

中基协发布第三季度各项资管业务月均规模数据

前20家机构非货币公募基金月均管理规模合计10.42万亿元

■本报记者 昌校宇 方凌晨

11月6日晚,中国证券投资基金业协会(以下简称“中基协”)发布2024年第三季度各项资管业务月均规模数据,对比第二季度数据来看,排名前20家的基金管理机构的非货币公募基金月均规模整体较上一季度有所提升,而基金管理机构私募资管月均规模整体则较上一季度有所减少。

“万亿元俱乐部”扩容

数据显示,2024年第三季度,前20名基金管理机构的非货币公募基金月均规模合计10.42万亿元,较第二季度的9.92万亿元增加0.5亿元。

具体到机构来看,第三季度有11家基金管理机构的非货币公募基金月均规模在4000亿元以上,较第二季度的10家增加1家。华夏基金在第三季度新加入“万亿元俱乐部”。

《证券日报》记者对比发现,第三季度前五家公募机构季度与上季度相同,各家规模均较上季度有所提升。其中,易方达基金的月均规模由1.14万亿元增至1.23万亿元,继续占据榜首;华夏基金的月均规模由9441.29亿元增至1.06万亿元;广发基金、嘉实基金、富国基金3家公募机构的月均规模分别由第二季度的7159.36亿元、6357.85亿元、6067.54亿元提升至第三季度的7887.25亿元、6597.56亿元、6104.70亿元。

另有部分公募机构的排名也有所变化。其中,华泰柏瑞基金月均规模由第二季度的3693.57亿元增至第三季度的4878.41亿元,排名从第12名上升至第9名,也使得月均规模在4000亿元以上的公募机构数量进一步扩充;兴证全球基金以2647.51亿元的月均规模在第三季度新人榜单,交银施罗德基金此次则“落榜”。而南方



基金、博时基金、招商基金等公募机构的排名稍有波动。

华泰柏瑞沪深300ETF是仅有的前三季度盈利总额超600亿元的基金产品,成为华泰柏瑞基金规模增长的最大“利器”。

华泰柏瑞基金进一步表示:“政策层面,一系列利好因素进一步提升了核心宽基ETF的吸引力,叠加目前A股主要宽基指数的估值水平处于相对低位,宽基ETF投资价值凸显。”

兴证全球基金研究部副总监董理在接受《证券日报》记者采访时表示:“从中长期看,在未来经济较乐观预期下,A股市场权益类资产的成长性更好。由于全球目前正经历经济增速的放缓,大家对股票隐含回报率的要求会变低,对价值股的估值会提升,现在时点价值资产趋势性受益,看好价值

资产的投资机会。”

基金专户业务规模略有缩水

私募资产管理业务(即专户业务)是基金管理公司向特定客户募集资金或者接受特定客户财产委托担任资产管理人,为资产委托人的利益,运用委托财产进行证券投资的活动。

中基协数据显示,今年第三季度,排名前20位的基金管理机构的私募资产管理产品月均规模合计为3.21万亿元,较上季度的3.24万亿元有所下降。

具体来看,创金合信基金、建信基金仍分别占据第一名和第二名,私募资产管理产品月均规模分别为7558.19亿元、3381.79亿元。其中,创金合信基金月均规模较上季度下降864.94亿元,建信基金月均规模则较上季度增

长358.75亿元。易方达基金、平安基金、南方基金分别以1781.62亿元、1761.74亿元、1658.72亿元的月均规模位列其后。

除了创金合信基金、建信基金、银华基金,其余基金管理机构的私募资产管理产品月均规模排名均有所变化。其中,广发基金的月均规模从第10名上升至第三季度的第7名;国投瑞银基金的月均规模由第19名跃居第三季度第12名;鹏华基金的月均规模从第13名下滑至第三季度第19名。

从中基协公布的基金公司私募资产管理产品月均规模来看,仅有招商财富资产管理有限公司、建信资本管理有限公司、工银瑞信投资管理有限公司、上海浦银安盛资产管理有限公司等4家机构的月均规模在1000亿元以上。

券商私募资管总规模已达5.69万亿元

■本报记者 周尚仔
见习记者 于宏

11月6日晚间,中国证券投资基金业协会发布了三季度券商及其资管子公司私募资产管理产品月均规模状况,前20强月均规模合计达42056.6亿元。

私募资管总规模较年初增长7.32%

截至三季度末,券商私募资管总规模达56930亿元,较年初增长7.32%。

从单家公司的表现来看,三季度,中信证券资管以7591.78亿元的私募资管产品月均规模位列第一,较二季度增长0.06%;其次是国泰君安资管,月均规模为3944.54亿元,环比增长1.2%;中银证券紧随其后,月均规模为3811.56亿元,环比微降0.38%。

