

主动权益基金“中考”放榜:

1433只产品浮盈 “冠军基”涨幅超30%

■本报记者 昌校宇

2024年上半年已收官,公募基金行业主动权益产品(包括普通股票型基金、偏股混合型基金、灵活配置型基金、平衡混合型基金,只统计主代码基金,下同)“半年考”成绩单也随之公布——1433只产品实现浮盈,“冠军基”涨幅超30%。

同时,从绩优产品基金经理的表态,以及公募基金近期召开的中期投资策略会给出的投研观点来看,大家对权益市场走势持乐观态度,高股息、人工智能等成为投资热词。

Wind资讯数据显示,截至6月30日,全市场4442只主动权益基金中,1433只产品上半年实现浮盈,占比32.26%。其中,浮盈超过20%的基金有30只,浮盈超过10%的基金有300只。

具体来看,宏利基金基金经理王鹏管理的宏利景气领航两年持有、宏利景气智选18个月持有A、包揽上半年主动权益基金业绩的冠亚军,浮盈分别为30.19%和30.06%;永赢基金基金经理许拓管理的永赢股息优选A以29.98%的浮盈紧随其后,位居第三名。

进一步梳理,今年上半年业绩领先的主动权益基金主要集中布局三类资产。一是重仓人工智能板块的个股。如王鹏在管基金的

不错收益或与其在此赛道中的布局有关,截至一季度末,他管理的多只基金均重仓了人工智能。

二是聚焦优质高股息标的。以永赢股息优选A为例,该基金一季报显示,其前十大重仓股以电力龙头公司等高股息股为主,包括中国核电、青岛港、浙能电力、中国广核等。

三是“偏爱”资源等周期板块。如业绩较好的博时成长精选混合A,该基金一季报显示,其前十大重仓股主要来自煤炭、石油石化、有色金属等高股息周期资产。

随着2024年进入下半年,接下来A股市场将如何演绎,又该如何布局后市行情,成为广大投资者

的关注焦点。

许拓对下半年充满期待,他认为:“一些基本常识决定了中国资产的投资价值在不断提升。这些常识包括但不限于高质量发展要求下存量资产的回报率逐步回升、中国资本市场监管部门强调以投资者为本以增加中小股东的投资回报、当前股票市场的估值水平较历史估值明显偏低且金融市场流动性较为宽松、中国资产的相对估值优势较为突出。”

展望后市,王鹏认为,除了人工智能外,利率下行阶段高股息的投资价值会延续,高质量发展阶段国内偏刚需的行业也具有投资机会。

多家公募机构2024年中期投资策略也提到了高股息策略。其中,平安基金基金经理刘杰表示:“在无风险利率长期下行背景下,增配权益资产来提高长期收益率势在必行。A股市场正迎来越来越多长期且稳定的资金,以高股息为核心的红利策略与这部分增量资金匹配性较高。”

博时成长精选A基金经理王凌霄中期依然看好铜、黄金、石油,她进一步解释:“三者向上弹性或较大,供给偏紧、估值空间大。根据全市场公募基金一季报,全市场仓位或处于向周期价值大的风格切换初期。”

上半年我国ETF规模突破2.4万亿元 创新型增量产品密集面世

■本报记者 王思文

今年以来,我国ETF(交易型开放式指数基金)市场迎来飞速发展。Wind资讯数据显示,截至6月30日,全市场ETF数量共计973只,较2024年初增加76只;ETF份额突破2.2万亿份,较年初增加1941.44亿份;资产净值突破2.4万亿元关口,较年初增加4191.07亿元,其中,股票型ETF规模突破1.8万亿元关口。

多位受访公募基金人士对记者表示,未来行业将持续开拓ETF市场,守正创新,完善产品布局,为投资者提供丰富多样的指数投资工具,服务实体经济与国家战略,推动金融高质量发展。

44只产品规模超百亿元

数据显示,截至6月30日,全市场ETF份额创下历史新高,合计2.21万亿份。其中,股票型ETF份额合计15748.19亿份,跨境ETF份额合计4327.77亿份,货币型ETF份额合计1851.76亿份,商品型ETF份额合计107.07亿份,债券型ETF份额合计38.55亿份,其他ETF份额合计48.23亿份。

从产品数量来看,股票型ETF市场占比最大。截至6月30日,全市场共有779只股票型ETF,基金规模合计达18099.94亿元,数量和规模占比分别高达80.06%和73.24%;另外,跨境ETF、货币型ETF、债券型ETF、商品型ETF和其他ETF产品数量分别为123只、27

