

中金公司拟换股吸收合并东兴证券、信达证券

■本报记者 周尚任

并购重组已成为证券行业高效整合资源、推动战略转型的重要途径之一。11月19日晚间,中金公司、东兴证券、信达证券发布《关于筹划重大资产重组的停牌公告》,三家公司正在筹划由中金公司分别通过向东兴证券、信达证券全体A股换股股东发行A股股票的方式换股吸收合并东兴证券、信达证券。若此次交易顺利完成,其将成为继国泰君安吸收合并海通证券后,行业又一标志性感整合案列,进一步推动证券行业向头部集中、特色分化的新格局演进。

加快建设一流投资银行 重组停牌有序推进

公告显示,中金公司、东兴证券、信达证券三家券商A股股票于2025年11月20日(星期四)开市起开始停牌。本次重组涉及A+H股两地上市公司同时吸收合并两家A股上市公司,涉及事项较多,流程较为复杂,根据上海证券交易所的相关规定,预计停牌时间不超过25个交易日。

据悉,本次重组有助于加快建设一流投资银行,支持金融市场改革与证券行业高质量发展。通过重组实现各方能力资源的有机结合、优势互补,力争在合并后实现规模经济和协同效应,提高公司服务国家战略和实体经济的质效,并提升股东回报水平。

从驱动因素来看,本次中金公司、东兴证券、信达证券的整合,是践行中央金融工作会议精神、将功能性置于首位的战略性感

举措。通过有效整合资源、优化布局,机构将更聚焦于服务国家战略与实体经济的主责主业。同时,也有利于构建资本实力更强、专业能力更完备、风控体系更稳健的综合金融服务平台,从而全面提升服务质效,强化风险防范能力,为实现中国式现代化和金融强国建设提供坚实支撑。

值得关注的是,此次中金公司与收购标的均属“汇金系”券商。中央汇金是中金公司、信达证券、东兴证券的实际控制人,“汇金系”券商的整合有望减少同业竞争,实现资源优化配置。

对此,东海证券非银首席分析师陶圣禹对《证券日报》记者表示,在监管鼓励通过并购重组提升资源配置效率的背景下,期待“汇金系”并购和业务整合,这有望推动体系内头部券商强强联合形成国际投行。

并购重组蓄势待发 业务协同优势互补

从业务协同性看,中金公司以跨境投行业务、高端财富管理见长;而信达证券在破产重整等特殊资产投行领域优势突出,同时财富管理转型成效显著、债券承销实力较强;东兴证券业务则涵盖财富管理、投资交易、投资银行、资产管理、期货等,形成了顺逆周期双轮驱动的综合金融服务体系。三者整合后,将具备全链条服务能力,覆盖从个人投资者到机构客户的多元化需求。

从业绩表现来看,2025年前三季度,中金公司实现营业收入207.6亿元,同比增长约54%;归母净利润65.7亿元,同比增长130%,增长势头强劲。截至2025年9月



末,归母净利润为1155亿元。东兴证券实现营业收入36.1亿元,归母净利润16亿元,同比增长70%。截至2025年9月末,归母净资产为296亿元。信达证券实现营业收入30.2亿元,同比增长28%;归母净利润13.5亿元,同比增长53%。截至2025年9月末,归母净资产为264亿元。

从三家券商整体实力来看,截至2025年9月末,中金公司净资产规模460亿元。东兴证券和信达证券以零售经纪和自营业务为主,资本金较为充裕。根据11月19日收盘价,东兴证券和信达证券两家公司市值合计超1000亿元。

截至2024年末,东兴证券设有92家分支机构,信达证券设有104家分支机构,分别深耕福建和辽宁区域。若本次合并顺利落地,根据截至2024年末的数据统计,三家券商营业部合计数量将位居行业第三。

同时,中金公司的业务优势和特色与另两家证券公司形成互补。东兴证券和信达证券在网络、客户及资本金资源的深厚积累将与中金公司的综合投行、专业投资、跨境交易服务、财富管理等专业能力发挥互补优势,有助于合并后中金公司加强客户资源的综合服务转化,为更广泛的客

银行扎堆入驻小红书 解锁营销新路径

■本报记者 彭 妍

银行业与社交平台的融合日益深化,小红书已成为这一趋势中的重要阵地。《证券日报》记者梳理发现,除招商银行、江苏银行等较早布局的机构外,近期,浙商银行、大华银行等多家银行机构也相继入驻小红书。据不完全统计,目前,银行总行、业务部门或分支机构在小红书开设的官方账号已超过65个。

值得注意的是,与以往侧重金融产品宣讲的传统模式不同,“场景化”成为当下银行在小红书运营的核心打法,各大银行聚焦理财知识解读、市场热点分析,以通俗的语言拆解专业金融内容,并通过互动游戏、福利活动等形式提升用户黏性。

