

编辑导语：这几年基金的风被吹得很高，基金开始互联网化，用户在 APP 上就可以进行基金的理财投资。但由于基金产品的金融属性较强，在产品设计上受到了很多限制。那互联网基金产品的设计该如何做？本文作者提供一个基础框架供各位参考。



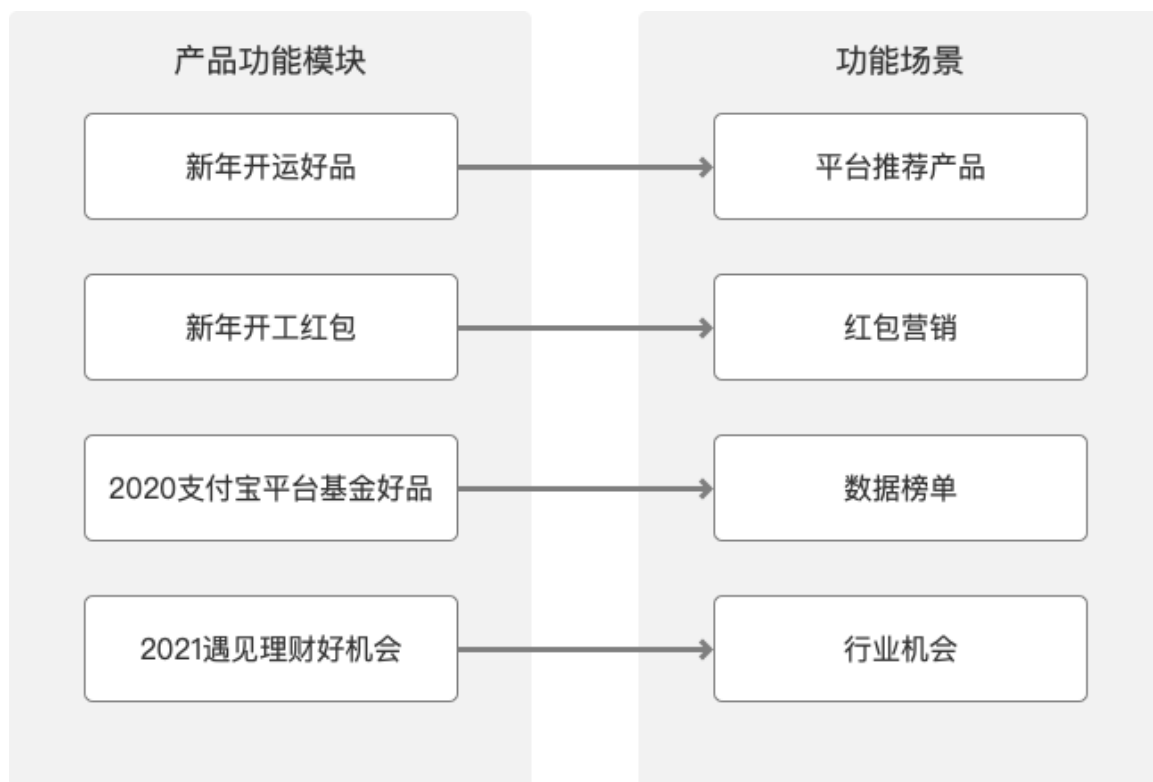
假期结束，迎来了开工的第一天 2021 年 2 月 18 日，也是基金开市的第一天，支付宝又来放大招了，打开支付宝就看到醒目的 banner 宣传，支付宝推出了 218 理财节——理财年度好品清单。

基金行业受到严格的监管，在用户转化、产品设计上受限较大，这篇文章我们就来分解一下支付宝 218 理财节，看看他们的产品设计是如何求变创新的。



一、产品模块拆解

这份年度好品清单由 4 个模块组成：新年开运好品、新年开工红包、2020 支付宝平台基金好品、2021 遇见理财好机会。其实这 4 个模块分别就是 4 个功能场景：平台推荐产品、红包营销、数据榜单、行业机会。



