



聚力
共赢

ETF客户 投资行为洞察报告

—

ETF CLIENT INVESTMENT BEHAVIOR INSIGHTS REPORT





国泰海通证券
GUO TAI HAITONG SECURITIES



景顺长城
Invesco Great Wall



同花顺



财联社

摘要

中国 ETF 市场：万亿蓝海涌动数字浪潮

2024 年，中国 ETF 市场迎来新的里程碑时刻，ETF 市场规模同比激增 81.57%，达到 3.72 万亿元，1046 只产品编织起覆盖全市场的投资网络。尽管与美国 10.6 万亿美元（约合 77 万亿元人民币）的庞大规模仍有 20 倍差距，但中国 ETF 市场的增速已然显现后发优势。这场资本盛宴背后，2100 万 ETF 投资者构成的生态图谱正悄然改写——00 后以 212% 的年增速成为最亮眼群体，以上海为首的一线和新一线城市以 42% 的客户集中度彰显金融创新辐射效应。

数字浪潮下，投资者行为呈现鲜明代际特征：80 后客户以 30% 的占比稳居主力，90 后以 22% 的占比和 100% 的年增速逐渐成为中坚力量，00 后则在多元交易中探索新范式。51% 的投资者持有周期不足一月，但短期交易对精准择时能力的较高要求易让投资预期落空。有趣的是，视频平台以 46.7% 的渗透率成为投资者教育主阵地，KOL 的投资心得分享更影响着半数以上人群的决策。

数据背后折射出深层矛盾：51.6% 的观望者因认知壁垒驻足，17.3% 的投资者仍固守着 ETF “收益低” 的刻板印象。高频交易者（操作频率在 3 天 / 次以下）的胜率仅为 49%，波段操作位列交易方式榜首（占比 36.2%），都暴露了 ETF 工具荒的现实。但变革已在发生——网格定投等智投策略正悄然改变游戏规则，行业轮动策略让普通投资者也能把握市场脉搏。

破局之道在于构建三维生态：以多元内容重塑投资者教育范式，用智投策略弥合行为偏差，通过债券、商品、主动管理型 ETF 等多元化产品拓展投资边界。正如美国指数化投资走过的黄金赛道，中国 ETF 市场正站在重构市场生态的临界点。当年轻力量遇见智能时代，这场始于工具创新的变革，终将在波动中孕育出属于东方的 “中庸之道”——在规则与创新之间，在短期博弈与长期价值之间，找到让财富稳健生长的黄金平衡点。

目录

CONTENTS

摘要 01

一、ETF 市场全景概览 04

1、买 ETF 的人有多少？ 04

2、ETF 客户赚钱了吗？ 07

二、ETF 客户画像素描 09

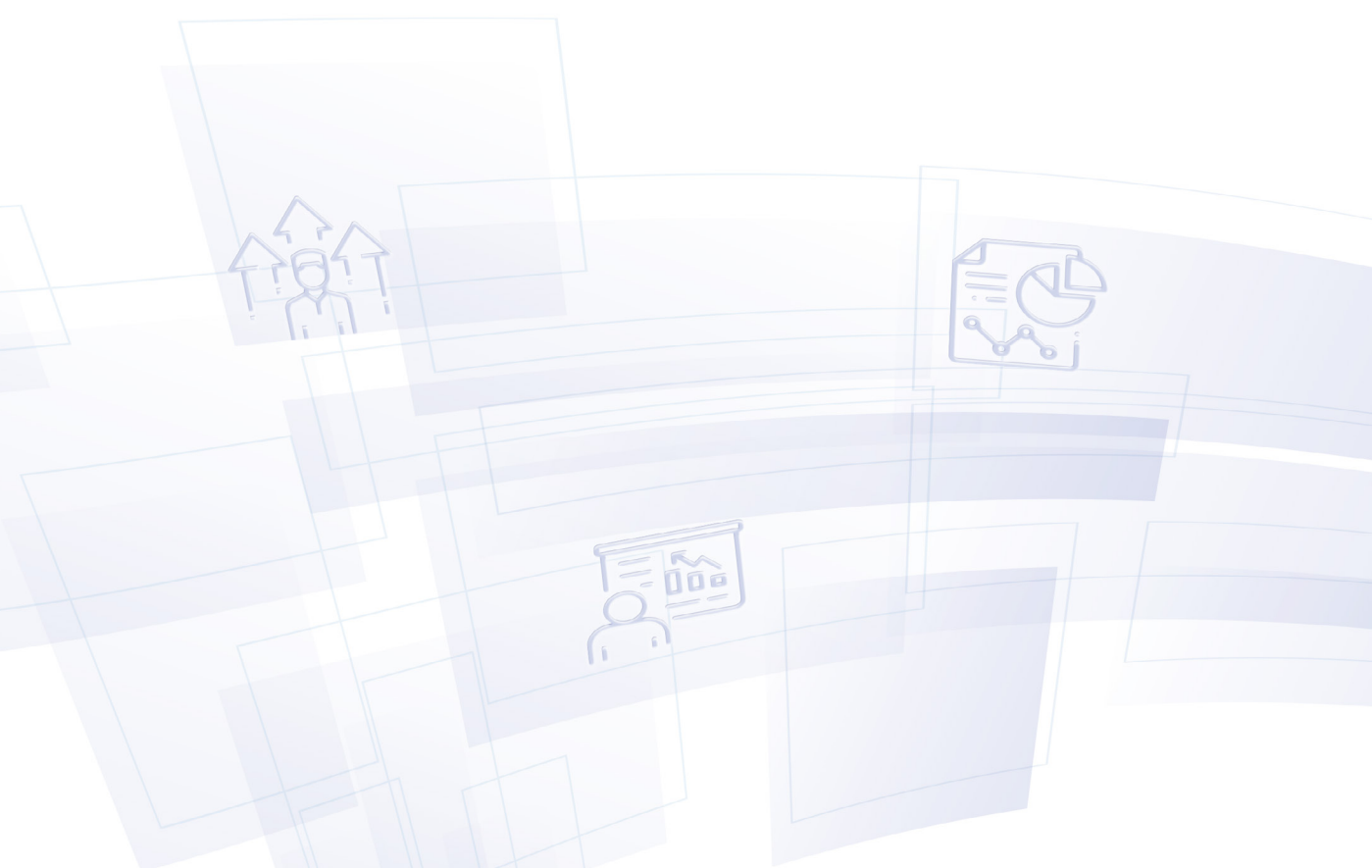
1、哪些人在买 ETF？ 09

2、大家在什么时候开始 ETF 投资？ 12

3、大家怎么了解 ETF？ 13

4、为什么选择 / 不选择购买 ETF？ 15

5、大家怎么筛选 ETF？ 17



三、ETF 投资行为解码 19

持仓结构特征 19

1、近 1 年大家在买哪些 ETF ? 19

2、大家平均持有多少只 ETF ? 持有多少金额? 20

3、大家一般持有 ETF 多久? 21

4、持有多久，挣钱概率更高呢? 22

交易行为图谱 23

5、大家一般多久操作一次? 23

6、操作越勤奋，赚得越多还是越少? 24

收益管理机制 24

7、大家在收益率多少时选择卖出? 25

8、大家在何时止盈? 何时止损? 26

四、ETF 投资策略验证 28

1、大家的 ETF 投资策略是什么? 28

2、哪个是更“赚钱”的投资策略? 29

五、尾声 32



01

ETF 市场
全景概览

1、买 ETF 的人有多少？

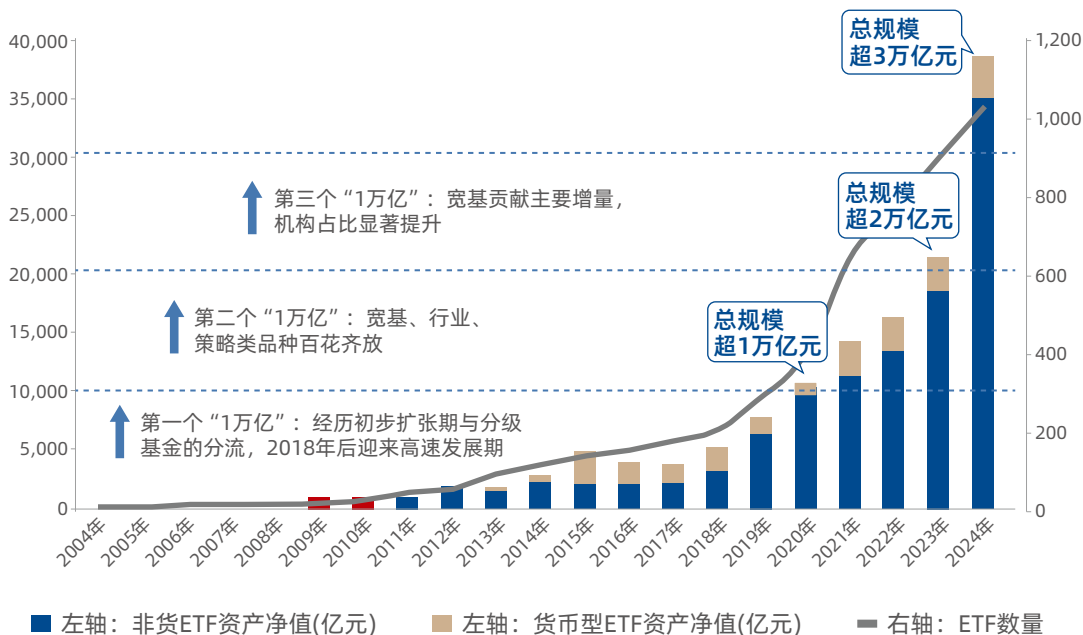
ETF (Exchange-Traded Fund, 交易所交易基金) 作为一种重要的投资工具, 近年来在国内市场迅速崛起。回顾国内 ETF 市场的发展历程, 根据深圳证券交易所公布的数据, 我们可以将其大致分为三个阶段:

起步探索阶段 (2004-2008 年) : 2004 年末, 上证 50ETF 作为境内首只 ETF 发行, 发行规模 54.35 亿份; 这一阶段总共仅有 5 只 ETF 发行, 跟踪标的指数均为波动率相对较低的大盘 / 超大盘指数。这是 ETF 业务的起步探索阶段, 主要以宽基指数为主, 发行节奏较为缓慢。

积极创新阶段 (2009-2018 年) : 从以大盘宽基指数为主逐渐转向宽基、行业、主题、策略等多种类型并存, 辅以债券 ETF 和商品 ETF 并存发展, 发行节奏逐渐从缓慢起步转向常态化发行, 产品种类也不断创新。截至 2018 年 12 月 31 日, 上市 ETF 数量达到 198 只, 总规模约 5082 亿元。

红海竞争阶段 (2019 年至今) : ETF 行业开始红海竞争, 中小公司纷纷布局 ETF 产品线, 发行节奏进一步加速, 马太效应日益强化。在此阶段, 2020 年和 2024 年是 ETF 数量及规模发展的两个重要里程碑。2020 年, ETF 市场规模首次突破万亿元大关; 2024 年, ETF 市场规模和数量实现了指数级增长, 总规模达到 3.72 万亿, 同比增幅达 81.57%; 产品数量增长 149 只, 总数量达到 1046 只, 同比增幅 16.61%。

近二十年国内 ETF 市场发展回顾



数据来源: wind, 截至 2024/12/27

从 2024 年市场增量结构分析可见，A 股股票型规模指数 ETF（如创业 50ETF）与跨境型 ETF（如纳指科技 ETF）构成增长双引擎。

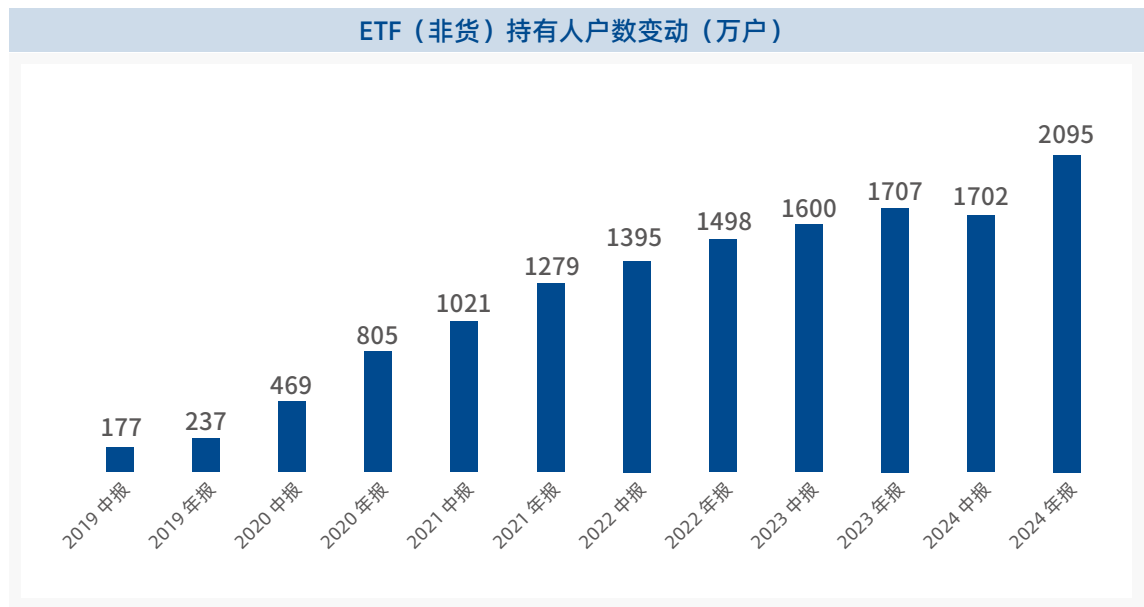
2024 年，全市场规模净增 1.67 万亿元，其中股票型 ETF 贡献 1.44 万亿元，贡献率达 86%。细分来看，股票型 - 规模指数 ETF 表现尤为突出，产品数量净增 57 只，规模增长 1.34 万亿元，占股票型 ETF 规模增量的 94%，可见宽基已成为 ETF 规模增长的主要贡献力量。跨境型 ETF 亦实现跨越式发展，产品数量新增 31 只，规模增长 1448 亿元，占市场总增量的 9%，标志着投资者全球化配置需求进入加速释放期。

