

# 郑州商品交易所投资者教育工作实践与思考

王永红\* 李慧敏\*\*

**摘要:**交易所在市场一线开展投资者教育,在我国投资者教育体系中处于重要地位。郑州商品交易所(以下简称郑商所)在证监会党委的领导和投资者保护局的指导下,围绕服务实体经济、提高投资者利用期货市场管理风险的水平、优化投资者结构等,通过自主开展或支持市场主体开展线上线下培训、调研、座谈等,有针对性地开展各项投资者教育活动。本文主要以郑商所开展的“三业”活动、“产业基地”建设、“郑商所杯”大学生模拟交易大赛等品牌活动为例,讲述投资者教育工作的实践经验,并结合境内外交易所投教工作的方式对比,提出交易所投资者教育工作的提升方向。

**关键词:**“三业”活动 “产业基地”建设 “郑商所杯” 境内外交易所投教工作对比

## 前 言

投资者是资本市场发展的基石,培育成熟、理性的投资者是保障一国资本市场持续稳健发展的长期性、基础性任务。近年来,我国资本市场产品工具不断创新、投资者人数日益增多、投资风险逐渐复杂,进一步加强投资者教育成为保护投资者合法权益、夯实市场发展基础、促进市场持续稳健发展的必然要求。

一般而言,投资者教育可概括为针对投资者所进行的有目的、有计划、有组织地传播投资知识的一项系统性社会活动。2013年年底国务院办公厅发布了《关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》(国办发[2013]110号),作为

---

\* 郑州商品交易所会员部总监,本文仅代表撰稿人个人观点。

\*\* 郑州商品交易所会员部助理经理,本文仅代表撰稿人个人观点。

指导我国资本市场投资者保护工作的纲领性文件,从“健全投资者适当性制度、强化中小投资者教育、完善投资者保护体系”等九方面作出了有针对性的制度安排。其中“强化中小投资者教育”方面的具体安排,一是加大普及证券期货知识力度,二是提高投资者风险防范意识,从两方面明确了投资者教育工作的具体内容。

一个完善的投资者教育体系应该包括市场监管机构、交易所机构、市场经营机构、民间投资者教育机构、投资者权益组织等不同主体,充分发挥各自优势,形成投资者教育工作的长效机制。

交易所在市场一线开展投资者教育,在我国投资者教育体系中处于重要地位。一方面,交易所是市场的重要组织者,要为各种投资交易行为提供场所、设施和相关服务;另一方面,交易所还是市场的重要监管者,要对各种投资交易行为进行市场一线监管,防范市场风险,安全组织交易。交易所投资者教育的主要内容包括传授市场基础知识、宣传政策法规、讲解交易规则细则、揭示市场运行风险、倡导理性投资观念、引导依法合规维权等。

郑商所在证监会党委的领导和投资者保护局的指导下,围绕服务实体经济、提高投资者利用期货市场管理风险的水平、优化投资者结构等,通过自主开展或支持市场主体开展线上线下培训、调研、座谈等,有针对性地开展各项投资者教育活动。活动载体包括“三业”活动、品种产业大会、期权讲习所、会员中层业务人员培训、交割结算人员培训、“产业基地”建设等。本文主要以郑商所开展的“三业”活动、“产业基地”建设、“郑商所杯”大学生模拟交易大赛等品牌活动为例,讲述投资者教育工作的实践经验,并结合境内外交易所投教工作的方式对比,提出交易所投资者教育工作的提升方向。

## 一、“三业”活动

### (一)活动开展情况

“三业”活动是郑商所组织市场主体开展的“走进产业 贴近行业 服务企业”市场培育活动的简称,目前主要有会议类与调研类两种形式。

2017年1月,郑商所发布实施了新的“三业”活动管理办法,活动流程为:郑商所发布活动原则导向—合作单位策划申请—主办部门根据市场情况决定是否审批。两年多来,郑商所与181家单位签署了“三业”活动框架协议,其中会员单位136家,非

