

中国资本市场 投资者保护状况蓝皮书

2019 年度公募基金管理人投资者
保护状况评价报告



中国证券投资者保护基金有限责任公司

引 言

2019 年，公募基金行业在发展的第 21 个年头迎来了数量和规模的双重增长，公募基金数量突破 6000 大关，资产净值规模突破 14 万亿元。为进一步促进公募基金行业的健康发展，提升公募基金管理人的投资者保护水平，中国证券投资者保护基金有限责任公司（以下简称投保基金公司）连续五年围绕基金投资者享有的公平交易权、投资收益权、知情权、适当选择权、受教育权等各项权益，通过采集公开披露信息及投资者主观意见，开展公募基金管理人¹投资者保护状况评价工作。

2020 年，投保基金公司在梳理 2019 年公募基金行业最新政策法规、监管要求，吸纳监管部门、自律部门意见建议的基础上，进一步修订完善了评价指标体系，通过整理公募基金公开披露数据、“12386”中国证监会服务热线（以下简称 12386 热线）投诉数据、开展 2019 年度公募基金管理人投保状况调查、电话畅通情况调查等方式多维度采集评价数据及信息，并据此对公募基金管理人 2019 年度的投资者保护状况进行了评价，形成了《2019 年度公募基金管理人投资者保护状况评价报告》（以下简称《报告》）。作为《2019 年度中国资本市场投资者保护状况蓝皮书》的子报告，《报告》分析了公募基金管理人投资者保护取得的成效和存在的问题，并提出相关建议。

¹ 公募基金管理人包括公募基金管理公司以及取得公募基金管理资格的证券公司或证券公司资产管理子公司、保险资产管理公司等。

目 录

一、公募基金行业概况	- 1 -
(一) 我国公募基金行业基本情况	- 1 -
(二) 公募基金投资者基本情况	- 2 -
二、公募基金管理人投资者保护总体情况	- 4 -
三、投资者保护机制建设	- 6 -
(一) 合规管理情况	- 6 -
1. 84%的公募基金管理人年内不存在被采取监管措施或处罚的情况	- 6 -
2. 被评价的公募基金管理人在开展公募管理业务过程中均不存在违约涉诉情况 ...	- 7 -
(二) 核心人员稳定性	- 7 -
1. 约六成公募基金管理人高管人员没有发生变动	- 7 -
2. 基金经理变动率低于 1 的公募基金管理人占比 85.5%，较上一年度增长 4.4 个百分点	- 8 -
(三) 文化建设制度保障	- 9 -
1. 公募基金管理人高度重视文化建设，近八成受访管理人已经建立了文化建设工作机制	- 10 -
2. 公募管理人逐渐将考核激励机制建设作为文化建设的重要内容，多数受访管理人尝试通过拉长考核周期、递延发放薪酬等方式改进考核激励机制	- 11 -
3. 九成以上受访公募基金管理人建有从业人员职业道德教育的培训机制和督导机制 ..	- 11 -
四、投资管理情况	- 12 -
(一) 基金与业绩比较基准的收益比较	- 12 -
1. 超 85%公募管理人旗下 90%以上的主动型基金五年期收益率跑赢业绩比较基准 ..	- 13 -
2. 超 70%公募管理人旗下 80%以上的主动型基金三年期收益率跑赢业绩比较基准 ..	- 14 -
(二) 基金资产净值计算公允情况	- 15 -
1. 绝大多数公募基金管理人年内未出现基金份额净值计价错误的情况	- 15 -
2. 绝大多数公募基金管理人年内未出现货币基金偏离度异常情况	- 15 -
五、适当性管理及知情权保障	- 16 -
(一) 适当性管理	- 16 -
1. 近七成受调查基金投资者表示公募基金管理人几乎没有主动推介过风险等级高于其承受能力的基金产品	- 16 -
2. 公募基金管理人网站适当性信息披露的完备性较好	- 17 -
3. 12386 热线中涉及公募管理人的适当性管理类投诉相对较少	- 18 -

(二) 知情权保障.....	- 19 -
1. 近八成受调查基金投资者表示公募基金管理人在销售过程中对基金投资的相关风险进行了提示.....	- 19 -
2. 七成受调查基金投资者评价公募基金管理人宣传推介材料较为真实、准确、客观..	- 20 -
3. 12386 热线中涉及公募管理人的知情权类投诉共有 45 条.....	- 20 -
六、投资者教育服务及投诉处理.....	- 21 -
(一) 投资者教育.....	- 21 -
1. 10 家公募基金管理人拥有授牌的投教基地，其中 4 家为 2019 年新增.....	- 21 -
2. 2019 年，公募基金管理人继续加大投教力度，投教产品制作数量和投教花费金额均显著增长.....	- 23 -
3. 超六成基金投资者对公募基金管理人开展的投教活动较为满意，满意程度较上一年度有所下降.....	- 24 -
(二) 投资者服务.....	- 25 -
1. 超 97%的公募基金管理人在官方网站公开了投资者诉求反映渠道.....	- 25 -
2. 公募基金管理人客服电话畅通情况较上一年度有所提升，客服电话接听率达到 92.88%.....	- 25 -
3. 超六成基金投资者表示公募基金管理人及时提示了影响申购赎回操作的重要信息..	- 26 -
4. 客户服务类投诉较为集中.....	- 27 -
(三) 投诉处理情况.....	- 28 -
1. 近 98%公募基金管理人的千万管理费收入投诉率在 1 以下，超半数管理人的投诉率为 0.....	- 28 -
2. 2019 年公募基金管理人投诉事项的平均办结时间为 1.5 个月，较上一年度缩短 32.8%.....	- 29 -
3. 超六成基金投资者对公募基金管理人的投诉处理情况较为满意，总体满意度有所下降.....	- 30 -
七、评价结论与建议.....	- 31 -
(一) 投资者保护工作的成效和亮点.....	- 31 -
(二) 投资者保护工作存在的不足.....	- 32 -
(三) 对策与建议.....	- 33 -
附录：.....	- 37 -
(一) 2019 年度公募基金管理人投资者保护状况评价指标体系.....	- 37 -
(二) 指标权重设定情况.....	- 40 -
(三) 2019 年度公募基金管理人投保状况调查问卷.....	- 41 -
(四) 2019 年度公募基金管理人文化建设及投教工作开展情况调查问卷.....	- 46 -

一、公募基金行业概况

（一）我国公募基金行业基本情况

作为资产管理行业的重要组成部分，公募基金为投资者创造了显著回报。据统计，1998-2019 年底，公募基金产品在 20 余年间的累计利润总额达到 32889.08 亿元，其中 2019 年全年的利润为 11778.18 亿元。截至 2019 年底，公募基金管理机构管理公募基金 6544 只，规模约 14.8 万亿元，同比增加 1.7 万亿元。其中封闭式基金增加 7039 亿元，开放式基金中货币基金减少 5008 亿元，股票基金增加 4748 亿元，混合基金增加 5289 亿元，债券基金增加 5032 亿元²。

从国内经济金融数据来看，截至 2019 年底，公募基金资产规模相当于当年 GDP 总量（99.09 万亿）的 14.9%，相当于年末社会融资规模存量（251.31 万亿）的 5.9%，相当于当年 M2 总量（198.65 万亿）的 7.4%，相当于年末金融机构存款余额（192.88 万亿）的 7.7%。从资本市场的情况来看，公募基金持有 A 股市值共计 2.42 万亿元，占 A 股总市值 58.35 万亿的 4.15%，占 A 股流通市值 48.13 万亿的 5.04%，占 A 股自由流通市值 26.44 万亿的 9.17%。从国际比较的情况来看，我国开放式基金（共同基金）资产规模占全球共同基金总规模的 3.44%，排在全球第 8 位，全球排名与 2018 年底保持不变，占亚太地区共同基金规模的 26.05%，排在亚太地区第 3 位，亚太地区排名同样与 2018 年底保持不变。

在市场机制的自发作用以及行业协会和社会各方的引导推动下，2019 年公募基金行业 ESG 投资取得新的进展。截至 2019 年底，华夏、易方达、嘉实、鹏华、华宝、南方、博时、摩根士丹利华鑫、大成、招商 10 家公募基金管理公司成为联合国责任投资原则组织（UNPRI）的签署成员，较 2018 年底新增 3 家。在可统计的公募基金产品中，绿色投资方向（基金名称中包含生态、低碳、环

² 数据来源于中国证券投资基金业协会发布的《资产管理业务统计快报（2019 年底）》。

保、环境治理、绿色、美丽中国、新能源、清洁能源等关键词)的公募基金共 91 只, 规模合计 520.9 亿元。社会责任方向(基金名称中含社会责任)的公募基金共 6 只(ETF 及其联接基金按一只计算), 合计管理规模 97.4 亿元, 较 2018 年底规模增长 29.7%。ESG 投资基金(基金名称中含 ESG)共 4 只, 包括南方 ESG 主题 A、南方 ESG 主题 C、华宝 MSCI 中国 A 股国际通 ESG、易方达 ESG 责任投资, 合计管理规模 42.3 亿元。此外, 中国证券投资基金业协会(以下简称基金业协会)2019 年度 ESG 与绿色投资问卷调查显示, 随着国内绿色及 ESG 投资意识的提升, 已有部分公募基金管理人将 ESG 与绿色投资纳入投资决策流程, 建立相关数据库和制度体系, 公募基金在 ESG 与绿色投资方面迈出坚实的一步³。

表 1: 2019 年公募基金在宏观经济金融部门中的规模及占比

项目	公募基金	宏观经济		货币金融		公募基金持 A 股市值	资本市场		
		GDP	社会融资规模存量	M2	金融机构存款余额		A 股总市值	A 股流通市值	A 股自由流通市值
资产 (万亿元)	14.77	99.09	251.31	198.65	192.88	2.42	58.35	48.13	26.44
占比	100%	14.9%	5.9%	7.4%	7.7%	100%	4.15%	5.04%	9.17%

(二) 公募基金投资者基本情况

1. 公募基金持有人结构⁴

截至 2019 年底, 个人与机构投资者合计持有的公募基金市值规模为 14.24 万亿元, 较 2018 年底增长 11.69%。个人投资者和机构投资者持有的基金市值规模相当, 均为 7.12 万亿元。与 2018 年底相比, 个人投资者持有的公募基金

³ 相关内容由中国证券投资基金业协会提供。

⁴ 基础数据来源: 公募基金 2019 年度报告。由中国银河证券基金研究中心统计, 未披露 2019 年年报的新成立基金不在统计范围内。

市值规模增长约 0.6 万亿元，机构投资者持有的公募基金市值规模增长约 0.89 万亿元。

2.投资者持有公募基金产品的主要类型

2019 年度公募基金管理人投保状况调查结果显示，股票型基金（不含指数基金）、债券型基金（不含指数基金）和混合型基金是投资者持有公募基金的主要类型。受调查投资者中，持有股票型基金（不含指数基金）的占比 46.21%，持有债券型基金（不含指数基金）的占比 40.64%，持有混合型基金的占比 35.61%，持有指数型基金（不含 ETF）和避险策略基金的各占 25.57%和 23.46%，持有 ETF 和 QDII 基金的各占 8.92%和 3.18%。

