

# 逾七成“固收+”基金产品年内实现正收益 总规模增至1.46万亿元

■本报记者 王宁

今年以来，“固收+”基金的业绩表现、新产品布局和总规模增长等均呈现良好态势。Wind数据显示，截至7月13日(下同)，包括混合二级债券型、偏债混合型在内的“固收+”基金产品合计有2380只(A/C分开计算)，总规模达1.46万亿元，年内增长600亿元。其中，年内实现正收益的产品数量有近1730只，占比72.69%。

多位公募基金基金经理表示，基于“固收+”基金投资策略的日益丰富和债券市场向好态势，未来该类产品的数量和规模仍有提升空间。

## 70只产品年内收益超5%

“固收+”是一种投资策略，由固收和浮动收益两类投资组成。其中，固收部分是指固定收益，主要投资于理财、债券等产品，而“+”是指

指提高收益部分，主要投资于基金、股票等。该类产品的投资方式能在平衡风险前提下博取收益，兼顾收益和风险特性，目前产品数量增长迅速。

Wind数据显示，包括混合二级债券型、偏债混合型在内的“固收+”基金数量已有2380只，截至目前，其中年内实现正收益的产品数量超过七成，具体来看：收益在5%以上的产品有70只；其中，排名前十的产品收益均在7%以上，最高收益可达到23.27%。此外，另有1230多只产品收益在1%至5%之间，成为正收益产品中的“主力军”。

与之相对应的是，有460只产品年内收益为负，但整体亏损并不明显，其中，仅有9只产品收益在-5%以下，451只产品收益在0至-5%之间。

此外，在管理规模方面，有18只产品规模均在100亿元以上。其中，最高管理规模超过380亿元，有6只

产品管理规模在200亿元至300亿元之间，12只产品管理规模在100亿元至200亿元之间。同时，管理规模在20亿元至100亿元之间的产品有141只，有62只产品管理规模在10亿元至20亿元之间。

整体来看，“固收+”产品的管理规模出现分化，但从年内总规模增长态势来看，呈现出良好局面。Wind数据显示，截至目前，“固收+”基金总规模已达1.46万亿元，较年初的1.4万亿元增长了600亿元，同时，年内新成立产品有80只，发行份额达到527.69亿份。

## 新产品加快布局中

除了已运行的“固收+”基金外，基于对该类产品发展和债市未来投资预期，多家公募基金正在加快布局新产品。Wind数据显示，目前正在发行的“固收+”产品有16只，包括12只偏债混合和4只混合

二级债产品；而从封闭期限来看，6个月持有期和一年持有期各自占据半数。

值得一提的是，多只新布局的“固收+”产品在投资策略上均进行了丰富，由此前的单一权益和固定投资策略向多策略迈进。嘉实基金相关人士告诉记者，传统的“固收+”策略多是大类资产配置视角，单一资产、单一策略来应对市场波动，但很难避免影响投资体验，为了更好地满足投资者对低波动类理财产品需求，新布局的“固收+”基金开始采用多策略、多资产模式，为投资者提供“方舟般”体验。

一方面是“固收+”基金在自我进化来满足投资者需要，另一方面是机构认为未来债市投资仍有明显机会。银华基金养老金投资管理部投资副总监、基金经理贾鹏向记者表示，由于海外经济存在诸多不确定性，下半年国内经济大概率将温和修复，而纯债投资可能相对偏震

荡，策略上应偏重较为稳定的票息收益；同时，需要关注信用风险和逆向配置，既要避免过多信用债为主，又要适当进行逆向操作，例如当债券收益率上浮时，适当小幅增加配置。

“预计下半年经济或将延续温和修复态势，在此背景下，‘固收+’产品也将市场波动中继续成为投资者的最佳选择。”贾鹏表示，尤其是在债券收益率下行后，适当将部分资产配置转移到“固收+”产品中，有利于提升资产配置稳定性。

此外，银河基金固定收益部基金经理张沛也表示，就全年来看，今年相关政策是更有利于固收类资产表现的。“目前对债市还是保持谨慎乐观，下半年债券市场或依然有下行空间，但在今年二季度债券上涨后，继续下行幅度与可持续的周期很难判断，做好应对而非预判可能是下半年债市需要关注的重点。”

# 今年以来两家顶流券商因网络安全事件被点名 行业积极提升信息技术水平补短板

■本报记者 周尚辰

近年来，证券行业信息安全事件时有发生，加强券商网络与信息系统的稳定运行保障体系建设迫在眉睫。2023年以来，证券行业中的“券茅”(东方财富证券)及“券商一哥”(中信证券)就均因相关网络安全事件，被监管部门“点名”。

