片指数(980017.CNI)的发布日期为2015.02.17，2017-2021近五年完整会计年度业绩分别为25.39%、-36.85%、117.69%、51.25%、33.17%，走势图的时间区间为2020.01.01-2021.12.31，来自wind。中证5G通信主题指数(931079.CSI)的发布日期为2019.04.25，2017-2021近五年完整会计年度业绩分别为15.45%、-32.86%、27.71%、18.84%、6.05%，走势图的时间区间为2020.01.01-2020.12.31，来自wind。指数历史业绩不预示其未来表现，市场有风险，投资需谨慎。

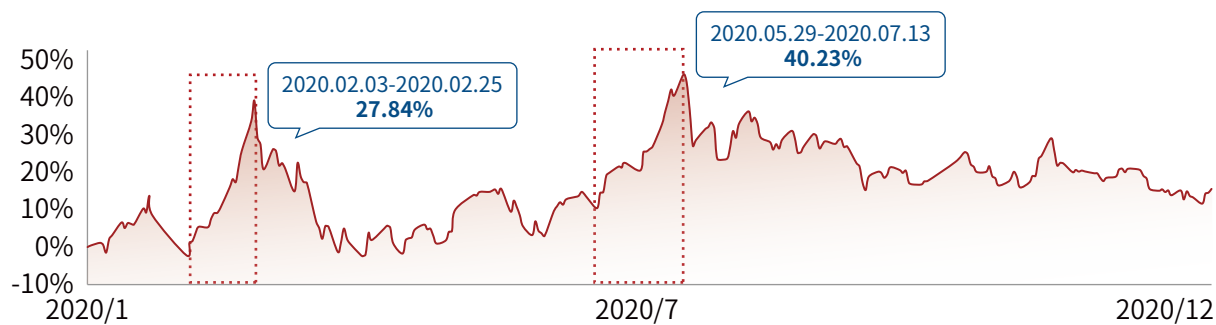
新能源指数2020-2021年走势图



国证芯片指数2020-2021年走势图



5G通信指数2020年走势图



第四章 小结

1. 定投帮助一部分用户提升了盈利体验

第一章的数据表明，盈利的定投用户中，收益率超10%的用户占比49.3%，明显超出其在盈利的非定投用户中的占比；定投用户获得30%以上收益率的占比为22.8%，是通过一次性买入的1.4倍。由此可见，定投为一部分用户创造了相对可观的收益，且盈利体验相较于一次性买入更佳。定投通过“无形的手”帮用户规范了投资纪律、淡化了择时扰动，提升了盈利体验。

2. 定投是一种“老少皆宜”的投资方式

第三章的数据表明，定投既有让新基民“初见的怦然心动”，又有让老基民“蓦然回首的惊喜”。

对开户1年以内的新基民来说，定投是初试基金投资的好方式，帮助用户分批买入、平摊成本，降低了择时风险。对开户5年以上的老基民来说，很多人为“盲目自信”交了学费后重新认识到定投的价值，更容易体会到定投的纪律性可帮我们克服人性中的贪婪和恐惧。股市大跌、基金净值下滑之际，投资者很难控制住躁动的双手，正如2018年10月，当创业板指数跌到无人问津的1184点之际，那些绝望割肉的人也不会料到，不到三年创业板指数就涨到3576点，想必这种痛只有亲历者才懂。

3. 可能影响用户定投体验的几个因素

第二章的数据表明，用户在定投时可能存在一些不够成熟的行为，影响了定投盈利体验。

• 一部分用户在定投时喜欢追涨

用户开启定投的热情与上证指数点位有明显关联，在上证指数3300点以上开启定投的占比高达68%。

• 一部分用户在定投时止盈时点欠佳

48%的定投是在沪深300指数近五年估值分位处于50%以下终止的，这部分定投的平均收益率不及2%，可能说明很多用户还不习惯根据估值判断止盈时点。

• 一部分用户定投时间过短

用户定投平均时长仅有153天，如定投不到半年的时间，盈利体验与短期市场走势高度相关，收益率只能交给“运气”。以沪深300指数测算，在近10年中与当前沪深300指数估值相近时点开启定投，定投3年以上，达成20%收益率的占比稳定在90%以上，时间越短，达成目标收益率的占比相对越低⁷。