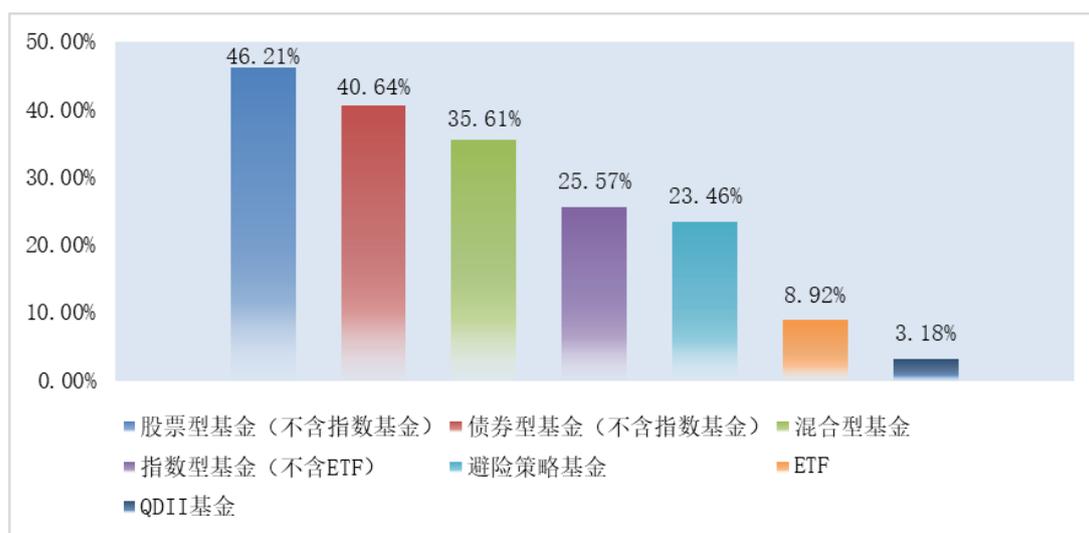


图 1：2019 年投资者持有公募基金产品的主要类型

3.投资者持有公募基金产品的平均时长

2019 年度公募基金管理人投保状况调查结果显示，受调查投资者对公募基金具有较好的长期投资理念，超七成投资者持有相关产品的平均时长在 1 年以上。具体来看，近四成投资者持有公募产品的平均时长为在 3 年以上，近三成投资者持有公募产品的平均时长为 1 至 3 年，近三成投资者持有公募产品的平均时长不足一年。

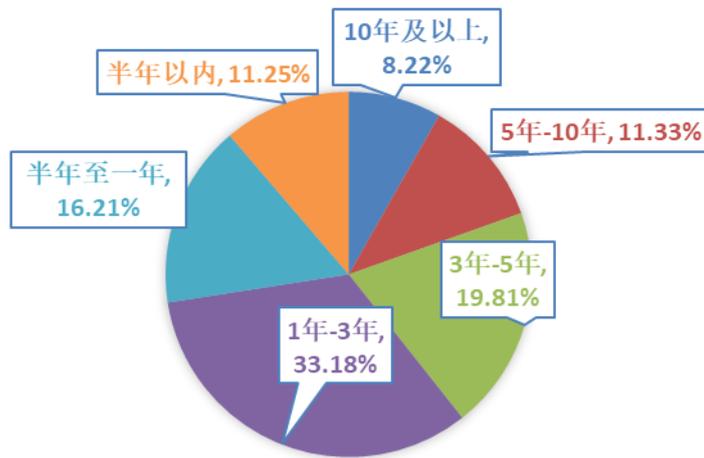


图 2：投资者持有公募基金产品的平均时长

二、公募基金管理人投资者保护总体情况

2019 年度公募基金管理人投资者保护状况评价对象为截至 2019 年末发行公募基金产品满一年的 131 家公募基金管理人，评价重点考虑了法律法规及监管要求对公募基金投资者保护的强制性规定、禁止性规定和鼓励性规定，同时参考了基金投资者的主观意见。

通过采集主客观数据并赋值，我们计算出 131 家公募基金管理人 2019 年度投资者保护状况平均得分为 91.24 分，较上一年度增长 2.88%。“投资者保护机制建设”、“投资管理情况”、“适当性管理及知情权保障”、“投资者教育服务及投诉处理”四项一级指标的得分分别为 92.07 分、94.47 分、87.93 分、87.63 分。其中，“投资管理情况”指标得分较上一年度提升明显，为投资者保护状况总体评价得分上涨的主要原因，其他三项一级指标的得分较上一年度变化不大。需要说明的是由于各指标评分标准有所不同，四项一级指标得分不具有横向可比性。

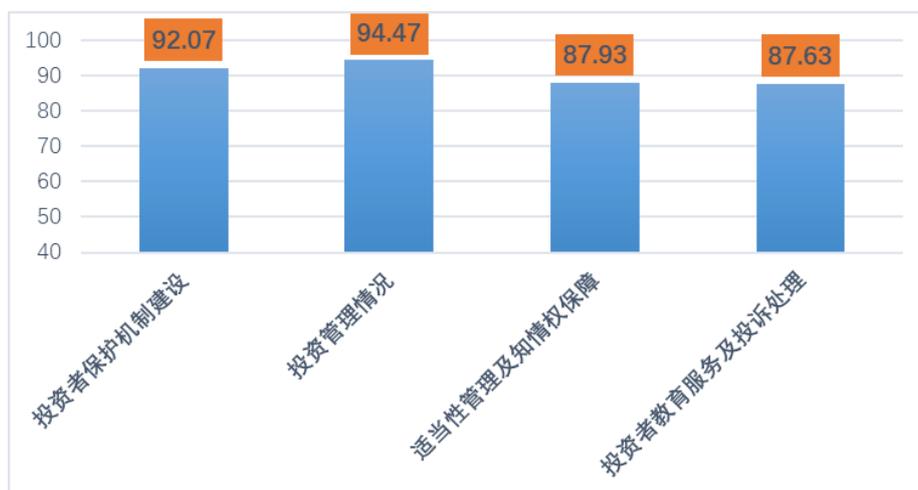


图 3：2019 年度各一级指标评价得分

“投资者保护机制建设”指标的评价结果显示，2019 年公募基金管理人合规管理情况较好，不存在违约涉诉情况，八成以上管理人未被监管部门采取行政监管措施；董事长、总经理、督察长、副总经理等高级管理人员继续保持较好的稳定性，基金经理变动率低于 1 的管理人占比增至 85.5%；管理人注重在考核激励机制、从业人员道德教育培训机制等方面加强文化建设的制度保障。“投资管理情况”指标的评价结果显示，公募基金长期投资优势明显，三年期收益率和五年期收益率跑赢业绩比较基准的主动型基金（排除货币市场基金）分别占比约 84%和 95%，均好于 2019 年一年期的情况；基金资产净值核算公允情况较好，绝大多数管理人不存在基金份额净值错误和货币基金偏离度异常情况。“适当性管理及知情权保障”指标的评价结果显示，公募管理人网站适当性信息披露的完备性进一步加强，投资者对公募基金管理人履行适当性匹配义务的主观评价尚可，近七成基金投资者表示公募管理人几乎没有主动推介过风险等级高于其承受能力的基金产品；在知情权保护方面，投资者对公募管理人履行风险提示义务和保障宣传推介材料内容真实准确的主观评价相对较好。“投资者教育服务及投诉处理”指标的评价结果显示，2019 年公募基金管理人在投教工作方面取得积极进展，获得授牌的投教基地新增 4 家，投教产品制作数量和投教花费金额均显

著增长，但投资者对公募管理人开展投教活动的满意程度仍有提升空间；在服务投资者方面，公募管理人客服电话畅通情况进一步提升，处理客户投诉的及时性增强，投诉事项的平均办结时间缩短至 1.5 个月。

三、投资者保护机制建设

2019 年，公募基金行业的投资者保护机制建设情况较好，指标得分为 92.07 分，下设“合规管理情况”、“核心人员稳定性”和“文化建设制度保障”三个二级指标。

（一）合规管理情况

合规管理是公募基金行业有效防范风险、夯实投资者信任、保护投资者合法权益的重要保障。“润物细无声”，公募基金行业在 20 余年的发展历程中不断完善制度规范，逐渐构建起完备的合规管理体系。2019 年，在证券基金行业文化建设正式拉开序幕之际，“合规是底线”的理念和要求进一步强化。在本年度评价中，我们继续从监管视角和投资者视角来考察公募基金管理人的合规管理情况。评价结果显示，2019 年公募基金管理人合规管理情况继续保持较高水准，指标得分为 98.4 分，与上一年度持平。

1. 84%的公募基金管理人年内不存在被采取监管措施或处罚的情况

“被采取监管措施或处罚的情况”是从落实监管要求的角度来考察公募基金管理人的合规管理情况。公募基金 2019 年度报告披露的信息显示，共有 21 家公募管理人在 2019 年被监管部门采取行政监管措施或处罚，反映出这些管理人在落实监管部门的合规管理要求方面存在一定的问题和漏洞。通过梳理，我们发现个别管理人在上一年度也被监管部门采取了监管措施，需要引起监管部门的特别关注。我们按照被出具警示函扣 10 分、被责令整改扣 20 分、被暂停

办理相关业务扣 30 分的原则计算每家管理人该指标得分。经统计，该指标得 100 分的有 110 家，占比 84.0%；得 90 分的有 2 家；得 80 分的有 17 家；得 70 分的有 2 家。最终，该指标平均得分为 96.79 分，与上一年度持平。

2. 被评价的公募基金管理人在开展公募管理业务过程中均不存在违约涉诉情况

“违约涉诉情况”指标是从投资者视角来考察公募基金管理人的合规管理情况，重点关注管理人在开展公募管理业务过程中是否存在因违法合同约定、侵犯基金份额持有人利益而被起诉的情况。从公募基金 2019 年度报告披露的信息来看，共有 9 家管理人披露了与其相关的诉讼事项。但从涉及管理人诉讼事项的具体情况来看，一方面是管理人作为原告从维护基金份额持有人利益及公司利益的立场提起的诉讼，包括针对债券发行人违约提起的诉讼和针对商标权及不正当竞争纠纷提起的诉讼；另一方面是管理人因劳动纠纷、网络传播权纠纷等不与公募管理业务和基金份额持有人利益直接相关的事项被相关方起诉的情况。鉴于以上诉讼事项均不符合评价指标的指向，因此 2019 年公募基金管理人“违约涉诉情况”指标得分为 100 分，与上一年度持平。

（二）核心人员稳定性

高级管理人员和基金经理是公募基金管理人的核心人力资源，与公司经营管理和基金产品投资运作有着密切关系。2019 年，公募基金管理人高级管理人员继续保持较好的稳定性，基金经理发生变动的情况也维持在相对稳定的水平，“核心人员稳定性”指标得分为 87.24 分。

1. 约六成公募基金管理人高管人员没有发生变动⁵

高管人员的变动次数在一定程度上能够反映公募基金管理人经营管理的稳

⁵ 基础数据来源：基金行业高级管理人员变更公告。

定性，频繁变动或多或少会影响公司的正常运作，不利于基金份额持有人的利益。统计结果显示，2019 年高管人员（董事长、总经理、副总经理、督察长）没有发生变动的公募基金管理人共计 81 家，占比 61.8%；发生变动的共计 50 家，合计变动次数为 81 次，与上一年度持平。其中，27 家管理人的高管人员仅发生一次变动，17 家管理人的高管人员发生两次变动，4 家管理人的高管人员发生 3 次变动，2 家管理人的高管人员发生 4 次变动。

四类高管人员变动情况的统计结果显示，董事长没有发生变动的管理人共计 107 家，占比 81.7%，董事长变动一次的管理人有 24 家；总经理没有发生变动的管理人共计 111 家，占比 84.7%，总经理变动一次的管理人有 20 家；副总经理没有发生变动的管理人共计 112 家，占比 85.5%，副总经理变动一次的管理人有 14 家，副总经理变动两次的管理人有 5 家；督察长没有发生变动的管理人共计 118 家，占比 90.1%，督察长变动一次的有 13 家。按照高管人员每变动一次扣减 10 分的原则计算每家管理人的评价得分，最终测算出该指标的平均得分为 93.82 分，较上一年度微涨 0.5%。

