

ETF尽显市场优势 新年首周总份额增加超73亿份

■本报记者 王宁

2024年首周,ETF(交易型开放式指数基金)产品展现出较强活跃性。Wind数据显示,2024年首周(1月2日至1月5日)ETF总份额增加73.14亿份,达到2.024万亿份;从单只基金表现来看,有4只基金产品份额增长均超10万份。

多位业内人士表示,ETF具备明显的头部效应,规模越大流动性越好,从而更受投资者欢迎。从新年首周来看,ETF产品的市场优势(低成本、交易便利和更具透明性)更加明显,部分产品规模与份额出现同步增长态势。

318只ETF份额正增长

具体来看,有318只ETF份额首周实现正增长。排名靠前且份额增长均在10万份以上的4只产品,分别是华夏上证科创板50ETF、华泰柏瑞红利低波动ETF、易方达创业板ETF和广发上证科创板50ETF。其中,华夏上证科创板50ETF增长份额超过26万份。

另有35只ETF份额增长超1万份,包括嘉实沪深300ETF、银华上证科创板100ETF、广发创业板ETF和华泰柏瑞红利ETF等。从产品主题分类来看,科创和红利主题ETF份额增长最多。

“规模越大的ETF流动性越好,从而更容易受投资者认可,但这个正反馈机制也导致ETF产品呈现两极分化、强者恒强的态势。”华夏基金相关人士向《证券

日报》记者表示,开年首周,ETF的低成本、交易便利和更具透明性等优势便有所体现,同一标的指数的产品竞争则主要体现在流动性方面。

Wind数据显示,目前,ETF产品总量已达896只,份额增加最大的行业为信息,有8只基金跟踪;份额增加最大的主题为中证医疗指数,有4只基金跟踪;份额增加最大的指数标的为科创50,有10只基金跟踪;收益最高的指数标的为中证煤炭,有1只基金跟踪。正处发行阶段的ETF有4只,分别是华夏中证全指可选消费ETF、华夏中证全指信息技术ETF、富国MSCI中国A50互联互通增强策略ETF和鹏华道琼斯工业平均ETF。

红利主题ETF持续“吸金”

Wind数据显示,2024年首周,部分ETF规模增长明显。1月5日当日,有8只ETF规模增长在1亿元以上,最高增长近18亿元。从分类来看,除了1只为货币型ETF外,其余7只均为股票型ETF,且排名靠前的4只均为红利主题ETF,例如华泰柏瑞红利低波动ETF、景顺长城红利低波动ETF和易方达红利ETF等,单日规模增长均在3亿元以上。

另有30只ETF在1月5日当天规模增长在1000万元至1亿元之间。其中,有7只产品规模增长在5000万元至1亿元之间。从这些产品类型来看,包括细分主题和宽基产品,以及货币型ETF等。



多数公募基金正在加快布局ETF相关产品。Wind数据显示,截至目前,有50多只产品正处在不同审批阶段,包括已审批待发行、待审批、已受理待审批等。

上海某公募基金相关人士告诉记者,在产品减量降费背景下,未来三年仍将是指数产品大发展的

战略机遇期,为了更好地抓住指数产品发展红利,相关机构将立足特色,顺应市场趋势,切实满足投资者多元化需求。具体表现在:一是要继续补短板,走多元化路线。对类似科创100符合国家战略发展方向的品种,积极抢先布局;二是在已布局宽基产品基础上,衍生出更多细分策略ETF和增强类产品,进

一步完善产品线。

“未来发展重点在于指数品种类别、投资策略的创新,以及配套服务创新等。”华夏基金相关人士表示,随着资本市场制度逐步完善,在多方面支持下,指数基金业务生态圈将不断拓展,投资范围不断扩大,需要更加重视指数精细化管理。

宽基ETF降费再添一员 专家称低费率产品更具性价比

■本报记者 王思文
见习记者 彭衍松

1月5日,景顺长城基金发布公告称,公司旗下景顺长城创业板50交易型开放式指数证券投资基金(以下简称“景顺长城创业板50ETF”)管理费率由年费率0.50%调整为0.15%,达到全市场宽基ETF最低管理费率水平。

