



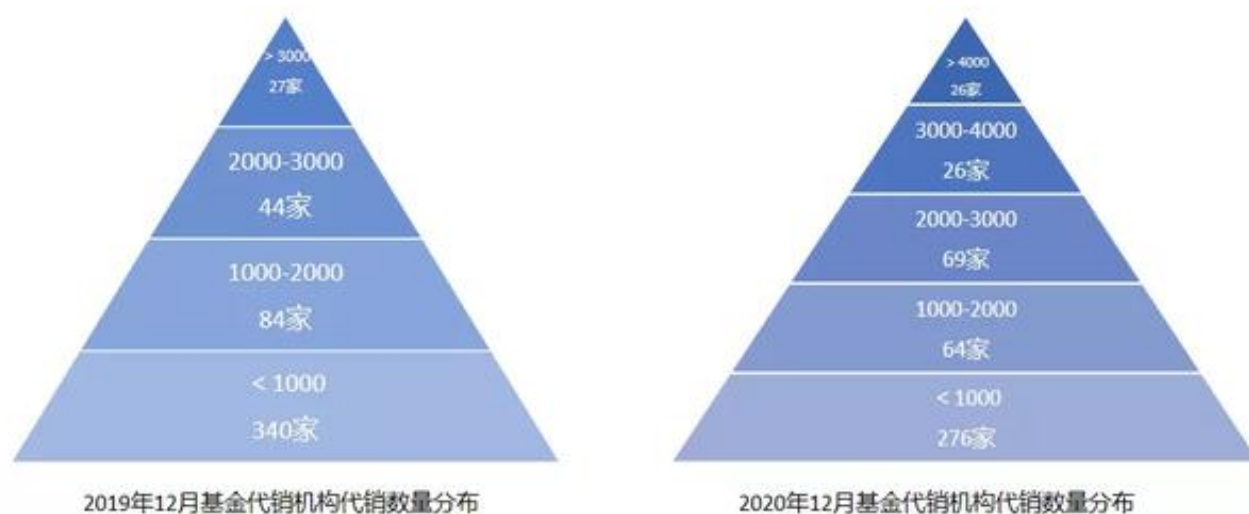
## 1. 基金互联网代销平台

### 1.1基金代销平台概况

根据wind数据，截至12月7日共461家公募基金代销机构代销公募基金，其中156家银行、138家三方独立销售机构、124家券商、25家期货公司、9家保险公司和证券咨询机构。详细名单见附件1

从代销基金数量来看，头部三方独立销售机构领跑，代销超过5000支基金。随后是券商机构，代销数量在3000-4500左右，银行紧随其后，代销数量处于2000、3000之间，小型第三方销售机构代销数量在1000到2000之间，还有46家代销机构代销基金数仅个位数。

对比2019年，因为2020年新基发行火热，各代销机构整体代销数量均有一定增长。对于头部代销机构来说，虽整体代销数量有一定增长，但主要来源于新基金，市场拓展的空间不大。从尾部销售机构来看，代销数低于10只的机构从91锐减为46家，销售能力弱的尾部的机构正在持续被汰弱。



## 2019-2020基金代销机构代销数量分布

数据来源：wind，截至12月7日

## 基金销售保有量

年度	商业银行(%)	证券公司(%)	基金公司直销(%)	独立基金销售机构(%)	其他(%)
2015年	25.22	10.01	61.90	2.14	0.73
2016年	23.43	8.23	65.62	2.24	0.48
2017年	24.41	6.05	65.38	3.84	0.32
2018年	24.14	6.41	61.26	7.76	0.42
2019年	23.59	7.59	57.29	11.03	0.49

## 公募基金销售机构保有量

数据来源：中国基金业协会，道乐研究院

### 1.2蚂蚁财富平台

#### 蚂蚁代销数据概要

根据蚂蚁集团招股书显示，截至6月30日，蚂蚁集团与约170家资产管理公司合作

，资产管理规模超4万亿，为行业第一。截至2020年12月7日，蚂蚁代销134家基金公司共5149只基金，较2019年代销数量有所提升。[1]

根据2020年蚂蚁财富伙伴大会公开数据显示，34家金融机构过去一年存量用户增加50万以上，20家金融机构过去一年存量用户增加100万以上。31家金融机构过去一年资产规模增加50亿以上，18家金融机构过去一年资产规模增加100亿以上。债券&权益类的基金用户规模增加130%，债券&权益类的基金资产规模增加185%。

