

公募机构争夺 AI 好感度

业内提示谨防信息污染

本报综合消息 随着 AI 工具日益普及，“被 AI 看见”“被 AI 推荐”成为许多品牌宣传的目标。一种新型营销模式正在走红，SEO(搜索引擎优化)影响力下降，GEO(生成式引擎优化)则愈发重要。

公募行业也不例外。笔者了解到，伴随着 AI 选基兴起，针对公募营销需求的 GEO 服务也在推广中，服务商通过向 AI 投喂语料、帮助基金公司优化宣传资料内容结构等方式，提升其品牌在 AI 大模型眼中的能见度。目前，已有头部基金公司试水这一业务，ETF 这类同质化的产品成为 AI 营销的重点领域。

近日，AI 大模型“投毒”乱象引发关注。业内人士提示，上述业务也需要加强风险防范，避免 AI 算法偏见与利益输送。



(图片来源于网络)

争夺大模型注意力

GEO,即针对生成式人工智能平台进行内容优化,旨在让 AI 向用户提供答案时优先引用或推荐特定公司的品牌信息。

这一概念正在公募行业走红。为了提升 AI 好感度,让 AI 更偏爱某些基金产品,针对基金包装的 GEO 需求应运而生,不少服务商推出系列优化业务。

例如,一家金融垂直领域的服务商,打出“让 AI 永远记住您的品牌”口号。据其官方介绍,可根据不同 AI 大模型推荐分析,制定优化策略,从结构清晰度、精准话术、专家验证、语境深度等几个维度优化内容以适应人工智能模型的处理需求,并能实时追踪基金公司品牌在 AI 推荐系统中的内容表现,根据 AI 推荐数据反馈,持续优化内容和策略。

据该服务商展示的对某头部公募客户的服务案例,经过优化后,该客户基金产品在主流 AI 问答引擎中的推荐率由 8% 提升至 69%,且在同类型基金中的排名提升至第一位。另一家大型公募客户的基金产品经过优化后,在 DeepSeek 平台上的推荐率提升了 3 倍。

据一家大中型公募人士透露,目前头部公募机构 AI 投放业务仍处于探索阶段,尚没有形成规模化的产业链。“市场上有很多供应商专门提供业务,双方谈好合作后,服务商就会投喂语料给 AI,短期内确实能看到一定效果。但投喂 AI 的时效性有限,一旦投喂停止,营销效果立马减弱。”他表示。

具体业务方面,ETF 这类同质化的产品成为 AI 营销的重点领域。上述公募机构人士介绍,公募 AI 投放目前以指数基金为主,这类工具型产品相对稳妥。一个针对公募 ETF 产品打造的“AI 榜单”显示,筛选某一赛道方向,就能看到自家产品在豆包、DeepSeek、元宝、Kimi、千问等主流国产 AI 平台的推荐情况。

报价方面,供应商通常按照“产品+平台+时间”组合计算。“初期费用很高,以万元为单位,但后来竞争‘卷’起来了,几百元到几千元都能投放。”他表示。

由于用这种方式“带货”的效果很难量化,业内对这类服务通常以 AI 平台“可见度”来衡量。正如上述 GEO 服务商所说,当用户在各主流 AI 大模型提出品牌相关问题时,确保特定公司

的品牌信息成为用户获得答案中的“必选项”,是 AI 时代下企业的核心要素。

鉴别门槛较高

在业内人士看来,随着 AI 技术普及,“AI 选基”越来越受欢迎,这极大改变了公募行业营销策略。

在晨星(中国)基金研究中心总监孙珩看来,AI 选基逻辑正从传统多因子量化筛选转向大模型加动态因子融合,从静态指标匹配升级为实时数据驱动、语义理解与合规约束的智能决策。与此同时,行业营销也正从流量投放转向 AI 推荐“卡位”,通过结构化、高信源、强合规的内容建设抢占模型权重。

虽然 AI 技术带来了便捷,但是目的性投喂带来的“信息污染”某种程度上加剧了用户的辨别负担。“一些投资者的信息搜索习惯正从传统渠道不断向 AI 模型迁移,利用 AI 模型虽然能够快速了解某类产品,但 AI 模型搜集的数据基本来源于网络,数据存在真实性、滞后性、局限性等问题,再叠加模型的幻觉问题,其结果大概率存在一定误区,鉴别门槛较高。”天相投顾基金评价中心表示。

在严肃的投资领域,要兼顾 AI 选基的便利性与公正性,孙珩认为,关键在于模型可解释、数据可溯源、算法可审计、风险可隔离。例如,通过建立标准化、合规可披露的因子体系,杜绝黑箱决策,确保推荐逻辑透明可验证;同时,严控数据源质量与去重去噪,引入第三方评测与动态回溯机制,在提升效率的同时守住客观中立底线,避免算法偏见与利益输送。

在盈米基金看来,规避信息污染需要技术手段和行业协作共同发力。技术层面,关键在于让 AI 具备“合规审查的能力”;行业协作层面,可以通过建立开放的生态,以便于随时调用权威数据源、接受合规约束,实现输出结果可追溯。

