

专题论坛四:投资者教育

证监会投资者教育工作介绍

林丽霞*

尊敬的各位领导、各位嘉宾:

大家下午好!很高兴能参加第二届中小投资者服务论坛,2018 年在北京举办了第一届论坛,确实加深了各单位在投资者教育和保护方面工作的交流和了解,2019 年在这里举办第二届论坛,有利用进一步扩展论坛的影响力,引导各界持续深耕投资者教育保护工作,形成投资者保护合力。借此机会,就投资者教育工作的最新进展,我们面临的问题及一些对策思路,我想和大家做一些交流。

中国证监会党委是高度重视投资者教育保护工作的,易会满主席明确提出,“加强监管,保护投资者合法权益,是证监会的天职”。同时提出“要加强投资者教育,推动将投资者教育全面纳入国民教育体系,积极倡导理性投资,价值投资和长期投资”。2019 年以来,中国证监会扎实推进了一系列投资者教育服务工作。

一是围绕监管中心工作和投资者的实际需要,持续开展投资者教育专项活动,今年结合设立科创板并试点注册制这一资本市场重大战略性改革,我们投资者保护局联合上海证券交易所一起组织开展了“走进科创你我同行”专项活动。各地举办投资者教育活动 8 万余场,累计超过 7000 万余人次参加,制作投放了原创投教产品 3 万余种,电子产品的点击量超过了 1.3 亿次,受到了广大投资者的欢迎,得到了中国证监会党委的充分肯定,这也是全系统投保干部和全市场投保工作者团结协作、共同努

* 中国证监会投资者保护局教育服务处处长。

力的结果。

二是持续推动各地将投资者教育纳入国民教育体系,惠及数百万学生。上海、广州、四川等地区将投教纳入了中小学课程设置,编制了中小学的金融知识教材,已有7.3万余名中小学生学习了金融理财知识;各地区普遍将投资者教育纳入高等教育和职业教育体系,开设投资者教育的必修课或者选修课,开展专题讲座、知识竞赛、模拟比赛等。宁夏、内蒙古还在继续教育和民族教育方面进行了有效的探索。2019年3月,中国证监会和教育部联合发布《关于加强证券期货知识普及教育的合作备忘录》,进一步加强了对此项工作的统筹规划和规范指导。

三是持续指导建设实体和互联网投教基地,为广大投资者提供免费、便捷、专业的教育服务,大家只需要“迈迈腿、动动手”,就可以集中获取所需要的知识和服务,改变了投资者到处查资料、听消息、交学费的困境。目前我们已经授牌国家级、省级基地共100多家。从评估的反馈情况来看,投教基地总体运行良好,在线接受返客上亿人次,现场服务投资者500多万人次,成为各地展示资本市场发展成果的重要窗口,也是投资者保护的主阵地。

四是设立“5·15全国投资者保护宣传日”,动员全国上下积极开展活动,在全社会倡导理性投资文化,建立监管部门主导推动,相关部门联动,行业主动尽责、公众积极参与的投资者保护长效机制。2019年“5·15全国投资者保护宣传日”的主题是“心系投资者 携手共行动”,举办了活动的启动仪式,易主席为我们启动活动,阎主席做总结讲话,共计开展活动1万余次,4000多万人次参与,让理性投资和投资者保护的意识深入人心,使投资者保护成为全社会共同行动。

五是举办全国证券期货投教产品征集展播活动。共征集1800余件优秀原创投教产品,在中国投资者网站上持续展播,促进投教资源共享,避免重复建设,激励社会各方开发出更多投资者喜闻乐见的优秀投教产品,我们也欢迎各位媒体朋友能够更多的关注和转发这个投教产品的展播活动。

六是举办了第二届“股东来了”权益知识竞赛活动。这是我和央视财经频道共同打造的一项专门服务中小投资者的教育节目,以寓教于乐的方式普及证券期货知识,引导投资者知权、行权、维权。2019年第二届吸引了来自全国各省、直辖市、自治区包括港澳台地区的投资者参与,答题人数超过了1.5亿人次,这也是我们打破证券期货行业领域,动员社会各方力量,特别是媒体力量,探索投资者教育的有益尝试。

同时,我们也清醒地认识到,随着资本市场乃至经济社会的快速发展,投教工作

面临不少挑战和问题。一是如何针对投资者需求精准施策。不同投资者有不同的投资需求,必然会对不同业务品种的投资知识产生差异化的需求,如果不加区分,对所有投资者泛泛开展投教,很难取得理想的效果。二是如何在新媒体时代积极转变投教方式。随着移动互联网时代的不断发展,投资者越来越多地使用移动终端获取知识和信息,传统媒体影响力逐渐减弱,需要跟新媒体进一步合作,投教工作如何适应这种转变,值得进一步思考。三是如何建立投教纳入国民教育体系的长效机制。如何更好贯彻落实中国证监会和教育部联合发布的合作备忘录,推动投资者教育纳入国民教育体系的持续化、普及化、常态化、标准化,需要我们有新的工作思路。

针对上述问题,我们抛砖引玉提出以下的想法,供大家交流、讨论。一是希望证券期货经营机构能够在“精准投教”方面发挥更大的作用。由于经营机构最接近广大投资者,也最了解投资者的实际需求,我们希望能够在开户、产品销售等各个业务环节,有针对性的做好各项业务知识介绍和风险提示,普及理性投资理念和依法维权意识,切实将国办〔2013〕110号文(国务院办公厅《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》)“将投资者教育纳入各业务环节”的要求落到实处。二是在加强新媒体投教方面上下功夫。在保持与传统媒体宣传合作的基础上,逐步加强在网络媒体、微信、微博、客户端等新型宣传渠道上的投教力度,特别要利用好中国投资者网这个平台,聚集全行业、全市场,全社会的优秀投教资源,积极推广大家喜闻乐见的投教产品,促进资源共享和优势互补。三是建立投教纳入国民教育体系的联动机制。加强与教育行政部门的沟通,动员组织行业力量和教育专家,立足提升青少年的金融理财素养,在充分借鉴现有工作成果的基础上,探索推出适用于各类学生的推荐教材、精品课程。

各位领导、各位来宾,投资者教育是一项长期的系统性工作,需要监管部门、自律组织、市场主体和社会各方携起手来、共同努力,不断将投资者教育做得更深、更细、更实,努力打造更加健康、理性、和谐的市场生态系统。也希望通过此次论坛,大家能够充分分享、交流经验,提出意见和建议,为进一步做好投资者教育服务工作献计献策。最后,感谢大家一直以来对于投教工作的关心和支持,谢谢大家!