2024 年底和 2023 年底 ETF 市场规模、数量对比						
板块类别	2024年底 数量	2024年底 基金规模(亿元)	2023年底 数量	2023年底 基金规模(亿元)	数量变化	规模变化 (亿元)
股票型ETF	832	28876.80	719	14524.39	113	14352.41
—主题指数ETF	422	4103.95	388	3812.25	34	291.7
—规模指数ETF	262	21856.45	205	8407.52	57	13448.93
—行业指数ETF	76	1892.42	68	1766.27	8	126.15
—策略指数ETF	61	954.35	47	468.48	14	485.87
—风格指数ETF	11	69.63	11	69.88	0	-0.25
债券型ETF	20	1739.73	19	801.52	1	938.21
商品型ETF	17	756.73	17	305.64	0	451.09
货币型ETF	27	1573.33	27	2068.90	0	-495.57
跨境ETF	137	4240.17	106	2791.71	31	1448.46
其他	13	72.99	9	28.96	4	44.03
全部ETF	1,046	37259.75	897	20521.12	149	16738.63

数据来源：wind，统计时间点为 2024/12/31 和 2023/12/31

在上文中，我们对 ETF 市场规模及其产品数量的演变进行了全面审视。接下来，我们将探讨 ETF 投资者规模的变化趋势。

从投资者规模来看，截至 2024 年 12 月 31 日，ETF（非货币类）份额持有人总数达 2095 万户（不含联接基金份额），较 2019 年中期报告披露的 177 万户增长 10.8 倍。值得关注的是，在 2019 年 6 月至 2024 年 6 月的 6 个完整会计年度内，ETF 产品持有人数量连续 6 年保持正增长。



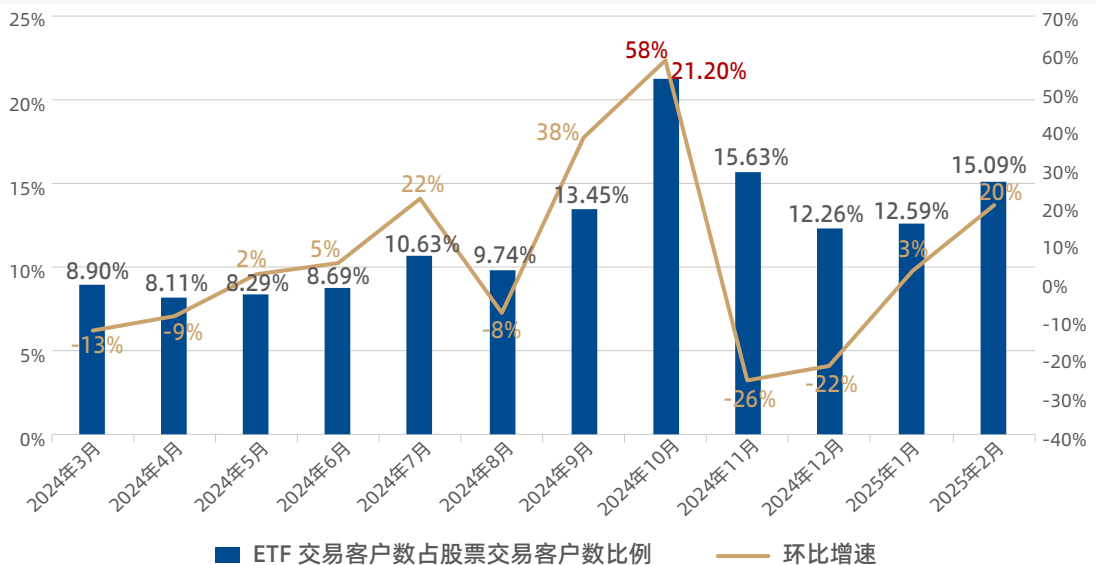
数据来源：wind，计算口径为上市 ETF（非货）定期报告所披露持有人户数合计

在相对比例上，参照同花顺平台、国泰海通君弘平台数据推算，ETF 交易客户数占 A 股交易客户数比例均值在 12% 左右；同时，以 2024 年 10 月为明显的拐点峰值，出现前低后高的趋势，这与 2024 年 9 月 24 日以来的利好行情直接相关。2024 年 10 月，ETF 客户数占比超过 20%，相较前一月提升 58%，可见 9·24 行情推动了大量客户尝试 ETF 交易。

进一步分析显示，从 2024 年 9 月 24 日行情启动至 10 月 31 日这一时期，新开且活跃客户中约有 23% 的客户参与 ETF 交易，而同期活跃的存量客户中 ETF 客户占比仅 19%，反映出 9·24 行情新增投资者对指数化投资工具的接受度已显著提升。

在 2024 年 11 月之后，ETF 客户数占比稍有回落，但整体上保持了比行情前更高的水平，ETF 客户占比仍维持在 12%-16% 区间。

ETF 交易客户数占股票交易客户数比例

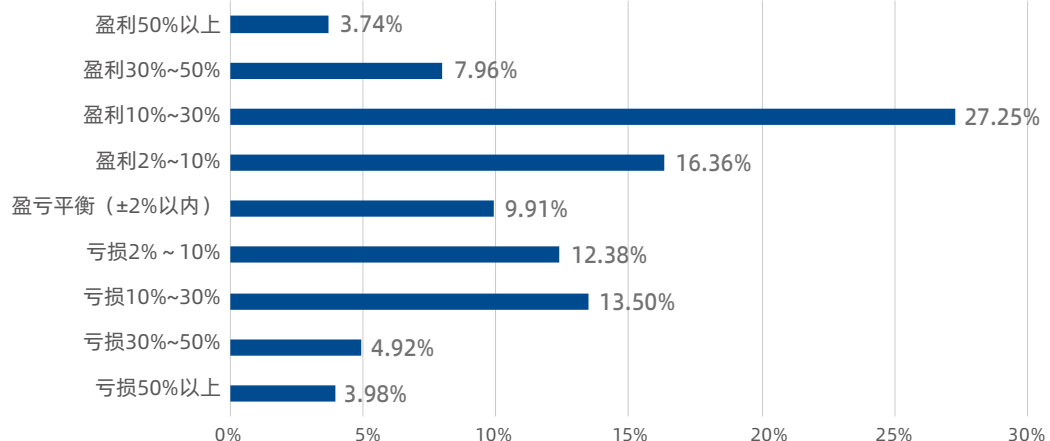


2、ETF 客户赚钱了吗？

不管是着眼于 ETF 市场规模的状况，还是考量 ETF 持有人数的情况，ETF 似乎都呈现出愈发受欢迎的趋势。在此情形下，这些投资 ETF 的客户是否盈利了呢？

结合客户问卷反馈及平台数据，我们观察到 ETF 或许有不错的赚钱效应。在数据口径上，我们把盈亏平衡的范围控制在 $\pm 2\%$ 之间。数据表明，近一年，投资 ETF 的盈利客户（盈利 2% 以上）占比约 55%，其中盈利 10 ~ 30% 的占比约 27%，盈利 30% 以上的客户占比约 12%，盈亏平衡（收益率在 $\pm 2\%$ 以内）的客户约 10%。

ETF 客户的当前 / 清仓收益率分档占比



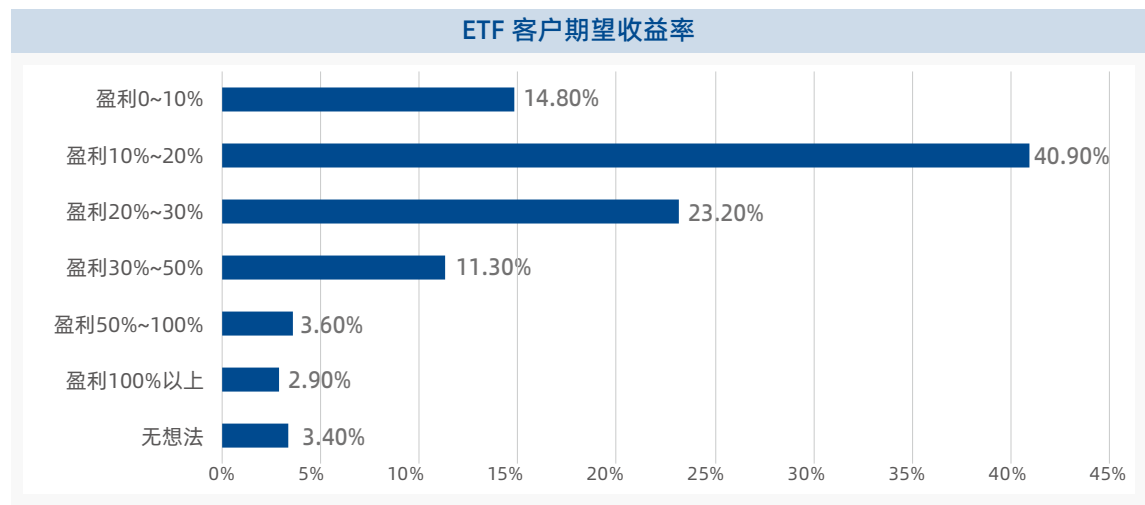
相较于 ETF 交易客户，同时期纯股票交易客户盈利比例稍低，盈利 2% 以上的客户占比约 53%。在具体分布上，大幅盈利和亏损（超过 30%）纯股票客户占比高于 ETF 客户，其中盈利幅度超过 30% 的纯股票客户占比相比 ETF 客户多 3.7 个百分点，但盈利在 2% ~ 30% 之间的纯股票客户占比则比 ETF 客户少 5.5 个百分点。基于上述分析，我们可以合理推断，相较于单一股票投资，ETF 具有分散风险的显著优势，并且同样展现出良好的盈利潜力。

总账户收益率分档	ETF客户占比	股票交易客户占比	占比差值
盈利50%以上	3.74%	6.56%	-2.82%
盈利30%~50%	7.96%	8.87%	-0.91%
盈利10%~30%	27.25%	23.35%	3.90%
盈利2%~10%	16.36%	14.80%	1.56%
盈亏平衡（±2%以内）	9.91%	8.74%	1.17%
亏损2%~10%	12.38%	13.13%	-0.75%
亏损10%~30%	13.50%	15.46%	-1.96%
亏损30%~50%	4.92%	5.15%	-0.23%
亏损50%以上	3.98%	3.93%	0.05%

那么，这样的收益率是否契合 ETF 客户的投资预期呢？

在调研中，我们征询了客户对于 ETF 投资的预期，大部分客户对于 ETF 的期望收益在 10 ~ 30% 之间，占比约六成。另有约 18% 用户对 ETF 投资的预期收益率在 30% 以上。

参照实际收益率数据，盈利 10% ~ 30% 的客户占比都超过了 27%；盈利 30% 以上的客户占比则都为 11%。由此可见，ETF 投资整体赚钱效应不错，且目标收益在 10% ~ 30% 是一个实现程度较高的收益率预期。



02

ETF 客户
画像素描

以上,我们大致描述了 ETF 客户的数量和赚钱效应,接下来的问题是,哪些人在买 ETF 呢? 他们的画像如何? 现在,基于调研问卷和国泰海通君弘、同花顺等平台近一年的数据,我们一起窥斑见豹,洞悉 ETF 投资者的画像和投资行为。

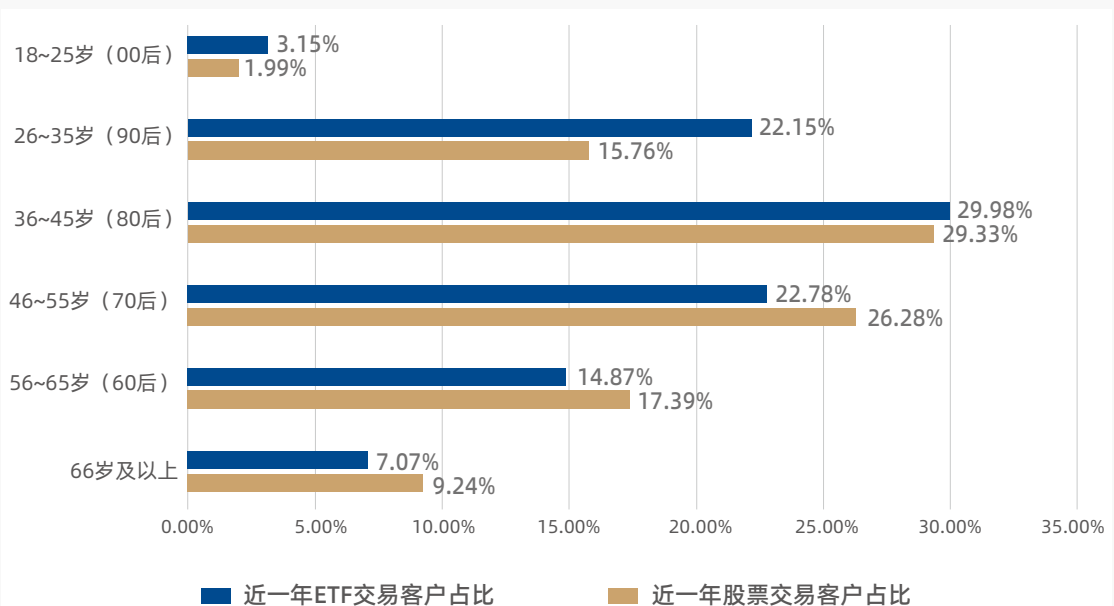
1、哪些人在买 ETF ?