从产品设计来看，整个理财节的设计以基金经理为核心展开，展示上也突出基金经理，为什么这样设计呢，接下来看。

从设计上看，整个专题页的设计以红色为主，一方面符合开工大吉的气氛，同时也迎合开市首日开门红的愿景。

抛开红包不谈，来看一下其余三个场景支付宝是如何设计的。

二、新年开运好品——推荐产品之新发基金

这个占据视觉中心的位置在 18 日下午 3 点之前，推荐的产品是一只募集中的新发基金，3 点募集结束之后被替换成一只稳健的理财产品。

2.1 新发基金

新发基金是可以作为一个独立的功能模块去设计的，很多平台也都有新发基金的功能页。

(1) 名词解释

新发基金，是指基金正在募集期，这个阶段买的话叫做认购，基金净值为 1，等到基金募集结束并建仓了就可以赎回，过程一般是一到三个月。

(2) 新发基金劣势

①封闭期长，资金流动性差

由于新发基金要建仓，通常情况下会有 3 个月的封闭期，在封闭期内是不能申购或赎回的，所以购买新发基金，要确保投资的这笔钱是短期内不会动用的闲置资金。

②披露信息少

从信息披露来看，新发基金公布的信息有限，而且没有任何历史业绩可供参考，虽然历史业绩不能预期基金的未来走势，但是是一个很重要的投资参考指标。

③缺乏稳定性

新发基金没有经历市场波动，没有穿越熊牛周期，缺乏稳定性。

(3) 新发基金优势

①封闭期长，避免频繁操作

大部分基民亏钱的原因在于操作频繁、追涨杀跌，而新基金的封闭期不能交易的特点刚好避免了基民们的频繁操作，从源头掐断了基民交易的机会，所以一定程度上反而有利于提高基金收益。

②建仓灵活

老基金的持仓相对稳定，而新发基金建仓阶段资金是陆续配置到市场中去的，可以更好的把握市场热点，适应市场变化，市场动荡情况下及时止损或调仓换股的操作相对容易，避险能力也会强一些。

③成长空间大

新发基金认购的是原始份额，从长期来看，成长能力和成长空间大。

④定期开放型基金后续后期不容易买到

如果是定期开放型基金在募集期比较容易买到，过了募集期之后每年或是更长时间才会开放一次申购业务，这样的基金如果错过了认购期，后期不容易买到。

2.2 新发基金产品设计切入点

我们如何挑选新发基金呢？可以从以下 3 点入手，这三点不仅是用户挑选新发基金的关注点，同时也是平台宣传、产品设计的切入点。

(1) 基金经理

我们都知道新发基金是没有历史业绩作为参考的，所以只能通过基金经理过往业绩、基金经理在管基金的历史业绩来参考。有句话说“选基金不如选基金经理”，把基金交给投资经验丰富、经历过牛熊市、业绩稳定的基金经理去运作，基金的盈利能力会更有保障。