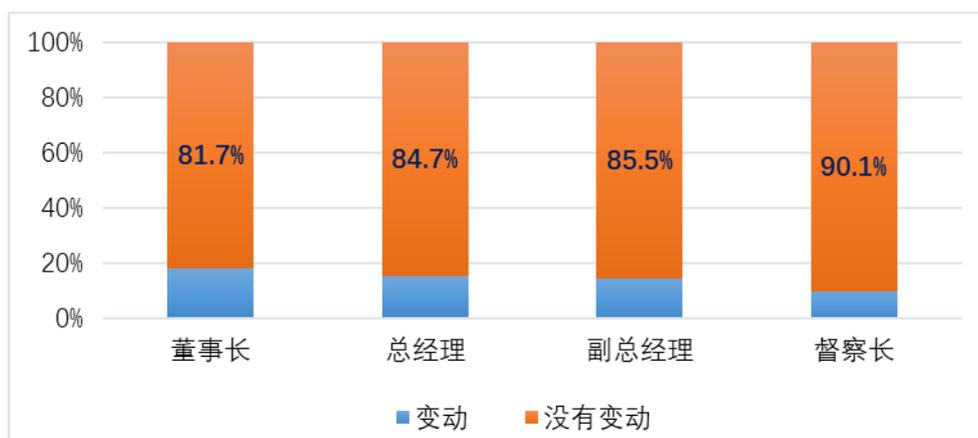


图 4：2019 年度公募基金管理人高管人员变动情况

2. 基金经理变动率低于 1 的公募基金管理人占比 85.5%，较上一年度增长 4.4 个百分点⁶

⁶ 基础数据来源：基金经理变更公告。

长期以来，基金经理作为管理基金产品的核心人员，其变动情况受到投资者及市场各方的广泛关注。基金经理人员的频繁变动对基金操作有一定程度的影响，不利于基金业绩表现的稳定性。“基金经理变动情况”考察单只主代码基金的基金经理变动次数，由基金经理变动率（年度内基金经理变动次数与主代码基金平均数量的比率）来衡量。2019年，“基金经理变动情况”指标得分为80.66分，较2018年小幅回落。纳入评价的131家公募管理人的基金经理年内共发生变动3118次，平均每家公募管理人的基金经理变动23.8次。按照年内基金数量为年初与年末基金数量平均值计算，131家公募管理人的基金经理变动率平均为1.11，中位数为0.51。从每家管理人基金经理变动率的情况来看，变动率为0的有6家，变动率介于0-1（含）的有106家，二者合计占比85.5%，较2018年高出4.4个百分点；变动率介于1-2（含）的有17家，变动率超过2的有2家。从2014年以来的评价得分来看，公募行业基金经理发生变动的情况保持在相对稳定的水平，“基金经理变动情况”指标得分均保持在80分以上。

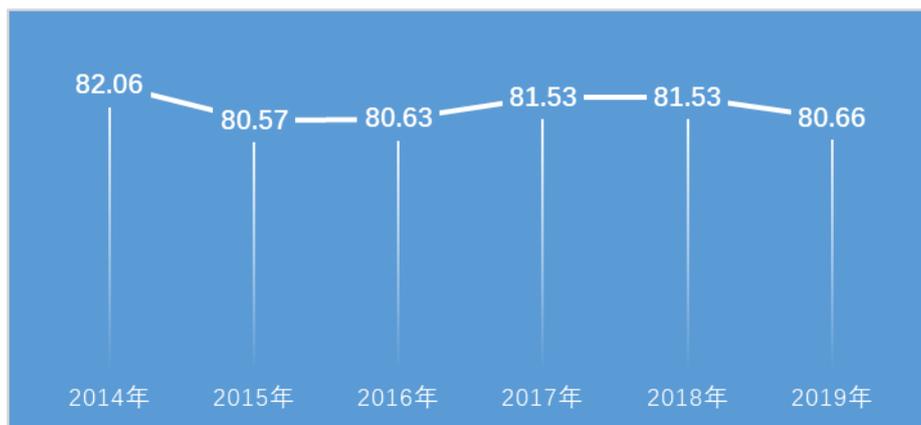


图 5：近六年基金经理变动情况指标得分图

（三）文化建设制度保障

文化建设对于公募基金行业的可持续和高质量发展具有十分重要的意义，是投资者保护工作的重要支撑。2019年，证监会印发《建设证券基金行业文化、防范道德风险工作纲要》（以下简称《工作纲要》），基金业协会发布《公募基金

行业文化建设倡议书》，推动公募基金行业形成“合规、诚信、专业、稳健”的文化体系。而文化建设必须制度先行，没有制度保障的文化建设不可能行稳致远，为此我们在本年度评价中增加“文化建设制度保障情况”指标。为获取相关评价数据，我们在基金业协会的协助下开展了“2019年度公募基金管理人文化建设及投教工作开展情况调查⁷”。通过对调查结果的汇总、分析，我们计算出公募基金管理人“文化建设制度保障情况”指标得分为88.34分。

1. 公募基金管理人高度重视文化建设，近八成受访管理人已经建立了文化建设工作机制

“文化建设工作机制建立情况”考察公募基金管理人是否注重加强企业文化建设的顶层设计，是否在公司内部建立相关的工作机制来系统指导、部署企业文化建设。从公募管理人填报的信息来看，78%的公募管理人已经建立了文化建设工作机制，剩余22%的公募管理人则正在筹备建立相关工作机制。按照工作机制已建立得100分、筹备建立中得80分的原则计分，经测算，2019年“文化建设工作机制建立情况”指标平均得分为95.6分。

目前，各公募管理人文化建设配套制度和工作方案已陆续通过基金业协会官网及微信公众号进行连载。从中可以看到，公募管理人对文化建设给予了高度重视，很多机构在发展过程中已经初步形成了各具特色的文化体系、文化理念及文化愿景。对于现阶段证券基金行业文化建设的要求，公募管理人能积极对照自身的实际情况，制定下一步文化建设的计划和实施方案，并按照《工作纲要》及易会满主席在证券基金行业文化建设动员大会上的讲话精神，将考核激励、选人用人、合规管理等与行业特点密切相关的关键环节作为文化机制完善的重要方面。

⁷ 截至2020年4月30日，131家公募基金管理人中共有110家参与了调查，覆盖率达到84%。未参与调查的管理人相关指标评价得分以平均值代替。

2. 公募管理人逐渐将考核激励机制建设作为文化建设的重要内容，多数受访管理人尝试通过拉长考核周期、递延发放薪酬等方式改进考核激励机制

考核激励机制建设是公募基金行业文化建设的重要内容，针对公募基金行业周期性强，人员流动性大、归属感弱的特点，行业机构加强考核激励机制建设有利于提升基金经理等核心人员的稳定性和投资行为的稳健性。通过调查，我们发现公募基金管理人在长周期的考核评价体系和收入分配机制方面逐渐开展尝试和实践。其中，尝试“适度拉长考核周期，不以短期业绩为唯一标准”的管理人有 101 家，尝试“薪酬递延发放”的管理人有 98 家，尝试“改进对基金经理的考核评价，建立业绩表现和投资风格的双重评价标准”的管理人有 56 家，尝试“实施员工持股计划”的管理人有 23 家，尝试“其他方式”的有 1 家。

我们按照未采用任何方式得基础分 60 分，每采用一种方式多加 10 分，超过四种方式得满分的原则来计算每家管理人该项指标的得分。其中，12 家管理人得 100 分，48 家管理人得 90 分，42 家管理人得 80 分，7 家管理人得 70 分，1 家管理人得 60 分，“考核激励机制建设情况”指标平均得分为 85.6 分。

3. 九成以上受访公募基金管理人有从业人员职业道德教育的培训机制和督导机制

公募基金的本质是受人之托、代人理财，加强对从业人员的职业道德教育有利于筑牢从业人员严格遵守法律法规、恪守职业道德准则、以基金持有人利益为先的思想防线和基金管理的初衷。调查结果显示，103 家公募基金管理人有从业人员职业道德教育的培训机制和督导机制，99 家公募管理人自主开展过从业人员职业道德教育培训。其中，2019 年自主开展从业人员职业道德教育培训 12（含）次以上的有 18 家，培训频率能达到每月一次的标准线；自主培训 8-11 次的有 17 家，培训频率能达到每季度两次的标准线；自主培训 4-7

次的有 24 家，培训频率能达到每季度一次的标准线；自主培训 2-3 次的有 27 家，培训频率能达到每半年一次的标准线；自主培训仅 1 次的有 14 家。

按照基础分为 60 分，建有从业人员职业道德教育培训机制和督导机制多得 15 分，培训频率达到每月一次、每季度两次、每季度一次、半年一次、一年一次分别多得 25 分、20 分、15 分、10 分、5 分的原则计算每家管理人的评价得分，最终“开展从业人员职业道德教育情况”指标得分平均为 83.81 分。

四、投资管理情况

在本年度评价中，我们继续从基金投资回报情况和基金净值核算准确度两个层面来考察公募基金管理人的投资管理情况。2019 年，“投资管理情况”指标得分为 94.47 分，下设“基金与业绩比较基准的收益比较”和“基金净值计算公允情况”两个指标。

（一）基金与业绩比较基准的收益比较⁸

“基金与业绩比较基准的收益比较”是衡量公募基金管理人投资管理能力和对投资者收益权保障情况的指标。公募基金（排除被动型基金）作为追求相对收益的金融产品，每只基金均设有业绩比较基准，通过比较基金收益率与业绩比较基准的收益率，可以判断基金是否取得了较好的相对收益。为降低短期评价的偶然性偏差，2019 年基金业协会发出《坚持长期评价 发挥专业价值》倡议书，引导基金评价机构强化长期评价导向。对此，我们在本年度评价中同样突出基金业绩长期评价导向，重点统计了主动型基金（排除货币市场基金）五年期和三年期收益率跑赢业绩比较基准的情况，并以等权重来计算每家管理人的综合得分。经测算，2019 年“基金与业绩比较基准的收益比较”指标得分为 89.83 分。

⁸ 基础数据来源：公募基金 2019 年度报告。

1. 超 85%公募管理人旗下 90%以上的主动型基金五年期收益率跑赢业绩比较基准

五年期业绩收益率的统计结果显示，在参与统计的 6497 只主动型基金（排除货币市场基金）产品中，五年期收益率跑赢业绩比较基准的基金共有 6167 只，占比 94.92%，较 2019 年一年期业绩跑赢业绩比较基准的基金数量占比高出 16 个百分点。从各家管理人的统计结果来看，131 家管理人旗下主动型基金五年期收益率跑赢业绩比较基准的数量占比均高于 60%。其中，旗下 90%以上的主动型基金五年期收益率跑赢业绩比较基准的管理人有 112 家，占比 85.50%；旗下主动型基金全部跑赢业绩比较基准的管理人有 63 家，占比 48.09%。

从各类型基金的统计结果来看，在参与统计的 395 只股票基金中，389 只基金的五年期收益率跑赢了业绩比较基准，占比 98.48%；在参与统计的 3194 只混合基金中，3066 只基金的五年期收益率跑赢了业绩比较基准，占比 95.99%；在参与统计的 2605 只债券基金中，2472 只基金的五年期收益率跑赢了业绩比较基准，占比 94.89%；在参与统计的 193 只 QDII 基金中，137 只基金的五年期收益率跑赢了业绩比较基准，占比 70.98%。而 2019 年一年期收益率跑赢业绩比较基准的股票基金、混合基金、债券基金、QDII 基金的数量占比分别为 90.38%、77.49%、80.42%、58.55%，均低于五年期的情况。

