

公募FOF现“日光基”现象 投资者多样化需求得以满足

■本报记者 方凌晨

8月6日,华泰紫金多元均衡三个月持有(FOF)、永赢元盈稳健多资产90天持有混合发起(FOF)两只产品正式宣布成立,公募FOF阵营再添新成员。

目前,多只FOF产品正处于发行阶段,且在发行产品中出现了提前结募的“日光基”现象。受访业内人士认为,公募FOF具备投资范围广、风险分散、投资成本较低等优势,能够满足不同类型投资者的多样化需求。面对当前公募FOF发展的挑战,基金管理人正致力于深化多元化资产配置。

年内首现FOF“日光基”

近期,公募FOF发行明显升温。8月6日,华泰紫金多元均衡三个月持有(FOF)、永赢元盈稳健多资产90天持有混合发起(FOF)两只产品发布成立公告。这两只基金均为发起式基金,募集金额分别为1.1亿元和1010.45万元。

8月5日,摩根资产管理宣布旗下摩根盈元稳健三个月持有期混合(FOF)提前结募,成为年内首只“一日售罄”的公募FOF产品。该基金自8月4日开始募集,原定截止日为8月22日,但提前至8月4日。

Wind资讯数据显示,截至8月6日,年内新成立的公募FOF共计38只,发行总规模超过330亿元。其中,发行规模超过10亿元的产品有9只。东方红盈丰稳健6个月持有混合(FOF)、富国盈和臻选3个月持有期混合(FOF)分别以65.73亿元、60.01亿元的发行规模位居前两位,另有前海开源康悦稳健养老一年持有混合(FOF)等3只基金发行规模超过20亿元。

前海开源基金FOF投资部基金经理李赫在接受《证券日报》记者采访时



魏健骥/制图

表示:“公募FOF与其他类型基金的最大区别在于其投资范围,例如股票型基金主要投资股票,债券型基金主要投资债券,而公募FOF主要投资其他公募基金,包括专注于黄金、豆粕、铜等商品型基金,投资范围相对更广。”

格上富信基金销售有限公司研究员托合江认为,公募FOF通过分散投资于多类基金,有助于降低单一资产波动风险的影响。同时,公募FOF可分为稳健型和进取型,能够满足不同投资者的配置需求。

构建多元化投资组合

权益市场的走强带动了相关公募FOF的业绩表现向好。据天相投顾统

计,今年二季度,偏股养老目标FOF平均收益率最高,为2.86%,较一季度的2.41%上涨0.45个百分点;均衡养老目标FOF平均收益率为2.12%,较一季度的1.79%上涨0.33个百分点。

“尽管权益市场回暖,公募FOF整体业绩有所改善,但公募FOF发展仍面临多重挑战。”托合江表示,部分公募FOF在资产配置方面表现不佳,未能有效分散风险或提升收益;部分公募FOF倾向于配置自家产品,忽视了对同行优秀产品的选择;此外,部分公募FOF在QDII基金、商品型基金、REITs等领域的探索仍显不足。

面对公募FOF发展的挑战,基金经理正积极深化多元化配置。以中欧盈选稳健6个月持有混合发起(FOF)

为例,基金管理人在二季报中表示:“未来主要工作将聚焦于持续深入研究各类资产的风险和收益特征;立足产品定位,寻求更多类别资产组合和替换的可能性;丰富同一资产类别可投资品种的储备。”

谈及未来各类资产的投资机会,李赫认为,在权益资产方面,当前美股配置价值降低,资金将外流至德国、日本、中国等基本面较好的股票市场;债券市场方面,今年债市整体波动率将高于去年,但中长期国债仍具配置价值;商品资产方面,“去美元化”趋势将伴随美股回调、美元地位动摇及全球风险偏好降低,黄金作为避险资产且兼具硬通货属性,或将受益。

年内公募机构斥资近142亿元参与A股公司定增

■本报记者 彭衍菰

今年以来,公募机构在定增市场的活跃度显著提升。公募排排网数据显示,按定增上市日统计,截至8月5日,今年以来共有24家公募机构参与47家A股上市公司定向增发(以下简称“定增”),认购总额达141.98亿元。

