

并购贷款新规施行半月 商业银行“首单”业务纷纷落地

■本报记者 熊悦

《商业银行并购贷款管理办法》(以下简称“新规”)自2025年12月31日起施行后,《证券日报》记者注意到,2026年开年,国有大行及部分股份制银行、城商行已落地新规施行后“首单”“首批”并购贷款业务。其中不乏并购贷款支持企业参股型并购交易的实践,实现新规拓宽并购贷款适用范围后的业务突破。

国有大行带头响应

新规正式施行半个月,工商银行、农业银行、建设银行等国有大行带头响应落地并购贷款业务,涉及控制型并购贷款及参股型并购贷款。

近日,工商银行福建省分行官方微信公众号发布信息称,1月5日,该行成功为某企业发放并购贷款2.99亿元,实现全国银行业首笔控制型并购贷款落地。并购贷款专项用于支持相关企业收购其产业园区核心资产,有效助力该企业完成对核心固定资产的并购整合与价值提升。

江苏省银行业协会发布的信息显示,农业银行南京分行积极响应新规,主动对接江苏省内重点粮食集团并购需求,1月9日,该行率先落地江苏地区首单新规项下并购贷款业务。

建设银行安徽省分行于2026年首月即落地全省首单新规并购贷款,为池州市某国资背景公司投放并购贷款1亿元,专项用于支持其参股某战略性新兴产业领域企业。该行为客户定制期限7年的参股并购融资方案,贷款金额占交易价款的60%,助力该企业通过“直接投资+基金投资”模式实现参股。

浦发银行、北京银行等资本实力强劲的股份制银行、城商行同样积极拓宽并购金融业务。浦发银行成都分行公开信息显示,1月4日,该行成功为青白江某区属国企发放分行首笔参股型科技企业并购贷款试点业务,支持其完成对某优质生产型企业的市场化并购。

北京银行上海分行则于1月4日成功为上海某民营上市科技企业参股标的企业35%股权提供融资支持,贷款金额为2100万元,融资比例为60%,期限3年。

总体来看,由于新规对开展并购贷款业务的商业银行设置相应的资产规模门槛,即“上年末并表口径调整后表内外资产余额不低于500亿元,开展参股型并购贷款业务的,上年末并表口径调整后表内外资产余额不低于1000亿元”,因此相关参与者以国有大行、上市股份制银行和城商行等为主。

并购贷款服务“升级”

此前商业银行并购贷款业务依据《商业银行并购贷款风险管理指引》(以下简称《指引》)开展。面对产业整合趋势及并购市场发展需求,国家金融监督管理总局先是试点适度放宽《指引》部分条款,支持科技企业发展,其后又对《指引》进行修订形成新规,从拓宽并购贷款适用范围、优化贷款条件、设置差异化展业资质要求、突出并购方偿债能力评估等方面,优化商业银行并购贷款服务。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏对《证券日报》记者表示,新规增加允许并购贷款支持参股型并购交易、提高并购贷款占并购交易价款比例上限、延长贷



新规正式施行半个月,工商银行、农业银行、建设银行等国有大行带头响应落地并购贷款业务,涉及控制型并购贷款及参股型并购贷款

款最长期限等内容,将拓宽科技企业、战略性新兴产业通过股权投资获取技术与资源的融资渠道,有力支持大型企业跨区域、跨行业整合,提升资本要素配置效率。

记者查询相关银行披露的数据发现,目前并购贷款业务规模虽然在贷款总额中占比还不高,但增速较快。例如,浦发银行2025年第三季度报告显示,截至2025年三季度末,该行境内外并购贷款余额2378亿元,在贷款总额中占比不足5%;相关贷款余额较2024年末增长14.53%,增幅较为可观。

在业内人士看来,随着并购市场活跃度提升,相关业务存在较大的扩容空间。未来这一市场的竞争将从单纯的资金供给转向综合服务能力的比拼,具备强大专业能力和风控能力的银行将在市场竞争中脱颖而出。

当前,已有银行前瞻性地将并购相关金融服务提升至重要位置。例如,北京银行提出打造并购金融“业务新高地”战略目标,推出并购金融服务品牌“e并购”,多措并举提升并购金融综合服务

能力。国家金融与发展实验室副主任曾刚告诉记者,为增强并购金融服务质效,银行角色须从单纯的资金提供方整合资源的“产业赋能者”转变,促进形成“政策引导—金融创新—产业升级”的良性循环。

