

银行发行科创债规模已达2273亿元

■本报记者 彭妍

自今年5月份债券市场“科创板”正式落地以来,各类市场主体发行的科技创新债券(以下简称“科创债”)不仅规模不断攀升,发行节奏也持续加快。

Wind资讯数据显示,截至8月27日,全市场已累计发行科创债814只,发行总规模突破1万亿元,充分体现出市场对科创领域融资需求的积极响应。

34家银行已参与发行

据《证券日报》记者梳理,截至8月27日,参与发行科创债的银行机构数量已扩容至34家,发行总规模达2273亿元。从发行主体类型来看,覆盖国有大行、全国性股份制银行、城商行和农商行。

具体来看,国有大行与全国性股份制银行凭借资金实力,发行规模始终处于较高水平。其中,工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行6家国有大行合计发行规模达1150亿元;中信银行、兴业银行、浦发银行、浙商银行、华夏银行、渤海银行6家全国性股份制银行合计发行规模为550亿元。

与此同时,部分区域性城商行对科创债发行也表现出较高热情。截至目前,北京银行、上海银行、南京银行、杭州银行、重庆银行、徽商银行等18家城商行已陆续参与发行,合计发行规模达515亿元,成为服务区域科创企业融资的重要力量。

对此,中信证券首席经济学家明明向《证券日报》记者表示,其背后主要有三大驱动因素:一是制度创新与激励,中国人民银行、中国证监会于5月份联合发文推出债券市场“科创板”,将商业银行纳入科创债发行主体,还配套了即报即审、减免手续费等政策,降低银行发行门槛与成本,提升其发行意愿;二是资金端支持,

政策鼓励社保基金、保险资金等中长期资金配置科创债,为市场提供了充足稳定的增量资金,降低了银行发行难度;三是响应金融服务实体经济的核心要求,银行当前正面临净息差收窄、传统信贷业务承压的挑战,发行科创债不仅能帮助其以较低成本获取中长期稳定资金,还可将资金定向投放至科创企业,解决其融资难题,最终助力金融回归本源、服务实体经济。

值得关注的是,以往较少涉足科创债发行的农商行,近期也逐步加入到发行阵营当中。例如,南海农商银行、瑞丰银行、成都农商行已顺利完成科创债发行,合计发行规模为38亿元,标志着银行科创债发行主体进一步向县域市场下沉。

明明认为,有三方面核心因素共同推动了农商行入局科创债发行:一是监管引导明确,监管层明确鼓励更多地方性金融机构参与科创债发行,通过差异化布局更好满足区域性科创企业的融资需求;二是农商行自身优势契合,农商行深耕本地市场,具备天然的“地缘优势”与“人缘优势”,作为服务县域经济和中小微企业的金融主力军,其对本地特色产业、科创企业经营状况及融资需求的了解程度更深,能够提供更精准的金融服务;三是银行自身发展需求,农商行借助科创债发行实现业务突破,不仅能优化自身负债结构,还可以通过资金投放深度绑定本地高成长科创企业,逐步摆脱传统业务模式下的增长瓶颈,为自身长期发展注入新动能。

积极创新交易机制

银行作为科创债发行的核心参与主体,在推动发行端规模持续扩容的同时,还积极投身科创债交易机制创新——通过深度参与市场交易、优化服务模式,为科



创债市场注入关键流动性,进一步完善市场生态体系。

在中国人民银行指导推进债券市场“科创板”建设的政策背景下,科创债交易机制创新近期迎来实质性突破。中国外汇交易中心近日已正式上线两只科创债标准篮子,银行机构在此次机制落地中承担关键角色:上海银行以首批做市商身份,参与银行间市场科创债标准篮子上线交易;

广东华兴银行则在成为企业科创债标准篮子首批做市商的基础上,进一步推出“大湾区企业科创债篮子”,满足投资者“一键配置”区域优质科创资产的需求。

在明明看来,银行参与科创债交易机制创新,机遇与挑战并

存。机遇方面,作为首批做市商,两家银行能够率先建立相关市场影响力,积累交易数据与客户资源,在细分领域建立先发优势。同时,通过提供买卖双边报价,银行可以赚取稳定的买卖价差收入,并且可以将做市业务与银行的债券承销、资产管理等业务建立协同效应,为客户提供全流程服务,增强综合竞争力。