科创板投资者教育实践与思考

杨 欣*

各位领导,各位同仁,大家下午好!很荣幸应主办方邀请,参加此次论坛。

加强投资者教育、服务和保护是资本市场全面学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,“践行为民宗旨”的重要体现和有力举措。近年来,在中国证监会投资者保护局的统筹安排下,在会系统各单位和社会各界,尤其是媒体的共同努力下,我国投资者保护工作稳步推进。尤其是投服中心自成立以来,逐步形成事前持股行权,事中纠纷调解、事后证券支持诉讼的“投服模式”,举办的《股东来了》投资者权益知识竞赛,开辟了投资者教育和保护的新路径。

在上海证券交易所设立科创板并试点注册制,是党中央根据当前世界经济金融形势,立足全国改革开放大局作出的重大战略部署,是中央实现创新驱动发展战略、深化资本市场改革的重要安排。

自2019年3月1日以来,在投保局的统一部署下,上海证券交易所与地方证监局、中国证券业协会等系统单位紧密合作,持续以“走近科创,你我同行”为主题开展专项投教活动。借此机会,我想就“科创板投资者教育实践与思考”和大家做一个分享与交流。

一、担使命——着眼“三大任务”

一是跟上节奏。习近平总书记宣布在上海证券交易所设立科创板并试点注册后的两个多月,交易所层面的配套业务规则即对外征求意见。为充分做好市场培育,投教宣传相关工作着手部署。一个月后,规则正式发布,投教宣传随即启动。为在第一时间向投资者介绍科创板,解读注册制,讲解规则差异,揭示投资风险,宣讲、培训、座谈、检查,多措并举,在140余天内推出160余件投教作品。

二是讲清规则。设立科创板并试点注册制涉及科创板板块建设和注册制试点的统筹推进。投教工作的职责即在于针对科创板在发行上市、交易机制和退市制度等

* 上海证券交易所投资者服务部总监。

特殊安排,面向投资者讲清楚、说明白,同时,还要针对科创板股票发行试点注册制改革的基本理念引导投资者调整投资理念和投资行为。

三是揭示差异。设立科创板并试点注册制是改革发展的试验田,在发行上市审核、持续监管、交易和退市制度等方面实施差异化机制。为有效引导投资者准确理解试点注册制下科创板股票发行上市审核的基本理念,适度调整投资行为和投资习惯,不断创新投教宣传形式,探索通过说唱作品、漫画等更多元化的表达方式揭示差异和风险。

二、讲方法——抓好“四个一”

为完成上述任务,全面做好科创板投教宣传,亟须及时调整布局,归纳总结实践经验,把握核心关键问题,构建科创板投教工作机制。

一是“一个同心圆”。在投保局的统一部署下,上交所联合地方证监局、证券业协会、投服中心等系统内各单位,共同深入开展科创板投教宣传,共同举办了33期“科创板投教行”主题巡讲活动。2019年9月中旬我们在西藏地区举行科创板投教行活动,以期提升辖区内证券公司服务投资者的业务水平和能力;联合开展专题培训、投教联络人座谈交流等形式多样的系列活动,推出科创板投资者问答等各类节目,汇聚投教投保合力,提升科创板投教宣传实效。

二是“一张宣传网”。构建以传统媒体、新媒体相结合的多元宣传网络,开展立体化的科创板投教宣传。与新华社、央视、“四大证券报”、第一财经等主流财经媒体合作,持续创新投教形式,制作生动有趣的投教作品。与新华网、腾讯网、新浪财经频道等新媒体平台和浙江、黑龙江、陕西、福建等地地方广播电台合作,构建更有效覆盖广泛投资者群体的多层次科创板投教宣传网络。

三是“一座沟通桥”。为配合设立科创板并试点注册制业务的推进,通过持续广泛开展问卷调查、走访证券公司和营业部、召开座谈会等市场调研,及时了解市场关注;认真做好“400”投资者服务热线工作,与“12386”热线以及中国结算建立投资者问答快速响应联动机制,广泛倾听投资者声音,快速、准确地解答市场关注。

四是“一套组合拳”。为进一步发挥证券公司在科创板投教工作中的主力军作用,持续深化“交易所—证券公司—投资者”三级投教工作机制;举办证券公司工作培训,明确投教工作要求;开展科创板投教联络人工作交流、培训、座谈,加强投教工作

沟通与经验分享;开展走访或现场督导,督促会员切实落实科创板投教职责。

三、重落实——“三大任务”有突破

一是出作品。根据投资者服务热线及市场调研反馈,有针对性地推出了7大类160余件图文和音视频投教作品,及时回应市场关注。与央视联合制作的《透视科创板》系列纪录片点击量累计达3200多万人次;与第一财经共同推出的《科创时空之走近科创板》电视专题片收视率为3.4%;通过央广经济之声和第一财经广播播出节目的收听量累计均超过2000万人次。证券公司也制作了大量的作品,据不完全统计,近百家证券公司共完成近5400件科创板投教作品,点击量达2600余万人次。

二是听心声。及时面向证券公司、个人投资者等开展科创板专项问卷调查10余次,形成多份调研报告;通过“400”投资者服务热线及时了解投资者关注和诉求,梳理并回复投资者科创板业务咨询电话或邮件,不断提升投资者服务水平和温度。我们也关注到中国证券投资者保护基金有限公司围绕科创板也做了一系列的问卷调查,其中也发现了一些问题,在今后的工作中,上交所将凝心聚力,与系统内各单位一起持续做好科创板投教投保相关工作,及时妥善解决投资者关注的问题。

三是办活动。截至目前,联合多地证监局、中国证券业协会以及中国证券投资基金业协会等举办“科创板投教行”巡讲和专题培训60余场,累计培训近15,000名证券公司营业部负责人、投教人员和个人投资者等市场主体;与投保基金公司合作,以证券公司投教基地为依托开展科创板投教投保主题宣传活动,加强投资风险教育;组织证券公司开展科创板模拟交易、讲座论坛等线上线下投教活动46,000余场,共吸引近1000万投资者参与,较为全面地覆盖广泛的投资者群体。

四、谈思考——“三个注重”促平稳

投资者是资本市场发展之本,加强投资者保护已成为全球金融监管改革的共识。投教工作是一项长期工作,科创板投教工作亦是这样,后续科创板投教投保工作将会面临新的形势和挑战。对此,我有以下三点思考和大家分享。

一是需注重引导投资者树立理性投资理念,强化风险意识。科创企业商业模式新,业绩波动和经营风险相对较大,上市条件更具包容性和适应性,与主板市场存在

较大差异。后续,应持续引导投资者正确认识科创企业的特点及其发展规律,知晓并关注投资风险,尤其是退市风险,适时调整投资观念和习惯。

二是需注重加强科创板上市公司投资者关系管理,切实保护好投资者知情权等各项权利。试点注册制下,科创板实行以信息披露为中心的发行上市审核制度和市场化发行承销机制,上市公司要注重加强投资者关系管理,切实做好信息披露和与投资者的沟通,保护好投资者的股东权利,引导投资者树立股东权利意识和价值投资理念。

三是需注重金融科技在投资者服务、投资者保护等方面的开发和利用,优化科创板投资者服务的方式和手段。以云计算、大数据、人工智能等先进技术为主要特征的金融科技创新正深刻地影响资本市场,科创板投教投保工作也要紧跟科技步伐。探索运用大数据分析投资者交易行为特征,积极推进科创板投资者精准画像,动态把握投资者需求和风险偏好,探索提供差异化、个性化、精准化的投教内容,为做好科创板投资者服务提供新方案。

各位同仁,站在新的历史起点上,上海证券交易所将不忘初心,牢记使命,在中国证监会投保局的带领下,在系统各单位、媒体、证券公司等社会各方支持下,与在座的各位携手并进,继续共同做好投资者教育工作,在新时代担当新使命,奋力谱写投教投保新篇章!借此机会也感谢大家对科创板投教工作的大力支持,谢谢大家!