“在新规指引下,商业银行发展并购贷款确保合规与专业。”苏商银行特约研究员薛洪言认为,银行须整合内外部资源,加强同业协同,为并购交易提供全流程金融支持。

今年以来78只公募产品启动募集

■本报记者 吕校宇

进入2026年,公募基金发行提速。据公募基金排网最新数据,以认购起始日为口径统计,截至1月15日,今年以来已有78只新基金启动募集。其中,多只产品快速结募,更有6只“日光基”现身。从产品结构看,FOF(基金中的基金)发行规模较大;聚焦科技创新、高端制造等方向的主题基金成为发行主力,映射出市场对经济转型机遇的关注。

6只产品“一日售罄”

数据显示,上述启动募集的78只新基金覆盖了股票型基金(31只)、混合型基金(27只)、债券型基金(10只)、FOF(8只)、QDII(合格境内机构投资者)基金(2只)等多种类型。

在基金产品密集“上新”的同

时,募集节奏也明显加快,部分产品募集期大幅缩短,甚至有6只产品实现“一日售罄”。例如,广发悦盈稳健三个月持有混合发起式(FOF)、中航润见领航混合等产品,均在极短时间内完成募集,并迅速成立;国泰瑞乐6个月持有混合发起(FOF)、睿远研选均衡三年持有混合发起式等产品则在一日内结束募集。

其中,睿远研选均衡三年持有混合发起式是一只偏股混合型基金,主要投资于A股和港股,将采用基金经理团队制管理模式和浮动管理费。资料显示,该基金将通过对宏观经济趋势、市场环境、行业周期阶段等方面的评估分析,通过评估不同资产风险收益比,采用动态调整策略,确定投资组合中各类资产的配置比例,从而实现基金长期、持续、稳定增值。

新发行基金中,多数产品设定了两周内的较短募集期。这种“速

战速决”的发行模式,既体现了基金管理人对市场情绪的精准把握,也反映出渠道端预热充分、投资者配置需求旺盛。

偏债混合型FOF受欢迎

从已披露的发行规模看,上述78只新基金中,FOF产品整体募资能力较强。例如,广发悦盈稳健三个月持有混合发起式(FOF)发行份额(A/C份额合并计算,下同)超过32亿份,万家启泰稳健三个月持有期混合(FOF)发行份额也接近21亿份,两只产品的募集期均控制在两天之内。

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:“FOF产品获得市场欢迎,主要因其契合当前投资者求稳与分散风险的需求。此类产品通过二次分散配置,有助于平滑整体波动,尤其是偏债

混合型FOF以‘固收+’为核心策略,较好适配了低利率环境中居民理财的配置需要。此外,持定期机制的设置也有助于鼓励长期持有,减少因短期申赎带来的负面影响。”

从投资主题看,上述78只新基金中,名称包含“科技”“创新”“半导体”等相关字眼的产品超过20只。例如,工银科技智选混合、上银科技创新股票发起式、中银先锋半导体混合发起等,均聚焦于科技、先进制造等成长赛道。

对于2026年消费电子投资策略,鹏华国证消费电子主题ETF拟任基金经理王逸安对《证券日报》记者表示:“2026年至2027年端侧创新将加速推进。海外与国内大模型厂商、终端品牌厂商等均在积极布局AI终端,以构建‘算力—终端—应用’闭环。”

本轮新发行的基金涉及49家公募机构。其中,国泰基金以5只新发行产品位居榜首;永赢基金紧

随其后,已发行4只新产品;广发基金、南方基金等公募机构也各有3只新产品亮相。从基金托管人角度看,兴业银行、农业银行、交通银行、招商银行等银行依然是主力托管机构。

深圳市前海排排网基金销售有限公司研究总监刘有华对《证券日报》记者表示,2026年初基金发行市场火热,在为市场带来可观增量资金的同时,也传递出积极信号。以FOF为代表的稳健性产品持续获得资金青睐,反映出投资者配置理念正走向成熟与理性;资金流入科技成长等主题,则明确展现出市场对新经济动能的长期看好。

刘有华建议,面向未来,公募基金行业仍需不断提升核心竞争力,通过持续提升投研专业水平、完善多元化产品布局、优化投资者服务,切实承担起助力居民财富长期可持续增值、服务实体经济高质量发展的重要使命。

广发证券完成超61亿港元募资 证券业积极“出海”

■本报记者 于宏

近年来,国际化业务日渐成为中资券商重要的盈利增长点,券商正通过对境外子公司增资等方式加速完善国际化布局。1月14日晚间,广发证券发布公告称,该公司本轮配售H股,发行H股可转债已完成。公开信息显示,广发证券本轮通过港股“组合拳”募资总规模超61亿港元,将全部用于向境外附属公司增资。

募资用于支持国际业务

广发证券披露,根据配售协议的条款及条件,配售代理已成功向不少于六名承配人以每股18.15港元的配售价配售2.19亿股股份。同时,总额为21.5亿港元的广发证券H股可转债也发行完成。据悉,上述债券可在相关情况下转换为广发证券H股,初始转换价为每股H股19.82港元(可予调整)。

