

险资持续扫货银行H股 高股息资产配置吸引力仍存

■本报记者 熊悦

港交所披露信息显示,继弘康人寿保险股份有限公司(以下简称“弘康人寿”)举牌郑州银行H股后,近日,这家中小险企再度买入郑州银行67.5万股H股,持股比例从触发举牌前的不到5%激增至14.03%(截至8月5日)。

此外,7月份以来,以“平安系”为主的险资对H股上市银行的增持热情依旧不减,获增持的银行包括邮储银行、招商银行、郑州银行等多家H股上市银行。增持行为尤其集中在7月底至8月初。

具体来看,险资对邮储银行H股最近一次的增持发生在8月1日。中国平安保险(集团)股份有限公司(以下简称“中

国平安”)控股的中国平安人寿保险股份有限公司(以下简称“平安人寿”)、中国平安财产保险股份有限公司、平安健康保险股份有限公司,在场内以每股5.51港元的均价买入935.7万股,斥资约5155.71万港元,增持后中国平安对邮储银行H股的持股比例升至15.02%。

招商银行H股也是险资颇为青睐的标的。据港交所披露,7月28日和29日,平安资产管理有限责任公司、平安人寿先后增持该行H股374.25万股、859.75万股,持股比例分别升至16.03%、16.10%。

Wind资讯数据显示,今年以来截至8月8日收盘,邮储银行H股、招商银行H股、郑州银行H股股价的区间累计涨幅分别为27%、31%、40%。除招商银行H股,其余两

家银行H股目前的市净率均不足1倍。

在利率下行、政策引导中长期资金入市等背景下,银行股凭借高股息率、估值偏低以及低波动性等特点成为险资权益投资的重要标的,使得险资举牌、增持银行股等高股息率资产的行为频频发生。多家研究机构分析认为,近日,新发国债等债券利息收入恢复征收增值税政策的推出,或将进一步推动债券配置规模大、占比高的险资增配更具优势的高股息权益资产。

“长期来看,险资对权益资产的配置有望持续提升,以缓解国债等券种增值税提升以及长端利率中枢下行带来的配置压力。”民生证券研究院非银金融首席分析师张凯峰分析称,预计险资“免税资

产+高股息权益”配置风格有望加强,伴随宏观经济企稳和资本市场回暖,险企投资收益弹性有望进一步提升。

兴业证券经济与金融研究院银行团队同样认为,此次税收新规下,政府债和金融债税收成本增加,相关债券投资收益下降,对于险资等中长线资金而言,高股息权益资产未来将更具吸引力。这有助于驱动银行板块行情延续,“高股息+业绩驱动”的银行股有望持续受益。

巨丰投顾高级投资顾问朱华雷告诉记者,除了银行股外,其他高股息且业绩稳定的股票或也将受到险资青睐,如公用事业、能源等板块的部分个股。这些股票能为险资提供较为稳定的股息收入,满足其对绝对收益的要求。

机构调研券商 聚焦财富管理转型等核心议题

■本报记者 周尚仔

上市券商中期业绩预告的超预期表现,不仅提振了行业信心,更吸引了众多机构投资者目光。

近期,机构对券商的调研频次显著增加。从调研动态来看,财富管理转型、差异化发展路径及国际业务布局三大核心议题的探讨持续深化,既反映出机构对证券行业价值的重视,也展现了行业未来的发展脉络。

