

13只指数增强策略ETF获批 公募基金市场再添投资利器

■本报记者 王宁

10月28日,银华基金、嘉实基金、易方达基金和富国基金等13家公募基金相继获得指数增强策略ETF的批复,这预示着第二批指数增强策略产品即将推出。

多位公募基金相关人士向《证券日报》记者表示,随着指数增强策略ETF扩容,将更好满足普通投资者高效便捷布局核心资产的投资需求,同时,也对高质量发展公募基金行业起到积极促进作用。

跟踪标的包括多个A股指数

据悉,13只指数增强策略ETF首次上报时间为10月21日,时隔一周便获得批复,这也反映了市场各方对加快推动ETF产品创新发展的决心。具体来看,13只指数增强策略ETF分别为:嘉实创业板增强策略ETF、富国创业板增强策略ETF、银华中证1000增强策略ETF、招商中证1000增强策略ETF、国泰中证1000增强策略ETF、华泰柏瑞中证1000增强策略ETF、广发中证科创50增强策略ETF、南方上证科创板50成份增强策略ETF、鹏华上证科创板50成份增强策略ETF、博时中证500增强策略ETF、易方达中证500增强策略ETF、汇添富中证500增强策略ETF和华安沪深300增强策略ETF。

富国基金相关人士向《证券日报》记者表示,上述13只产品获批,更好的丰富了增强型ETF产品序列,可有效满足普通投资者高效便捷布局核心资产的投资需求。同时,支持成熟指数型产品做大做强,加快推动ETF产品创新发展,不断提高权益类基金占比,也符合公募基金行业高质量发展要求。

汇添富基金相关人士向《证券日报》记者表示,当前A股市场指数编制思路和方式升级,出现越来越多具备中长期投资价值的指数的,叠加机构化趋势延续,市场效率在不断提升,公募基金跑赢指数的难度也不断加



大。基于此,机构投资者正在从以主动投资为主的业务模式,向指数化管理工具转变,把产品进行规则化定位和管理。

从上述13只产品跟踪标的来看,包括沪深300、中证500、中证1000、科创板50等A股指数,形成覆盖大、中、小盘的多样化产品布局,将为投资者配置指数增强型基金提供更加丰富的场内工具。

南方基金相关人士告诉《证券日报》记者,上证科创板50成份指数由科创板市值大、流动性好的50只证券组成,反映最具市场代表性的一批科创企业的整体表现,聚焦于高新技术产业和战略性新兴产业,业绩增长亮眼且势头强劲,指数长期投资价值愈发鲜明,获得机构投资者广泛关注。“上证科创板50成份增强策略ETF允许管理人进行主动管理,不再完全复制指数,在通过增强策略标的指数成份股里优中选优,

可获得超额收益。”

博时基金相关人士告诉记者,从中证500指数成份股的行业分布来看,材料、工业、信息技术等制造业占比较高,与实体经济紧密相关。中证500指数当前市盈率处于历史低位水平,配置价值凸显,中证500增强策略ETF将为投资权益类市场提供更丰富的投资工具。

未来发展空间巨大

据了解,首批指数增强策略ETF产品分别在去年12月份和今年1月份成立,根据Wind数据显示,目前有4只产品跑赢基准水平,体现了管理人的投研能力。

富国基金相关人士表示,增强策略ETF可简单概括为套用ETF形式,但与被动指数型ETF相比,又采用了指数增强策略,因此产品投资目标除了获取标的指数收益外,还要追求主动

管理而产生的超额收益。“增强策略ETF在海外市场属于较成熟的投资工具,近些年规模增长也比较迅速。”

对于指数增强ETF的市场前景,汇添富基金表示,作为一种创新产品,这类ETF具有独特优势:一方面与场外指数增强基金相比,指数增强ETF采用T+1方式交易,具备流动性强、交易费用低等优点;另一方面则是能精选优质个股来获取超额收益,充分发挥公募基金在主动选股上的能力优势。

汇添富基金表示,指数增强ETF在海外市场运行多年,已经是较成熟的投资产品。从海外主动管理ETF展现出的强大资金流入趋势看,指数增强ETF作为主动管理ETF,未来发展空间巨大。“指数增强ETF将管理人主动管理能力由场外引进场内,将进一步丰富股票ETF产品供给,满足投资者多样化投资需求,推动权益类基金创新发展,并为资本市场带来增量资金。”