(2) 基金公司

除了基金经理自身专业能力之外，基金公司强大的投研团队其实是基金经理坚实的后盾力量。

(3) 投资范围

基金的投资范围直接影响基金的业绩，我们应该清楚了解投资范围，挑选有潜力的行业去投资。

2.3 看支付宝的产品设计

支付宝的新年开运好物推荐的基金是景顺长城新能源产业股票 C（011329），基金经理：杨锐文，基金公司：景顺长城，投资范围：新能源。



218理财节

理财年度好品清单

新年开运好品

牛年开门红

翻倍基掌门
历史收益跑赢大盘近10倍

杨锐文重磅首发

10年老将掘金新能源 直播中

超440,000人已关注



杨锐文
国民基金经理

超80万
用户信赖

5座
斩获大奖

超340亿
在管规模

去购买



新年开工红包

领

(1) 明星基金经理

专题主页面主要宣传基金经理——杨锐文，10 年老将、历史收益跑赢大盘近 10 倍、斩获 5 座大奖、在管规模超 340 亿，字里行间都透露着基金经理超强的实力。

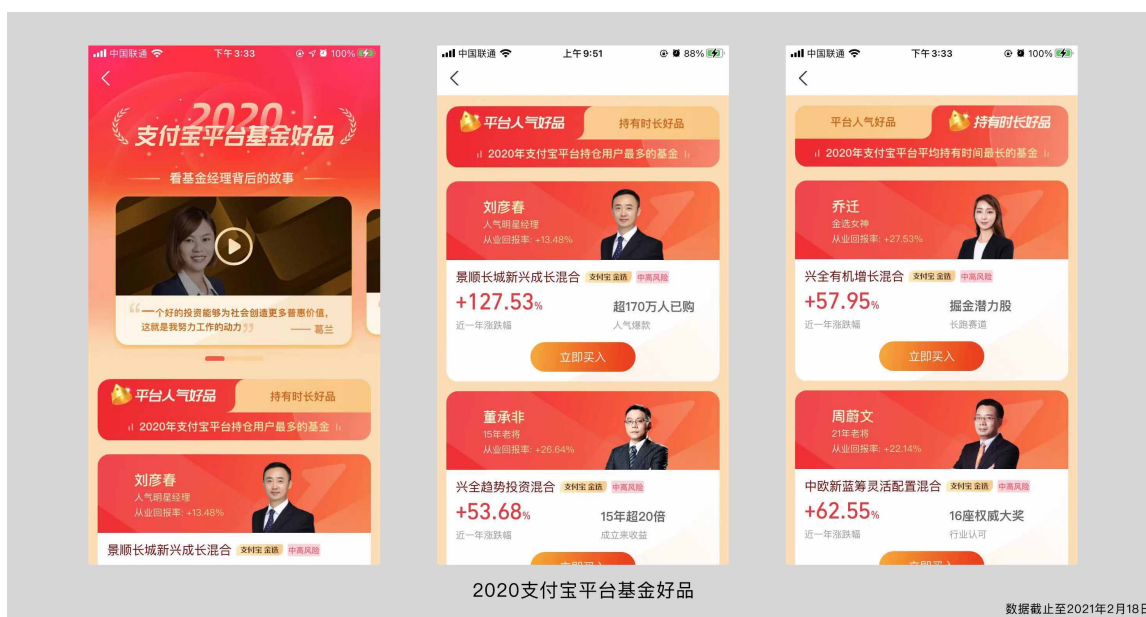
(2) 落地页

落地页对投资范围等进行详细宣传描述，新能源行业是最近的热门赛道。

(3) 饥饿营销

基金详情页有着醒目的倒计时，这只基金在支付宝平台只募集到 2021 年 2 月 18 日 15:00，醒目的倒计时营造出饥饿营销的氛围，刺激用户购买，看的我蠢蠢欲动，要不是钱包实力不允许就下手了。

三、2020 支付宝平台基金好品——数据榜单



2020 年是公募基金迅猛发展的一年，基金规模增长迅速，爆款频出，公募基金的收益颇丰。

【财新网】（记者 岳跃 2020 年 12 月 31 日）2020 年最后一个交易日，公募基金业绩排名大局已定。从截至 12 月 30 日的净值数据看，5503 只（各类份额分开统计）运作满

一年的公募基金中，5349只取得正收益（占比达97.2%），平均收益率31.30%；83只基金的年度业绩超过100%。

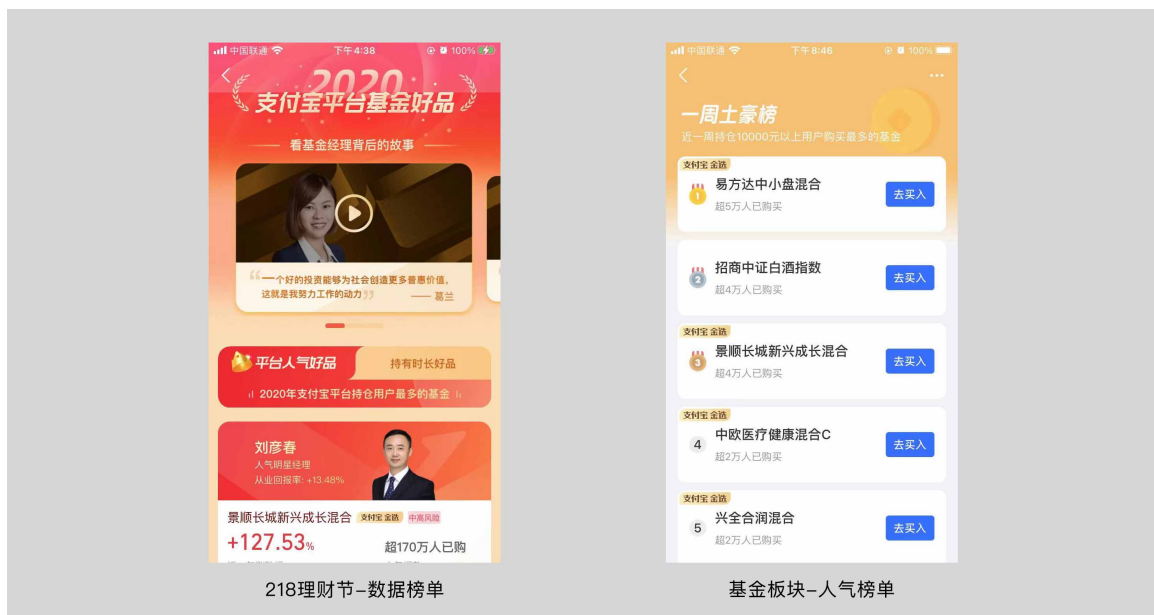
如此火爆的一年，大家都买了哪些基金呢，这个数据榜单可谓是抓住了用户的好奇心，加之从众心理的驱使，有多少用户会因此买入呢？