7月13日，深圳证监局对中信证券及三名相关人员出具警示函。其内容显示，经查，深圳证监局发现中信证券在2023年6月19日的网络安全事件中，存在机房基础设施建设安全性不足，信息系统设备可靠性管理疏漏等问题。公司应认真落实网络安全责任制，强化网络和信息安全工作，吸取事件教训，举一反三，彻查风险隐患，对相关问题进行全面整改。

不仅是中信证券，3月31日，西藏证监局对东方财富证券也采取了责令改正措施。监管公开信息显示，东方财富证券在2023年3月21日的网络安全事件中，存在信息系统升级论证测试不充分、未及时报告网络安全事件的问题，责令东方财富证券对此次事件相关责任人员进行内部责任追究，并妥善处置此次事件引发的投资者诉求。

“近年来，证券公司因交易软件宕机导致业务中断的问题屡上热搜，而监管在经调查后也经常认定造成原因是证券公司‘信息系统升级论证测试不充分’。”毕马威中国近期发布的报告指出，证券公司应强化和细化重要信息系统的开发及变更流程中风控、测试、验证、应急、回退等环节要求，充分评估技术和业务风险，制定风险防控措施、应急处置和回退方案。同时，证券公司应组建与系统规模相匹配的测试人员或团队，设置合理的开发与测试人员配比。在重要信息系统上线、变更前应当制定全面的测试方案，持续完善测试用例和测试数据，并保障测试的有效执行。

近年来，虽然证券行业资产规模持续增长、盈利能力不断提升，但行业整体信息技术投入不足、信息系统架构落后、信息技术管理能力欠缺等，已成为长期制约行业信息系统安全的主要问题。

6月份，中证协印发的《证券公司网络和信息安全三年提升计划(2023-2025)》(以下简称《安全提升计划》)明确提出，鼓励有条件的券商2023年至2025年三个年度平均净利润的10%或平均营业收入的7%，拟投入金额较此前征求意见稿中的比例进一步抬升。

从上市券商信息技术的投入来看，2022年，华泰证券、中金公司、国泰君安、海通证券、招商证券、中信建投、广发证券、中国银河等8家券商的信息技术投入均超10亿元，华林证券、方正证券的信息技术投入同比增幅均超20%。

本版主编于南 责编余俊毅 制作闫亮  
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话010-83251785

# 保险行业不香了？部分险企股权多次挂牌难觅买家

■本报记者 冷翠华

近日，中水渔业第三次欲出清其持有的华农保险股份，而第三次挂牌底价亦较此前更低。在业界看来，这或许是近年来保险公司股东退出难、资本引进难的体现：一方面，部分保险公司现有股东欲转让股权却找不到合适买家；另一方面，多家公司正在寻求引进战略投资者，却鲜有成功。

对此，业内一种声音认为，保险公司股权不再“吃香”，既与行业所处发展阶段有关，也与经济环境有关。而整体来看，我国保险业仍具有巨大发展潜力。

## 三次挂牌欲出手

7月12日，北京产权交易所信息显示，中水集团远洋股份有限公司(简称“中水渔业”)、北京华农船务运输公司、大洋商船有限公司等公司皆欲挂牌出让其所持有的华农

保险股份。根据股权关系，北京华农船务运输公司、大洋商船有限公司均为中水渔业全资子公司。此番，中水渔业及其子公司拟挂牌出让所持华农保险股份共计1.1亿股，底价为1.87亿元。

事实上，这是中水渔业及其子公司第三次出让所持华农保险股份。此前(2019年12月份)，中水渔业及其子公司首次挂牌转让挂牌底价约为1.88亿元；2022年12月份第二次挂牌时，挂牌底价为1.98亿元；而如今挂牌底价已调整至1.87亿元。

公开资料显示，中水渔业为华农保险发起股东之一，初期合计控股52.38%，此后因未参与增发，持股比例降低至11%。

年报数据显示，2019年至2022年，华农保险保险业务收入从26.19亿元增长至40.5亿元，但净利润分别为-2.16亿元、0.1亿元、0.15亿元、0.13亿元。公司官网显示，自2019年起，华农保险开启以数智化