年龄: 80 后投资者占比超三成; 00 后客户数增速最快, 近一年增长 212%:

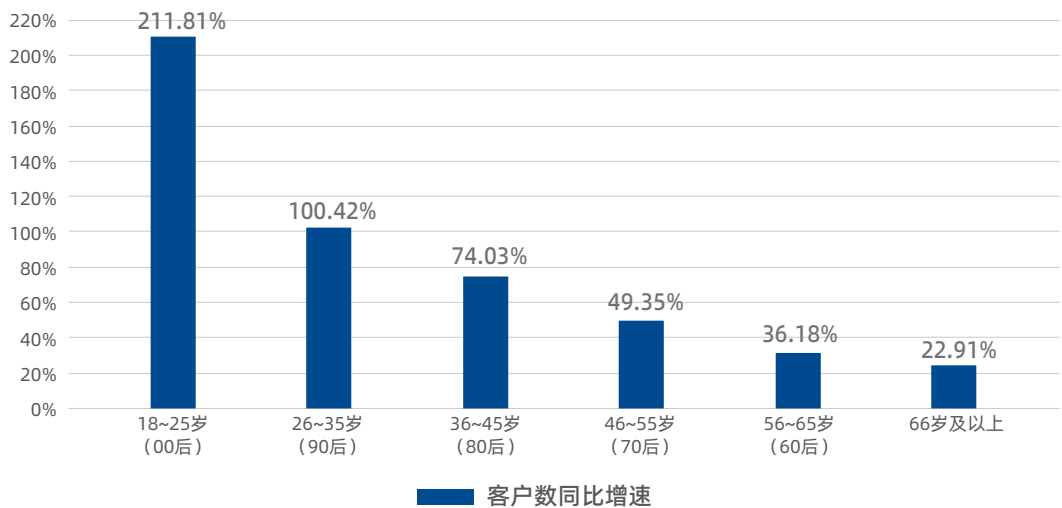
从年龄分布来看, 80 后是 ETF 投资的中坚力量, 占比接近三成。值得注意的是, 00 后客户数相较前一年提升 212%, 增速在各年龄段中最高, 可见年轻客群规模增长之快。

同时, 与股票投资者的年龄结构相对照, 18 ~ 25 岁、26 ~ 35 岁区间的 ETF 客户占比显著均高于股票客户, 可见该年龄段客群对 ETF 投资的认知与接受程度相对较高。

客户年龄分布



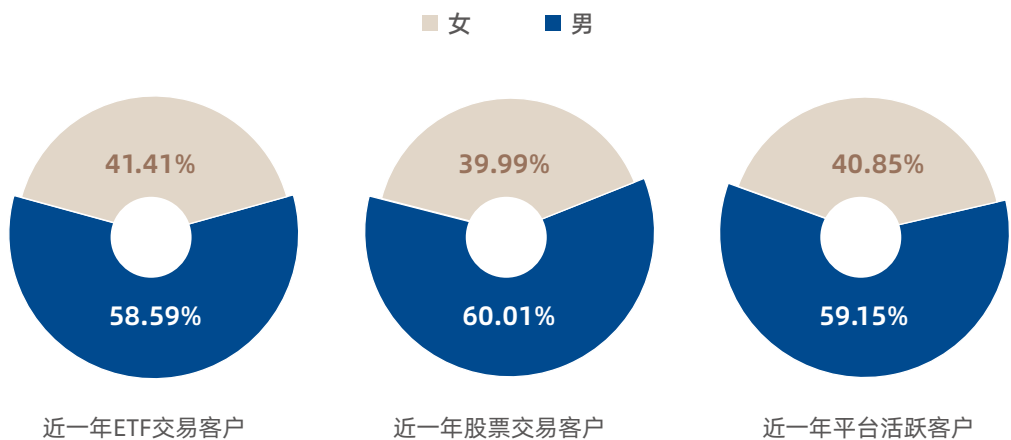
不同年龄段 ETF 客户规模增速



性别：男性投资者占比 58%，女性投资者比例相较股票客户更高

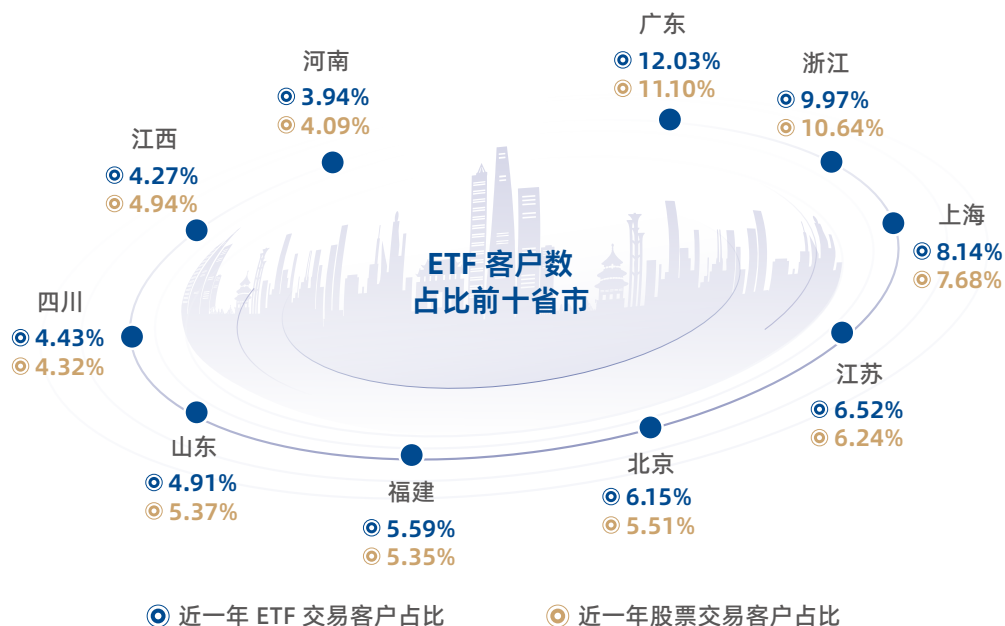
性别分布方面，男性投资者略多于女性，占比约 58%。相较近一年股票投资者的性别结构，女性投资者的比例高出约 1.4 个百分点。

客户性别分布

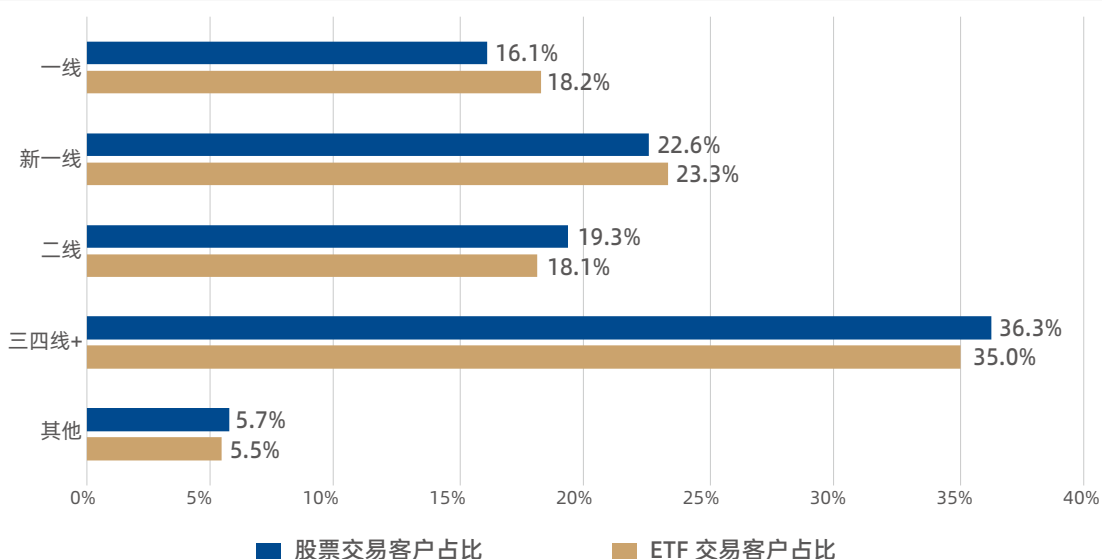


地域：一线、新一线城市 ETF 交易客户占比高于股票交易客户占比

与股票投资者地域分布相对照，广东、上海、江苏、北京、福建等地区的 ETF 客户数占全部区域的客户数比重，高于当地股票交易客户占比。从人口角度，这些地区的 ETF 客户数占比也显著高于人口数占比；以上海地区为例，上海人口数占全国人口总数比例约 1.7%，而 ETF 客户数占比则接近 8%，显著高于人口数占比。总而言之，从地域分布来看，人均 GDP 相对较高的一线、新一线城市，投资者对 ETF 的青睐程度更高。

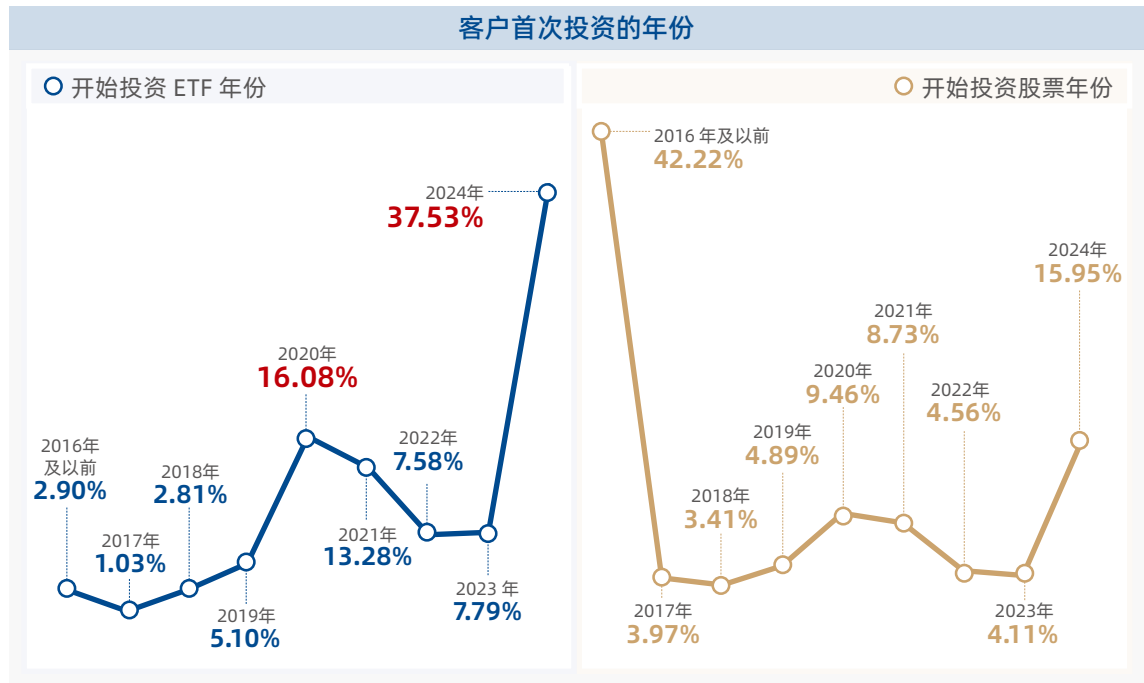


常住城市类型



2、大家在什么时候开始 ETF 投资？

前面我们提到，境内 ETF 市场起步于 2004 年，历经 16 年发展，管理规模突破 1 万亿元；而在 2024 年，市场规模突破 3 万亿元。相应地，我们也观察到 2020 年、2024 年是众多投资者开启 ETF 投资的重要时点：2020 年开始 ETF 投资的客户数量占比约为 16%，而在 2024 年开启 ETF 投资旅程的客户占比则高达 38%。



此外，针对不同交易年限（自首次参与交易起至今）的客户，我们对其中 ETF 交易客户和股票交易客户的占比数据进行了交叉验证。数据显示，ETF 客户中交易年限在 2 年内的比例（30.1%）高于股票交易客户（25.7%）。由此可见，ETF 作为最新出圈的品种，其在投资年限较短的客群中占比稍高。