三大运营商前三季度日赚4.76亿元 积极布局创新业务

■本报记者 李乔宇

10月28日晚间,中国联通披露2022年第三季度报告,公告显示,中国联通营业收入和归属于母公司的净利润再创新高,创历史新高。前三季度,公司营业收入达到2639.8亿元,比去年同期提升8.0%,归属于母公司的净利润为68.3亿元,比去年同期上升20.4%。

至此,三大电信运营商三季报悉数披露完毕。公开数据显示,今年前三季度,中国移动实现营业收入7235亿元,同比增长11.5%;实现归属于母公司股东的净利润为985亿元,同比增长13.3%。2022年前三季度,中国电信实现营业收入3578.43亿元,较去年同期增长9.6%;实现归属于母公司股东的净利润为245.43亿元,较去年同期增长5.2%。以2022年前三季度273天计算,三大运营商在今年前三季度平均每天实现营业收入49.28亿元,平均日赚4.76亿元。

公告显示,前三季度,中国联通“大联接”用户规模再创新高,累计达到8.4亿户,其中5G套餐用户达到2.0亿户;中国移动移动客户总数约9.74亿户,其中5G套餐客户数达到5.57亿户,移动ARPU(每用户平均收入)为50.7元,同

比增长1.0%;中国电信移动用户达到约3.90亿户,5G套餐用户达到约2.51亿户,移动用户ARPU为45.5元。

收入结构调整成为电信运营商发展的一个重要趋势。据中国联通披露的数据显示,今年前三季度,中国联通收入结构不断优化,产业互联网业务实现收入531.5亿元,同比大幅提升29.9%,占主营业务收入的比重达到22.2%;另据中国移动披露的数据显示,中国移动收入结构持续调整,主营业务收入为6201亿元,同比增长8.3%,其他业务收入为1034亿元,同比增长36.4%;前三季度,中国电信产业数字化收入达到856.32亿元,可比口径下同增长16.5%,天翼云收入继续保持翻番。

电信运营商行业资深观察人王征南对《证券日报》记者表示,未来创新业务收入超越传统业务收入是大势所趋。一方面,传统行业数字化转型的需求推动了电信运营商进一步完善和深化创新业务布局;另一方面,电信运营商在个人用户ARPU增速放缓的情况下,有开拓创新业务的需求。

“目前来看,各电信运营商都在创新业务方面积极布局,部分企业更是同时发力多个创新业务。”王征南认为,这意味着数字化转型趋势明确,市场广阔。

激活创新发展动力 银行业护航“专精特新”企业

■本报记者 杨洁

“专精特新”企业创新能力强劲,发展韧性足,部分深耕细分领域的“小巨人”企业更是担当了实体经济的硬支撑。

多家银行近日披露的三季报显示,其在持续加大对实体经济支持力度的同时,与“专精特新”企业的联系也更为紧密。

中信证券首席经济学家明明对《证券日报》记者表示,大力支持“专精特新”中小企业,既可以解决基础装备和核心技术能力不足的问题,也有助于提升“技术创新”领域的国际竞争力,提升产业链供应链韧性,为国家经济高质量发展提供重要支撑力量。

多方赋能“专精特新” 精准滴灌显成效

邮储银行日前披露的三季报显示,该行精准聚焦“专精特新”、科创企业等代表中国经济转型方向的目标客群,持续完善科创金融服务体系,提升信用贷款额度。依托“科创+贷”产品和科技产业链开发项目,为科创企业提供线上融资,“专精特新”及科创企业贷款客户数超过2.30万户。

中信银行与专精特新“小巨人”企业合作实现跨越式发展,截至三季度末,开户数量较上年末净增长1342户。平安银行表示,前三季度,该行持续加大对制造业、“专精特新”、民营企业、中小微企业等重点领域的融资支持。

此外,记者从浦发银行北京分行获悉,为支持培育更多“专精特新”企业,该行推出“专精特新企业专项融资方案”,服务于工信部专精特新“小巨人”及北京市“专精特新”中小企业,最高授信额度可达3000万元。截至目前,该方案已服务北京地区二十余家企业。

