

# “智” 启数字时代 从产品金融走向生态金融

## 中国基金业金融科技发展白皮书2019

中国基金报  
CHINAFUND

Analysys 易观  
你要的数据分析

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



## 分析范畴

本内容主要对公募基金市场金融科技应用的背景、现状解读，并对金融科技应用的未来趋势进行分析，分析内容包括但不限于公募基金行业在营销、投顾、风控、投资等方面借助大数据、人工智能、互联技术、分布式技术等升级或创新产品、应用、服务模式及生态环境。

## 相关定义

**金融科技：**是指金融企业或互联网企业通过运用大数据、人工智能、互联技术、分布式技术等科技手段升级或创新金融业的产品、应用、服务模式及生态环境，助力金融业服务效率、服务能力的提升及服务成本的降低，实现金融与科技的深度互融。





**公募基金：**是指以公开方式向社会公众投资者发售基金份额，将众多不特定投资者的资金汇集起来，形成独立财产，委托基金管理人进行投资管理，基金托管人进行财产托管，由基金投资人共享投资收益、共担投资风险的集合投资方式。

## 数据来源

分析内容的数据来源主要有两个方面：一是来自对基金公司、第三方科技平台等分析对象的深度访谈；二是来自行业市场公开信息、政府数据和网络信息等。

# 目录

## CONTENTS

- 01  行业产业链生态变化，用户走入视角中心
- 02  视角中心转换情况下，基金公司探索智能服务
- 03  三方科技平台服务优化，赋能产业生态
- 04  数字化时代背景下，公募基金行业发展展望



# PART 1

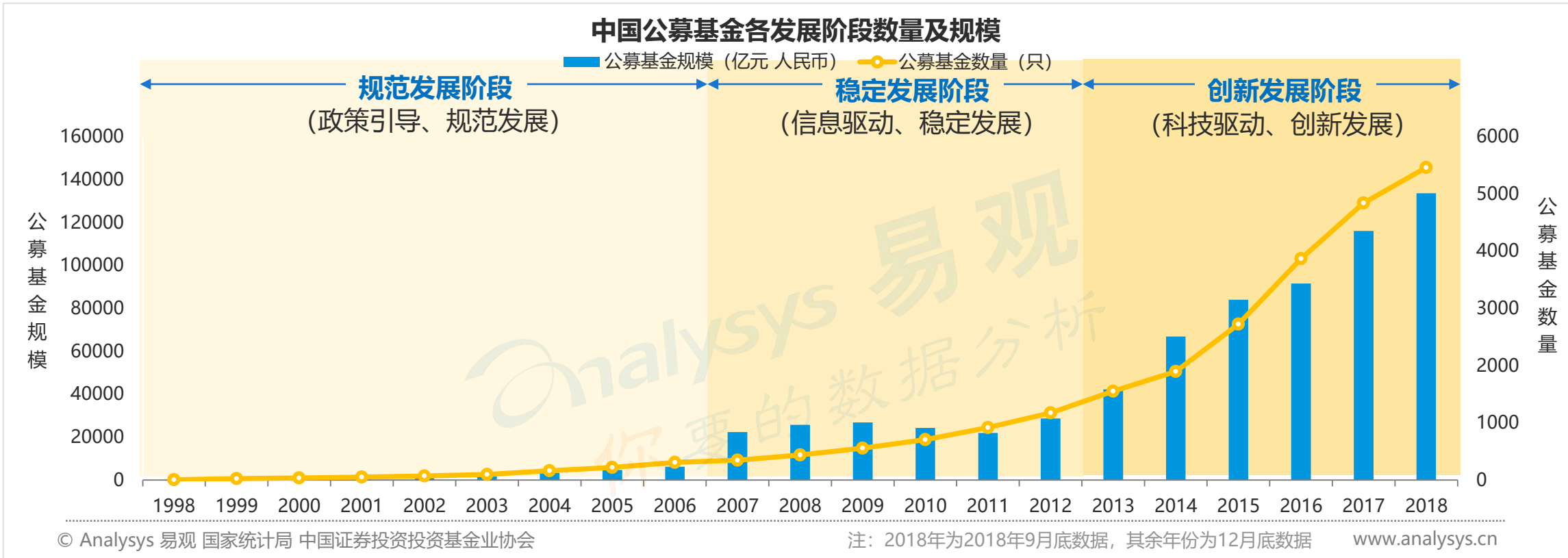


## 行业产业链生态变化，用户走入视角中心

© Analysys 易观

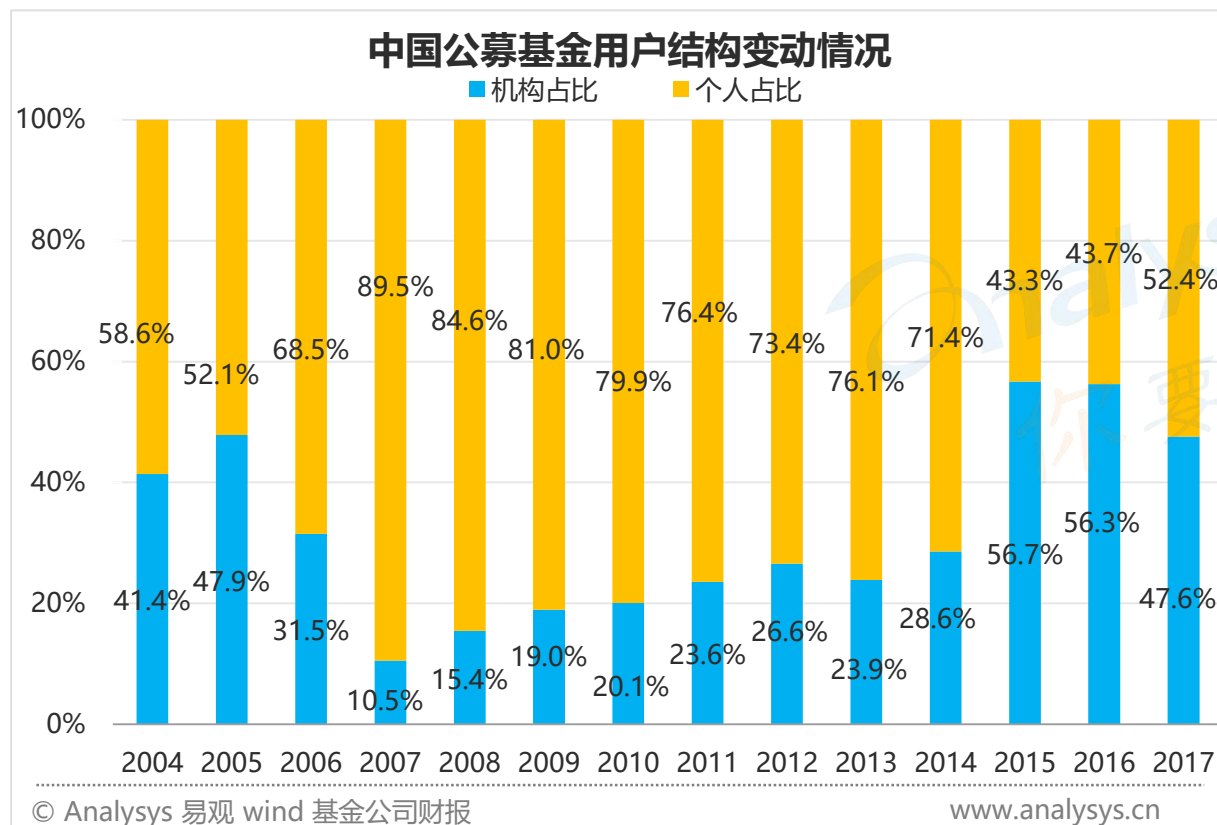
[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

- **行业变迁：**1998年-2006年，监管政策、监管体系逐渐健全，行业逐步走向**规范化**；2007年-2012年，天天基金网等相关的网络平台、官方网上直销平台的建立，扩大公募基金业信息触达用户广度，**奠定行业下一阶段蓄势待发的基础**；2013年，余额宝带动了公募基金行业进入**科技引领创新发展**的阶段。从基金数量和规模方面看，**公募基金相较以往是强势崛起，但长远来看目前仍处于创新发展起步的初期阶段，数字化是这个阶段的典型特征，单纯依靠自身能力输出赢得市场的时代终结，群策群力的时代来临。**
- **科技赋能：**大数据、云计算、机器学习等创新技术推动了基金行业**产品丰富化、渠道多元化、服务精准化**，在机构经营方式向线上迁移的同时，**经营理念逐步开始从以“产品”为中心向以“投资者”为中心转变。**



# 个人用户开发潜力巨大 行业生态链亟待更大的价值突破

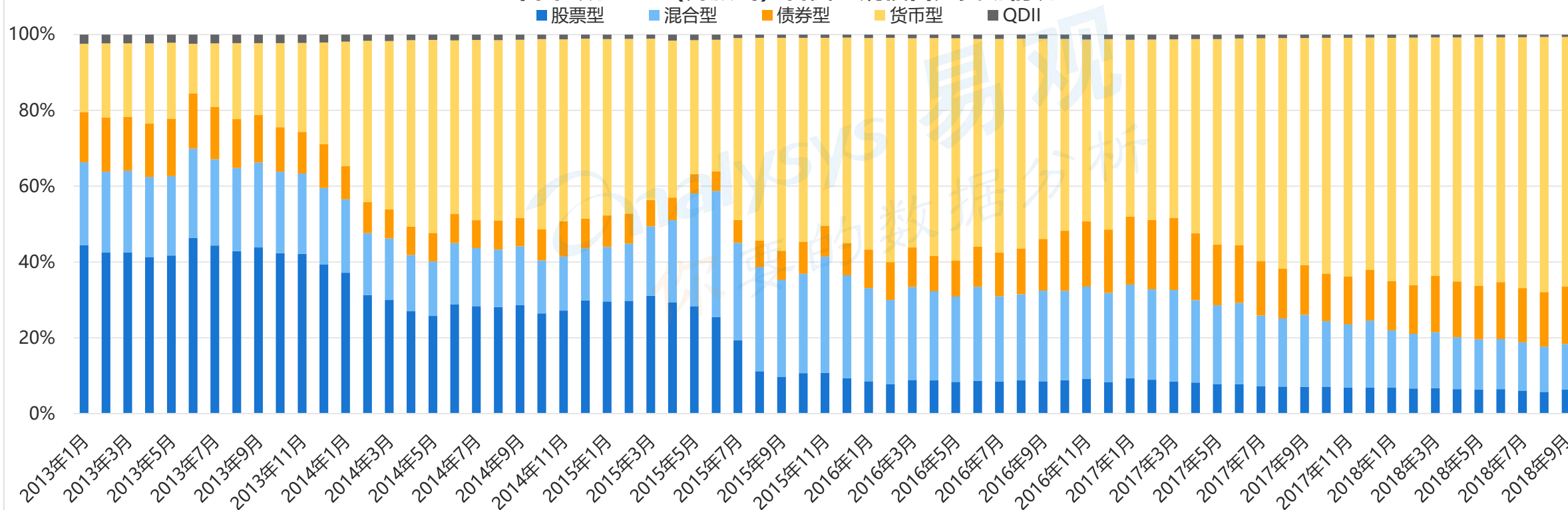
- **公募基金用户结构：**从用户结构来看，2007年-2014年个人用户持有比例处于较高水平，但近几年，随着互联网理财渠道的发展，个人用户选择其他投资标的丰富程度和便捷性增加，以及市场行情的变化，也不排除定制基金及冲规模的影响，**总体上个人用户表现相对不稳定，波动性较大，投资理性低于机构用户，因此当前基金行业需要提供更深度的服务引导个人用户走向理性和成熟。**
- **个人用户具有较大开发潜力，生态协同是深度服务用户之道：**余额宝在6年间陆续为数亿普通用户提供了普惠金融服务，2007-2014年间个人用户在用户结构中能够持续高于70%，随着市场环境发展，公募基金领域个人用户具有较大开发潜力，**只有引入更多的生态链合作伙伴，充分挖掘多能力科技协同的生态价值，才能真正为用户提供更深度的服务，从而应对未来基金行业服务个人用户的数量和金额将面临的新挑战。**



# 生态协同下的用户陪伴式投教成为促进基金结构优化的利器之一

- **货币基金快速发展**：2013年1月货币基金在公募开放式基金中占比仅为18.06%，2013年6月余额宝的推出引领行业迈入创新发展阶段，之后“宝宝类”基金将货币基金的规模不断推向新的高度，截止2018年9月，货币基金占比达65.77%。
- **深层次的投资者教育**：货币基金的快速增长使得公募基金行业的用户覆盖范围扩大，一方面，为非货币基金的发展提供较大空间，而这将进一步释放金融科技应用潜力；另一方面值得注意的是，当市场中“小白”用户快速增加后，投资者教育成为促进基金结构良性变化的关键。传统的浅层次投资者教育方式已捉襟见肘，如何借助第三方平台、传统渠道、其他相关方提供深层次的用户陪伴式的投资者教育才是最好的方式。

中国公募基金（开放式）各类型规模占比变动情况





# 从以用户为中心的视角看 基金机构面临着三大挑战

- **数据资源积累快速增加**：用户行为、生活消费高度互联网化，触点丰富度以及频率增加，获取网络端的数字用户轨迹及偏好信息的难度大大降低，这些数据资源成为机构的重要资产之一，基金公司需要更深刻理解用户、个性化的服务用户、精细化的管理用户。
- **数据管理面临的挑战**：基金公司的数据零散、源头多元、体量骤增等特点使得数据收集、整合、分析、应用的数据管理面临压力。
- **投研能力面临的挑战**：创新发展阶段，用户规模快速增长、数据信息爆发等对舆情的实时分析、投资决策的效率与精准度、收益与风险的有效匹配等具有更高要求。
- **产品创新及发展路径面临的挑战**：目前，货币基金占比过高、非货币基金发展缓慢，产品同质化现象明显，随着技术投入、数据应用的重视程度不同，或会面临较大差异的发展路径。