关于推动投资者教育高质量发展的思考与实践

徐良平*

各位同仁和媒体朋友们大家下午好!非常高兴参加第二届中小投资者服务论坛,也非常感谢主办方为我们搭建了一个很好的平台,让我们的新老朋友、业内同仁再次相聚、相互交流。

刚才林丽霞处长介绍了中国证监会投资者教育工作的基本情况,杨欣总监就科创板的投资者教育也做了一些分析、思考,我觉得发言非常精彩,深受启发。借此机会,就如何推动投资者教育高质量开展谈一点个人的体会和认识。不当之处请批评指正。

* 深圳证券交易所投资者教育中心总监。

高质量开展投资者教育,我想首先需要弄清投资者教育的内涵,对此国际证监会组织认为,投资者教育从属于一个更广泛意义上的概念,即投资者素养的提升,投资者素养中有一个重要的内容是参与金融活动的能力,包括投资者的观念、知识、技能、态度和行为。

投资者教育工作所要达成的目标,是帮助投资者获得更强的自我保护能力和市场参与能力。为了达成这个目标,我们要回答以下问题:对于投资者,如何帮助其提升投资知识水平、树立理性的投资理念,并进一步将知识和理念转化为行动;对于监管部门来说,如何组织相关的资源,做好投教工作的设计、内容的输送和效果的评估。

根据国际证监会组织的建议,我们认为达到投资者教育的目标,需要以调查研究为先导,在充分了解受教育群体的结构和行为特点的基础上,从以下五个方面提升投资者教育工作的质量。

一是聚合力的投教。我国资本市场个人投资者数量庞大,中小投资者市场参与度高、交易活跃。这一基本结构特点决定了我国资本市场投资者教育需求是巨大的。为了保障基本的投教供给,需要市场各方广泛参与,汇聚资源、形成合力,特别是引导证券公司发挥投教主力军、主阵地的作用,通过直接面向投资者的一线营业部落实投教工作的具体要求。

二是分层次的投教。在资本市场发展的过程中,投资者也不断地分层分化。例如,入市多年的投资者投资知识水平、理性程度相对较高;新入市投资者年轻化趋势明显,表现出急于入市、投资风格激进的特点;老龄投资者也在不断增多,但是防范风险的能力比较薄弱。此外,不同学历、不同区域、不同的资产规模的投资者,在知识水平、投资经验、行为习惯等方面也存在教大的差异。对于投资者群体的动态演化,开展分层次的投资者教育,才能使投教资源的投放更加具有科学性和针对性。

三是互动式的投教。近年来,在教育宣导的推动下,投资者虽然在理念上趋于成熟,但行为上仍表现出比较强的非理性特征。例如,交易频繁过高,一周内交易若干次的投资者占比达到46.4%;熟悉偏好、过度自信和处置效应的发生率分别达到57.6%、43.8%和39%;此外,炒小、炒新、炒差等行为仍然常见。这个现象表明,传统的自外向内的单向宣导式的投教,对于投资者行为改善可能作用有限,有必要探索互动的教育方式,引发投资者自主思考,从而形成改变非理性投资行为的内在动力。

四是移动互联式的投教。投资者教育背后是信息的传递,能够有效借力传播杠杆,决定了教育宣传的深度和广度。我们的调查显示,投资者使用手机获取信息的比

例逐年提升,最期待的投教产品类型是视频类、图文类,占比分别高达 86% 和 75%。因此,投教产品的形式应该更加注重契合新媒体传播要求,投教活动逐渐与移动端各大媒体接轨,充分利用移动互联的力量,放大工作的效能。

五是参与式投教。培养投资者股东权益意识,有助于帮助投资者理性参与市场,践行长期价值投资理念,在这一方面,投教工作应该着力构建服务平台,为投资者行权创造便利的条件,让投资者在权力行使的过程中学会“自己走路”,逐步完成由“股民”向“股东”的转变。

基于以上我们对于投教工作的认识,深圳证券交易所持续创新投教工作的方式,探寻有效的方法和路径,以“四个贴近”不断提升投资者教育工作的质量。

一是贴近投资者多元化需求,开展分层的投教活动。在传统投教活动基础上,深交所联合深圳证监局等相关单位,针对新入市的投资者,我们举办“新手入市、悟险明理”专项行动;针对老龄投资者群体,我们走进社区组织“险有所知、投有所得、老有所享”专项活动;针对投资者日益增长的基金投资需求,举办“走进基金公司”活动,借力公募基金传播长期价值投资理念;针对中西部资本市场薄弱地区,联合各地证监局、协会开展“投资者服务西部行”活动,让西部地区投资者得到一流的投教服务。

二是贴近投资者学习的实际体验,推进互动式的投教模式,针对传统单向宣导式的投教效果不佳的状况,深圳证券交易所积极探索互动式教育宣传模式。我们建设互动体验式投教基地,利用多种互动展示技术,将抽象的证券知识变成“场景式”的互动教育产品,让投资者拥有学习证券基础知识,提升风险意识,增强投资分析能力的投教家园。我们举办“股市相对论”辩论赛等活动,邀请市场机构和个人投资者代表现场辩论互动,将教育宣传嵌入理性辩论,激发投资者自主思考理性投资的热情。

三是贴近投资者信息获取的习惯,撬动投教宣传传播杠杆。我们主动适应移动互联网时代投资者信息获取习惯的变化,充分利用新媒体、新技术,拓展投教宣传的广度和深度。例如,打造知识手册、图文漫画、投资微电影等一批符合新媒体传播特点的“投教营养套餐”,不断提升投资者阅读体验;我们建立投教活动互动网络直播系统,开设雪球网、今日头条、东方财富等公众号,在深圳地铁、公交车、楼宇等人流密集的场所开展公益宣传,便利投资者在日常生活中时时刻刻接收投教知识。

四是贴近投资者知权行权的需要,打造“一站式”服务平台。2004 年深圳证券交易所启用股东大会网络投票服务,方便投资者行使股东投票权,2011 年深圳证券交易所首创“互动易”,打造投资者与上市公司互动交流的网络桥梁,互动感受,沟通创造

价值,在“互动易”的一问一答中,投资者逐步了解掌握各项股东权利。以此为起点,深圳证券交易所持续打造以“互动易”为主体的“一站式”的投资者服务平台,为投资者提供咨询提问、投票表决、投资分析、反馈意见的“工具包”,精准服务投入者知权、行权、维权的需求。目前深圳证券交易所投资者服务平台年度使用量已经突破了12亿人次,相关实践案例被国际证监会组织作为新兴资本市场的典范发布在其官网,向其会员推广投教服务的“中国经验”。

在新的历史起点,打造规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场的总目标,要求投资者教育工作也需要进入高质量发展的阶段。这里结合深圳证券交易所的实践,谈几点推动高质量投教工作的想法。

一是与会员同谋划,共分担,形成投教工作“一盘棋”。下一步,深交所将通过投教工作座谈会、投教基地交流会等多种形式,与会员单位就投教工作规划、重大活动开展等进行协商,引领行业投教工作有序开展。推进建立会员投教工作协作机制,就产品制作、活动开展、基地利用等方面开展广泛协作,提升投资者教育工作的活力和效率。