## 2.2.2 2020年蚂蚁财富运营思路与趋势

### (1) 持续关注用户陪伴，直播成为重点发展新形式

2020年9月，蚂蚁推出FICI（金融机构竞争力指数）评分体系，评价机构在蚂蚁财富内的运营能力，评分涉及内容互动、自运营等维度，影响曝光机会、新功能有限使用、中心化流量方面的激励权益。蚂蚁对财富号运营的数据化考量，其实是对机构的运营提出了更高要求。在进一步拉大各机构之间的流量差距的同时，其实也给中小型基金公司提供了具体的运营方向。

在蚂蚁财富伙伴大会上，蚂蚁展示了过去1年的内容运营成果。过去1年持仓区产出陪伴内容11000篇，在讨论区产出专题解读21000篇，在财富号新增开通小程序429个，6-9月平台投教直播1300场+。财富号机构的GMV是非财富号机构的127倍，AUM是156倍。在会上，蚂蚁财富表示内容运营将是未来持续的重点。

2020年，蚂蚁财富对内容运营多个板块进行功能和运营的升级。其中理财直播历经多次改版，可谓是内容运营中的重点模块。截至12月底，在直播平台的功能上有订阅新基、加群、互动答题等功能可以让直播连接产品、财富号、与用户互动。在运营上，设置了理财直播周活动，在理财页设置了固定外透位置、在首页配置弹窗等，将支付宝其他领域流量引入基金直播模块。理财直播模块完成了流量引入、流量运营、流量转化的全链路生态圈，成为基金公司营销的“新宠”。

此外，讨论区也迎来多次改版，新增【讨论区话题】、【基金经理】板块，置顶位开放运营并且试行讨论区大V征稿机制，2020年对讨论区的已经可见其改版意图，2021年可能会迎来更大的改版。

### (2) 推动机构联合营销，聚合资源

联合营销是一种成本低、收效大的一种品牌营销方式。过去各金融机构因存在竞争关系，在蚂蚁财富上的运营更多是“单打独斗”，每次的活动需要投入较多引流、设计、开发资源。为此，2020年蚂蚁财富官方推动各个基金公司联合举办活动，聚

合增加活动影响力，并提升资源利用率。各个财富号进行了多次联合运营，从投教到直播到活动，基金公司之间的合作多场景、多类型进行了联合运营，提升了流量利用效率。

2020年部分财富号联合运营活动			
活动名称	时间	参与财富号	类型
财富号粉丝节	不定期	富国基金、国泰基金、交银基金等	活动
淘金联盟	每周	天弘基金、工银瑞信基金、华夏基金、嘉实基金、银华基金	产品推荐
金牌管理人联盟	每日	招商基金、博时基金、广发基金、南方基金、鹏华基金、易方达基金	行情解读
好基直播联盟	不定期	安信基金、博时基金、创金合信基金等	直播
魔都理财社	不定期	汇添富基金、交银基金、农银汇理基金、华泰柏瑞基金等	直播
丁工人回血营	不定期	中欧基金、兴全基金、银华基金、国投瑞银基金等	直播、活动

### (3) 支付宝域内用户转化

2019年，各个财富号做了许多引流、促活开发活动，大多数财富号已经覆盖了吸粉、促活活动，理财域内的用户已经激活，理财领域财富号的流量增长遭遇瓶颈。因此支付宝将理财用户的目光转向支付宝其他领域的用户。蚂蚁开放了支付宝域内其他模块让基金公司通过活动和投放引入流量。如通过在集分宝、天天抽奖、生活服务、活动等页面的投放关注财富号或小程序，从支付宝域内的带来流量增长。

### (4) 开放多应用场景的功能小组件

对于运营的基金公司来说，开发一个小程序或功能需要投入较多的资源，而往往只能在某一个场景下使用，性价比不高。2020年蚂蚁财富开放能够多场景应用的功能小组件。如新基订阅、加群等小程序可以嵌入直播、讨论区、财富号等多个场景，一方面实现对小程序利用最大化，并且使用功能小组件很好地将产品、用户、陪伴内容连接起来，打通流量转化路径，形成生态闭环。

## 金融机构的自运营

20+基金、券商资管机构入驻，财富号粉丝数分化

2020年，多家基金公司、券商资管和银行理财子公司入驻财富号，蚂蚁财富号从77家升级至95家，财富号的运营竞争格局也趋于多元化。

财富号粉丝数格局出现较大分化，博时基金以近1500万粉丝一骑绝尘领先其他财富号，天弘基金突破1000万粉丝，稳居第二位。招商基金、中欧基金、易方达基金、华安基金、建信基金、南方基金、广发基金7家公司处于五百至一千万之间，27家机构的粉丝低于10万，部分2020年下半年新入驻的基金公司尚未发力，因此粉丝数低于1万。

