

外资机构谋划“加仓”中国资产

■本报记者 吕校宇

中国资本市场与外资机构正形成深度互动的“双向奔赴”新格局。中国证监会主席吴清6月18日在2025陆家嘴论坛上表示,“进一步增强各类外资参与中国资本市场的便利度,让全球投资者更加顺畅、更加充分地分享中国创新发展机遇”。与此同时,国际资本对中国资产的配置热情持续升温,多家外资机构近期密集发声看好中国市场前景。

中国成全球投资“优选地”

全球投资管理公司景顺7月14日对外发布的第十三份年度《景顺全球主权资产管理研究》(以下简称《研究》)显示,新兴市场仍是主权财富基金的战略重点,但组合内部的优先次序正在发生转变,主权财富基金正采取更为精挑细选的投资方法,且对中国市场的兴趣明显回升。在受访者的首选新兴市场投资重点中,59%的受访者将中国列为高度或中度优先市场,位列第二。这是自2024年以来的重大转变,可能表明投资者对中国市场进行单独配置,与更广泛的新兴市场分开。

这份调查对象覆盖58家央行和83家主权财富基金(合计管理规模达27万亿美元)的《研究》同时称,大多数受访者(59%)预计未来五年将增加对中国资产的配置。主权财富基金认为,具有吸引力的当地回报(71%)、多元化效益(63%)以及扩大外国投资者市场准入(45%)是其配置中国资产的驱动因素。

外商独资公募机构摩根资产管理近日发布的《2025年全球市场展望》显示,在全球政策和经济不确定性较高的环境中,投资者需建立更有韧性的投资组合来应对当前环境,包括全球配置股债及另类资产,以争取多元化收益和降低组合波动。中国资产是全球资产配置再平衡过程中的重要标之一,下半年或存在结构性行情。

我国上市公司质量的持续提

《景顺全球主权资产管理研究》显示,中国最具吸引力的投资领域分别为数字科技和软件、先进制造和自动化以及清洁能源和绿色科技



升为外资机构的青睐提供了坚实基础。中国上市公司协会此前发布的中国上市公司2024年经营业绩报告显示,2024年,全市场5412家上市公司(剔除延迟披露的8家公司)实现营业收入71.98万亿元,上市公司业绩边际向好,近六成公司实现营收正增长;上市公司全年研发投入合计1.88万亿元,比上年增长近600亿元,继续保持连年持续增长。

在瑞士宝盛7月9日发布的2025年中期市场展望中表示,中国企业越来越注重成本管控,并通过派息和回购提升股东回报。这些结构性改善,叠加具有吸引力的估值,使得其对中国股票持乐观看法,更好享受内需驱动且有稳定派息的公司。

外商独资公募机构路博迈基金在7月11日发布的“中国市场展望7月报”中称,目前来看,A股上行的部分条件已经具备,市场正在等待更确定性的因素落地。

瑞银证券中国股票策略分析师孟磊6月30日在媒体交流会上发表下半年中国股票策略观点时预计,今年A股盈利可能逐季温和复苏。任何增量的财政、货币及房地产政策或能在一定程度上提振市场信心,推动A股市场估值提升。同时,中长期资金的持续入市在中期为A股市场估值的结构性重构提供上行动能。

科创赛道获外资青睐

从投资领域看,科技创新成为

外资机构的“最关注”。上述《研究》显示,受访者普遍认为,中国最具吸引力的投资领域分别为数字科技和软件(89%)、先进制造和自动化(70%)以及清洁能源和绿色科技(70%)。

景顺表示,市场逐渐形成共识,中国蕴藏着独特且具有吸引力的机会,尤其是围绕中国不断发展的科技生态系统的相关机会。中国在主要科技领域的创新领导力越来越令人信服,吸引投资者争相投资。有利的政策和具竞争力的国内市场,使创新技术得以迅速扩大规模并获得竞争优势,全球投资者正将中国投资视为其资产配置的支柱,以实现其投资组合目标。

债券市场同样吸引国际资本

关注。全球投资管理公司威灵顿投资管理7月14日发布的市场评论显示,资本或从美国金融市场流出转向其他固定收益市场,欧洲以及日本、中国的债券市场有望因美国资本外流而受益。

此外,随着外资参与中国资本市场的良好生态正在形成,今年以来,外资机构持续加大布局中国市场的力度。一方面,外商独资公募机构产品布局明显提速,路博迈基金、富达基金、摩根资产管理等机构新发行基金超过30只。另一方面,多家外资机构通过增资展现对中国市场的长期承诺,例如,摩根士丹利基金注册资本从6亿元增至9.5亿元,增幅超58%;联博基金的注册资本则由3亿元增加至5亿元。