“而挑战方面,科创企业普遍具有‘高成长、高风险、轻资产’的特点,其债券的信用风险定价远比传统债券复杂,银行需要建立一套适应科创企业的信用评估和估值模型,这对银行的投研能力提出了更高要求。此外,在市场培育初期,科创债的流动性可能

不如传统利率债,做市商需要持有一定的债券库存以维持市场流动性,将为其带来库存市值波动的风险。”明明说。

针对银行如何在科创债业务中实现差异化发展,东方金诚金融业务部执行总监李柯莹向《证券日报》记者表示,各类银行需结合自身定位、资源禀赋,在客群、产品、服务上形成差异化竞争优势。例如,国有大行可发挥“全链条服务”优势,聚焦国家级科创项目;全国性股份制银行可强化“创新能力”,深耕细分科技赛道;城商行可聚焦“区域产业集群”,服务本地科技型中小企业;农商行可深耕“县域科创”,对接特色农业与小微企业。

个人养老金理财产品扩容至37只

■本报记者 杨洁

个人养老金理财产品持续扩容中。8月26日,中国理财网发布第九批个人养老金理财产品名单,中邮理财新增2只个人养老金理财产品。至此,银行业理财登记托管中心已支持6家理财公司成功发行37只个人养老金理财产品。

接受《证券日报》记者采访的业内人士表示,此次个人养老金理财产品的扩容是养老金体系市场化运作的进一步深化体现,未来银行理财子公司需进一步加强产品创新,与养老基金产品、保险产品共同形成丰富的养老金融产品货架,以适配不同风险偏好投资者的需求。

中邮理财新增2只产品

据悉,此次新增的2只个人养老金理财产品分别设置了18个月

和2年的最短持有期,2只产品风险等级均为二级(中低),风险程度适中。

记者注意到,此前,中邮理财已发行365天、1095天(3年)、1825天(5年)等多种期限产品,新推出产品覆盖了更灵活的持有周期(1.5年、2年),以满足投资者对流动性与收益平衡的需求,适配不同年龄群体的养老规划节奏。

中邮理财相关负责人表示向《证券日报》记者表示,此次新增的两款产品延续“低波稳健”核心定位,均为PR2中低风险,主要通过使用固定比例投资组合保险策略和目标风险策略,均衡配置债券和权益等各类资产。其中,不低于80%投资较低风险的固定收益类资产,积累票息收益;不高于20%投资收益弹性较强的权益类资产,并采用增配优先股、对冲工具等方式,力争降低组合波动,提高投资者持有体验。

苏商银行特约研究员薛洪言

在接受《证券日报》记者表示,上述新增产品在设计上既兼顾了中长期资金保值增值需求,又通过18个月和2年的限定持有期降低了频繁申赎带来的流动性风险。中低风险等级与“固收资产为主、权益及衍生品资产为辅”的配置策略,符合养老金投资追求稳健收益的特性,特别是针对风险偏好较低的群体提供了更适配的选择,这种设计反映了管理机构在控制波动性与提升收益潜力之间的平衡考量。

“个人养老金理财产品扩容为投资者提供了更多的选择,有利于养老第三支柱的建设,同时也有利于吸引更多的中长期资金进入资本市场。”上海金融与法律研究院研究员杨海平向《证券日报》记者表示。

养老金融产品待丰富

自2023年2月份首批个人养

老金理财产品正式推出以来,截至目前,银行业理财登记托管中心已支持6家理财公司成功发行37只个人养老金理财产品,目前市场上共有21家商业银行参与代销。

总体来看,当前个人养老金理财产品数量与保险、基金等产品相比还有所差距。在薛洪言看来,这主要缘于银行理财子公司参与个人养老金市场时间较短,产品准入需符合多重监管要求等因素。但理财产品凭借银行渠道的客户触达优势、固收投资传统以及中低风险特征,与养老金资金属性具有天然契合度。未来随着账户制普及和投资者教育深化,有望通过差异化策略(如目标日期型、浮动净值型产品创新)扩大市场份额,与保险、基金形成互补共生的养老金融生态。