和轻资产为核心的差异化发展战略，驶入高质量发展快车道，总保费快速增长，综合成本率优化显著，近3年公司持续实现盈利。

除了华农保险，今年以来，北部湾财险等险企股权均出现过在首次挂牌交易失败后，再次挂牌交易的情况。

爱收牌(上海)商务咨询服务有限责任公司运营总监郭银龙对《证券日报》记者表示，部分企业转让其所持保险公司股权，但市场反应冷淡，主要原因在于保险行业近年来发展趋缓，且行业竞争激烈，部分保险公司经营状况欠佳，有股东投资收益未达到预期或者投资周期延长，因此一些股东对未来保险行业发展前景预期偏向谨慎。

## 融资工作难推进

如今，保险公司引进战略投资者也并不容易。近年来，多家保险公司拟增资扩股或引进战略投资

者推进情况不理想。例如，根据华农保险股东中牧股份公告，华农保险今年拟增发不超过15亿股，增资金额不超过25.5亿元，但基于公司发展战略规划、主营业务等综合因素考虑，中牧股份最终放弃了对华农保险同比例增资认购权。

安心保险、渤海财险等险企也在寻求战略投资者。其中，安心保险由于偿付能力不足，自2021年初便已停止车险新业务。此后，其一直在推进融资工作。不过，截至今年一季度末，其偿付能力报告披露的信息显示，目前，其偿付能力仍然严重不足，其表示：“继续全力推进融资工作，增强公司资本实力，尽快恢复偿付能力充足率水平。”

渤海财险去年5月份在天津产权交易所披露信息，拟新增注册资本21亿元，拟募集资金对应持股比例不超过51.55%。若增资完成，渤海财险原股东合计持股比例不低于48.45%，新股东合计持股比例不超过51.55%。在其去年第三季度

偿付能力报告中，渤海财险还提及，公司制定了与战略发展规划相适应的资本规划，积极推进增资引战等资本补充工作，建立长效资本补充机制。

不过，在渤海财险今年一季度偿付能力报告中，其增资引战工作进展未被提及。渤海财险表示，今年1月份完成了1.5亿元次级定期债的募集，并将积极拓展债券募集渠道，推动尽快完成剩余0.8亿元次级定期债的募集工作。

郭银龙分析认为，当前险企引进资本较难，一是保险行业投资周期长且门槛较高，动辄数亿元投资，但短期难见收益；二是保险市场近年竞争激烈，固有的市场格局难以撼动，不少中小险企生存和发展承压。

同时，还有业内人士表示，除了市场主体更加理性外，保险行业本身也对资本方提出了更高要求，这也是保险公司不易找到合适资本方的原因之一。

# 阳光保险启动2023年“7.8全国保险公众宣传日”活动

2023年是实施“十四五”规划承上启下的关键之年，今年7月8日，也是第十一个“7.8全国保险公众宣传日”。今年的主题是“保险力量，为奋斗的你加把劲”，阳光保险高度重视，积极参与，围绕这一主题启动了丰富多彩的“7.8全国保险公众宣传日”活动。对内做好动员，鼓励全员参与；对外向社会展示阳光的初心与使命，向公众普及保险理念和保险知识，彰显保险的温暖与力量。

## “健康生活每一天”保险公益活动

阳光保险依托中保协微信小程序开展“健

康生活每一天”主题活动。积极号召各子公司和分支机构参与活动，通过上传监测数据，自愿选择区域和类别认领保险公益项目，聚焦乡村振兴、老年群体、新市民、绿色+科技等多个类别多个数量的保险公益项目，为需要帮助的地区和人群提供保险保障和公益服务。

## “唱响新征程，绿色环保跑”活动

阳光保险号召各子公司及分支机构组织本系统员工及客户等将歌咏、跑步和环保相结合，在公园、校园、体育场、地标等场地，通过拉歌、赛歌、快闪等生动活泼的歌咏形式，开展

“唱响新征程，绿色环保跑”线下集体活动。通过带动保险从业者及社会公众积极参与，歌唱爱党爱国歌曲，展现阳光人“奋进新征程、建功新时代”的昂扬风貌。同时，鼓励大家在活动中“随时拍”好人好事好景，通过社交媒体分享倡导乐观、积极、健康、绿色的生活方式。

## “保险力量，为奋斗的你加把劲”直播

阳光保险积极参与中国保险行业协会与新华网合作开展的“保险力量，为奋斗的你加把劲”系列直播活动。在7.8当天，以接力的方式在主办方相关平台展示阳光智慧门店的贴

心服务和专业的企业风险减量服务，展示保险业良好形象，形成传播叠加效应。同时，倡导各子公司及分支机构通过各自微信视频号、抖音、微博等官方账号进行形式灵活、内容多样的直播活动，培育打造行业自己的网络主播达人，传递行业正能量，让保险以更加生动有趣的面貌走向年轻一代消费者。