ETF 交易客户和股票交易客户的交易年限分档占比		
平台交易年限	ETF交易客户占比	股票交易客户占比
1个月内	0.9%	1.2%
1-6个月	16.6%	13.9%
6-12个月	4.6%	3.8%
1-2年	8.0%	6.8%
2-5年	24.9%	25.1%
5-10年	37.7%	47.9%
10年以上	1.3%	1.4%

对于已开启 ETF 投资的用户，我们邀请其对自己的“玩家身份”进行定位：大部分用户将自己定位为“初阶玩家”和“进阶玩家”，占比超过八成。这与投资者开启 ETF 投资的时间分布大致相符。但相较之前，自评为初阶玩家的投资者有所减少，资深玩家占比提升，可见伴随着 ETF 投资的发展，将有越来越多的投资者躬身入局、研究学习。

ETF 客户类型自评

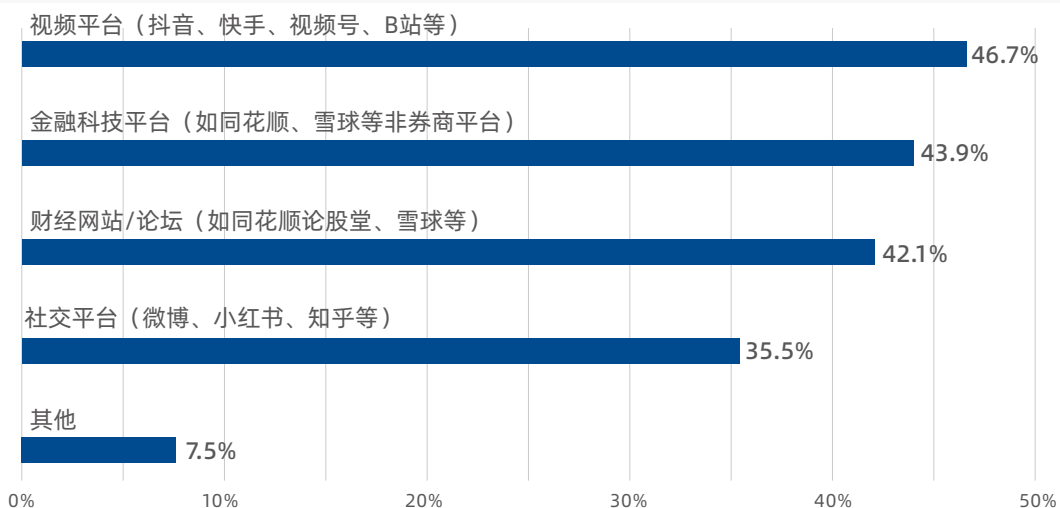


3、大家如何了解 ETF？

那么，在客户了解 ETF 时，参考信源从何而来呢？

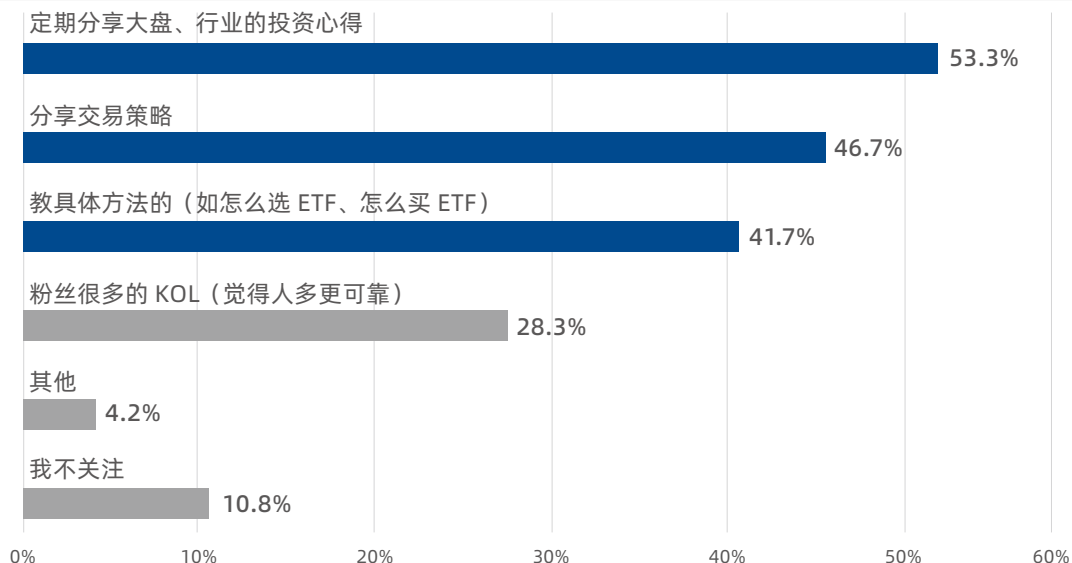
在触达渠道上，除金融科技、财经网站等专业资讯平台外，视频平台（抖音、快手、视频号等）和社交媒体（微博、小红书等）正在成为影响用户的重要媒介，占比分别达到 46%、36%。这也与我们观察到的 ETF 客户年轻化的趋向相吻合，新一代的客户展现出新的媒介使用习惯。

主要关注哪些平台的信息



此外,我们进一步追问了各类媒介上的意见领袖(Key Opinion Leader,简称 KOL)对 ETF 客户投资决策的影响。可以看到,接近 90% 的用户对 KOL 有所关注,ETF 投资者更偏好的是定期分享投资心得、交易策略和教具体投资方法的 KOL, KOL 的粉丝数对决策影响相对较小,可见高质量且有规律的内容产出是建立用户信任的核心。

一般主要关注什么类型的 KOL



在具体的信息类型上,我们通过定性访谈询问了不同客户的资讯偏好,探讨不同资讯对于客户决策的影响。



热点新闻 与政策解读

通过新闻联播、财联社等渠道获取热点新闻和政策信息,也会进一步通过券商晨会纪要等了解政策解读,根据政策方向选择相关 ETF。客户认为政策对市场的影响较大,及时了解政策动态能够更好地把握投资方向。



宏观数据 与行业分析

通过君弘 APP、同花顺等平台查看 PPI、CPI、社融等宏观数据,监控锂电价格、光伏装机量等产业数据。通过参考宏观经济数据判断市场趋势,关注产业数据了解行业发展前景。此外,部分客户也关注财经大 V 的行业分析以了解市场情绪,必要时考虑反向操作。



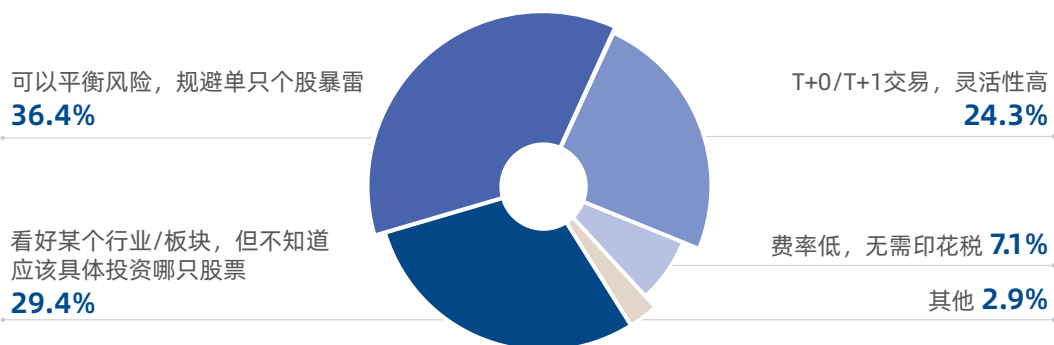
深度分析 和公司公告

通过同花顺热榜、新闻媒体、君弘 APP 头条资讯等了解 ETF 重仓股异动,也关注深度分析和公司公告,通过分析重仓股的动态来判断 ETF 的投资价值。针对重点关注的标的,客户也在多个平台搜索相关信息交叉验证,结合自己的判断进行投资决策。

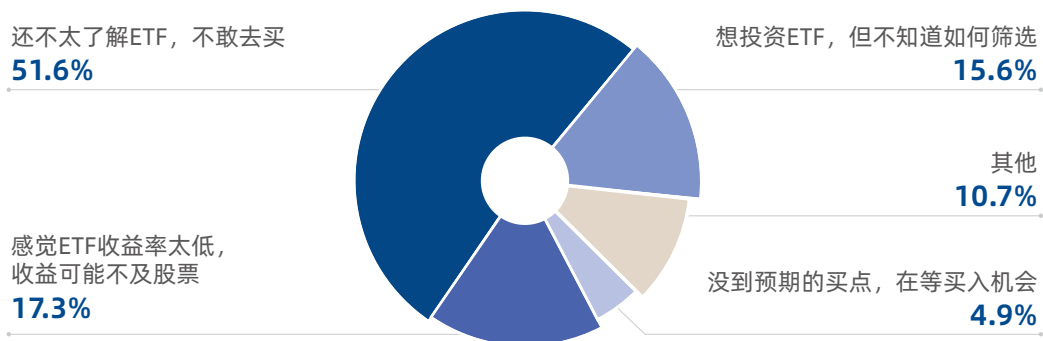
4、为什么选择 / 不选择购买 ETF ？

在调研进程中，当被问及选择 ETF 投资的缘由时，客户给出的排名前两位的原因依次为：“可以平衡风险，规避单只个股暴雷”以及“看好某个行业 / 板块，但不知道应该具体投资哪只股票”。而在客户阐述不选择 ETF 投资的原因时，位居前两位的理由分别是：“还不太了解 ETF，不敢去买”以及“感觉 ETF 收益率太低，收益可能不及股票”

客户投资 ETF 原因占比



客户未投资 ETF 原因占比



我们进一步深度访谈了 20 位 ETF 客户（年龄涵盖 70 后、80 后 90 后及 00 后），根据其选择 ETF 的动机进行了分类：**分散配置型、爆雷止损型、周期轮动型、政策驱动型稳健定投型**。这些从初阶至专业阶段的客户，带着不同的投资经验和知识背景，基于不同诉求选择 ETF，决策逻辑个性化，呈现出明显的策略适配性。



分散配置型

客户 A (70 后, 十余年投资经验): 以“宽基+行业+跨境+商品”构建全天候组合, 着重通过海外指数对冲区域风险; 对比发现跨境 ETF 管理费普遍低于 QDII 基金, 长期节省成本显著。



爆雷止损型

客户 B (80 后, 10 年投资经验): 2022 年因持仓个股财务造假停牌亏损超 60%, 转而通过科技类 ETF 构建组合。一是规避流动性风险——单一个股停牌或退市风险不可控, ETF 持仓分散性提供天然安全垫; 二是捕捉产业周期红利——聚焦国产化率较低的半导体领域, 定投+波段操作平滑波动, 通过 ETF 获得行业发展的收益。



周期轮动型

客户 C (80 后, 17 年投资经验): 基于产业链数据轮动配置 ETF, 例如通过监测能繁母猪存栏量投资养殖 ETF; 猪周期来临时提前埋伏相关板块 ETF 等。



政策驱动型

客户 D (95 后, 七八年经验): 紧跟国家政策, 通过同花顺“政策雷达”功能实时监测, 专注政策初期介入热点板块的相关 ETF, 或是热点个股、涨停股含量较高的 ETF 等。



稳健定投型

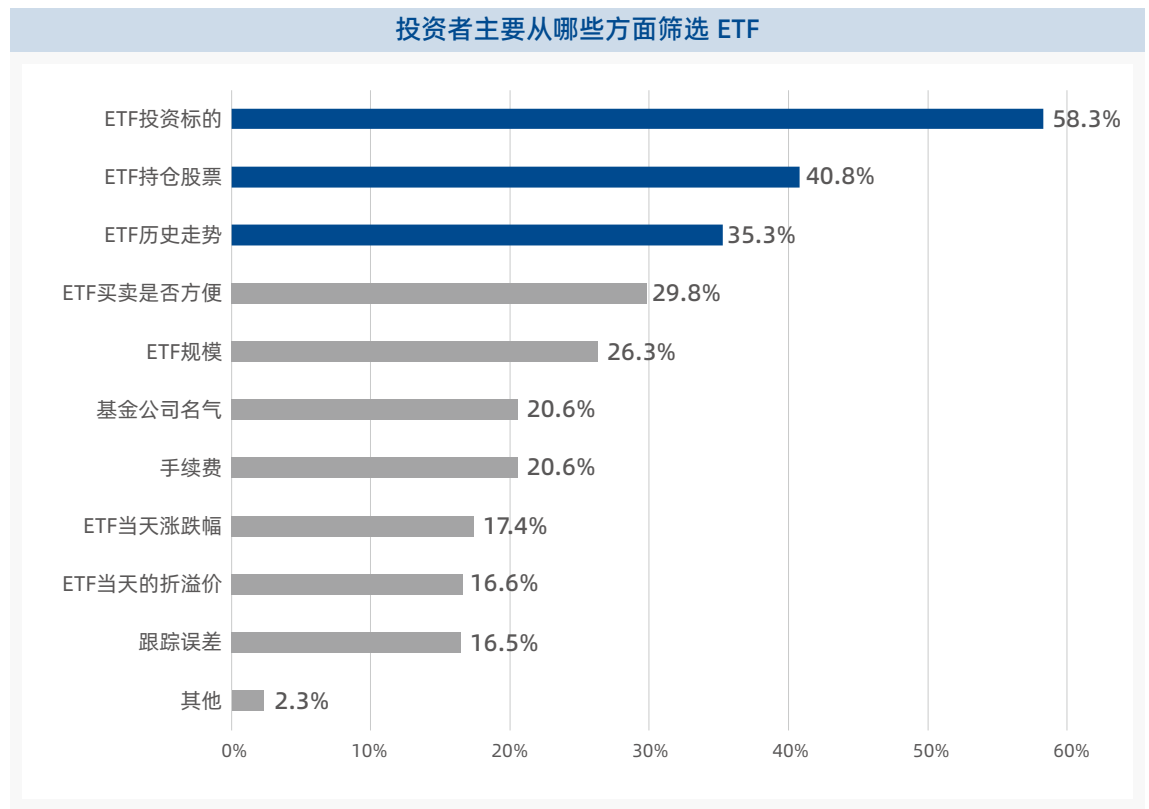
客户 E (00 后, 三年经验): 作为学生投资者因股票波动大、风险承受能力有限而选择投资 ETF, 因现金积累较少选择定期投资, 通过 ETF 定投美股指数。