从总股本的变化来看,本次发行前,广发证券已发行股份总数为76.06亿股,包括59.04亿股A股及17.02亿股H股。本次H股配售完成后,广发证券已发行股份总数为78.25亿股,包括59.04亿股A股及19.21亿股H股。此外,假设本轮发行的可转债按初始转换价悉数转换,将转换为约1.08亿股广发证券H股。

广发证券披露,在扣除佣金及估计开支后,本次H股配售所得款项净额约为39.59亿港元;可转债发行的所得款项净额约为21.54亿港元。由此来看,广发证券此次募资净额合计超61亿港元。广发证券拟将此次发行所得款项用于向境外附属公司增资,以支持集团国际业务发展。

具体来看,广发证券所得款项净额中,70%将用于支持境外附属公司的国际化业务开展,包括跨境交易与机构业务、跨境投行等业务,推进多元化产品创新、互联网

通渠道建设等跨境综合服务能力的提升;25%将用于对境外附属公司提供流动性支持,偿还境外附属公司部分负债,保障流动性安全及降低融资成本;5%将用于补充境外附属公司的营运资金,以及一般资金用途。

对此,盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧向《证券日报》记者表示:“广发证券此次通过配售H股、发行H股可转债募资,虽然短期内可能因股份摊薄令H股股价承压,但从中长期视角看,募资金加码国际业务,能够直接增厚境外附属公司资本实力,强化跨境服务能力和国际市场竞争力,顺应当前券商‘走出去’的发展浪潮,为公司未来业绩增长打造新引擎,有效驱动公司长期盈利能力提升。”

海外业务发展环境良好

近年来,随着我国资本市场双向开放的深度、广度持续提升,中

资券商国际业务价值与增长潜力逐步凸显。Wind资讯数据显示,2025年上半年,6家中资券商境外业务收入均超10亿元,12家券商境外业务收入同比增速均超10%。国际业务日益成为中资券商关键的业绩增长极。

在此背景下,中资券商竞相加速布局海外市场,通过设立海外子公司、对海外子公司增资等形式强化国际业务布局。以广发证券为例,在此次拟将超61亿港元募资全部用于支持国际业务发展之前,2025年1月份,为深入推进国际化发展战略,广发证券还对子公司广发控股(香港)有限公司增资21.37亿港元。

同行也纷纷行动。例如,去年12月份,招商证券宣布,同意招商证券国际有限公司向其全资子公司分次增资不超过90亿港元。去年10月份,山西证券宣布拟对子公司山证国际金融控股有限公司增资10亿港元。此外,去年东兴证

券、中信建投证券也均披露了对在港子公司增资的相关事宜。

整体来看,券商国际化业务版图正持续完善。去年以来,西部证券、第一创业、东北证券陆续宣布将在中国香港设立子公司,国联民生、华安证券在港子公司业务牌照体系不断完善。头部券商将服务网络延伸至更多新兴市场,例如,中金公司通过设立迪拜国际金融中心分公司,在中东地区布局迈出关键一步;国泰海通则通过收购印尼券商进一步开拓东南亚市场。

“券商海外业务正迎来发展良机。”开源证券非银金融行业首席研究员高超表示,从供给端来看,券商海外综合服务能力持续提升;需求端,中资企业积极“出海”,机构与居民跨境投资持续增长;同时,相关支持政策为券商海外业务发展提供了良好环境。整体而言,预计头部券商海外投行收入、投资收益将持续向好,业务收入和利润有望实现快速增长。

昨日国内外白银期价 盘中均创历史新高

■本报记者 王宁

北京时间1月15日,国内外白银期价盘中均创出历史新高。其中,沪银期货主力2604合约价格创出23688元/千克高点,纽约商品交易所(COMEX)白银期货主力3月合约价格创出93.7美元/盎司高点。

东证衍生品研究院宏观策略首席分析师徐颖向记者表示,国内外白银期价接连创出新高,主要受海外市场宽松流动性预期、地缘风险等因素支撑。在此背景下,市场对白银未来供应的担忧进一步增加,叠加供需两端整体结构性调整,市场做多意愿增强,推动银价持续走强。

金瑞期货贵金属研究员吴梓杰告诉记者,白银期价走强与供需两端错配有关。从下游产业来看,白银是光伏面板、电动汽车和AI算力硬件的关键原材料,工业需求在近几年持续增长,导致全球库存处于历史低位,“硬短缺”格局导致投机资金的做多意愿增强。

1月15日,上海期货交易所网站数据显示,白银期货主力合约2604前二十主力席位成交量已达到188.7万手,较前一交易日增加28.4万手;从持仓量来看,前二十主力席位多头持仓达到21.2万手,日增仓3558手,空头持仓达到18.4万手,日增仓2179手。综合来看,多头持仓明显高于空头,显示资金做多热情仍在持续。