7注：沪深300指数数据来自wind。1、本测算跟踪沪深300指数截至2022.03.31近10年内的数据，以2022.03.31当日的PE估值上下浮动30%范围区间测算。2、达成概率=PE范围内且达成目标收益率的样本数量/PE范围内的样本数量。3、达成概率计算公式：假设2022.03.31的PE为x，定投起始日期的PE为y，则定投PE范围为： $y \in [x \cdot 0.7, x \cdot 1.3]$ 。以上定投测算数据仅供分析和参考，不作为投资建议。

定投最长时间	目标收益率 5%	目标收益率 10%	目标收益率 15%	目标收益率 20%	目标收益率 25%	目标收益率 30%
0.5年	72.64%	48.66%	33.81%	23.59%	16.28%	9.79%
1年	88.48%	73.50%	60.56%	45.79%	32.49%	18.53%
2年	95.93%	87.39%	80.09%	73.70%	68.83%	61.60%
3年	99.93%	98.95%	97.77%	94.82%	88.91%	76.97%
4年	99.92%	98.75%	97.35%	94.38%	92.51%	91.11%
5年	100.00%	99.52%	99.42%	98.27%	96.53%	95.38%

02



市场调研看定投



在第一部分中，我们通过分析客观数据，了解到定投用户做了什么、怎么做会更好，但用户行为背后到底是出于什么想法？投资中的不理性操作到底出于什么原因？本报告通过多渠道的线上问卷收集了用户的真实状态和观点，试图加深对用户的理解⁸。

在受访者中，有84%的人表示做过定投，而从报告第一部分用户实际的定投交易中可得，女基民中做过定投的占8%，男基民中做过定投的仅占3.8%，男女合计定投的平均比例仅为5.7%⁹。受访者中做过定投的比例远大于客观数据，分析可能的原因有二：一是调研问卷主题针对定投，对定投感兴趣的用户更倾向于回答问题；二是问卷主要发布在互联网基金销售平台，互联网平台开启定投相较于线下渠道更加方便，这部分线上用户可能本身定投占比更高。因此，受访人群的定投经验和兴趣可能相较市场平均情况更高。

在做过定投的受访者中，有17%是正在定投且不到半年的“萌新”，有23%的人不到1年就终止了定投，目前还在定投且有3年以上经验的用户仅占20%。由此可见，尽管近年不断涌入定投新用户，但真正坚持下来的用户并不多。