24家上市券商披露中报预告:预计净利润同比增长

■本报记者 周尚任

截至7月15日,在A股42家上市券商中,已有超半数公司发布了2025年中报业绩预告,且均预计净利润实现同比增长。其中,国联民生、华西证券两家公司预计上半年归母净利润同比增长均突破1000%。券商分析师普遍认为,当下市场风险偏好改善,上市券商中报业绩预告,有望成为券商板块上涨的催化剂。

奋进一流投行

截至记者发稿,已有24家上市券商发布了2025年中报业绩预告。其中,国联民生、华西证券中报预告最为亮眼,国联民生预计,公司上半年实现归属于母公司所

有者的净利润11.29亿元,与上年同期(法定披露数据)相比增加10.41亿元,同比增长1183%左右;华西证券预计,上半年公司实现归属于上市公司股东的净利润4.45亿元至5.75亿元,同比增长1025.19%至1353.9%。

除了上述两家业绩增速大幅超出市场预期的券商外,国泰海通、申万宏源、长江证券、华林证券等8家上市券商则预计上半年归母净利润同比最大变动幅度均在100%之上。此外,中金公司、中信建投、国信证券、方正证券等14家上市券商上半年归母净利润同比最大变动幅度均在50%之上。

细究已发布的上市券商中报预告不难发现,在“奋进一流投行”的目标引领下,证券行业竞争格局正悄然改变。

例如,国泰海通积极推进换股吸收合并相关工作,促进全面整合融合,持续提升核心能力,加快向国际一流投行迈进;东方证券围绕一流现代投行建设的目标,积极推进新三年战略规划实施。

中小券商则纵深推进特色化建设。例如,上半年,山西证券锚定差异化高质量发展战略,财达证券以“打造‘特色化、精品化’区域一流券商”为战略目标。

近日,中国证券业协会发布了《中国证券业协会关于加强自律管理推动证券业高质量发展的实施意见》(以下简称《实施意见》),其中明确提到要分层分类推进一流投行和投资机构建设。

对此,东吴证券非银金融首席分析师孙婷表示,《实施意见》通过强化自律管理、优化行业生态,推

动券商从原有牌照驱动转向能力驱动,倒逼券商从通道业务向高价值业务转型。头部券商有望凭借专业优势形成差异化竞争力,而中小券商需深耕特色领域,行业生态将更趋专业化、集约化,加速行业从“规模扩张”向“质量跃升”的转型进程。

行业业绩整体向好

已发布的上市券商中报预告凸显了行业业绩整体向好的趋势。实际上,行业盈利回升的趋势此前已有迹可循。上半年,A股市场日均成交额稳定在1.3万亿元以上,新增开户数突破1260万,两融余额持续维持在1.8万亿元高位运行,券商A股股权承销金额超7000亿元,市场交投活跃直接拉动了券

商经纪、自营、信用、投行等主营业务的增长。

从上半年具体业务对整体业绩的推动情况来看,中金公司投行、股票、财富管理等业务板块收入实现同比增加;中信建投自营、经纪、投行业务收入同比增加较多;国联民生证券投资、财富管理、投行等业务条线均实现显著增长;东方证券财富及资产管理、投行及另类投资、机构及销售交易、国际化等业务收入实现同比增加。

“上半年资本市场与债券持续向好,股市交投热度维持高位,二季度上市券商业绩有望延续高增长势头。”在民生证券研究院非银金融首席分析师张凯峰看来,从当前公告情况来看,中型和小型上市券商表现出更强的业绩弹性,自营、经纪和投行等业务条线表现亮眼。

优化选拔机制 量化私募打响人才抢夺战

■本报记者 王宁

人才作为量化私募发展的重要引擎,在当前竞争加剧的背景下,重要性更加凸显。《证券日报》记者梳理发现,年内量化私募对于人才的抢夺十分激烈,除了此前的以高薪吸引外,如今更是祭出了“大咖‘一对一’带教”等新举措,在此基础上,量化私募对人才的国际化要求正日益提高。

多位量化私募人士在接受《证券日报》记者采访时表示,量化私募人才选拔此前更注重理工背景及综合能力,通常采用高薪和股权激励方式吸引人才。现阶段,量化私募则更加重视对人才的长期培养,多家机构更是优化选拔机制,建立“一对一”人才培养计划等方式,旨在留住最