“定增通常采用折价发行机制,为公募机构提供了天然的安全垫。此外,定增融资往往与上市公司战略布局、产能扩张等发展需求相配套,公募机构通过参与定增可深度分享企业价值提升带来的长期回报。”深圳市前海排排网基金销售有限责任公司公募产品运营曾芳芳表示。

政策端的持续发力成为市场回暖的核心引擎。监管部门通过简化流程、放宽限制、鼓励产业整合等措施,为企业铺设融资“快车道”。8月5日,中国人民银行等七部门联合印发《关于金融支持新型工业化的指导意见》,

提出“支持上市公司通过整体上市、定向增发、资产收购等形式进行行业整合和产业升级”。

在再融资本市场整体回暖背景下,公募机构积极参与定增。今年以来参与A股定增的24家公募机构中,11家公募机构定增认购总额均不低于1亿元。诺德基金今年以来共参与46个定增项目,认购总额居首,达56.33亿元。另外,财通基金、易方达基金参与定增认购总额分别为48.36亿元、12.30亿元。

晨星(中国)基金研究中心高级分析师代景霞向《证券日报》记者表示,随着定增市场回暖,项目新增和发行数量均边际回升,叠加许多项目折价水平进入合理区间,为公募机构提供安全边际,增加投资性价比,这是其参与定增获取潜在收益的重要因素。

今年以来,公募机构参与定增获利颇丰。截至8月5日,22家公募机构参与定增以实现正收益。其中,

诺德基金、财通基金和易方达基金今年以来参与定增整体收益率分别为30.02%、32.69%和37.92%。

从参与标的看,在47家A股上市公司的定增项目中,公募机构参与的36个定增项目认购金额均超1亿元。其中,昊华科技最受公募机构青睐,共有大成基金、财通基金和诺德基金等3家公募机构参与该上市公司定增,认购总额达16.28亿元;其次是芯原股份,获易方达基金、财通基金、诺德基金、诺安基金和国泰基金等5家公募机构合计认购12.66亿元。

从公募机构参与定增项目偏好来看,电子、基础化工、有色金属、医药生物等领域受青睐。

今年以来,公募机构参与定增项目认购总额不低于10亿元的申万一级行业达到6个。具体来看,电子行业上市公司定增项目最受公募机构青睐,芯原股份、广信材料、清溢光电、佰维存储和容大感光等5家电子行业上

市公司定增项目,公募机构认购总额达21.76亿元。基础化工行业紧随其后,晶华新材、永和股份、美瑞新材、圣达生物和昊华科技等5家上市公司定增项目受到公募机构青睐,认购总额达18.61亿元。

代景霞表示,这些行业正迎来阶段性复苏机遇,叠加供需结构持续优化及政策层面的定向支持,相关定增项目具有较好的投资前景,吸引公募机构布局。对于资本市场而言,公募机构参与定增项目,能引导资金流向成长型、科技型产业,推动产业升级和创新发展,还可以促进产业整合和协同发展,实现产业内的资源优化配置,提高产业竞争力。

财通基金预计,2025年定增市场整体供给较2024年或更为积极。同时,简易程序类定增项目呈现一定提速迹象,平均审核周期从去年的120天缩短至上半年的80天左右,季度间审核周期变化趋势也较为明显。

个人养老金账户客源争夺升级 银行从“拉新”转向“留客”

■本报记者 彭妍

随着个人养老金制度在全国加速落地,银行围绕个人养老金资金账户的竞争已从初期的“跑马圈地”全面进入深度运营的新阶段。近期,多家银行密集加码福利投放与服务创新,既有立减金、支付贴金券等真金白银的激励,也有通过优化缴存方式——如推出预约缴存、自动缴存等功能,多维度强化客户黏性。

南开大学金融学教授田利辉对《证券日报》记者表示,银行的上述举措实现了从“流量获取”到“价值留存”的战略升级。这意味着银行正从粗放式扩张转向精细化运营,通过服务创新与场景融合,将短期福利转化为长期客户关系,彰显了养老金融业务的长期主义思维。