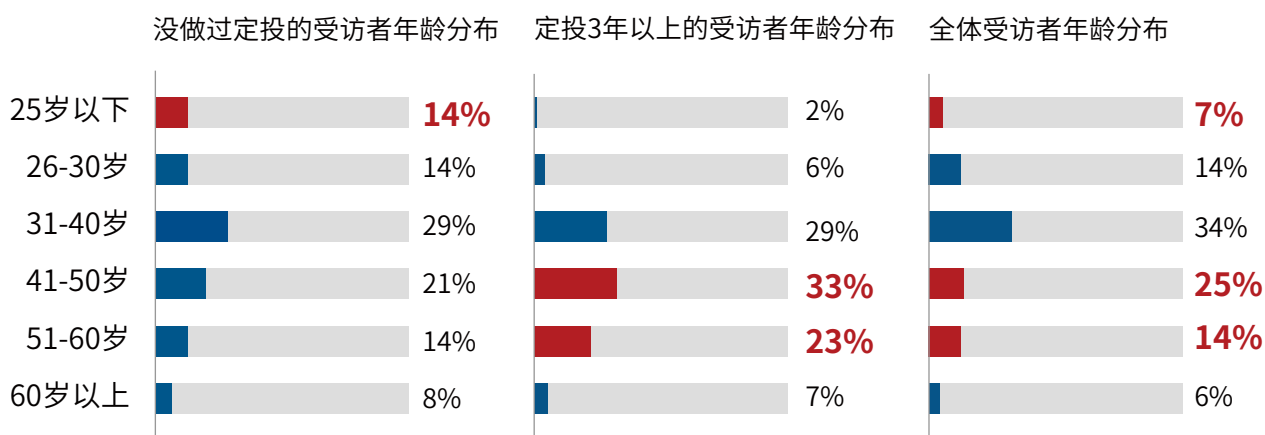
第一章

定投 or 不定投

1. 不愿意定投的人，是因为太年轻？

从年龄来看，未做过定投的受访者中，25岁以下的人群占比14%，明显高于其在总受访者中7%的占比，说明25岁以下人群没做过定投的人比其他年龄段更多。在坚持3年以上定投的受访者中，41-50岁的人占比33%，明显高于其在总受访者中的25%；51-60岁的人占比23%，明显高于其在总受访者中的14%，说明随着年龄和经验的积累，用户可能更愿意长期定投。

不同年龄段受访者情况



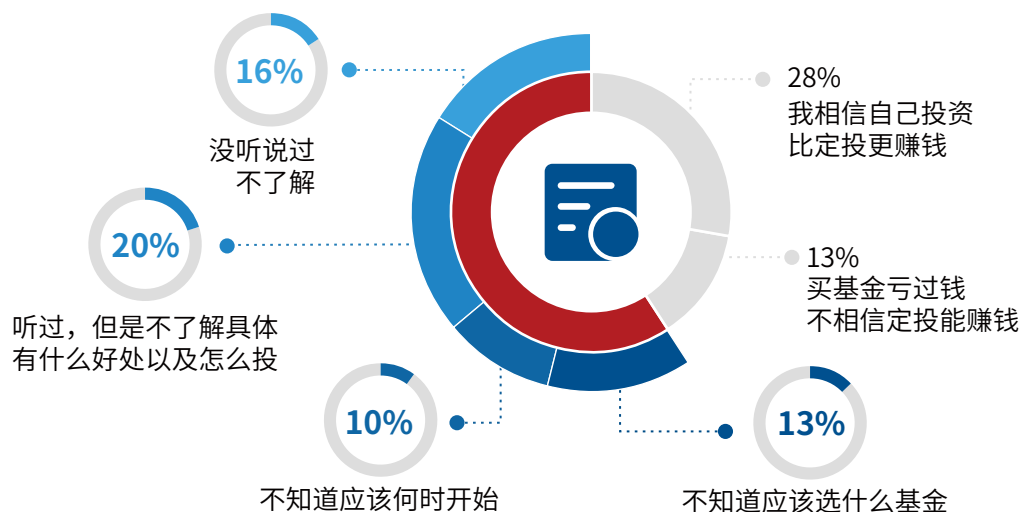
8注：报告第二部分受访者数据均来自华夏基金在2022年4月底至5月初进行的线上问卷调研，收集有效问卷7145份。市场有风险，投资需谨慎。相关数据由过往真实调研数据研究得出，仅以投资者教育目的，为说明投资理念使用，不作为任何收益承诺及保证。

9注：实际定投交易数据来自华夏基金，仅包含与华夏基金有定投交易接口的销售渠道的用户所定投华夏基金产品的数据，非华夏基金全部用户数据，由于涉及到用户年龄、开户时长等时效性较高的属性，选取的时间较短，2019.1.1—2021.12.31。市场有风险，投资需谨慎。相关数据由过往真实用户数据研究得出，仅以投资者教育目的，为说明投资理念使用，不作为任何收益承诺及保证。

2. 没做过定投的人,近 30% 源于自信?

