

上半年公募基金首募总额超5100亿元 新基金发行市场“冷暖不一”

■本报记者 王思文

今年上半年，A股市场不断震荡波动，基金净值随之遭遇短期下挫，公募基金行业也迎来考验。面临“中考”，公募基金行业迎难而上，资产管理总规模登上27万亿元台阶。

新基金募集发行正在为公募基金整体规模稳步增长提供“养分”。《证券日报》记者梳理发现，截至6月29日，今年上半年公募市场新成立601只基金产品，合计募集规模为5167.14亿元。整体看，新基金发行呈现冰火两重天态势。

2023年下半年大幕将启，公募基金行业将继续迎接挑战。业界有声音认为，当前新基金发行遇冷，公募基金公司应聚焦投资主业，持续提升投资管理能力，着眼长期为投资者提供合理的、多样化的资产配置新工具。

募集规模同比下滑33%

与上半年A股走出的M型震荡

行情较为相似，今年以来，投资者对新基金的认购热情起伏不断。总体来看，公募基金发行市场延续“冷暖不一”的发行态势。

今年上半年，有募集上限设定的爆款类新基金纷纷提前结束募集并启动比例配售。《证券日报》记者梳理发现，其中“一日售罄”的新基金产品多达60只。这些爆款基金产品大多是指数型基金和债券型基金。另外，以投资门槛低、高分红为主要优势的REITs产品在发行当日均被抢购一空。

除此以外，既有渠道和口碑的优势，也有绩优王牌基金经理做“护城河”的部分主动权益新基金发行情况十分火爆。例如，招商基金首席研究官朱红裕掌舵的招商社会责任混合发行一日即售罄，该基金的募集规模上限为30亿元。今年以来，基金经理胡宜斌掌舵的华安景气领航混合、曾豪掌舵的博时均衡优选混合等主动权益类基金首募规模也都超过了20亿元。

但也有部分新基金发行艰难。据记者统计，2023年上半年，

全市场共有172只基金宣布延期结束募集，更有6只基金产品宣布募集失败。

整体来看，今年上半年公募基金市场共成立601只新基金，较去年同期减少159只；合计募集规模仅为5167亿元，与去年同期募集规模相差1682亿元，同比下滑33%。单只新基金的首募规模较去年同期明显下滑，今年上半年平均单只新成立基金的募集规模约为8.66亿元，较2022年上半年的9.65亿元下滑明显。

回溯基金发行历史可以发现，各年份公募基金发行成绩迥然。2015年是基金发行规模快速增长的源头，2016年至2018年的基金发行规模明显下滑，直至2020年，新基金发行热度再次高涨。

“基金发行热度的起起伏伏主要受股票市场与债券市场的阶段性震荡变化、基金发行制度改革落地、创新产品机遇期等多方面因素共同所致。”北京地区一位公募FOF基金经理对记者表示。

“对于公募基金公司来说，在

布局各类型基金产品过程中，不能一味迎合投资者的需求，而应着眼长期为投资者提供合理的多样化的资产配置工具。尤其是当市场情绪过热时要抑制规模扩张的欲望，应谨慎发行新基金；当市场情绪过冷时，应站在社会责任层面多做投资者教育工作。”一位公募基金高管对记者坦言。

债型基金挑大梁

受权益市场震荡影响，市场资金避险情绪升温，主打稳健收益的债券型基金在今年上半年颇受投资者青睐。具体来看，今年上半年新成立的债券型基金募集规模合计3238.4亿元，占新基金发行总规模的63%。中长期纯债型基金成为上半年基金发行市场的一大亮点，发行规模达80亿元的爆款产品屡屡出现。

公募REITs发行也颇为火热。比如，2023年首单公募REITs嘉实京东仓储REIT发行累计吸引了720亿元资金参与，其中公众发售

配售比例仅为0.46%，中信建投国家电投新能源REIT、中航京能光伏REIT发售首日均吸金近300亿元。

权益基金的募集规模同样可圈可点。据东方财富Choice数据显示，2023年上半年共有338只权益基金成立，占超新成立基金总数的五成；募集规模达到1699亿元，占新基金募集总规模的32.8%。