优秀的人才。

最大化发挥个人优势

近日,包括上海明泫投资管理有限公司(以下简称“明泫投资”)、上海鸣石私募基金管理有限公司(以下简称“鸣石基金”)和宁波灵均投资管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“灵均投资”)等多家量化私募,在最新一期的对外招聘中,均将“大咖‘一对一’带教”作为对外招聘的首项介绍。

业内人士表示,今年量化私募招聘呈现新特征,其中“导师制”成为亮点,从人才争夺到生态培育,头部量化私募集中推出“大咖带教”计划,反映了量化私募对人才的高度重视越来越高。

明泫投资相关负责人对《证券日报》记者表示,公司目前建立多项针

对人才长期激励和防止核心人才流失的方案,其中对于核心骨干,公司会针对性提升其工作体验,极力满足核心骨干的个性化需求,形成不断自我挑战和突破的成长氛围,围绕短中长周期打造员工成长计划。

上海天演私募基金管理有限公司相关负责人告诉记者,在人才选拔上,公司不以专业背景和资历作为评判标准,而是更看重实质研究和主动思考的能力。“在人才培养体系方面,目前建立了‘成长导师1V1带教机制’,由专属导师进行周度沟通,并根据个人特质定制成长方案。同时,鼓励相关人才接触研究全流程,并提供灵活的研究方向和项目选择机制,最大化发挥个人优势,做到新人也会有‘挑大梁’的机会。”

灵均投资首席投资官马志宇对记者表示,在人才甄选体系中,公司着重考察综合素质与成长潜

力。对于青年高潜人才,则通过系统化的“实习生留用计划”进行发掘。“公司为每位实习生和初级研究员配备经验丰富的导师,通过‘一对一’指导,结合具体研究方向的指定与带教,助力其快速熟悉行业特性,掌握核心研究方法,从而高效产出有价值的策略成果,实现从理论到实践的平稳过渡。”

国际化视野成重要考量

经过多年发展沉淀,量化私募目前已经着手布局海外市场,不少公司在海外主要市场设立了投研团队。在此背景下,量化私募也更加重视人选的国际化视野。

明泫投资最新发布的《中国量化投资白皮书》显示,早在2020年,该公司正式启动国际化布局战略,并相继在纽约、新加坡设立办公

室。目前,美国、韩国市场的实盘交易已稳定运行,日本、印度等主要市场的筹备工作也在积极推进,全球布局已初具雏形。

鸣石基金相关负责人也告诉记者,公司于2020年“出海”,成立鸣石投资(香港)管理有限公司,并在美国、日韩等地设有办公室,主要客户为海外知名机构投资者,目前受托管理资产超2亿美元。

上述明泫投资相关负责人表示,中国资管行业必然要走向国际化,策略需要先“走出去”,不能仅局限于国内资本市场;对于成为国际主要资本市场的重要参与者,则需要拥有国际一流人才梯队与组织文化。因此,在人才选拔上,公司采取海内外同步推进策略,例如在北美设立投研中心,吸引大量海外顶尖量化人才,为模型开发提供前沿技术支持;同时,积极在国内高校挖掘人才。

银行及理财子公司加大“揽客”力度 多维度升级现金管理类产品

■本报记者 彭妍

近期,在存款利率下行、市场资金争夺日趋激烈的背景下,多家银行及旗下理财子公司将目光聚焦于现金管理类理财产品,通过收益优化、渠道拓展、持仓限制调整等多维度升级吸引客户,引发市场广泛关注。

受访专家表示,此次系列调整的核心在于增强产品吸引力,进而更有力地抢占稳健理财市场份额。展望未来,现金管理类理财产品有望持续创新、优化。不过,投资者仍应留意相关风险。

具体来看,在收益竞争力提升方面,多家机构通过调整投资组合、引入优质底层资产等方式优化收益表现。例如,广发银行在官网发文称,将升级旗下现金管理类理财产品——智能金。在公告中,该行表示,为更好地服务广发银行客户,提升智能金整体收益水平,拟于7月14日起对智能金服务进行升级。

此外,销售渠道的拓展也是升级的重要方向。此前不少现金管理类理财产品仅在母行渠道销售,覆盖范围有限。近期,多家理财子公司积极与城商行、农商行等中小银行合作,将产品纳入代销体系。如部分头部理财子公司已新增十余家区域银行作为代销机构,让产品触达更广泛的投资者群体。