未做过定投的受访者中,近30%的人认为自己投资比定投更赚钱,23%的人不清楚定投具体如何操作,还有36%的人不了解定投甚至没听过定投。由此可见,约60%的人未开启定投是因为缺少定投理念普及和专业指导。

受访者没做过定投的原因分布



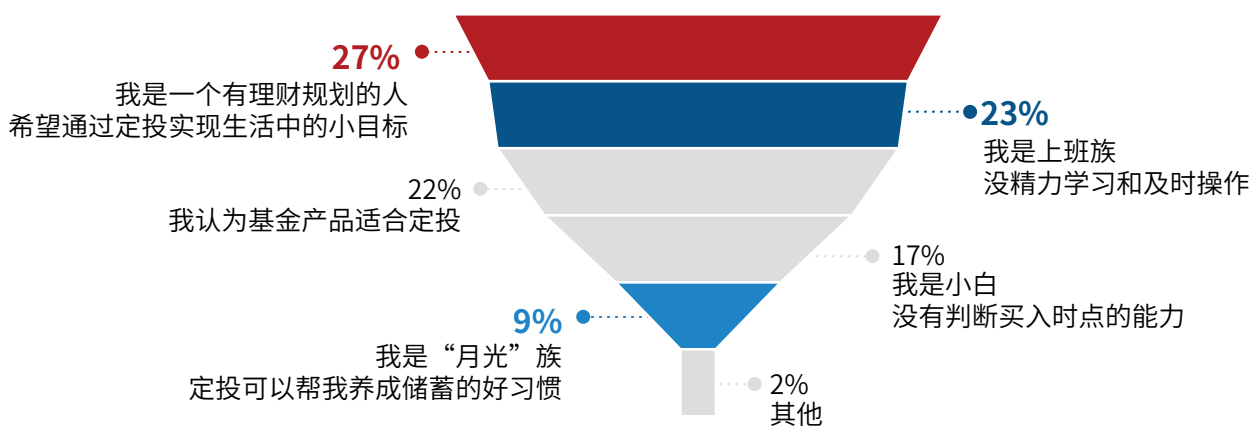
第二章

用户定投行为背后

1. 做定投的理由那么多,哪个戳中你?

在做过定投的人群中,27%的人希望通过定投让理财更有规划,以实现比较可观的投资收益;23%的人由于精力有限,看中了定投省时省力;只有9%的人是希望通过定投实现储蓄目的。整体来看,更多的受访者是希望通过定投实现较高的收益,而不是单纯作为储蓄的工具。

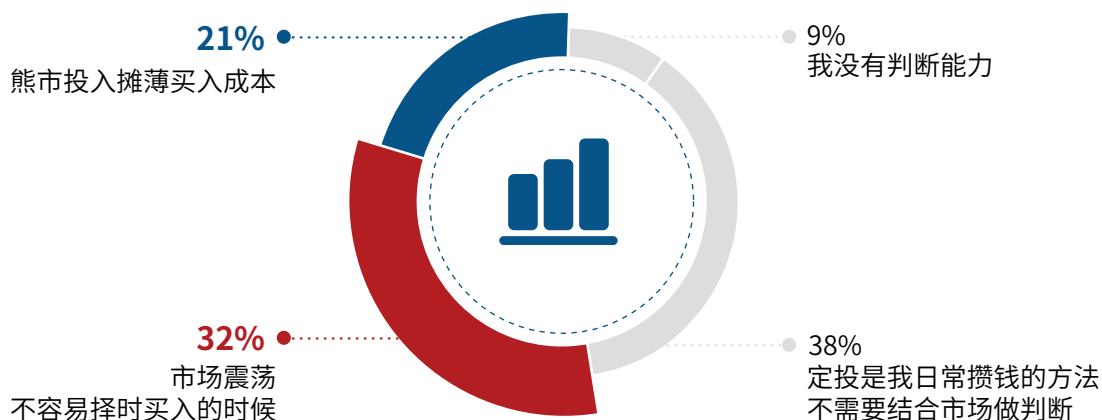
用户做定投的理由分布



2. 有多少人喜欢在震荡市和熊市开启定投?