此外,上海文华财经资讯股份有限公司数据显示,1月15日沪银期货沉淀资金量增至808.67亿元,全天净流入2.3亿元,年内净流入近215亿元,成为当前商品期货沉淀资金量排名第二的品种。

有受访分析人士认为,投资者应谨慎持有仓位,注意风险。“经过快速上涨行情后,白银期价的波动率有所提升,未来市场多空博弈或加剧,投资者需适当降低杠杆水平或风险敞口。”徐颖认为,持有实物的白银投资者不应盲目追高,中长期白银期价仍将维持强势,可等待回调买入机会。

对于长期配置型投资者,吴梓杰建议,可利用期权等衍生品工具进行风险对冲,防止期价大幅波动出现回调风险。“白银期价的波动率通常比黄金高,投资者需根据自身风险承受能力,动态调整贵金属在投资组合中的占比,避免因单一资产的波动而影响整体投资收益。”

多家银行开年推出资产提升活动

■本报记者 彭妍

开年以来,多家银行推出资产提升活动,以丰厚权益吸引客户参与。与以往侧重吸纳存款不同,此次银行将重心转向资产管理规模(AUM)增长,加速布局财富管理业务,引导客户开展多元化财富配置。

苏商银行特约研究员薛洪言对《证券日报》记者表示,在净息差持续收窄的背景下,银行稳定负债端、扩大零售客户资产规模的需求迫切。在开年的重要节点,推出资产提升活动可快速沉淀资金、缓解负债压力,还能挖掘客户财富管理需求,提升客户黏性。当前零售业务模式正发生根本性转变,零售AUM已成为衡量零售业务竞争力与盈利潜力的关键指标。

1月12日,中国农业银行广东省分行通过微信公众号发布“资产提升有礼”活动,根据客户月日均金融资产提升档位发放奖励。活动覆盖存款、理财、基金、保险、国债等多类金融资产,最低提升门槛10万元,达标可获52000小豆;提升600万元以上最高可领240万小豆。小豆可兑换生活电器、家居百货等实物,或打车券、购物卡等权益。

1月5日,工商银行推出“升金有礼”活动,同步上线资产提升奖励与资产达标礼双档福利。用户可依据资产提升幅度或资产达标,保持情况领取工银豆,最高奖励达400万工银豆;600万元及以上资产达标用户,还可解锁私享权益。据悉,工商银行此次活动兼顾了高资产提升用户、低基数新用户和稳定资产老用户的多元需求,是银行针对个人客户金融资产服务的精细化升级。

除国有大行外,上海银行、南京银行、祁县农商银行、安庆农商银行等中小银行也纷纷跟进。

素喜智研高级研究员苏筱芮对《证券日报》记者表示,银行资产提升活动密集上线,主要有三方面原因:其一,岁末年初正值年终奖金发放期,零售客户收入迎来阶段性增长,银行借势拓客;其二,在利率中枢下移背景下,银行净息差持续承压,传统存贷利差对利润的支撑作用减弱,银行需通过做大AUM规模,获取资产管理费、综合服务费 etc 稳定的非息收入;其三,为控制高成本存款,银行已下调长期限存款利率,下架部分大额存单产品,考核导向也从单一的存款规模转向AUM,而资产提升活动可引导客户资金从存款流向理财、基金等多元产品,进而优化负债结构。如今,零售AUM已成为衡量银行零售业务竞争力的核心指标。

薛洪言表示,银行加码资产提升活动,折射出零售金融市场三大趋势:一是考核维度从单一存款指标,转向以客户总资产为核心的综合价值评估;二是客户分层精细化运营常态化,不同资产档位匹配差异化权益;三是数字化运营深度融入,线上平台成为活动触达与客户运营主阵地。

在薛洪言看来,对银行而言,资产提升活动短期可提升客户活跃度,但会增加权益补贴成本,若缺乏精准成本控制和客户转化机制,可能陷入“有流量、无留量”困境。

业内专家认为,银行需摒弃单纯“权益补贴”模式,进一步聚焦差异化服务与专业能力建设。薛洪言建议,国有大行可依托综合牌照与系统优势,为各类客户提供稳健便捷的综合金融解决方案;城商行深耕本地生态,围绕社保、医保、本地消费与小微信贷等刚性场景,提供高度嵌入的金融服务。

苏筱芮表示,银行需以精细化经营为抓手,针对不同资产、职业客群匹配差异化产品、渠道和服务策略;同时聚焦特色场景生态建设,将金融服务无缝嵌入客户生活生产场景,强化投研与投研队伍建设,搭建数智协同的大财富管理体