



在破解“基金赚钱基民不赚钱”的过程中，平安优选基金进行了颇有成效的探索

来源：轻金融 作者：尚志科

“一只最高涨幅高达数倍的明星基金，超过80%的持有人却是亏损”，基金赚钱基民不赚钱，成为当前基金行业的典型困境。

如何破解“基金赚钱基民不赚钱”？

这不仅需要选到好基金，还需要通过长期持有赚到实实在在的收益，对投资者的眼光、实力还有定力等都是巨大的考验。而光靠投资者自身是很难做好的。

放眼整个行业，领先的金融机构充分发挥自身金融服务能力和科技能力，已经为之进行了有益的探索，帮助一大批基金投资者获得了长期稳健的回报。

一、破解“基金赚钱基民不赚钱”

无论是国内还是国外，权益类基金在长期通常都能跑赢多数资产，而持有周期越长，胜率越大。据天风证券统计2005年以来在任意时点开始基金指数的收益率，随着持有期的延长，获得正收益的值和概率逐步提升，远高于股票指数。

虽然A股市场从不缺优秀的基金产品，然而即使买到好基金，多数人却拿不住。到底是什么因素阻碍了投资者中长期投资基金？

天风证券在一份报告中分析，“基金赚钱基民不赚钱”背后，除了市场因素，对投资者来说，源于存在盲目追涨杀跌、持有周期短、喜欢追逐热点、迷信“冠军基金”等错误投资者行为。

要解决“基金赚钱基民不赚钱”的问题，不仅需要优质基金，更需要投资过程中专业机构的陪伴。其中的代表性产品，是平安银行推出的优选权益基金，2018年以来平安优选基金为71.4万客户赚了139亿，持仓客户复购率70%。

无论是中长期来看，平安优选可圈可点。自2018年初优选基金推荐以来，平均业绩回报达到了101.3%，同期上证指数仅上涨了5.36%。

难能可贵的是，该组合客户的平均持有期超过了8.5个月，远远高于市场平均的3个月，定投客户坚持6个月以上占比40%。在这一系列数据背后，平安银行做对了什么？

平安银行“优选基金”顾问、平安理财基金投资部总监单开佳表示，自成立之初平安优选基金就坚持“一切以客户利益为中心”的原则，一直在思考如何能让客户从公募基金当中获益。

为了解决投资者的困境，平安银行“优选基金”（简称“平安优选基金”）引入买方视角，基于平安银行零售对客户精准画像进行严格产品匹配，加上平安优选

基金团队的专业判断，给客户带来符合预期的收益体验，自然而然客户在这个平台上留存的时间就会增加。

“我们中收的增加不是让客户去提高换手，而是让客户获利了之后信任这个平台，形成了AUM的增长，然后获得了中收的提升，这是非常好的正循环”。

平安银行高度重视基金产品销售能力的建设，重点打造公募基金“平安优选”品牌，强化线上化运营及科技赋能，推动基金销售业绩显著增长。2020年，平安银行代理非货币公募基金销售额1494.06亿元，同比增长155.8%。

如何让客户在市场波动中坚定持有下去并非易事，需要在业务经营方式方法上进行突破。这不仅需要前瞻性布局优秀的基金产品，还需要“陪伴式”服务方式与引导。

二、提前在“左侧”布局好基金

近几年，普通投资者对专业机构投资者的认可程度在逐步提升，但仍然面临着突出的选择难题。在中国基金业协会的官网上有几个醒目的数据，目前国内共有147家公募基金公司，8202只公募基金产品，比上市公司数量都要多，可见基金选择之难。

然而，选对了专业的基金投资组合，对于投资者来说就会事半功倍。2021年以来A股市场波动加大，不过平安优选基金的收益相对平稳，这源于2020年三四季度开始，该组合加大了对偏价值类产品的布局和引入，倾向把组合构建比较均衡。

通过“左侧”布局给客户带来超市场平均的回报，成为平安优选基金的第一大突出优势。

凭借专业的买方能力，平安优选基金自上而下去看未来市场，让客户赚未来的钱。在对市场的具体判断上，会基于宏观基本面，通过中、短期风格以及情绪类判断，

让客户在市场波动时有一个清晰的指引。

一个突出的案例，是在2018年初平安优选基金制定了定投权益类产品的方式，在底部帮助投资者成功做了布局。事后看，平安优选基金在2018年底配的基金经理变成了现在的市场明星，但这是提前的成功挖掘，而并不是刻意追逐。

能在左侧选出“百里挑一”的基金经理，得益于平安优选基金团队的突出实力，该团队10位成员平均超过8年从业经验，注重基金长期业绩，平安优选以来为客户在“左侧”布局了众多优秀的产品。

平安优选基金的另一大优势，是自下而上选择适合未来市场风格的产品。能做好这一点，就得提到他们独创的“Masters”选基方法，即通过定量和定性结合的方式挑选具备持续创造超额回报能力的基金产品。

简单来说，首先通过大数据量化基金经理的历史业绩，筛选出50%左右的基金经理，再通过定性方式筛选出100位左右；最后，结合市场环境筛选出10位左右更适合未来市场的基金经理，这些基金经理所管理的产品就是平安银行推荐的优选基金。