### 蚂蚁财富号粉丝数分布

数据来源：支付宝APP，道乐研究院 统计时间：2020.12.28

从2020年粉丝增长总数来看，道乐监控的39家财富号中，博时基金涨粉最多，一年涨粉550+万粉丝，其次是天弘基金，涨粉440万，第三是华安基金，涨粉339万。粉丝数TOP10中基本上粉丝增长量都在200万以上。



## 2020年财富号增粉TOP10粉丝数&年增长

数据来源：支付宝，道乐研究院 统计时间2020.12.28，详细表格见附件2

### 蚂蚁财富代销展望

#### (1) 基金代销业务成为重点

2020年银保监会加强对银行理财子、银行存款、保险产品的互联网销售监管力度。随着网络小贷业务、互联网存款产品、互联网保险银行理财子等一系列监管新规出台与落地。蚂蚁平台网络小贷业务、互联网存款、银行理财子等产品等业务上面面临利空。因此在其他业务受阻的情况下，蚂蚁必将将着力点放在合规的基金、基金投顾等相关业务上，也就意味着基金代销和投顾业务方面可能会有更多流量倾斜，对于基金公司、券商资管公司来说是一个好的发展机会。

#### (2) 理财直播持续优化

2020年蚂蚁开放直播运营平台，以基金直播为跳板，将支付宝生活区等域内流量引流至理财域内。2020年，随着更多金融机构持续入驻支付宝理财直播，直播可能将持续成为营销重点形式，直播的格局可能会迎来新的洗牌。

#### (3) 打造蚂蚁社区生态，链接产品与用户

2020年蚂蚁财富试行了向大V征稿的机制，意在讨论区运营升级进行试水。未来蚂蚁财富可能会在讨论区有大刀阔斧的改版。一方面引导KOL产出优质内容，链接

社区内容和产品的联系，也能很好地服务用户；另一方面引导基金公司在社区做陪伴内容，打通社区与产品、财富号、大V的流通链接。

#### (4) 开放基金投顾运营平台

2020年蚂蚁财富伙伴大会上，蚂蚁宣布未来将开放基金投顾运营平台。目前基金投顾产品普遍门槛较低，非常适合蚂蚁财富的长尾用户进行产品认知与尝试。且基金投顾仍在布局的初始阶段，抢占流量入口是基金公司的策略之一。加之蚂蚁平台销售能力的已经得到验证，相信蚂蚁的基金投顾平台运营是基金公司的重要机遇。

### 1.3天天基金

#### 天天基金代销数据概要

根据东方财富半年报显示，截至2020年6月30日，共上线140家公募基金管理人8,729只基金产品，公司互联网金融电子商务平台共计实现基金认（申）购（含定投）76,757,139笔，基金销售额为5,683.63亿元，其中非货币型基金共计实现认（申）购（含定投）61,152,876笔，销售额为2,899.65亿元。报告期内，公司金融电子商务服务业务基金交易额同比大幅增加，金融电子商务服务业务收入同比实现大幅增长。[2]

截至12月7日，天天基金代销142家基金公司的5626只基金，数量同比2019年增长16%。代销数量前五分别是博时基金、南方基金、广发基金、鹏华基金和易方达基金。

#### 天天基金运营思路

##### 开放基金投顾运营，基金直播成为运营重点

在上线基金投顾前，天天基金的组合、跟投模式其实与基金投顾有一定相似之处，因此天天基金的用户对基金投顾也更容易接受。截至2020年底，共南方基金、中欧财富、华夏财富、嘉实财富、易方达基金五家投顾机构入驻。2020年天天基金对基金投顾的运营进行了探索与尝试。引导基金投顾开通财富号，生产陪伴内容，促进用户对基金投顾的认知。并且打造首届基金投顾节，5家基金投顾机构进行联合直播。根据天天基金公开数据，基金投顾86%持仓用户实现盈利，用户最大持仓超过1000万元。总体复购率达到48.4%，总体留存率达83.1%。[3]

随着疫情催生了直播热，天天基金也将直播作为了今年的运营重点，5月上线了直播栏目大咖秀（后更名为天天直播间），开放给基金公司开设直播。在9月进行了

一次重大迭代，不仅将天天直播间的固定位置提升至财富页面的顶部，也为基金公司直播配置了互动、福利等运营工具。

## 基金公司自运营

各资管机构在天天上运营主要有订阅号和基金吧。据道乐不完全数据统计，共138家机构入驻天天基金财富号，较2019年数量有所增加。其中121家基金公司，10家券商资管公司、5家基金投顾试点机构的子公司和2家获得公募牌照的保险资管公司。不过部分机构对财富号的运营较少，多家中小型基金入驻时间不久，因此57家财富号订阅数不足1万，31家财富号发文数不足100篇。