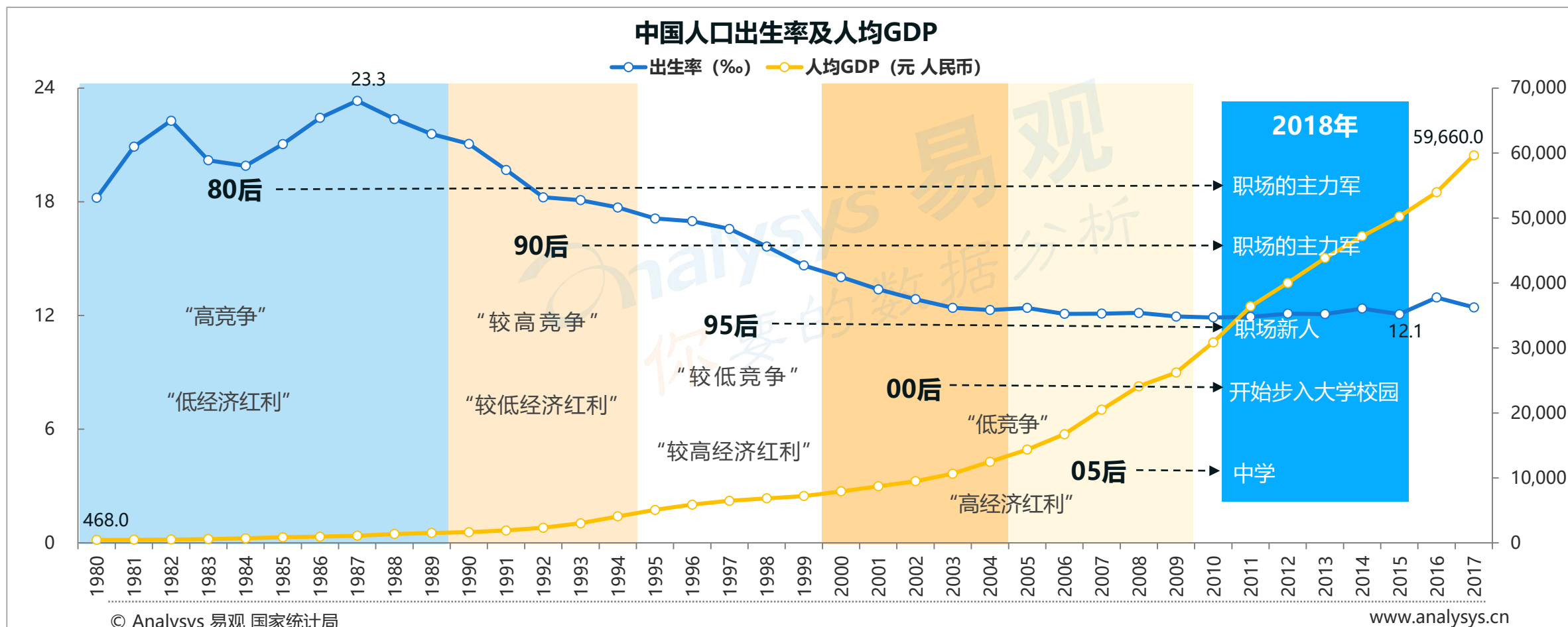


图：公募基金关键环节核心痛点示意图



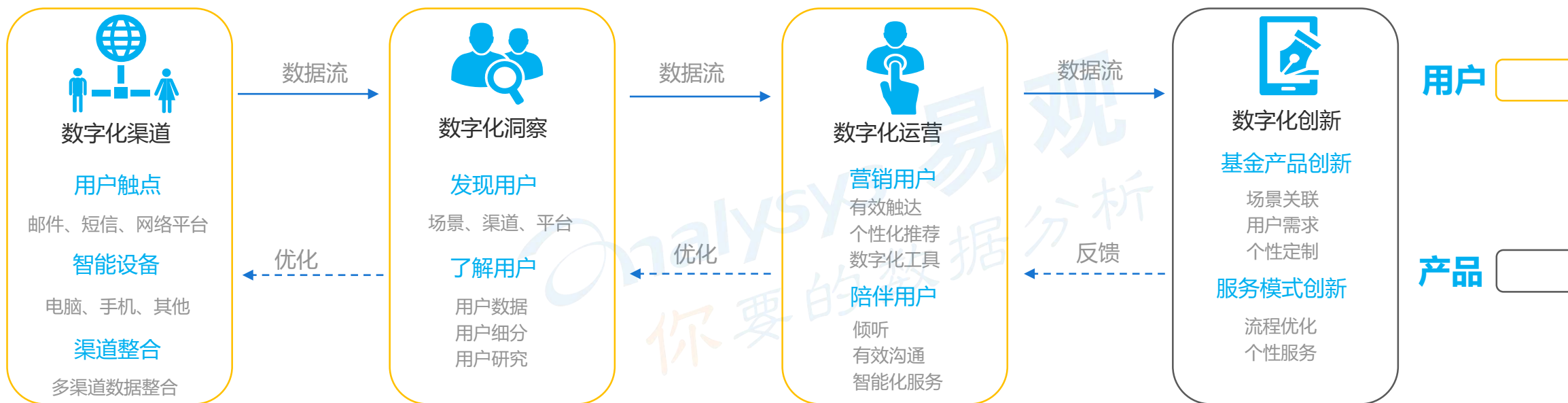
# 基金机构从读懂用户开始去应对其面临的三大挑战

- **社会及家庭人群结构发生变化**：当前，80后、90后成为职场主力并成为家庭结构核心群体，从80后到00后，不同时代出生的人面临着不同的竞争压力、享受着不同的经济发展红利，因此他们拥有不同的成长环境、不同的文化特征，但都对科技产品有较大依赖程度。
- **比用户更懂用户才能赢得用户**：社会及家庭人群结构的变化，影响着未来相当长时期内公募基金基础用户属性，如何解读这些对智能终端设备有较大依赖程度人群，必然需要借助金融科技深入洞察用户，以用户为切入点，从用户、产品、投研方向寻求能力提升。



# 借生态多方之力完成数字化运营升级 真正读懂用户

- **基金公司数字化运营基础要素：**用户数据的精细化管理对指导产品、服务创新以及精准营销具有重要意义，因此**基础技术能力、统一的数据管理、全方位的风险控制体系逐渐成为基金公司致胜关键**，也是实现全面数字化经营的基础要素，例如博时基金搭建全面风控架构体系、南方基金构建数据中心等动作不断，预示着其正加速向数字化经营之路迈进。
- **数字化运营需要借助生态各方的力量：**基金公司在基础技术能力、数据管理、用户洞察、数字创新等方面的能力有限，第三方平台、核心技术服务方、数据管理方、信息服务方等均在不同方面形成对基金公司各项能力的补充，助力于机构实现数字化运营，从而真正读懂用户。



## 统一的数据管理

**数据整合** 用户数据、投研数据、产品数据、渠道数据等

**数据治理**

**数据分析**

系统、工具、智能

**数据应用**

系统、工具

## 全面的风险管理

**风险维度全面** 信用风险、流动性风险、合规风险、用户风险匹配等

**风险管理智能**

数据仓库、体系及系统搭建

## 基础技术设施

**资源投入** 技术人员引荐、资金投入

**技术研究** 大数据中心、人工智能应用研究

**技术实践** 营销、运营、投研、风控、投研等技术化优化

**对应的关键环节**

**投研**

图：以用户为中心的公募基金数字化运营框架简化示意图

数据驱动精益成长

中国基金报 *Analysis* 易观  
CHINA FUND 你要的数据分析

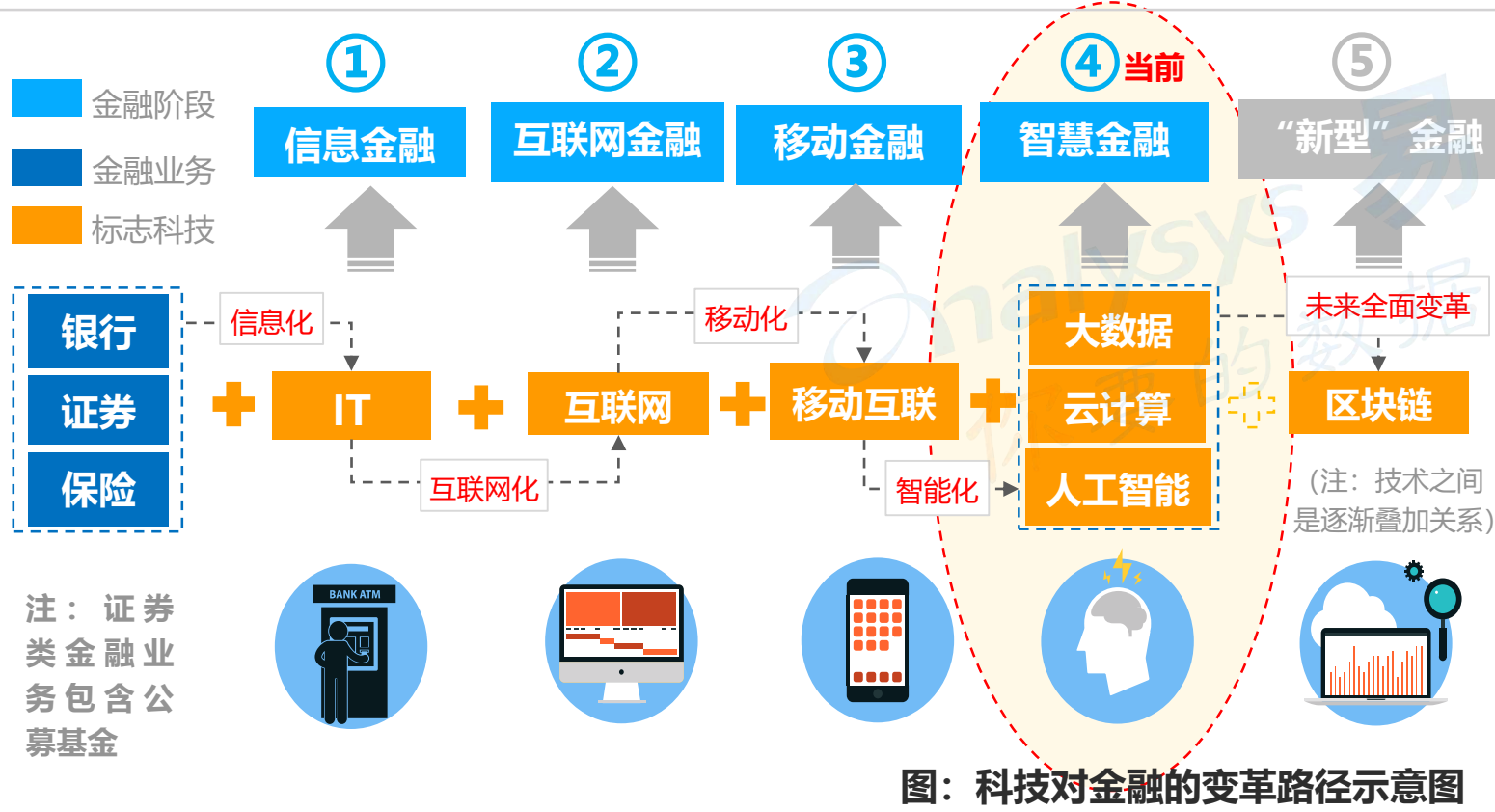
- ◆ 服务基金行业主要内容: - - - 提供流量、技术服务 - - - 提供算法、模型、解决方案 - - - 提供IT、技术产品、基础方案 - - - 提供信息、数据





# 金融科技开始引领行业走向“智慧” 行业洗牌加速

- **基金销售线上化、移动化**：随着银行、券商代销渠道的逐步互联网化，基金公司直销平台、移动app的推出，基金销售线上化、移动化程度进一步加深，2018年3季度末，网销基金规模达108360.8亿元，通过线上销售的公募基金占比已达81%以上。
- **行业迈入深度科技赋能阶段**：从科技对金融的变革路径看，公募基金行业已经逐渐迈入“智慧金融”阶段，从目前基金公司对科技人员、资源的投入逐渐加深可以看出：大数据、云计算、人工智能等科技技术将进一步改造公募基金营销、风控、投研、投顾、产品创新、客户管理等环节，例如工银瑞信在基金销售、投研、交易等方面逐步引入了人工智能技术。随着科技深度赋能行业，会逐渐引发资源、信息以及用户群的高度流动，资源、信息、用户在优劣比较中产生流动集中效应，加速行业竞争及生态格局不断变化，优势服务方和良性生态格局逐渐“脱颖而出”。





## PART 2



### 视角中心转换情况下，基金公司探索智能服务

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

◆ **科技资源执行型**：具有较好的科技资源背景，利用资源优势，强化科技资源实践，提升整体科技资源执行效率。



◆ **科技资源探索型**：充分利用外部科技资源，强化金融科技应用实力，强调金融科技投入产出比。



◆ **科技资源整合型**：整合内外部金融科技资源，强化资源的综合投入，将金融科技列入重点战略规划。



◆ **科技资源创新型**：关注金融科技的创新应用，强化内部资源的创新投入，重视金融科技对创新服务的推动作用。



## 考察因素

以下考察因素能够从定量以及定性方面综合反映基金公司在科技资源探索、执行、创新、整合等方面的偏向程度，偏向程度的量化根据易观自有的研究模型计算。

- |            |          |
|------------|----------|
| ✓ 营收及资本情况  | ✓ 技术投入情况 |
| ✓ 核心人员配备情况 | ✓ 渠道整合情况 |
| ✓ 数据管理情况   | ✓ 运营管理情况 |
| ✓ 用户规模情况   | ✓ 服务创新情况 |