“个人养老金理财产品需稳步扩容,与养老基金产品、保险产品共同形成丰富的养老金融产品矩

阵,以适配不同风险偏好投资者的需求。”杨海平进一步表示,银行理财子公司要用好鼓励理财资金等入市一系列政策,适时加大权益类理财产品投放,或者在“固收+”框架下及在混合类理财产品项下,提升权益类资产配置。同时,要根据自身实际情况,强化投研体系的升级,探索并扩大可配置资产范围。此外,应适度拉长理财产品的期限,改善理财产品的收益率表现,并稳妥推进运营和管理的数字化,努力提升投资者体验。

在发展个人养老金理财产品方面,薛洪言建议相关主体可从三方面着力:一是加强产品创新,开发匹配不同生命周期风险偏好的阶梯型投资组合;二是提升投教效能,增强年轻群体养老储备意识;三是优化制度设计,推动税收优惠额度动态调整与投资顾问服务配套,帮助投资者克服行为偏差。

长期投资价值。尤其是在央企市值管理考核全面推开的背景下,相关主题产品更容易获得投资者认可。

同时,业绩表现优异是相关产品能否“二次首发”的关键。Wind资讯数据显示,截至2025年8月27日,多只参与“二次首发”的绩优基金产品都展现出了持续稳健的回报能力。例如,“西部利得央企优选股票”自2024年12月10日成立以来净值增长率达21%;“圆信永丰医药健康”凭借在医药板块的深入布局,近一年实现超过104%的净值增长率;“华夏智胜优选混合”近一年净值增长率则超过58%。

在业内人士看来,“二次首发”的兴起,实际上是对现有产品价值的再挖掘,有助于减少同质化新发带来的资源浪费,提升资金入市效率。

不过,基金产品“二次首发”的热潮也引发了一些冷思考,相关机构如何在市场热度中保持理性,真正实现募资提速更提质?西部利得基金相关人士认为:“首先,应主动强化渠道沟通,传递正确的投资理念,放弃‘趁热打铁’的规模冲动,转向‘精耕细作’的价值创造;其次,应加强投资者适当性管理,将产品卖给合适的人,对于风险承受能力较低的投资者,不应主推高波动的权益类产品,可引导其关注‘固收+’、低波动策略等产品;最后,应引导长期投资行为,在市场情绪较高时,一次性投入风险较大,应合理推广定投和持有期模式,帮助投资者平滑成本,淡化择时的培养长期投资习惯。”

月内公募基金 发行数量创年内新高

■本报记者 彭衍荻

公募基金发行延续火热势头。公募排排网数据显示,截至8月27日,以认购起始日统计,8月份以来,全市场已有158只基金计划发行,较7月份全月的149只发行量增长6.04%,目前不仅刷新了年内单月发行新高纪录,还实现了连续两个月单月发行产品数量超140只。

晨星(中国)基金研究中心总监孙昕向《证券日报》记者表示,公募基金发行量持续攀升释放出两重信号:一是行业产品供给节奏明显加快,机构对细分市场的挖掘力度增强;二是公募基金正通过多元化产品矩阵,为投资者提供更精准的风险收益匹配工具,同时体现出行业整体运作态势保持活跃,致力于通过丰富的产品选择为投资者提供多元资产配置工具。

从发行结构来看,权益类基金(股票型+混合型)以127只的发行量占据8月份以来新基金总数的80.38%。其中,股票型基金96只、混合型基金31只,分别占权益类基金的75.59%和24.41%。值得关注的是,在股票型基金中,被动指数型基金与增强指数型基金合计达93只,占该类总量的96.88%,延续了近年来指数化投资加速渗透的趋势。

排排网集团旗下融智投资FOF基金经理李春瑜在接受《证券日报》记者采访时表示,权益类产品发行升温主要受三方面因素驱动:一是发行市场制度优化营造了更高效的运作环境;二是权益类资产净值修复提升投资者参与信心;三是基金管理人主动把握市场机遇,加大权益类基金供给力度,进一步助推了公募产品发行的增长,“指数型产品的爆发尤其值得关注,其低成本、高透明度的特性正成为机构布局重点。”李春瑜说。

