

【我与金融科技的故事】汇添富基金沈琪— 数据即服务，开启星辰大海的新征途

【编者按】为深入贯彻落实党的二十大精神，引导基金行业机构践行《证券期货业科技发展“十四五”规划》，共促基金行业数字化转型，按照中国证监会总体工作部署，于2022年11月开展“证券期货业数字化转型主题宣传月”活动。通过开展“证券期货业数字化转型主题宣传月”活动，搭建交流平台，展现数字化转型成果案例，激发金融科技创新活力，营造金融科技长效发展新生态。该篇为“证券期货业数字化转型主题宣传月”《我与金融科技的故事》征文之四。

数据即服务，开启星辰大海的新征途

—汇添富基金沈琪

当我写下这篇故事的时候，已经离开中欧基金，来到汇添富基金，就此踏上了新的征程。回顾过往时光，留下不少记忆，也对当下的新公司有了更多期待。我对中欧和汇添富的金融科技体系建设的感触可以总结为几个关键词：数据素养、数据共创、产品赋能。

培养数据素养

过去几年，中欧基金凭借客户信任，在业绩和规模方面已经有了一定的行业影响力。而在外人看不到的地方，中欧更是一家学习型的企业，格外注重对员工学习能力、数据素养方面的培养，每一位中欧人都可以通过线上课堂，快速了解公司和企业文化，诸如公司部门职能、合规要求、制

度规范、行业研究、数据分享等栏目。员工可以选择感兴趣的课程进行学习，也可以申请报名成为讲师，在课余时间充电学习。

此外，中欧通过多年实践，打造了数据中台和数据分析队伍，实现了自助分析（Tableau）推广之路，联动各业务条线提升数据素养和分析洞察能力，为企业未来的数字化转型做好了目标铺垫，即“人人都是数据分析师”。

数据共创与产品赋能

与之不同的是，汇添富基金在数据投入方面更加注重自主创新。外购的商业化产品无法和实际业务做到完美契合，因此需要对应用场景抽象后自研形成完整的应用场景闭环。随着市场竞争的不断加剧，投资交易、监管风控、战略考核、营销运营等各业务条线都面临着更精细化的考核。而我作为营销条线的数据分析成员，也切实感受到营销类数据应用场景的复杂性、灵活性，不仅仅有客户运营，还包括流量运营、产品运营、渠道运营等等。

要真正参与到业务经营当中，就需要技术人员前置去理解业务原理和业务逻辑，将业务需求转化为数据需求从而帮助业务开展。因此，我的角色不仅仅需要懂金融科技的技术，更要能理解业务场景和模式，成为促进技术和业务融合的桥梁，所有的数据模型搭建的出发点均以业务、以客户为核心，站在其角度进行设计。

汇添富 IT 团队和业务端紧密配合，共同协作，实现了“数据共创”。目前汇添富已打造出行业领先的企业级大数据智能平台和丰富的功能模块，落地被业务广泛使用中。比如，面向业务构建了金融实验室，集中部署了自研的一系列数据查询分析工具、数据库工具、图形化挖掘工具，提供不同技能层次的用户丰富的分析手段，满足其自主分析需求；再比如，搭建了以客群运营为中心的数据产品体系，实现业务用户自主配置客群、生命周期管理、自定义客户标签等系列功能。当前我设计的一个新型智能模块（客群指标回测和场景指标定义）正在配合开发团队紧锣密鼓研发中，可

以满足业务用户在多个主题下的复合指标自定义分析。通过行业调研，当前市场上还没有类似的数据智能应用的案例，主要通过固定报表或 IT 人员取数方式解决，而且对用户体验而言并不理想。届时，该模块将作为自研产品之一，进一步完善现有的大数据智能产品体系。

正如巴菲特在《聪明的投资者》(The Intelligent Investor) 的序言中写道：“要想在一生中获得成功，并不需要顶级的智商、超凡的商业头脑或内幕消息，而是需要一个稳妥的知识体系作为决策基础，并且有能力控制自己的情绪，使其不会对这种体系造成侵蚀。” 坚持努力做正确的事，长此以往，一定能收获回报，无论是金融投资、还是工作事业，或者是人的成长。

长坡厚雪，不疾不徐。那些看似波澜不惊的日复一日，或许会在某一天，让人看到坚持的意义。