

深化中国特色稳市机制 筑牢市场稳定根基

本报记者 吴晓璐

3月13日,中国证监会党委书记、主席吴清主持召开党委扩大会议。会议提出,不断巩固和加强中国特色稳市机制建设。

兼顾效率与安全

今年1月份,证监会召开2026年系统工作会议,在回顾2025年工作,会议提及“推动构建中国特色稳市机制”。

3月6日,吴清在介绍未来五年推进资本市场高质量发展的主要考虑和重点举措时表示,证监会将继续推动发挥好各方合力,健全“长钱长投”的市场机制和生态,完善中国特色稳市机制建设,丰富跨周期逆周期调节的手段和机制,进一步增强市场内在稳定性。

在业内人士看来,中国特色稳市机制是一套兼顾效率与安全的宏观金融治理安排,增强市场内在稳定性,同时加强战略性力量储备,以提升市场韧性与抗风险能力。银河证券首席经济学家、研究院院长、新发展研究院院长章俊对《证券日报》记者表示,中国特色稳市机制建设的核心目的是增强中

国资本市场内在稳定性,这涉及多个维度,包括:丰富跨周期与逆周期调节工具箱,优化中长期资金入市制度安排,持续提升上市公司质量,健全预期管理机制等关键举措。与此同时,还应注重立足中国实际,打造具有中国特色的资本市场稳定运行体系,切实提升市场韧性与抗风险能力,推动资本市场平稳健康发展。

“中国特色稳市机制是一套兼顾效率与安全的宏观金融治理安排。”创金合信基金首席经济学家魏凤春在接受《证券日报》记者采访时表示,其内涵主要包括:跨市场、跨期限、跨境风险监测防控,战略性稳市力量储备,中长期资金入市机制,政策工具箱动态优化,以及央行与证监会协同、类平准基金发挥“稳定器”作用等,从根源上平抑非理性波动,阻断风险向金融体系和实体经济传导。

在南开大学金融学教授田利辉看来,中国特色稳市机制是立足国情的机制创新,其内涵为“三稳三强”:即稳预期,增强政策连续性;稳结构,中长期资金占比提升;稳底线,筑牢系统性风险防线;强协同,推动政府、市场、投资者三方联动;强韧性,增强市场自身抗风险能力;强活力,在稳定市场的基础上激发创新动力。

市场韧性稳步增强

2025年《政府工作报告》提出,“加强战略性力量储备和稳

市机制建设”。过去一年,稳市机制建设已经在实践中取得阶段性成效。

去年以来,监管部门持续推动中长期资金入市,构建“长钱长投”政策体系,同时,证监会着力推动提升公募基金权益投资能力,并完善“长钱长投”的产品体系,中长期资金入市取得实质性进展。数据显示,截至2025年末,各类中长期资金合计持有A股流通股市值约23万亿元,较2025年初增长36%;权益类基金规模由2025年初的8.4万亿元增长至2025年末的11万亿元左右。

与此同时,中国人民银行、证监会等部门优化完善支持资本市场的两项货币政策工具,包括证券、基金、保险公司互换便利参与机构从20家扩展至40家等,并将两项工具总额度8000亿元合并使用,稳定市场预期,增强投资者信心。国家金融监督管理总局也持续发力,截至2025年底,累计批复三批保险资金长期股权投资试点资格,总金额2220亿元。

2026年《政府工作报告》在2025年工作回顾中提出,“综合施策稳股市,资本市场回稳回绿、交易活跃”。

章俊表示,过去一年,中长期资金入市制度安排不断取得新进展;逆周期调节力度持续增强,市场流动性显著提升,两项货币政策工具有效发挥了市场“稳定器”的作用;上市公司提质增效,投资者回报能力明显增强,2025年,A

股上市公司现金分红2.55万亿元,再创历史新高,资本市场内在稳定性不断提升。

“过去一年,围绕防范化解系统性风险,资本市场稳市机制从理念转向实操,取得阶段性成效。”魏凤春表示,首先,风险监测与跨部门协同初步成型,对外部冲击、跨市场风险传染的响应更加前置;其次,战略力量与类平准基金有序发力,有效对冲极端情况,修复市场定价功能;最后,中长期资金入市环境改善,市场内在稳定性稳步提升。整体来看,稳市机制有效平抑资本市场非理性波动,稳住市场预期底线,为后续制度定型奠定基础。