与权益类基金发行升温形成对比的是,债券型基金月内发行量仅23只,较7月份全月环比下降28.13%。业内人士认为,这主要受债市调整以及债券型基金表现欠佳等因素影响,债券型基金吸引力进一步下降。

与此同时,FOF(基金中的基金)发行明显回暖,8月份以来已有6只产品启动募集,较7月份全月增长500%。在陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问陈宇恒看来,这一变化反映出投资者对专业化资产配置需求的上升,尤其在市场不确定性增加的背景下,FOF的分散投资特性更具吸引力。

从机构参与度看,8月份以来,共有66家公募机构参与基金发行,其中23家机构发行数量均超过2只。具体来看,博时基金以8只的发行量居首,主要是股票型基金;华夏基金、汇添富基金和中欧基金均发行7只紧随其后,前两家以股票型基金为主,中欧基金则侧重混合型;富国基金、永赢基金、华宝基金、南方基金、鹏华基金、易方达基金和招商基金等7家机构发行量均不少于5只,呈现“头部集中、策略分化”的竞争格局。

支付清算协会 新吸纳6家单位“入群”

■本报记者 李冰

8月26日,中国支付清算协会(以下简称“协会”)发布关于吸纳会员的公告,包括威海蓝海银行股份有限公司在内的6家单位取得会员资格。经梳理,截至8月27日,年内协会已吸纳19家机构成为新会员。

整体来看,协会广泛吸纳支付产业上下游公司成为会员单位,从支付产业链纵深方向上加大规范力度。同时,年内也有16家会员单位被协会取消了会员资格。

具体来看,根据《中国支付清算协会章程》《中国支付清算协会会员管理办法》等相关规定,协会审议通过黑龙江省农村信用社联合社、威海蓝海银行股份有限公司、江苏旅通商务有限公司、深圳市道控技术有限公司、郑州欣昌科技有限公司、贵州智农惠家科技有限公司等6家单位成为会员的申请。

经梳理,年内协会已发布3次吸纳会员单位公告。除本次外,还包括1月份,协会审议通过了宁夏黄河农村商业银行股份有限公司、石嘴山银行股份有限公司、湖南星富通科技有限公司等9家单位的人会申请;6月份,广东省邮政广告有限公司、汇商天下信息技术有限公司(北京)有限公司、聚合吧科技有限公司、上海至善近民信息科技有限公司等4家单位加入协会。

“协会吸纳会员呈现‘广覆盖’与‘强规范’并行的特征。”南开大学金融学教授田利辉向《证券日报》记者表示,协会广泛吸纳支付产业上下游公司为会员单位的举措具有三重价值:一是促进产业链协同,通过银行、科技公司、服务商等多主体联动,推动支付服务从单一环节向全链条升级;二是加速标准化进程,依托协会平台统一技术规范与安全标准,降低行业碎片化风险;三是优化市场生态,形成“竞合共生”的良性格局,为行业高质量发展注入动力。

“年内协会吸纳会员呈现多元化特征,会员类型涵盖支付产业上下游公司。”中国(上海)自贸区研究院金融研究室主任刘斌在接受《证券日报》记者采访时表示,广泛吸纳支付产业上下游不同类型公司为会员单位将对行业发展有所助益:其一,将加强行业自律,规范市场秩序;其二,可促进产业链上各环节企业间的交流与合作,发挥协同效应,共同推动支付行业的健康良性发展;其三,金融科技类公司的加入能加速行业数字化转型,提升支付服务效率和质量,助力整体金融行业高质量发展。

值得关注的是,在广泛吸纳支付产业上下游公司为会员单位的同时,协会也在加大对现有会员的管理力度。据《证券日报》记者梳理,协会年内已发布了5次《关于注销会员资格的公告》,合计16家会员单位被“退群”。

“通过动态清退机制取消会员单位,形成‘有进有出’的生态闭环,这一特征反映出协会在推动行业扩容的同时强化合规导向,引导资源向技术能力强、服务规范的机构聚集,凸显‘质量优先’的监管逻辑。”田利辉进一步表示,协会监管呈现“扩招+清退”双轨并行,既鼓励创新又严控风险,推动行业从粗放扩张转向精细化治理,这一监管模式既契合金融科技高速发展的现实需求,也为防范系统性风险提供了保障。