至此,近半年来已有5只宽基ETF下调管理费率。相较于主动管理型基金产品,宽基ETF紧密跟踪大盘,采用完全复制法或抽样复制法,透明度高、交易灵活。

谈及宽基ETF降低费率的原因,中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示:“首先,这是基金公司提高产品竞争力、吸引更多投资者而采取的一种市场策略;其次,随着运营效率的提高,基金公司有能力在保持服

务质量的同时降低管理成本,从而将部分节约的成本通过降低费率的方式回馈给投资者;此外,降低费率也是基金行业适应市场变化、响应监管要求的一种表现。”

持有人少交67%管理费

根据公告,景顺长城创业板50ETF的管理费率由年费率0.50%调整为0.15%,托管费率由年费率0.10%调整为0.05%,自1月8日起生效。

若以持有1年期测算,基民持有10万元产品且不计净值变化、收益等条件下分开计算,费率调整后,投资者分别应付600元和200元,投资者可以节省400元,降幅为67%。

朱克力表示,费率无疑是投资者在选择ETF产品时考虑的一大因素,较低的费率意味着投资者支付的管理费用减少,从而增加了投资

者的实际收益。

目前,同样跟踪创业板50指数的产品共有三只,分别为华安创业板50交易型开放式指数证券投资基金、鹏华创业板50交易型开放式指数证券投资基金以及景顺长城创业板50ETF,这三只产品管理费率此前均为0.5%。景顺长城创业板50ETF管理费率下降到0.15%,成为跟踪该指数管理费率最低的产品。

“在同类型的ETF产品中,低费率的产品更有性价比。”巨丰投顾高级投资顾问罗啼明向《证券日报》记者表示。

费率调降在路上

近年来,交易型开放式指数基金(ETF)市场快速发展。目前,ETF规模已经发展到2万亿元左右。其中,宽基ETF占比达到23%。在近期市场震荡中,宽基

ETF的交易更加活跃。以2023年11月21日前后的33个交易日作为对比,规模指数ETF区间净流入总额前后分别为-21.28亿元、910.23亿元,平均值分别为-0.12亿元、4.74亿元,明显增长。

据记者不完全统计,在全市场205只宽基ETF中,管理费率相较2023年6月30日有所下降的产品包括易方达上证科创板50成份交易型开放式指数证券投资基金、工银瑞信上证科创板50成份交易型开放式指数证券投资基金等5只基金产品。截至2024年1月7日,管理费率在0.15%的宽基产品共有35只。

南开大学金融发展研究院院长田利辉在接受《证券日报》记者采访时表示,随着宽基基金的数量和规模的扩大,部分产品设计出现了趋同化态势,这也是有些基金公司降低管理费率的原因之一。

在科方得智慧金融行业研究负责人聂清云看来,费率调降反映

了当前ETF市场竞争态势和未来趋势。在激烈的市场竞争中,基金公司纷纷降低费率以争夺市场份额。

多位受访人士表示,未来或有越来越多的宽基加入调低费率的队伍。“未来权益ETF市场的费率可能会继续呈现下降态势。”朱克力表示,随着市场竞争的加剧和技术的不断进步,基金公司将更加注重成本控制和费率优化。然而,费率下降的空间和速度可能会受到多种因素的影响,如市场环境、监管政策、运营成本等。因此,未来权益ETF市场的费率变化趋势将是动态的。

聂清云表示,未来权益ETF的费率调整幅度和速度取决于市场环境、监管政策以及基金公司的竞争策略等多个因素。在选择ETF产品时,投资者应综合考虑费率、业绩、规模、流动性等因素,以获取更好的投资体验。

个别银行现金管理类理财产品 七日年化收益率仍超5%

专家表示高收益或不持久

现金管理类理财产品是“零钱袋”,进出便捷,持有时间比较短。受短期因素影响,短期资金利率出现攀升,带动了现金管理类理财产品收益率走高。预计在一周到两周后,现金管理类理财产品的收益率就会回归到原有水平。

■本报记者 彭妍

近期,《证券日报》记者梳理发现,不少银行的现金管理类理财产品的七日年化收益率在开年后仍保持稳定,部分产品七日年化收益率超过了3%,也有个别产品达到了5%以上,但是并没有持续去年底的“翘尾”冲破6%。