会员合作单位 45 家,包括机构开发平台 18 家、相关品种行业协会和重点企业平台 27 家。“三业”活动涉及动力煤、铁合金、玻璃、甲醇、棉花、菜系、苹果、棉纱、PTA、白糖、强麦等 14 个上市品种,红枣、尿素 2 个拟上市品种,以及白糖期权、棉花期权、商品指数及场外业务,仅普麦、稻系品种尚未涉及。

## (二)“三业”活动实践经验

2017 年以来,郑商所举办了超 1000 场“三业”活动。活动地点遍及 29 个省、(自治区、直辖市)。在调动和支持会员开展新品种培育、已上市品种维护和推广拓展市场等方面发挥了主渠道作用,但多年运行下来也遇到一些困境。

1. 目前活动审批处于相对被动的地位,主动策划不够。主要体现在以下方面:一是活动分散,连续性和持续性有待提高,投资者无法得到系统性培训学习和持续性的服务;二是市场开发与服务力量过于分散,同一品种有众多合作单位申请举办活动,不利于充分发挥优势会员作用。

2. 活动针对性有待提高。主要体现在以下方面:一是会员举办活动的目标市场不够明确,缺少长期统筹规划,部分活动分散在产业企业集中度不高的地区,缺少有影响力的企业或机构参加。二是活动分布与品种培育不匹配。从活动时间看,在白糖期权、棉纱期货、苹果期货等新品种、新业务推出前后,活动数量明显增多,两者匹配关系较好,但对于棉花、菜系、PTA、甲醇、动力煤等品种,在成为市场热点和投资者关注时期,活动和时点脱节。

3. 活动效果评估评价机制不完善。“三业”活动的重要目标是为产业企业和机构投资者服务,现货企业是否充分参与关系到品种的市场基础和稳健运行。一直以来,“三业”活动对于服务和引导产业客户参与期货的情况缺乏合理评价机制和激励机制。另外,目前“三业”活动监督检查采用电话回访方式,费时费力,效率有待提高。

## (三)下一步计划

1. 加强活动主动策划,提高活动针对性。鼓励会员围绕郑商所市场培育加强系列活动规划,形成市场开发方案进行申请。通过这种方式改进,每个方案包含的系列市场活动都需要围绕确定的目标市场进行,形成有内在逻辑关系的组合措施,改变市场活动的分散性。

2. 建立活动评估机制,提高活动有效性。郑商所评审委员会定期对方案完成情况进行集中评估,评估内容包括方案实施情况和方案目标完成情况。通过评出若干个优秀方案,挖掘典型案例,为媒体宣传提供素材。

3. 改善活动跟踪机制,提高活动质量和监督检查效率。一是采取技术手段或现场检查等方式,加强活动过程跟踪和检查。二是倡导活动采用“线下+线上”模式,通过网络视频直播方式,提高活动的受众群体数量,也方便郑商所进行远程监控。

4. 增加活动形式。如大企业定点开发服务、会员现货子公司与目标市场的业务开展、典型案例的总结等,丰富会员服务实体经济的手段和内容。

## 二、大学生模拟交易大赛

### (一)大赛初衷及举办模式

郑商所响应将投资者教育纳入国民教育体系的号召,联合中国期货业协会于2018年下半年举办了首届“郑商所杯”大学生模拟交易大赛(以下简称郑商所杯),旨在为在校大学生提供理论知识应用的机会,培养学生的分析能力和实践能力,完善期货市场投资者教育链条,同时探索培育期货专业人才的新途径。

为做好大赛宣传和金融知识普及工作,郑商所推出了“投资者教育进校园”活动,制定讲座内容,提供标准课件,动员并支持期货公司、地方期货业协会等机构举办校园讲座。

大赛的参加者为全日制在校本科生、硕士生及博士生。参赛者使用郑商所提供的交易软件进行模拟交易,交易规则与郑商所实盘交易一致。为使参赛者体验真实交易经历,深入了解期货交易机制,主办方每日向其发送账户结算单,合约到期前通过网站进行提醒。第一届大赛比赛时间主要在学生暑假期间,从7月1日至9月30日。为突出投资者教育的意义,综合考察参赛者的专业知识与实践能力,大赛评分规则包含专业知识成绩、交易成绩和活跃度三个指标。专业知识成绩考核通过期货从业资格考试进行,由参赛者自主报名参加。交易成绩考察收益率、波动率、最大回撤三个因子,强调风险意识。活跃度要求参赛者每个月参与交易的时间应不少于10个交易日。