在做过定投的受访者中, 38%的人认为定投不需要做市场判断, 但从历史上基民的交易数据来看, 绝大多数用户容易被市场情绪“点燃”, 大部分买入都发生在市场高点, 所以对市场不做任何判断的人, 很可能出现买在高点的情况。53%的人喜欢在市场震荡和熊市中做定投, 9%的人认为自己对市场没有判断能力。

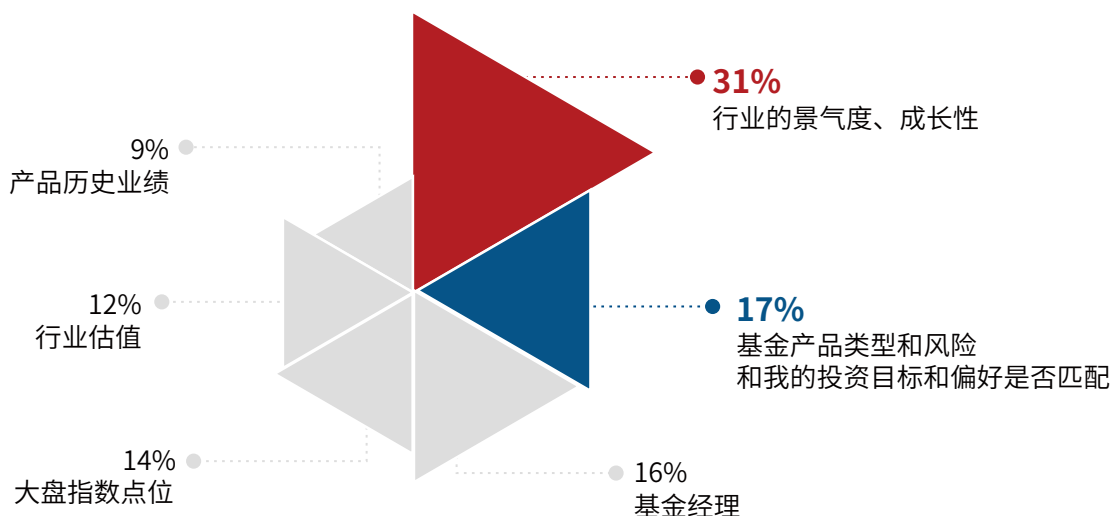
用户喜欢在什么市场做定投的分布



3. 用户选定投资基金, 历史业绩真的不重要?

在做过定投的受访者中, 有31%的人看重行业景气度、成长性, 还有17%的人看重产品风险收益特征与自己的投资偏好和目标是否匹配。基金公司如能向用户充分介绍其关注的因素, 更容易帮助用户选择到最匹配的定投产品。

用户定投基金, 看重因素的分布



从选择的产品类别看，31%的人喜欢简单透明的指数基金，27%的人喜欢稳健的基金以控制亏损风险，21%的人喜欢高成长高波动的主动基金。

用户喜欢定投什么样的基金

21%

选帮我赚过钱的基金或基金经理

21%

听投资专家的专业意见选择高成长高波动的基金

31%

我希望定投尽量简单选跟踪大盘或者我看好的某个行业的指数基金

27%

选稳健的产品日常储蓄不至于跌太多

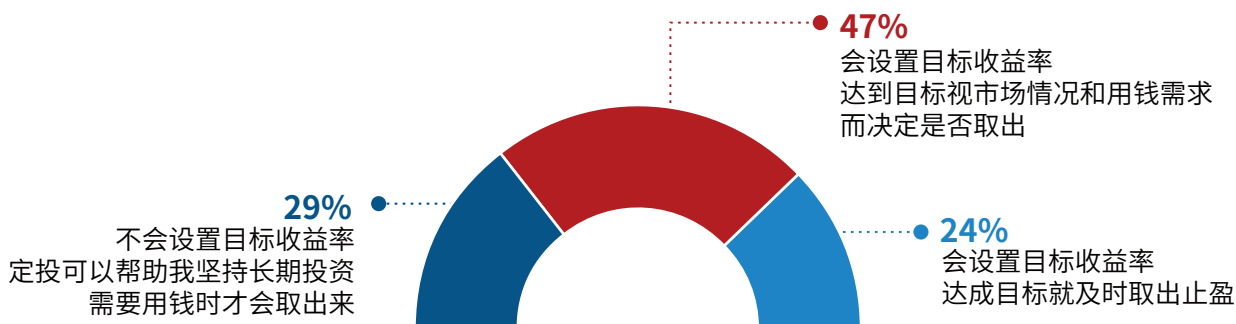


而值得关注的是，从受访者的反馈来看，关注产品历史业绩的人最少，基金以前是否帮自己赚过钱也不是决定性因素。说明大部分受访者认知到了历史业绩不代表未来表现，但是否知行合一，还值得进一步探索。