江苏银行特约研究员薛洪言在接受《证券日报》记者采访时表示,近期多家银行入驻小红书,本质上是银行业在Z世代崛起背景下,对“社交金融”新生态的集体响应。这不仅是渠道拓展的尝试,更

是应对用户代际变迁、重构品牌沟通方式的战略调整。

多家银行入驻小红书

近日,浙商银行正式官宣入驻小红书,该行小红书官方账号向用户提供幸福指南、财富干货、文旅攻略三类核心内容。在入驻小红书的同时,浙商银行也同步推出宠粉福利活动。

此前已入驻的招商银行,在小红书平台上的运营模式更具代表性。其账号除少量产品活动宣传外,更加聚焦生活化金融内容输出,涵盖市场热点解读、理财知识科普、实用理财攻略、信用卡消费优惠等,精准匹配年轻用户的信息需求。

江苏银行则借助热点事件进行内容创作运营,依托苏超联赛热度,在小红书推出门票抽签、签名足球抽奖等互动活动,成功实现品牌与用户的情感共鸣。

此外,部分银行在小红书平台

形成了差异化运营特色,重点聚焦消费者权益保护、金融反诈科普等领域,通过漫画、短视频等生动鲜活的形式,将专业金融知识转化为通俗易懂的内容。

除境内银行外,多家跨境金融机构也已入驻该平台。以中银香港为例,该行通过分享品牌动态、解读市场热点、科普金融知识,搭配互动游戏与惊喜福利,持续强化用户参与感。大华银行则另辟蹊径,以艺术为切入点,通过“大华银行与艺术”官方账号构建与用户的深度连接。

薛洪言表示,银行抢滩小红书趋势,折射出银行业数字化转型与营销创新的深层变革:竞争赛道从传统的利率、网点比拼,转向内容种草(通过分享推荐,激发他人对某个商品或事物产生兴趣或购买欲望)与场景营销;营销渠道从单一手机银行App,向全域触点协同延伸;用户运营从单向灌输,升级为情感共鸣,通过官方账号、分支机构及员工账号构建立体营销

矩阵,为未来增长奠定基础。

积极拥抱数字化转型

素喜智研高级研究员苏筱芮对《证券日报》记者表示,小红书原本就沉淀了大量存款、理财、信用卡等生活化金融服务信息,在银行入驻前,这些内容多为用户自发讨论,呈现出碎片化、零散化特征。银行进驻后,能系统化发布金融信息、开展客户交互与答疑,为用户提供权威准确的信息源。这正是银行业积极拥抱数字化转型的具体体现。

薛洪言认为,银行在小红书的内容创作,正从产品卖点单向灌输,转向深耕生活场景、打造趣味表达,这一转型蕴含多重核心考量:一是用户群体深刻变迁,Z世代等年轻群体成为核心客群,他们更渴望价值共鸣、抵触硬性推销;二是适配平台特性,借助小红书独特的社区信任生态,以生活方式为切入点,打破银行刻板印象;三是顺应传播规律,算法推荐机制下,趣

味化、场景化内容更易获得自然流量与用户主动互动;四是满足差异化竞争需求,面对海量账号同台竞技,需通过场景化内容塑造独特品牌人格,实现突围。

下一步,银行业应如何更好地利用社交平台提升营销效果?对此,薛洪言建议,长期来看,银行与小红书等社交平台的深度融合,需在多维度实现突破:内容上,从同质化转向IP化运营,平衡内容趣味性与专业性,挖掘专业优势打造鲜明品牌形象;场景上,推动金融与日常生活无缝衔接,推出贴合热门话题的专属解决方案;技术上,兼顾合规与创新,依托大数据、AI赋能精准推送与互动;用户运营上,从“涨粉”向“价值共创”升级,构建成长体系,增强用户黏性。

苏筱芮表示,银行需在优质内容生产之外,依托平台强交互特性,搭建适配的常态化客服体系,高效响应并解决用户问题、优化体验,最终实现品牌形象、获客效率与用户留存的双重提升。

券商经纪业务佣金率持续下行 多维转型谋增量

■本报记者 周尚任

作为券商的核心业务与“基本盘”,经纪业务的表现是市场关注的焦点。当前,全行业的经纪业务平均佣金率维持在0.02%(万分之二)左右。在佣金率下行压力下,今年以来券商正通过“以量补价”实现短期业绩增长,同时加速经纪业务向财富管理等领域转型,探索长期发展新路径。

佣金率下行

佣金率下行是行业经纪业务发展的长期趋势。近日,上海市证券同业公会统计数据显示,10月份,上海地区A股平均佣金率降至0.0192%(高频率量化业务除外),跌破万分之二,环比下降2.5%,与去年同期平均佣金率0.024%相比,下滑态势明显。这也意味着,上海地区A股平均佣金率已连续2个月跌破0.02%。