为发挥大赛的人才培育功能,郑商所建设专用网站,推出大赛排行榜、学习专区。大赛排行榜每日更新一次,并提供每位参赛者的交易行为量化分析报告。学习专区包含119门课程,内容涵盖软件使用方法、期货基础知识、期权基础知识、期权交易策略、交易风险控制、期货品种及行情分析、套期保值、资产管理等方面。此外,学习专区与中期协期货从业人员后续培训系统实现“一号通”跨平台学习功能,为参赛学生

提供丰富的学习课程。

## (二) 大赛效果

第一届“郑商所杯”共举办投资者教育进校园活动 167 场,参赛人数达 11,202 名。吸引了我国内地、香港特区、澳门特区、台湾地区以及美国、加拿大、英国等国家的 48 所高校学生参加。12 月 18 日,郑商所正式公布大赛获奖名单,共有 190 名学生获得奖励。从获奖学生院校来看,“985/211”工程院校学生 32 名,海外院校学生 1 名,中国台湾地区学生 2 名;此外,还有北京物资学院、北京工商学院、东北财经大学、西南财经大学等学校的学生。

除普及期货及衍生品知识、为行业培养人才,促进产学研结合外,此次大赛的人才选拔机制得到用人单位认可,期货公司高度关注此次大赛,主动将大赛与学生实习、人才招聘等建立联系;此外,大赛也弥补了高校教学手段的不足,投资实务是高等院校金融相关专业的主干课程之一,部分高校缺少配套的模拟交易系统及金融学教学实验室,“郑商所杯”的推出有助于解决这一问题。

此项赛事对普及期货知识、提高学校教学效果、提升我国期货市场国际竞争力,具有深远意义。下一步,郑商所将积极落实证监会、教育部联合印发的《关于加强证券期货知识普及教育的合作备忘录》要求,与期货公司、高校等机构开展合作,发挥期货公司和高校的能动性,组织优秀师资,制作内容丰富、品质精良、形式活泼的在线课程,让高校学生能够方便地学习期货市场基础知识、投资分析方法等;并优化比赛规则,做好宣传及服务工作,提高学生的参与度与质量,提升活动效果。

## 三、“产业基地”建设

### (一) 开展历程

为了更好地发挥期货市场功能,进一步推动期货服务实体经济工作,引导产业链企业利用衍生品及相关市场促进区域和企业持续健康发展,2019 年 2 月,郑商所对外发布关于征集“产业基地”活动合作单位的公告,原《郑州商品交易所“点基地”建设活动工作指引》和《郑州商品交易所“面基地”建设活动工作指引》废止。

自 2014 年 6 月修改后的“点、面基地”建设工作指引发布以来,在促进地方政府和产业链企业等有关单位利用期货市场服务促进区域经济和产业企业持续健康发展等方面取得了较好的效果,郑商所累计建设“点基地”企业和会员单位各 72 家,其中

农产品 28 家, 非农产品 44 家, 建设面基地 6 个, 覆盖了全国 22 个省(自治区、直辖市)及 10 个相关产业, 在市场上形成了一定的影响力, 成为郑商所市场培育和宣传推广活动的品牌之一。

但原“点基地”的主要成果是每年编撰印刷并发放给会员《“点基地”案例汇编》, 以及邀请记者赴“点基地”采访并刊登相关情况。对企业后续如何配合郑商所进行深度开发及宣传没有明确要求, 在市场培育方面功能发挥不足; 另外, 在实际建设过程中, “面基地”数量很少, 推进较为困难。

一方面, 修改后的“产业基地”适用主体与范围进一步扩大和下沉, 可以包括风险管理子公司等, 作为加强双向合作的新途径; 另一方面, 促进把服务实体企业功能做实, 除了宣传功能外, 主要依托龙头企业为产业基地, “以点带面”, 大力加强市场培育, 推动产业企业积极利用期货市场辅助经营。