4. 有多少用户在定投时会及时止盈?


在做过定投的受访者中，有47%的人会设置目标收益率并且及时止盈；还有24%的人虽然会设置目标收益率，但是否止盈取决于实际情况，对于这部分人需要提供专业指导和建议，否则其可能错过好的止盈窗口；另外有29%的人在定投中不习惯设置收益率，这部分受访者虽然有长期投资的初心，但遇到熊市和震荡市，很容易因缺少目标感而坚持不下去。

设定目标收益率及止盈意愿



5. 用户对于目标收益率和达成时间有什么预期?

做过定投的受访者中, 设定了目标收益率为5%的人群中, 有26%的人半年达不到目标则会考虑终止定投或取出, 27%的人可容忍半年到1年; 设定了目标收益率为10%的人群中, 有46%的人1年内达不到则会考虑终止或取出。整体来看, 随着目标收益率的提高, 受访者对达成收益率的预期时长在提升, 设置目标收益率20%及以上的人大部分预期都在3年以上。但结合市场实际情况看, 绝大部分用户对于目标收益率和达成时间的预期是不匹配的, 如果没有建立合理的收益预期, 则容易拿不住过早离场。

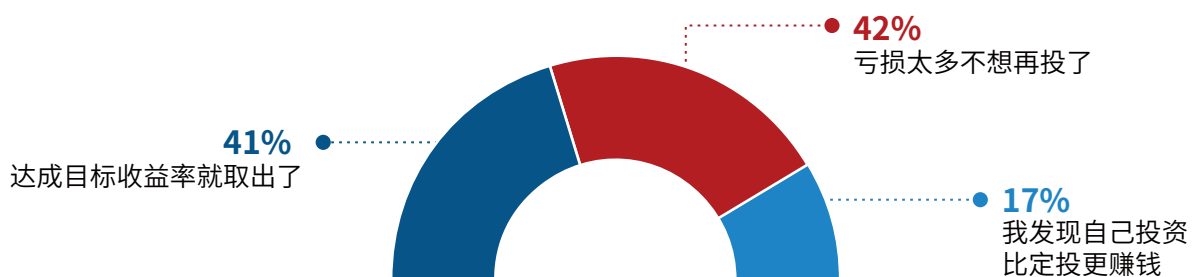


预期坚持时长	目标5%	目标10%	目标15%	目标20%及以上
半年	26%	18%	8%	2%
1年	27%	28%	24%	8%
2年	8%	13%	19%	12%
3年及以上	8%	12%	19%	32%
穿越牛熊需要多年 会坚持等	31%	29%	30%	46%
总计	100%	100%	100%	100%

6. 用户终止定投, 是喜还是忧?

已经终止定投的受访者中, 有42%是因为亏损太多不想再投, 还有17%认为自己投资更赚钱。前述合计59%的人出于对定投的否定而终止, 而一旦形成这种负面印象, 则可能很难再次开启定投了。因此在投前和投中, 专业机构需要对用户做充分的预期管理, 以呵护用户的定投体验。