只、20只、17只和7只。

近两年井喷式增长的宽基指数ETF和主题指数ETF,成为ETF市场的主流。具体来看,股票型ETF中,主题指数ETF和宽基指数ETF占据绝对数量优势。主题指数ETF共计416只,规模达3355.68亿元,占比13.58%;宽基指数ETF共计228只,规模占比高达50.4%,合计规模达12454.03亿元;行业指数ETF、策略指数ETF、风格指数ETF数量分别为72只、53只、10只。

2024年上半年,宽基ETF作为今年公募指数产品发行市场上最热的品种,销售情况也较为火热。

最引人注目的莫过于中证ASOETF的发行擂台,引得多家基金公司同台竞技,发行火爆。其中,平安中证ASOETF、大成中证ASOETF、华泰柏瑞中证ASOETF首募规模均达到20亿元,摩根中证ASOETF、银华中证ASOETF、华宝中证ASOETF、富国中证ASOETF等首募规模均超过15亿元。

产品收益分化明显

对于投资者而言,基金产品的收益率最受关注。2024年以来,A股市场持续波动调整,不同市场指数表现差异较大,无论是宽基ETF还是行业主题ETF,产品收益分化都较为明显。

《证券日报》记者梳理发现,截至6月30日,年内共有14只ETF产品浮盈超20%。其中,景顺长城纳斯达克科技市值加权ETF以33.71%的浮盈领先,南方富时中国国企开放



共赢ETF、国泰中证香港内地国有企业ETF、博时中证国新央企现代能源ETF等上半年浮盈也均在20%以上。

值得关注的是,近两年ETF产品创新正助力行业迈上新台阶。今年以来,在公募基金发行处于低迷期的背景下,创新型增量产品密集面世,在市场需求中不断寻找新的布局方向,让金融更加普惠大众,满足各类型投资者多元化的资产配置需求。

其中包括国内重磅面世的为投资者分享龙头企业发展红利中证

A50指数ETF、引导市场资金流向“硬科技”工业机械领域的科创板工业机械ETF、为A股投资者布局沙特资本市场提供便捷投资工具的首批沙特ETF等。另外,上半年指数增强基金也迎来布局热潮,首批科创100指数增强基金、首批中证A50指数增强基金依次“面世”。

北京地区一家公募基金人士在接受《证券日报》记者采访时表示:“随着我国ETF竞争加剧,ETF布局与发行逐渐步入‘马太效应’的局面,新基金公司入场发行ETF的意愿也正在降低。”

展望2024年下半年,多家基金公司相关人士对记者表示,在指数投资大时代下,中国ETF市场发展空间较大,是投资者资产配置的优质普惠金融工具。

华夏基金数量投资部高级副总裁曹亚云称:“全球ETF市场发展迅速,中国ETF市场更是‘跑出加速度’。规模的快速增长源于资本市场效率提升、ETF作为优质普惠金融工具的股票交易价值替代,以及ETF符合长期资产配置审美,中国ETF市场未来仍有较大发展空间。”

公募基金上半年净申购近39亿元 货币基金成主力

■本报记者 彭衍松

公募排排网数据显示,截至6月28日,今年以来一共有127家公募机构对旗下产品进行过自购和赎回,其中有114家公募机构进行过2690次自购,103家公募机构进行过810次赎回,最终合计净申购金额为38.82亿元。

巨丰投顾高级投资顾问陈宇恒向《证券日报》记者表示,百余家公司

的积极自购行为,展示了行业对市场前景的普遍看好。

排排网财富研究员卜益力在接受《证券日报》记者采访时表示,公募基金的自购行为向投资者传递出基金经理人对自家产品与后续市场表现的信心,把自身利益与投资者绑定在一起,也体现出与投资者风险共担、利益共享的担当。

从自购次数来看,上述进行过自购的114家公募机构中,有68家

自购次数不少于5次,其中自购次数在5次至10次之间的有25家,自购次数10次至50次之间的有21家,自购次数50次至100之间的有16家,自购次数不少于100次的有6家,南方基金年内自购328次居首;其次是中欧基金和景顺长城,分别自购183次和138次。

从净申购情况来看,数据显示,截至6月28日,今年以来有477只基金产品的净申购金额为正,其中

280只基金净申购金额不少于0.1亿元,232只基金净申购金额介于0.1亿元至0.5亿元之间,20只基金净申购金额介于0.5亿元至1亿元之间,28只基金净申购金额超5亿元。

从基金类型来看,货币基金成为今年上半年的自购主力。数据显示,截至6月28日,今年以来公募机构净申购旗下货币基金14.49亿元,占总金额的37.33%。紧随其后的是股票型基金和债券型基金,