## 天天基金财富号订阅数分布及订阅数TOP10财富号

数据来源：天天基金APP，道乐研究院，统计时间：2020.12.11，财富号订阅数详情见附件7

## 1.4理财通

截至2019年，理财通用户超过1.5亿，资金保有量超过8000亿，产品数量超过1000。理财通整体是精品超市的运营模式，在产品端，在接入产品时严格筛选，根据产品类型分为余额+、稳健理财、进阶理财和股票四个类型。在运营端，主要是由理财通打造中心化运营体系，对基金公司开放的自运营平台较少。2020年理财通在运营上主要从以下几个思路发力。

### 关注用户投教，打造理财投教节

造节已经成为电商运营的常态化方式，2020年，理财通将理财直播、用户投教与理财产品结合起来，在不同节日热点打造了多个投教节。活动形式主要是邀请基金公司投研人员、理财大V等财经界知名人士联合直播，将直播、投教、活动结合起来，通过用户陪伴增加用户黏性，增加理财服务，并且营销相应的理财产品。8月，理财通打造首届投教节，以“全民智富计划”为主题，邀请金融机构代表、财经专家和明星大咖将通过腾讯理财通平台以直播、短视频等多种方式，为用户提供高质量理财投教内容。10月理财通打造理智养老节，通过上线养老基金组合、发布《国人养老准备报告》、大咖直播、养老小课堂等，强化用户的养老意识，让用户增加对养老产品的认知。



上线基金投顾，布局投顾运营

## 1.5 京东金融

运营思路及趋势

2020年8月18日，京东数科旗下京东金融APP发布全新6.0版本，APP定位正式升级为面向亿万用户的“金融决策平台”，并且以“京东金融——一个懂金融的朋友”为广告在全国各地的机场、地铁进行了大规模的广告投放。

### (1) 升级智能搜索，激活交易链路

搜索功能用户使用各场景的基础功能，京东金融在搜索功能上做了更多升级，进一步加强了APP的搜索功能，搭建了“全网产品库”，力求搜索即可直达需求，提高决策效率。此外，搜索加入了产品、店铺、百科等细分功能，用户可一站式查询、测评、交易。借助智能化的“搜索”和京东金融4亿的用户，通过搜索功能连接机构的产品和店铺，最大化激发平台上“搜索-产品-店铺”的交易闭环路径的潜力。

### (2) 全新内容社区平台，打造专业理财圈

京东金融App升级中，将底部标签“花生社区”替换了原有的“生活”。个性化信息流的内容呈现方式，强化了浏览内容、社区互动的使用场景。开通了图文、短视频、问答、直播等互动方式，分享包括泛财经类资讯、理财产品解读、保险产品介绍、个人投资经验分享、财商教育等内容。

京东金融平台称将邀请经济学家、TOP基金经理、TOP投资经理、基金行业分析师、保险精算师、专业财经媒体等500多个金融大V入驻社区，开发和运营官方账号体系。对于金融机构来说，可以通过店铺服务号“金店”以直播、视频和文章等多种形式，更全方位地与用户沟通，提高自身的交易转化率的同时，又能帮助用户以更低成本做出金融决策。

### (3) 打造全网金融店铺体系

京东金融App构建了“营销+视频展业”的工具店铺体系，入驻企业可自助上线当前售卖的热门款金融产品，还可以发表文章、视频，也可以打造自己的直播栏目，彻底释放影响力与潜力，在收获业绩的同时也收获名气。京东金融特地打造了用户评价体系与能力者服务体系，来引导店铺之间、能力者之间形成良性竞争。据称，京东金融正在与共计23万个金融机构和执业人员洽谈入驻计划。

## 金融机构的自运营

2020年多家中小型基金公司和券商资管公司入驻京东金融，据道乐科技不完全统计，截至2020年12月中旬，共105家公募基金公司和8家券商资管及券商资管子公司入驻京东金融APP，其中超过30家基金公司及券商资管公司入驻京东店铺。部分已经开通行家号的基金公司，正在逐步将行家号的内容转移聚合至店铺内容。

在运营效果上，头部基金公司通过历史的行家号和直播等丰富的内容运营，累计了较多粉丝，与中腰部账号形成较大差距。

## 京东金融行家号/店铺粉丝数TOP10

名称	粉丝数	作品
华夏基金管理有限公司	25.7	/
建信基金	21.9	435
天弘基金	11.8	187
广发基金管理有限公司	9.7	/
嘉实基金	8.9	233
国泰基金	7.5	417
诺德基金	7	0
国都证券基金	7	7
鹏华基金	6.6	/
中欧基金	6.6	140