总体来看, 尽管投资 ETF 的策略不同, 但 ETF 分散风险、灵活适配的特性使其能够陪伴投资者穿越市场周期, 满足不同投资诉求。在客户投资 ETF 的旅程中, 适配客户的不同策略偏好, 国泰海通君弘 APP 也配套了 ETF 课程, 网格定投、行业轮动等投资策略工具, 线上投顾等全方位“君弘智投”服务体系, 助力投资者实现资产保值增值。

5、大家怎么筛选 ETF？

那么，被视为能规避个股暴雷风险、降低股票选择难度的 ETF，客户在筛选具体交易产品时，会关注哪些指标、做哪些功课呢？

在选择具体 ETF 时，客户首要关注 ETF 所投资标的和历史走势，其次关注流动性与规模，然后关注基金公司品牌及费率，较少关注跟踪误差、折溢价等指标。



通过定性访谈，我们得以深入探究多种维度因素对客户 ETF 选择的具体影响，具体如下：

01
维度一
成分股

在 ETF 选择过程中，成分股相关因素对客户决策具有重要影响。以机器人 50ETF 的筛选为例，客户倾向于成分股中政策扶持企业占比较高的产品。这表明客户在投资决策时，会重点关注成分股的政策属性，期望借助政策扶持企业的优势，提升 ETF 的投资价值与稳定性。

02
维度二
流动性

流动性亦是客户考量 ETF 的关键维度之一。客户通常要求 ETF 具备一定的流动性水平，具体表现为日均成交额大于 1 亿元。其中，百亿级 ETF 因自身规模效应显著，在市场上更具吸引力。这是由于其规模优势能够吸引做市商积极参与，进而提高做市商的报价积极性，为投资者提供更优的交易条件与流动性保障。

03
维度三
交易成本

交易成本在客户选择 ETF 时占据重要地位。客户普遍倾向于选择综合费率成本更低的 ETF 产品，如创业 50ETF。较低的交易成本意味着在长期投资过程中，客户能够减少不必要的费用支出，提高投资的实际收益水平，因此成为客户决策过程中的重要考量因素。

04
维度四
机构实力

基金公司的机构实力对客户选择 ETF 有着不可忽视的影响。多位客户明确表示，在选择 ETF 时，会优先考虑投研团队规模庞大、风控能力卓越、系统运行稳定的基金公司。此外，客户还对基金公司与中国证指数公司的合作情况较为关注，倾向于选择与之合作的基金公司旗下产品。这体现了客户对基金公司专业能力与资源整合能力的高度重视，期望借助优质基金公司的实力保障投资的安全性与收益性。

05
维度五
跟踪误差

跟踪误差是衡量 ETF 产品表现的重要指标，客户在选择时对此尤为关注。客户通常优先选择跟踪误差较小的 ETF 产品，以确保 ETF 的走势能够紧密贴合标的指数。在成分股调整响应方面，专业客户会着重考察 ETF 在指数调仓后 3 日内完成换股的执行力。这一要求旨在保证 ETF 能够及时、准确地跟踪标的指数，减少因成分股调整带来的跟踪误差，从而实现投资目标的精准达成。

06
维度六
技术指标

部分客户会依据特定的技术指标来选择 ETF 产品。例如，有客户要求在中分时图上叠加溢价率曲线，以此避免人工计算可能产生的滞后性问题。通过直观展示溢价率曲线，客户能够更及时、准确地把握市场动态，做出更为科学合理的投资决策。

03

ETF 投资
行为解码

持仓结构特征

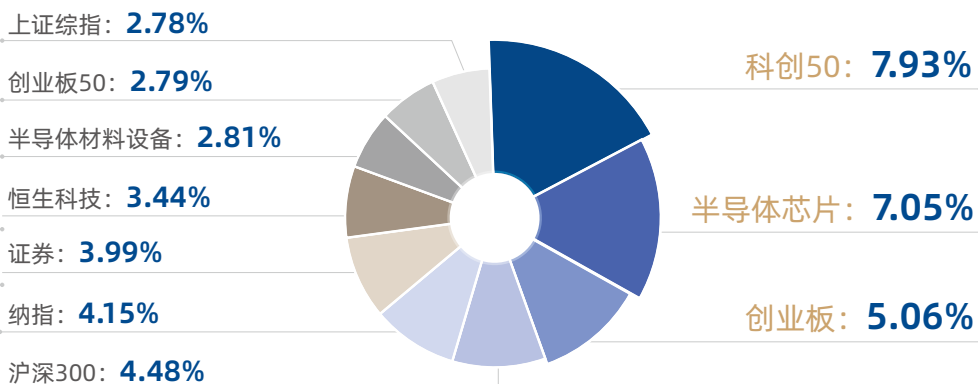
1、近 1 年大家在买哪些 ETF？

近 1 年来，ETF 利好政策频出，市场行情也有所波动，尤以 2024 年 9 月 24 日以来的利好行情最为显著。数据显示，2024 年 ETF 交易客户的增长主要集中在 9 月 24 日以后，可见此轮行情影响力之强。

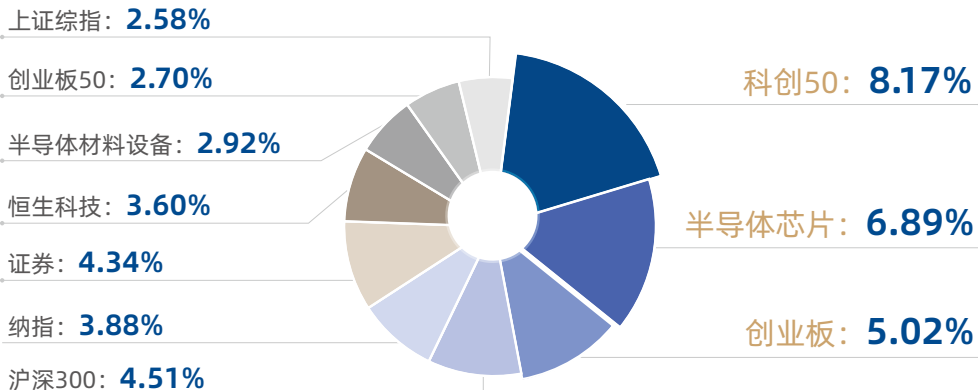
在交易品种上，新增客户数最多的品种大体集中在科创赛道，也有创业 50ETF 等境内宽基，以及港股科技 50ETF、纳指科技 ETF 等跨境品种。由此可见 2024 年投资者偏好成长风格的高弹性赛道，同时也对宽基、跨境指数有一定的配置。

2024 年不同 ETF 赛道交易户占比

新增交易户数占比



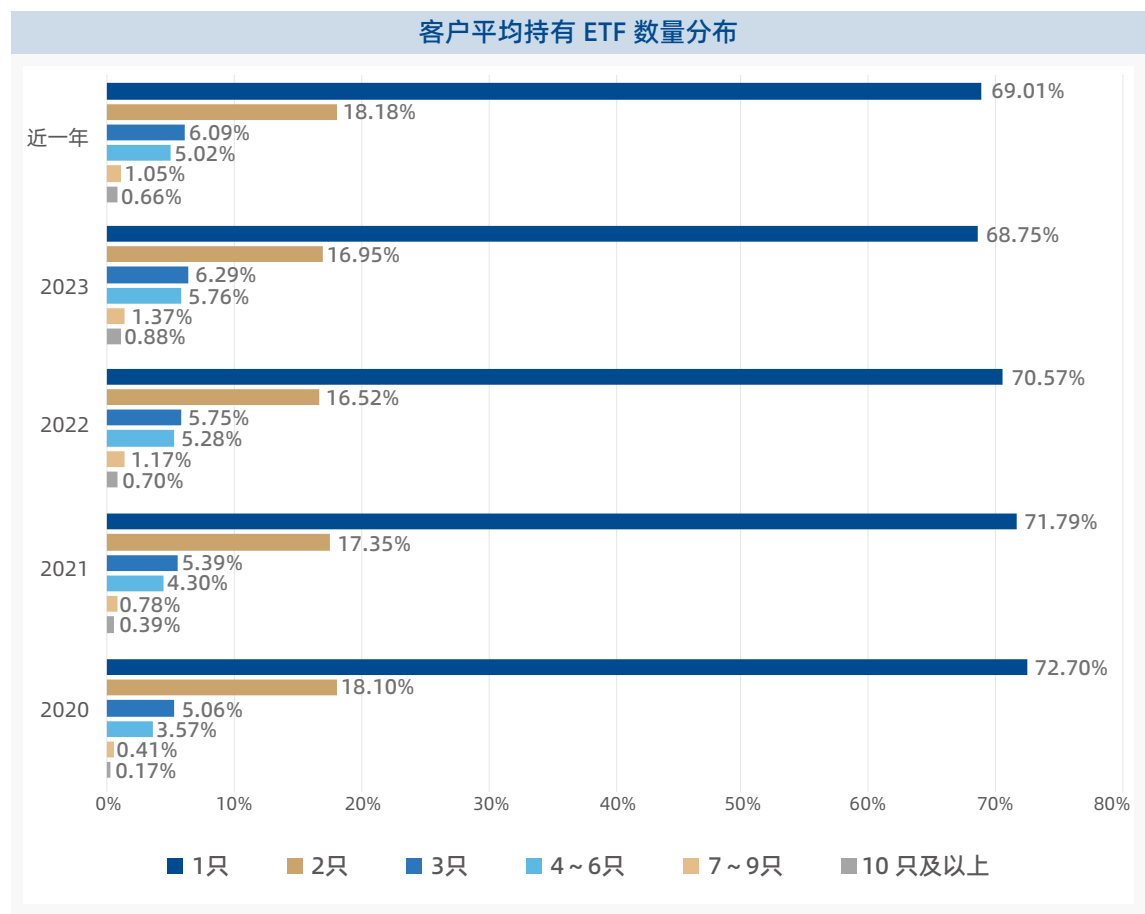
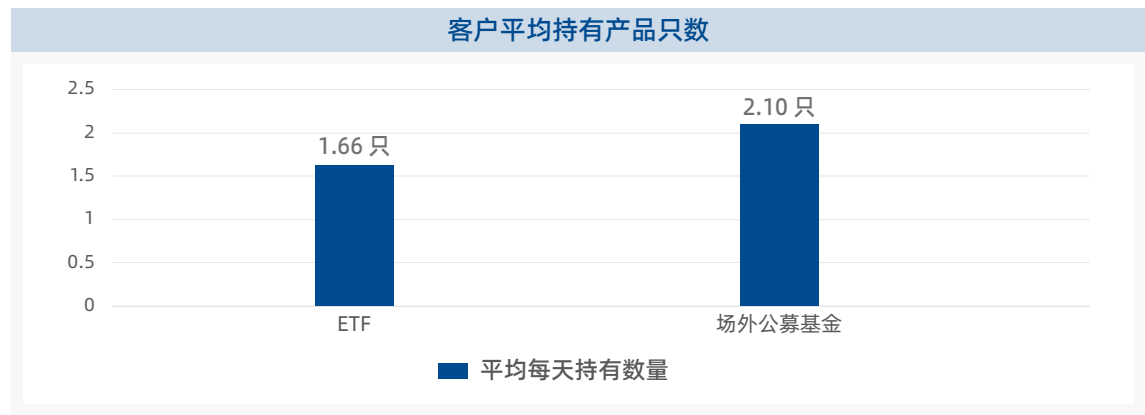
总交易户数占比