从“开户有礼”到“缴存激励”迭代升级

人力资源和社会保障部数据显示,截至2024年11月末,全国个人养老金账户开户人数已达7279万人。

在产品供给端,个人养老金投资范围持续扩容,已形成储蓄存款、理财产品、商业养老保险等多元产品矩阵。其中,储蓄存款产品达数百款,覆盖不同

期限;个人养老金保险产品也在不断扩容,在售产品超百款,从专属商业养老保险、年金险、两全险已拓展至分红型、万能型等新型产品。

在业务推广初期,各大银行纷纷以“开户有礼”为主要手段。然而,随着开户规模的逐步扩大,各银行开始加码福利投入与服务创新。例如,工商银行北京市分行在8月1日至9月25日期间推出个人养老金活动:首次开立个人养老金资金账户并缴存10元及以上,可领取立减金;若是代发工资客户或企业年金客户,还能额外领取1万工银i豆。

除开户环节外,缴存激励也成为银行争夺客户的关键阵地。以交通银行吉林省分行为例,客户完成首次开户并首笔缴存1元及以上,即可领取58元支付贴金券(活动限额50万份)。农业银行广东省分行针对缴存客户推出专项活动:2025年个人养老金账户新增缴存满5000元的客户,可参与抽取58元或388元微信立减金。

此外,部分银行在个人养老金缴存方式上推出了创新举措。以民生银行为例,除常见的“立即缴存”外,还提供“预约缴存”选项:若客户手头资金紧张,可选择“周期性预约”,比如每月15日自动从工资卡划扣1000元;也可选择一次性预约,例如年底发放年终奖时

直接存入12000元。

苏商银行特约研究员薛洪言表示,从上述部分银行推出的活动可以看出,银行策略从初期“开户获客”转向“缴存激活”与“服务深耕”,反映出战略重心从规模扩张到用户价值深耕的迁移,注重账户活跃度与资金留存,更契合养老金业务长期性本质。

未来竞争重心转向“留客”与服务升级

随着个人养老金业务的持续推进,单纯依靠补贴“拉新”模式的局限性日益凸显。银行间的竞争重心已悄然变化,从侧重于吸引新客户,逐渐转向致力于留住现有客户,服务的全面升级已然成为在这场竞争中制胜的关键要素。

薛洪言表示,个人养老金业务的核心竞争力构建需紧扣“用户需求匹配度”与“长期服务能力”两大主线。具体而言,一是推进场景化生态整合,将养老金账户与医疗、保险、养老社区等场景深度打通,形成“金融+服务”的一站式解决方案;二是打造长期陪伴能力,通过智能投顾动态调整资产配置,输出专业养老投教内容,逐步建立用户信任;三是夯实产品供给侧优势,要么提供独家优质产品,要么通过专业筛选构

建高性价比产品组合,同时依托数据深度理解用户真实养老需求,动态优化服务策略。

上海金融与法律研究院研究员杨海平表示,下一阶段竞争格局的变化可能体现在两方面:一是自2024年12月份个人养老金制度全面实施以来,因时间尚短,增量账户拓展仍有空间。个人养老金资金账户作为养老金服务的核心枢纽,拓展账户即是抢占服务端口,因此具备业务资质且前期开户量领先的银行已占据先机。二是账户深耕与客户挖掘的竞争更考验“内功”,在养老金融服务与养老生活服务融合创新上能力突出的银行,更易在竞争中胜出。

薛洪言表示,短期来看,银行可通过缴存激励引导用户持续投入,借助预约缴存、自动缴存等功能降低参与门槛,构建“开户—缴存—投资—领取”的全流程陪伴体系;同时,通过差异化的缴存规则设计、自动化服务体验形成竞争壁垒,并沉淀用户行为数据,为精准匹配产品、提供定制化服务奠定基础。中长期来看,银行需进一步整合非金融服务,构建完善的养老金融生态;同时强化资产配置能力,动态优化运营体系,从单纯的“账户提供方”升级为“养老规划伙伴”,通过持续夯实生态优势稳定用户黏性。