二是推动理念到行动的转变,强化投资者教育的时效。深圳证券交易所将探索行为金融、心理学相关理论研究在投教工作中的应用,尝试打卡积分和激励反馈等全新的投教方式,帮助投资者在提高投资知识水平、树立理性投资理念的基础上,进一步减轻减少频繁交易、跟风炒作等非理性行为。

三是拥抱现代科技,为精准化投教服务提供支持。我们将借力大数据、人工智能的技术,对投资者持股交易数据进行分析,深入把握投资者行为特征,探索建立系统化、常规化的投资者信息采集平台,持续追踪投资者情绪的变化,从主观和客观两个纬度描绘投资者“画像”,为精准开展投教工作提供支持。

四是紧跟市场的变化,提升投教的时效性。一方面,紧跟市场的新形势、新动态、新问题,主动发声,引导会员做好舆情引导、宣传解释和风险提示的工作,帮助投资者理解相关政策、制度和规则,提升风险意识。另一方面,我们紧跟投资者信息获取渠道、阅读习惯、学习方式等方面的变化,持续创新投教产品和投教活动,保证内容投放的有效性。

在中国证监会的正确领导下,在投保局的大力推动下,资本市场投资者教育工作已蔚然成风。下一阶段,深圳证券交易所将坚持“四个敬畏”“一个合力”,与各派出机构、各市场主体和媒体朋友一道,共同推动投教工作进入高质量发展的新格局。

谢谢大家!

聚焦投资者权益 创新投教工作方式

陈陵虹*

各位嘉宾下午好,我来自投服中心投教部,今天我发言的题目是“聚焦投资者权益,创新投教工作方式”。不同于沪深交易所,投服中心是一家成立不到5年的机构,我们的职责就是专门从事中小投资者保护工作。

作为一个新兵,应该怎么做投教、做什么样的投教一直是我們思考的问题。根据中国证券登记结算有限公司的投资者现状调查,现在1.5亿投资者中,95%是中小投资者。我们中心所做的对投资者股东权利知晓情况的调查,中小投资者对分散在公司法、证券法及相关法律法规中的16项基本权利的认知程度并不高,总分是5分,调查显示整体股东权利得分3.20分。根据我们对投资者参与各项教育的调查。参与度最高的是风险测评,市场上近80%的投资者都参与了,另有近70%的投资者参与了基础知识和适当性知识的教育,有近50%的投资者学习了投资理念和投资技巧,但是只有38%的投资者表示了解一点股东权益。尽管当前投资者教育已经相当普及了,但在权益知识的教育方面,仍然存在明显不足。

基于上述三个原因,我们就将投教工作的重点聚焦投资者权益教育,希望通过权益教育实现三个目标。第一,唤醒投资者的自我保护意识,提升自我保护能力,只有知道自己拥有哪些权利,才能尽可能防止权利受到侵害。

第二,倡导长期投资、理性投资、价值投资。根据我们跟上交所合作的一项风险认识调查显示,截至目前,有近75%,也就是差不多3/4的投资者,持股时间不超过1年,理性投资文化尚需要培育。

第三,示范引领全面知权、积极行权、依法维权。大家也可以看到,有超过1/3的投资者,不知道该如何行使权利,也认为自己没有途径行使权利,而且维权的效果也不乐观,尽管当权利受到侵害的时候,有差不多3/4的投资者第一反应是要去维权,坚持到后面维权的不到40%,最后真正成功维权的不到10%。但是我们的调查也显示,通过公益组织的帮助,最后的成功率有明显提升。

有了这样的定位和目标,我们希望通过打造四大权益投教品牌、搭建一个权益服

* 中证中小投资者服务中心投资者教育部总监。

务平台来实现。四大权益投教品牌就是权益 360、投资者大讲堂、投服论坛、《股东来了》。

首先根据我们做的一个投资者受教育水平和投资经验情况的调查,随着资本市场的发展,投资者的结构也在不断发生变化,有近 70% 的投资者已经具有本科及大专以上学历。持股时间方面,投资经验超过 2 年的投资者,占比超过了 70%。

随着投资者的成熟,其对权益知识教育的专业性也提出了更高的要求。因此,我们就跟上海证券报合作,开辟了权益 360 的专栏,通过知识讲解、案例分析来普及权益知识,这个专栏从 2016 年 12 月底开设,到现在为止已累计发布文章 250 篇。同时,我们还编印了权益 360 的教育系列丛书两套 20 本,目前已经通过大讲堂和投教基地向投资者发放 10 万余本。

第二项是针对中小投资者的呼声,我们联合交易所、证监局、行业协会和市场机构推出了大讲堂巡讲系列活动。到目前为止,已经开办了 150 余场,走遍了全国 36 个辖区,直接参与人数近 2 万人,网络观看人次近 70 万人。

第三个就是我们的投服论坛,我们知道投保工作是一项系统工程,需要前瞻性的思考和系统推进,所以从 2018 年开始,投服中心专门设立了论坛来共同磋商投保的举措。投资者最易接受的教育形式是寓教于乐的形式,所以我们联合央视财经频道,推出了《股东来了》投资者权益知识竞赛活动。

2019 年是第二年举办,《股东来了》分为网络初赛、分区复赛和央视决赛,2019 年网上网下直接参与人数已经超过 100 万,网络答题人次超过 1 个亿,而且中国证监会阎庆民副主席也亲临总决赛现场观看了比赛,并为总冠军颁奖。

不同于传统的投教活动,《股东来了》应该说在开放性方面有一些创新。第一个开放性表现在角色的开放性,传统的投资者只是被动地接受投教宣传,但是在《股东来了》这个节目过程中,投资者成为主动宣传投教的载体,相当于自媒体的作用,人人都是主角。第二个是《股东来了》兼容并蓄,把走进上市公司、走进高校、走进投教基地等传统的投教活动有机融合,互相促进。第三个是 2019 年在六大赛区中马拉松、博览会都成为宣传《股东来了》、宣传权益知识的载体,这些都是以前传统的投教活动不常采用的传播载体。

到目前为止,三场半决赛和总决赛已经录制完毕,将于 9 月 9 日到 12 日在央视财经频道播出,欢迎大家收看。

最后,我想介绍一下中国投资者网。中国投资者网是由中国证监会管理、由投服

中心负责运维的一个投资者保护网站,我们希望通过网上投教、在线调解等方式,打造一个权益服务平台。

保护投资者合法权益 证券业担使命齐行动

何 玲*

各位领导、各位业界同仁及媒体朋友,大家下午好!