注：① 路径差异的主要因素是金融科技的投入方向不同造成的，相关考虑因素的数据来源于访谈、财报及其他公开资料，不排除存在其他未获取数据的潜在影响。

② 基金公司背景不同、发展阶段不同，使得资源投入方向不同，不同路径代表基金公司的一种金融科技投入偏向，路径间不存在任何优劣之分。

# 智能营销和用户运营是当前金融科技应用程度相对成熟的方向

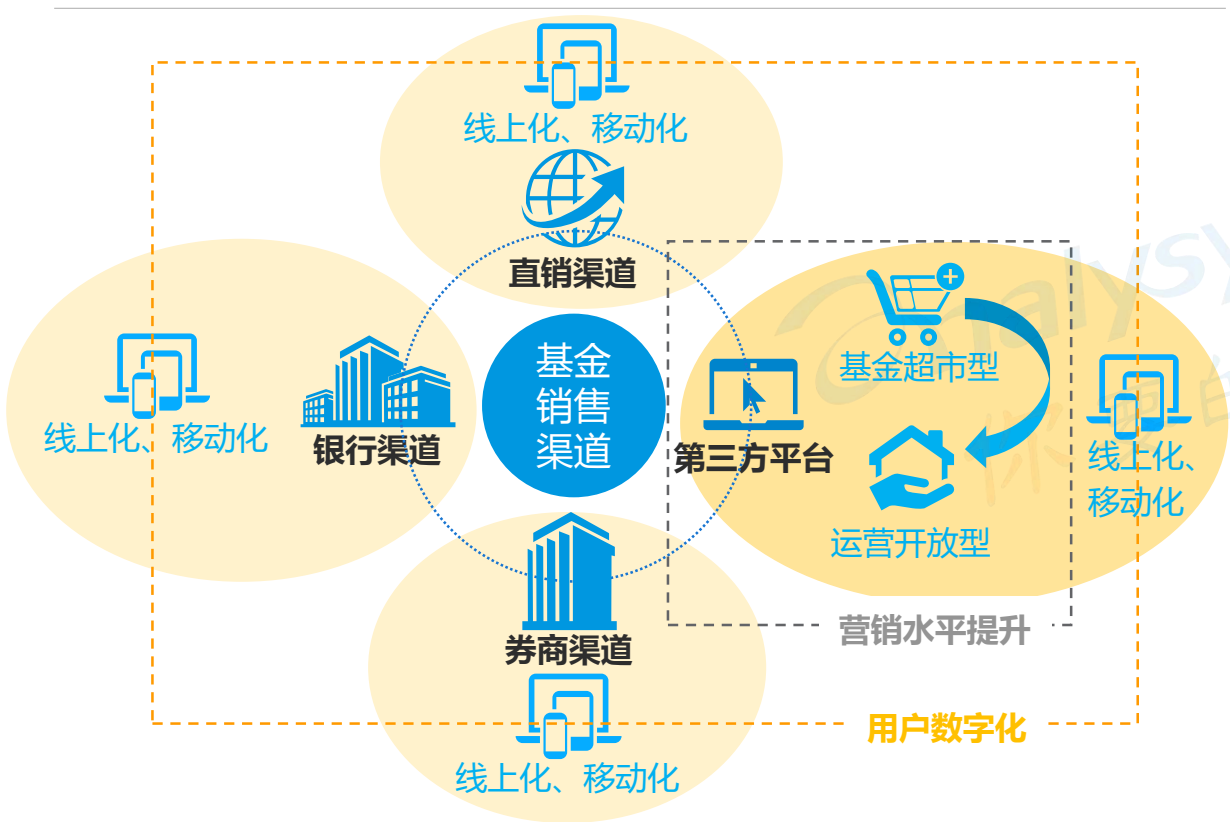
- **围绕用户端的智能化升级成为基金公司重要布局方向：**以蚂蚁为首的第三方科技平台推出“财富号”的用户运营管理模块，将AI能力和用户管理经验更多地向基金公司开放，使得基金公司深度服务用户变为可能，围绕用户端的智能化升级成为基金公司重点布局方向。
- **数据管理成为较为迫切的升级需求：**合作渠道的不断扩展，使得基金公司，尤其是大型基金公司的数据来源、维度和体量急剧增加，为基金公司完成数字化经营转型、实现智能化升级奠定基础，同时也对基金公司的数据管理能力提出了挑战。



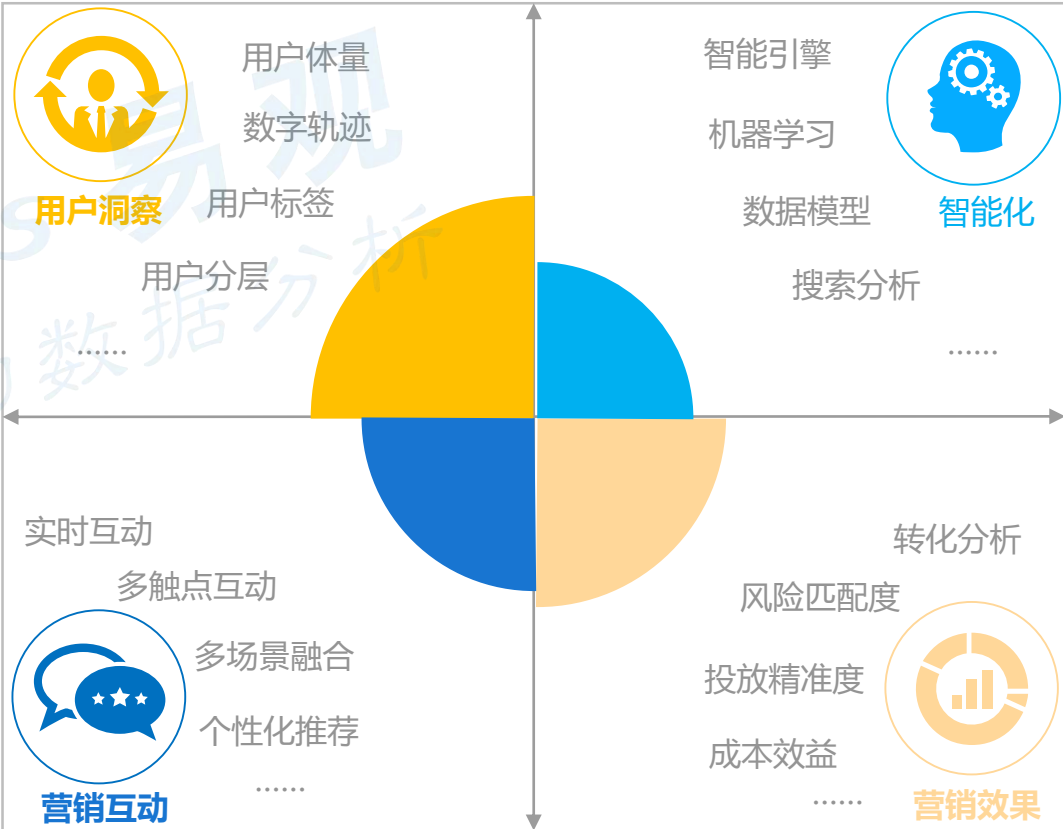


# 生态结构不断优化推动公募基金行业智能营销水平提升

- **公募基金智能营销现状：**传统销售渠道上，基金公司难以直接触达用户，能提供的用户体验和积累的用户数据维度及量级较小，营销效率低下、营销成本较高，同时难以实现营销深度互动和效果分析。2017年3月蚂蚁财富向基金公司开放“财富号”，相继天天基金网、京东金融等也不同程度的开放自运营平台，尤其像以蚂蚁财富为代表的高技术能力平台开放，体现了多渠道价值协同的效应，将提升公募基金的智能营销水平，这种多渠道价值协同是行业生态结构不断优化的结果。
- **智能营销不同方面提升效果有差异：**基金公司通过第三方平台的深度合作后，公募基金行业在智能营销不同方面能力提升不同：用户洞察、营销效果分析方面提升效果显著，但在营销互动、智能化方面仍有待进一步优化。



图：公募基金销售渠道优化  
数据驱动精益成长



图：公募基金行业智能营销四个方面对比

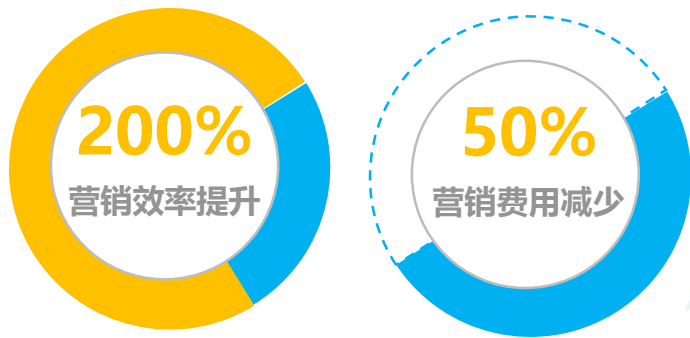


# 好风凭借力 基金公司通过平台方实施智能营销成效显著

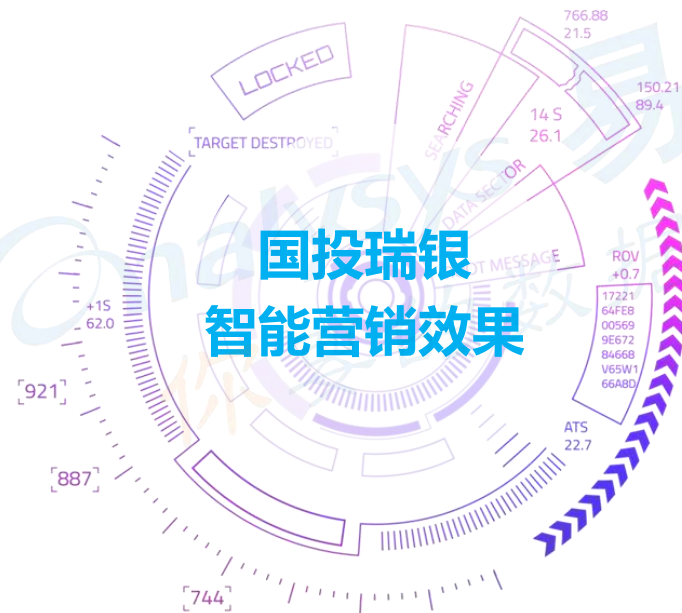
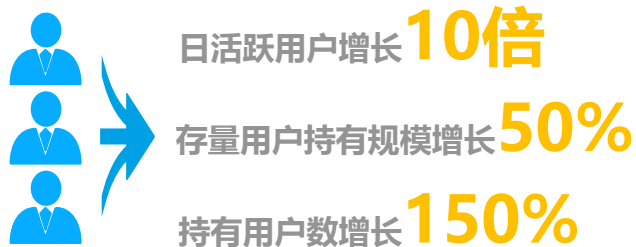
中国基金报 *Analysys 易观*  
CHINAFUND 你要的数据分析

- **科技赋能营销作用显著**：基金通过借助第三方科技平台营销工具以及自身技术能力优化了整体营销的智能化水平，以实际调研的国投瑞银为例，借助蚂蚁财富平台的智能营销工具实施自运营能力的输出，在节支提效、精准度、用户增长以及营销覆盖面上都得到大幅度优化效果，基金公司营销费用下降的同时，营销效率和精度大幅提升，触达用户的深度和广度也增加显著。
- **用户体验及服务深度提升**：基金公司在借助第三方平台提升了用户体验及服务深度，例如通过对蚂蚁财富的实际调研显示，用户投前、投中体验转化平均增加40%，用户投后持有时长增加89%，定投周期增加61%，配置用户占比增加201%

## ● 节支提效



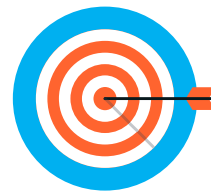
## ● 用户增长



## ● 精准提升

每100人阅读触发3人购买

日复购率达6%+



## ● 覆盖范围

智能营销后，触及用户扩展至

1000W+



图：国投瑞银通过蚂蚁财富平台实施智能营销效果（调研实例）

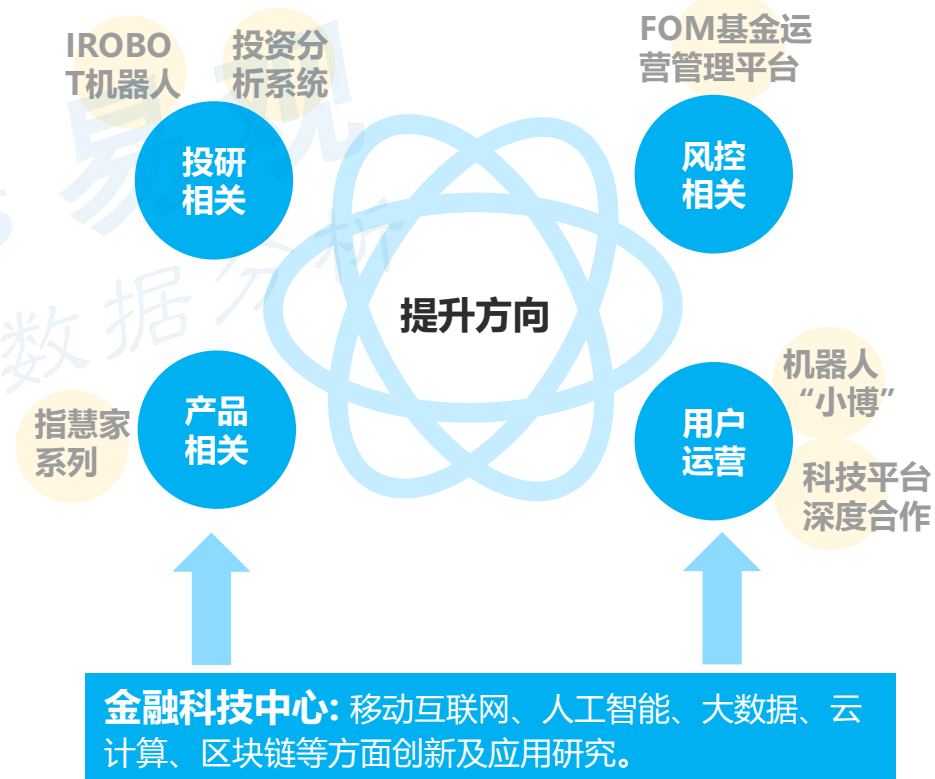
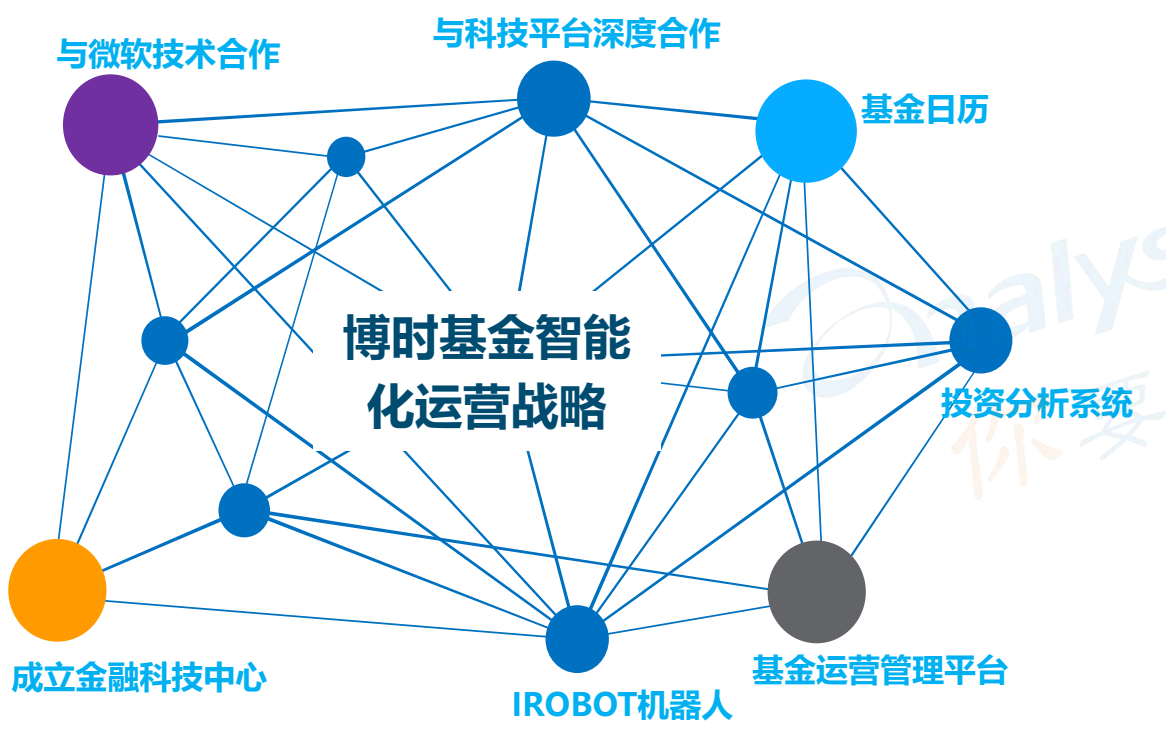
# 智能用户运营是当前发展重点 致胜关键是充分抓住生态脉络