又见银行理财子公司参与IPO网下打新 业内人士认为,投研能力建设仍是关键

■本报记者 熊悦

继光大理财后,第二家参与首次公开发行股票(IPO)网下打新的银行理财子公司浮出水面。8月4日晚间,广东建科发布IPO网下发行初步配售结果公告,宁银理财两只混合类理财产品成功入围有效报价,初步获配股数均为6557股,初步获配金额均为4.30万元。

受访专家表示,目前银行理财子公司参与IPO网下打新的案例尚不多见。在政策鼓励中长期资金入市的背景下,随着银行理财子公司投研能力的提升和风控机制的完善,预计将有更多银行理财子公司积极投身权益市场,涉足IPO网下打新领域。

宁银理财加入IPO网下打新

此前,光大理财已率先试水IPO网下打新,而宁银理财则成为行业内参与网下打新的又一新成员。据统计,包括广东建科IPO项目在内,宁银理财在7月份已参与3个IPO项目的网下打新,每次均以两只或两只以上的理财产品参与报价并成功入围有效报价。

例如,在天富龙IPO项目中,宁银理财旗下3只混合类理财产品以25.14元/股的申购价格入围有效报价,初步获配股数分别为1211股、1526股、1526股。汉桑科技IPO项目的网下打新也有宁银理财的身影,旗下2只混合类理财产品均参与报价,初步获配股数均为2443股。

“银行理财子公司参与打新,不仅能为资本市场提供长期资金支持,丰富长期资金来源,还能推动资本市场持续健康发展。同时,通过产品创新,丰富投资选择,更好地服务投资者。”中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏在接受《证券日报》记者采访时表示,考虑到权益市场预期收益率较高的因素,理财子公司参与打新并推出含权理财产品,也有助于提升理财投资者的预期收益。

增强投研能力建设

过去,银行理财子公司主要通过投资公募基金等间接参与打新。在政策引导理财等中长期资金入市

背景下,今年3月份,中国证监会修订《证券发行与承销管理办法》(以下简称《承销办法》)后,银行理财产品被纳入IPO优先配售对象范围,银行理财子公司作为A类投资者,可以直接将产品募集资金用于网下新股申购。

然而,自新版《承销办法》发布以来,银行理财子公司参与IPO网下打新的实践仍较为有限。“银行理财子公司参与IPO网下打新,需完成网下投资者注册、配售对象备案等流程,涉及合规审查、系统对接等,耗时较长,这在一定程度上增加了银行理财子公司参与IPO网下打新的成本。”普益标准研究员何雨芮表示。

受访专家认为,除了外部因素,更为关键的是,银行理财子公司参与IPO网下打新的专业能力有待进一步提升。

何雨芮进一步分析,从投研体系来看,网下打新需要具备精准的新股定价能力,对行业分析和估值建模要求极高。目前,银行理财子公司资产配置多为固收类资产,权益投研团队规模小、经验不足,在新股定价方面缺乏经验,短期内难以满足市场化竞争需求。从策略设计来看,相比公募基金,银行理财对权益市场涉猎较少,需从零搭建覆盖“研究、决策、风控”的全流程体系,缺乏应对打新市场波动的策略。在客户偏好方面,当前理财客户普遍偏好低波动产品,而打新需配置股票底仓,可能加剧净值波动,这与传统理财客群需求存在矛盾。

对此,何雨芮建议,银行理财子公司应从三方面着手:一是加强投研能力建设与生态合作,一方面加快构建权益市场投研团队,提升投研能力;另一方面可与券商等外部机构合作建立新股数据库,引入卖方研究支持,提升估值报价精准度。二是加快产品设计创新,结合传统优势领域,创新“固收+打新”等混合架构,以债券收益打底,打新收益增强,降低净值波动。三是加大客户教育与市场培育,包括加强产品宣传和信息披露,帮助投资者清晰认知打新产品的风险收益特征,精准匹配风险偏好适配的客群,并依托细致的客户画像,强化分层营销策略的落地,提升产品在目标客群中的触达效率与匹配精度。