### 京东金融自运营账号粉丝数TOP10

数据来源：京东金融APP，道乐研究院，统计时间：2020.12.11华夏基金、广发基金为店铺，详细名单见附件8

## 1.6 银行、券商互联网平台

### 银行、券商互联网代销概况

根据wind数据，截止2020年12月共156家银行类基金代销机构，其中代销数量前五分别是交通银行、招商银行、平安银行、中国银行、浦发银行。银行代销也出现较大分化，其中55家机构的代销数量不足100只，可见部分银行的销售能力较弱。

从代销规模来看，2020年头部银行代销规模和收入在增长，工商银行代销规模达3341亿元。根据中国证券业协会发布的《证券公司2020年上半年度经营业绩排名情况》，2020年券商代销金融产品的收入有所上升。但其年报里未披露代销具体的金融产品分布，也未披露代销基金的规模。其中中信证券在年中报里提到其金融产品代销规模超过4000亿元。

2020年，部分银行和券商也选择在APP上开放自运营平台，线上平台开启从基金交易到财富管理的第一步。道乐科技选择券商和银行各五家的APP，统计理财运营平台开放情况。并对各平台财富号的运营内容和效果进行分析，结果如图表11。

公司名称	财富号名称	入驻数量	入驻公司
国泰君安	君弘号	15	建信、金元顺安、海富通、广发、华泰柏瑞、华夏、宝盈、嘉实、新华、富国、天弘、招商、华安、长安、中海、民生加银、易方达、汇添富、大成、鹏华、中海、南方、富国、嘉实、博时、招商
银河证券	基金财富号	11	博时、鹏华
国信证券	财富号	2	天弘、富国、新华、鹏华、博时
光大证券	财富号	5	嘉实、南方、博时
方正证券	基金公司专区	3	浙商基金
招商银行	自媒体号	23	金鹰、朱雀、广发、天弘、长信、富国、华夏、国泰、众禄、鹏华、银华、融通、泓德、大成、睿远、汇添富、创金合信、景顺长城、兴证全球、汇丰晋信、嘉实、交银施罗德、浙商基金
浦发银行	公众号	3	浦银安盛、汇添富、博时
交通银行	交银咨询	3	交银基金、南方基金、大成基金
工商银行	工银瑞信专区	1	工银瑞信基金
中国银行	中银基金专区	1	中银基金

### 银行、券商APP基金公司自运营情况

数据来源：各银行APP，道乐研究院，统计时间：2020.12

平台	平均粉丝数	更新频率/月	平均阅读量	运营内容
国泰君安	/	2-4篇	/	市场研判、投教、基金推荐、销售
银河证券	/	共2-5只产品	/	基金推荐、销售
国信证券	2w	3-7篇	20-500	市场研判、基金推荐、销售
光大证券	200	1-5篇	50-500	资讯 (仅新华持续更新)
方正证券	/	/	/	市场研判、基金推荐、销售
招商银行	500-5w	1-90篇	50-2000	市场研判、投教、资讯、直播
浦发银行	150	3-10篇	50-100	市场研判、基金推荐、销售 (仅汇添富运营中)
交通银行	1300	3	/	市场研判、投教、基金推荐、销售
工商银行	/	10	/	资讯、投教、产品推荐
中国银行	/	/	/	资讯、投教、产品推荐

银行券商APP自运营账号内容与效果

数据来源：各机构APP，道乐整理，标/表示平台无数据

从其运营的效果可以看出，券商、银行APP对自运营开放平台处于初步探索的阶段，尚未形成完整的生态圈，与自有的线下营业部和客户经理结合度也不高。

同类机构横向对比来看，行业内的差距也较大。国泰君安、银河证券、招商银行三家自有平台入驻的基金公司较多，而其他平台的合作机构较少；从运营效果来看，粉丝、阅读量分化更为明显，招商银行APP上运营的账号，最多能达到5w关注数，且这一数字还在不断增长，运营上限较高，而部分平台寥寥几十的关注。相较于对接生活场景更为普遍的第三方互联网金融平台（以支付宝为代表），券商、银行的自建平台在流量运营、中台设计、用户触达方式等方面都还任重道远。

## 总结与展望

2020年因新基销售规模大幅增长，银行和券商作为传统的头部代销渠道，依然占据优势地位。但是随着互联网零售发展强劲和财富管理时代的到来，银行和券商也必须思考如何将线下网点和客户经理的优势与线上平台结合起来，搭建以用户为中心的营销体系，给用户提供更便捷、专业的理财服务，才能在互联网发展浪潮之中走出独特的一条路。