为深入贯彻落实中国证监会党委关于投资者保护工作的部署和要求,坚持“四个敬畏”和“一个合力”,引导证券公司恪尽职守做好投资者服务工作,切实履行好保护投资者合法权益的主体责任,促进形成敬畏市场、敬畏规律、敬畏专业、敬畏风险的理性投资文化,助力打造规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场,中国证券业协会携手各证券公司积极行动起来,担使命、尽职守,研究制定了2019年度促进证券公司履行投资者保护责任的工作方案,并于“5·15全国投资者保护宣传日”,同步开展“投资者教育进百校活动”、发布《证券经营机构投资者教育工作指引》、广泛开展投资者适当性管理和教育服务活动,进一步推进证券纠纷多元化解机制建设等系列工作,以下主要和大家交流证券公司“投资者教育进百校”活动情况。

投资者是资本市场生态系统最基础的形态结构和最重要的营养结构。培养健康成熟的投资文化,是资本市场可持续发展的根基。我国资本市场起步晚、发展快,法治诚信和契约精神还有待进一步强化,市场文化尤其是投资文化还需要进一步厚积和沉淀,推动投资者教育纳入国民教育体系是加强投资者教育的重要措施,在总结会员前期经验和做法的基础上,协会广泛汇集会员共识,向全体证券公司和广大证券从业人员发出倡议:每家证券公司至少结对联系一所学校开展证券期货知识普及教育。通过开展系列科普公益讲座、开放投资者教育基地、提供必要的学生实训和教师培训服务、捐赠证券期货知识读本、合作开发多媒体在线学习资源等方式,加大资源投入力度,普及证券期货常识,培养理性投资、价值投资、长期投资理念,增强大中学生及社会公众投资风险意识及理财能力。截至2019年8月底,已有54家证券公司启动“投资者教育进百校”行动,结对250所学校联合开展证券期货知识普及教育活动。

从实践情况来看,证券公司开展投资者校园教育的形式主要有如下几类。

* 中国证券业协会会员服务一部主任。

一是开展投教公益讲座。多数证券公司都通过开展证券期货系列公益讲座活动,为学生们普及金融证券知识、防范非法集资等相关内容,帮助学生提高防范金融诈骗、警惕非法集资等风险意识,提升大学生财经素养,引导其正确认识资本市场,增强风险防范意识,要远离校园贷等。

二是举办各类校园竞赛。不少公司还通过举办模拟炒股大赛等形式将理论结合实际,传导金融知识,揭示权益保护,从而使学生们通过模拟比赛了解证券投资,认识当前金融市场形势,增强对证券市场的认知,提高风险防范能力。

三是开设投资者教育课程。在传统走进校园活动基础上,不少公司尝试与高校建立常态化合作机制,将金融知识课程纳入高校学分课程体系,以必修课形式为在校大学生提供金融知识普及、防范非法投资活动、金融职业规划等课程。

四是编写投教教材。长期持续的投资者教育进校园客观需要一套完整的证券期货知识国民教育教材。不少公司积极开展了这方面的尝试。例如,申万宏源证券已与复旦大学合作编写国民教育教材;华西证券投教基地和西南财经大学财商研究中心合作,编写《国民金融教育之青少年五德财商系列教材》等。

五是充分发挥投教基地作用。投教基地是开展投资者教育的重要平台,也是适应我国投资者特征,持续系统开展投资者教育的显示需要。多数证券公司都在投资者教育进校园活动中充分发挥其作用。证券公司与大学合作的实习实践基地和研究基地陆续揭牌。

六是创建投资者教育品牌。在长期的投资者教育实践中,不同证券公司已逐步建立形成了自身的投教品牌,如华福证券的“华福启明星计划”、招商证券“青少年财商启蒙新思维”、兴业证券“儿童财商教育”、天风证券“小小金融家”等。

除实践总结外,我们也收集了许多行业的建议以不断完善投资者教育进校园活动,主要包括提升授课质量、整合行业资源、加强行业培训和舆论宣传等。

下阶段,除今天举办投资者教育论坛和大家分享经验、探讨推广好的做法外,我们有这么几项拟开展的工作,来进一步总结前期的活动成果,构建投资者教育的长效机制,将投资者教育工作做深、做细、做实,夯实投资者权益保护的基础。

一是推动建立证券公司和学校合作共建的长效机制。建立培训基地和实习基地,建立投资者教育宣传普及平台等,充分调动证券期货市场和教育领域各类主体的积极性,形成以普及金融知识、提示投资风险、诚信建设为核心的全民投资教育,使社会公众能够便利的获得系统、全面的投资教育,培育证券期货专业人才,提升全民投

资素质,强化公众理性投资意识。2019年7月,协会与共青团中央青年发展部、中证机构间报价系统股份有限公司联合开展了“扬帆计划·证券行业大学生实习”活动。为大学生暑期实习提供更多的机会,同时也为证券公司与各高校建立长期的投资者教育合作机制提供平台。目前,已有68家证券公司提供了包含总部、分公司、营业部在内的2700余个实习岗位。

二是实现“分享交流、推广宣传”。推广证券公司履行投资者保护责任的经典做法,推动证券公司更有效地做好投资者教育服务及投资者权益保护工作,培养健康成熟的投资文化,协会将依托投资者服务与保护委员会计划组织汇编《证券公司履行投资者保护责任优秀案例》,到时也请各公司积极参与,踊跃报送。通过产品展示、案例教育、模拟交易等多种方式开展内容丰富、形式多样的投资者教育活动。

三是组织开展投资者教育评估等,研究发布证券公司投资者保护责任履行情况的相关指标信息。研究从“投资者教育进百校活动”落实情况、投资者教育基地建设运行情况、投资者教育公益性投入情况、投资者保护工作获得国家奖励或肯定情况等,对证券公司投资者保护责任履行情况进行定期发布,发挥正向激励作用,确保投资者保护取得实效。

证券行业将不忘初心,凝心聚力、携手并进,继续深耕投资者教育与保护工作,用心服务客户,创新服务方式,完善服务设施,把投教工作做出新水平、做出新高度,为培育健康成熟的投资文化、构建稳定发展的资本市场贡献出应有的力量。

依托基地推动投资者教育进入国民教育体系

丁建强*

各位领导、各位同仁:我在公司分管的工作之一是投教基地。非常荣幸来自主办方的邀请,能够向大家介绍一下我们公司在投教基地运作方面的一些经验。我重点讲三个方面内容,一是提高认识、明确定位,充分发挥证券公司投教基地作用;二是积极探索校企合作,让投教工作在学生群体当中扎根;三是聚焦国民教育落实,站位金融供给侧结构性改革。

第一方面,关于投教基地的定位。证券公司投资者教育基地对于开展投资者教

* 中信建投证券执委会委员、合规总监。

育工作而言是非常重要的,在对中小投资者提供正确的投资知识,树立正确的投资理念方面发挥着重要的作用,中信建投证券在北京市朝阳区公司的注册地址选择一个楼层,建立了国家级的投资者教育基地,两年多来,我们充分利用这一基地的网点优势和线上推广优势,立足于公益性、专业性,深入研究地域投资者的特点和需求,挖掘优势、突出创新,全力开展投资者教育工作。

第一,对于投资者教育基地启用了“京信学堂”这样一个别称,将该基地定位为全面、广泛培养合格、理性投资人的学堂。

第二,具体展业过程中,立足于服务国民经济的发展,服务证券市场的有序发展这一主题,开展各类投教活动。

第三,将“高效做投教、务实抓投保”作为检验投资者教育工作的标准,形成我们独特的投资者教育基地品牌。

两年来,京信学堂紧跟自媒体时代发展的趋势,适应投资者需求,建立了微信公众号,坚持发布京信学堂原创的投资者教育产品,同时还转载了公司各业务部门和各监管部门公众号上发布的相关投资者教育产品,拓宽投资者教育的渠道。

第二方面,介绍一下在校企合作方面的一点经验,让投教工作在学生群体中扎根,这是我们在投教细分群体当中进行工作的一个立足点。目前,京信学堂已经与北京地区的 27 所高校、1 所职业学校、2 所中学,还有山东地区的 4 所高校、陕西地区的 3 所高校建立了联系,积极探索投资者教育进入国民教育体系的新途径。