用户已经终止定投的原因分布



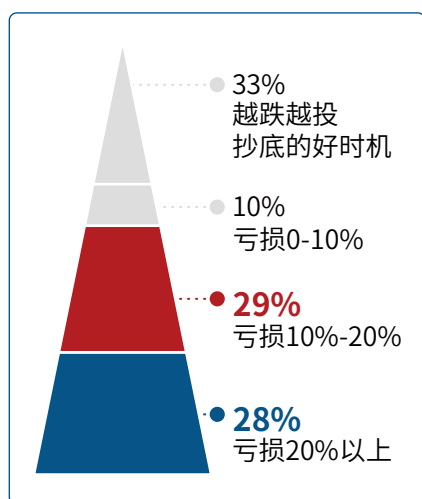
7. 用户对定投亏损的容忍度如何？

在做过定投的受访者中，有57%的人表示在亏损10%以上时会终止定投，有19%的人表示亏损不到半年即会终止定投，这种心态可能会错过低位积攒筹码的好时机；有52%的人会在亏损时取出定投资金离场，过早离场可能导致错失市场机遇。

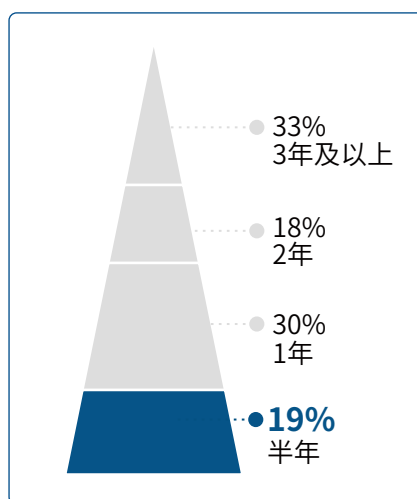
总的来看，投资者目标收益率设定不合理，以及相对强烈的短期“止损”倾向，可能共同导致了定投难以坚持，进而导致盈利体验不佳。

用户在定投亏损方面的选择分布情况

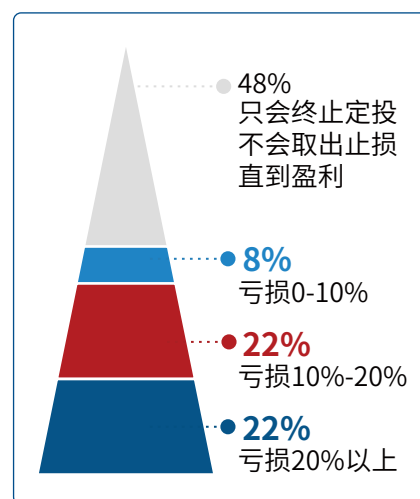
用户在定投亏损多少会终止定投的意愿分布



用户在定投亏损多久会终止定投的意愿分布



用户在定投亏损多少会取出定投资金的意愿分布



第三章 小结

1. 了解是定投的开始

第一章的调研信息表明，没做过定投的人群中有接近60%的人表示没听过定投，或者不了解定投具体如何操作，对于基金公司来说，投资者教育工作大有可为。

2. 用户需要被引导形成良好的定投习惯

第二章的调研信息表明，用户在定投中存在的成熟行为，可能来源于平日缺乏科学的定投习惯和合理的预期，基金公司可考虑更客观、科学地引导用户建立起正确、科学的定投理念和习惯。具体如下：

- 尚未建立起止盈意识或止盈纪律性不够

只有47%的受访者表示会设置目标收益率并且及时止盈，说明可能很多用户尚未建立规范的止盈意识，很容易错过较好的止盈时机，以至于达不到理想的收益率或者投资期限被迫拉长。

- 对目标收益率和达成时长的预期合理性有待提高

设定了目标收益率为5%的受访者，有53%的人表示在1年内达不到目标收益率则会终止定投或取出，设定了目标收益率为10%的受访者，有46%的人表示1年内达不到则会考虑终止或取出。

而从第一部分第四章测算的沪深300指数来看，即使在估值比较低的位置开始定投，在1年内达成5%的概率是88.48%，达成10%的概率是73.50%，因此用户需要建立更为合理的预期。

- 对亏损的容忍度有待提高

有57%的受访者表示在亏损10%以上时会终止定投，有19%的人表示亏损不到半年即会终止定投，恐惧心理不仅可能会错失低位攒筹码的好时机，还可能让高位开启定投的人更久回本，进而拿不住做止损操作。