## “保险五进人”宣传活动

阳光保险组织各子公司以“7.8全国保险公众宣传日”为契机，通过“走出去、请进来”开展“保险五进人”(进学校、进农村、进社区、进

机关、进企业)活动。通过建设高质量保险服务网点，完善基础设施配置，增设助老护幼、关爱户外劳动者等区域，推动柜面服务效率再提速；组织开展社区义诊活动，旗下阳光融和医院开展社区义诊服务，解答居民健康问题，推动社区健康事业服务；设立咨询服务展台，组织公益性社会服务、发放宣传资料、悬挂条幅标语、走进康养基地等创新活动，普及保险知识，宣传保险功能作用。

普及保险知识，倾听公众心声，阳光保险用实际行动诠释“保险力量，为奋斗的你加把劲”。这个7.8，阳光与您同行！  
(CIS)

# 打通基金理财服务客户最后一公里 中植基金推出“鑫在线”远程服务平台响应客户需求快人一步

近年来，随着云计算和大数据技术等不断发展，SaaS平台广泛应用，并不断深入金融服务领域，金融企业云端服务掀起不断升级迭代的热潮，科技架起了金融变革的桥梁，更紧密地链接客户需求与金融服务，让服务更聚焦客户需求，专注提升客户体验。中植基金作为专业的基金销售平台与财富管理机构，以客户为中心，加强数字化赋能，于近日推出“鑫在线”远程服务，打通基金理财服务客户最后一公里，将中植基金专业的资产配置服务装进客户口袋，不错过每一个市场热点。

鑫在线，是依托于中植基金服务品牌鑫理财™之上的服务抓手，相当于“中植基金线上营业厅”，线上为客户提供鑫理财™拥有的专业投研能力、优中选优产品货架、持续且丰富的投教陪伴。而客户拿起手机即可“进店”，负责接待的则是中植基金专业的在线服务顾问。

据介绍，中植基金在线服务顾问团队是一

支具有高水准职业操守、卓越的创新精神、出众的资产配置能力的专业团队。平均工作经验超10年，50%以上具有硕士学历，均来自头部券商、量化私募、公募等机构，且大多持有CFA、CFP、AFP等证书，擅长高净值客户资产配置服务，拥有丰富的客户服务实战经验，助力优化高净值家庭资产结构，人均管户超10亿元人民币，累计为10万+高净值客户提供资产配置方案。

中植基金常务副总裁兼首席营销官蒲建冲表示：“中植基金一直在寻找既能服务好客户，又能让效率更高的方式，鑫在线的推出很好地解决了这一问题。中植基金在线服务顾问是一批专业性非常强的团队，可以做到提前更加确切的分析客户的需求，投中为客户解答配置疑问，投后紧跟市场热点持续输出调整优化资产配置方案的分析和建议，是中植基金资产配置服务和客户之间的最后一公里，做到了

突破时间、地域限制，让每一位客户都享受同样专业水平的服务”。

蒲建冲介绍，鑫在线的推出强调三大特性，一是强服务性，将基金销售服务具象化为工作流程和方法；二是标准化，让客户无论在什么地方，享受的服务都可以做到一样，降低因服务人员的不同而产生的信息差等差异，更好地实现为客户提供“千人千面”的理财服务；三是线上化，服务场景线上化、沟通线上化，缩小交互成本，迅速传达财富讯息，及时听取客户需求变化。

事实上，近两年市场波动加剧，每个产品受市场行情、客户账户、风险承受能力、理财的认知度等因素而对客户具有更特殊的配置作用，投资者需要更专业、及时的投教陪伴。鑫在线在工作方式上领先市场创新，推出“4个1”服务模式，即1周1次专业市场分析；1月1次持仓产品解读；1季度1次资产检视服务；1



年内提供市场波动解读陪伴，希望用定制化的专属服务，真正做到用心“在线”，努力为客户实现财富的长期回报。

未来，中植基金还将继续在合规经营、独立运作的前提下，坚持以客户需求为导向，顺

应数字时代变化，创新数字化经营，随时随地为客户提供咨询和解决方案，纾解客户痛点难点，用更先进的手段优化资源配置，力求为客户提供更便捷、全面的服务，提供覆盖全生命周期的财富管理陪伴。  
(CIS)