具体的工作有以下三个方面。

首先,加强京信学堂的校企共建,主动深入高校助力在校师生树立理性投资理念。京信学堂加强和多高校构建共建关系,通过在校内开设行业专项课程、系列讲座,设立金融实验室和开展投教活动宣传等方式,传播普及证券市场的基础知识。

提高在校学生对资本市场的理性和感性认识,目前我们已经与北京交通大学、北京城市学院、陕西师范大学签署了共建的协议,开展深入高校的投教活动,仅仅“理性投资、从我做起”这一主题投教活动的参与人数就达到了 780 人。

其次,对投教的内容进行分层,打造进阶式的国民教育投教课程体系。针对各类证券业务的适应人群不同,我们对投教的内容进行了分层,构建了基础知识层和进阶知识两大类投资者教育的课程。

为不同接受程度的在校师生提供有针对性的投教内容,帮助在校师生识别非法活动,提升金融风险防范意识和自我保护意识。帮助在校师生树立正确的投资理念

和择业理念,这是根据课程的体系做了区分。

最后,做深做实、切实履行对学生群体的投教工作,公司不仅将邀请在校师生采访京信学堂的人数纳入了北京地区各个分支机构年度考核指标,而且还要求公司业务部门要积极配合京信学堂开展课件开发,以及进行授课等相关活动。我们的师资不限于投教基地的3~4名工作人员,各个业务部门都有讲课的任务,这是在投教的工作开展当中我们特别坚持的。京信学堂在日常运营费用中,设立了交通费等专项资金,提供租车、保险等服务,以确保参访师生的安全,就是学生要引进来,左下角大家也看到,我们到学校去拉学生过来的,要给学生上保险。

结合参访投教基地的师生制定投资银行业务衍生品业务和投资顾问等专题讲座,在京信学堂的参访记录当中,目前已经有7800余人次的在校师生参访,其中有两场共150人的高校教师参访,并听取了专属的讲座。北京某高校还组织了364名学生在同一天参访,创了投教基地日参访最高纪录。我们的这个课程应该说反响比较热烈,许多高校已经将参访京信学堂作为在校学生开展社会实践课的重要内容之一。

第三方面,聚焦国民教育落实的工作,我们一直也在思考投教工作进入国民教育体系,我们有四个方面的探索和思考。

首先,要给在校师生提供了解合法合规金融产品和服务的机会,这个是我们的定位。

其次,要让在校师生树立正确理解和自身风险承受能力相匹配的投资理念。

再次,要达到充分推广和利用投教基地的公益属性、专业属性,改变所谓的“资本唯利是图、参与资本市场的人都是不讲人性”的观念,要加强各类投教活动和产品的法治化水平。

最后,要达到提升投资者信心、促进资本市场持续健康发展的目的。

为此,我们将探索进行以下几项工作。

首先,建立投资者国民教育实践基地体系,继续着力打造校企共建的投资者教育实践基地,充分发挥中信建投的专业优势和利用高校的教育资源,建立优势互补、共同发展的长期伙伴关系。创新实践教学模式,搭建实习平台,在课程开发、教师挂职和课题研究等方面进行探索,将金融专业知识和实习培训相结合。着力打造集知识性、趣味性、实用性于一体的综合素质课程。

其次,分层分类设置投资者教育课程,扩大课程的适用对象,主要还是要适用不同人群和不同地域的投资者,不再进行单一化、标准化的课程,要进行有特色化、特性

化的课程设计。

最后,建立投资者国民教育的志愿教师体系,包括校企两方面的教师体系,这是我们保证正确理念传导,使投资者教育工作常态化、机制化,能够持续发展的人才保障。

以上就是我们的一些做法和思考,感谢各位领导,我们会持续努力,谢谢!

如何挖掘高校在投资者教育中的作用

韩 乾*

尊敬的各位领导、各位嘉宾下午好!

根据2019年3月中国证监会与教育部联合印发的《关于加强证券期货知识普及教育的合作备忘录》精神,高校应该在投资者教育中发挥重要作用。下面我结合自身作为一名高校教师在投资者教育方面与业界合作的经验谈一些体会。

第一,高校拥有丰富的投教软资源。绝大多数高校开设了系统的金融和投资类课程,不少高校的金融学专业硕士设计了针对性较强的课程体系,内容涵盖了资产配置、金融风险管理、金融工程、量化投资等,部分有条件的高校开发了公开的线上教学视频。高校还拥有金融素养较高、科研能力较强、善于教学的师资队伍。监管局和证券期货公司可以充分利用当地高校的现有条件联合开发针对投资者教育的课程和合作课题等。高校还有一批动手能力强、思维活跃的金融专业学生,可以调动他们的主观积极性,帮助设计专业性强且形式多样的优质投教产品。

不少高校还有自身特殊的投教资源禀赋。比如,厦门大学经济学院有一个1928级校友,高捷成烈士,是中国人民银行前身——冀南银行的创立者、红军会计制度的创始人、中国共产党金融事业的奠基人之一,其传奇事迹鲜为人知,完全可以深入挖掘,作出独特的深具教育意义的投教产品,有利于大众深入了解红色金融,进而加深对具有中国特色社会主义资本市场的理解,传承红色精神,提高金融从业人员的责任感,树立正确的理想和信念。

第二,高校拥有便利的投教硬环境,可以很好地解决投教场地问题。比如,厦门大学经济学院建有金融实验室,里面配备了100多个计算终端,50多套金融咨询和数

* 厦门大学教授。

据库,实时的市场行情信息以及仿真交易软件,可供师生进行各类教学科研活动。可以联合这样的实验室共同开展投资者教育,在实验室内外布置相应的投教资源和信息,聘用学生担任兼职投教工作人员。厦大还建有一个实验金融经济实验室,设施先进,常年招聘校内大学生参与经济和金融类的各种实验。可以联合实验室师生共同开发投教相关的实验,甚至直接采用实验室既有研究成果来制作投教产品。学院一楼还有一个王亚南书院,原来想为师生提供轻松的交流环境,现在由于种种原因闲置,完全可以利用来作为投资者教育基地。从学校层面来看,厦门大学建有大型的游客中心,校门入口处不远还有数个展览馆,是游客的必经之处。可以考虑在这些地方配备投教设施或者有条件建立投教基地,充分利用每日大量的游客资源,扩大教育范围。

虽然每个高校的具体情况有所不同,拥有的投教条件和资源各异,但以上这些做法背后的经验和理念可以在全国各大高校内推广和普及。

第三,高校拥有大量的潜在投教对象。一个高校的本科生和研究生数以万计,专业门类差别很大。他们中有不少可能是未来资本市场的投资者和从业者。目前我国高校的通识教育程度还不够,从我在厦门大学金融双学位班的教学经验来看,非金融类专业的学生对于金融和投资上的知识和风险意识非常薄弱,需要产学结合,通过投资大赛、职业讲座、《股东来了》、交易所知识竞赛等形式在校园内开展常规性的知识普及教育。目前大连商品交易所、上海证券交易所均走进高校开展了联合教学。此外,包括厦门大学在内的不少高校每年有大量的来自全国各地的游客参观校园,可以引导部分游客在教学以外的时间有序地参观实验室、投教基地(中心),甚至亲身参与一些金融实验和游戏,让游客感同身受,切实意识到自己在证券期货投资上的认知偏差和潜在风险,同时也为高校科研人员开展实验金融研究带来源源不断的优质实验对象,达到合作共赢。