- **数据驱动基金公司逐渐走向智能运营：**目前，公募基金行业在数据获取发展相对成熟，对全公司范围的数据管理开始重视，未来在深度挖掘数据的基础上必然逐渐走向全智能化运营之路，短期内急剧增长的基金用户群体偏小白、偏年轻，投资产品固收化，因此当前围绕这部分用户群体的“精耕细作”构成了未来走向竞争优势关键，所以目前智能化运营的重点应聚焦于用户端。
- **智能运营呼唤从粗放增长向集约增长迈进：**过去基金公司依靠资源、成本大量投入的粗放型业绩增长模式不在适应智能运营时代的要求，基金公司需要思考如何通过优化资源、成本实现集约化增长，尤其是当前以智能用户运营为重点阶段，实现集约增长的关键致胜因素是场景、平台、数据和技术，而这四大致胜法宝恰好构成了当前基金金融科技生态的整体“脉络”。



# 博时基金：智能化运营战略构筑金融科技研究、创新、应用体系

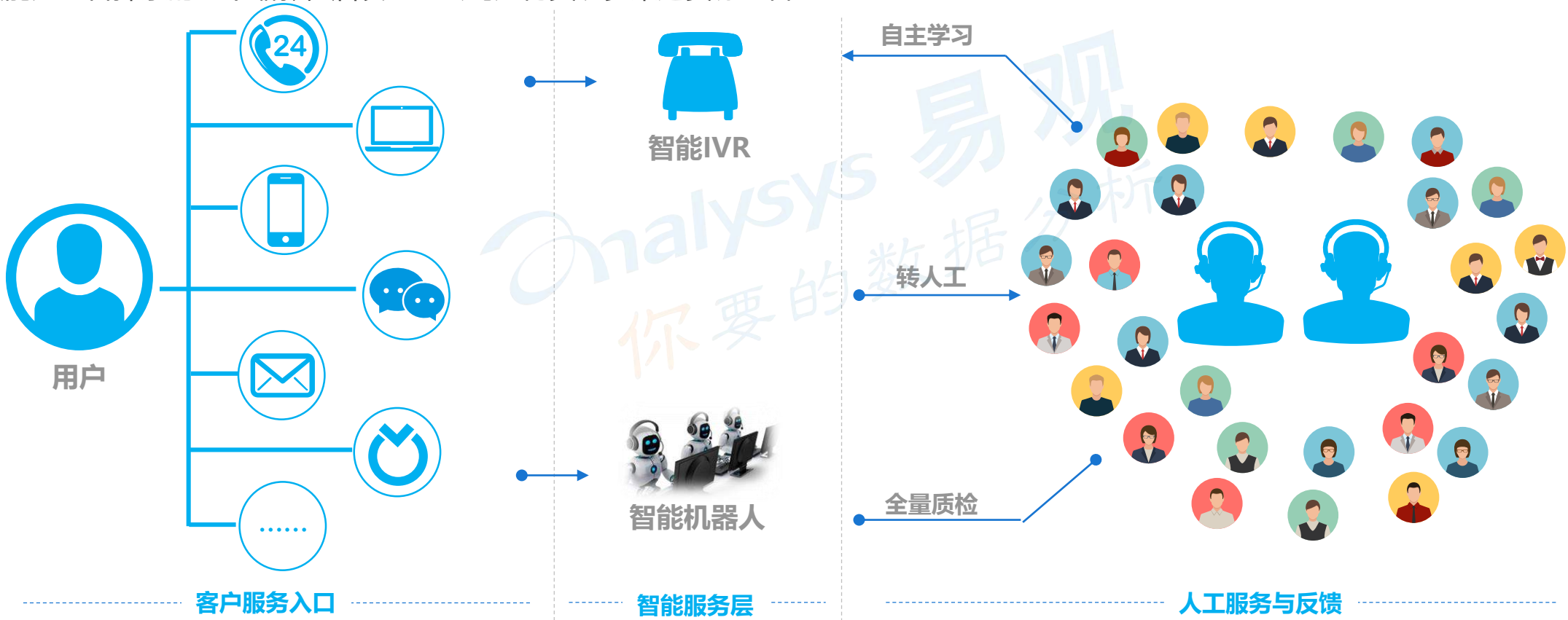
- **博时基金智能化运营战略：**2010年博时基金开发IROBOT机器人用于投资标的自动估值，之后，自主开发的IA系统逐渐发展成为数据中心，基金日历实现对基金产品的全生命周期管理，2017年与微软达成技术合作，2018年成立金融科技中心，未来将通过移动互联网、人工智能、大数据、云计算、区块链等金融科技技术的创新及应用研究为智能化运营体系提供支撑，用户运营端借助蚂蚁财富等科技平台以及自身能力的提升实现智能运营，从而构建成了集“研究-创新-应用”整套的智能化运营发展体系。
- **博时基金的智能化运营战略探索是基金科技生态价值挖掘的尝试：**与微软的合作、指慧家系列产品的设计、与多方科技平台的深度合作等动作充分说明了博时基金正在尝试从行业的生态链上寻求更大价值挖掘。



图：博时基金智能化运营战略

# 银华基金：智能客户服务体系助力用户服务效率提升

- **银华智能客服体系：**银华智能客服体系从2016年6月开始搭建，目前已经投入使用，前端通过接入电话、网站、微信、APP、短信等自有服务入口，同时接入蚂蚁财富等第三方入口，前端具有较强扩展性，能够实现高效快速新增服务入口，后端人工平台与底层数据统一，客户穿透智能服务层平均约20%-40%，智能客服问题回答率90%以上。对人工服务内容采用人工抽检和机器质检方式全量质检评价服务效果，人工服务数据作为智能机器人自主学习素材，优化智能服务层。
- **多客户服务入口的整合是多渠道资源整合探索的缩影：**银华基金凭借对所有客户服务入口的整合实现客户服务效率提升，这样是多渠道资源及能力组合探索的一个缩影，启发基金公司如何实现多渠道资源整合。

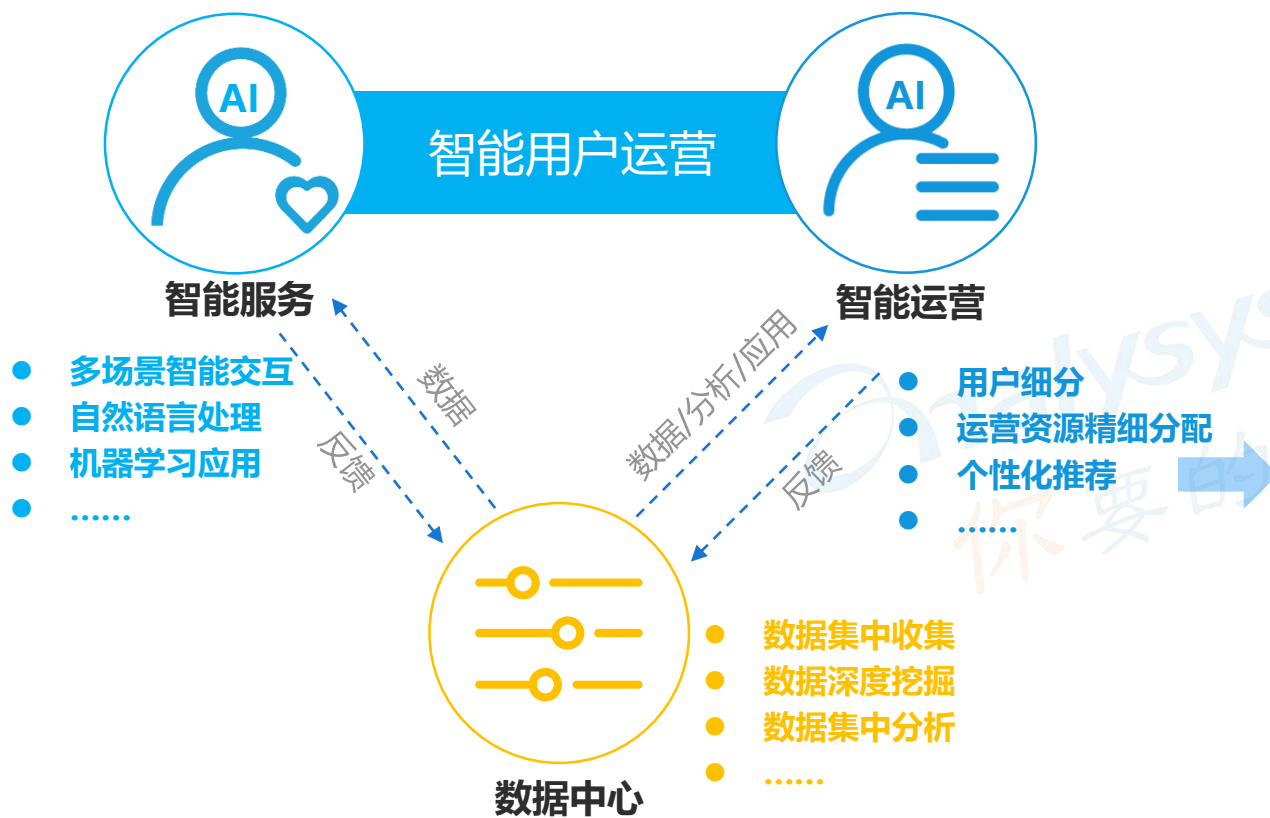


图：银华基金智能客服体系



# 南方基金：依托统一的数据中心实现精细化的用户智能运营

- **基于数据中心深度挖掘数据支撑智能化运营：**南方基金通过统一的数据中心对用户运营数据进行集中分析和深度挖掘，实现对用户全生命周期的精细化运营；平台将自然语言处理技术与基金业务场景深度结合，通过日志分析、知识积累，不断强化机器学习，识别用户意图，为客户提供更加自然的交互场景；借助海量的数据沉淀，精准识别客户行为特征，并进行客户特征分析、归纳，丰富用户画像，为全生命周期用户智能服务提供支撑。



图：南方基金智能用户运营（基金公司调研）



以南方基金APP内容精准推荐为例

## ✓ 服务原理

数据中心集中构建了基于客户行为、投资数据的画像，根据客户画像匹配个性化理财服务。不同的用户登录APP时看到的产品、服务都可能不同，达到千人千面的效果。

## ✓ 服务方式

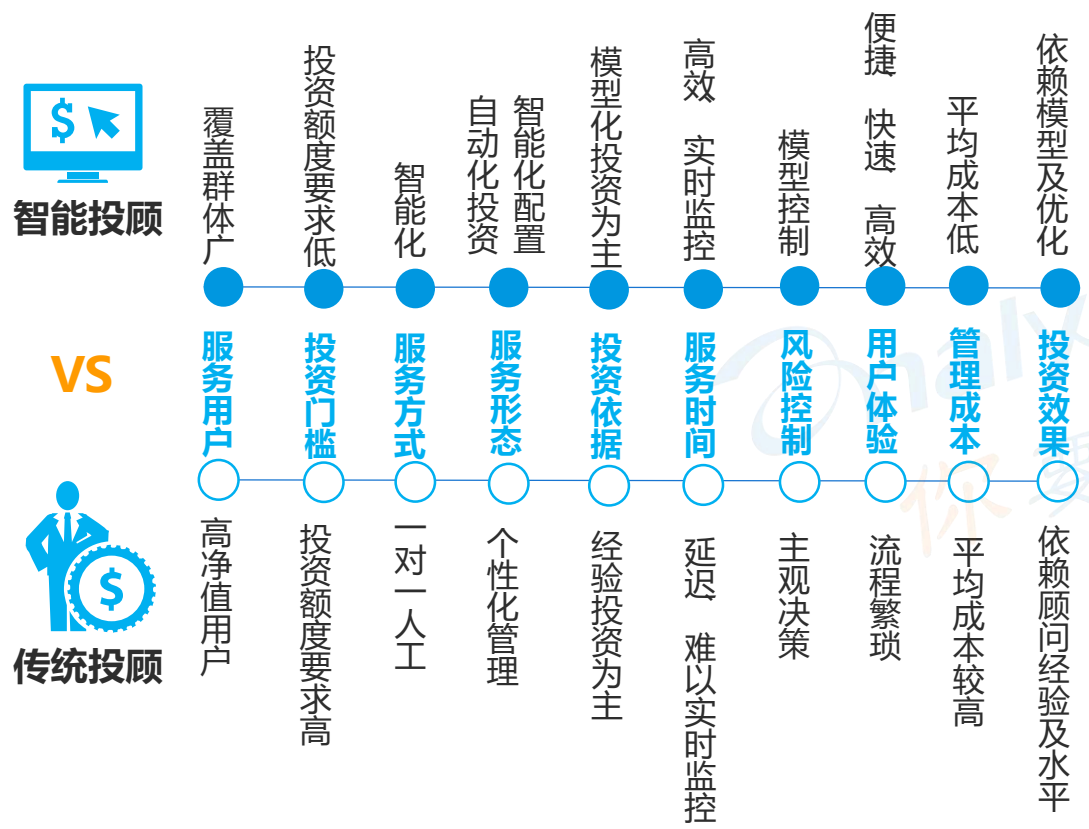
在客户生命周期的各个关键时点（包括售前、售中、售后），向其推送个性化的深度内容，包括市场解读、基金经理观点、投教文章等，帮助客户投资决策。

