

在线投教行至中场：获客成本上升，客户留存迎挑战

本报记者 蒋牧云 何莎莎

上海 北京报道

随着居民财富的不断累积,近年来投资者教育(以下简称“投教”)需求也不断攀升。特别是在

竞争激烈拉动成本上升

根据弗若斯特沙利文的报告,按2021年订单金额计算的中国在线投资决策方案市场规模为340亿元。其中,前5大市场参与者占有25.5%的市场份额,头部参与主体包括近期上市港交所的九方财富(09636.HK)、新三板上市的益盟软件(832950.NQ)等。

记者综合多家在线投资者教育企业的介绍了解到,目前此类服务多会通过线上课程或线上社交平台等进行金融知识科普,部分企业则会结合大数据、AI等技术进行咨询总结、数据统计等多种服务,在操作指导方面提供服务,将

寻求“二次变现”

市场上包含投顾服务的产品往往定价较高,且价格区间较大。

关于行业竞争的具体情况,根据亿欧智库发布的《2021年中国财商教育行业发展研究报告》,目前的市场参与主体包括垂直财商教育品牌、泛财富规划类品牌、金融机构、自媒体等等。报告中也预计,未来将有更多新玩家加入。由此,如何增强用户黏性,增加用户留存率也是业内企业在思考的问题,这也回到前述部分投教企业的商业模式上,不少投教企业会在进行基础金融知识教育之外,进一步将投教与投顾、产品代售与引流相融合。

对此,北京盈科(上海)律师事务所合伙人余金龙律师向记者表示,事实上,如果企业仅建设投教终端平台,以输出投教产品为主要业务,不夹带任何资管、理财、投顾等服务,可能无法产生较强的客户黏性。投教与投顾虽然是不同的两个业务板块,但彼此在业务面上

数字化浪潮叠加之下,在线投教的市场正在悄然崛起。数据显示,我国在线投资决策方案市场规模从2017年的198亿元,到2021年达到了340亿元,预计2026年将达到872亿元。

随着初期的快速增长阶段过去,目前行业的获客成本以及销售费用正在上升。

投教与投顾业务融合,具体为帮助用户进行股票池的选择、买卖点的选择等。

以九方财富为例,其招股书介绍,公司的商业模式为:通过传统媒体(如电视与电台)、MCN频道(如视频、在线电台和社交媒体平台)以及自有互联网终端(如App与网站)进行流量池的构建与运营,通过用户行为标签进行流量分层,从而进行精准推销,触达目标用户。随后,根据不同的用户需求,进行在线高端投教服务、金融信息软件服务、在线财商教育服务实现流量池的变现。

还是有诸多交叉重叠的地方。往往有投教需求的客户,其终极目的是希望直接获得投顾服务,而已经在获得投顾服务的客户,由于受到个人操盘能力的局限,又渴望“回炉”到投教。因此,不少投教机构通过提供额外的投顾或代销服务来进行“二次变现”。

不过,服务的拓展也带来新的问题。记者通过多家企业的产品介绍了解到,市场上包含投顾服务的产品往往定价较高,且价格区间较大,具体有3万元一年、28万元一年,甚至有16.8万元两个月的高价出现。

有相关产品的使用者向记者表示,在使用了两年不含操作指导的普通服务后,发现对实际操作帮助并不大,特别是对于参考指标的使用、市场咨询的分析等内容,获取难度正在不断降低,而包含更多服务内容的产品价格在无法保

证收益的情况下,难免让人望而却步,故该用户如今已不再使用任何类似产品。通过黑猫投诉也可以看到,在针对在线投资者教育的投诉中,大部分用户均认为在花费了上千元、上万元高价购买服务后,未能获得相匹配的收益。记者也了解到,目前相关企业的服务退款率正在不断增加。

对这一现象,九方财富也在招股书进行了相关阐述。公司表示,用户除了获取金融知识之外,个人投资者通常也希望在使用产品后改善投资结果。因此,在市场低迷期间,尤其是用户遭受损失时,用户倾向于将投资结果归因于产品质量,或避免进一步投资或相关活动(包括使用公司产品),这将使退款请求数量增加。倘若市场情绪后续持续恶化,通常会导致个人投资者对市场的信心和短期投资意