单开佳透露，虽然这个体系在平安银行的实践是从2018年开始的，但是在平安内部已经有比较长时间的实践和验证。要理解这个体系，就要提到“三个统一”的框架。

第一是战略战术的统一，必须有“左侧”思维去思考未来市场走向，以及哪些资产板块风格会受益。第二是管理人风格和未来市场形成统一，必须能够挑选出符合未来市场风格的管理人。第三是定量定性的统一。

在“Masters”选基方法中，定量尤为关键。定量是标签化的过程，能够快速判断每个基金经理在哪些领域比较擅长，每个管理人都形成上百个标签。如果一位基金经理投资深度价值个股、高成长个股、性价比较高的个股都不占优会被剔除，剩下的形成一级池子。

形成一级池子后，对于细化标签的管理人会进行投资风格调研，从数据层面去验证他的判断。“最终能够进入到二级池的基金经理，往往是那些定性调研下来投资理念非常成熟且可复制，并且他的投资动力也是非常不错的管理人。”

当进入到二级池后，会根据自上而下的判断挑选符合未来市场判断的管理人成为一级标的。在这个过程中，平安优选基金团队有非常紧密的沟通跟踪机制。具体来看，包括每日定量跟踪变化，会有报警预警的体系；定期追踪所有公开报告；跟基金经理之间有月度沟通。

通过这种定量、定性、不同层次的跟踪，能够及时了解基金经理是否和平安优选基金组合团队的判断是否一致，最终在组合中优胜劣汰，也找到了一批优秀的基金经理。

三、陪伴式服务：科技提升用户体验

要从根本上改变基金赚钱投资者不赚钱，不仅需要优质的基金，更需要投资过程的陪伴，给投资者提供解决投资难的一站式解决方案。

当组合有了“左侧”的视野、“左侧”的布局，更重要的工作，就是让客户在波动的过程当中第一时间了解市场判断，及时获得服务，“让客户能够坚定地走下去，”这就需要有专业团队的引导和系统化的服务体系。

平安优选基金投资者持有周期较长，一方面来自充分发挥平安银行的科技优势，深度了解客户需求，推出了一系列智能投资类产品，另一方面，还把科技运用到投教、产品推荐、投资与持有的服务全流程中。

首先是用好平安银行的科技力量。

近年来，平安银行大力推进“线上化运营、数据化经营、综合化服务、生态化发展”的零售策略四化转型，科技已经融入到了所有业务的各个环节当中，包括对客户的画像。

依托平安金融科技，平安优选基金巧用组合工具，覆盖不同客群配置要求，其一揽子组合方案页面中可看到精准的产品推荐，收益、回撤一目了然，并且提供一键申购、一键赎回功能，让选基买基变得简单轻松。

在对客户的把控度上、精准画像上都运用了领先的科技手段，从而能够精准的服务客户，不仅让客户有比较好的感知、触达和解决需求方案，还能让客户在整个服务当中感受到服务的价值。

对于高净值客户，平安优选基金提供了智能的资产配置系统，给客户非常好的资产配置建议；对于普通客户，则有智能化的工具如“安心投”，这是一款建议型投顾的产品工具，从风险收益目标、建议持有期限等多维度层面上给到客户不同的风险特征收益客户群，给到最适合的产品解决方案。

今年以来，“安心投”每周都会复盘业绩情况，跟踪下来可以发现，该产品给客户带来了超市场的回报。

其次，是借助数字化技术全面提升陪伴式服务水平。

“陪伴式”服务，是平安银行在零售转型之初就已经提出的服务方式，借此帮客户树立正确的投资理念，来构建非常适合的资产管理方式。

“我个人觉得客户的投教和陪伴式服务是没有办法分割开的，希望客户能够跟随着我们的理念在平台上得到很好的服务和体验。所以陪伴式服务是针对全平台、全客群提出的服务方式。”单开佳表示。

针对不同客群，平安优选基金会提供差异化的“陪伴式”服务方式。比如针对长尾客群，会通过线上化形式提供资讯和判断；对于财富类客群，会有“远程+线上”触达的陪伴式服务；对于高净值客群，会有更好的线上线下远程相结合的“陪伴式”服务体系。

这种“陪伴式”服务的差异到底会体现在什么样的不同地方？不同于基金销售及引流平台，平安银行联合头部基金公司为消费者提供基金购买后的投资咨询、策略建

议、持仓引导等陪伴服务，打造可信赖的基金投资平台。

2021年以来市场波动加剧，单开佳认为更多要立足多元策略布局，包括权益市场、债券市场、海外和港股市场都有布局机会。在权益市场震荡下行的背景下，可以定投一些具有阿尔法能力的管理人，以捕捉结构性机会。

投资基金犹如跑马拉松，最终目标不只是短期的暴利，而是跑到胜利的终点。在改变“基金赚钱基民不赚钱”困境的过程中，平安优选基金为行业提供了可借鉴的案例，在未来也有望得到越来越多客户的青睐。