值得关注的是，今年公募基金在产品创新上的多次突破，为新基金发行市场助力良多。首先是“1+N”央企指数产品化进程进一步加快。其次是指数基金，今年上半年各家公募巨头持续在细分行业或主题ETF领域不断开发新产品，为市场提供更丰富、多元的投资工具。

而业界有声音认为，今年上半年新基金发行市场形势持续严峻，募集时长已创15个月新高，下半年公募基金公司应聚焦投资主业，持续提升投资管理能力，如何真正成为服务实体经济和居民财富管理的中坚力量是公募基金行业亟待解决的重要课题。

微信支付回应被多所高校停用：校园非盈利场景 继续保持零费率优惠政策

■本报记者 李冰

6月29日，多所高校停用微信支付一事冲上热搜。

此前，西北大学发布公告称，因腾讯公司微信支付将于7月1日起对校园场景用户进行精细化管理，除收学费外，其它收费均会受到限制并收取0.6%的手续费。为维护师生利益，从6月30日起对校内一卡通用户暂停提供微信扫码支付服务，一卡通校园卡、交通银行App、云闪付、支付宝等渠道正常使用。

微信支付方面6月29日就此回应并致歉称，此次调整本意是对费率实施更加精细化的优惠措施，但沟通中存在误解。后续，我们将继续优化与高校的沟通流程，加强合作，助力校园数字化的持续发展。

微信支付方面6月29日就此回应并致歉称，此次调整本意是对费率实施更加精细化的优惠措施，但沟通中存在误解。后续，我们将继续优化与高校的沟通流程，加强合作，助力校园数字化的持续发展。

记者梳理，除西北大学外，近期西南科技大学、四川民族学院、周口师范学院等高校也都发布了类似的公告。例如，西南科技大学发布《关于校园卡微信支付充值渠道停止的通知》、四川民族学院发布《关于调整校园一卡通充值方式的通知》等，从各高校停用微信支付缘由来看，均因腾讯公司调整微信支付手续费。

周口师范学院发布《关于停用微信支付应用渠道的通知》表示，接微信支付公司(财付通支付科技有限公司)通知，2023年7月1日起，微信支付针对校园行业开始收取服务费用，费率高达0.6%。决定自2023年6月29日起停用校内微信支付场景应用。

微信支付方面表示，“我们对整个事件进行了复盘，自2015年以来，微信支付持续在校园等非盈利场景采取零费率优惠政策。随着校园场景及商户数量的持续上升，我们发现部分电商、商旅等盈利场景挤占零费率的教育补贴资源，导致成本不断增加。此次调整是为了对这一少部分盈利性场景予以厘清，实施以低于市场平均水平的优惠费率政策，而所有校园非盈利场景继续保持零费率优惠政策。”

博通咨询金融资深分析师王蓬博对《证券日报》记者表示，“校园场景总体来看一直是被当作公益类场景，并且从2021年开始各界也一直号召对中小微企业和公益类场景减费让利。”

厚雪研究首席研究员于百程表示，“校园是相对特殊的场景，支付机构往往给予了费率的优惠。校园内存在不少持优惠费率政策的支付平台，减少某个、对校园内的移动支付并不会产生较大影响。”

深挖销售渠道 银行理财积极拓展同业“朋友圈”

■本报记者 彭妍

今年以来，各银行机构、银行理财公司间的代销售合作愈发密切，跨行代销、合作互销的现象也颇为常见。

拓宽同业代销渠道

特别是6月份以来，多家银行理财公司加快拓展同业代销渠道。除添加他行代销机构外，银行理财公司还与同行展开合作。记者了解到，近期包括招商银行、农银理财、兴银理财等在内的多家银行及银行理财公司均发布新增理财合作机构公告，与此同时，银行理财公司也纷纷公告新增代销机构，有多家城农商行参与其中。

具体来看，招商银行新增宁银理财、平安理财两家合作理财公司；农银理财相继与上海银行、宁波银行达成理财产品代销合作；另外，平安银行也公告已与多家银行理财公司建立代销合作关系。与此同时，银行理财公司也纷纷公告新增代销机构，从拓展的代销银行属性来看，中小银行也积极参与其中。如，6月份兴银理财就新增了多家城商行和农商行为代理销售合作机构。