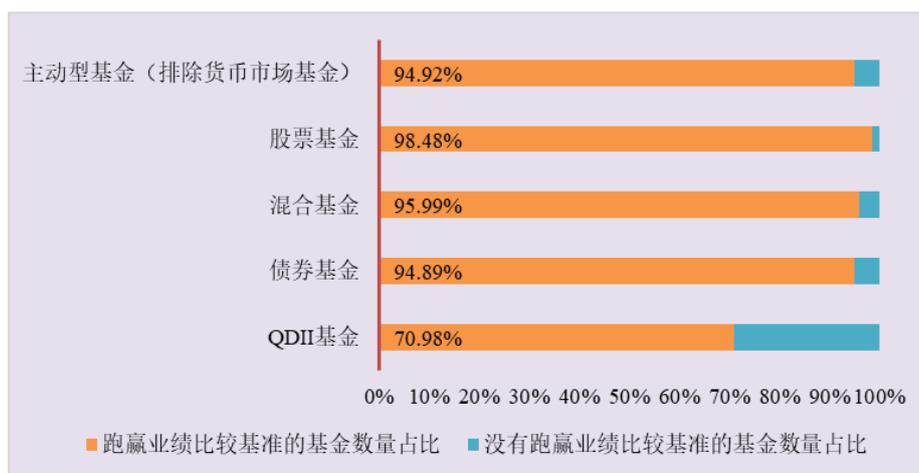


图 6：各类型基金五年期收益率跑赢业绩比较基准的数量占比

2. 超 70%公募管理人旗下 80%以上的主动型基金三年期收益率跑赢业绩比较基准

三年期业绩收益率的统计结果显示，在参与统计的 6497 只主动型基金（排除货币市场基金）产品中，三年期收益率跑赢业绩比较基准的基金共有 5429 只，占比 83.56%，较 2019 年一年期业绩跑赢业绩比较基准的基金数量占比高出约 5 个百分点。从各家管理人的统计结果来看，旗下 80%以上的主动型基金三年期收益率跑赢业绩比较基准的管理人有 93 家，占比 70.99%；旗下 90%以上的主动型基金三年期收益率跑赢业绩比较基准的管理人有 59 家，占比 45.04%；旗下主动型基金全部跑赢业绩比较基准的管理人有 30 家，占比 22.90%。

从各类型基金的统计结果来看，在参与统计的 395 只股票基金中，350 只基金的三年期收益率跑赢了业绩比较基准，占比 88.61%；在参与统计的 3194 只混合基金中，2588 只基金的三年期收益率跑赢了业绩比较基准，占比 81.03%；在参与统计的 2605 只债券基金中，2277 只基金的三年期收益率跑赢了业绩比较基准，占比 87.41%；在参与统计的 193 只 QDII 基金中，118 只基金的三年期收益率跑赢了业绩比较基准，占比 61.14%。其中，混合基金、债券基金、QDII 基金三年期业绩收益率跑赢业绩比较基准的情况均好于 2019 年一年期的情况。

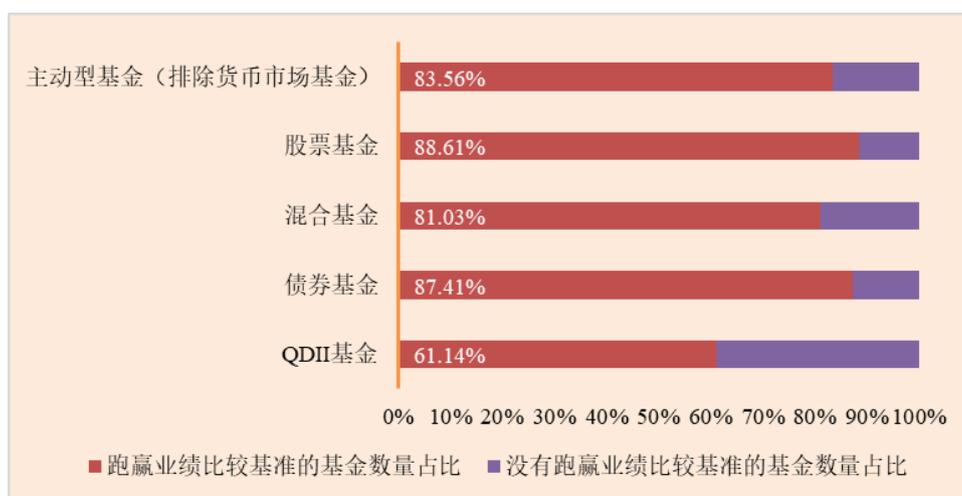


图 7：各类型基金三年期收益率跑赢业绩比较基准的数量占比

（二）基金资产净值计算公允情况

2019年，“基金资产净值计算公允情况”指标得分为99.3分，主要考察公募基金基金管理人在受托管理基金资产的过程中，是否严格履行审慎管理职责，公允反映基金资产净值。该指标从“基金份额净值计价错误情况”和“货币基金偏离度异常情况”两个维度进行评价。

1. 绝大多数公募基金管理人年内未出现基金份额净值计价错误的情况

准确计算并披露基金份额净值是认真履行公募基金管理人职责的重要内容。基金份额净值计价错误可能造成基金份额持有人因在申购基金份额时多付价款，在基金份额赎回时少得价款而遭受损失。2019年评价结果显示，仅有2家公募基金基金管理人在年内发生基金份额净值计价错误情况，共涉及3只基金产品，“基金份额净值计价错误情况”指标平均得分为98.93分，较2018年小幅上涨0.58%。

2. 绝大多数公募基金管理人年内未出现货币基金偏离度异常情况

货币基金偏离度是衡量货币市场基金风险的重要手段，其目的是为了保障货币市场基金的估值能与市场波动基本同步。“货币基金偏离度异常情况”考察货币基金是否存在以影子定价法和摊余成本法分别确定的基金资产净值的正负偏离度绝对值达到0.5%以及负偏离度绝对值达到0.25%的情况。2019年评价结果显示，公募基金管理人旗下货币基金不存在负偏离超过0.25%的情况，仅有一家公募基金管理人发生一次旗下货币基金正偏离超过0.5%的情况。按照未出现异常，指标得100分，出现一次异常，指标得60分的原则计算每家公募基金管理人的评价得分，最终“货币基金偏离度”指标得分为99.67分，与上一年度持平。

五、适当性管理及知情权保障

“适当性管理及知情权保障”指标考察公募基金管理人对于投资者享有的公平选择权和知情权的保障情况。2019年，“适当性管理及知情权保障”指标得分为87.93分，下设“适当性管理”和“知情权保障”两个指标。

为了解投资者对公募基金管理人适当性管理及知情权保障情况的看法和评价，我们通过互联网渠道开展了“2019年度公募基金管理人投保状况调查”，并在此基础上整理了12386热线客户投诉事项。考虑到公募基金管理人和委托销售机构均是办理基金销售业务的主体，委托销售机构同样负有重要的适当性管理和知情权保障职责，我们分别汇总和分析了基金投资者对公募基金管理人和委托销售机构的主观评价情况。结果显示，2019年，公募基金管理人的主观评价结果好于委托销售机构。我们根据客户投诉情况对“适当性管理及知情权保障”指标得分进行了调整，指标最终得分为87.52分。

（一）适当性管理

投资者适当性制度是投资者保护的一项根本制度，也是资本市场重要的基础性制度之一，是从根本上保护投资者，尤其是中小投资者的重要举措。2019年，我国从法律层面进一步完善了关于投资者及金融消费者适当性管理的规定，新修订的《中华人民共和国证券法》设专章规定投资者保护制度并首次纳入投资者适当性管理的相关内容，进一步凸显了适当性管理的重要性。在本年度评价中，我们根据投资者主观调查、12386热线投诉数据及公募基金管理人网站调查情况综合考察每家管理人的适当性管理情况。经测算，2019年“适当性管理”指标得分为89.4分，较上一年度上涨0.5%。

1. 近七成受调查基金投资者表示公募基金管理人几乎没有主动推介过风险等级高于其承受能力的基金产品

适当性管理制度的核心是把合适的产品或服务提供给合适的投资者，使投资者的风险承受能力与产品或服务的风险等级相匹配。2019 年度公募基金管理人投保状况调查结果显示，基金投资者对公募基金管理人履行适当性匹配义务的评价尚可，仍有提升空间。其中，35.0%受调查者表示公募管理人严格履行了适当性匹配义务，从来没有主动推介过风险等级高于自身风险承受能力的产品或服务；31.6%受调查者表示公募管理人主动推介风险等级高于自身风险承受能力的产品或服务的情况非常少；25.3%受调查者表示公募管理人偶尔会主动推介风险等级高于自身风险承受能力的产品或服务；8.1%受调查者的评价较差，表示公募管理人经常推介风险等级高于自身风险承受能力的产品或服务。经测算，2019 年“适当性匹配情况”指标主观评价得分为 85.78 分，较上一年度有所下降。而基金投资者在评价委托销售机构是否主动推介风险等级高于其风险承受能力的产品或服务时，从来没有、非常少、偶尔、经常四种情况的选择比例分别是 28.7%、32.8%、29.1%、9.4%，主观评价得分为 84.09 分。

表 2：公募基金管理人及委托销售机构是否推荐高风险等级产品或服务的主观评价情况

	从来没有	非常少	偶尔	经常	评价得分
投资者对公募基金管理人的评价	35.0%	31.6%	25.3%	8.1%	85.78 分
投资者对委托销售机构的评价	28.7%	32.8%	29.1%	9.4%	84.09 分

2. 公募基金管理人网站适当性信息披露的完备性较好

公募基金管理人网站作为基金产品重要的线上销售渠道，承载着十分关键的适当性管理职责。“网站适当性建设”指标旨在考察公募基金管理人在官方网站披露风险提示函、投资者权益须知、基金产品风险等级划分规则说明、风险测评问卷 4 项适当性信息的完备情况。网站调查结果显示，2019 年，公募基金管理人网站适当性信息披露情况较好，111 家公募基金管理人网站披露了全部 4 项信息，占比 84.73%；17 家公募基金管理人网站披露了 3 项信息；2 家公募基金管理人网站披露了 2 项信息。按照披露一项信息得 25 分的原则计分，最终“网

站适当性建设”指标得分为 95.23 分。

“投资者权益须知”和“风险提示函”对基金投资者了解基金产品的相关信息、明晰基金投资各类风险具有重要作用。网站调查结果显示，这两项信息的披露情况较好，披露率分别为 97.71%和 99.24%，与上一年度变化不大。“风险测评问卷”和“基金产品风险等级划分规则说明”是基金投资者了解自身风险承受能力和基金产品风险等级的重要依据。网站调查结果显示，这两项信息的披露率分别为 95.42%和 88.55%，分别较上一年度增长 2.8%和 7.4%。

表 3：网站适当性信息披露情况

	管理人网站数量	占比	平均得分
风险提示函	130 家	99.24%	99.24 分
投资者权益须知	128 家	97.71%	97.71 分
基金产品风险等级划分说明	116 家	88.55%	88.55 分
风险测评问卷	125 家	95.42%	95.42 分
四项适当性信息披露情况			95.23 分

3. 12386 热线中涉及公募管理人的适当性管理类投诉相对较少

2019 年，12386 热线共收到投资者关于公募基金管理人适当性管理问题的投诉事项 29 条，涉及 5 家公募管理人，主要涉及的问题包括：公募管理人违反销售适当性原则开展有奖销售活动、未准确告知投资者基金产品的风险类型、主动推荐高风险等级的基金产品、基金产品风险类型标准设定不合理等。我们在计算上述两项评价指标得分的基础上，按照一条投诉扣 5 分的原则，对每家管理人出现被客户投诉的情况予以了扣减分。

表 4：适当性管理评价指标得分情况

评分项	平均得分
适当性匹配情况	85.78 分
网站适当性建设	95.23 分
客户投诉情况	-1.11 分
适当性管理总体情况	$[(85.78+95.23) / 2] - 1.11 = 89.4$ 分

（二）知情权保障

知情权是投资者享有的一项基本权益。对于公募基金管理人而言，加强投资者知情权保障是投资者保护工作的重要方面，也是合规诚信文化的内在要求，有利于增强投资者信任、创造更加公开透明和公平公正的市场环境。在本年度评价中，我们继续从风险提示的充分性、完备性，宣传材料的真实性、准确性以及投资者投诉情况三个方面来考察公募基金管理人对投资者知情权的保障情况。经测算，2019年，“知情权保障”指标得分为86.68分，较上一年度微涨0.5%。