业绩超预期成调研推动力

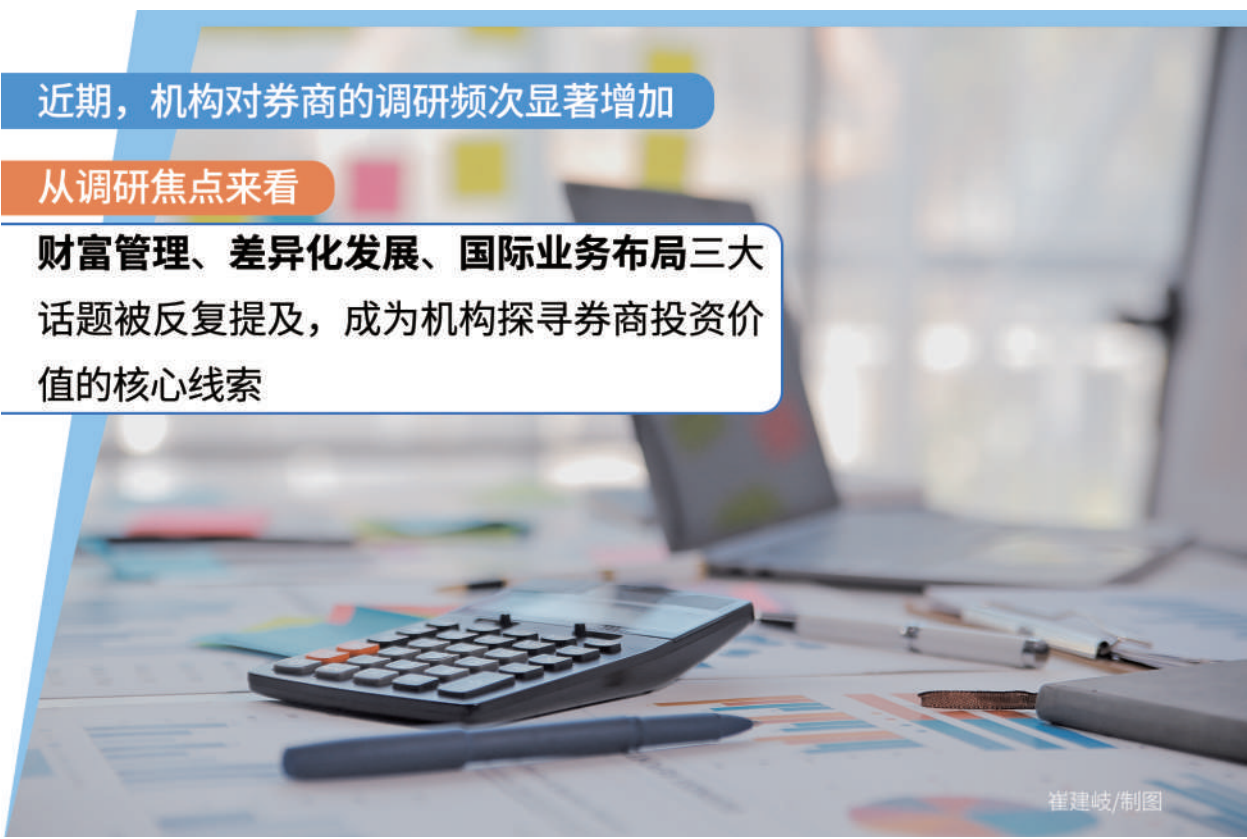
上半年,在政策红利与市场交投活跃等因素的驱动下,凭借多元化业务布局与稳健的风险控制能力,上市券商中期业绩展现出强劲增长动能。

从已披露的中期业绩预告来看,多家头部及特色券商预计上半年业绩实现大幅增长,部分公司净利润同比增幅甚至突破1000%,显著高于此前机构预测均值。

上市券商业绩的亮眼表现直接推动了机构调研的升温。Wind资讯数据显示,下半年以来,已有8家券商接待了机构调研,参与机构涵盖公募基金、私募基金及同业机构等,而去年同期仅4家券商获机构关注。其中,大型券商因业务全面性受关注,部分在细分领域表现突出的中小券商也成为机构调研的“常客”。机构普遍认为,券商中期业绩的超预期不仅反映出行业基本面的改善,更凸显了在资本市场改革深化背景下,券商业务结构优化带来的韧性。

从调研焦点来看,财富管理、差异化发展、国际业务布局三大话题被反复提及,成为机构探寻券商投资价值的核心线索。其中,作为券商转型的核心方向,财富管理业务成为机构调研中的高频话题,券商在客户分层、产品体系建设、投顾团队培养等方面的进展被重点关注。

多家券商在调研中透露,正积极发展买方投顾业务,以资产配置与增值、投顾服务、金融科技为抓手,持续扩大服务覆盖面,构建高质量客群服务体系核心竞争力。例如,广发证券聚焦财富经纪业务“高质量客群和高效费率上运营”重点发展方向,线上线下并举,做好客户拓展服务和标准化运营。国信证券上半年积极推广“全账户提佣”投顾服务模式,强化投顾服务持续陪伴,显著提升服务价值和客户黏性,重点发展AI投顾及智能交易工具,实现投顾业务赋能,投顾业务迎来