注：新增交易户数指该赛道内各个 ETF 产品的新购买用户数，若一个用户成为了题材内 2 个产品的新客，则重复计算。

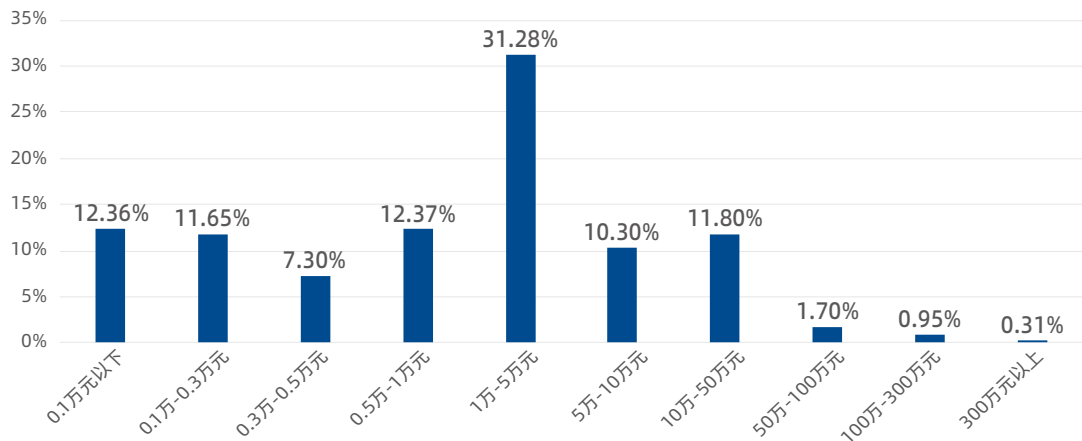
2、大家平均持有多少只 ETF？持有多少金额？

在 ETF 持有数量上，近一年，每位 ETF 客户平均持有 1.66 只 ETF，同比有所提升。2020 年以来，平均持有 1 只 ETF 的投资者占比均接近 70%，占绝大多数。整体来看，持仓 2 至 3 只的客户占比呈增长趋势。与场外公募基金平均持有数量 2.10 只相比，ETF 客户的持仓数量或有一定增长空间。



在 ETF 持有金额上, 持仓金额 1 万以下的客户占比约 44%, 持有 1-5 万元的客户约占 3 成。

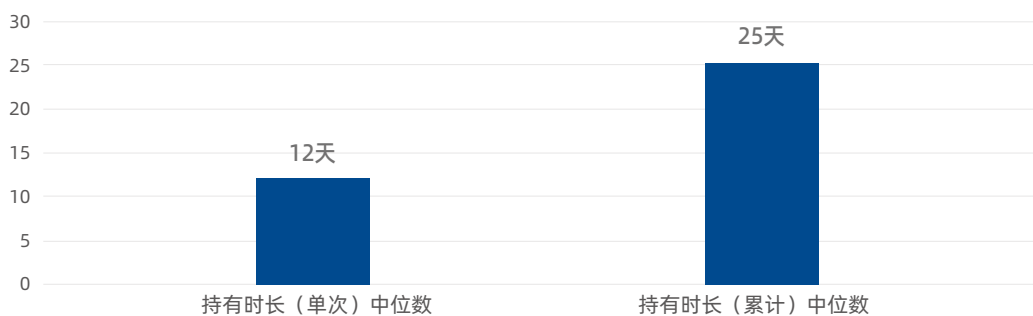
ETF 客户日均持有金额分档占比



3、大家一般持有 ETF 多久？

持有时长上, 客户单次交易周期中位数约 12 天; 叠加复购行为后, 同一只 ETF 产品的持有周期延长至约 25 天。可见 ETF 是客户进行灵活交易的品种, 但对于精挑细选出来的投资标的, 投资者们也展现出了较高的粘性。

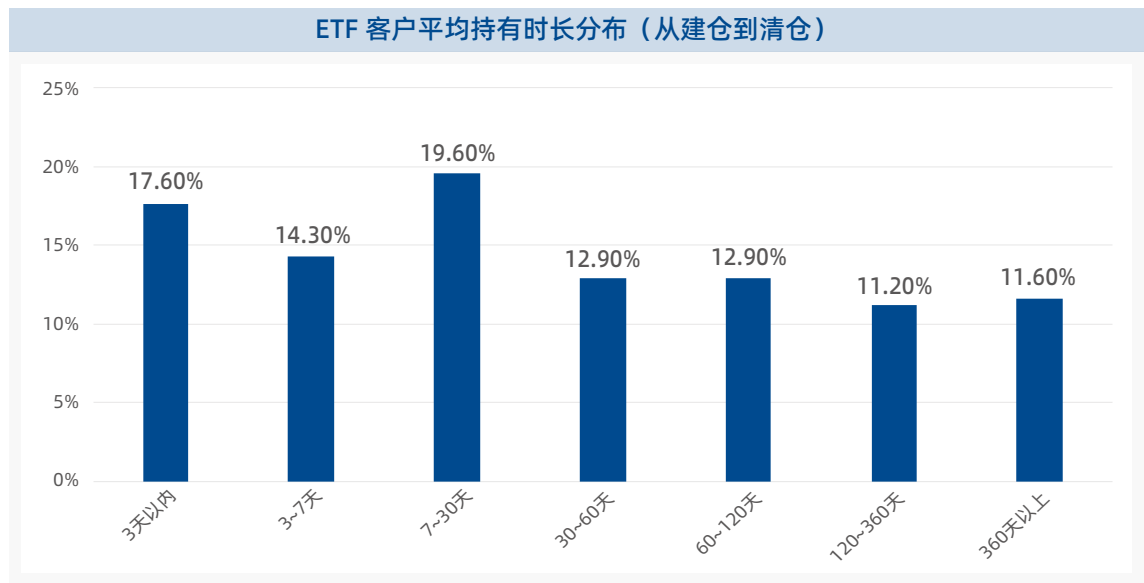
ETF 客户持有时长（从建仓到清仓）



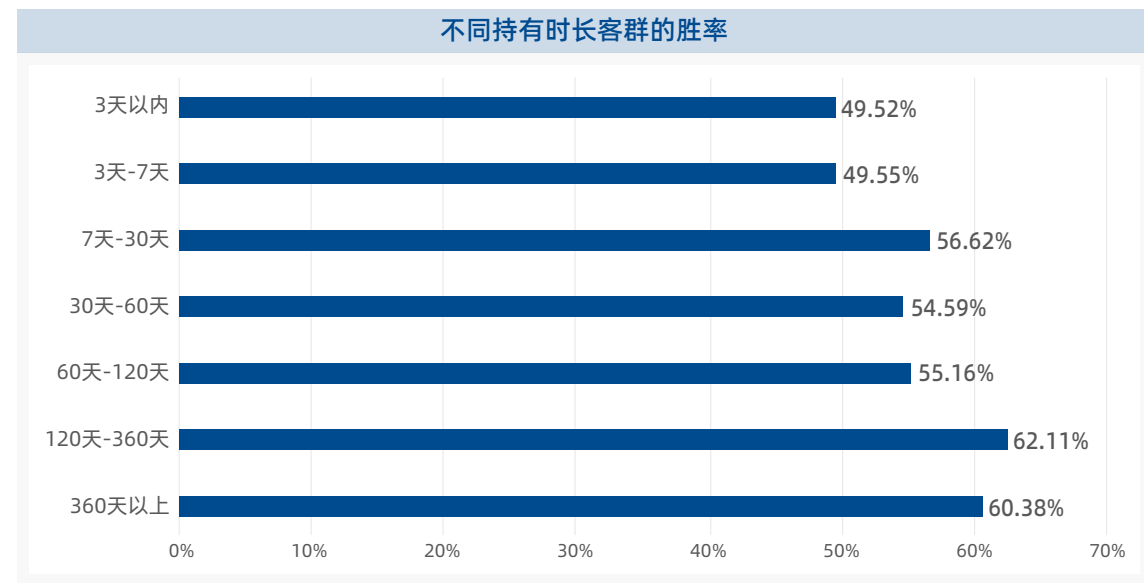
注: 持有时长 (单次) 指每个产品每次建仓到清仓的持有时长, 持有时长 (累计) 指每个客户单支产品累计持有时长。

4、持有多久，挣钱概率更高呢？

在持有时长的分布结构上，超过 51% 的客户平均持有时长在 1 个月以内；其中，接近 32% 的客户持有时长在 1 周以内。但持有时长超过 1 年的长持客户比例也不低，占比约 12%。



此次调研中，平均持有时长在 7 天内的客户胜率低于 50%，明显低于其他时长段，可见在市场波动中客户通过超短期交易、精准择时获利的难度较高。而在 7 天至 120 天之间的持有区间，客户胜率整体相对接近，大多维持在 55% 左右。持有时长在 120 天以上的客户胜率高于其他时长段，达到 60% 以上。总体来看，过于频繁地建仓清仓往往难以取得理想结果，而合理的持有周期有助于提升交易胜率。



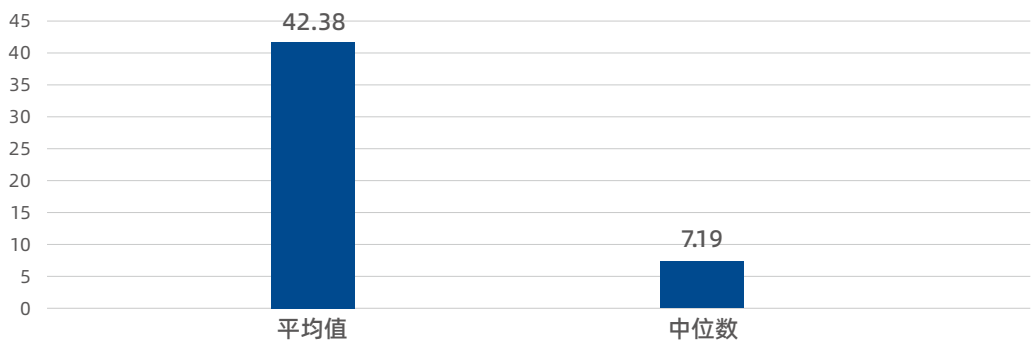
交易行为图谱

5、大家一般多久操作一次？

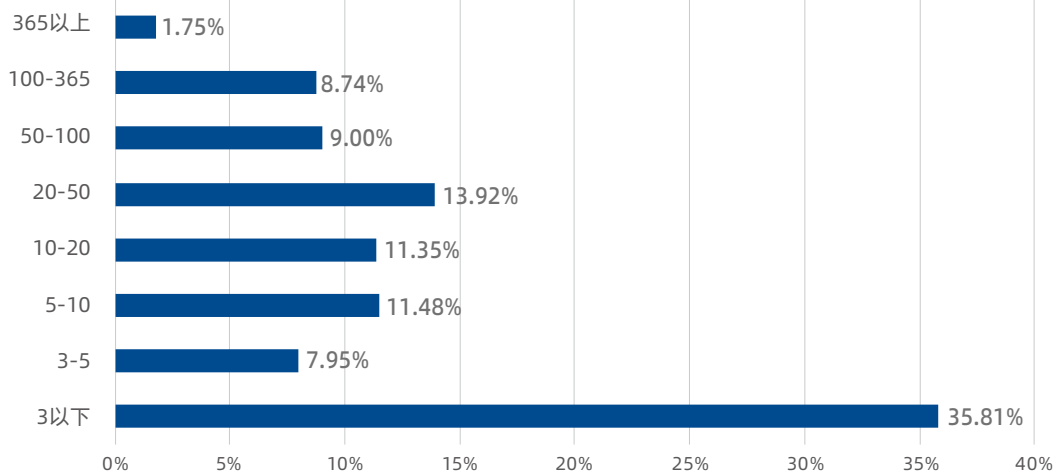
买入 ETF 后，客户是否倾向频繁操作呢？为了便于测量，我们定义“操作频率”为周期内持有天数 / 周期内交易次数；简单来说，这个指标反映的是客户平均 X 天买卖一次；其数值越低，投资者的买卖交易越频繁。

调研数据展示，客户的操作频率中位数为 7.19 天 / 次。其中，操作频率 3 天 / 次以下的客户，占比超过 30%；操作频率 20 天 / 次以下的客户，占比则接近 6 成。可见 ETF 作为一种交易品种，许多投资者对行情变动有充分的关注，采取了较高频率的操作。

ETF 客户操作频率（天 / 次）



ETF 客户操作频率分布（天 / 次）



6、操作越勤奋，赚得越多还是越少？

那么，操作越勤奋，收益率越高吗？

调研数据显示，平均 20 天以上交易一次和不到 3 个交易日就交易一次的操作频率，胜率都稍低。而每 5-20 个交易日操作一次，平均收益率在 1.5% 以上，胜率略高于 50%。但整体上，无论哪档操作频率收益率中位数绝对值差别并不大，这或许表明操作频率和收益率之间并不具备太强的相关性。

这样看来，操作频率的选择可以适配客户自己的投资策略，“丰俭由人”。例如，经验比较丰富、择时能力较强的投资者，在长期关注基本面的情况下，ETF 投资可以结合行情灵活调仓，以提高整体收益率。但如果你是长期投资者，或者不想花太多心思，那长期定投也不失为一种省心省力的策略。

不同操作频率客群的收益率和胜率			
操作频率	平均收益率	收益率中位数	胜率
20天以上	0.36%	0.07%	46.84%
10到20天	2.57%	0.59%	52.56%
5到10天	1.50%	0.42%	53.78%
3到5天	0.50%	0.21%	53.05%
3天以下	-1.08%	-0.35%	49.29%