受业内专家影响,在元旦、春节等特殊时间节点前后,受短期因素影响,短期资金利率出现攀升,带动了现金管理类理财产品收益率走高。不过,预计不久之后,其收益表现会按照“低风险、低收益”的特征回归常态。

多只现金管理类理财产品 七日年化收益率超3%

现金管理类理财产品是银行及理财公司推出的一款流动性强的理财产品,主要投资于货币市场、债券市场、银行票据以及政策允许的其他金融工具等标的。该类理财产品通常具有流动性好、风险低、收益稳定的特点。现金管理类理财产品通常以“七日年化收益率”和“万份收益”作为衡量收益的指标。七日年化收益率是指过去7天该理财产品的日万份产品份额净收益水平的平均值,再进行年化折算后得到的收益率。

例如,民生理财推出的“天天增利现金管理51号理财产品E”,2024年1月4日,该款产品七日年化收益率达到5.02%。从产品信息来看,该款产品为净值型现金管理类理财产品。另外,该行其他现金管理类理财产品的七日年化收益率能够达到3%以上。

此外,招商银行、平安银行、兴业银行等股份制银行都推出了多只七日年化收益率超3%的现金管理类理财产品。

一位不愿具名的业内人士分析认为,银行现金管理类理财产品底层资产以高流动性的货币市场类资产为主,同时配置了相当比例的现金及银行存款、买入返售、同业存单以及其他资产等。

对于现金管理类理财产品收益率走高的情况,冠首咨询创始人周毅对《证券日报》记者表示,近期现金管理类理财产品七日年化收益率较高,是因为在刚刚过去的年末时点市场逆回购利率拉升,致使银行理财产品在短期内实现了较高的收益。但是由于逆回购的期限很短,预计在一周到两周后,现金管理类理财产品的收益率就会回归到原有水平。

易受短期资金面波动影响 收益率不会长期上涨

在存款利率下行背景下,现金管理类理财产品由于其相对较高的收益率、高流动性而为许多投资者青睐。但是,此类产品收益率是不固定的,容易受到短期资金面波动影响。

相比“跨年”节点,当前现金管理类理财产品的收益率已经出现回落。在去年年底之前,有银行此类产品近七日年化收益率曾达到14%以上。

例如,以民生理财推出的“天天增利现金管理51号理财产品E”产品为例,该款产品在2023年12月29日七日年化收益率曾高达14.11%,之后便一路下行。截至今年1月4日,该产品七日年化收益率已经降至5.02%。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平在接受《证券日报》记者采访时表示,在元旦、春节等特殊时间节点前后,受到短期因素影响,部分时点短期资金利率出现攀升,带动了现金管理类理财产品收益率走高。在央行公开市场操作调节之下,市场流动性总体上较充裕,现金管理类理财产品的收益表现会按照“低风险、低收益”的特征回归常态。

对于后续利率走势,周毅表示,目前,国内商业银行存款利率继续调降,市场利率仍然在下行通道中,现金管理类理财产品收益率也会受影响。后续来看,现金管理类产品的收益表现会进一步下滑。

周毅表示,现金管理类理财产品是“零钱袋”,进出便捷,持有时间比较短。由于现金管理类理财产品的投资资产久期都很短,在短期内的业绩波动是比较小的。投资者需要关注的是现金管理类理财产品近七日年化收益率表现,一年前的收益参考意义不大,它不能让投资者真实体验现阶段产品的短期回报。

“投资者在投资现金管理类理财产品时应综合考虑申购、赎回确认时效,开放规则,风险等级,资金投入,日万份净收益和七日年化收益率等因素,结合自身实际情况进行选择。”上述业内人士表示。

记者观察

为新基金“开门红”之变点赞

■吴琳

一直以来,基金新发市场就有“开门红”的说法,各家基金管理人往往派出得力干将布局新年首周“战场”。不过,在经历了2023年的震荡洗礼后,2024年新发产品渠道氛围相对清淡,少了以往的刷屏宣传,但这并非基金公司失去热情,而是不再刻意强调“开门红”档期。