某银行理财经理告诉《证券日报》记者，银行正在布局多元化的产品体系，因此在积极纳入同业的优质理财产品。记者发现，工商银行、招商银行、兴业银行等多家银行App的理财产品展示页中都存在其他银行理财公司的理财产品，部分银行还为投资者在选择理财产品时提供了“自营”“代销”的筛选功能。

根据联合智评数据统计，截至2023年5月末，25家银行理财公司总计拓展了代销渠道852家，较2022年年末增加了188家，在渠道拓展速度上，处于稳步增长趋势。

谈及银行理财公司发力开拓代销渠道的原因，中国银行研究院博士后杜阳对《证券日报》记者表示，除了扩大银行理财公司的客户基础和规模外，拓展代销渠道也是分散风险的一种方式。此外，通过与代销渠道合作，银行理财公司可以提供更多样化的理财产品。

也有专家表示，相对来说，城商行、农商行的理财公司其母行网点受地域限制较大，覆盖面较窄，要想拓宽销售覆盖面，需要借力代销渠道。

增强自身实力更重要

业内人士分析认为，目前，理财代销已成为理财业务渠道建设的重心，代销渠道发展迅速，代销业务的市场份额逐步增大，但其发展面临的一些问题不容忽视。如代销全流程规范性亟待加强、代销产品同质化严重等。

业内专家表示，除了扩大代销渠道，银行也需要提升自身竞争力，银行代理理财业务可以从客户群体、渠道拓展、产品引入、服务体验等方面提升自身竞争力。

招联金融首席分析师董希森对《证券日报》记者表示，对于中小银行来说，需要加强销售规范性和服务的专业性，代销其他银行的理财产品，关键还要培养两支队伍，分别是产品经理和理财顾问。产品经理要对代销产品进行筛选，理财顾问要熟悉所代销的理财产品，更进阶的做法还要在此基础上能够帮客户提供理财咨询服务，提供资产配置方案。

券商三大业务线从业人数持续增长 人才专业性需求提升 保代首次突破8000人

■本报记者 周尚行

证券行业的高质量及专业化、特色化发展离不开专业队伍的建设，这也是行业行稳致远的内在要求。近年来，随着展业模式转型，券商对专业性人才的需求持续增加，相关从业人员团队不断扩充。

截至目前，证券行业保荐代表人(以下简称“保代”)从业人数首次突破8000人，分析师人数也已增至4200人以上，投资顾问(以下简称“投顾”)从业人数更是接近7.5万人。

保代等从业人数持续增加

证券行业从业人员在经历了2019年至2022年连续四年的增长后，今年以来暂时呈现净流出态势。截至6月29日记者发稿，东方财富Choice数据显示，证券行业从业人数总数为35.1万人，年内共有3230人净流出。

同时，不同券商的从业人数储备情况也呈现出分化态势。近年来，券商正积极为各项业务发展进行人才储备。在行业从业人数整体净流出的情况下，年内仍有近四成券商从业人数呈现净流入。其中，有9家券商从业人数数量净流入均超100人，中国银河、华泰证券、国金证券从业人数数量净流入位列前三，分别为307人、230人、213人。行业中，从业人数数量跻身“万人俱乐部”的包括中信证券、中信建投、广发证券、国泰君安、国信证券、中国银河等6家大型券商；而华泰证券从

业人数也已增至9380人。

整体看，今年净流出的从业人数数量占行业从业总人数的比例不足1%，并未出现人员大幅流失。此外，保代、投顾、分析师三大专业业务线的从业人员仍然保持增长，而一般证券业务以及证券经纪人的从业人数则呈现流失态势，这也是顺应了券商业务的转型发展需求。