愿下降,从而导致对投资自决策解决方案的需求减少。

基于此,不少投教企业也在寻求更多的业绩增长线。根据前述亿欧智库的报告,不少主流财商教育品牌均持有保险代理、基金销售等金融牌照。九方财富也通过财报表示,正战略性地抓紧合适的收购目标,拟开启业务第二增长曲线。公司于2023年1月3日订立了股权转让协议,同意有条件地收购一家目标公司的全部股本权益,其全资附属公司持有中国证券监督管理委员会颁发的基金销售牌照。该收购事项将透过九方财富的客户群为目标公司的附属公司的基金销售提供额外支持,同时扩大公司提供的服务范围,满足公司自身客户当前及未来的资产配置需求,从而补强公司业务,支持公司业务实现持续增长。

记者注意到,随着初期的快速增长阶段过去,目前行业的获客成本以及销售费用正在上升。依旧以前述的头部市场参与者为例,九方财富近日发布2023年上半年业绩快报,预计上半年的经营开支较2022年同期增加约26%,主要原因包括业务规模扩大导致产生额外员工成本,从而导致员工成本增加约人民币8000万元及租金成本增加约人民币2000万元。此外,还有社会保险供款拨备5940万元拨回并人工成本减项的一次性事件、上市开支增加1500万元等。

类似的,益盟股份2022年年

报显示,公司全年销售费用达到4.62亿元,占营收的比重64.49%,较上年同比增加了36.94%。关于费用大增的原因,公司表示主要由于报告期内人员增加及销售业绩提升导致人员薪酬增长,以及加大市场推广力度,市场推广费用增加导致。

在业内人士看来,此番业内的成本增长,主要来自于竞争的加剧,企业获客所需要的投放量上升,同时如今行业已经进入精细化的发展阶段,为保持自身服务的竞争能力,不论是人才还是技术的投入都需要加大。

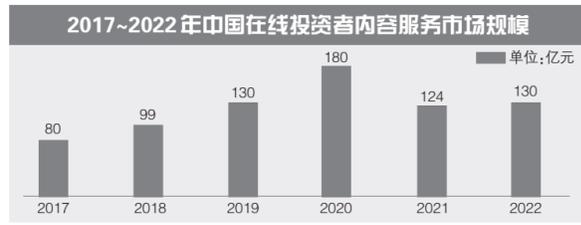
户黏性,并提升盈利和竞争力。需要注意的是,诸多企业寻求“二次变现”的情况下,业内时有乱象产生,因此对于企业的从业资质,以及宣传时出现的承诺性用词等需保持警惕。

报显示,公司全年销售费用达到4.62亿元,占营收的比重64.49%,较上年同比增加了36.94%。关于费用大增的原因,公司表示主要由于报告期内人员增加及销售业绩提升导致人员薪酬增长,以及加大市场推广力度,市场推广费用增加导致。

在业内人士看来,此番业内的成本增长,主要来自于竞争的加剧,企业获客所需要的投放量上升,同时如今行业已经进入精细化的发展阶段,为保持自身服务的竞争能力,不论是人才还是技术的投入都需要加大。

愿下降,从而导致对投资自决策解决方案的需求减少。

基于此,不少投教企业也在寻求更多的业绩增长线。根据前述亿欧智库的报告,不少主流财商教育品牌均持有保险代理、基金销售等金融牌照。九方财富也通过财报表示,正战略性地抓紧合适的收购目标,拟开启业务第二增长曲线。公司于2023年1月3日订立了股权转让协议,同意有条件地收购一家目标公司的全部股本权益,其全资附属公司持有中国证券监督管理委员会颁发的基金销售牌照。该收购事项将透过九方财富的客户群为目标公司的附属公司的基金销售提供额外支持,同时扩大公司提供的服务范围,满足公司自身客户当前及未来的资产配置需求,从而补强公司业务,支持公司业务实现持续增长。



数据来源：弗若斯特沙利文

行业乱象受关注 事实上,目前监管对于投顾的关注正在不断加强。

需要注意的是,在投教与投顾不断融合发展的过程中,行业乱象也时有发生。亿欧智库的报告中也指出,由于财商教育的内容与形式涉及金融、教育、互联网等多个领域,短期内财商教育行业经营主体仍不明确,但是行业对确立监管主体的呼声日益增长。行业规范化不仅将提高企业进入门槛,驱逐无力学资质、虚假置传、课程劣质,诱导投资的财商教育公司,利于行业有序发展,并形成良好的竞争格局;也将保障用户权益,增强用户对财商教育行业的认可和信心,让财商教育更好地发挥提高国民素养的作用。