近期,机构对券商的调研频次显著增加

从调研焦点来看

财富管理、差异化发展、国际业务布局三大话题被反复提及,成为机构探寻券商投资价值的核心线索

快速增长。

中小券商寻求错位竞争

在头部券商凭借资本优势主导综合业务的格局下,中小券商的差异化发展路径成为机构调研的另一重要焦点,而政策层面的引导也进一步强化了机构对中小券商差异化发展的关注。

6月份,中国证监会就《证券公司分类评价规定(修订草案征求意见稿)》公开征求意见,支持中小机构差异化发展、特色化经营。7月份,中国证券业协会发布28条措施力促证券业高质量发展,鼓励中小机构基于自身资源禀赋,在特色业务、精准服务等方面深耕。

一系列政策的出台,使得机构对中小券商的发展路径关注度显著提升。从调研反馈来看,部分中小券商通过聚焦细分市场,已形成各自独特的业务标签。长城证券在调研中表示,监管层加强引导行业机构坚持功能型、集约型、专业化、特色化发展方向,中小券商将积极结合股东特点、区域优势、人才储备等资源禀赋和专业能力,有望实现差异化发展、特色化经营。

具体实践中,华西证券已明确差异化发展、特色化经营的发展方向,持续推进财富管理3.0转型,深耕聚焦重点区域和行业,增强服务实体经济能

力。国海证券将结合自身资源禀赋和业务优势,在泛财富管理、机构业务领域打造特色,同时积极推进新业务的研究,进一步拓宽业务服务范围。

招商证券非银金融首席分析师郑积沙表示,面向一流投资银行建设“路径图”,中信证券、国泰海通引领的头部格局已初步显现,头部券商剩余席位紧张;中小券商均在探索自身差异化发展模式,目前多围绕区域禀赋、股东资源展开探索。

稳步推进国际化布局

国际业务作为中资券商重要的业绩增长极,其布局进展同样受到机构高度关注。调研中,机构重点关注头部券商在中国香港及海外市场的业务拓展、跨境投融资服务能力,以及应对国际市场波动的风险控制措施。

招商证券在调研中透露,国际业务将坚持跨境融合发展导向,采取“短期聚焦、中长期布局”的节奏推进,以做大香港市场为第一曲线,做强国际市场为第二曲线。短期国际业务将聚焦香港业务基础,从数字化转型、客群经营、专业能力建设三个维度夯实根基。数字化转型方面,加快推进完善环球交易平台,提升数字化运营能力,打通跨境投资渠道;客群经营方面,全面贯彻以客

户为中心的理念,深入挖掘和满足客户多元化需求,着力打造高净值客群与机构投资者客群经营能力;专业能力建设方面,聚焦ETF全产业链、场外衍生品、私募基金交易托管外包综合服务等重点领域,以项目建设为抓手,重点提升专业水平和服务能力。

目前,申万宏源也已建立了以我国香港为中心的全牌照一体化业务平台,将业务延伸至周边海外市场,国际化的网点布局和发展能力逐步凸显。公司加强境外投行业务布局,服务国内企业出海和产业链国际化;在境内外一盘棋的带动下,依托跨境业务资格开展跨境交易,在衍生品和机构业务上持续开拓创新,服务投资者跨境投资和风险管理需求。

中小券商也在探索国际化路径。国元证券则表示,旗下国元国际将进一步强化与母公司国元证券的协同合作。一方面,抓住内地企业赴港上市的机遇,加强与内地企业的合作,提升在IPO保荐、承销、并购重组等投行业务方面的市场份额。同时,积极参与与香港本地企业的融资和并购活动,拓展业务领域;另一方面,将加大在财富管理领域的投入,打造多元化的财富管理产品体系。在持续深耕中国香港市场的同时,积极向亚太地区其他市场拓展,探索跨境业务合作机会。

多家券商高管“换新” 复合业务背景、市场化招聘成标配

■本报记者 于宏

当前,证券行业正加速转向高质量发展,日趋激烈的行业竞争为券商带来了新的机遇与挑战,也向各家券商的“掌舵人”提出了更高的要求。

近期,证券行业高管密集变动,人才“新陈代谢”不断加速。其中,复合职业背景的高管人才受到青睐,同时,市场化招聘成为多家券商的人才选拔方式,折射出行行业人才生态的进一步优化。

近期,证券行业高管密集变动。8月1日,信达证券公告披露,因工作调整,祝瑞敏辞去公司董事、总经理职务。7月21日,第一创业发布公告称,吴礼顺因工作调动辞去公司第五届董事会董事长、董事、战略与可持续发展委员会主任委员职务。7月18日,长城证券披露,李翔因个人原因申请辞去公司总裁、财务负责人职务。7月4日,