向常态化、长效化迈进

从加强稳市机制建设到巩固和加强中国特色稳市机制建设,背后是稳中求进的工作总基调在资本市场的落实,更是推动稳市机制向常态化、长效化迈进的明确信号。

3月6日,中国人民银行行长潘功胜表示,在资本市场方面,中国人民银行将会同证监会实施好支持资本市场的结构性货币政策工具,支持中央汇金公司发挥类“平准基金”作用,增强资本市场的内在稳定性和活力。

如何让稳市机制走向长效?魏凤春认为,重

点有三方面,一是强化系统性风险源头治理,完善全维度风险监测,紧盯跨市场、跨境、跨期限传导,从前端抑制资本市场负外部性;二是壮大战略性稳定力量,健全中长期资金入市激励制度,提升类平准基金运用的常态化、透明化与有效性;三是优化政策工具箱,加强货币政策与资本市场政策协同,增强政策可预期性,真正构建起内生稳健、长期可持续的资本市场稳定架构。

章俊从五个维度勾勒出稳市机制建设的具体路径,一是优化投资者结构,强化金融中介功能和管理能力,大力发展权益类公募基金,吸引A股散户投资者通过基金等方式参与资本市场投资;二是推动中长期资金入市,健全“长钱长投”制度安排,提高社保、保险等长期资金入市比例,配套税收优惠与考核改革,强化长期资金支撑;三是完善基础制度建设,构建发行、交易、退市联动的弹性调节体系,提升基础制度协同性与适配性,促进资本市场融资与投资功能相协调;四是提高上市公司质量,健全预期管理机制,加强政策沟通解读,引导上市公司强化分红回报,稳定市场预期;五是加强监管协同,强化多部门协同,为市场稳定向好发展提供积极的预期。



最新基金代销榜单出炉 57家券商跻身百强

本报记者 于宏

近日,中国证券投资基金业协会公布了2025年下半年基金销售机构公募基金销售保有规模前100名榜单(以下简称“基金代销百强榜单”)。从竞争格局来看,券商占据57个席位,数量最多;其次是银行,有25家机构上榜;同时,榜单还包括17家独立基金销售机构和1家保险公司。

整体来看,2025年下半年,在市场交投活跃的情况下,前100家基金代销机构的基金保有规模整体实现显著增长。截至2025年末,前100家基金代销机构的“权益基金保有规模”合计为6万亿元,较2025年上半年末增长16.7%;“股票型指数基金保有规模”合计为2.42万亿元,较2025年上半年末增长23.7%;“非货币市场基金保有规模”为11.7万亿元,较2025年上半年末增长14.7%。

聚焦券商阵营表现,在前100名基金代销机构中,券商的“股票型指数基金保有规模”为1.32万亿元,占比约为54%,优势显著,远超银行、独立基金销售机构等竞争对手;“权益基金保有规模”为1.63万亿元,占比约为27%;“非货币市场基金保有规模”为2.59万亿元,占比约为22%。

值得注意的是,在ETF(交易型开放式指数基金)市场蓬勃发展的态势下,截至2025年末,前100家基金代销机构中,券商“股票型指数基金保有规模”较2025年上半年末增长约21%，“非货币市场基金保有规模”较2025年上半年末增长约24%。

对此,东吴证券非银金融首席分析师孙婷表示,“券商在权益类产品尤其是ETF产品销售方面优势明显。近年来,券商财富管理转型步伐加快,在组织架构优化以及产品引入方面灵活性较高,看好券商在权益类基金销售领域的未来增长空间。”

从券商阵营内部的竞争格局来看,行业竞争激烈,马太效应依然显著,中信证券、华泰证券、国泰海通等头部券商稳居基金代销“第一梯队”。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧对《证券日报》记者表示,“在基金代销领域,券商具备可观的业务增长潜力。一方面,券商具备庞大的活跃客户群体,且客群对权益类产品接受程度较高;另一方面,券商具备专业的投研能力和投顾体系,能够为客户提供精准的产品匹配、个性化资产配置。未来,券商需持续优化代销产品结构,丰富产品种类,并重点优化基金投顾服务,以提升客户资产规模和客户黏性,从单纯的产品代销转向全面的资产配置服务,从而打造长远的市场竞争力。”

预算增加 分账透明 激发长尾效应 短剧行业加快迈向规范化发展

本报记者 李豪悦

3月14日,2026中国电视剧制作产业大会暨第十一届中国(深圳)国际电视剧目交易会(以下简称“大会”)落下帷幕。围绕短剧市场变化,头部平台在此次大会上纷纷宣布最新扶持政策。