针对高净值客户及机构投资者需求,部分银行也同步推进单户持仓上限调整。此前多数现金管理类理财产品单户上限为100万元,难以满足大额闲置资金的理财需求。近期,多家机构将部分产品的单户持仓上限提升至5000万元甚至1亿元,为企业客户、高净值人群提供了更灵活的资金配置选择。如招银理财于7月14日发布公告,对“招赢日金97号现金管理类理财计划”的单一投资者持有上限、单笔申购上限进行调整,持仓上限从此前的100万元调整为1亿元。

苏商银行特约研究员高政扬在接受《证券日报》记者采访时表示,在存款利率不断下行的背景下,现金管理类理财产品的平均收益率仍保持优势,形成了明显的利差空间;同时,这类产品作为低风险的话期理财工具,成为银行留住客户的关键抓手。因此,为防止资金流向其他投资渠道,银行通过提升产品收益率、优化流动性管理,扩大单户持仓上限等方式增强吸引力,此外还通过拓宽销售渠道、灵活配置底层资产进一步强化产品竞争力。这一策略既是应对存款流失的被动选择,也是金融机构主动适应低利率环境、优化资产结构的战略举措。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏对《证券日报》记者表示,银行理财子公司在当前市场环境下调整策略,通过优化产品和服务,吸引更多资金进入理财产品市场,同时提升客户满意度和市场份额。现金管理类理财产品具备较高的流动性和相对稳健的收益,适合风险偏好较低的投资者,加之银行理财整改推动资产配置向低波动、稳健型产品倾斜,这类产品已成为吸纳市场资金的重要载体。

姜飞鹏提示,投资者在投资现金管理类理财产品时,需要留意市场波动风险。同时,需要关注流动性风险。

高政扬认为,随着利率下行,受底层资产收益下降影响,现金管理类理财产品收益与其他产品相比可能将缺乏竞争力。未来,这类产品的设计需更趋精细化,进一步优化底层资产配置,并通过差异化服务提升客户黏性。

今年二季度理财公司新发产品 环比增加286款

■本报记者 杨洁

今年二季度银行理财市场继续稳健运行。普益标准最新监测数据显示,2025年二季度全市场共新发了7941款理财产品,环比增加332款,其中1939款为开放式产品,其平均业绩比较基准为2.08%;6002款为封闭式产品,其平均业绩比较基准为2.57%。

从理财公司情况来看,2025年二季度,理财公司共新发5658款理财产品,环比增加286款,显示出产品发行量的持续扩张。其中开放式产品新发1853款,占理财公司总发行量的32.7%,平均业绩比较基准为2.07%,环比下跌0.17个百分点;封闭式产品新发3805款,占比67.3%,平均业绩比较基准为2.63%,环比下跌0.12个百分点。

在收益率方面,2025年二季度理财产品产品收益率显著分化,短期收益普遍上扬,中长期收益则持续走低。

究其原因,普益标准研究员石书明表示,短期收益上扬主要原因是债市阶段性走强,利率债和信用债价格普遍上涨,部分产品通过拉长债券期限或增配中低评级债券放大收益。而中长期收益则持续走低,核心在于新配资产收益率系统性走低,叠加“存款搬家”效应带来增量资金,导致增量资金被迫配置低收益资产。现金管理类理财产品收益继续下滑,近七日期年化收益率下降0.13个百分点,主要源于底层同业存单利率下行及避险资金涌入导致的规模膨胀,二者共同摊薄投资收益。

当前,在存款利率下行的背景下,银行理财也是投资者“替代存款”的重要选择之一。记者走访了解到,近期多家理财公司均加大了对稳健低波产品的发行力度。

“我们认为,投资理财中流动性、收益、风险三者不可兼得。当前,面对低利率环境下资产配置波动性不断加剧的宏观背景,很多理财公司通过资产配置降低产品组合波动,坚持多资产多策略的投资方向。”一家银行理财子公司相关人士对《证券日报》记者表示。

投资者目前对低风险、较高收益理财产品的需求也较为强烈。普益标准研究员张翔楚对《证券日报》记者表示,理财公司需要在产品设计上进行创新与优化,一方面,需深化“固收+”策略,以风险相对较低的固定收益资产为底仓,并适当配置权益类资产、黄金等资产进行收益增厚,同时还可引入部分衍生品来对冲市场波动,降低净值回撤风险。另一方面,可关注长期限封闭式产品的发行与分红机制的创新。同时,可考虑持续推出按月或按季分红产品,通过定期派息增强投资者长期持有的体验,在降低资金短期内频繁申赎对产品运作带来的波动的同时,获取相对稳定的长期收益。