03



提高投资者定投 盈利体验的思考



基金定投是一种长期自动化的投资方式，可一定程度避免我们因为个人情绪影响投资决策，能有效管理我们在投资中的“非理性行为”。然而通过数据分析和调研，不少基民在定投上的行为也容易被个人情绪和主观经验所左右，需要基金公司加大投资者的教育和陪伴，使用户真正理解定投、相信定投、学会定投、坚持定投，在定投上真正赚到钱。

1. 给投资者的建议

• 基金定投“老少皆宜”

对新基民来说，或可将小额定投作为基金入门之选，等对市场和产品有一定感觉后，再尝试自主一次性买入。对老基民来说，如果想在相对低位开始积攒筹码，在不能精确预判市场的情况下，定投可能相对一次性投入所承受的波动风险更小。

• 关注市场，看到这个标志，或可加大定投额

本报告数据显示，用户在A股市场最具代表性的指数之一，沪深300指数的市盈率(PE)低于近五年30%分位时开启的定投，平均收益率超8%，盈利体验有明显提升。

当指数已经回落到近几年较低的位置，可以认为市场已经具备性价比，可以将定投金额加大，更快实现低位筹码收集。需要注意的是，标志出现并不一定代表股市立刻见底，可能还会盘整甚至继续惯性下跌一段时间，但对定投来讲已经进入高性价比的“击球时刻”，模糊正确远胜于精确的错误，当有些人还在犹豫，或者还在猜测底部点位时，我们已经在加速布局，一旦市场好转，可以迅速达到投资目标。

• 达成目标收益率且满足这两个条件，或可考虑止盈

本报告数据显示，用户在沪深300指数的市盈率(PE)高于近五年60%分位时终止的定投、用户坚持定投2年以上的定投，平均收益率有明显提升。

建议大家开启定投时，为自己设置一个目标收益率，当达到目标收益率且满足上述两个条件满足时，就是止盈的理想时刻了。

2. 给基金公司的启示

通过本报告的调研分析，基金公司在定投教育和推广工作上仍大有可为，可参考如下方面进一步优化：

• 在市场低位，勇于做难而正确的事

在市场低位、情绪冰点时，加大公司层面对定投推广的资源投入，坚定投资者的定投信心。

• 以投资者利益为核心，提升长期盈利体验

在投资者开启定投前，加强对基金投资投向、投资风格、风险收益特征的介绍，力争客观展现收益目标和定投时间的匹配关系，投后持续管理和修正投资者预期，坚定投资者持续定投的信心。只有拉长定投时间，才能真正体验到定投魅力，才有可能获得相对长期稳定的盈利体验。

• 面向定投做针对性的运营陪伴

加大投资端的内容输出，提供客观、专业的市场分析；契合投资者的定投周期，耐心做好持续服务。始终致力于减少专业机构与投资者的信息差，陪伴投资者提升专业能力和信任感，在纪律性投资中行稳致远。



【风险提示】

本资料仅为服务信息，以上观点仅供参考，不构成对于投资人的任何实质性建议或承诺，也不作为任何法律文件。定投过往业绩不代表未来表现，投资人应当充分了解基金定期定额投资和零存整取等储蓄方式的区别。定期定额投资是引导投资人进行长期投资、平均投资成本的一种简单易行的投资方式。但是定期定额投资并不能规避基金投资所固有的风险，不能保证投资人获得收益，也不是替代储蓄的等效理财方式。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本资料中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。基金管理人提醒投资者基金投资的“买者自负”原则，投资人在投资基金之前，请仔细阅读基金的《基金合同》、《招募说明书》和《产品资料概要》等基金法律文件，充分认识基金的风险收益特征和产品特性，并根据自身的投资目的、投资期限、投资经验、资产状况等因素充分考虑自身的风险承受能力，在了解产品情况及销售适当性意见的基础上，理性判断并谨慎做出投资决策，独立承担投资风险。市场有风险，投资需谨慎。



华夏基金
CHINA ASSET MANAGEMENT

中国基金报
CHINAFUND