全国范围来看,2024年券商经

纪业务平均佣金率为0.024%,今年上半年为0.0215%,延续下降趋势。

不过,市场成交额的高企为经纪业务收入提供支撑,“以量补价”趋势十分明显。资金端的数据印证了市场交易活跃度的提升。截至上半年末,证券行业经纪业务客户交易结算资金余额2.82万亿元,为86.8万亿元资产提供托管服务。

收入端,上半年,券商经纪业务净收入同比增长48.22%,业务量增长弥补了价格下滑损失。上市券商经纪业务方面的表现则更为突出。今年前三季度,上市券商经纪业务净收入同比增长74.64%,增速远高于全行业平均水平,显示出上市券商在客户资源、渠道布局与服务能力上的综合优势。

值得关注的是,“以量补价”的业绩支撑逻辑仍面临多重不确定性。“在连续多年的‘佣金战’后,当前市场佣金率确实降无可降,部分券商佣金已经开始反弹,避免对交易量的依赖是各家券商的必选项。”易观千帆证券业务咨询专家田

杰在接受《证券日报》记者采访时表示,目前来看,不同券商已经在试探不一样的解法,有的券商不断提升App用户体验,提升客户交易服务,想要通过口碑吸引客户;有的券商探索互联网获客,在抖音等新媒体布局;有的券商深挖客户价值,做大股票投顾业务,推进收费模式转型,从原本的交易型转变为盈利分成型。

“整体来看,券商想要避免对交易量的依赖,仍难逃市场竞争与存量挖掘的难点,大的转型方向只有三个,一是深化财富管理转型,重构收入模式;二是优化客户体验,做好老客价值挖掘;三是探索新的市场增长点,比如新媒体运营和AI驱动。”田杰向记者补充说。

加速推进业务转型

近年来,监管部门持续引导金融机构回归“以客户为中心”的买方业务本源。《证券公司分类评价规定》将“引导证券公司更好发挥功能

作用,提升专业能力”写入第一条;并明确提出重点完善业务发展加分指标,引导证券公司提升经营质量,在引入中长期资金、财富管理等领域更好发挥专业服务能力。

在“以量补价”趋势下,券商经纪业务的竞争焦点转向专项理财服务、资产配置能力与客户综合服务体验。

头部券商凭借优势率先转型,形成标杆经验。中金公司党委书记、董事长、管委会主席、中金财富董事长陈亮表示,公司正把握社会财富积累和配置的大趋势,用心锻造“四大能力”。一是坚持以客户需求为中心,积极推动传统佣金模式向买方投顾模式转型,把客户资产的长期增值作为服务的核心;二是通过数字技术赋能客户体验升级,投顾服务效率提升与服务经验沉淀,促进形成全光谱居民客群覆盖;三是加强全球优质资产供给,筑牢权益及另类资产配置优势,补充固收资产覆盖,夯实全品类配置体系;四是立足投行、投资、交易等

综合金融服务能力做好普惠金融,灵活运用多元化融资工具,精准对接中小微企业多样化需求。

中小券商则基于自身资源禀赋,选择特色化、差异化转型方向,聚焦细分领域构建竞争壁垒。第一创业表示,为应对日趋激烈的同质化竞争,公司持续推动业务模式向综合服务转型,通过深化客户陪伴、提升资产配置能力等措施增强客户黏性,以服务质量缓释佣金率下行压力。

展望2026年券商经纪业务的发展趋势,西部证券金融首席分析师孙寅表示:“各类增量资金将会持续流入资本市场,权益市场或维持稳定上行,市场成交将维持在较高中枢,为券商经纪业务开展提供支撑;股基市占率高的头部券商更为受益。此外,当下财富管理渠道端获客正转向公域流量场景,AI技术的创新也为财富管理服务方式提供了新的可能,线上获客能力较强、具备互联网基因的券商有望在新开户中抢占更多份额。”

年内48只成长型基金分红 累计金额超35亿元

■本报记者 彭衍菴

今年以来,此前鲜少分红的成长风格基金动作频频。Wind资讯数据显示,截至11月19日,年内已有48只成长型基金(统计全部份额)实施分红,累计分红金额达35.56亿元,其中有25只为近三年来首次实施分红。

例如,11月19日,易方达基金宣布旗下易方达价值成长混合、易方达策略成长二号基金等权益类产品近日实施分红。华泰柏瑞基金、天弘基金、万家基金等公募基金也在近期宣布旗下部分主动权益基金进行分红。