## 2. 基金公司直销平台

### 2.1基金交易APP

#### 头部基金公司APP数据

从近两年迭代次数来看，头部基金公司APP迭代整体趋势呈稳步增长，可见对APP的投入资源增长且重视程度较高。

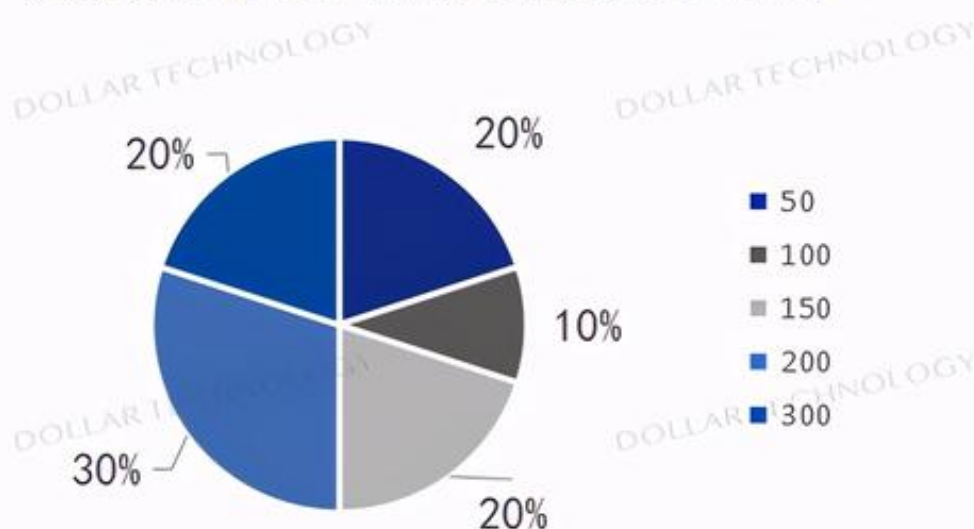
## 头部基金公司APP迭代及下载情况

数据来源：七麦，道乐研究院

在头部10家基金公司中，8家基金公司的APP下载量较上一季度环比上涨，其中广发基金APP下载数的环比增幅达到101.59%，可见基金公司对于APP推广的持续投入，投资者对于在直销平台交易基金的认可程度也稳中有升。

2019年全年，50%的头部基金公司直销规模超过200亿，规模在100亿 - 150亿之间的基金公司占比30%，只有20%的头部基金公司的直销规模低于50亿。这说明直销平台对于基金公司而言，仍然是重要的销售渠道。

头部基金公司19年互联网直销规模占比 (亿元)



头部基金公司19年互联网直销规模占比

数据来源：道乐研究院

## 2020基金APP迭代

### 头部基金公司持续打磨直销APP，中小型基金公司缩减直销渠道投入

道乐统计了基金管理规模（含货币基金规模）TOP20的基金公司直销APP过去一年的迭代情况（具体迭代情况见附件9），其中超过一半的基金公司迭代超过10次，10个APP有大版本的更新，其中南方基金还特意举办了南方基金 APP 8.0发布会，在发布会上从产品、服务和用户体验三大维度介绍了南方APP8.0的亮点和南方基金在金融科技上的投入。可见头部基金公司对直销平台持续重金投入，打磨相关直销APP。

APP的运维成本较高，而部分中小基金公司的营销能力并不强，导致在直销渠道的投入产出比并不高。加之目前银行、券商和互联网三方代销机构对于不同类型的用户覆盖已经较为全面，部分基金公司转变战略，减少直销渠道上的资源投入。如中信保诚基金、德邦基金先后关闭直销APP。

基金公司APP2020更新次数				
序号	基金公司	APP名称	更新次数	大版本
1	天弘基金	天弘基金	11	天弘基金5.0
2	易方达基金	易方达e钱包	10	无
3	汇添富基金	现金宝	11	现金宝6.0
4	南方基金	南方基金	7	南方基金8.0
5	博时基金	博时基金	16	无
6	华夏基金	华夏基金管家	12	华夏基金5.0
7	广发基金	广发基金	7	无
8	嘉实基金	嘉实理财嘉	11	嘉实理财嘉7.0
9	鹏华基金	鹏华A加钱包	13	无
10	富国基金	富国富钱包	10	富国富钱包8.0
11	工银瑞信基金	工银瑞信基金	12	无
12	招商基金	招商基金	20	招商基金7.0
13	华安基金	华安基金	12	无
14	银华基金	银华基金生利宝	15	银华基金生利宝6.0
15	建信基金	建信基金	2	建信基金5.0
16	兴证全球基金	兴证全球基金	6	兴证全球基金6.0
17	中欧基金	中欧钱滚滚	15	无
18	国泰基金	国泰基金	2	无
19	平安基金	平安基金	4	无
20	中银基金	中银基金	9	无