## ✓ 服务效果

客户APP访问量增加了超过**50%**

# 重“投”轻“顾”是当前智能投顾产品的典型特征

- **智能投顾相对传统投顾的优势：**2013年以来，公募基金用户规模大幅增加，传统的投顾手段难以服务大体量用户群体，在数字化发展的时代，与用户深度互动、不断优化用户投资体验才能赢得用户，智能投顾产品在优化用户体验、实现深度互动、提高服务效率、降低服务成本方面具有天然发展优势，其他资管机构在智能投顾方面的探索、实践也在推动着基金公司去尝试。
- **“投”与“顾”不平衡，用户深度互动缺失：**目前，基金行业的智能投顾产品处于探索初级阶段，投资端智能化程度显著不足，顾问端仅仅优化了操作的便捷性，缺乏与用户的深度互动，智能投顾探索不应局限于基金公司，而应引入更多外部科技力量推动真正智能投顾的实现。



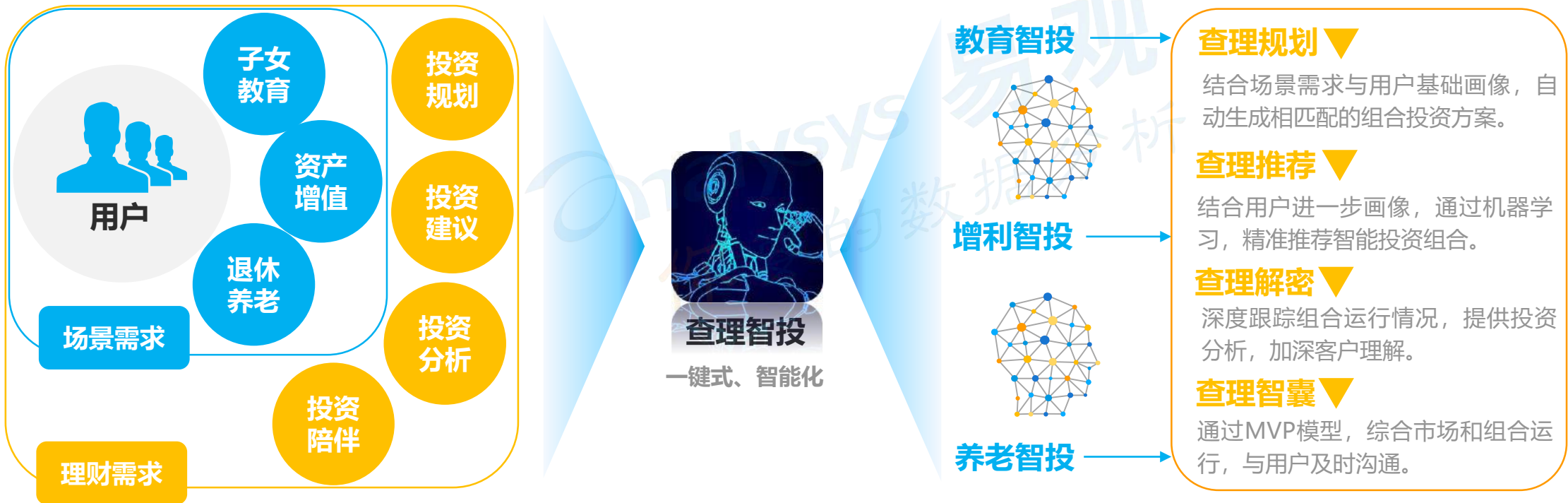
- ◆ 开始布局智能投顾的基金公司在增多。
  - ◆ 目前智能投顾产品侧重于用户端体验和场景融合方向设计。
  - ◆ 借助第三方科技平台在“智能顾”方面的服务能力大幅提升。
- ↓
- ◆ 目前以产品的形式推出智能投顾服务的基金公司不多。
  - ◆ 投资端在投资建议和决策提供方面仍依赖基金经理。
  - ◆ 投资模型的自学习能力较弱。
  - ◆ 顾问端多数服务是一键式，缺乏与用户的深度互动。
  - ◆ 对用户风险收益需求的挖掘深度不足

图：传统投顾与智能投顾的主要差异（市场公开资料）

图：公募基金智能投顾现状（基金公司调研）

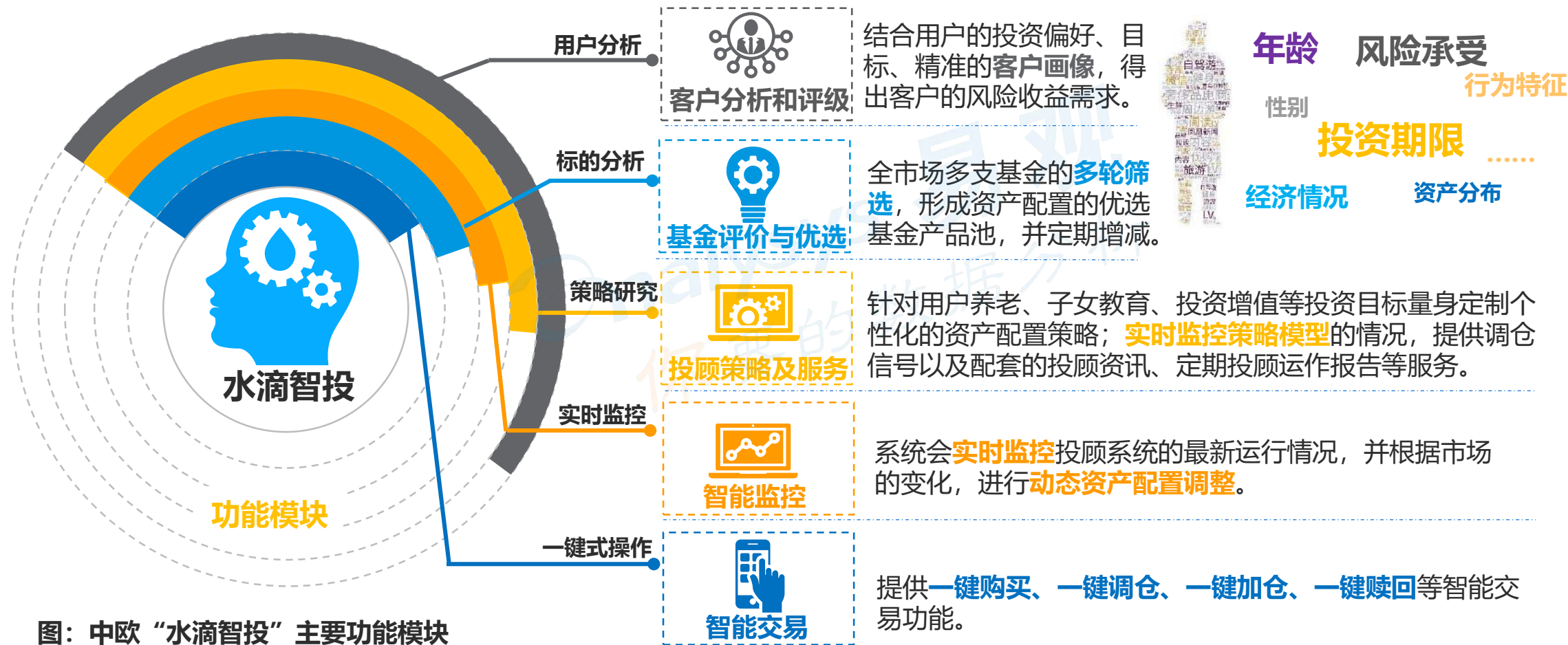
# 华夏基金：基于用户场景、理财需求构建智能投顾解决方案

- **华夏基金智能投顾：**华夏基金推出的查理智投将用户分置于不同的场景需求中，从不同的场景角度分解用户的投资需求，结合用户的基础画像、市场、组合运行等情况为用户提供“差异化”的智能投顾服务，这种从用户需求为切入点、结合场景的智能投顾理念值得借鉴。
- **智能化程度不断优化：**查理智投在“智能顾”层面为用户提供一键式的投资理财体验，在“智能投”层面的投资决策（投资和调仓建议）层面仍旧由基金经理做出，智能化程度尚存优化空间。华夏基金与微软合作在智能投资领域的探索（例如模式识别预测市场走势、基于深度学习挖掘影响市场的重要因素、基于机器学习方法论进行行业轮动的研究等）对于未来查理智投进一步优化智能化程度方面将必有助益。



# 中欧基金：通过五大功能模块提升用户投资体验

- **中欧“水滴智投”**：通过用户数据挖掘、投资标的优选、策略跟踪研究、运行实时监控、一键式操作体验满足用户的风险收益需求，以优选基金产品池、分析客户风险收益需求两端智能匹配为实现路径。
- **用户互动与投资端智能化持续优化**：水滴智投开启了中欧基金在智能投顾之路上的探索之路，用户体验得到很大程度提升，在与用户深度互动、投资端配置策略研究上的智能化程度还存在优化空间，中欧基金将通过对功能模块的升级逐步优化用户深度互动和投资策略配置研究。



图：中欧“水滴智投”主要功能模块





2012年，嘉实基金成立投资者回报研究中心，自主研发了一套从市场预测、资产配置到产品选择的完善的投资决策系统“**嘉实FAS系统**”，构建了一系列人工智能的策略模型，不断将新的信息纳入现有的投资决策框架、适应新的市场环境。

2015年，嘉实基金博士后科研工作站成立，嘉实基金与北京大学光华管理学院联合**培养人工智能投资和大类资产配置方面的人才**，成立3年，在人工智能投资和大类资产配置方向上发表高水平论文**19篇**。

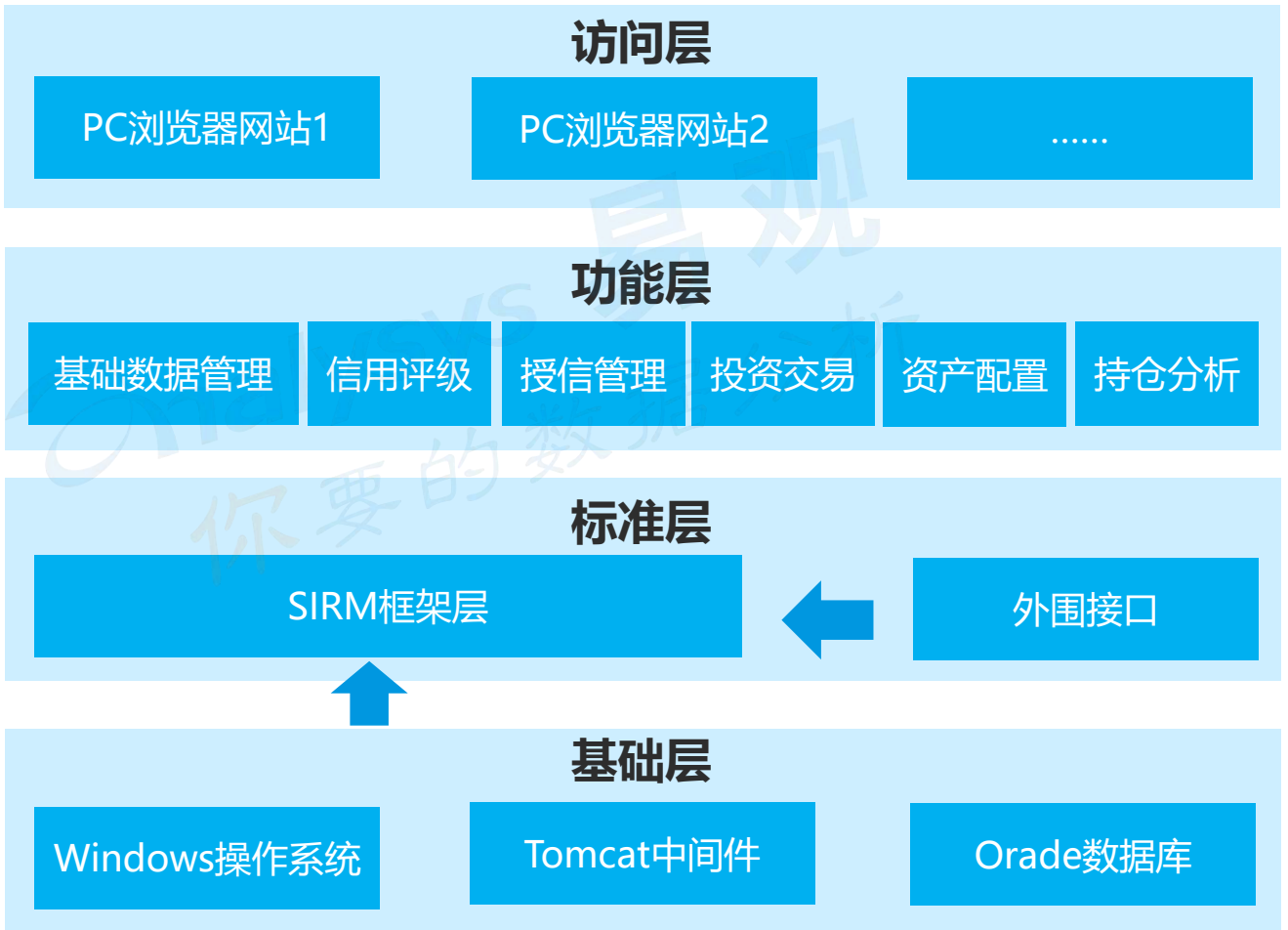


2016年，嘉实基金成立了人工智能投资研究中心，通过金融、数学、计算机等多领域人才的交叉合作，并结合大数据技术和分布式处理架构，**构建可扩展的智能投研平台**，为系统化的科学投资决策提供支持。