西南证券副总经理李军因职务变动申请辞职。

此外,一批“券业老将”正因到龄退休告别岗位。7月8日,方正证券副总裁徐子兵因到退休年龄申请辞职。6月22日,兴业证券董事长杨华辉到龄退休。此外,今年以来,中信建投、招商证券、国联民生、东北证券等多家券商均有高管到龄退休。

在上述一批高管离任的同时,证券行业也迎来一批“新鲜血液”。近期,多家券商迎来新任高管。8月7日晚间,财通证券发布公告称,近日,公司收到中共浙江省委相关文件,决定应朝晖任公司党委副书记,提名应朝晖为公司总经理人选。7月末,国投证券原总经理王苏望升任公司董事长。6月份,招商证券迎来新任总裁朱江涛。

从新任高管的背景来看,他们多具备丰富的跨行业从业经验。公开信

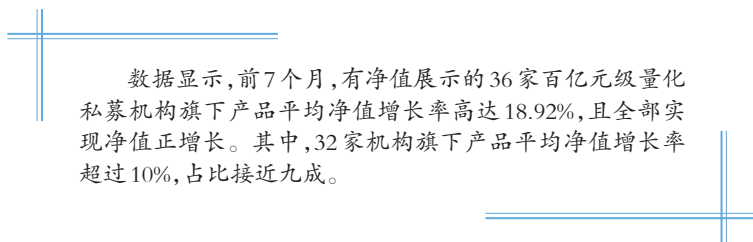
息显示,财通证券即将迎来的新任总经理应朝晖具备丰富的国资企业管理经验,曾任浙江农商联合银行副行长、浙江省担保集团有限公司董事长。国投证券新任董事长王苏望曾任中国建设银行莆田市分行储蓄所主任、中信证券投资银行部职员、招商证券投资银行总部战略客户部总经理、国投证券金融衍生品部总经理等职位。

对此,深圳市优美利投资管理有限公司董事长贺金龙对《证券日报》记者表示:“当前,证券行业正处于关键的转型时期,传统的经纪业务利润空间渐小,券商亟需在财富管理、金融科技建设方面加速转型,开拓新的增长空间。在此情况下,具备复合业务背景的高管能够凭借对市场的敏锐洞察和丰富经验,通过打破行业壁垒,推进业务协同、整合内外部资源来加速券商业务模式的变革与升级,助力券商业务多元化发展。”

值得注意的是,近年来,市场化公开选聘高管逐渐成为证券行业的鲜明趋势。例如,年内,诚通证券面向社会公开招聘总经理和副总经理,国盛金控也为子公司国盛证券市场化招聘总经理一职。此前,粤开证券、东兴证券等多家券商曾开展高管的市场化选拔。

“市场化选拔机制有助于券商引入具有专业素养与创新思维的高管人才,为企业的长远可持续发展保驾护航。”中国人民大学财政金融学院金融学教授郑志刚对《证券日报》记者表示,传统的企业内部选拔模式往往受限于资源和视野,而市场化选拔能够让券商接触到更丰富的外部人才,吸引来自不同金融行业甚至是非金融行业却能为券商业务注入新活力的复合型人才,助力券商在业务模式、产品设计和服务体系等多层面实现创新突破,更好地适应市场变化,满足客户多元化需求。

“百亿私募阵营”成员微调 量化机构数量与业绩双领跑



■本报记者 昌校宇

近年来,量化私募机构发展势头迅猛,百亿级量化私募机构(与下文“百亿私募阵营”“百亿俱乐部”指代对象相同)数量持续扩容。

私募排排网最新统计数据示,截至2025年7月底,百亿级私募机构数量已达90家,其中量化私募机构44家,占比接近半数;主观私募机构39家,混合策略私募机构6家,另有1家未明确分类。

与此同时,7月份“百亿私募阵营”出现明显变化。3家主观私募机构退出该阵营,同时有3家机构新晋或重返“百亿俱乐部”,其中有2家为量化私募机构,反映出市场资金对量化策略的持续青睐。