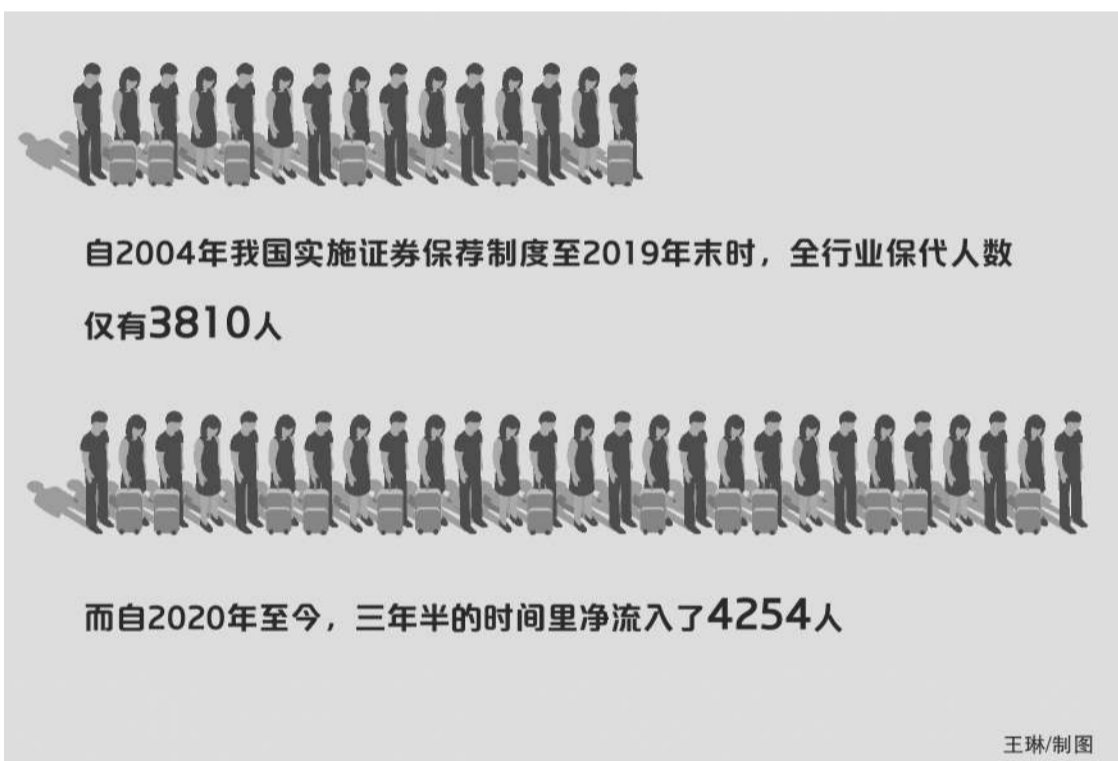
具体来看，券商保代首次突破8000人，人数为8064人，较去年末增加227人，增幅为2.9%；投顾人数为7.49万人，较去年末增加1419人，增幅为1.93%；分析师人数也在今年突破4000人，目前人数为4223人，较去年末增加288人，增幅为7.32%。

券商保代、投顾、分析师从业人数的持续增长也与券商业务发展转型紧密相连，相对应的是券商财富管理转型、注册制改革以及“研究+”三大业务发展模式。

对此，川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳在接受《证券日报》记者采访时表示，“投研、财富管理一直是券商的核心业务，一方面对专业性要求极高，另一方面其总体业务量呈现增长，尤其是在全面注册制背景下，对从业人员的数量和素质都有了更高的要求。目前券商投行业务越来越重，投行业务专业化的竞争也会越来越强，机遇和挑战并存。”

专业性需求不断提升

自2004年我国实施证券保荐制度至2019年年末时，全行业保



代人数仅有3810人，而自2020年保代准入门槛大幅降低至今，三年半的时间里净流入了4254人。

投行业务实力强劲的券商保代人数均呈现净流入趋势，包括中信证券、海通证券、华泰联合、国金证券、中金公司等。其中，中信证券的保代人数超过600人，中信建投、中金公司、华泰联合的人数也均超400人。

广发证券非银首席分析师陈福表示，“全面注册制下强化综合服务能力的要求，也让投行资本化对盈利的贡献愈加重要。投行业

务作为链接一级、二级业务的枢纽与服务企业客户的核心环节，头部券商持续优化布局与人员投入，在优质资产获取与定价发行能力上巩固优势壁垒，投行业务集中度持续提升。”

值得一提的是，为促进证券行业健康发展，保护投资者合法权益，切实加强证券经营机构及其工作人员廉洁从业的自律管理，今年4月份，中证协对《证券经营机构及其工作人员廉洁从业实施细则》进行了评估修订，进一步完善内控机制，明确廉洁从业、规范自