2018年，嘉实基金与彭博建立合作关系，在智能投研、研究管理以及数据管理等方面展开合作，实施“数据+科技”战略，**企业数据采集系统直接接受彭博的数据资源**，进一步提升了嘉实基金的数据库价值。

# 银华基金：固收投研平台在辅助信用债投研决策效率上效果显著

- **银华基金固收投研平台：**通过对230个相关信息网站实时获取，建立24小时全网舆情信息监测，满足信用债投资决策中所需的全部信息，通过AI高效解析相关信息、NLP神经语言技术判断舆情的情感倾向，辅助研究人员和业务人员决策，大大提高了研究人员的工作效率，提升信息获取的及时度以及判断的准确性。
- **智能投研的尝试：**固收投研平台是银华在智能投研领域的一个方向的尝试，在投研效率方面提升效果显著。

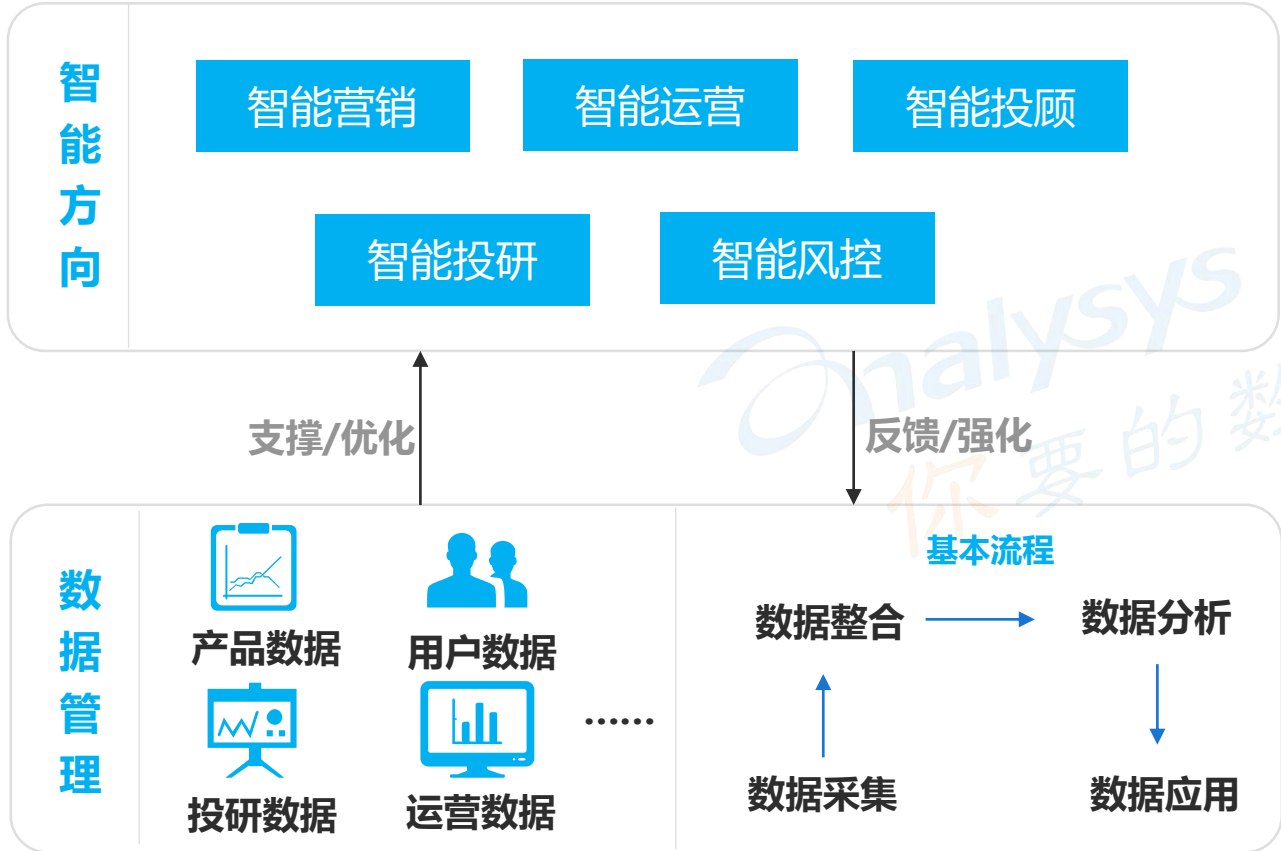


- 24小时全网监测 (24-hour full-network monitoring)
- 实时获取舆情信息 (Real-time acquisition of sentiment information)
- AI高效解析信息 (AI efficient parsing of information)
- NLP神经语言技术 (NLP neural language technology)
- 显著提升研究效率 (Significantly improved research efficiency)

图：银华基金固收投研平台功能及结构

# 基金公司正在探索从数据堆积型走向数据挖掘型路径

- **数据管理对于支撑基金公司智能化发展的作用：**数据管理对于推动基金公司数字化、智能化转型具有重要的支撑作用，未来将是基金公司争夺数字用户（基于智能终端经营的用户群）、深度挖掘数字用户价值的核心竞争力，对于产品创新、投研能力提升同样至关重要。
- **基金公司在数据管理方面的探索：**部分基金公司已经意识到数字资产的重要性，正在逐渐从数据堆积型基金公司向数据挖掘型基金公司转变，南方基金的数据中心建设、博时基金数据集中管理及横向治理规划、国投瑞银统一数据业务中心的建立、建信基金围绕用户端的大数据客户分析体系建设等都是对数据深度挖掘的探索。



## 数据堆积型基金公司

- 数据多头管理
- 系统分散建设
- 数据关联缺失
- 难以深度挖掘
- .....

阻碍智能化



## 数据挖掘型基金公司

- 数据统一管理
- 多维度数据关联
- 数据深度挖掘
- 数据综合应用
- .....

推动智能化

VS

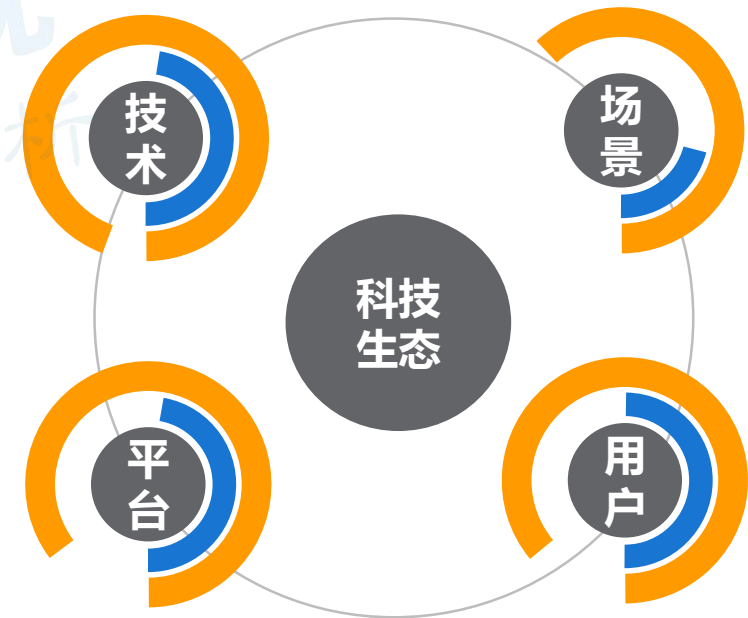


# 科技生态中蕴藏潜在能量 是新生之路的“动力”来源

- **当前基金业金融科技生态的四大脉络：**在整个行业将视角转向用户时，用户成为整个基金业科技生态的核心，“平台”方（包括第三方平台、数据服务方、核心技术服务方等）与基金公司共同构成整个生态结构中核心的服务角色，场景则成为深度接触和用户互动的重要载体，技术本身则构成牵引“平台”、用户、场景的主线。
- **除技术外，生态体系中“平台”与“用户”价值亟待开发：**基金行业需要引入更多的生态合作方（即“平台”或服务方）扩展更多的用户服务价值，将众多生态方能力整合并在六大方向上完成技术升级，是新生之路的动力源泉。

表：金融科技助力的关键方向与基金科技生态的四大脉络的关联性评估（数据来源：市场公开资料）

关键方向	基金金融科技生态四大“脉络”			
	平台	技术	场景	用户
智能营销	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
智能运营	☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆	☆☆☆
智能投顾	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆☆
智能风控	☆☆	☆☆☆☆	--	☆☆☆
智能投研	☆☆	☆☆☆☆	--	☆☆☆
数据管理	☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆	☆☆☆



■ 利用程度 ■ 发展空间

注：☆的数量代表与相关方向的关联性程度的大小  
2019/1/8

## PART 3



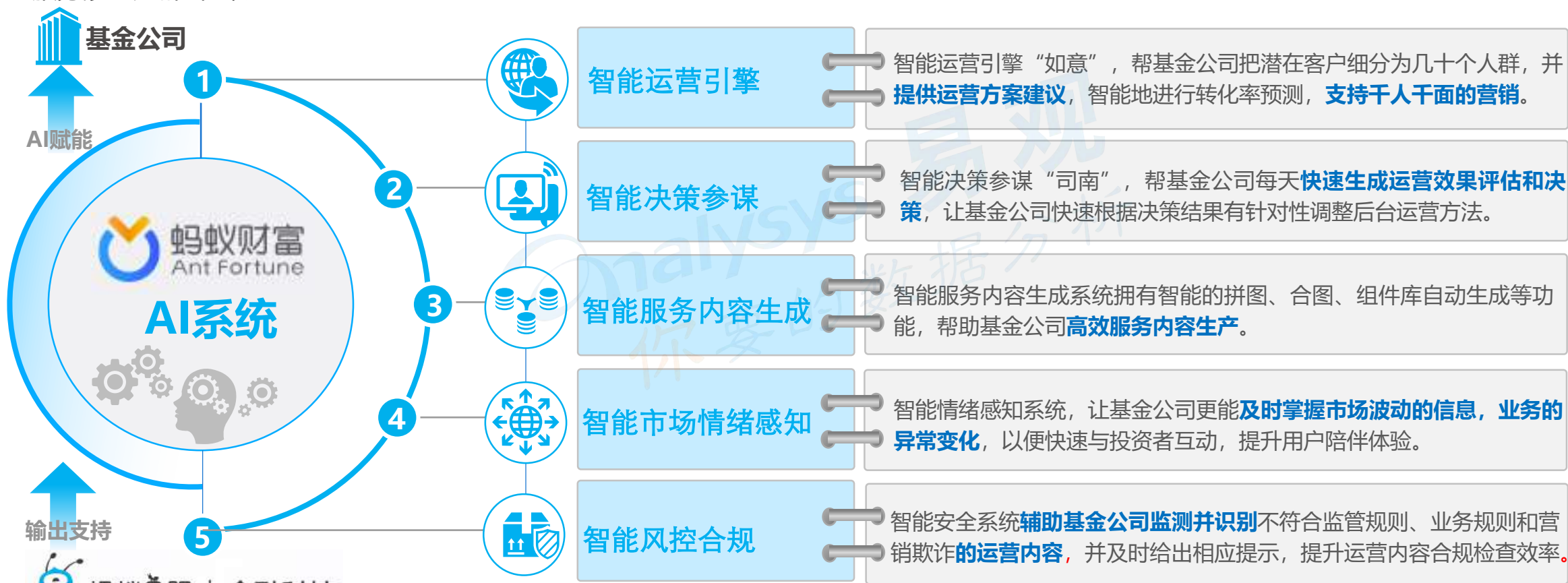
### 三方科技平台服务优化，赋能产业生态

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 蚂蚁财富通过五大AI能力的输出 全方位优化基金公司用户运营

- **AI系统全方位赋能基金公司用户运营全流程**：2017年6月，蚂蚁财富财富号正式开放，目前68家基金公司入驻，财富号运营人员仅有4人，AI效率提升70%，财富号背后的五大AI系统支撑基金公司在用户营销、决策支持、服务内容生产、用户互动、风险控制等方面的智能化经营，大幅降低基金公司的运营成本并提升整体运营效率以及服务用户的深度。
- **赋能作用明显**：调研数据显示，基金公司通过蚂蚁财富平均用户运营成本下降70%，1年全行业运营成本节省2000万元，服务效率提升70%，服务渗透人群1亿以上。



图：蚂蚁财富的五大AI系统（数据来源：蚂蚁财富访谈）

# 合作共赢开放生态下 蚂蚁为用户提供全生命周期的陪伴式服务

- **AI能力、平台的全面开放促成平台构成有机协作生态：**蚂蚁财富通过向基金公司、三方投研/投顾的买方服务开放AI能力、平台，形成了市场数据资源、用户数据资源、服务资源等充分流动，最大程度地释放各方优势能力的输出，形成了多方协作共赢的生态。
- **服务生态得到充分挖掘：**基金公司与三方机构间构成服务互补，为用户提供全生命周期的深度服务，构成完善的用户服务生态体系。