另据私募排排网最新统计数据,今年前7个月,百亿级私募机构中,量化策略产品整体表现显著优于主观策略产品。

具体来看,在有净值展示的55家百亿级私募机构中,旗下产品平均净值增长率达到16.60%,显示出整体稳健的增长态势。同时,上述55家机构中的54家实现了产品净值正增长,占比高达98.18%。其中,产品平均净值增长率在10%以内的机构有12家;产品平均净值增长率在10%—19.99%区间的有21家;产品平均净值增长率在20%—30%区间的有17家;更有4家机构的产品平均净值增长率突破30%。此外,在旗下产品平均净值增长率超过10%的42家百亿级私募机构中,量化私募机构占比最高,达到32家;主观私募机构为9家;混合策略私募机构仅1家。

百亿级量化私募机构的优

费率低至0.1折 中小银行代销基金再打“折扣牌”

■本报记者 彭妍

银行基金代销的“费率战”再度升级。

继国有大行、股份制银行纷纷将基金代销费率降至1折后,市场费率竞争进一步加剧。近日,部分中小银行加入让利阵营,将该费率压低至0.1折,引发市场广泛关注。

苏商银行特约研究员高政扬对《证券日报》记者表示,中小银行大幅下调基金代销费率,根源在于市场竞争加剧与客户流失的双重压力。受制于大型银行与互联网平台的双向挤压,中小银行客户基数与业务规模有限,只能以降价为手段吸引客户。

部分产品费率低至0.1折

8月4日,深圳农村商业银行发布公告称,自8月5日起,投资者通过该行手机银行App申购指定的9只开放式基金(前端模式),可享申购手续费0.1折优惠,优惠涵盖定期定额投资业务。

今年2月份,常熟农村商业银行推出类似政策:投资者通过该行手机银行渠道办理指定基金产品的申购(含定投)业务,可享申购费率0.1折优惠。所涉基金均为前端收费模式(即申购时扣除手续费)的指定公募基金。

高政扬表示,目前享受0.1折费率优惠的基金产品主要有三方面特征:一是产品类型偏向保守,以低风险类为主,如部分指数型基金、债券类基金;二是申购渠道通常限定为手机银行;三是费率优惠多针对前端费率。这一现象主要是为了定向激活线上流量。

相比之下,大型银行及股份制银行基金代销费率仍维持1折优惠费率。例如,7月15日,平安银行公告称,对18只指定基金产品的申购及定投费率实施1折优惠。而自去年起,农业银行、交通银行等国有大行已纷纷将基金代销费率降至1折。

上海金融与法律研究院研究员杨海平认为,此次中小银行将基金代销费率降至0.1折,主要原因有三:一是在净息差承压背景下,更

多中小银行加入基金代销行列并加大拓展力度;二是出于阶段性获客需求,通过营销活动吸引客户;三是公募基金费率改革深入推进,以降低投资者成本、推动基金公司投资者利益更紧密绑定为核心,使得公募基金的盈利压力向渠道端传导。

仍需聚焦服务与产品深耕

依托网点布局与客户资源的天然优势,银行长期以来都是基金代销的主力军。但随着券商、独立基金销售机构快速崛起,中小银行在这一领域尤其面临不小的挑战。

高政扬分析称,中小银行承受着重重竞争压力:一是来自国有大行和股份制银行的挤压——大型银行凭借深厚的客户积淀、强劲的品牌影响力、广泛的渠道覆盖,以及出色的选品与综合服务能力,让中小银行难以在价格和产品上形成差异化优势;二是互联网平台的直接冲击,这类平台以便捷性、低费率和丰富产品为抓手,依托海量用户吸引大量年轻投资者,导致传统银行代销业务客户分流。

市场对0.1折超低费率的可持续性关注度较高。目前1折仍是行业主流最低优惠,0.1折超低价多限于中小银行的特定产品和渠道,尚未形成规模效应。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为,短期内受渠道和品牌劣势制约,降价是中小银行抢占市场的直接手段,但“费率战”可能引发监管关注,长期看或难以维系。

业内人士认为,基金代销市场的竞争最终要回归产品与服务本身。“对中小银行掀起的价格竞争应客观看待,超低费率本质是通过牺牲短期利润换取客户流量,长远看仍需在产品与服务上深耕。”高政扬表示,未来核心竞争力需聚焦四方面:提升选品能力,提供更优财富管理策略;丰富代销产品种类,满足多样化需求;增强服务创新,提供资产配置与全周期陪伴服务,提升客户满意度;深耕区域客群需求,绑定本地化场景,避免同质竞争。