3.1 产品模式创新

这个数据榜单的页面设计不同于原基金板块的人气榜单（看下图对比），整体来看，理财节中的页面浏览起来更像是在和基金经理在交流，是基金经理给用户推荐产品，原人气榜的设计就是在和产品交互。

造成这种感觉的原因是218理财节中的产品设计以人为核心展开，将“用户与产品交互”的模式转换为“用户与基金经理与产品交互”，实现“人与物”到“人与人”的转变，拉近距离感。

页面的构成是视频轮播+榜单列表，视频的加入也是为了拉近与用户之间的距离，榜单列表的设计同样也是以基金经理为核心。



3.2 基金经理背后的故事

页面视觉中心放置了视频轮播，讲述三位明星基金经理的故事，视频不长都在2分钟以内，主要围绕基金经理的生活、工作展开。

在一定程度上，基民和基金经理应该是利益共同体，都希望基金业绩节节高，但在生活中却是没有交点的两部分，存着距离感，视频的加入让用户走进了基金经理的生活、工作，虽然隔着屏幕，但是拉近了双方的距离。

3.3 数据榜单列表

支付宝从两个维度展示了数据榜单：

平台人气好物：2020 年支付宝平台持仓用户最多的基金 持有时长好物：2020 年支付宝平台平均持有时间最长的基金

榜单的设计也与原有基金列表不同：

以基金经理为核心：页面以基金经理背后的故事开篇，下面的产品列表同样突出基金经理，其中有很多还是明星基金经理，咖位人物。 **产品亮点：**总结产品独特亮点，比如超 170 万人已购、成立收益 15 年超 20 倍等，利用数据吸引用户。 **专属落地页：**列表点击产品后进入专属落地页，对基金进一步宣传。

四、2021 预见理财好机会——行业机会

我们先来看一个支付宝的功能场景，支付宝的基金里面有一个板块叫做“投资顺风车”，每周一更新，目的是精准把握行情，及时向投资者推荐有潜力的行业及基金，让用户及时上车。



当出现行业、政策利好，或出现某行业热度攀升时，用户关注会偏向这些热点，就会把重点倾向于相关的基金，选择合适的时机买入，比如新冠疫情期间，医药相关基金的热度高、业绩好。从这些利好机会、行业热点出发，将关联基金打包，包装成不同的推荐主题，同时配置相应的解读，就打造出这样的投资场景。



218 理财节中的预见理财好机会，就是这样的一种场景，通过三个主题来向用户推荐基金。关于产品的展示，同样是以基金经理为核心，同时配置基金的专属宣传页，对基金进一步宣传。

PS：每次进入页面，机会主题推荐的两只产品有变化，不知道是采用的怎样的推荐算法。

五、彩蛋

搜索“218”会有一只新年吉祥物出现，眨眼摇头非常萌，增加了趣味性。



218



取消

全部

理财

服务

本地

旅行

2021开门红理财好品清单

人气基、好机会为你揭晓

218理财节

平台理财年度好品



理财 官方

支付宝上的
的理财服务

供省心、便捷



余额

收益天天



黄金

元就能买

立即查看

218 -

全部 >

送到家



盒马鲜生 (马家堡新荟城...)



4.8

月售 5336

40分钟 1.9km

起送价 ¥0.0 配送费 ¥6

"盒马鲜生品质保证"

即将休息 营业至 21:00

六、写在最后

节后开市首日推出 218 理财节的活动，不仅是对 2021 年度的回顾，也是对 2021 年度的期待。

不知道支付宝是否带着开门红的期待上线了理财节，但是 18 日收盘之后，基金猝不及防的挂上了热搜，开市首日的行情会对理财节的效果造成怎样的影响也不得而知了。

开市首日，你买基金了吗？

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议。