第四,积极与高校建立和保持联系。前段时间各地券商纷纷举办各种类型的投资大赛,也经常去高校宣讲和招聘,不少已经与高校建立了联系。但由于个别券商和机构在活动中过分宣传自己,以拓展业务为主要目的,加上来访的机构太多太频繁,导致有些高校有关负责老师不愿配合甚至有所抗拒。从我作为高校教师参与者的经验来看,通过熟悉的校友、曾经的老师、朋友引荐等渠道与院系直接负责人(一般为学院党委书记、学生口党委分管书记、其他学院领导、专职辅导员等)取得联系,往往能够事半功倍,提高工作效率。要从合作共赢的角度提方案,既搞好投资者教育,又能

为学院的教学、科研和学生培养、实习、就业等提供切实帮助,建立长期、友好、稳定的合作关系。

发挥财经媒体优势 携手推进投资者教育

汪 钧*

各位嘉宾下午好,我来自第一财经,很荣幸今天有机会作为媒体的代表能跟大家一起交流一下我们在投资者教育服务工作当中的一些感受和思考。

在座的各位基本上都是我们的合作伙伴,为我们提供内容的来源,又或者是我们的精准受众,今天机会难得,我先对我所在的第一财经正在全力推进的媒体融合做一个简单的推介,这也跟我们正在进行的投教内容的探索有关。

第一财经是一个全媒体集团,旗下拥有电视频道、广播、日报、杂志和数字媒体。现在一财正在进行大力度的新媒体转型,我所在的电视团队就致力于成为互联网上最重要的财经视频的供应商。我们把财经视频分为四个大类,其中投教视频是我们非常重要的分支。

第一大类是资讯视频。大家如果下载我们的第一财经客户端,会比较全面地了解一财的内容产品。因为第一财经电视是一个全直播频道,每天早上从7时一直到晚上10时,我们是不间断地对资本全市场进行直播分析,所以我们会在手机端同步提供一条视频直播流,同时也对一些重大财经事件进行现场直播。第二大类是证券视频。现在,通过网和端,第一财经的证券节目已经吸引到了全国甚至全球的华人观众关注,在这些节目视频中,有大量为投资者服务和与投教相关的内容。第三大类是商业财经视频。企业家、一线商业人物、高端论坛都是第一财经电视团队着力报道的对象,比如,我们有一个融合了音视频和图文的融媒体产品叫“时代追光者”,它就是从电视节目发端,最终在手机端实现的,从企业管理的角度讲述中国故事,提炼东方管理智慧的内容产品。

我要重点介绍的是第四类——投教视频。第一财经诞生16年以来,其实我们所做的很多工作都是围绕着资本市场,围绕着投资者服务和投资者教育来展开的。

现在大家看到的这个页面,就是我们在7月22日科创板开市前一周推出的一个

* 上海第一财经传媒有限公司副总经理、电视总监。

融媒体产品。大家扫描这个二维码可以看到,有图文介绍、有视频中我们的主持人介绍交易规则。科创板开市,对于普通投资者来说可能最重要的一点还是要搞清楚科创板的交易规则到底怎么回事。事实上,大多数投资人尽管投资热情高涨,但在此之前对交易规则是不太了解的。也就是说,服务投资者、助力投资者教育其实就是我们的日常工作。

下面我想以我们的一些具体实践为例,来谈谈财经媒体如何深度参与投资者教育工作。刚才很多嘉宾已经提到了这个“股东来了”的节目。这是央视财经频道参与主办的,但是在上海地区第一财经也参与了承办,我们的团队对这个项目投入了很大心力,也获得很多启发。之前,第一财经就有一个类似的电视讲堂,叫“财智双全”,其实就是一个电视大赛的周播版,每周都会有四五个嘉宾参与答题,在答题过程中帮助观众梳理投资理念,普及理财知识。

这是我们和中国证券业协会,在科创板开市之前,共同发起的一个视频项目“懂行”,邀约国内一线券商和行业研究精英,针对科创板六大重点支持领域,请他们逐个讲述科创板的行研报告。当时我们做了这样一个概念——这是科创板的第一份行业研究视频报告,通过我们的客户端和电视节目双屏呈现,在机构和投资人当中引起了很大的关注。同时,我们也和上海证券交易所合作了“科创时空”项目,通过4条短片走近科创板。直到现在,这4条短片还在第一财经电视屏幕上反复播出,当作片花那样反复播,非常好地起到了服务投资者的作用。

下面两个案例可能和资本市场投资者关系不大,但是关乎我们整个国民金融素养的提升,和国民财商教育是高度相关的。大概从三四年之前,我们就开始着手打造“财商童星”这样一个品牌,我们定期做训练营,后来还发展成为少年商学营,就是从娃娃抓起,从幼儿园开始,我们逐级地针对学生举办冬令营或者夏令营活动,而少年商学营就是我们和哈佛上海中心合作完成的一个由高中生参与的商业实践案例。

我讲这样一些案例是想和大家分享,财经媒体为什么要把参与投教工作作为我们的责任所在。它跟我们的初心和使命是高度相关的。第一财经在2003年成立以后,一直致力于为中小投资者服务。我们也分析过自身的优势,作为证券市场的“守望者”,财经媒体更贴近市场、更贴近投资者、更熟悉监管动向,具有成为投资者教育第三方机构的天然优势。具体来说,一是拥有专业的传播团队、权威的信息渠道、稳定的嘉宾队伍等深厚的资源积累。二是拥有整合金融机构、监管机构、社会组织等外部合作资源的人脉和经验积累。三是拥有长期深耕财经领域所积累的受众公信力和

影响力。

下面我再介绍一下在我们投教领域的一些探索方向。一是将投资者教育的范围向年轻化延展,比如,之前提到过的财商童星夏令营、少年商学营,还有大学生财智夏令营。刚才韩教授介绍的大学生的诉求我也深有体会,我们当时为了招募大学生来参加活动,承诺他们会有金融机构来现场观察大家的表现,未来对同学们的就业有帮助。当时我记得 60 位大学生入围了总决赛,他们来自全国 53 所高校,包括海外的 3 所著名高校,涉及的范围非常广。二是线上线下相结合,比如,我们依托频道的名牌节目“谈股论金”所做的“牛散训练营”,在投资人当中影响很大。第三,我们逐步注重我们的表达方式,希望用丰富和多元的表达方式来服务受众,比如,电视大赛和电视讲堂。第四,我们要扩展传播渠道,刚才我介绍过,像这样一些新媒体作品,其实早已不再通过电视屏幕传播了,完全是通过移动端,可以随时随地点击观看,随时随地浏览,这就是我们的几个探索方向。

我有一个蛮深的体会,在投资者教育工作中,我觉得过去媒体还是缺位的。无论是过去一段时间发生的 P2P 风险的爆发,以及更早前的各种地方交易平台的这样一种风险的集聚,传播的缺位是比较严重的。这些年来金融机构是投资者教育的主体,但是光有金融机构是远远不够的,如果说能够把媒体纳入投资者教育的主体当中,可能会有助于整个投资者教育的工作开展。