## (二)“产业基地”活动开展流程及具体内容

“产业基地”建设工作主要委托符合条件的产业链龙头企业和期货公司风险管理子公司等有关单位开展。

《关于征集“产业基地”活动合作单位的通知》为郑商所每年对全市场公开发布的通知, 主要对“产业基地”活动合作单位的申请条件、合作内容及时间节点等进行明确。

意向合作单位应当向郑商所提交加盖公章的《郑州商品交易所服务实体经济“产业基地”申请表》及相关材料, 包括但不限于: 地区及单位情况介绍、近年衍生品及相关市场参与情况、基地培育方案、基地团队介绍等; 郑商所收到申请后, 将在规定时间内反馈审批结果, 并与审批通过的有关单位签署《郑州商品交易所服务实体经济“产业基地”活动合作协议》, 主要对双方的权利、义务、合作内容、要求等进行明确。

合作内容主要围绕郑商所已上市或者拟上市品种, 根据各品种的市场发展情况和特点, 以衍生品及相关工具服务实体经济为原则, 以产业集聚区或行业龙头企业为依托, 以产业企业为培育对象, 建设产业培育基地, 深入开展培训、调研、宣传推广等系统性市场培育工作; 并总结市场培育活动的开展情况, 建立企业档案, 每年向郑商所提交年度工作总结和优秀案例报告。

## 四、其他工作

### (一) 媒体宣传教育

一是扩大宣传与投资者利益密切相关的法规,引导投资者以理性合法的方式逐级表达诉求。二是利用互联网、微博、微信等渠道,对郑商所的业务规则,尤其是强制减仓、强行平仓、保证金调整等一些可能影响投资者权益的有关规定进行重点宣讲。三是做好新闻宣传和舆论引导工作,提高投资者对市场运行状况的正确认识,最大限度地减少因误解、盲目听信谣言等产生的不必要的诉求。

### (二) 投教平台建设及投教产品制作

通过拍摄多种宣传片、制作投教手册等,丰富投资者教育手段,并积极建设投资者教育网站“衍生品学苑”,以投资者喜闻乐见的形式,宣传介绍郑商所的品种和规则。开通期货法律交流微信公众号,建立期货市场法律合规微信群,在《期货日报》开辟“期货法苑”专栏,通过宣讲期货法律知识、传递一线监管信息、解读制度规则政策、讨论投教和投保案例、研究期货法治问题,营造期市合规文化。

## 五、境内外交易所投教工作对比

为更好地做好投资者教育工作,吸取先进经验,郑商所对比了境内外各证券期货交易所开展投资者教育的平台、形式、内容、对象等,总结了一些差异,具体情况包括以下方面。

### (一) 投教平台建设方面

境内外证券期货交易所普遍通过线上投教网站开展投资者教育,由于发展历程、经营目标、主营业务等存在差异,各交易所投教网站的栏目设置、内容编排、风格设计、媒体样式等各有特点,呈现百花齐放的局面。对于是否开办线下投资者教育基地、线下投教基地是否免费等问题,各交易所的做法并不一致。境内期货交易所上海证券交易所和深圳证券交易所开放了线下实体投教基地,且均提供免费服务,而CBOE(芝加哥期权交易所)则提供有偿的线下投教参观服务。

### (二) 投教形式拓展方面

境内外交易所普遍通过制作动画、拍摄影片、发布游戏等多种形式开展投资者教

育,但不同投教方式的使用情况存在较大差异。境内上海证券交易所和深圳证券交易所所在拓展投教形式方面有更多实践,形成了一些系列化、品牌化的多媒体投教产品。CME Group(芝加哥商业交易所集团)、ASX(澳大利亚证券交易所)、LME(伦敦金属交易所)等境外交易所的投教网站也大量使用多媒体发布投教课程。相比而言,境内期货交易所利用多媒体拓展投教形式的实践经验不如境外发达国家交易所和境内证券交易所丰富。