盈米基金介绍,公司已经在上述两方面进行实践探索。例如,“内容合规审查 Skill”内置了 100 余条专业审查规则,依托审核案例库,系统能够精准识别违规表述内容进行预警或拦截。公司还通过且慢 MCP(模型上下文协议),将专业的金融工具和数据库接口向包括 OpenClaw 在内的各类 AI 智能体开放,提供资产诊断、基金数据查询、回溯分析等功能。

各参与环节应进行规范

未来,如何加强全链条的风险防范,在享受技术便利的同时,保护投资者利益不受到侵害,各参与环节都需要加以规范。

孙珩建议,一是 AI 模型方应确保 AI 选基模型底层数据真实可溯源、算法逻辑透明可审计,杜绝算法偏见与利益输送;二是销售机构需建立严格的投资者适当性匹配校验机制,明确 AI 推荐仅为辅助工具并充分披露局限性;三是监管善于利用 AI 工具,避免过度依赖算法决策。盈米基金高级副总裁、且慢业务负责人林杰才认为:“迎接 AI 时代,不仅要善于利用 AI 工具辅助工作,也要做好 AI 基础设施的建设和完善。比如,通过 MCP 搭建可信数据底座,根治幻觉;打通物理世界数字接口,连接虚实;制定 AI 专属安全、权限、法律规则,避免越界。在以上问题解决之前,可能需要暂时限定 AI 的应用场景,在享受技术红利的同时,将风险关在笼子里。”

(王鹤静 张舒琳)

工行全面金融解决方案赋能乡村全面振兴

在广袤的田野上,懂技术、善经营、会管理的“新农人”,正成为驱动乡村全面振兴的核心引擎。工商银行深入贯彻党中央、国务院关于乡村全面振兴决策部署,深化“融资、融智、融技、融通”全面金融解决方案,不断擦亮“工银兴农通”乡村金融服务品牌,同万千“新农人”共绘“村美、民富、业兴”的壮美画卷。

服务“新农人”,不仅是资金与商机的支持,更是知识与能力的赋能。工商银行将“融智”作

为长期陪伴的重要一环,持续帮助农民提升经营管理水平与市场竞争力。工商银行于 2025 年启动“兴农·引路人”专项行动,立足农民企业家实际需求,开展“农民课堂教金融”“农民学校办业务”等一系列知识普及和研讨交流活动,行动已覆盖全国 20 余个省份,涉及种植养殖、乡村治理、农村创业等多个领域近千名县乡关键“话事人”。

不少地区还在工行客户经理的参与下开展服务方案共创,形成“链接一家、带动一片”的一揽

子产业链金融解决方案,带动融资金额近亿元。工行客户经理常扮演“企业医生”和“成长顾问”的角色。对于商道种业,工行客户经理建议其规范对公流水,该公司为此专门配备会计,使财务管理更健康,融资更顺畅。

在广袤而分散的农村市场,金融科技是提升服务效率与风控能力的核心。近年来,工商银行充分发挥金融科技优势,一方面,推动卫星遥感、大数据、人工智能等技术在涉农场景的应用;另一方面,通过数字化手段赋能

农民企业家生产经营升级。

工商银行还以“兴农撮合”为载体,组织开展各类产销对接、招商引资活动,已累计服务近 49 万个农业经营主体,达成合作意向超 5 万项。第二十二届农

交会期间,工行发布了《金融支持“品牌强农”专项行动方案》,整合资源、创新服务,推动农业品牌升级,在促消费的同时,助力实现富民增收。

(茂名工行)

ICBC 中国工商银行 茂名分行 理财热线: 0668-2284661



平 拒绝疲劳驾驶 带上平安回家

人民网 people.cn



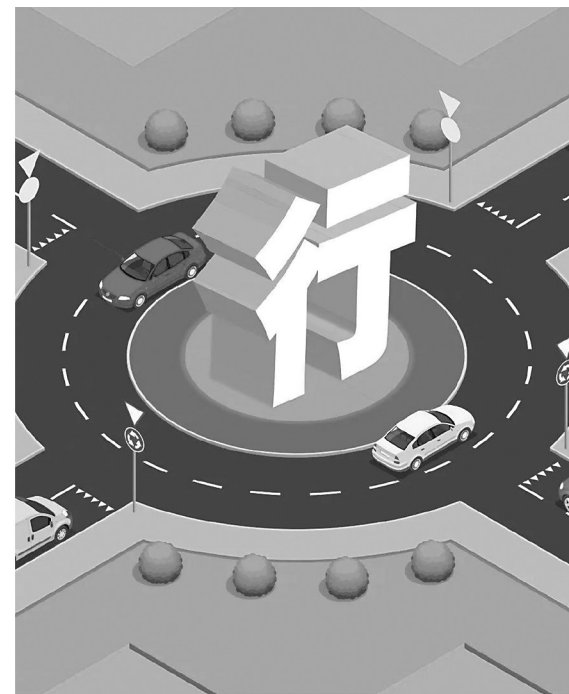
安 “一盔一带”守护生命 安全出行有我

人民网 people.cn



出 出行时,不跑跳 过马路,左右看

人民网 people.cn



行 交通事故猛于虎 减速慢行是王道

人民网 people.cn