第一财经有这样一个打算,在适当的时候,举办投资者教育这个生态的“合伙人大会”。据我了解,协会、交易所以及各个会员单位,很多很多的机构都在自己做着很多投教内容。而第一财经是第三方平台,我们想做一个合伙人大会,让大家的作品到我们的平台上呈现,以更开放的方式来服务受众。如果能开成这个大会,欢迎大家来跟我们进行合作。

最后我想说的是,2015 年的时候国务院就发布了一个指导意见,提出要将金融知识普及教育纳入国民教育体系,切实提高国民金融素养。投资者教育作为一项国家战略,形成多主体参与的投资者教育体系是未来投资者教育的发展方向。第一财经作为一家媒体,是一个链接与服务的角色,我们愿意携手监管机构、金融机构、教育培训机构和更多的社会组织在整个投资者教育当中,扮演好我们的角色,不负我们的初心和使命。我相信在这个过程中,不仅是一个公益行为,当把公益行为做到极致的时候,也会产生很多的市场机会。所以,我们很愿意服务大家,也欢迎大家来跟我们进行广泛的合作。相信随着理性、成熟的投资者队伍的日益壮大,中国资本市场的明天

将会更加美好,中国财经媒体的明天也会更值得期待。

谢谢大家!

券商营业场所投资者园地电子化发展探讨

赵秀芹*

我主要从目前券商营业场所投资者园地的现状、投教者园地电子化的特点以及怎样实现投资者园地电子化这三个方面向大家做一个汇报。

一、券商营业场所投资者园地的现状

2019年5月15日,中国证券业协会、上海证券交易所、深圳证券交易所均发布了投资者教育工作指引。《证券经营机构投资者教育工作指引》中第16条提到,券商营业场所要建立多媒体投资者园地,并对包括园地内展示内容等做了比较详细的要求。

工作指引发布以后,我们去很多券商的营业部现场拍了投资者园地的照片,发现很多园地仍然是通过张贴海报、宣传册以及易拉宝展板来进行投资者教育工作。很多营业部的投教园地运作形式依然比较传统,仍是总部通过邮寄分发将投教内容发送到各个营业部,营业部拿到材料后按总部的要求打印,在将其张贴在投资者园地上。

这样就会产生几个比较集中的问题,首先,园地不是很美观,也比较乱,而且内容产品无法做到统一更新;其次,很多新型营业部,营业场所并不宽裕,无法保证提供足够的场地,张贴展示较多的投教内容;最后,通过这种方法日常维护营业部投教园地耗费大量人力、物力,占用了营业部不少的人力资源,而且很多都是重复劳动。此外,最重要的一点是营业部投教者园地的内容是否吸引投资者,投资者是否实实在在地浏览观看了投教内容,以及看了以后有什么样的反馈,这情况都无法统和反馈。

大家都知道现在是“互联网+”的时代,投教内容可以以视频、动漫、游戏等载体形式制作,形式丰富多彩、生动活泼,能够吸引投资者,并且比较容易接受。而通过张贴纸质内容这种的传统形式显然已无法适应时代的变化,并且也无法获取投资者的

* 上海傲度金融信息服务有限公司董事长。

反馈,形式上脱节,内容上落后,实质上达不到投资者教育的初衷。

二、投资者园地电子化的特点

经过研究论证,我们认为投资者园地非常适合进行电子化的改造。对投资者园地进行电子化改造主要有以下几点意义:

- (1)解决传统园地更新维护方面的问题;
- (2)建立与投资者之间的双向交互;
- (3)将投资者教育基地进行有效延伸。

比如,投资者在园地里浏览投教产品,更偏爱看哪方面内容? 证券历史还是创新业务? 喜欢什么形式? 电子书还是视频? 是否扫码下载内容? 是否通过园地设备留言互动等。通过投资者园地电子化,我们就能将所有园地的投资者情况进行互联网连接,建立投资者接受教育偏好的大数据库,并且实时、动态传送到券商总部,便于总部工作人员第一时间获得最新的数据信息。券商总部在对这些数据信息进行比对统计后,就能做到投教内容和产品的精准推送。比如,游戏答题类的点击数较高,就可多制作一些答题类的小游戏推送到各营业场所的园地中,如果对视频类的点击较多,同理依然。

这样就能够把营业部负责投教的人员的精力解放出来,从而能有更多的时间和精力去开展一些特色活动。而且总部人员的管理能力也可以直接延伸到投资者教育一线,将投资者教育基地的功能通过投教园地电子化延伸到各个营业场所。

此外,现在有部分证券公司已经开始探索,将传统营业部打造成为智慧营业厅,而投教者园地电子化运作将在平台管理、人员管理、数据维护、系统升级等方面积累不少宝贵经验。特别是营业部一线人员通过互联网进行投资者教育服务工作的开展与日常业务相结合的有益尝试,能给券商未来打造智慧营业厅提供很多前瞻性的探索和参考。

三、怎样实现投资者园地电子化

具体到营业部投资者园地电子化的实践,我们目前主要有这几种方式:第一,通过投教一体机,将总部直送内容、营业部个性化内容、营业部活动展示等,在投教一体

机上全部展现出来。这些投教内容都是根据统一的管理平台由总部统一管理,实时推送到各个安装有投教一体机的营业部。

而投教一体机的触控屏不仅可以落地安装,也可以挂在墙上,不占用营业部更多的空间。有些券商还把投教一体机与书柜、茶几等组合在一起,围出一个小区域,布置得非常温馨。

另外,触控屏采取双屏触摸方式,给投资者提供互动点击操作途径。以往我们给券商制作的很多投教内容,如沙画、视频、动漫类等,投资者都可以在触控屏上点击,有些甚至可以通过微信扫码下载到投资者自己手机上。此外,我们在实践中还发现,证券市场上的一些交易规则、交易品种等,如果通过上述模式展示,更便于投资者接受,投资者的关注度很高,效果非常好。

第二,在营业部投教一体机安装到位后,我们会提供一个配套的后台管理软件,通过互联网对这些投教一体机进行统一管理。总部管理员可以通过管理软件对营业部所有触控屏的内容进行操作设置,包括更新内容、监控浏览情况、统计访问量等。如有必要,也可以进行统一的视频互动交流。而营业部也可以通过后台管理软件发布一些自己营业部的相关信息,当然发布之前需要经过总部管理员的审核。

通过以上途径,保证总部或者营业部的特色投教产品和活动及营业部员工资料都能及时传播出去。我们希望通过这些做法,不仅能够帮助券商大幅节省时间成本、人力成本,而且能把总部投教基地的优秀投教内容,通过营业部投资者园地电子化途径传递出去,使券商投教基地的作用最大化。

通过营业部的力量,再加上总部的投教力量,将投资者吸引到营业部现场,让他们主动并且乐于接受投资者教育。同时,解放营业部的投教工作人员,让他们有更多的时间走进社区、高校开展更多面对面的投教活动。通过电子途径和现场投教活动,把券商的优秀投教作品,及监管部门和自律组织的优秀投教作品,更快、更迅速地传递给投资者。

这两年,傲度已经为近30家券商提供了投教基地的建设和运营服务,并为券商制作投教产品,希望通过我们的努力,协助经营机构做好投教工作,把健康的投资理念传播出去。谢谢大家!