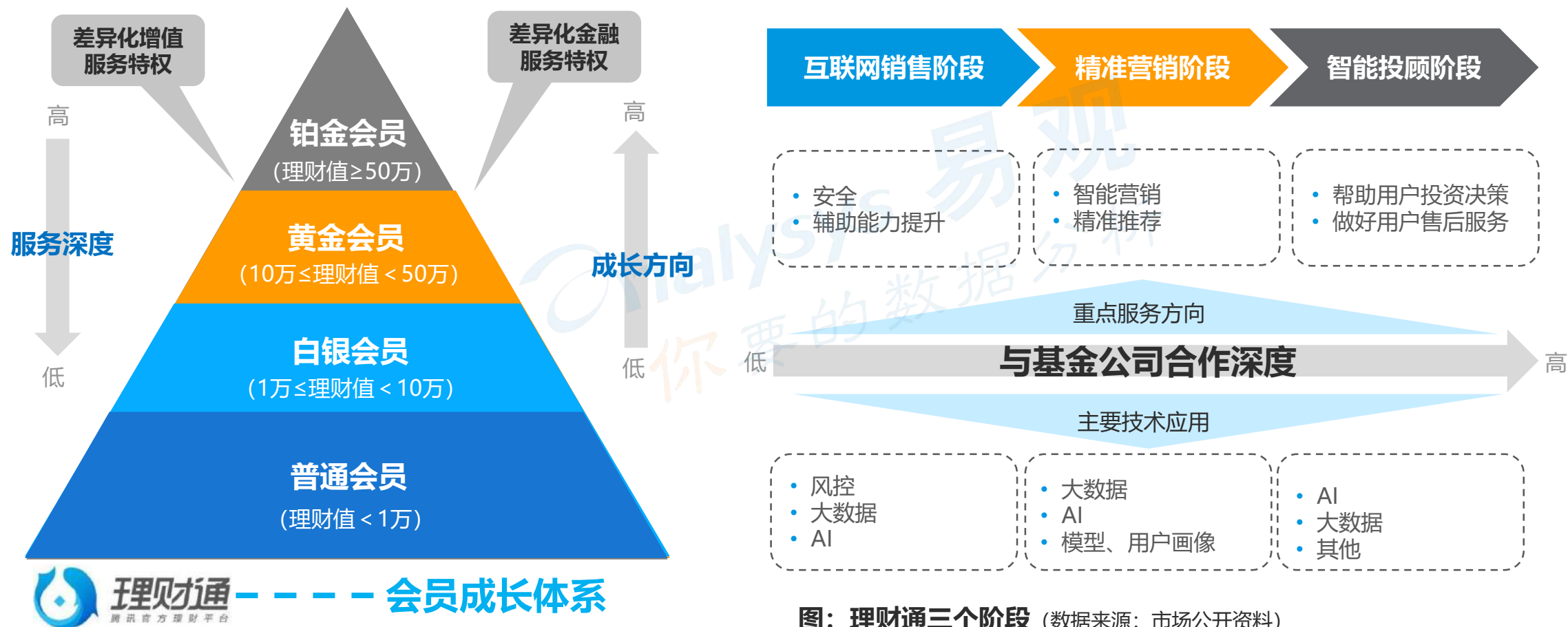


图：蚂蚁财富的开放平台（数据来源：蚂蚁财富访谈）



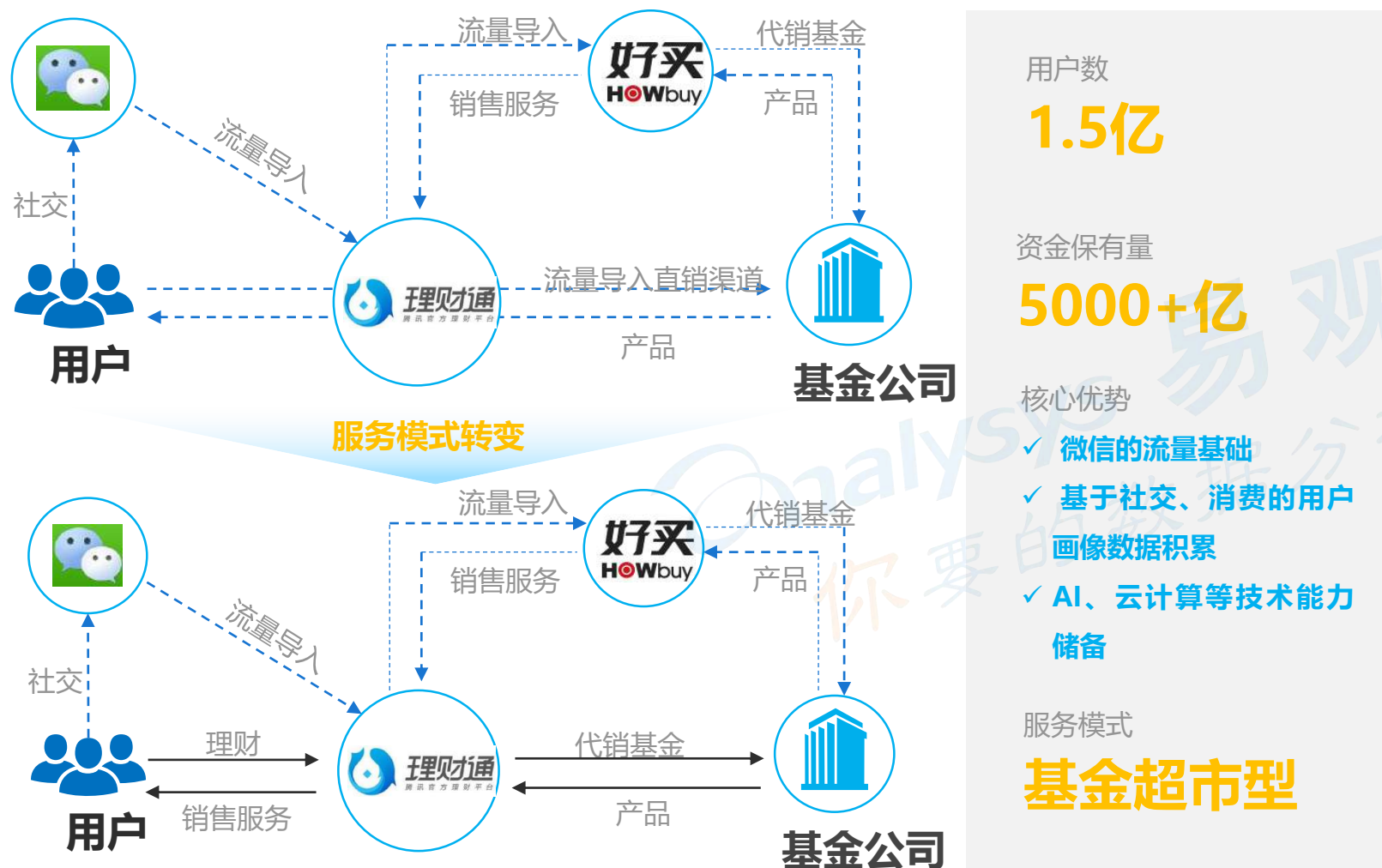
# 理财通借助会员成长体系培养深度用户 关注用户核心服务需求

- **以“产品、灵活、专业”为服务核心的差异化用户服务**：理财通借助会员成长体系，形成不同用户的分层管理和差异化服务，其中金融服务特权与增值服务特权紧密围绕“产品、灵活、专业”为服务核心，这种依托社交经验积累的会员成长服务机制对于提高用户粘性、培养深度用户等方面具有较好的竞争优势。
- **寻求深度生态合作，关注用户核心需求**：经过三个阶段的探索，理财通与基金公司的合作深度逐渐加深，持续关注用户核心服务需求。



图：理财通三个阶段（数据来源：市场公开资料）

# 理财通服务模式转变 核心优势亟待进一步充分挖掘

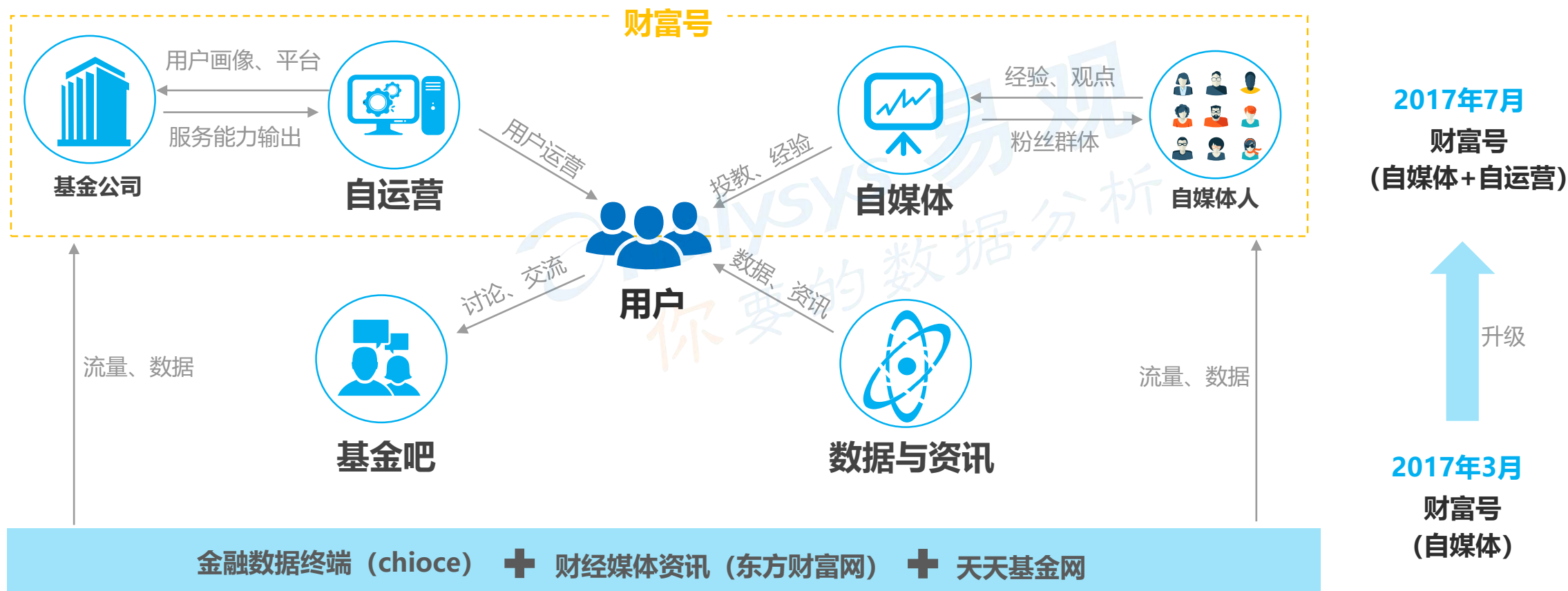


- **理财通模式的转变:** 2018年1月, 腾讯腾安获得基金销售资质, 从基金业务角度看, 理财通从原有的流量输送平台转变为基金超市型销售平台, 客户服务深度仍需进一步挖掘。
- **核心优势亟待充分挖掘:** 理财通背靠微信, 具有巨大的流量优势, 通过社交业务以及依托微信支付产生的用户数字资源能够刻画出丰富的用户画像, 同时, 腾讯在AI、云计算等研究时间积累形成了技术能力的沉淀, 这些核心优势都需要借助与基金公司的充分合作进一步挖掘才能释放更大能量。

图：理财通基金服务模式前后变化 (数据来源：市场公开资料，数据截止2018年7月)

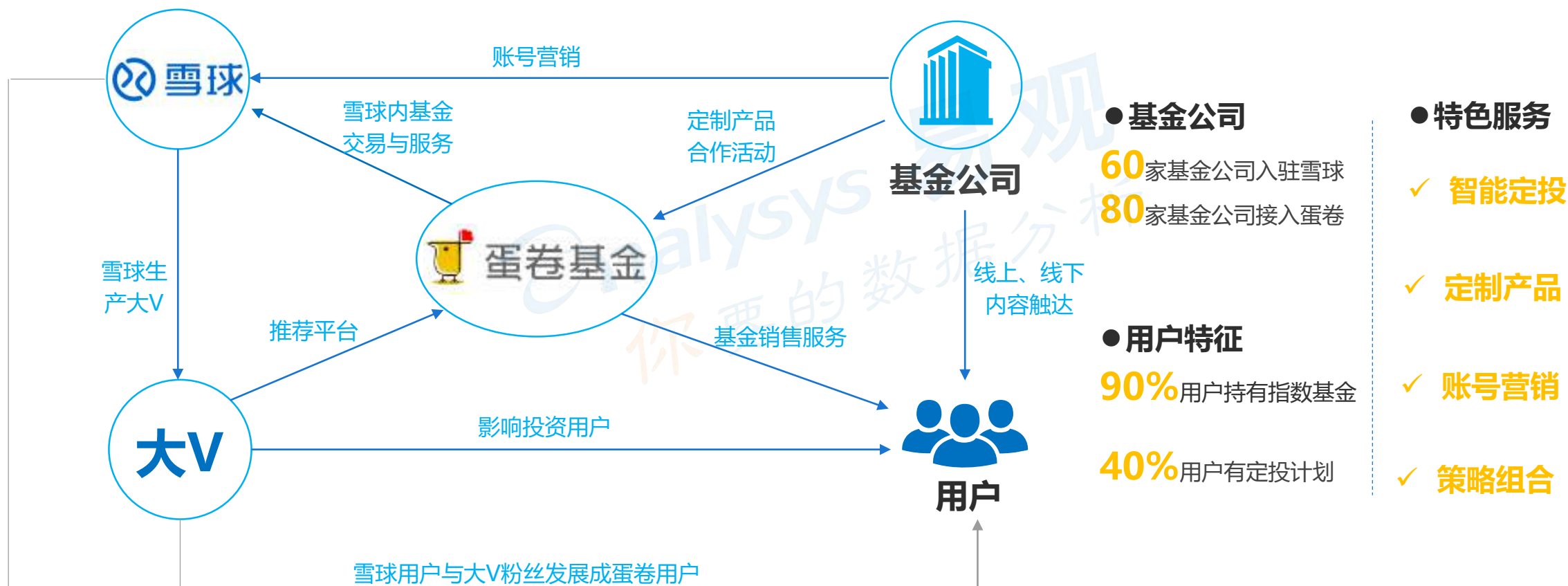
# 天天基金网通过“自运营+自媒体”为内核 构筑用户服务生态

- **天天基金用户服务生态：**天天基金网2008年成立，数据及咨询业务不断沉淀成熟用户资源，2017年3月自媒体财富号上线，随后升级升级财富号，形成“自运营+自媒体”的财富号模式，基金公司通过自运营平台开展用户运营，基于天天基金提供的用户画像数据开展个性化的营销与运营服务，自媒体人通过经验观点的传播影响用户群体，同时天天基金网为用户提供咨询和数据服务，基金吧为用户提供交流、讨论平台，形成成熟的用户服务体系。
- **自运营财富号赋予基金公司更大的服务空间：**天天基金网自运营功能的推出使得基金公司可以基于用户画像针对性提供个性化服务。



# 蛋卷基金不断与基金公司深度合作发挥策略组合研发能力优势

- **背靠雪球形成用户转化生态：**基金公司通过雪球投教和内容影响培育用户，推广基金产品，用户通过蛋卷基金购买相应产品，雪球还可以产生大V，大V影响粉丝发展蛋卷基金用户，雪球构成了蛋卷基金初步投教基金和流量导入渠道。
- **策略组合的研发优势是服务用户的核心：**蛋卷基金90%的用户持有指数基金，40%的用户持有定投计划，围绕多数用户需求推出“智能定投”、“定制策略型指数基金产品”等特色服务，与基金公司深度合作，发挥自身策略组合研发能力的优势是用户服务深度不断提升的关键。