红果短剧(以下简称“红果”)总编辑乐力在大会现场表示,2026年,红果短剧内容总投入预算预计增加超过40%,其中真人短剧是重点投入方向。针对当下行业内最为关心的分账数据问题,今年第二季度,红果将全面启动短剧内容分账透明化项目。“我们希望让每一位短剧的核心主创人员,都能通过红果的后台,平等便捷地看到这部剧的收入分账。”乐力说。

事实上,分账不透明已困扰短剧行业多年。一位短剧平台负责人对《证券日报》记者表示,作为行业头部平台,红果推动分账透明将对整个行业的规范化发展有积极推动作用。分账透明化可以让前期的投入产出比更加清晰,帮助短剧产业链上的各类主体找到适合自己的生态位,实现良性发展。

此外,腾讯在线视频影视内容制作部副总经理李喏在大会上公布了2026年平台全新激励政策,纯分账独播项目超过100万元分账的部分,额外激励15%;“保底+分账”模式下,500万元到1000万元增加5%激励,1000万元以上再加10%。分账超过1000万元的项目,分账期延长至一年;超过2000万元,直接拉长到三年。

记者了解到,长期以来,短剧主打短小快速,分账周期也以“月”为单位。而上述新的扶持政策将周期拉长到三年,更有利于内容方制作具有长尾效应的短剧,短剧赛道有望诞生“经典剧”。

李喏介绍,2025年腾讯视频有24部千万元分账爆款,其中《朱雀堂》以4800万元刷新行业纪录;2026年前两个月,又有6部破千万的横屏短剧。

DataEye研究院研究总监刘尊对《证券日报》记者表示,无论是真人还是AI形式,行业当下的核心竞争焦点都已从“拼数量”转向“拼品质”。平台优化机制,提升预算、完善扶持体系,本质上都是为了推动行业进入精品化、高质量、可持续发展阶段。

(上接A1版)在多元解纷上,深化“总对总”诉调对接机制,全年对8起虚假陈述案件提供专业支持,指导调解组织在济南、淄博、济宁新设调解驿站,将服务向基层延伸。2025年山东辖区调解成功案件数、和解金额同比分别增长21%和37%,并首次通过“调仲对接”机制化解大额证券服务纠纷,赋予和解协议强制执行效力,让投资者维权更省心、更高效。

山东证监局表示,通过和解前置降低经济成本、调解提速缩短时间成本,“调仲对接”保障执行效果,不断推动完善“分层过滤、多元共治”的解纷体系,既保护了投资者合法权益,又维护了市场稳定,实现了法律效果与社会效果的统一。2026年,山东证监局将继续深化投资者保护各项工作,全力为辖区投资者营造更安全、更公平、更透明的市场环境。

银行聚焦赏花场景激发春日经济活力

本报记者 熊悦

春意浓浓,全国各地抓住市民春游、踏青出行热,围绕“赏花”推出一系列新体验、新玩法,激发文旅消费活力。作为促进文旅消费中的金融力量,银行正在将金融服务嵌入春日经济中,展现出更为精细化、场景化的金融服务思维。

3月15日,《证券日报》记者来到北京明城墙遗址公园,这里正围绕“赏梅”开展第十九届北京明城墙梅花文化节(以下简称“梅花文化节”)。此次梅花文化节推出“集福”“消费折扣”“登城墙游览”等多样化的消费文化活动。公园内设置大型梅花打卡装置、美食摊位、好物市集、手作市集等,成为一个融合赏花、游览、消费的文旅综合体。

记者了解到,北京农商银行作为此次梅花文化节战略合作方,将金融服务与春日赏梅场景深度融合。在现场,北京农商银行借势开展消费贷、压岁钱存款、理财等产品推介,加入服务社群参与抽奖等活动,吸引不少市民参与。“设置抽奖吸引市民加入社群,方便我们增强金融服务。”北京农商银行现场工作人员表示。

在花城广州,同样有银行聚焦赏花场景,推动打造春日文旅消费业态。例如,中国建设银行广东省分行以金融之力助力广州

花市开展文旅消费,包括为花市摊主开通收单服务,推出数字人民币优惠活动,开展金融消保宣传等,推动构建“智慧花市”数字生态。

此外,中国工商银行北京市分行在近日举办的北京市昌平区首届兰花文化嘉年华中提供金融支持,包括对接参展商户经营需求以保障商户资金流转顺畅,发放消费券,绑定工商银行信用卡购买兰花享受满减优惠等。浦发银行信用卡则推出出境赏花游等场景的交易支付优惠活动等。

受访专家认为,银行抓住“踏春”“赏花”这一季节性文旅消费场景推出针对性金融产品和服务,是金融机构精准对接民生消费需求、深耕场景化金融布局的务实举措,也是发挥金融活水作用、助力提振文旅消费的有效实践。