此外,知名基金经理陈皓管理的易方达平稳增长混合、易方达科翔混合同样于11月份宣布分红,而这两只基金均为近3年以来首度分红。

成立于2021年的万家北交所慧选两年定期开放混合基金则在今年10月份进行了成立以来的首次分红。

“成长风格基金以往聚焦‘复利增长’,分红相对较少,今年以来多只成长风格主动权益基金分红,部分甚至是近几年的首次分红,反映出基金公司从‘重规模’开始向‘重回报’转变。”陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问陈宇恒向《证券日报》记者表示。

从分红资金来源看,成长风格基金分红多依赖股票卖出实现的价差收益,而非高股息策略基金的成分股息收入。这与宽基指数基金和红利主题基金的分红来源形成鲜明对比。

Wind资讯数据显示,截至11月19日,超98%的成长风格基金年内实现净值正增长,平均净值增长率为32.62%。

晨星(中国)基金研究中心高级分析师代景霞在接受《证券日报》记者采访时表示,2025年以来,股票市场表现强势,以科技为首的成长股表现突出,成长风格的基金也在短期内积累了丰厚的收益,基金管理人可能通过分红将收益落袋为安。同时,其也可借此机会优化持仓结构,或是基于控制基金规模、维持策略灵活性等辅助考量。

在代景霞看来,这类成长风格基金要进行现金分红,就必须卖出部分持仓的成长股来筹备分红资金,而在卖出股票的过程中,基金经理会顺势对持仓结构做优化调整。比如对前期涨幅过高、后续潜力存疑的成长股多卖一些,适当降低这类个股的持仓占比;同时保留质地更优、估值合理的标的,相当于借助分红完成了持仓结构的调整。

188只年内上市ETF 获私募机构重仓

■本报记者 吕校宇

根据私募排排网最新统计数据显示,截至11月19日,今年以来共有154家私募机构旗下产品出现在188只年内上市ETF(交易型开放式指数基金)的前十大持有人名单中,合计重仓持有份额达29.12亿份,显示出私募机构对ETF这一产品的广泛认可和积极布局。

从策略类型来看,主观策略私募机构成为ETF认购的主力。数据显示,今年以来截至11月19日,共有76家主观私募机构合计重仓持有年内上市ETF份额达11.07亿份,占总量的38.02%。量化策略私募机构紧随其后,41家此类机构合计重仓持有年内上市ETF份额达9.48亿份,占比为32.55%。37家“主观+量化”私募机构合计重仓持有年内上市ETF份额最少,占比不足30%。

“私募机构积极配置ETF,是市场环境、资金策略与监管导向共同作用的结果,也反映出市场逐步走向成熟。”上海畅力资产管理有限公司董事长李晓辉在接受《证券日报》记者采访时分析称,从市场维度看,在结构性行情和行业轮动加速的背景下,通过传统自下而上选股获取超额收益的难度加大,ETF为私募机构提供了高效把握行业机会和风格轮动的工具,有助于快速调整配置并规避个股风险。从投资策略看,私募机构将ETF纳入投资组合,主要是为了满足流动性管理、战术配置以及对新兴赛道的快速布局等多方面需求。此外,随着监管部门对信息披露要求的提高,部分私募机构也倾向于通过透明度高的ETF实施策略,兼顾合规要求与策略灵活性。

深圳市融智私募证券投资基金管理有限公司FOF基金经理李春瑜对《证券日报》记者表示:“私募机构将ETF作为重要配置工具,主要价值体现在四个方面:一是风险分散,通过一篮子资产投资,降低单一标的波动风险;二是交易效率高、成本低,操作便捷且综合成本低于主动型产品;三是策略应用灵活,便于基金经理快速布局细分赛道;四是良好的流动性管理功能,为应对赎回和把握机会提供支持,最终实现组合的动态优化。”

在ETF产品选择上,数据显示,上述188只被私募机构重仓持有的年内上市ETF,产品名称中含“科创板”字眼的达48只,私募机构合计重仓持有份额为8.20亿份。其中,在私募机构重仓持有份额不低于1000万份的92只年内上市ETF中,科创板相关产品有25只;在重仓持有份额不低于5000万份的12只年内上市ETF中,科创板主题产品有4只。

在宝满辉看来,科创板主题ETF受到青睐,关键在于其满足了私募机构“做业绩”和“促募资”的双重需求。从业绩角度看,今年以来科创赛道表现出较强的赚钱效应,相关ETF覆盖的人工智能、半导体等高成长赛道涨幅显著。对于一些投研能力有限的私募机构,布局这类ETF无需花费大量精力深入调研一个股,还能快速把握板块机会,提升净值表现。在募资方面,科技创新作为国家战略方向,受到投资者广泛认可。私募机构通过布局科创板主题ETF能够清晰传递聚焦“硬科技”、分享产业成长的投资逻辑,更容易获得投资者信任,降低募资难度,助力产品规模扩张。