投教与投顾之间的分界是什么?用户应该如何警惕?余金龙告诉记者,投教业务旨在培育投资者健康理性的投资理念,传授投资者金融产品基础理论知识、交易策略及技术分析能力。投顾,也就是证券投资顾问业务,指证券公司、证券投资咨询机构接受客户委托,按照约定向客户提供涉及证券以及证券相关产品的投资建议服务,辅助客户做出投资决策,并直接或间接获取经济利益的经营行为。

“也就是说,一旦服务中包含投资品种选择、投资组合以及理财规划建议等‘给票’行为,用户需要注意企业是否有相关资质。根据中国证监会2023年6月更新的信息,目前我国证券投资咨询机构共79家。”余金龙表示。

事实上,目前监管对于投顾的关注正在不断加强,近日,就有深圳

云财经大数据技术有限公司(现已更名为深圳市证公网络科技有限公司),因通过公司网站、App、微信公众号等渠道经营“涨停先驱者”“早盘捉妖”“N型反转大师”“揉搓优选大师”“研报大师”等软件产品,向客户提供具体证券投资品种的选择建议或买卖时机建议,违反相关规定而被处罚超1100万元。

对于取得牌照的投教企业而言,对公司的合规也提出了更多要求。公开信息显示,持牌的证券投资咨询机构在展业过程中,也时常由于合规问题被责令整改,通常这些问题包括营销环节存在虚假、不实、误导性宣传;未有效落实业务环节留痕管理的要求;证券投资咨询从业资格人员变更未报告等。前述用户就向记者表示,在观察销售人员宣传时会发现,往往存在报喜不报忧,或宣传的个股涨幅因时效或种种原因,比宣传时涨幅更大的情况出现。

对于投教与投顾融合发展的企业而言,应该在运营中注意哪些合规问题?余金龙认为,企业首先需要取得相关资质,对于未取得资质的投教机构,则可以选择由投顾机构或者券商指定的经纪人或者销售业务对接,进行销售端的切割和风险隔离。比如在流量对接时,对各方人员做有效隔离。特别地,在宣传时应由投顾方销售完成,且不存在任何夸大、诱导、误导、隐瞒、承诺、暗示等行为。此外,企业在人员资质管理、风险揭示、合规培训、客诉机制等方面均要不断完善。

区县城投“报表意识”增强 未来经营强调“有效性”

本报记者 石健 北京报道

随着政策端向提振县域经济发展

展,推动城镇化进程倾斜,区县城投发展明显呈现向好趋势。不过,从资产规模排名前100位的城投来

说,尚存在短期债务压力趋紧、流动性不足等情况。对此,不少区县行业人士认为,城投除了应该加强财

务报表管理,从数据中强化对城投公司投融资、运营的“有效性”提升。现代咨询研究院研究员朱容

勇在接受《中国经营报》记者采访时说,“区县城投应该注意对自身短期债务的风险把控,同时,应该

加强自身评级建设,强化‘财务报表意识’,促进业务多元化,加强对资金的运作能力。”

经营总体向好

相较于省、市两级城投公司,区县城投普遍存在资产规模小、有效资产不足、融资能力弱、业务发展不平衡、管理方式有待完善等诸多问题。对此,有不少业内人士认为,强化区县城投经营,首先应该注意自身的报表情况,及时把脉了解自身所在问题,才能够更好因地制宜推动转型发展。

从总资产规模来看,区县城投公司2022年总资产规模相较于上一年度呈扩张态势。较2021年,有90家城投公司实现了资产规模正增长。其中最大涨幅94.83%,为新疆可克达拉市国有资本投资运营有限责任公司土地使用权划入。其次是东阳市国有资产投资有限公司,总资产同比增长63.99%,为房地产相关存货大幅增加、土地使用权和停车经营权无偿划入。