苏商银行特约研究员薛洪言对《证券日报》记者表示,赏花经济具备短期客流集中、消费链条长的特点,银行通过在场景中嵌入信用卡优惠、消费贷等服务,不仅匹配用户的支付需求,释放消费活力,同时也拓宽了自身获客渠道,实现消费端与金融端的双向赋能。通过银政企联动,让普惠金融服务精准触达各类消费与商户群体,更好地发挥金融服务实体经济的核心作用。



图①梅花文化节设立的银行服务点
图②梅花文化节美食摊位
图③梅花文化节主题展板

在南开大学金融学教授田利辉看来,银行将金融服务嵌入“赏花+旅拍”“赏花+美食”等具体场景,让银行从交易终端变为消费伙伴,实现场景获客。银行从“被动响应”到“主动融入”,让金融服务成为文旅体验的有机组成部分。

薛洪言表示,银行要进一步增强文旅消费场景下的金融服务

精细度,需从全场景渗透度深化服务,可针对家庭亲子、老年休闲等不同客群消费偏好,匹配差异化金融产品和服务。

田利辉表示,银行可以针对文旅产业链轻资产、周期长等特性创新信贷产品,服务民宿、旅拍等小微商户和花农,精准适配经营性金融支持。

“在合规前提下,银行可以借助数字化手段提升服务精准度,联动地方文旅部门打造智慧文旅生态,叠加非金融增值服务,并在场景中同步开展金融知识普及,实现服务便捷度、精细度与温度的多重提升。”薛洪言说。

“错峰游”热度攀升 打开文旅消费新空间

本报记者 刘萌

春节过后,随着机票、酒店价格下降,“错峰游”热度攀升,部分景区呈现“淡季不淡”的热闹景象,成为春季消费市场的一抹亮色。

据各地公开消息,近期,江西、安徽、辽宁、浙江等地推出景区限时免费等优惠政策。

国研新经济研究院副院长朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示,春节后机票、酒店价格大幅回落,核心是供需关系的周期性调整。假期结束后,探亲流、旅游集中需求快速消退,商务出

行尚未全面恢复,市场进入传统淡季,航司与酒店面临客座率、入住率下滑压力,通过降价换量,减少空置损失。同时,燃油附加费下调降低出行成本,为价格下探提供空间。

朱克力认为,从行业规律看,这一低价态势预计持续至3月底至4月初,随着清明、五一假期临近,出行需求将逐步回升,价格逐步企稳并小幅上扬,整体呈现“节后快速回落,3月份维持低位,4月份温和反弹”的节奏。

记者采访多家旅行社了解到,近期,随着机票、酒店价格下调,团体游价格明显下降,咨询人

数和成交量小幅走高。

苏商银行特约研究员付一夫对《证券日报》记者表示,节后旅游市场“淡季不淡”,是多因素共同推动的结果。首先,机票、酒店价格大幅回落,带来了极高的出行性价比,吸引了大量价格敏感型游客选择错峰出行;其次,多地景区推出免费等优惠政策,进一步降低了出游成本,刺激了游客的出游意愿;再次,客群结构发生转变,“银发族”等有灵活时间的人群,避开节假日高峰,追求更舒适、不拥挤的旅游体验,成为“错峰游”的主力;最后,春季气温回升,踏青

赏花等时令场景丰富,叠加本地游、周边游基础设施完善,让错峰出行更便捷,进一步带动了市场热度。

如何顺应错峰出游需求,持续释放消费活力?朱克力表示,各地可从四方面发力,持续激活“错峰游”市场。一是强化政策惠民,推出常态化淡季优惠,扩大景区免费、折扣覆盖范围,联动交通、住宿、餐饮推出联票套餐,降低综合出游成本。二是丰富产品供给,结合季节特色打造赏花、研学、康养、非遗体验等主题产品,开发沉浸式、互动式新业态,弥补淡季产品短板。三

是优化服务保障,简化预约流程,提升景区承载能力,完善交通接驳与投诉处理机制,整治市场秩序乱象,营造安心出游环境。四是推动区域联动,实现客源互济、资源共享,引导错峰与弹性休假相结合,让淡季消费活力持续释放。

付一夫建议,可针对银发群体、家庭群体推出定制化服务,完善本地游、周边游基础设施;同时,通过社交媒体、在线平台加强宣传推广,引导群众错峰出行;此外,鼓励企业创新业态,拓展夜间文旅消费场景,持续激活文旅消费市场。