从环比来看,前20强中,共有10家实现私募资管产品月均规模环比增长,3家增幅超10%。其中,增幅最大的是国联资管,环比增长15.48%;其次

是国金资管,环比增长10.84%;中金公司紧随其后,环比增长10.22%。

总体来看,综合实力较强的头部券商在私募资管业务领域打造出了坚固的护城河,其业务之间的协同效应不断增强,进一步巩固了市场地位。同时,部分中小券商也积极发力资管业务,私募资管规模持续提升,展现出强劲的增长势头。

聚焦券商私募资管产品结构,固收类产品仍为“主力”,占总规模的比例为82.52%。从变化情况来看,截至三季度末,固收类产品规模环比微降1.53%,权益类产品规模环比增长3.93%,混合类产品规模环比下降10.64%,期货和衍生品类产品规模环比增长11.27%。

截至三季度末,券商集合资产管理计划规模为30584.88亿元,环比增长0.22%,占总产品规模的比例为53.72%;单一资产管理计划规模为26345.12亿元,环比下降4.06%,占总产品规模的比例为46.28%。

在券商私募子公司私募基金月均规模方面,三季度,中金资本月均规模

为1518.13亿元,遥遥领先;金石投资和国泰君安创投分别位列第二名、第三名,月均规模分别为678.73亿元、369.93亿元。环比方面,前20强中,有11家实现月均规模环比增长。其中,华安嘉业以7.76%的增幅位列第一,其次是增幅为6.93%的金石投资,中信建投资管增幅居首,环比增长28.4%。

三季度,在企业资产证券化业务月均规模方面,中信证券位列第一名,月均规模为2557.36亿元,平安证券、中信建投、华泰资管月均规模均超1600亿元。环比方面,前20强中,10家月均规模实现环比增长。其中,财通资管涨幅居首,环比增长28.4%。

券商纷纷加大资管业务布局力度

随着资管业务的业绩增长潜力日益显现,券商纷纷加大资管业务布局力度,积极申请设立专业的资管子公司,申请公募基金牌照,以进一步拓展业务范围、提升市场竞争力。例如,10月29日晚间,西部证券发布公告

称,为推进资管业务专业化发展,西部证券拟出资10亿元设立全资资产管理子公司。8月26日,华安资管宣布正式开业。6月28日,信达证券、首创证券分别收到证监会对其申请设立资管子公司的反馈意见。此外,广发资管、光证资管、安信资管、国金资管正在申请公募基金牌照,以期在公募、私募业务上实现齐头并进、协调发展。

从上市券商资管业务的表现来看,前三季度,43家上市券商资管业务手续费净收入合计为338.77亿元,同比微降2.46%,降幅在券商主营业务中相对较小,表现出较强韧性。其中,中信证券、广发证券、东吴证券位列前三,前三季度资管业务净收入分别高达74.79亿元、50.81亿元和30.33亿元。

从增速来看,前三季度,有25家上市券商资管业务手续费净收入实现同比增长,南京证券、财达证券、西南证券、首创证券等4家券商该业务净收入同比增幅均超100%;国信证券、西部证券、东吴证券、国联证券、国元证券、长江证券该业务净收入同比增幅均超50%。

被动指数基金密集降费 年管理费率三到七折

■本报记者 彭衍菘

又有基金公司降费。

11月6日晚间,华夏基金、国泰基金发布公告称,旗下共7只指数基金发布降费公告,旗下共7只指数基金费率自11月7日起集体调降。此前一日,易方达基金也宣布调降旗下6只指数基金费率。综合来看,上述基金产品年管理费率“打三折”,年托管费率集体“砍半”。

业内人士认为,在大盘逐渐向上,成交持续放量的趋势下,被动权益产品的升温势必吸引更多投资者踊跃购入,而降费成为此时“揽客”的法宝,也为基金管理人尽早抢占市场、布局被动指数基金产品提供规模基础。

部分产品年管理费率三折起

11月6日华夏基金公告称,涉及降费的产品包括:华夏中证AH经济蓝筹股票指数、华夏中证全指证券公司ETF、华夏中证全指证券公司ETF联接、华夏中证云计算与大数据主题ETF、华夏中证云计算与大数据主题ETF发起式联接。