2023年12月14日,证监会召开党委(扩大)会议时提出,“壮大‘耐心资本’”。作为重要机构投资者,公募基金应承担“耐心资本”职责,当好服务实体经济的主力军和维护金融稳定的压舱石,秉持为持有人创造长期可持续回报初心,在基金“好做不好做”时逆市布局,围绕清晰的价值成长投资理念,为投资者提供更多可选产品,锚定优品而非爆品,更好诠释在“长跑”中胜出。

可以看到,2024年伊始,上证指数虽仍在3000点下方维持持股状态,但新基金发行已呈现更加积极

的变化。

首先,新基金发行节奏加快,基金管理人积极看待权益市场。

Wind数据显示,2024年1月份开始发行认购的基金超过70只(A/C份额合并计算,下同),较2023年同期明显增加,更扭转了此前连续三年首月新基金发行数量下滑态势。其中,逾四成基金在2024年首周发行,首个交易日就有11只基金发行。从参与发行的基金公司来看,涉及逾40家基金管理人,不乏易方达基金、广发基金、华夏基金、南方基金、天弘基金、博时基金等头部基金公司。

实际上,无论是基金公司还是销售渠道,对新年首月布局依然保持高度重视。2024年,基金管理人更倾向通过加强产品创新带给投资者更好体验,同时对于权益市场底部布局机会愈发关注。此时,加上新产品布局,完善产品线,既是响应监管要求的直接体现,也释放了看好后市的积极信号。

其次,新基金发行主动权益类产品增多,基金管理人践行“逆向销售”。

2023年8月份,证监会公布的“活跃资本市场,提振投资者信心”一揽子政策措施中,大力发展权益类基金是投资端改革的重要内容,强调“引导头部公募基金公司增加权益类基金发行比例”。从2024年1月份新基金发行的类型看,主动权益类产品达到26只,占比近四成,较2023年同期有所提升。随着基金发行逐步回暖,权益市场有望迎来更多增量资金。

当前经济逐步复苏、转型红利渐次释放,权益市场处于严重低估阶段,通过权益类产品的发行,引导投资者入市并长期投资,以更低成本把握机会,更容易获得超额收益,同时也是基金管理人强化责任与担当,践行“逆向销售”,利用专业能力帮助投资者合理配置优质权益资产,享受中国经济长期增长红利。

再次,新基金发行产品类型增多,满足不同投资者多元化需求,基金管理人更加注重提升“基民”的投资体验。

进入2024年,首批发行档期的基金除股票型、混合型、债券型基金外,还有QDII(合格境内机构投资者)、REITs(不动产投资信托基金)和FOF(基金中的基金)产品,类型更加丰富。

基金管理人根据市场需求和投资者偏好,逆周期调整发行节奏,在市场低位时,为投资者提供更多可选产品,进一步满足投资者的多元化需求,同时优化基金产品设计,提高主动管理能力,通过高质量的陪伴与服务,系统性提升基金投资体验,将推动基金投资回报转化为基金投资者回报。

最后,新基金发行回归产品定位,锚定优品而非爆品,基金管理人主动服务国家重大战略。

随着全面注册制落地,经营稳健、重视研发的创新蓝筹企业投资

价值凸显,相关ETF(交易型开放式指数基金)产品的推出受到了投资者广泛认可。2024年,基金管理人依然保持了较高的布局积极性,ETF产品加速“上新”,同时部分基金公司还试图通过差异化竞争突出重围。比如,有基金公司利用合资公司优势,推出独家跨境ETF品种。此外,还有基金公司通过设计开发科技创新等主题基金,积极引导长期属性基金流向科技含量高、潜在价值大、发展前景好的实体企业,主动服务国家重大战略。这些有助于将短期交易性资金转化为中长期配置力量,进而优化专业机构的投资行为,畅通资本与实体经济良性循环。

行胜于言。未来,财富管理机构比拼的是资产配置的能力、产品体系的厚度、客户服务的深度。基金公司精耕细作资产配置服务,提供优质的产品以及舒适的投资体验,让客户财富保值增值,比任何“档期炒作”都更具说服力。