除了专属信贷产品,银行、政府园区、投资机构等多方参与精准滴灌,也为科创企业发展注入了活力。南京银行上海分行有关负责人告诉记者,“在外部合作中,一方面,我们重点聚焦上海市区各级科技主管部门、优质PE/VC机构、券商等渠道,制定差异化的建设方案,加强分支联动,不断拓宽获客渠道,逐渐形成规模效应;另一方面,在‘小股权+大债权’投贷联动特色模式基础上,创新推出‘政银园投’新模式,围绕不同园区的产业特点,选择具有产业整合能力的垂直化投资机构,共同为园区内科创企业提供‘股权投资+信贷资源+政策支持’的全方位服务。”

值得一提的是,外资银行也推出面向“专精特新”企业的专项计划。10月26日,汇丰银行(中国)有限公司(以下简称“汇丰中国”)宣布,面向“专精特新”企业推出专项支持计划,将在未来两年内为该类企业提供总计人民币30亿元的信贷及

问世五年公募FOF基金数量扩至355只 总规模超2000亿元

■本报记者 王思文

2017年10月份至11月份期间,我国首批公募FOF基金产品陆续成立,至今已有五年时间。根据Wind最新数据显示,截至2022年10月28日,全市场已有355只FOF基金(A/C份额合并计算),总规模已超过2000亿元。另据定期报告数据显示,FOF持有人户数已从2019年底的150万户增长到2022年上半年底的近900万户。

“FOF业务的大发展是国内机构投资者和个人投资者成熟的一个过程,代表了金融领域分工的进一步细化,顺应了居民财富管理大发展的内在需求。”博时基金资产配置投资部总经理兼资产配置投资部投资总监郑铮在接受《证券日报》记者采访时表示。

五年来,无论是产品策略及类型,

还是投资者认可度,公募FOF业务都有着显著的发展和进步。

“公募FOF基金能有效降低组合整体的风险波动,或将成为帮助投资者进行金融资产配置、提升居民投资体验的重要工具之一。”中信证券首席组合配置分析师刘方表示。

“随着市场参与者增加,公募FOF的策略在逐步完善,建立了各个风险等级的产品,并且在产品内部也出现了策略的分化。这使得FOF产品能够更好地适应客户的不同需求。”郑铮表示。

据记者统计,偏债混合型FOF基金从数量和规模上都遥遥领先于其他类型产品,截至10月28日,全市场共有139只偏债混合型FOF基金,市场规模达1148亿元;其次是偏股混合型FOF基金,全市场共有75只,合计规模495亿元。另外,

平衡混合型FOF基金、目标日期型FOF基金等类型产品规模在200亿元以下。

不过,在今年市场持续调整与震荡的背景下,公募FOF基金业绩也面临着巨大挑战。对此,郑铮告诉记者,“在这样的背景下,很难要求顶层的FOF产品做出完全不同的收益特征。不过FOF策略可以从风险控制的角度出发,尽可能控制波动的风险,资产类别上的分散对控制组合的波动也有更大意义。”

这种分散风险的优势可以从公募FOF基金自身的业绩中得到印证。据Wind数据,截至2022年9月30日,中证FOF基金指数自2018年推出以来,年化收益率为5.9%,年化波动率为6.96%,而同期沪深300年化收益率为-1%,年化波动率为19.15%。

“从产品属性上来说,FOF产品比较适合应对市场的波动,长期来看具有

更好的配置价值。”郑铮进一步表示。

值得注意的是,布局公募FOF业务的机构数量正在不断增加。截至10月28日,全市场参与布局公募FOF业务的机构合计77家,较去年年末的64家增加了13家。

在此背景下,公募FOF发行也驶入快车道。2022年以来,全市场新成立112只公募FOF基金,远超去年全年94只的发行数量。排队发行的公募FOF新产品数量也较多,据记者整理发现,目前至少还有18只产品已经定档发行。

整体来看,公募FOF业务市场前景巨大。“但从挑战来说,公募FOF业务的人员储备还需要进一步加强,需要应用更多的金融工具来实现客户想要的风险特征的策略。通过团队建设,完善策略体系的构建,完善资产配置框架体系,扩大资产覆盖范围。”郑铮表示。