1. 近八成受调查基金投资者表示公募基金管理人在销售过程中对基金投资的相关风险进行了提示

在基金销售过程中，销售机构应充分向投资者说明影响基金产品投资收益的各类风险，包括市场风险、管理风险、技术风险、巨额赎回风险、分级基金下折风险等。风险提示函是一种基本的风险提示方式。2019年度公募基金管理人投保状况调查结果显示，基金投资者在评价公募基金管理人的风险提示情况时，通过风险提示函及其他方式进行提示、仅通过风险提示函进行提示、不记得了、没有任何风险提示四种情况的选择比例分别为46.9%、31.3%、17.8%、4.0%，“风险提示情况”指标主观评价得分为89.46分，较上一年度有所下降。基金投资者在评价委托销售机构时，上述四种情况的选择比例分别为43.9%、30.9%、21.2%、3.9%，主观评价得分为88.64分。

表5：风险提示情况的主观评价结果

	通过风险提示函及其他方式进行提示	仅通过风险提示函进行提示	不记得了	没有任何风险提示	评价得分
投资者对公募基金管理人的评价	46.9%	31.3%	17.8%	4.0%	89.46分
投资者对委托销售机构的评价	43.9%	30.9%	21.2%	3.9%	88.64分

2. 七成受调查基金投资者评价公募基金管理人宣传推介材料较为真实、准确、客观

为保障投资者的知情权，监管部门针对基金宣传推介材料制定了专门的规定，要求基金宣传推介材料必须真实准确，明确禁止预测基金业绩、承诺收益或承担损失、夸大或片面宣传基金等情形。2019 年度公募基金管理人投保状况调查结果显示，公募管理人销售渠道的基金投资者在评价基金宣传推介材料是否存在上述明令禁止的情形时，从来没有、非常少、偶尔、经常四种情况的选择比例分别为 40.8%、30.5%、21.7%、7.0%，“宣传推介材料的真实准确性”指标主观评价得分为 87.34 分，较上一年度小幅下降。基金投资者在评价委托销售机构时，选择从来没有、非常少、偶尔、经常的比例分别为 34.0%、29.4%、27.9%、8.6%，主观评价得分为 85.18 分。

表 6：宣传推介材料是否存在误导性描述的主观评价情况

	从来没有	非常少	偶尔	经常	评价得分
基金投资者对公募基金管理人的评价	40.8%	30.5%	21.7%	7.0%	87.34 分
基金投资者对委托销售机构的评价	34.0%	29.4%	27.9%	8.6%	85.18 分

3. 12386 热线中涉及公募管理人的知情权类投诉共有 45 条

2019 年，在关于公募基金管理人的 12386 热线投诉事项中，有 45 条投诉事项与投资者知情权相关，共涉及 25 家管理人。投资者反映的问题主要集中在基金宣传信息与实际不符、销售过程中未充分提示基金产品的风险、基金产品名称未体现封闭期等重要信息、基金调仓情况告知不及时等方面。我们在计算上述两项评价指标得分的基础上，按照一条投诉扣 5 分的原则，对每家管理人出现被客户投诉的情况予以了扣减分。

表 7：知情权保障指标得分情况

评分项	平均得分
风险提示情况	89.46 分
宣传推介材料的真实准确性	87.34 分
客户投诉情况	-1.72 分
知情权保障总体情况	$[(89.46+87.34)/2]-1.72=86.68$ 分

六、投资者教育服务及投诉处理

2019 年，公募基金管理人进一步强化投资者教育职责和服务意识，“投资者教育服务及投诉处理”指标得分为 87.63 分，较上一年度增长 4.56%，下设“投资者教育”、“投资者服务”和“投诉处理情况”三个指标。

（一）投资者教育

受教育权是基金投资者的一项基本权益。投资者教育工作的开展有利于提升投资者的整体素质，是保障资本市场平稳运行、良性发展的重要举措。在推进资本市场投资者保护工作的进程中，经营机构的投资者教育工作越来越受到监管部门和市场各方的关注。2019 年，公募基金管理人积极履行投资者教育职责，“投资者教育”指标得分为 85.26 分，较上一年度增长 1.5%。

1. 10 家公募基金管理人拥有授牌的投教基地，其中 4 家为 2019 年新增

投资者教育基地（简称“投教基地”）是开展投资者教育工作的重要平台，具有证券期货知识普及、风险提示、信息服务等投资者教育服务功能。近年来，公募管理机构积极推动投资者教育基地建设，截至 2019 年底已有 10 家公募管理人拥有监管机构授牌或完成命名公示的投教基地（含母公司建设投教基地的情况）。其中，2 家为基金管理公司，分别是工银瑞信基金管理有限公司和中邮创业基金管理股份有限公司；2 家为具备公募管理资格的证券公司，分别是东

兴证券股份有限公司、山西证券股份有限公司；剩余 6 家属于母公司建有投教基地的情况，均为具备公募管理资格的证券公司资管子公司，分别是渤海汇金证券资产管理有限公司、上海东方证券资产管理有限公司、华泰证券（上海）资产管理有限公司、长江证券（上海）资产管理有限公司、中泰证券（上海）资产管理有限公司、浙江浙商证券资产管理有限公司。10 家投教基地中，5 家属于互联网投教基地，包含 2 家国家级投教基地和 3 家省级投教基地；5 家属于实体投教基地，包含 4 家国家级投教基地和 1 家省级投教基地。其中，在 2019 年获得命名公示或授牌的投教基地分别是工银瑞信（互联网）投资者教育基地、东方证券（互联网）投资者教育基地、渤海证券（实体）投资者教育基地、山西证券（互联网）投资者教育基地。

按照国家级投教基地得 100 分，省级投教基地得 90 分，其他情况得 80 分的原则计算每家公募管理人该项指标的评价得分，最终 2019 年“投教基地申报情况”指标得分平均为 81.22 分。

表 8：公募基金管理人互联网投资者教育基地名单（截至 2019 年底）

序号	基金管理人	基地名称	网址	级别
1	工银瑞信基金管理有限公司	工银瑞信（互联网）投资者教育基地	http://edu.icbccs.com.cn/	国家级
2	上海东方证券资产管理有限公司	东方证券（互联网）投资者教育基地	https://edu.dfzq.com.cn/	国家级
3	东兴证券股份有限公司	东兴证券（互联网）投资者教育基地	http://tjtd.dxzq.net/	省级（北京辖区）
4	山西证券股份有限公司	山西证券（互联网）投资者教育基地	http://tjtdweb.sxzq.com:8087/	省级（山西辖区）
5	浙江浙商证券资产管理有限公司	浙商证券（互联网）投资者教育基地	https://tzzjy.stocke.com.cn/zstj/	省级（浙江辖区）

表 9：公募基金管理人实体投资者教育基地名单（截至 2019 年底）

序号	基金管理人	基地名称	地址	级别
1	渤海汇金证券资产管理有限公司	渤海证券(实体)投资者教育基地	天津市南开区南门外大街 222 号	国家级
2	长江证券(上海)资产管理有限公司	长江证券(实体)投资者教育基地	湖北省武汉市武珞路 558 号附 5	国家级
3	中泰证券(上海)资产管理有限公司	中泰证券(实体)投资者教育基地	山东省济南市经十路 15982 号第一大道附楼一楼	国际级
4	华泰证券(上海)资产管理有限公司	华泰证券(实体)投资者教育基地	江苏省南京市中山东路 90 号华泰证券大厦 27 楼	国家级
5	中邮创业基金管理股份有限公司	中邮基金(实体)投资者教育基地	北京市东城区和平里中街乙十六号	省级(北京辖区)

2. 2019 年，公募基金管理人继续加大投教力度，投教产品制作数量和投教花费金额均显著增长

2019 年，在监管部门及行业协会的倡导下，公募基金管理人在投资者教育上着力的功夫显著见长。“投教产品制作及投放情况”指标得分为 86.81 分，较 2018 年度增长 6.3%。

通过开展 2019 年度公募基金管理人文化建设及投教工作开展情况调查，我们了解了每家管理人的投教工作开展情况。从各公募基金管理人填报的信息来看，在投教产品制作方面，全年公募基金管理人共制作各类投教产品近 90 万件，数量为上一年度的 16 倍。其中，音视频及动画类产品共 1800 余件，海报、展板、画册、漫画及长图类产品共 16 万余件，书籍、报刊、宣传折页、短信、邮件等文字类投教产品共 70 万余件。

在投教产品的宣传和推广方面，公募基金管理人主要通过公司官网、微信、微博、策略会、客户座谈会等自有渠道及基金委托销售渠道投放投教产品，通过电台、电视台、财经网站等外部资源投放的相对较少，占比近 50%。经统计，全年公募基金管理人线下投放的投教宣传品共覆盖人次超过 700 万，线上投放

的投教宣传品共覆盖人次超过 4 亿，宣传到达人次为上一年度的 20 倍之多。

在投教费用方面，全年公募基金管理人制作及投放投教产品共花费金额超过 1.4 亿元，其中近七成管理人的投教费用较上一年度均有不同幅度的增长，更有 15% 的公募基金管理人花费的投教费用成倍数增长。

3. 超六成基金投资者对公募基金管理人开展的投教活动较为满意，满意程度较上一年度有所下降

“投教活动客户满意度”是从基金投资者的角度考察公募基金管理人的投资者教育工作获得认可和肯定的程度。调查显示，超六成投资者对 2019 年度公募基金管理人开展的投资者教育活动较为满意。其中，表示“非常满意”和“比较满意”的投资者分别占比 22.58% 和 39.26%，二者合计占比 61.84%；表示“满意度一般”的投资者占比 33.23%；表示“比较不满意”和“非常不满意”的投资者分别占比 2.87% 和 2.06%，二者合计占比 4.93%。与上一年度相比，投资者的满意程度有所下降。其中，“非常满意”和“比较满意”的合计占比下降近 11 个百分点，“满意度一般”的占比增加近 9 个百分点，“比较不满意”和“非常不满意”的合计占比增加近 2 个百分点。

按照投资者主观评价为非常满意、比较满意、满意度一般、比较不满意、非常不满意分别得 100 分、90 分、80 分、70 分、60 分的原则，计算得出的“投教活动客户满意度”主观评价得分为 87.75 分，较上一年度下降 2.27 分。

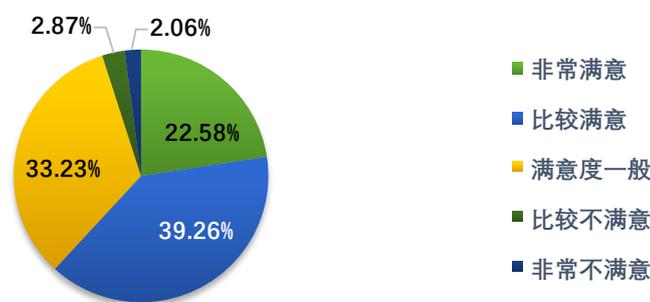


图 8：基金投资者对 2019 年度公募基金管理人开展投教活动的满意度

（二）投资者服务

投资者服务工作是公募基金管理人投资者建立良好关系、增强投资者信任、获得投资者认可的重要途径。2019年，“投资者服务”指标得分为86.47分，较上一年度上涨7.1%。

1. 超97%的公募基金管理人在官方网站公开了投资者诉求反映渠道

加强投资者关系管理是投资者保护工作的重要方面。对于公募基金行业而言，投资者关系管理是连接基金管理人和投资者的桥梁，基金管理人做好投资者关系管理的基础在于及时了解、收集基金投资者的诉求、建议。其中，设置接收投资者意见诉求的渠道和方式并向投资者公开是畅通投资者诉求表达的重要一环。网站调查结果显示，2019年，128家公募基金管理人在官网公布了接收客户投诉或建议的方式，包括公募管理人客服热线、电子邮箱、邮寄信件以及证券期货投资者投诉纠纷解决指南，占全部受评公募基金管理人数量的97.71%。“投资者意见诉求反映渠道公开情况”指标得分为97.71分，较上一年度增长0.17分。