同日,国泰基金也调降旗下国泰上证科创板100ETF、国泰上证科创板100ETF发起联接的管理费率和托管费率。

易方达涉及降费的产品包括:易方达上证中盘交易型开放式指数证券投资基金、易方达上证中盘交易型开放式指数证券投资基金联接基金等,规模从1.86亿元至87亿元不等。

这些指数基金的管理费率均由0.5%降至0.15%;年托管费率均由0.1%降至0.05%。

近期,还有鹏扬基金、招商基金、鹏华基金等基金公司下调旗下指数基金费率或开展费率优惠活动。业内预计,近期可能还有更多指数产品调降费率。

Wind资讯数据显示,被动指数型基金中,81只年管理费率下降,九成产品降至0.15%;74只年托管费率下降,九成降至0.05%。综合来看,降费折扣在三折至七折不等。

Wind资讯数据显示,截至11月7日,指数基金产品合计1714只,同比增长22.17%;总规模达到2.59万亿元,同比增长35.53%。

晨星(中国)基金研究中心高级分析师李一鸣在接受《证券日报》记者采访时表示,由于被动指数型基金往往面临同质化的处境,基金公司可能会选择主动降低费率来提高产品的竞争能力。尤其是大型基金公司,因为存在规模效应的增益,相对来说具有更大的降费空间。

投资者主动拥抱被动指基

根据今年公募基金季报数据,被动指数型基金持股规模首次超越了主动权益类基金。

李一鸣表示,随着资本市场基础制度的完善和A股市场有效性的提高,主动管理获取超额收益的难度可能日渐增加,被动权益类产品的吸引力也会逐步凸显。

“通常,被动指数型产品的管理费率会低于主动权益类产品的管理费率,今年随着数字化投资蓬勃发展,投资者开始积极拥抱被动指数产品。”排排网财富管理研究员卜益力向《证券日报》记者表示。

李一鸣表示,在近期A股行情中,个人投资者的仓位可能相对不高,但是指数基金通常是接近满仓运作,因此指数基金在市场上上涨行情启动初期能够凭借高仓位实现较好的表现。如果能够利用好指数基金这个工具,投资者就能够较好地把握上涨行情带来的机会。

公募基金的比拼,已然从规模导向向投资者回报导向转变,这意味着基金公司需要更加注重提升投资业绩和服务质量,以提升投资者获得感。

卜益力表示,被动指数基金费率调降将进一步加剧行业竞争,这也促使机构提升服务质量和研究深度,以维持和增加市场份额,推动投研与服务效率提高,最终使整个市场受益。

量化中性策略基差有所修复 构建多元因子体系方能打破同质化壁垒

■本报记者 王宁

11月7日,多家头部量化私募向《证券日报》记者表示,量化中性产品净值经过前期的回调,目前基差已逐步回归正常水平;同时,在股票市场活跃度不断提升下,中性策略获取超额收益的条件也在改善。这表明,随着市场流动性进一步宽裕,量化中性策略基差有所修复。

中性策略产品近一个月整体实现浮盈

私募排排网最新数据显示,截至10月底,量化中性策略基金近一个月整体收益率为2.27%,不过,由于今年以来多数时间表现不佳,年内收益率依旧为浮亏状态,平均水平为-1.06%。可见,市场中性策略基金业绩依旧处于修复过程中。

“目前,股票市场对于新建仓的中性产品比较有利,因为股指期货升水幅度加大,意味着对冲成本在下降,将利好整体收益率,且公司新备案了中性策略产品,并在多个渠道发行。”黑翼资产相关人士向记者表示,近期,随着A股市场行情趋于稳定,投资者信心得以提升,市场活跃度不断提升,这为中性策略创造更多有利条件。同时,目前基差已逐步回归正常水平,前期中性策略空头端对冲的亏损已得到修复并正处于反弹回升态势中。

北京某头部量化私募人士告诉记者,近期,该公司旗下中性策略产品的净值正处于修复状态,且基本回到正常水平,影响中性产品净值的主要是超额收益部分的获取难度,但随着市场流动性宽裕,该类产品获取超额收益的条件将得到改善。

据了解,量化中性策略以股指期货为对冲工具,即买入一篮子股票并卖出股指期货,通过构建多头空头对冲市场风险。由于市场的快速上涨,空头头寸会面临压力,需要通过补充现金流或卖出股票多头来对冲市场风险。在9月底股票市场上涨行情中,投资者做多情绪高涨,多头资金快速入场,导致股指期货对冲端资金压力加大,同时,多头

端调仓未能及时,由此对产品净值产生较大影响。

多方面着手提升 中性策略产品盈利持续性

据悉,中性策略产品在对冲基金中一直处于主流地位,发展模式较为成熟,产品收益获取的有效性早已得到验证。不过,由于国内市场可运用工具不够丰富,且成本风险较高,加上产品策略容易呈现单一可能,因此该类同质化竞争较为明显。面对当前的市场运行,如何打破同质化竞争壁垒,在多位量化私募人士看来,应当从两方面着手。