净申购金额分别达11.42亿元、9.55亿元,分别占比29.42%、24.60%。

值得一提的是,前述净申购金额超5亿元的28只基金中,货币基金占到23只,其中博时基金净申购旗下货币基金“博时现金收益A”达9亿元居首,其次是易方达基金净申购旗下货币基金“易方达现金增利A”达7.56亿元,再次是广发基金净申购旗下货币基金“广发活期宝货币A”达4.54亿元。

上半年多家上市公司斥资32.9亿元认购信托产品

■本报记者 张安

使用闲置资金购买理财产品,是上市公司提高资金使用效率,增加投资收益的重要方式之一。今年上半年,上市公司认购信托理财产品笔数及金额较去年同期均呈现下降趋势。

根据东方财富Choice数据,截至6月30日,年内累计有26家上市公司发布相关公告,认购信托理财产品共计83笔,认购金额累计达32.9亿元。而2023年同期,共有29家上市公司认购信托理财产品共计115笔,认购金额累计达59.44亿元。

南开大学金融发展研究院院长田利辉向《证券日报》记者表示,

此情况在一定程度上体现了上市公司对信托理财市场整体谨慎的态度。

年内认购信托理财产品的26家上市公司中,有18家公司先后多次认购信托理财产品。其中,正丹股份、永安药业、百大集团等11家公司累计购买信托产品超亿元。具体来看,其中认购金额最高的是岩山科技,达7.5亿元;其次是迪阿股份,认购金额达4.76亿元;网宿科技、锐奇股份、冰川网络累计认购信托产品金额均超2亿元。

从预计年化收益率来看,年内上市公司认购的信托理财产品预计年化收益率多在3%至5%之间。

其中,仅有百大集团认购的“陕国投一星石2301096号高新控股03集合资金信托计划”的预计年化收益率达到6%。而在去年同期,共有14笔认购产品的预计年化收益率在6%以上,其中,南都物业认购的“中原信托一卓越20号集合资金信托计划”的预计年化收益率高达8.71%。

对此,用益信托研究员喻智对《证券日报》记者表示,目前来看,长周期、高收益的非标产品较少,叠加标品产品的收益率有所下行,导致信托产品的竞争力下滑。所以,当前阶段,上市公司购买信托产品的动力有所不足。

从投资期限来看,2024年上半年,上市公司认购赎回周期较短信托产品的频度明显增加。数据显示,上半年的83笔交易中,有31笔产品的赎回周期较短。根据信托产品名称来看,多款产品包含“周随鑫”“周成长”“周周开”“日利宝”“天利宝”“汇益7天”等字样。上述产品存在每个交易日可赎回或每周固定日期可赎回等多种赎回周期。例如,正丹股份出资6350万元认购的“恒信日鑫120号一日利宝8号集合资金信托计划”,每个交易日开放赎回。

对此,田利辉表示,短期产品具有更好的流动性,基于当前的市场环境,上市公司可能更倾向于选择能够快速赎回、调整投资策略的

短期产品。

另外,数据显示,上半年的83笔交易中,有57笔交易的协议签署方为信托公司,25笔交易的协议签署方为券商,另有1笔交易的协议签署方为银行。同此来看,2023年上半年,尚有6笔交易的协议签署方为银行。

对于此项数据的变化,田利辉认为,交易的协议签署方在一定程度上代表了上市公司购买信托产品的具体渠道。目前,银行渠道的销售越发走低,一定程度上与信托公司大力自建产品销售渠道有关,信托公司通过优化产品设计、提高服务质量、降低销售成本等方式,增强了销售能力。

“公募降佣”今日正式实施

券商研究所“寻增量、争人才、促联动”加速转型

■本报记者 周尚仟
见习记者 于宏

为深入贯彻落实新“国九条”,进一步加强公募基金证券交易费用管理,规范基金管理人证券交易佣金及分配管理,7月1日起,《公募基金证券交易费用管理规定》(以下简称《规定》)正式实施。《证券日报》记者获悉,不少券商已与公募基金公司重新签署合同,并通过增加补充协议等方式落实相关规定。

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:“面对公募基金降佣趋势,券商应灵活应对,包括通过提升服务质量、技术创新、业务拓展和深化合作等多种方式,保持竞争优势并满足客户需求。”

回归研究本源

《规定》主要包括四方面核心内容,一是调降基金股票交易佣金费率;二是降低基金管理人证券交易佣金分配比例上限;三是全面强化基金管理人、证券公司相关合规内控要求;四是明确基金管理人层面交易佣金信息披露内容和要求。