2. 公募基金管理人客服电话畅通情况较上一年度有所提升，客服电话接听率达到92.88%

客户服务电话是公募基金管理人回应投资者诉求、听取投资者建议的重要窗口，保持客服电话畅通、及时解答投资者提问是公募管理人做好投资者关系管理基础工作的又一重要环节。我们以三轮匿名电话调查的方式考察了各公募基金管理人的客服电话畅通情况，包括电话接听率、客服人员回答问题的有效性及态度的友好程度。经测算，2019年公募基金管理人“客服电话畅通情况”指标得分为93.32分，较上一年度（87.39分）增长6.8%。

三轮电话调查的结果显示，公募基金管理人客服电话畅通情况有所提升，总体接听率达到92.88%，较上一年度增加近14个百分点；客服人员回答问题

的有效性进一步提升，解答匿名客户提问的总次数占电话接听总次数的比例为 99.18%，较上一年度提升 1 个百分点；客服人员态度友好的总次数占有效回答问题总次数的 94.48%，较上一年度下降 3 个百分点。131 家公募基金管理人中，三次电话均有人接听的有 110 家，占比 83.97%；接听两次电话的有 15 家，占比 11.45%；接听一次电话的有 5 家，占比 3.82%；三次电话均无人接听的有 1 家，占比 0.76%。

表 10：三轮电话调查结果

	电话接听情况	回答问题情况		服务态度情况		
	接听次数	解决问题	未解决	友好	一般	较差
第一轮	126 家	123 家	3 家	116 家	7 家	0
第二轮	124 家	124 家	0	121 家	3 家	0
第三轮	115 家	115 家	0	105 家	10 家	0

注：每轮电话调查按照接听电话得 23.33 分，有效回答问题得 5 分，态度友好得 5 分的原则计分。

3. 超六成基金投资者表示公募基金管理人及时提示了影响申购赎回操作的重要信息

及时通过短信、邮件、微信公众号等方式向客户提示影响其申购、赎回操作的重要信息，包括赎回费率变更、产品到期兑付、基金转型、封闭期延长等，是公募基金管理人服务保障情况的一项重要内容。调查结果显示，超六成受调查投资者对公募基金管理人提示重要信息的情况较为满意。其中，表示“非常满意”和“比较满意”的投资者分别占比 23.72%和 41.76%，合计占比 65.48%；表示“满意度一般”的投资者占比 30.12%；表示“比较不满意”和“非常不满意”的投资者分别占比 2.60%和 1.80%，合计占比 4.40%。与上一年度相比，投资者的满意程度有所下降。其中，“非常满意”和“比较满意”的合计占比下降近 9 个百分点，“满意度一般”的占比增加近 8 个百分点，“比较不满意”和“非常不满意”的合计占比增加近 1 个百分点。

按照投资者主观评价为非常满意、比较满意、满意度一般、比较不满意、非常不满意分别得 100 分、90 分、80 分、70 分、60 分的原则，计算得出的 2019 年度“重要信息提示的客户满意度”指标得分为 88.3 分，较上一年度下降 1.45 分。

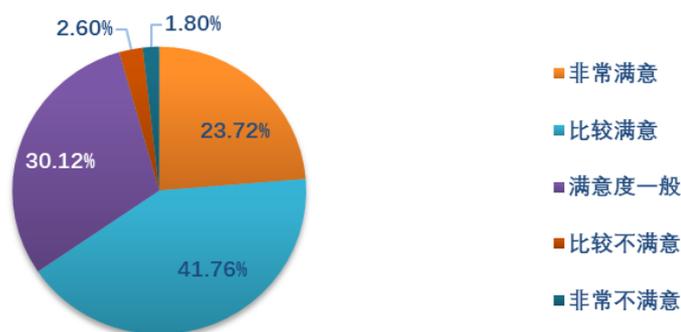


图 9：投资者对公募基金管理人提示重要信息情况的满意度

4. 客户服务类投诉较为集中

2019 年，在 12386 热线收到的投资者关于公募基金管理人的投诉事项中，客户服务类投诉事项共有 174 条，共涉及 50 家公募管理人旗下的基金产品。投资者反映的问题主要有以下几个方面：一是在赎回操作中，未收到关于基金赎回费率的相关提示，导致投资者产生了高于预期的赎回费用；二是管理人客服电话存在无法接通，客服人员未能就投资者反映的问题做出有效回复，客服人员回答问题的态度欠佳等问题；三是销户、更改预留手机号、更换绑定银行卡的操作流程繁琐；四是管理人未将基金类型变更、到期清算、募集期延长等重要信息及时告知投资者；五是交易记录无法及时查询。我们在计算上述三项评价指标得分的基础上，按照一条投诉扣 5 分的原则，对每家管理人出现被客户投诉的情况予以了扣减分。

表 11：投资者服务指标得分情况

评分项	平均得分
投资者意见诉求反映渠道公开情况	97.71 分
客服电话畅通情况	93.32 分
重要信息提示的客户满意度	88.3 分
客户投诉情况	-6.64 分
投资者服务总体情况	$[(97.71+93.32+88.3)/3]-6.64=86.47$ 分

（三）投诉处理情况

近年来，监管部门积极推动证券期货市场纠纷多元化解机制建设，鼓励经营机构与投资者协商解决纠纷，妥善处理客户投诉。2019 年，公募基金管理人客户投诉率和投诉处理及时性方面均有明显改善，“投诉处理情况”指标得分为 92.99 分，较上一年度增长 5.34%。

1. 近 98%公募基金管理人的千万管理费收入投诉率在 1 以下，超半数管理人的投诉率为 0

“千万管理费收入投诉率”衡量公募基金管理人被客户投诉量与管理费收入的相对比例，意在比较不同规模的管理人被投诉的情况。其中，客户投诉数量以 12386 热线投诉受理渠道的投诉数量为计算依据。经过测算，2019 年“千万管理费收入投诉率”指标得分为 96.0 分，较上一年度增长 11.6%。

本年度评价的 131 家管理人中，69 家管理人的投诉率为 0，占比 52.67%，较上一年度增长 14 个百分点；42 家管理人的投诉率介于 0-20%之间，占比 32.06%；17 家管理人的投诉率介于 20%-100%之间，占比 12.98%；3 家管理人的投诉率超过 100%，仅占 2.29%，较上一年度下降 2 个百分点。



图 10：2019 年千万管理费收入投诉率分布图

2. 2019 年公募基金管理人投诉事项的平均办结时间为 1.5 个月，较上一年度缩短 32.8%

对于基金投资者反映的投诉事项，公募基金管理人应及时处理，尽快与投资者沟通、协商解决，积极回应投资者的意见和诉求。12386 热线投诉受理渠道的数据显示，2019 年公募基金管理人共收到来自热线的投诉事项（剔除刚性兑付类型投诉）725 件，涉及 62 家被评价的公募基金管理人。其中，截至 2020 年 4 月 30 日，仍在处理的投诉事项共有 2 件，其余投诉事项均已办结。725 件投诉事项的办结时间（含中间流转环节）⁹平均为 1.5 个月，较上一年度缩短 32.8%，这主要得益于 12386 热线投诉直转试点不断扩大，有效地减少了投诉处理的环节，提高了办理效率。

经测算，2019 年“投诉办结时间”的指标得分为 94.87 分，较上一年度增长 6.15%。62 家公募基金管理人中，61 家的投诉办结时间控制在 3 个月以内。其中，20 家的平均投诉办结时间控制在 1 个月以内，29 家的平均投诉办结时间控制在 1-2 个月，12 家的平均投诉办结时间控制在 2-3 个月。

⁹ 办结投诉的处理时间=办结时间-创建时间，办理中投诉的处理时间=统计日（2020 年 4 月 30 日）-创建时间。

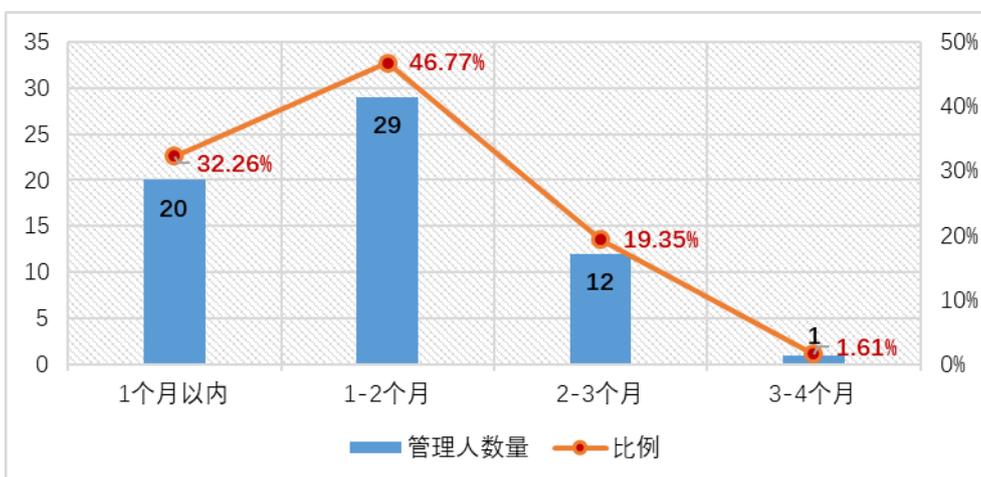


图 11: 公募基金管理人投诉办结时间的分布图

3. 超六成基金投资者对公募基金管理人的投诉处理情况较为满意，总体满意度有所下降

在衡量公募基金管理人处理客户投诉及时性的基础上，我们采用主观调查的形式，采集了基金投资者对公募基金管理人投诉处理（剔除刚性兑付类型投诉）的满意度。调查结果显示，超六成受调查基金投资者对公募基金管理人的投诉处理情况较为满意。其中，表示“非常满意”和“比较满意”的投资者分别占比 23.43%和 39.62%，合计占比 63.05%；表示“满意度一般”的投资者占比 32.99%；表示“比较不满意”和“非常不满意”的投资者分别占比 2.33%和 1.63%，合计占比 3.96%。与上一年度相比，投资者的满意程度有所下降。其中，“非常满意”和“比较满意”的合计占比下降近 8 个百分点，“满意度一般”的占比增加近 7 个百分点，“比较不满意”和“非常不满意”的合计占比增加近 1 个百分点。

按照投资者主观评价为非常满意、比较满意、满意度一般、比较不满意、非常不满意分别得 100 分、90 分、80 分、70 分、60 分的原则，计算得出的 2019 年度“投诉处理的客户满意度”指标得分为 88.09 分，较上一年度下降 1.35 分。

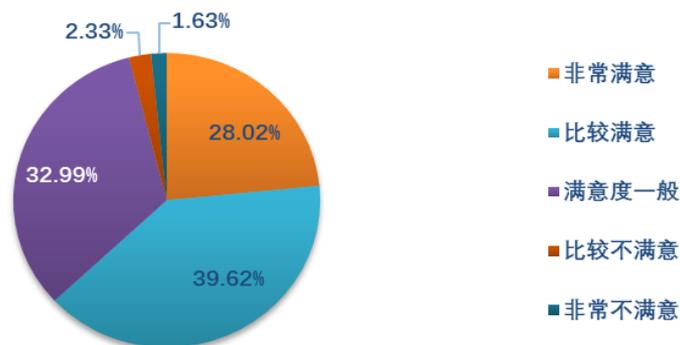


图 12：投资者对公募基金管理人处理投诉的满意度情况

七、评价结论与建议

（一）投资者保护工作的成效和亮点

评价结果显示，2019 年度公募基金管理人的投资者保护工作在以下几个方面取得了积极成效，亮点突出。

一是坚守底线思维，坚持合规管理不放松，筑牢投资者保护的基石。2019 年，作为评价对象的 131 家公募基金管理人在开展公募管理业务过程中均未发生因违反合同约定、侵犯基金份额持有人利益而被起诉的情况，110 家管理人不存在被监管部门采取监管措施或处罚的情况，占比 84%。