“中性策略满足不同类别客户群体的资产配置需求,同时也一直是量化私募策略中的主流策略,市场规模也占据着一定比例,未来公司会继续加大研发投入,做好策略的迭代升级,更好地服务客户资产配置需求。”上海某量化私募人士向记者表示,中性策略选股既要考虑多头端的选股能力,又要考虑对冲端的工具使用能力,面对当前同质化竞争局面,量化私募应当一方面在选股因子上挖掘低相关因子,做好选股模型优化;另一方面要控制多头股票和对冲品种的风格匹配性,上下兼容度,在产品波动上做好风险识别和风险控制。

上述黑翼资产相关人士认为,随着A股市场有效性提升,超额收益获取难度在加大,这就要求管理人提升其持续获取超额收益能力,一方面,要构建多元化策略体系,例如在因子层面,要丰富底层数据来源并尽可能提升数据质量,从而丰富超额收益来源;另一方面,要注重研发中长期投资策略,构建强逻辑信号,提升策略的广度和深度。此外,还要注重对机器学习与另类数据应用,以提升整体超额收益的稳定性。

上述北京某头部量化私募人士表示,未来量化机构应加强投资管理对冲,丰富产品线,大力发展多策略对冲,通过科学构建收益来源多元及分散的策略组合,提升产品收益风险比和客户持有体验。

平安健康险党委书记、董事长朱友刚:

持续深化医险融合 推动健康险发展“更健康”

■本报记者 冷翠华

经历了前几年的高速增长,近几年,健康险市场发展速度有所放缓。同时,健康险市场竞争日趋激烈,尤其是高端医疗险产品赔付率较高。那么,健康险公司如何找到突围之路?近日,《证券日报》记者专访平安健康保险股份有限公司(以下简称“平安健康险”)党委书记、董事长朱友刚。

朱友刚表示,从宏观层面看,国务院近期发布的《关于加强监管防范风险推动保险业高质量发展的若干意见》(业界称为保险业新“国十条”)明确了健康险的发展路径。

从企业层面来看,“在参与市场竞争的过程中,健康险产品和服务的升级必不可少,尤其是高端医疗险涵盖的责任范围更广、保障程度要高。”朱友刚表示,面对当前高端医疗险赔付率较高这一现实,保险公司必须在健康管理、医险融合等领域下功夫,从而推动健康保

险的发展“更健康”。

朱友刚认为,保险公司至少要做好三方面的工作:

一是做好医疗服务前置,针对不同人群提升医疗服务的专业化程度。例如,做好慢病管理、专病管理,真正把发病率控制在进医院之前。

二是做好医疗网络的管理工作。随着医保和商保信息平台实现“总对总”对接,健康险行业期盼已久的与医保数据平台进行对接,迈出了实质一步。由此,险企不仅在产品设计、定价等方面有望获得更多数据支撑,也有助于更好管理医疗网络,做好核赔工作,防止保险欺诈。

这可以视为平安健康险探索“医+险”融合的又一成果。

除了担任平安健康险的一把手,朱友刚也是北大医疗集团的一把手,因此,他也是医险融合的深度探索者。中国平安在参与北大方正集团司法重组成为新方正集团实际控制人后,便开启了对其核心资源板块北大医疗集团的资源协同。有了北大医疗集团的医疗资源加持,平安健康险在医险融合方面的探索也在持续深入。

首先,平安健康险正在把医疗端患者以及保险端客户的需求打通,建设了保险行业首家医疗健康“HIS”系统,通过保险医健履约、保险医健支付、服务调度等核心能力提升,改善客户的就医体验。其次,通过几年的协同发展,逐渐形成专业化的队伍体系,包括产品开发体系、精算团队、医疗团队和销售渠道团队,都在逐渐加深相互协同。最后,在医疗数据没有完全打通的情况下,积累了底层风险

架构体系,使产品设计不再仅仅基于保险的风险体系,还将医疗健康风险因子纳入考量。

不过,保险和医疗健康的协同之路仍有难点待突破。朱友刚说:“健康险和医疗领域的融合任重道远,这是两个不同的行业和领域,所属不同的监管体系,两个行业的人员也互相不了解,站在保险产品开发角度来讲,目前双方还没有完全实现数据打通。但同时,它们又天然地联系在一起,保险的保障标的是人的生命和健康,医疗健康领域也是围绕人来进行,这也是保险业新“国十条”要求把健康险和健康管理深度融合的底层逻辑。”

最后,朱友刚补充说:“大家的目标是一致的,未来医险融合的程度会越来越深,道路也会越走越宽。”