在营业收入方面,有62家区县城投公司实现了净利润同比正增长,其中最大涨幅562.36%,为青岛融汇财富投资控股集团有限公司在2021年新设立的贸易公司

所经营的大宗贸易收入大幅增加。另外有37家区县城投公司出现了营业收入负增长情况,其中最大跌幅为30.29%,为房地产及相关产业收入和商品销售收入下降。

对此,有不少区县城投行业人士认为,随着经济和市场的变化,区县城投转型脚步加快,布局如大宗贸易、收并购业务,对于城投营收增加有一定的帮助。而对于以往的土地及房地产传统业务,则需要根据当地区域的情况,适时做出调整,这样才能保证营业收入保持在合理区间。

记者注意到,在净利润方面,有48家区县城投公司实现了净利润同比正增长,其中最大涨幅为216.67%,为常州钟楼新城投资建设有限公司,得益于成本收入比同比下降所致。与此同时,近年来,城投的收入现金比率(以下简称“收现比”)成为城投较为重视的指标,如果收现比超过1倍,则说明城投公司不仅当期收入全部收到现金,而且还收回以前期间

的应收账款,盈利质量较好。反之,说明当期有部分收入没有收现,盈利质量不容乐观。

对此,朱容勇分析,对于城投公司而言,收现比是较能反映城投公司回款是否滞后的一项重要指标,比值越高表明回款更为及时,现金流也较为宽松,资金周转率较高,资金成本低。“从现金流端看,收现比超0.8倍的区县城投公司主要分布在浙江、江苏、四川和山东等地区,其中浙江地区最多。从信用评级来看,评级越高的城投公司的收现能力较强。”

具体来看,城投公司收现比超0.8倍的共有74家,主要分布在浙江和江苏两地,分别为41家和16家,合计占比达77.03%。其次是山东和四川地区,均为4家。其中,AAA城投公司收现比超0.8倍的共10家,占AAA城投公司总数的76.92%;AA+城投公司收现比超0.8倍的共58家,占AA+城投公司总数的79.45%;AA城投公司收现比超0.8倍的共6家,占AA城投公司总数的60%。

上接B5

数据安全、合规问题显现

未来,AIGC在保险全流程场景上具有更大的想象空间。

张为峰认为,AIGC不仅仅是一组生成对话、文章、图片的工具,而是可以与桌面计算、移动计算相提并论甚至更具颠覆性的信息变革。首先,保险从业人员的能力结构将发生改变,将大幅减少前线投保、核保、理赔等场景中低价值作

业人力,人均作业效率将大幅提升,保险人力向“懂AI,用AI,管AI”方向发展。其次,行业中的保险监管单位、保险企业对保险从业人员的内容式管理和支持,将逐渐转变为保险认知大脑的支持,即从提供内容变为提供方案,服务效率和服务即时性将大幅提升。此外,AIGC在个性化产品设计及定价、潜在风险预警与管理、代理人销售辅助、个性化营销材料设计、保险

产品推荐与客服咨询、与核保理赔均存在广泛的想象空间。

对于未来险企的探索路径,郗晶不建议险企投入建自己的大模型,“未来一定会有一两个大模型,它会具备通用的以及行业的能力。未来大模型的策略,更多的可能是会通过建立生态的方式,去融入更多行业的知识。另外,很多保司会与一些互联网厂商合作,这其实更多是去降低人才上的要求,能

够缩短路径,让保司以更低的对人才上的投入来实现它的目标,但它对数据复杂度、算力、财力投入的要求基本上是无法降低的。”

AIGC为险企赋能的同时也面临很多潜在挑战。郗晶认为:“在使用层面,保险是一个强监管的行业,数据的合规性、安全性上都会面临问题;在效果层面,如何确保生成的内容不会误导客户,甚至不会产生一些负面影响,这也是在使

用过程中会面临的挑战。所以,AIGC如果直接面向C端用户,或者直接应用于业务场景当中,当前还不够成熟。”

张为峰指出,AI大模型的数据安全与隐私保护、偏见歧视、生成物准确性与可解释性,以及生成物权责归属问题、大模型训练与数据处理的收益成本平衡仍是行业需要亟待解决的问题。这些问题如果不进行有效治理,企业未来将

面临监管处罚、收入损失、声誉下降等诸多风险。学界与行业目前已经达成了一套基础的可信AI原则体系,而先进国家正在落实法律法规要求,我国也于近日出台了全球首部生成式AI行政立法《生成式人工智能服务管理暂行办法》;因此在法律与行业可信AI最佳实践框架下,如何工程化落地可信AI治理原则成为AI治理工作的关键基石。