二是积极践行文化建设的相关要求，以文化的力量孕育更具特色的投资者保护制度环境。多数公募基金管理人已经对照证券基金行业文化建设的要求建立了文化建设工作机制和实施方案，并在完善考核激励机制和加强从业人员职业道德教育方面积极实践，为提升基金经理等核心人员稳定性和投资行为稳健性提供了制度保障。

三是发挥专业投资能力，凸显公募基金长期投资优势，积极保障投资者收益权。从基金业绩表现来看，三年期收益率和五年期收益率跑赢业绩比较基准

的主动型基金（排除货币市场基金）分别占比约 84%和 95%，均好于 2019 年一年期的情况。从基金资产净值核算情况来看，绝大多数管理人不存在基金份额净值计价错误和货币基金偏离度异常情况。

四是核心人员稳定性较好，有利于保持经营决策和投资管理风格的稳定。2019 年，董事长、总经理、副总经理、督察长没有变动的管理人占比均超八成，四类高管人员均没有变动的管理人占比 61.8%，基金经理变动率低于 1 的管理人占比增至 85.5%。

五是扎实推进投资者教育，不断夯实投资者保护的基础性工作。2019 年，参与统计的公募基金管理人共制作各类投教产品近 90 万件，数量为上一年度的 16 倍，投教产品线上覆盖人次超过 4 亿，线下覆盖人次超过 700 万，宣传到达人次为上一年度的 20 倍之多，制作及投放投教产品共花费金额超过 1.4 亿元，其中近七成管理人的投教费用较上一年度均有不同幅度的增长。

六是服务意识进一步强化，服务水平全面提升。2019 年，公募基金管理人电话畅通情况进一步优化，客服电话接听率达到 92.88%，较上一年度增加近 14 个百分点；客户投诉情况有所改善，近 98%公募基金管理人的千万管理费收入投诉率在 1 以下，超半数管理人的投诉率为 0；处理投资者投诉的及时性进一步增强，投诉事项办结时间平均为 1.5 个月，较上一年度缩短 32.8%。

（二）投资者保护工作存在的不足

在总结公募基金管理人投资者保护工作取得成效的同时，我们通过评价发现了公募基金管理人存在以下问题需要进一步改进。

一是适当性管理工作仍有待提高。适当性管理是投资者保护的一项基础性工作，在适当性管理制度上升至法律层面的情况下，该项工作的重要性进一步提升。2019 年度评价结果显示，“适当性匹配情况”指标主观评价得分较上一年度有所下降，约三成受调查的基金投资者表示公募管理人主动推介过风险等级高于其自身风险承受能力的产品或服务，且部分投资者通过 12386 热线进行

了投诉。适当性管理制度首先强调的是“卖者有责”，主动推介风险等级高于投资者风险承受能力的产品或服务是适当性管理制度明令禁止的情形。对公募管理人而言，需进一步强化对适当性管理工作的重视程度，严格履行适当性匹配义务。

二是对投资者知情权的保护有待进一步提高。知情权是投资者享有的一项基本权益，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》明确提出“保护中小投资者知情权”。从本年度评价结果来看，约两成受调查的基金投资者表示公募管理人在销售基金或提供服务过程中没有充分履行风险提示义务，约三成受调查的基金投资者表示基金宣传推介材料存在误导性表述。以上情况均表明，公募管理人对投资者知情权的保护有待进一步提高。

三是投教工作需进一步加强投资者的满意度。从本年度评价结果来看，超六成基金投资者对公募基金管理人开展的投教活动较为满意，满意程度较上一年度有所下降。对于投资者满意度下降的情况，公募管理人应进一步从投教内容、投教形式、投教频率等方面匹配投资者的需求，切实提升投教效果。

（三）对策与建议

根据 2019 年度评价情况并结合行业发展现状及市场重点关注问题，我们建议从以下五个方面来提升公募基金行业的投资者保护成效。

一是在制度设计层面完善投资者分类和准入标准，加强对特定群体的保护。在我国，大学生、残障人士、老年人等群体购买金融产品的不在少数，特别是随着我国老龄化社会进程的加快，老年投资者数量不断增多。对于这些群体而言，风险判断和承受能力较差，投资亏损引发的后果更加严重，因此国际上一些成熟市场通过必要的适当性管理措施来加强对特定弱势群体的保护。以日本期货市场为例，为避免投资者盲目进场，举债投资或享受低保待遇的投资者、丧失劳动能力的成年人、未成年人等被列入期货公司禁止招揽的客户范围

之内，年满 75 岁的老人、年薪 500 万日元以下的人、依靠退休金、保险金、养老金维持生计的人等被列入谨慎招揽的客户范围之内。目前，我国主要从金融资产规模、交易经验两个方面来区分投资者类型，规定有关市场、产品或服务的投资者准入要求，但缺少对投资者身体状况、年龄等情况的考虑。因此，建议监管部门借鉴国外成熟市场设定谨慎招揽客户范围的做法和经验，在适当性制度中进一步完善投资者分类和准入标准，加强对特定群体的保护。

二是改进对投资者进行风险测评的方法，适应基金投顾业务的发展趋势。

2019 年 10 月 26 日，证监会发布《关于做好公开募集证券投资基金投资顾问业务试点工作的通知》(以下简称《公募基金投顾业务试点通知》)，明确试点机构可以开展管理型基金投顾业务，通过收取基金投资顾问服务费的方式为投资者提供非标准化的基金投资组合策略建议、代客户做出基金投资品种、数量和买卖时机的决策。但是从国内的实际情况来看，大多数投资者没有形成财富管理付费的习惯，对管理型基金投顾业务的认知度还比较低。对于仍处在起步阶段的管理型基金投顾业务而言，需要通过不断建立与投资者的信任关系来夯实未来发展的根基。因此，试点机构需要开展更加精细化的适当性管理工作，准确评估投资者的个性化风险偏好和投资需求，并为投资者提供定制化的、符合投资者风险承受能力的投资组合建议，卖方投顾模式下的把客户、基金产品各自五类评级进行简单匹配的方式将不再适用。从准确刻画投资者风险偏好的角度，我们建议试点机构在通过传统风险测评问卷了解投资者年龄、学历、家庭收入、资产与负债、金融资产配置、投资期限、预期投资收益、承受亏损比例等信息的基础上，设置更有针对性的基金知识问答及心理测试环节来考察投资者的专业投资能力和风险承受能力。

三是销售机构应严格履行风险告知义务，充分向投资者提示风险，有效记录告知过程。根据《全国法院民商事审判工作会议纪要》(以下简称九民纪要)第 76 条的规定，人民法院应当根据产品、投资活动的风险和金融消费者的实际情况，综合理性人能够理解的客观标准和金融消费者能够理解的主观标准来确

定卖方机构是否已经履行了告知说明义务。卖方机构简单地以金融消费者手写了诸如“本人明确知悉可能存在本金损失风险”等内容主张其已经履行了告知说明义务，不能提供其他相关证据的，人民法院对其抗辩理由不予支持。风险告知义务履行标准的进一步明确意味着公募基金销售机构仅通过风险揭示书向投资者提示风险的方式将不再适用。对此，我们建议公募基金管理人及委托销售机构根据投资者理解能力的差异，尽量做到“因地制宜”告知风险，提高风险提示相关表述的通俗易懂性，并对履行告知说明义务的过程进行有效记录。

四是进一步提升基金销售人员行为合规性，明确公募基金管理人与委托销售机构的适当性权责。近两年发生多起因金融产品销售人员未尽风险告知义务、违规承诺收益的不当推介行为引发的适当性纠纷判例。相关判例为投资者在遇到类似纠纷时进行维权提供示范的同时，也对金融产品销售机构敲响警钟。对于公募基金行业而言，基金销售渠道分为公募基金管理人渠道和委托销售渠道两种。根据九民纪要认定的适当性义务责任主体，“金融产品发行人、销售者未尽适当性义务，导致金融消费者在购买金融产品过程中遭受损失的，金融消费者既可以请求金融产品的发行人承担赔偿责任，也可以请求金融产品的销售者承担赔偿责任，还可以根据《民法总则》第 167 条的规定，请求金融产品的发行人、销售者共同承担连带赔偿责任”。因此，我们建议公募基金管理人在加强对内部人员销售行为适当性审查和监督的同时，与委托销售机构进一步明确各自权责，划分适当性义务归属，从而更好地约束和规范委托销售机构的销售行为。

五是进一步提升投资者教育工作的系统性、针对性和实效性。投资者教育工作是投资者保护的一项基础性工程，对于公募基金行业而言，持续推进投教工作不仅有利于提升基金投资者的金融素养和投资水平，更关系到行业的长远健康发展。做好基金投资者教育工作的前提是深入、全面地了解基金投资者的行为及心理特点，抓住基金投资者对于基金投资的误区、盲区，因此建议从监管部门、自律组织到行业机构形成自上而下的基金投资者“画像”工作机制，

为开展更有针对性的投教工作提供技术实现路径。从提升投教工作实效性的角度，建议由监管部门、自律组织指导行业机构完善投教效果评估机制，在投教形式、投教内容、投教宣传载体等方面不断适应和匹配基金投资者的需要和偏好。在投教内容方面，建议注重引导基金投资者关注基金长期业绩表现，培养投资者的长期投资理念，公募基金管理人要注重在市场亢奋时做好宣传引导，积极采取适当措施减少投资者不必要的追捧，形成投资者获取更好的投资回报与公募基金规模稳定增长的良性循环。

附录：

（一）2019 年度公募基金管理人投资者保护状况评价指标体系

一级	二级	三级	指标说明	数据来源
1.投资者保护机制建设	1.1 合规管理情况	1.1.1 受监管部门稽查或处罚情况	考察公募管理人是否存在因合规管理问题被采取行政监管措施的情况	基金临时公告
		1.1.2 违约涉诉情况	考察公募管理人是否存在因侵犯投资者利益而被提起诉讼的情况	基金年报、半年报的重大事件揭示
	1.2 核心人员稳定性	1.2.1 高级管理人员变动情况	衡量公募管理人的董事长、总经理、副总经理及督察长变动情况	高级管理人员变更公告
		1.2.2 基金经理变动情况	基金经理变动次数/主代码基金数量（年度均值）	基金经理变动公告
	1.3 文化建设制度保障情况	1.3.1 考核激励机制建设情况	考察公募管理人是否建有长周期的考核评价体系和收入分配机制	公募管理人填报
		1.3.2 开展从业人员职业道德教育情况	考察公募管理人在从业人员职业道德教育方面的制度建设情况及重视程度	公募管理人填报
2.投资管理情况	2.1 基金投资回报情况	2.1.1 基金三年期收益率与业绩基准的比较	公募管理人旗下主动管理型基金三年期收益率跑赢业绩比较基准的情况	基金年报、半年报、季报
		2.1.2 基金五年期收益率与业绩基准的比较	公募管理人旗下主动管理型基金五年期收益率跑赢业绩比较基准的情况	基金年报、半年报、季报
	2.2 基金资产净值计算公允情况	2.2.1 基金份额净值计价错误情况	考察基金持有人数或基金资产净值是否出现错误	基金年报、半年报、季报
		2.2.2 货币基金偏离度异常情况	考察货币基金偏离度绝对值达到 0.5%或负偏离度绝对值达到 0.25%的情况	年报、半年报重大事件揭示