图：蛋卷基金用户服务模式（数据来源：蛋卷基金访谈）

数据驱动精益成长



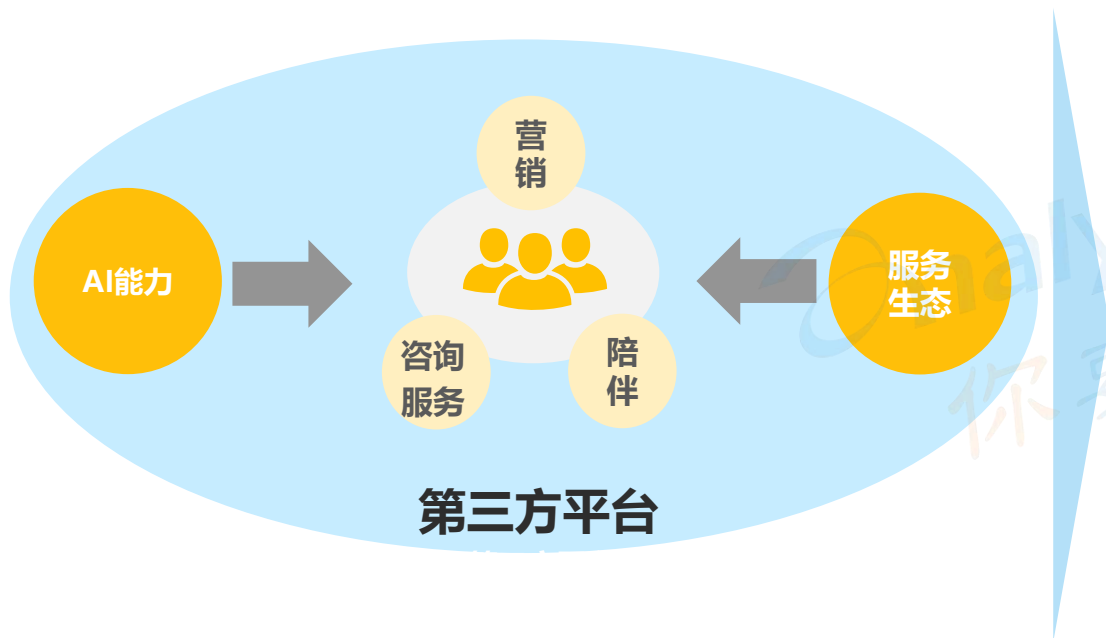
# 招商银行在基金销售、投顾智能化服务上处于银行机构领先地位



- **数字化转型的沉淀助力实现基金销售智能化**：招商银行较早的布局零售业务和规划数字化转型的银行，数字用户经营层面处于银行前列，持续升级“智慧营销平台”和“个性化推荐系统”为实现基金销售智能化打下基础，2018年上半年基金代销4898.37亿元。
- **智能投顾产品成绩突出**：2016年12月，基于机器学习算法的公募基金组合配置产品摩羯智投上线，运行两年累计销售规模116.25亿元，持有客户数16.69万人。

# AI能力、服务生态成为第三方平台服务用户的核心竞争点

- **第三方平台的5大服务核心点：**基金第三方服务平台在服务探索过程中逐渐形成5大服务核心点，通过AI能力提供更智能的服务工具，通过服务生态的构建整合各方的服务能力，围绕着用户实现营销、咨询服务与陪伴服务。
- **AI能力、服务生态成为服务用户的核心竞争点：**蚂蚁财富通过5大智能引擎为基金业提供深度用户服务工具，理财通通过AI技术能力储备不断升级用户服务能力，招商银行通过AI赋能营销与投顾，AI逐渐成为第三方平台深度服务用户的核心技术。第三方平台依托各自的优势构建用户服务生态，为用户提供更全面的服務，用户服务生态也逐渐成为第三方平台的核心竞争点之一。



图：第三方平台服务核心点

第三方平台	第三方平台服务核心点解构				
	AI	服务生态	营销	咨询服务	陪伴
蚂蚁财富	5大智能引擎	2大生态圈：用户全周期服务生态圈、开放协作生态圈	√	√	√
理财通	AI技术能力储备	通过微信、好买基金搭建服务生态	√	√	
天天基金网	——	以“自运营+自媒体”为内核的用户服务生态	√	√	
蛋卷基金	——	依托雪球构筑用户服务生态	√	√	
招商银行	AI赋能营销与投顾	零售业务积淀实现服务生态	√	√	

来源：易观2019

# 恒生电子不断技术创新成为公募基金金融科技生态重要一环

表：恒生电子人工智能产品统计（数据来源：市场公开资料，数据截止2018年6月）

时间	产品	应用方向
2017H1	智能小梵	智能投顾
	商智智能投顾	智能投顾
	iSee机器人	智能投顾
	恒生智能客服	智能客服
2017H2	银行智能投顾	智能投顾
	智能投研	智能投研
	iWin智能运营	智能客服
	智能金盾	智能监管
2018H1	晓鲸智能问答服务平台	智能投顾
	智能资产配置引擎	智能投顾
	智能服务分析	智能客服
	智能KYC	智能监管

已经用于或将用于基金的产品

来源：易观2019

- **创新驱动行业高市场地位：**恒生电子投资管理系统、登记过户系统、客户服务及营销系统等产品在基金行业市场占比均较高，使得其构成目前公募基金行业智能生态不可或缺的成员，对于基金公司逐渐走向数字化、智能化具有较大的贡献力。
- **多款AI产品应用落地：**商智智能投顾被用于摩羯智投，恒生智能客服被天弘基金引入使用，4款人工智能产品或将应用于基金行业，甚至面向银行的银行智能投顾产品的投资标的也是基金产品。

部分IT系统市场占比：

投资管理系统O32基金市场占有率 **85%+**

登记过户系统TA4.0系统市场占有率 **85%+**



图：恒生电子基金解决方案（数据来源：公司官网、访谈，数据截止2018年12月）

# PART 4



## 数字化时代背景下，公募基金行业发展展望

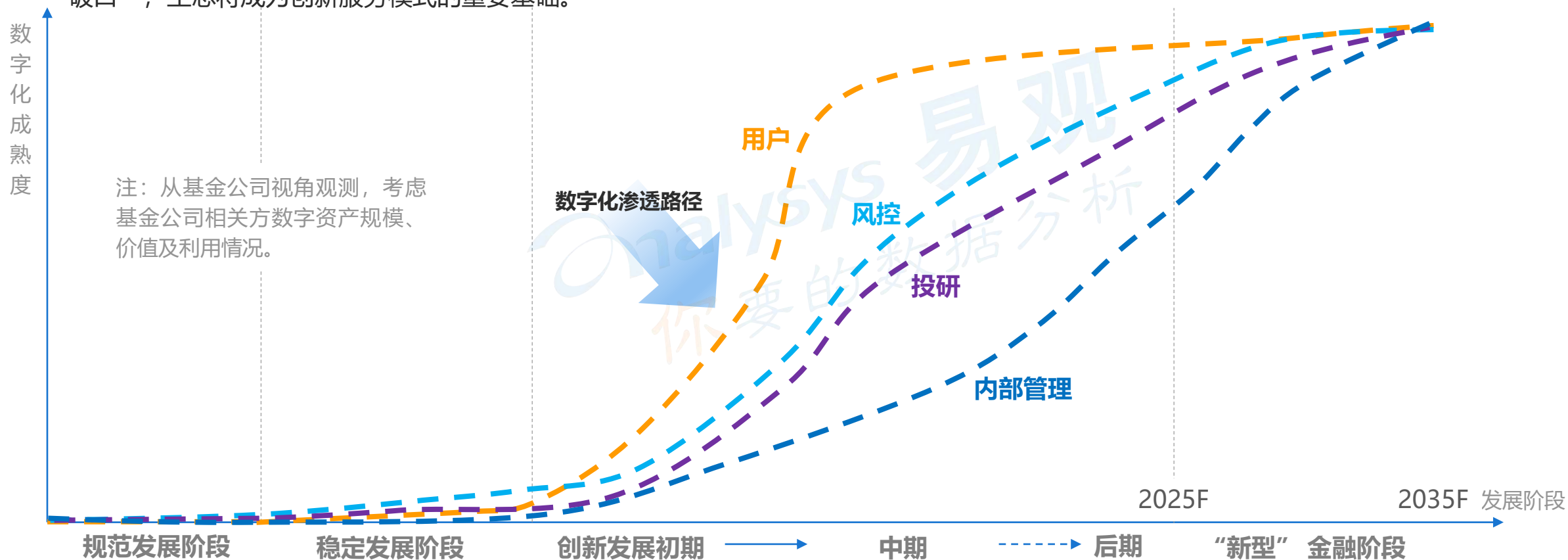
© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



# 2025有望进入全面数字化阶段 未来几年营销与投顾将获优先发展

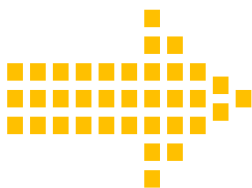
- **基金行业数字化将从用户端不断向内部管理渗透**：从目前营销、运营、风控、投研、投顾等数据运用的情况以及智能化的发展现状，结合模型估算的数字化成熟度曲线可以看出，首先被数字化渗透的是用户，最后延伸到基金公司内部管理，未来围绕用户端的营销与投顾将优先得到发展。
- **数字化渗透背景下，“用户”和“生态”成为重要抓手**：预计2025年基金行业将进入全面数字化阶段，用户是数字化渗透的第一“突破口”，生态将成为创新服务模式的重要基础。



图：基金行业数字化渗透成熟度曲线预测 (F-2018)

# 数字化发展趋势将铸就弯道超车现象及未来两极分化竞争格局

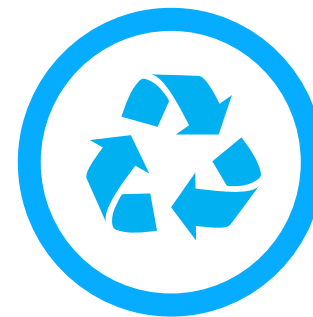
机构数字化



服务智能化



竞争格局重构



## 机构的数字化经营

用户的高度数字化，推动基金公司不断向数字化运营模式转变，集中统一的数据中心建设、全面的风险应对机制、完善的技术体系建设成为机构应对数字化趋势的重要手段，在此基础上，基于对数据资产的价值挖掘完成精细化运营的升级。

## 数字化引发服务智能化

开放生态下，基金公司面临触达用户的深度和广度大幅增加，高度数字化的用户经营需要基金公司服务水平和能力更加智能，才能更精准服务好用户。

## 智能化引发竞争格局重构

智能化的充分发展会引发资源、信息以及用户群的高度流动，资源、信息、用户在优劣比较中产生流动集中效应，引起行业竞争格局变化，注重技术应用的机构将实现弯道超车，忽略者将处于弱势地位，最终形成两极分化的格局。



弯道超车

一些中小基金公司凭借较早的金融科技布局以及渠道整合，在智能时代赢得用户、资源和信息实现弯道超车。

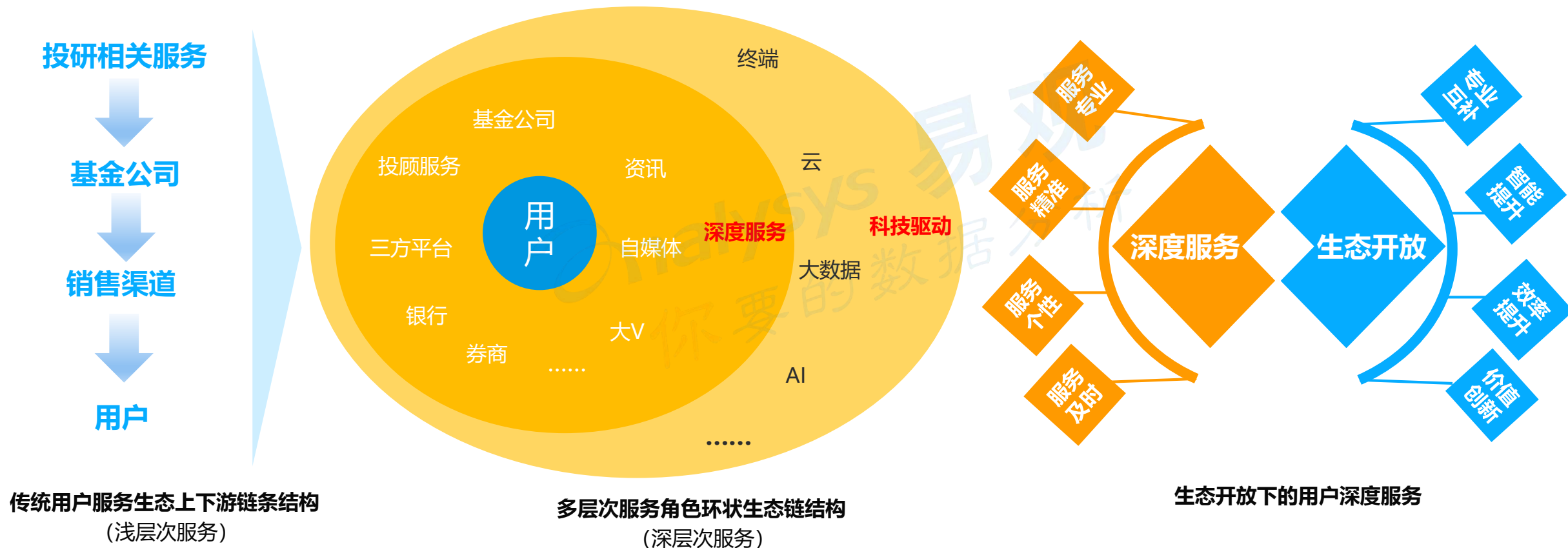


两极分化

突出重围的基金公司在资源、信息、用户集中流动效应的影响下发展成为综合实力强大机构，造成竞争格局两极化。

# 产业链逻辑形态的变化将进一步助推基金行业走向生态开放

- **产业逻辑形态将发生变化：**金融科技深度赋能公募基金产业，融合产业间的关系，推动产业链条由上下游逻辑逐渐演化成椭圆形逻辑，多层次的服务角色在椭圆形逻辑生态下不断扩展和演化，为用户提供深层次的服务。
- **深度服务将呼唤行业生态开放合作：**生态开放合作，多方能力协同才能实现行业的效率提升、价值创新和智能化发展。



# 数据驱动精益成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用