部分基金公司APP2020年更新次数

数据来源：公开平台，道乐研究院

总的来说，整体的交互改版分为政策性改版，业务性改版以及体验性改版。基本上头部的基金公司都针对出台的政策进行了相关的补充，在业务性上，大多数基金公司优化了新手专区的展示内容与新手购基的流程路径，新增了目标投功能进行业务的转化，同时优化或改版了基金详情页，进行用户的转化。在体验性上，大多数基金公司优化了登录注册的流程，开户的流程，交易的流程，同时也优化了视觉页面。

整体来看，在头部基金公司中，有75%的公司在这一年内优化了登录注册，最常见的是支持多种登录方式；同时简化开户流程，以分阶段的形式引导用户进行开户，减少长流程的形式，以低门槛方便用户进行开户。有50%的基金公司进行了基金详情页的优化与改版，例如天弘基金APP，充分展示基金的详细数据，包括最新估值、日涨幅、盘中表现、历史净值、基金标签、基金类型、基金规模、热度等多方面

的维度，使得用户了解当前基金，同时，展示基金经理的信息，获取用户的信任；基金详情页的内容展示，很大程度上决定了用户是否进行购买。有30%的基金公司进行了基金讨论区的优化，例如易方达e钱包APP，在基金讨论区，用户可进行自由交流，分享观点，查看大牛分享与大牛实盘等，达到用户转化的目的。有40%的基金公司优化了定投体验流程，增加了目标投功能，拿博时基金APP来说，用户可选择4-20%的收益率，系统将推荐符合收益率的相关基金产品推荐给用户，同时展示当前产品的预估达成收益的时长，减少用户的思考，降低用户购买基金的门槛。总体来看，头部基金公司APP迭代有以下几个趋势：

(1) 完成多项合规改造，持续优化基础功能

2020年是各个《九民纪要》、《信息披露》等多个监管要求的截止日期，因此基金APP均在用户信息隐私、信息披露等方面做了一系列合规改造。

此外，基金APP持续优化注册登录、开户、找回密码等基础功能，TOP20中10家基金APP持续优化注册、登录、修改密码的功能。其中多为增加微信、Apple ID、指纹识别登录，完善人脸识别、手机验证码找回密码等功能。作为基金交易APP，持续优化APP的基础功能，提升用户的交易体验，才能留住用户。

更新模块	公司
注册	华夏基金
登录	汇添富基金、南方基金、华夏基金、广发基金、富国基金、招商基金、银华基金、中欧基金、兴全基金、中银基金
找回密码	易方达、博时基金、工银瑞信基金、华安基金

数据来源：ios Appstore道乐研究院

(2) 丰富陪伴内容，围绕基金投顾优化与迭代

2020年基金APP持续丰富陪伴内容，多家APP通过活动、投教内容和社区来丰富陪伴内容，增加用户黏性。嘉实基金开展了下载嘉实理财嘉，天天领最高888元红包的活动，汇添富开展添富19宠粉节添富贺岁档等活动，APP上的节日活动运营已经趋于常态化。