一级	二级	三级	指标说明	数据来源
3.适当性管理及知情权保障	3.1 适当性管理	3.1.1 适当性匹配	公募管理人是否存在违背适当性原则主动推介高风险产品或服务的行为	投资者专项调查
		3.1.2 网站适当性建设	公募管理人是否在官网明显位置披露风险提示函、投资者权益须知等信息	网站调查
		3.1.3 客户投诉情况（扣分项）	公募管理人因违反适当性制度被客户投诉的情况	12386 热线
	3.2 知情权保障	3.2.1 风险提示情况	考察公募管理人在销售过程中的风险提示情况	投资者专项调查
		3.2.2 宣传推介材料的真实准确性	基金宣传推介材料是否存在预测基金业绩、承诺收益或承担损失、夸大或片面宣传基金的误导性陈述	投资者专项调查
		3.2.3 客户投诉情况（扣分项）	公募管理人因未尽到信息告知与风险提示义务被客户投诉的情况	12386 热线
4.投资者教育服务及投诉处理	4.1 投资者教育	4.1.1 投教基地申报情况	考察公募管理人建有国家级及省级投教基地的情况	投保局教服处
		4.1.2 投教产品制作及投放情况	考察公募管理人年度制作和投放投教产品的形式和数量	各地证监局
		4.1.3 投教活动客户满意度	考察投资者对公募管理人开展投资者教育活动的满意度	投资者专项调查
	4.2 投资者服务	4.2.1 投资者意见诉求反映渠道公开情况	公募管理人网站是否向投资者公开接收客户投诉或建议的方式	网站调查

一级	二级	三级	指标说明	数据来源
		4.2.2 咨询服务电话畅通情况	公募管理人通过客服电话开展投资者服务工作的情况,包括电话是否畅通、是否有效回答问题、态度是否良好	电话调查
		4.2.3 重要信息提示的客户满意度	考察投资者对公募管理人及时提示影响申购赎回操作重要信息的满意度	投资者专项调查
		4.2.4 客户投诉情况(扣分项)	公募管理人因服务保障不力被客户投诉的情况	12386 热线
	4.3 投诉处理情况	4.2.1 千万管理费收入投诉率	投诉件数总量/统计期内管理费收入总量(单位:件/千万元)	12386 热线、基金管理人年报
		4.2.2 投诉办结时间	考察公募管理人处理客户投诉所用的时间	12386 热线
		4.2.3 投诉处理的客户满意度	投资者对公募管理人处理客户投诉(不含涉及投资收益刚性兑付的投诉)的满意度	投资者专项调查

(二) 指标权重设定情况

我们在 2019 年度公募基金投资者保护状况调查中采集了基金投资者对一级指标和二级指标重要性的看法，并在此基础上，采用加权赋值的方法计算了各一级指标和二级指标的权重。

根据投资者主观打分情况，投资者保护机制建设、投资管理情况、适当性管理及知情权保障、投资者教育服务及投诉处理四项一级指标的权重分别为 35.54%、28.68%、22.69%、13.09%。

在“投资者保护机制建设”下设的三个二级指标中，合规管理情况的权重最高，为 41%；在“投资管理情况”下设的两个二级指标中，基金投资回报情况的权重较高，为 50.98%；在“适当性管理及知情权保障”下设的两个二级指标中，知情权保障的权重较高，为 54.08%；在“投资者教育服务及投诉处理”下设的三个二级指标中，投资者教育的权重最高，为 39.28%。

表 12：评价指标权重设定情况

一级指标	权重	二级指标	权重
投资者保护机制建设	35.54%	合规管理情况	41%
		核心人员稳定性	35.76%
		文化建设制度保障	23.24%
投资管理情况	28.68%	基金投资回报情况	50.98%
		基金资产净值计算公允情况	49.02%
适当性管理及知情权保障	22.69%	适当性管理	45.92%
		知情权保障	54.08%
投资者教育服务及投诉处理	13.09%	投资者教育	39.28%
		投资者服务	35.77%
		投诉处理情况	24.95%

(三) 2019 年度公募基金管理人投保状况调查问卷

一、基本信息

Q1.您主要购买的是哪家公募基金管理人发行的基金产品？（单选题）

A.华夏 B.南方 C.嘉实 D.易方达 E.招商.....

Q2.您购买基金产品的主要渠道是？（单选题）

A.公募基金管理人渠道 B.银行渠道 C.券商渠道
D.天天基金网、支付宝等基金委托销售平台 E.其他

Q3.2019 年，除宝宝类货币市场基金外，您持有公募基金的主要类型是？
（多选题，最多选三项）

A.股票型基金（不含指数基金）
B.债券型基金（不含指数基金）
C.指数型基金（不含 ETF） D.ETF E.混合型基金
F.避险策略基金 G.QDII 基金 H.其他基金

Q4.2019 年，您在公募基金上的投资获利情况是？（单选题）

A.盈利 50%以上 B.盈利 30%-50% C.盈利 10%-30%
D.盈利 10%以内 E.盈亏持平 F.亏损 10%以内
G.亏损 10%-30% H.亏损 30%-50% I.亏损 50%以上

Q5.您持有一只公募基金产品的时长平均是（单选题）

A.10 年及以上 B.5 年-10 年 C.3 年-5 年
D.1 年-3 年 E.半年至一年 F.不超过半年

二、投资者保护状况评价及建议

Q6.2019年10月26日，证监会发布《关于做好公开募集证券投资基金投资顾问业务试点工作的通知》，公募基金投资顾问业务试点工作正式启动。请问，您认为公募基金投资顾问业务的推出具有怎样的意义？（多选题）

A.有助于提高投资者投资的专业性，缓解基金收益但客户亏损的困境，增强投资者的获得感

B.有助于提升公募基金行业服务居民财富管理需求的能力

C.有助于更好地满足投资者的个性化投资需求

D.没有关注，感觉作用不大

Q7.基金销售机构是否主动推介风险等级高于您风险承受能力的基金产品或服务？（单选题）

A.从来没有 B.非常少 C.偶尔 D.经常

Q8.您在购买基金产品的过程中，基金销售机构如何向您提示影响基金产品投资收益的各类风险？（单选题）

A.除风险提示函外，会有其他方式的风险提示

B.仅通过风险提示函进行提示

C.不记得了

D.没有任何风险提示

Q9.基金销售机构宣传推介材料是否存在预测基金业绩、承诺收益或承担损失、夸大或片面宣传基金的误导性陈述？（单选题）

A.从来没有 B.非常少 C.偶尔 D.经常

Q10.您对 2019 年公募基金管理人开展投资者教育活动的满意度如何? (单选题)

- A.非常满意
- B.比较满意
- C.一般
- D.比较不满意
- E.非常不满意

Q11.您认为未来公募基金管理人在开展投资者教育活动时应从以下哪些方面改进提高? (多选题)

- A.活动内容及主题的选取更有针对性,围绕投资者日常关心的问题开展
- B.提高投资者教育活动的频率及活动的影响力
- C.活动的形式应更加多样化,提高投资者参与度
- D.不清楚

Q12.您更希望公募基金管理人开展哪些主题的投资者教育活动? (多选题)

- A.普及性基金知识
- B.创新型基金产品的相关介绍
- C.基金投顾业务的相关介绍
- D.基金行业的政策法规
- E.基金产品的交易规则
- F.其他主题

Q13.您对 2019 年公募基金管理人处理投诉(不包括投资收益刚性兑付的投诉)的满意度如何? (单选题)

- A.非常满意
- B.比较满意
- C.一般
- D.比较不满意
- E.非常不满意

Q14.您认为公募基金管理人的投诉处理工作，应从以下哪些方面改进提高？（多选题）

- A.提高客户投诉处理效率
- B.进一步规范投诉处理流程
- C.增加投诉受理渠道
- D.改善客服人员服务态度和质量
- E.不清楚

Q15.您对于公募基金管理人的重要信息提示情况（如赎回费率变更、产品到期兑付等信息告知的及时性）满意度如何？（单选题）

- A.非常满意
- B.比较满意
- C.一般
- D.比较不满意
- E.非常不满意

三、对评价指标重要性的看法

Q16.您认为在评价公募基金管理人的投资者保护机制建设情况时，以下三项指标的重要程度依次为？（按重要程度排序，1表示最重要，3表示最不重要）

合规管理情况（基金管理人是否存在违反公平交易、违约涉诉等情况）	
核心人员稳定性（基金管理人高管及基金经理变动情况）	
文化建设制度保障（基金管理人是否将行业文化建设的要求制度化）	

Q17.您认为在评价公募基金管理人的投资管理情况时，以下两项指标的重要程度依次为？（请按重要程度排序，1表示最重要，2表示最不重要）

基金投资回报情况	
基金资产净值计算公允情况	

Q18.您认为在评价公募基金管理人的适当性管理及投资者知情权保障情况时，以下两项评价指标的重要程度依次为？（按重要程度排序，1表示最重要，2表示最不重要）

适当性管理（基金管理人是否通过投资者分类、产品分级等方式向适格投资者推介适当的基金产品）	
投资者知情权保障（基金管理人在销售基金时是否充分提示风险、宣传推介材料是否存在误导性表述等）	

Q19.您认为在评价公募基金管理人的投资者教育服务及投诉处理情况时，以下三项评价指标的重要程度依次为？（请按重要程度排序，1表示最重要，3表示最不重要）

投资者教育（基金管理人落实投教职责、建设投教基地、开展投教活动的情况）	
投资者服务（基金管理人客服电话畅通情况及提示客户重要信息情况）	
投诉处理情况（基金管理人收到客户投诉的数量及处理客户投诉的及时性）	

Q20.您认为评价公募基金管理人整体投资者保护状况时，以下四个方面的重要程度依次为？（请按照重要程度排序，1表示最重要，4表示最不重要）

投资者保护机制建设	
投资管理情况	
适当性管理及知情权保障	
投资者教育服务及投诉处理	

(四)2019年度公募基金管理人文化建设及投教工作开展情况调查问卷

一、文化建设制度保障情况

2019年，证监会印发《建设证券基金行业文化、防范道德风险工作纲要》。易会满主席在出席证券基金行业文化建设动员大会时提到“加强文化建设必须制度先行”。针对贵公司文化建设制度保障情况，请您如实回答以下问题：

1.贵公司是否建立专门的文化建设工作机制？（单选题）

A.已建立 B.正在筹备中 C.尚未开始建立

2.在业绩考核方面，贵公司是否尝试通过以下方法建立长周期的考核评价体系 and 收入分配机制？（多选题）

A.适度拉长考核周期，不以短期业绩为唯一标准

B.改进对基金经理的考核评价，建立业绩表现和投资风格的双重评价标准

C.薪酬递延发放

D.实施员工持股计划

E.其他方式：

F.尚未采取任何方式

3.在从业人员的职业道德教育方面，贵公司是否建有相关的培训机制和督导机制？（单选题）

A.有 B.没有

4.2019年，除监管部门及行业协会组织的培训外，贵公司是否自主开展过

从业人员职业道德教育培训？（单选题，跳转题）

- A.开展过 B.没有开展过

5. 2019 年，贵公司共自主开展从业人员职业道德教育培训_____次？
（请填写有效数字）

二、投资者教育工作开展情况

针对 2019 年度贵公司开展投资者教育工作的情况，请您如实回答以下问题：

6. 2019 年度，贵公司共制作各类投教产品_____件，其中音视频及动画类产品_____件，海报、展板、画册、漫画及长图类产品_____件，书籍、报刊、宣传折页、短信、邮件等文字类投教产品_____件，其他类产品件。（请如实填写有效数字）

7. 2019 年度，贵公司主要通过哪些渠道投放和推广投教产品？（多选题）

- A.公司官网、微信、微博及其他自媒体平台
B.公司策略会、客户座谈会等
C.基金委托销售渠道
D.电台、电视台、财经网站等
E.其他渠道：

8. 2019 年度，贵公司在制作及投放投教产品方面共花费金额为_____万元，较 2018 年度增加的比例为_____（如减少，则填负数）。

9. 2019 年度，贵公司线下投放的投教宣传品共覆盖_____人次，线上投放的投教宣传品共覆盖_____人次。