76家财险公司上半年实现净利润超92亿元

■本报记者 杨笑寒

近日,财险公司二季度偿付能力报告陆续披露。据《证券日报》记者统计,截至8月6日,已有76家财险公司披露二季度偿付能力报告。数据显示,今年上半年,76家财险公司合计实现保险业务收入2594.89亿元,实现净利润92.52亿元。剔除2家新成立险企,74家财险公司在保险业务收入和净利润上同比均有所增长,其中净利润同比大幅增长92%。

受访专家表示,财险公司净利润显著提升主要得益于低基数效应、承保端优化及投资收益回暖等因素。展望未来,财险公司需通过科技赋能、优化产品结构等举措,实现高质量可持续发展。

68家财险公司实现盈利

在保险业务收入方面,今年上半年,中国人寿财产保险股份有限公司(以下简称“国寿财险”)、中华联合财产保险股份有限公司和英大泰和财产保险股份有限公司(以下简称“英大财险”)保险业务收入均超过100亿元,分别为592.70亿元、423.87亿元和101.44亿元。

在净利润方面,今年上半年,国寿财险和英大财险的净利润均超过10亿元,分别为24.28亿元、10.53亿元。76家财险公司中,68家实现盈利,合计盈利94.38亿元;8家亏损,亏损额合计1.86亿元,亏损公司数量远低于去年同期的22家。

中能财产保险股份有限公司和苏州东吴财产保险股份有限公司成立时间较短,尚无可比数据。剔除这2家新成立险企后,其余74家财险公司的保险业务收入同比增长8.4%,净利润同比增长92%。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对《证券日报》记者表示,上半年财险行业净利润大幅提升,是承保优化和投资回暖共同作用的结果。一方面,财险公司保险业务收入稳健增长,综合成本率整体下降,承保利润显著改善;另一方面,资本市场回暖带动投资收益提升,再加上去年同期财险公司利润较低,今年净利

润因而大幅上涨。

综合成本率有所改善

综合成本率是衡量保险公司承保端盈利能力的关键指标,当其高于100%时,意味着财险公司在承保业务上出现亏损。

今年上半年,受产品结构优化、自然灾害损失减少等因素影响,综合成本率超过100%的财险公司数量有所下降。具体来看,今年共有40家财险公司的综合成本率超过100%,较去年同期的44家有所减少。

对外经济贸易大学创新与风险管理研究中心副主任龙格表示,这一变化主要得益于以下因素:一是车险综合改革持续深化,车险定价更加精准,成本降低;二是财险公司非车险业务结构优化;三是严格车险费用管理,减少了“拼费用”现象;四是今年上半年自然灾害造成的经济损失同比减少,提升了财险公司的承保效益。

在影响综合成本率的诸多因素中,新能源车车险的高赔付率一直备受市场关注。1月份,国家金融监督管理总局等四部门发布《关于深化改革加强监管促进新能源车车险高质量发展的指导意见》,提出合理降低新能源车汽车维修使用成本,引导建立高赔付风险分担机制、稳妥优化自主定价系数浮动范围等措施。

龙格认为,在新规引导和市场经验积累下,险企风险控制有所优化,新能源车险市场初现改善迹象。然而,新能源车险市场经营仍面临电池成本高、维修生态不成熟等挑战,短期内难以全面盈利,险企或在局部领域率先突破盈亏线。

展望未来,杨帆表示,财险公司应多方面优化产品结构:一是深入挖掘新兴领域需求,加大对绿色保险、科技保险、网络安全保险等创新型产品的研发与推广;二是对传统车险产品进行升级,结合智能驾驶技术发展,开发差异化车险产品;三是持续优化非车险产品结构,提升责任险、农业险等业务占比,创新保障模式。同时,利用数字化手段精准营销和定价,提升产品竞争力,通过优化产品结构推动财险公司高质量可持续发展。