律管理三项要求，其中，将廉洁从业情况纳入薪酬管理体系，并进一步明确券商七大业务条线的廉洁从业要求。

中金公司非银团队认为，“随着监管对于行业集约经营的引导以及对于券商建立长效激励约束机制的要求，券商经营成本有望降低；长期来看，证券公司为人才密集型行业，随着业务转型不断深化，对人才专业性的需求不断提升。券商需建立长效激励约束机制，增加对于优质人才的吸引力，保证团队稳定性。”

险资：权益市场在底部区域 下半年看好科技和消费的投资价值

■本报记者 冷翠华

上半年即将结束，险资机构如何看待下半年的投资机会与风险，将采取怎样的投资策略？接受《证券日报》记者采访的险资机构认为，整体来看，险资配置难度进一步加大，投资收益依然承压，要打好投资的“组合拳”，做好资产配置匹配。

对下半年的投资机会，多家险资机构认为，权益市场方面，下半年的机会仍是结构性的；在债券投资领域，要根据长期逻辑和短期逻辑采取差异化策略。

配置难度持续加大

大家资产研究部研究员郭廓对《证券日报》记者表示，面对国内外纷繁复杂的形势，险资需要不断适应新的投资环境，进一步完善自

身投研体系建设。从宏观环境对保险资产配置的影响来看，郭廓认为，主要有三方面的挑战。一是利率水平低位震荡，超长期资产的供求有缺口，资产配置难度加大；二是近年来信用违约风险明显上升，合意资产的供求有缺口，结构性资产荒愈演愈烈；三是权益市场呈现新特征，极致分化的结构性行情可能成为常态，传统的投研框架必须升级。

光大永明资产相关负责人表示，《证券日报》记者表示，长期看，预计利率中长期稳定向均衡增速趋近，低利率环境中长期较难改变，以固收投资为主的保险资金再配置压力较大。投资收益获取难度增加，叠加市场波动加剧、风险偏好回落等因素，围绕“绝对收益目标”构建收益水平合理、回撤幅度可控的投资策略和组合的绝对收益策略更加适合保险资金。

对下半年的投资机会，该负责人表示，消费进一步复苏的预期，汇率回落的信号，稳增长增量政策出台的预期，都有可能产生新的投资机会。险资可重点把握盈利回升带来的权益市场投资机会，稳增长政策预期差带来的债券波动操作机会，以及全球流动性拐点带来的资本市场重新定价机会。

对2023年经济复苏的进程，泰康资产认为，今年年初已经看到明显的出行等场景消费复苏，但在转化为就业改善以及房地产提振方面，目前看传导不是特别顺畅，后续还需经历去库存的过程。疫情后经济的复苏，以及信心的恢复都需要时间，但目前市场已经进入底部区域。

持续优化资产结构

在郭廓看来，展望下半年，一

方面，稳增长政策“护航”，经济内生动力进一步修复；另一方面，经济处于动能转型阶段，海外仍面临诸多不确定性，因此投资需要多关注“供给端”的变化。他认为，以数字经济、智能汽车、新能源技术为代表的产业领域，是贯穿全年的投资主线，也是资本市场估值和业绩向上弹性的来源。

光大永明资产相关负责人表示，对下半年的投资机会，在高质量发展政策背景下，扩大内需尤其是扩大消费的投资价值值得关注；同时，看好数字经济引导的科技产业；从估值角度看，除了“中特优”概念，电力、光伏等板块也值得关注。

权益市场投资给险资投资带来了更大弹性，但从大类资产配置来看，当前债券仍是险资配置的第一大种类。国家金融监督管理总局数据显示，今年前5个月，险资债

券投资余额超11.3万亿元，占比约为43%。

光大永明资产相关负责人表示，未来利率水平可能维持长期下行趋势，险资应做好长期应对固定收益资产荒的准备，调整战略资产配置策略，获取更多具有稳定利息收入和分红收入的优质资产，主动优化负债端期限结构，向资产负债良性互动的路径转型。同时，也不能忽视经济周期性波动对利率的影响，灵活调整短期策略，避免利率短期波动造成不利影响。

大家资产固定收益投资部投资经理兰天表示，对保险资金来说，固收投资是“压舱石”。对于信用债来说，降息之后，信用债整体收益率仍偏低，期限来看短久期信用债性价比降低。因此，在利率不会进行大幅调整的判断前提下，可根据险资负债端的特点，均衡配置3年至5年期的票息资产。