一直以来,公募基金分仓佣金是券商研究所的重要收入来源,在公募降佣改革持续推进的背景下,随着《规定》的正式落地,券商研究所收入预计有所下滑。同时,券商研究业务的经营生态、业务模式和行业格局也将悄然生变。

具体来看,在交易佣金费率方面,被动股票型基金产品交易佣金费率不得超过万分之2.62,其他类型产品交易佣金费率不得超过万分之5.24。对此,一位券商研究所机构销售人士对记者表示:“公司与合作的公募基金公司的最新合同已经签署完成,7月1日正式开始执行。特别需要注意的是,被动股票型基金也不得通过交易佣金支付研究服务、流动性服务等费用,‘软佣’被明确禁止。除了公募基金客户外,公司也一直在寻求更多的机构客户拓展佣金收入覆盖面,不限于保险公司、保险资管、私募基金机构等客户。”

“行业对于本次改革早有预期,券商研究所正经历转型阵痛期,尤其是对那些销售能力较强而研究能力相对较弱的券商。不过,长期来看,本次降佣将引导券商研究业务回归研究本源。”某上市券商分析人士对记者表示。

展望券商研究行业未来竞争格局,中金公司非银金融及金融科技行业组长、首席分析师姚宇表示:“短期来看,将研究业务定位为核心业务的中型特色券商,或在降本增效的同时加强投研份额的争夺;而对于客群多元、业务综合的大型券商而言,其研究兼顾对外输出及对内赋能的职能,或将对研究业务保持战略性投入。长期而言,伴随部分券商对于研究业务定位的调整,以及部分中小型机构的逐步退出,行业集中度将明显提升。”

保持竞争优势

随着竞争格局、盈利模式生变,券商研究业务进入改革深水区,行业也正迈向优胜劣汰、有序竞争的新态势。在聚焦回归研究本源的前提下,探索综合业务收入模式,成为券商研究业务面临的重要课题。

为此,今年以来,多家券商研究所大刀阔斧推进改革,探索多元化收入模式。例如,浙商证券研究所将2024年定为全面改革之年,国金证券研究所表示,致力于建立从总量到行业、从数据支持到产业链调研、从产业链视角研究到全球行业比较研究的全方位研究体系;新上任的华福证券研究所所长任志强也表示,要以产业深度打造卖方业务“长板”,在优势行业进行重点布局,谋求在优势领域具备市场领先的投研服务能力。

在公募费率改革有序推进的背景下,不少研究所依旧持续补充“新鲜血液”,并更加注重人才的支撑和投研能力的提升。中国证券业协会数据显示,截至6月30日,券商分析师人数已增至4953人,相比去年同期增加了734人,相比今年年初增加了317人。可以看出,在降佣趋势下,部分研究所仍在不断吸纳研究人才,以增强自身业务实力、满足市场对高质量研究的需求。

今年以来,业内“明星”分析师的跳槽现象更加频繁,尤其是首席分析师、首席经济学家等高端人才才正加速流动。例如,近期,东吴证券研究所原首席宏观分析师陶川加入民生证券,担任首席经济学家;招商证券原分析师赵中平加盟国金证券,担任研究所副所长;可选消费首席分析师。另有一家券商研究所相关人士向记者透露:“公司正在招揽部分头部券商研究所‘明星’分析师加盟,扩充研究所优质人才团队,持续提升投研能力。”

展望未来,券商研究所如何加速改革,拓展更多收入渠道?对此,朱克力表示:“首先,券商研究所应拓展服务范围,除常规的撰写研究报告、举办策略会等,还可以通过提供定制化服务、深度分析、策略咨询、数据服务等方式为客户提供更多价值;其次,扩大客户覆盖面,除公募基金外,研究所还可以向私募基金、保险公司、银行等其他金融机构提供更多针对性服务;另外,研究所也可以与券商其他业务线联动,依托研究优势,助力投行和自营投资业务更好发展。”

竞争加剧的行业格局对券商研究所的各方面能力提出了更高的要求。萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊对《证券日报》记者表示:“公募基金佣金的费率和结算模式生变后,未来,券商研究业务格局将逐渐转向专业化、精细化、多元化的发展方向,研究所需要综合提升多方面能力,以在竞争中占据优势地位。例如,应不断提高研究的质量和深度,提高对市场趋势和客户需求的理解和把握能力;同时,优化人才队伍,在降本增效的同时,挖掘真正具有研究能力的人才,利用人工智能、大数据等技术提高研究效率和服务质量;并进一步挖掘国际化市场、ESG等特定主题、特定研究领域等带来的业务增量空间。”