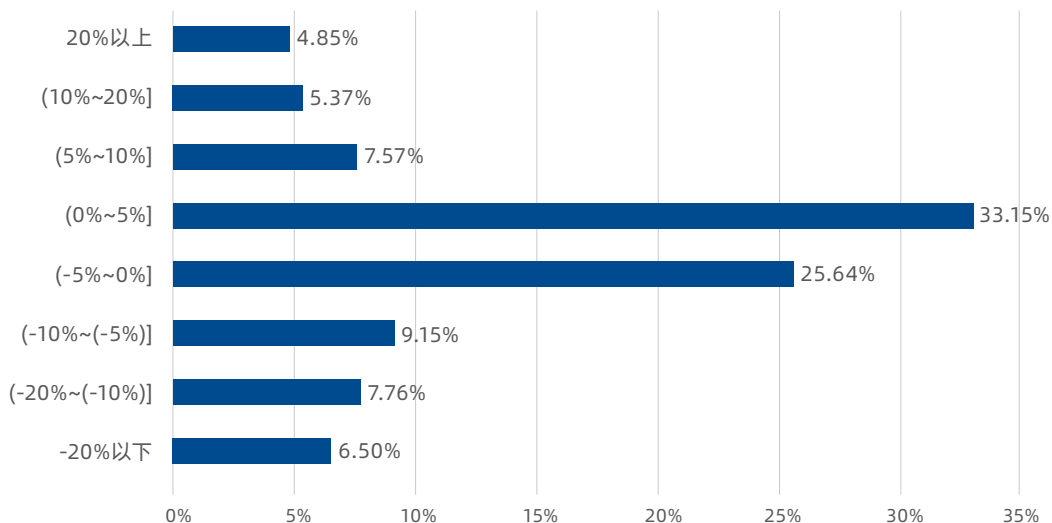
收益管理机制

7、大家在收益率多少时选择卖出？

ETF 投资和所有投资一样，最难的不是买入，而是卖出时机的选择。我们在调研中发现，更多客户在正收益时卖出，且绝大部分客户在微微盈利时卖出（盈利低于 5%），相较于其他收益率分档，占比更高。

我们猜测这是因为这部分客户持仓过程中经历过较长周期的下跌，深亏转盈后心态比较复杂，解套落袋的需求叠加担心再度亏损的复杂心理，导致了微微盈利时卖出的人群占比较高。

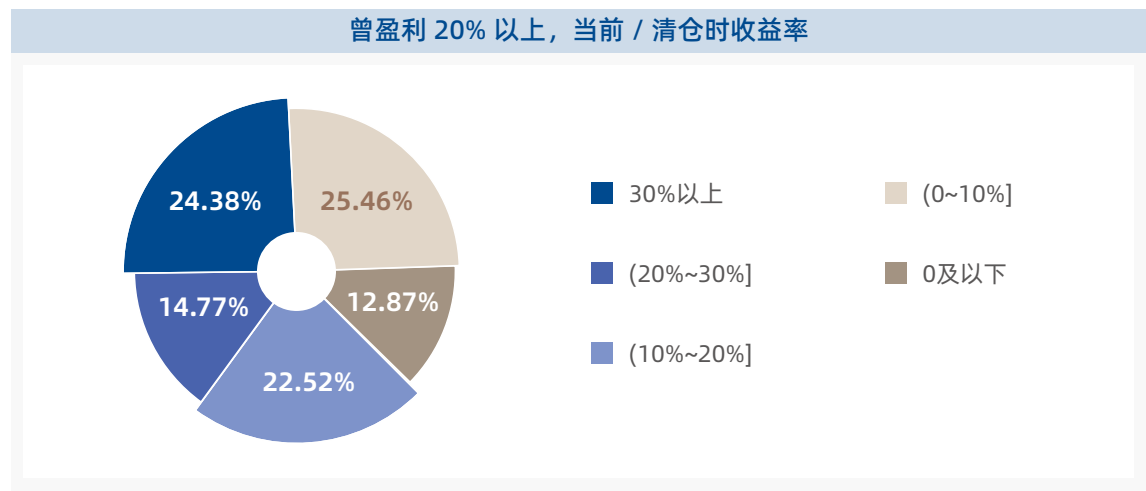
客户清仓时收益率分布



8、大家在何时止盈？何时止损？

在卖出时机的选择上，客户面临的实际问题是，收益达到一定水平了，还能更上涨吗？抑或是，下跌到一定程度后，还能回本吗，需要卖出止损吗？对于这两个问题，我们以收益 / 亏损 20% 为界限，做了一轮数据分析。

数据显示，约有 22% 的客户持有产品收益率曾浮盈超过 20%；而这些浮盈曾超过 20% 的客户中，清仓时收益率 / 当前收益率超过 20% 的约占 39%。值得注意的是，考虑到数据范围为近一年的 ETF 交易客群收益率，这部分盈利数据以 2024 年 9-24 行情为背景，可见大部分客户在特定 ETF 产品上有过不错的获利了结体验。



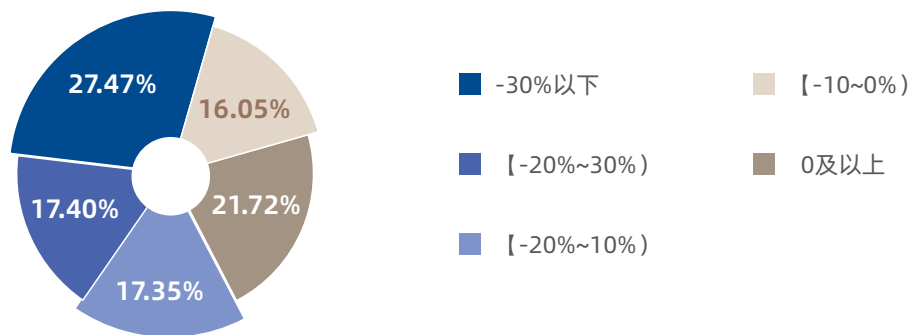
此外，考虑客户的加减仓操作，我们发现减仓 1 ~ 3 次的投资者胜率最高，超过 95%，而减仓 3 次以上的投资者收益率最高，收益率平均数接近 68%。综合考虑，当持仓出现大幅盈利（收益超 20%）时，收益率可能已超越大部分投资者，这时候适时分批减仓、落袋为安，或许能有效锁定收益。当然，20% 仅仅作为一个便于计算的界限值，实际中，投资者可结合自身需求，设置合适的止盈目标。

不同减仓行为当前 / 清仓时收益率			
近一年有过盈利 20% 以上情况的客户在当前 / 清仓时收益率			
减仓次数	收益率平均数	收益率中位数	胜率
3次以上	67.61%	28.22%	88.95%
1-3次	45.42%	24.85%	95.54%
未减仓	33.00%	19.18%	94.89%

相应地，在下跌行情中，应当及时止损还是低位加仓？

统计结果显示，统计时间段内曾浮亏 20% 以上的投资者，当前或清仓时仍处于亏损状态的占比超过 78%，超过 45% 的客户最终亏损率在 20% 以上。

曾亏损 20% 以上在当前 / 清仓时收益率



同样考虑加减仓操作，未加仓的客户平均收益率和胜率最低，分别为 -23% 和 17%。补仓 3 次以上投资者的平均收益率、收益率中位数相对更高，分别为 -17%、-11%，同时胜率也最高，达到 30%。这或许说明，在持仓出现大幅亏损（超 20%）时，如果只是简单持有或直接割肉，可能最终收益不佳，大部分客户都没有坚持到盈利。但如果资产本身优质，通过加仓摊薄成本，更有可能提高收益率和胜率。

不同补仓行为当前 / 清仓时收益

近一年有过亏损 20% 以上情况的客户在当前 / 清仓时收益率

补仓次数	收益率平均数	收益率中位数	胜率
未加仓	-22.94%	-21.00%	17.41%
1-3次	-16.28%	-13.32%	26.62%
3次以上	-16.61%	-11.31%	30.13%

04

ETF 投资策略验证

1、大家的 ETF 投资策略是什么？

以上我们总结了 ETF 投资者画像和投资行为，也探讨了一些投资行为与收益率的相关性；那么，我们是否能总结出一套更有效的投资策略呢？

在探讨这个问题之前，我们先调研了客户所采用的投资策略。数据显示，大部分用户常用的交易方式是波段操作，通过捕捉市场短期波动进行“低买高卖”。不过，也有超过 21% 的用户选择长期持有，有接近 17.4% 的客户选择低位定投，捕捉优质资产的长期收益。

ETF 客户交易方式

低位定投：从ETF底部分批买入，
在上涨后卖出
17.4%

长期持有：长期持有
自己看好的ETF
21.2%

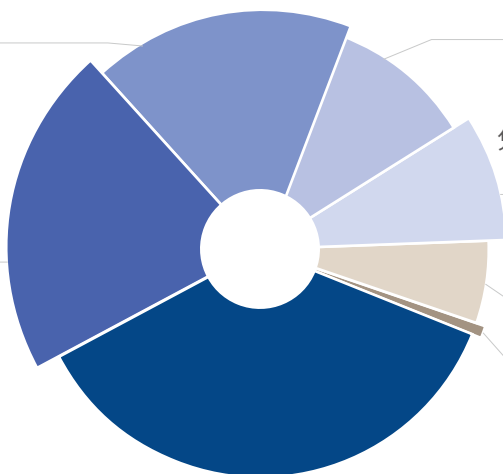
波段操作：
在价位高时卖出ETF，在低位时买入ETF
36.2%

高频交易：
通常在当日或数日内完成ETF交易
10.2%

无固定交易方式
(没有明确交易逻辑，
凭行情和主观感受进行操作)
8.6%

网格交易：
使用网格条件单，
自动低买高卖ETF
5.7%

其他
0.7%



在定性访谈中，我们也进一步追问了客户对于投资策略的选择和思考逻辑，并总结四种常见策略。这些策略基本上是客户从自身投资经验和知识结构出发，形成了特定的策略偏好。

技术面 主导策略	客户 B 依托均线交叉信号判断买卖时机，筛选日均成交额 > 1 亿元的高流动性标的；聚焦半导体芯片领域，结合国产化率提升、技术突破等产业节点，实施长线定投与波段操作结合策略；严格设定动态止损线，避免情绪化持仓。
宏观 - 中观 微观联动策略	客户 A 基于 PPI、CPI 等指标研判市场周期，例如通过养殖业产能数据预判农业 ETF 配置窗口；横向分析同类 ETF 持仓结构（如前十大成分股集中度、历史最大回撤），优选跟踪误差小的标的；运用 MACD、布林线等技术指标设置条件单，实现 " 低位自动加仓、高位阶梯止盈 " 的自动化交易。
政策导向型 择时策略	政策热点捕捉方面，客户 D 通过财联社、同花顺等平台实时监测国家战略动向，在机器人等政策红利释放初期建仓；技术信号验证方面，参考收盘价突破 20 日均线、单日涨幅等指标确认趋势强度；对于产品筛选标准，则优先选择管理规模大、投研和风控实力足的头部基金公司产品，叠加行业景气度进行二次验证。
社群反转型 策略	客户 F（70 后，10 余年经验）利用市场情绪反转获利：关注雪球等平台的基金博主和大 V，以及股票深度文章、东财股吧，当某板块或主题热度过高时，用户 F 考虑进行反向操作。

2、哪个是更“赚钱”的交易策略？

那么，究竟哪种常见交易策略更赚钱呢？

我们首先针对几个宽基指数，进行了“定投、网格、一笔投”等几种常见交易策略的收益率、胜率回测。

回测口径说明	
一笔投	a 年 b 月 c 日买入一笔, 持有到 a+1 年 b 月 c 日 (如果当日不是交易日, 就计算至下一个交易日)
定投	a 年 b 月 c 日 (当日为星期 x) 买入一笔, 并于接下来每个星期 x 都等额加仓一笔, 一直到 a+1 年 b 月 c 日。
网格交易	a 年 b 月 c 日买入一笔 (金额为 3a), 设定上下网格 n%, 当价格涨到上次交易价格的 1+n% 时, 卖出一份额 (金额为 a), 跌到上次交易价格的 1-n% 时, 买入一份额 (金额为 a)。以此类推, 直至 a+1 年 b 月 c 日收盘。在回测模型中, 我们采用了 5%、10%、20% 这三个常用的网格区间, 进行分别测算。

我们根据以上三种方式, 分别测算了 4 只宽基指数近十年来的收益率和正收益概率, 并取平均, 得到了以下结果。

平均收益率			
指数名称	定投	网格	一笔投
上证指数	0.78%	-0.76%	0.27%
中证A500	9.51%	1.28%	1.31%
沪深300	8.21%	1.16%	1.06%
创业板50	12.50%	-1.83%	2.40%

胜率			
指数名称	定投	网格	一笔投
上证指数	56.18%	48.65%	49.94%
中证A500	69.88%	52.52%	50.21%
沪深300	66.05%	51.88%	48.65%
创业板50	47.29%	39.48%	33.82%

数据来源: Wind, 统计周期: 2015/3/16-2025/3/16
回测数据基于历史行情数据, 不代表未来趋势, 不同回测参数设置会影响回测结果, 不应作为投资决策的唯一参考因素。定期定额投资并不能规避基金投资所固有的风险, 不是替代储蓄的等效理财方式; 网格策略为 ETF 的一种交易策略, 不能规避基金自身的投资风险, 基金投资需谨慎

基于上述数据可以看到，对于宽基指数来说，相较于一笔投和网格交易，定投的平均收益率和胜率表现相对更好，其中创业板 50 指数的定投（如通过创业 50ETF）超额收益效果尤为显著。更进一步，通过对上证指数 30 余年历史数据回测可以发现，拉长久期、科学定投可助力普通投资者提升投资胜率。