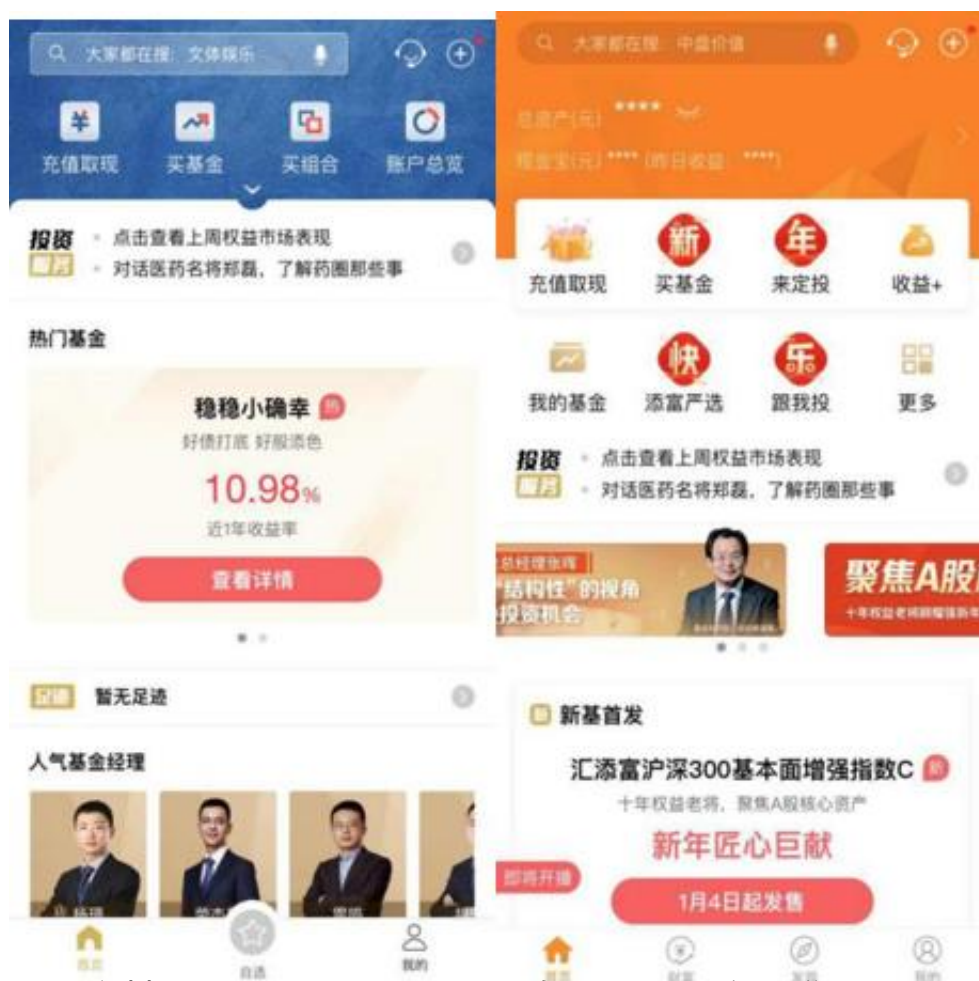
2020年直播和短视频等营销新形式火热，但是基金直销APP并未将其作为营销的主要方式，而是将其作为丰富陪伴和投教的形式之一。多家APP上线了直播和短视频功能，丰富投教内容。



除易方达外，其余多家基金投顾试点公司在APP上围绕基金投顾产品做了优化与迭代。如华夏基金管家对华夏查理智投的申购和查询做了一定优化。南方基金APP 8.0中推出“司南投顾”新品，进一步针对中高净值客户推出了司南尊享定制服务，发布了安鑫系列组合和锐进系列组合。中欧钱滚滚围绕水滴投顾进行了多次迭代，其中包含页面优化、调仓规则优化、详情页和持仓页升级、新增水滴养老、智能陪伴、四笔钱。

## 立足APP定位，打造特色功能

头部基金公司APP经过多个版本的迭代，基础功能已经较为完备，各个基金APP根据各个公司不同的产品定位上线了一些特色功能。如汇添富现金宝更新了标准版和简约版，用户可自由选择不同的版本，标准版的内容更丰富，投教、选基工具较多，简约版适用于资深理财人群，专注基本的交易、基金查询功能，页面风格也更为简约。



汇添富基金APP不同版本截图，左简约版，右标准版

数据来源：汇添富基金截图

广发基金APP推出亲子账户，为家庭打造以为核心的理财资金账户。鹏华基金则通过APP引流到微信群，转为社群运营。



数据来源：清博数据、道乐研究院 数据样本：24个订阅号+30个服务号

截至2020年12月中旬，共76家资管机构已经开通82个微信视频号，其中包含69家基金公司，3家银行理财子公司、4家券商资管子公司，多家基金公司更是开设了两个账号，一个定位于品宣，一个定位于投教。

### 1.3总结与展望

随着互联网三方销售平台销售能力逐渐增强，支付宝、天天等平台的代销已经可以满足大部分客户需求。随着公募基金行业马太效应凸显，不同规模的基金公司对直销平台的运营方向分化或将持续拉大。

头部基金公司持续投入，往高端化方向发展

经过多年发展，头部基金公司的直销APP的基础交易功能已经比较完备，在用户陪伴、内容运营、活动运营方面也有了一定经验，未来不同的基金公司将在直销APP上走向差异化发展。并且为了与互联网三方平台服务的长尾用户、银行券商服务的

机构和高客单价用户差异化，直销平台的定位可能更趋于服务高净值客户。如汇添富基金，为资深理财人群设置了简约版的APP，且设置了高净值人群认证的功能。

中小型基金公司投入持续缩减

---

[1] 数据来源：中国基金业协会

[2] 东方财富网2020年年中报

[3] 天天基金投顾数据年度解密

---

免责声明：

以上数据均来自平台公开数据，因统计时间不同，数据会略有差异，我们力求客观公正使用网络工具，但对数据的准确性和完整性不作任何保证，文章中的信息或所表达的意见仅供参考。如数据有遗漏或有任何需求，请联系我们。

商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明出处