### (三)投教内容制作方面

境内外交易所围绕各自主营业务提供投教内容,符合证券期货交易所的不同业务类型,也体现各交易所投教工作的不同特点。与境内交易所相比,境外交易所投教内容更加丰富,一些境外交易所邀请外部机构专家对市场热点事件进行讨论,帮助投资者把握投资机会(如CME Group);还有一些境外交易所为投资者提供定制课程服务或有偿投资课程,更好地满足投资者需求(如LME)。

### (四)投教对象划分方面

CME Group、CBOE、SGX(新加坡交易所)等境外交易所将投资者划分为初级、高级等不同群体,为不同群体提供不同的投教内容。境内各证券期货交易所虽然也在投教网站(见表1)发布证券市场基础知识、期货市场基础知识等初级投教内容,但并未对投教受众群体进行明确划分,不利于不同投教受众群体快速寻找学习内容。COBE还为投资者提供期权知识自评自测服务,更好地帮助投资者选择合适的投教课程。

表1 境内外交易所投教网站受众群体划分情况

序号	交易所	投教受众群体划分情况
1	上海证券交易所	未明确划分
2	深圳证券交易所	未明确划分
3	上海期货交易所	有新手栏目,但内容简单
4	郑州商品交易所	未明确划分
5	大连商品交易所	未明确划分
6	中国金融期货交易所	未明确划分
7	芝加哥商业交易所	有新手栏目,且内容丰富
8	芝加哥期权交易所	划分为基础、中等、高级等级别

续表

序号	交易所	投教受众群体划分情况
9	伦敦金属交易所	未明确划分
10	新加坡交易所	划分为初级、中等、专业等级别
11	澳大利亚证券交易所	有新手栏目,且内容丰富
12	纳斯达克交易所	未明确划分

通过总结郑商所的投资者教育工作实践,并对境内外交易所投资者教育相关经验进行比较,对交易所进一步提升投资者教育工作的建议措施如下。

### 1. 划分受众群体

交易所投资者教育应该朝着精细化方向发展。投资者教育工作的受众群体具有不同特征,应该按照一定标准(如对相关知识的掌握程度、是否具有实际投资经验、身份为学生或职场人士、参加资本市场的不同目的等),将投资者分为若干类别,针对不同类别的投资者提供不同的教育内容和教育方法,拒绝“千篇一律”“一套内容打天下”,不断提高投资者教育的精细化程度。

### 2. 拓展投教形式

交易所投资者教育应该朝着多样化方向发展。随着信息技术不断更新换代,投资者学习知识的方法日益多样,利用碎片化时间学习成为趋势。出版印刷物、开展培训课堂、开办投资者教育网站等投教形式虽然效果显著,但不能满足现代人快速学习的需要,不利于投资者随时随地学习。应该进一步扩展投资者教育形式,满足现代投资者快节奏、高效率、多样化的学习需要。

### 3. 注重用户体验

交易所投资者教育应该朝着人性化方向发展。从本质上讲,上海证券交易所在新春佳节发布投教拜年视频和其他交易所通过漫画等形式讲授投资知识,都是交易所投教工作注重用户体验的鲜活表现。投资者教育工作朝着更加人性化的方向发展,应该在投教的内容、载体、形式等方面进行持续改进,不断调动用户参与投教活动的积极性,持续提升用户体验。

### 4. 打造投教品牌

交易所投资者教育应该朝着品牌化方向发展。一国的投资者教育体系由多种类别的主体共同组成,同一类别的施教主体(如同为交易所类)在一定程度上存在竞争关系。应该在持续做好基础工作、不断提升投教质量的基础上,着力打造属于自己的

投资者教育品牌——将单一活动做成系列活动,将系列活动做成品牌系列活动,将多个品牌系列活动做成品牌活动矩阵。

#### 5. 注重投教激励

投资者教育工作内容繁杂,是一项需要长期坚持的系统性工作,且是交易所开展市场推广、塑造公众形象的重要窗口,具有重要意义。应该为投教工作建立激励机制,定期进行投教工作评估,总结成功经验、弥补缺点不足,对取得较大成绩的工作人员或团队整体进行奖励,激励投资者教育工作人员不断进步。