快递企业备战“双11” 提质增效成行业共识

■本报记者 李昱丞 见习记者 王镜茹

继部分电商平台开启“双11”预售,今年最大的快递旺季也即将拉开序幕,各大快递企业早已摩拳擦掌、蓄势待发。

值得注意的是,今年“双11”各大快递公司选择“提质不提价”。快递物流专家、贯铄资本CEO赵小敏在接受《证券日报》记者采访时表示,“今年‘双11’是各大快递公司准备最充分的一年,也是科技含量最高的一年。预计大促期间快递量将呈现巨量峰值,同比有望保持较明显增长。预计全年行业增速可达6%至7%,快递行业仍将保持稳健发展。”

价格整体保持稳定

相较于往年10月下旬行业进入涨价通道,记者发现,今年“双11”快递涨价并不明显。深圳市福田区某快递网点工作人员告诉记者:“目前一公斤内包裹比淡季的日常价格涨了0.1元,从平均2.3元/票涨到2.4元/票。”事实上,已有多家快递公司宣布

“双11”价格将保持稳定。近日,中通快递和抖音电商签署“双11”物流运营保障协议,抖音电商一公斤以下的快件,中通快递的基础价格保持不变,且不涨价;一公斤以上快件,基础价格不变,涨幅随行就市。

圆通速递也在近期的机构调研纪要中表示,对于今年快递旺季,将综合考虑季节因素、市场情况、货物结构和重量等对价格进行阶段性动态调整,但整体将保持相对稳定态势。

“往年来看,快递涨价主要是为了控制货量,担心短时间内业务量暴增从而影响服务质量。”深度科技研究院院长张孝荣告诉《证券日报》记者,“但今年‘双11’多家快递公司宣布不涨价,一方面是由于电商平台与快递公司提前预测产能并排查风险,双方相互有兜底协议保障;另一方面是对销售量有预期,商家可以安排就近仓储发货,且促销周期拉长平滑快递量峰值,新增临时成本有望少于往年,旺季成本得到优化。”

“送货上门”成了不少快递公司今年“双11”的主要发力点。9月初,顺丰宣布在全国50个主要大中城市提供“派件不上门,承诺必赔付”服务;10月

初,菜鸟宣布天猫超市包裹在全国300多个城市可以送货上门,天猫国际包裹在全国200多个城市可以送货上门。

“只要商家使用了抖音的‘音直达’服务,圆通的快递员就需要面对面签收,以获得消费者手中的验证码来完成派送。”上述快递工作人员告诉记者。

在易观分析物流行业咨询顾问魏建辉看来,电商的繁荣倒逼了快递行业的快速发展。“未来随着电商业态模式的转变,万物到家、即时配送成为常态,快递成本持续下降,对快递企业的影响不容小觑。”唯品会相关负责人表示告诉《证券日报》记者,“服务商家方面,唯品会组建了专配物流,帮助商家把货品运往自建的物流仓储中心,在降低物流成本的同时也保障了物流通畅;消费者配送方面,唯品会多数自营商品由顺丰向消费者配送,顺丰已多轮调试压测对接系统,将在送达时效、服务质量等方面进一步提升消费者购物体验。”

科技赋能快递运营

“快递企业经营重点已从追求单量增长逐步转向服务质量、时效的提升,

同时也在加快与快运、冷链、同城等业务的协同。”魏建辉表示,“未来快递企业将以数智化为抓手,推动客户服务精细化。以战略协同为宗旨,协同快递关联企业板块,构建综合化物流服务体系。”

以京东物流为例,据该公司负责人介绍,今年“双11”前,京东物流亚洲一号西安智能产业园2期正式开仓运营,投用全流程智能柔性生产模式——北斗新仓,通过机器学习、人工智能实时分析,应对促销期间单量瞬时暴涨产生的订单积压,保障运营平稳、包裹配送不延误。

与此同时,快递企业也在积极推动无人车、无人机等无人设备的落地运营,如无人车快递进村业务已在一些地区试运行,无人配送车的研发应用更是百花齐放。

“快递运营正由市场驱动转向科技赋能。”艾媒咨询CEO张毅认为,“伴随着5G、云计算、工业互联网和物联网等科技更多应用于快递物流领域,快递行业发展质效不断提升。快递物流为科技创新提供了丰富的应用场景,科技创新则让快递运营更加智慧、高效,从而激发更多市场需求。”