这与国泰海通“君弘智投”秉持的投资哲学——“投资中国、长期持有、科学配置、理性理财”高度契合。“君弘智投”围绕这一核心投资哲学，精心构建了全方位的服务体系。该体系涵盖了丰富多样的服务内容，其中包括专业的投教课程、实用的投资工具、贴心的线上投顾服务、活跃的投资社区、完善的成长体系以及智能便捷的客服服务等。

通过这些服务的有机整合，“君弘智投”形成了独具特色的人机合一伴随式服务体系。在这一体系下，“君弘智投”致力于将科学的投资理念精准传递给投资者，引导他们逐步形成科学、系统的投资方法。进而助力投资者有效应对市场变化，实现资产的保值与增值，在投资领域稳健前行。

05

尾声

站在 2025 年，ETF 已不仅仅是一种投资工具，也是市场变化的映射——资金流动、投资者行为、市场结构，都在其中留下印记。过去几年，全球市场在不确定性中寻找新的平衡：美债利率震荡、通胀周期起伏、科技创新带来结构性变革，而中国市场也在深化调整中孕育新的机遇。这样的背景下，ETF 的崛起不仅仅是投资方式的变革，更关乎整个市场生态的重塑。

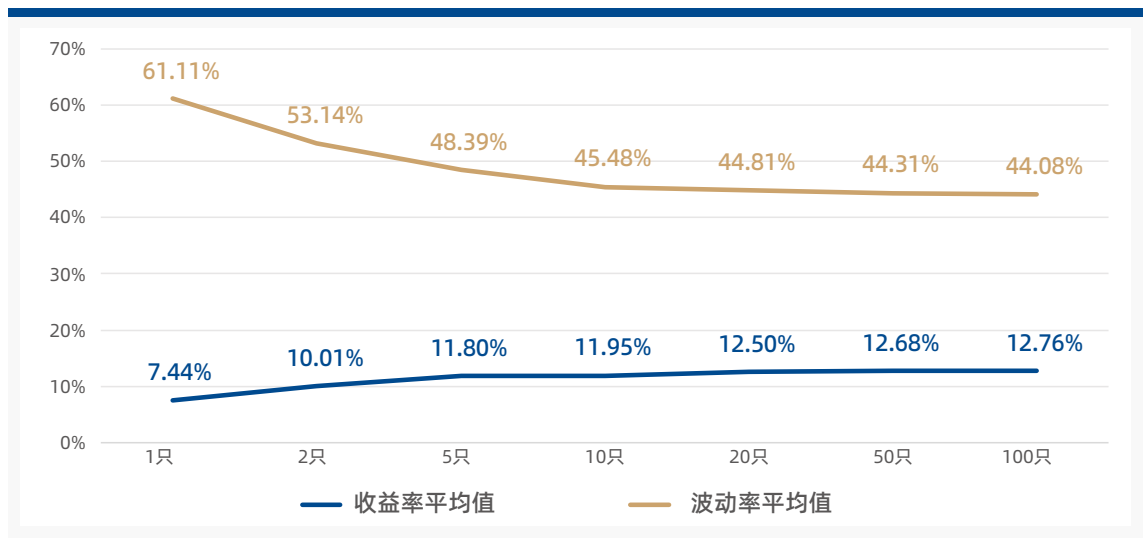
回顾国内 ETF 的发展，自 2004 年首只 ETF 诞生至今，大致经历 2004-2008 年宽基指数起步，2009-2018 年积极创新、构建产品线闭环，2019 年至今马太效应强化、红海竞争等三个阶段。2020 年前后，ETF 市场“百花齐放”：涵盖宽基、行业、主题、策略 ETF，同时债券 ETF、商品 ETF 逐步发展，市场规模也突破万亿元大关。此后，ETF 的数量和规模快速增长，2024 年迎来一个新的里程碑：市场规模一举突破三万亿，ETF 持有人共计 2106 万户（未穿透联接基金），个人投资者的占比也跃升至近 44%。

这样的增长数据背后是市场、投资者、管理人等多个维度的风云变化。

过去数年，伴随着信息传播、监管加强、指数量化崛起，推动了市场有效性的加速提升，获取市场超额收益的难度加大，推动了指量化投资的普及。这样的市场环境下，ETF 正成为越来越多的投资者构建稳定组合、提高投资确定性的有效配置工具。换言之，ETF 的发展不是短期现象，而是市场演进的必然趋势。

当然，这并不是说 ETF 是胜率和收益率最好的品种，而是 ETF 降低了极端风险，使得投资回报更接近市场的长期平均水平。为了更好地理解，我们可以先看几个简单的数据：

以过去 20 年（2005 年初 ~ 2024 年底）为时间范围，对上证指数进行数据回测，每隔半年从指数的成分股中随机选择不同数量（1、2、5、10、20、50、100）的成分股组成一个等权组合，计算持有半年的区间收益率，后累计得到整个统计期上的收益情况。数据表明，这个周期内仅投资一只成分股，平均收益率是 7%，平均波动率则达到 61%。



而同样的时间周期里，如果把成分股数量提升至 10 只、50 只、甚至 100 只，平均收益率增长至 12% 以上，波动率则降至 45% 以下。同时，伴随着成分股数量的增加，整体组合的收益率和波动率也变得更加稳定。

这个数据呈现的直观结论是：**从长期来看，分散配置，依然是我们能有效提高收益、减少波动的方式。**换句话说，从投资的心态上，我们可能要艰难地承认——大部分时候，我们并不比市场更加聪明。我们很难慧眼如炬地选中那个刚好要上涨的股票，很难在最精准的时候买入和卖出，很难获得市场之外的超额收益。

有了这样的认知基础，我们更容易理解指数化投资的价值——长周期来看，指数化投资让我们能够拿到市场平均回报，而这份回报甚至会超越大多数投资者。既可谓是大智若愚，也是大道至简。

这，就是 ETF 投资的奥秘。ETF 投资接近我们传统智慧的“中庸”理念，看似平淡，却避免了极端，留有余地，使投资可以长久不绝、绵绵不断。

如果说长周期的 ETF 投资提供了投资上的确定性，那么，作为 ETF 从业者的我们，则希望在“聚力共赢”的生态构建中，寻求推动 ETF 行业发展的确定性。我们见证了 ETF 市场的成长，更希望在其中发挥推动作用——优化交易体验、加强投资者教育、推动行业的发展。

在市场周期的流转中，真正的竞争力不是预测每一个拐点，而在于推动构建一个能够持续增长的生态。我们希望，通过连接更多的投资者、机构和市场机会，在 ETF 生态中创造更大的价值，携手迎接下一个增长的时代。

聚力共赢，未来已来。

风险提示及免责声明

市场有风险，投资需谨慎。

数据说明: 如非特别标注,本报告中“近一年”的数据区间指的是 2024 年 2 月 - 2025 年 2 月,数据来源于同花顺、国泰海通君弘(以下简称“君弘平台”)客户调研数据(经脱敏处理,回收样本量 3267,有效样本 3002)。ETF 数据范围为非货币、非债券型 ETF。

风险提示: 观点仅供参考,不构成投资建议。本报告市场回测数据选取特定时间段,期间市场走势或具有一定特殊性,用户数据通过国泰海通君弘、同花顺平台数据为样本推断,用户数据均经过授权,符合个人信息保护法的要求,相关洞察论点仅供参考。指数基金存在跟踪误差,基金过往业绩不代表未来表现。购买前请仔细阅读基金合同、基金招募说明书和基金产品资料概要等产品法律文件,充分认识基金的风险收益特征和产品特性,认真考虑基金存在的各项风险因素,并根据自身的投资目的、投资期限、投资经验、资产状况等因素充分考虑自身的风险承受能力,在了解产品情况及销售适当性意见的基础上,理性判断并谨慎做出投资决策。定投非储蓄不能规避基金固有风险,不能保证投资者获得收益。市场有风险,投资需谨慎。指数产品如投资港股通标的股票,需承担港股通机制下因投资环境、投资标的、市场制度以及交易规则等差异带来的特有风险。本研究报告数据及结果仅供参考,不代表对基金未来收益及用户投资行为的保证。

联合出品方：国泰海通证券、景顺长城基金、同花顺、财联社



国泰海通证券股份有限公司（简称“国泰海通”）由国泰君安与海通证券合并而成，是中国资本市场长期、持续、全面领先的综合金融服务商。

国泰海通以“新战略”“新文化”“新架构”绘就高质量发展新蓝图，加快打造具备国际竞争力与市场引领力的一流投资银行。公司将始终坚持“以客户为中心”的经营理念，持续深化改革，不断强化服务的专业性、业务的协同性、战略的敏捷性，充分发挥直接融资“服务商”、资本市场“看门人”、社会财富“管理者”功能作用，扎实做好“五篇大文章”，全力当好金融强国建设和上海国际金融中心建设的排头兵，为以中国式现代化全面推进强国建设和民族复兴伟业贡献更大的金融力量。



景顺长城基金成立于 2003 年 6 月，是国内首家中美合资公募基金管理公司。公司自成立以来始终专注于提升投资能力和打造投研平台，为持有人创造长期持续稳定的回报。目前，已形成主动股票、被动投资、固定收益、量化投资、国际投资、资产配置 / 养老等综合投资能力，建立了覆盖高中低风险等级、较为完善的产品线。截至 2024 年 12 月 31 日，景顺长城基金旗下资产管理规模超亿 6700 亿元，为超 8200 万投资者提供投资服务。（数据来源：景顺长城基金定期报告）

景顺长城基金秉承“宁取细水长流，不要惊涛裂岸”的投资理念，构建了成熟有效的投研体系、优秀稳定的投研团队，以及自成特色的投研文化，致力于提供长期持续的回报，在主动股票投资领域积累较强的品牌声誉。近年来，景顺长城基金紧抓时代机遇，沿着“特色化、国际化”两大战略方向，大力发展被动投资。通过深入洞察市场需求，不断丰富指数产品线，目前已覆盖宽基、行业 / 主题、跨境、Smart Beta 等产品，通过提供各类不同的底层资产和投资策略，满足投资者多样化的需求。至 2025 年 3 月 28 日，管理 ETF 规模增长至 551 亿，产品合计 20 只。



同花顺 (300033) 公司成立于 2001 年，总部位于杭州未来科技城，是国内第一家互联网金融信息服务业上市公司，也是业内唯一一家国家信息化试点工程单位。公司专业从事互联网炒股软件的开发、提供炒股数据和财经信息服务的高新技术企业，技术创新作为公司的驱动力，公司长期坚持技术创新，实践“让投资变得更简单”的理念，深受广大证券公司、股民的欢迎。

同花顺凭借业内最全面、合理的产品线及业务结构，以及高市场覆盖率和成长速度，同花顺位于行业综合竞争力名列前茅，荣获了“国家规划布局内重点软件企业”、“中国证券市场 20 年最具影响力机构”等 30 余项荣誉及资质；

经过多年的发展，同花顺的总下载量超过 5 亿，注册用户超过 32357 万，目前国内下载量最大，综合金融信息服务行业移动平台占有率第一，也是现下 App Store 好评最多应用，多次荣获“最佳手机炒股软件”“优秀用户体验奖”等。



财联社是由上海报业集团主管主办，持有互联网新闻牌照和金融信息服务牌照的中国最大的财经新闻集团和财经通讯社，以“准确、快速、权威、专业”为新闻准则。强大的原创内容生产力以及专业分析能力，产出的原创内容数量位居全国媒体首位，着力为金融机构、上市公司、投资者等市场参与者提供有价值的金融信息服务，以日均亿级的数据获取能力实现信息精准分发，触达万亿级交易用户群体，始终引领主流金融舆论。

财联社以及界面新闻、蓝鲸新闻、科创板日报等客户端下载总量超过 6000 万，网站累计注册用户超过 3000 万，并通过中信证券等 32 家券商以及浦发银行、招商银行、蚂蚁金服等金融机构，覆盖投资者规模过亿。财联社凭借强大的采编实力已成为对资本市场极具影响力的财经通讯社，并不断发力布局金融科技领域，致力于为投资者提供“媒体 + 资讯 + 数据 + 服务 + 交易”五位一体的全方位金融服务。

景顺长城基金 ETF 产品列表

欢迎来到景顺长城
ETF动物园

A 股



中证A500ETF景顺

159353

联接：A类 022444 | C类 022445
Y类 022894

红利低波100ETF

515100

联接：A类 016128
C类 016129



科创50ETF景顺

588950

联接：A类 021484 | C类 021485

TMT ETF

512220

联接：A类 001361 | C类 004371

芯片50ETF

159560

MSCIA股ETF 景顺

512280

石油天然气ETF

159588

联接：A类 021822 | C类 021823



创业50ETF

159682

联接：A类 017949 | C类 017950



科创综指ETF景顺

589890

联接：A类 023723 | C类 023724

500ETF增强

159610

电池30ETF

159757

联接：A类 015871 | C类 015872
Y类 016349

中证500ETF景顺

159935

机器人50ETF

159559

联接：A类 020893 | C类 020894

港股

港股科技50ETF

513980

联接：A类 016495 | C类 016496

港股创新药50ETF

513780

联接：A类 023597 | C类 023598

港股红利低波ETF

159569

港股央企红利50ETF

520990

联接：A类 021961 | C类 021962

恒生消费ETF

513970

联接：A类 019102 | C类 019103

全球



纳指科技ETF

159509

联接：A类 017091 | C类 017093
Y类 019118

标普消费ETF

159529

