



金融监管总局召开定点帮扶工作领导小组会议

本报讯（记者刘琪）8月4日，国家金融监督管理总局（以下简称“金融监管总局”）发布消息，日前，金融监管总局召开定点帮扶工作领导小组会议，传达学习习近平总书记关于定点帮扶、乡村振兴的重要讲话和指示批示精神，全面总结2025年总局定点帮扶工作成效，安排部署2026年重点任务。金融监管总局党委委员、副局长丛林同志出席会议并

讲话。

会议指出，2025年，金融监管总局深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚决扛牢定点帮扶政治责任，加强组织领导，发挥自身优势，创新帮扶举措，加大帮扶力度，圆满完成各项帮扶任务，助力定点帮扶旗县巩固拓展脱贫攻坚成果、推进乡村全面振兴。

会议强调，今年是开展常态化帮扶第一

年，也是“十五五”规划开局之年，扎实做好今年的定点帮扶工作意义重大。要深入贯彻党中央决策部署，切实增强常态化做好定点帮扶工作的责任感、使命感，准确把握常态化帮扶阶段定点帮扶工作面临的新形势、新任务，坚持聚焦重点、实施精准帮扶，发挥自身优势持续发力，把帮扶工作抓出更大成效。

会议要求，要进一步提高政治站位，增强大局意识，坚决守牢底线，助力巩固拓展脱贫攻坚成果。注重发挥金融优势，突出金融帮扶特色，加强产业帮扶，持续增强定点帮扶旗县发展后劲。践行正确政绩观，持续锤炼优良工作作风，把真抓实干、求真务实贯穿定点帮扶工作全过程，奋力推动定点帮扶和乡村振兴工作再上新台阶。

券商私募资管规模上半年增长11.62%

混合类产品大增73.3%

■本报记者 于宏

今年上半年，券商私募资管产品规模呈稳健增长态势。中国证券投资基金业协会公布的最新数据（以下统称“数据”）显示，截至上半年末，券商私募资管产品规模达6.47万亿元，较去年末增长了11.62%。其中，混合类产品的增长势头尤为强劲，规模较去年末大增73.3%。

混合类产品存续数量最多

券商私募资管产品共分为四类，即固收类、权益类、期货和衍生品类及混合类。

数据显示，上半年，券商私募资管产品在规模企稳回升的同时，产品结构变化显著。

具体来看，截至上半年末，固收类产品在券商私募资管产品中仍占主导地位，规模为4.83万亿元，占比74.58%，规模较去年末微增3.09%；而权益类、期货和衍生品类产品规模分别为2846.96亿元、461.29亿元，分别较去年末下降11.09%、增长24.51%。

值得注意的是，上半年，混合类产品展现出明显的增长势头。截至上半年末，混合类产品规模为1.31万亿元，规模较去年末大幅增长73.3%。

从产品数量来看，混合类产品已连续12个月保持数量增长，存续产品数量已从去年6月末的8740只持续攀升至今年6月末的1.91万只；今年2月份，混合类产品存续数量已超越固收类，成为存续数量最多的一类产品。从产品新设情况来看，6月份，混合类产品备案通过数量为1519只，远超同期固收类产品（711只），同时，截至6月末，混合类产品单月新设数量已连续5个月保持在1000只以上。

对于混合类产品规模显著增长的现象，深圳市排排网基金销售有限责任公司研究员张鹏远对《证券日报》记者表示：“在市场波动加大的情况下，投资者风险偏好趋于保守。混合类产品以固收打底，通过多策略获取收益弹性，兼具稳健性与可观收益空间，因此获得了投资者青睐。同时，券商资管持续优化产品结构，积极发挥‘固收+衍生品’、FOF（基金中的基金）类产品优势。部分券商推出的量化、期权等创新混合产品获得了良好的市场反馈，推动新发产品中混合类产品占比进



一步提升。”

“主动管理”成重要抓手

除了资管产品“量”的稳健增长外，最新行业数据还直观展现出券商私募资管业务“质”的持续提升。

数据显示，截至上半年末，券商私募资管产品中，集合资产管理计划规模为3.82万亿元，较去年末增长16.36%，占比也从去年末的56.56%升至59%。与单一资产管理计划相比，集合资产管理计划更突出券商的主动管理能力。集合资产管理计划的规模、比例进一步增长，体现出券商正加速从“业务通道”向“主动管理者”转型。

在国信证券研究所非银金融行业负责人孔祥看来，随着券商主动管理产品占比提升，管理费和业绩报酬收入占比将相应提高，这一趋势有望推动资管业务整体费率中

枢小幅上移，券商资管业务费率结构将持续优化。

从行业格局来看，机构间的资管业务管理规模呈现出较大分化。截至6月末，券商及其资管子公司管理私募资管产品的平均规模为674.04亿元，管理规模的中位数为253.45亿元。其中，7家机构管理规模均在2000亿元以上，25家机构管理规模在500亿元到2000亿元之间，同期还有21家机构管理规模在30亿元以下。

面对行业集中度较高、竞争同质化的挑战，券商竞相将主动管理作为资管业务的重要抓手。例如，信达证券在近日披露的半年报中提到，该公司资管业务坚持提升主动管理能力，业务结构持续优化，主动管理产品的占比不断攀升。长江资管着力打造专业化投研团队，重点锻造主动管理能力与多元策略能力，固收、权益、量化、FOF多业务线协同发力，驱动资管业务

增长。

站在大资管的角度，截至2025年末，证券行业资管业务受托管理资产总规模达13.03万亿元，整体企稳回升。不过，与公募基金、银行理财等强劲竞争对手相比，券商管理资产规模仍稍逊一筹。

“近年来，券商资管牌照红利逐步消退，主动管理能力成为衡量券商资管业务竞争力的重要标尺。”西部金融研究院院长陈银华对记者表示，在大资管合格局中，券商资管不应简单对标公募或私募等竞争对手，追求规模的迅速扩张或短期内实现超额收益，而应立足自身连通投行、深度参与资本市场的独特定位，在资产定价、配置策略和解决方案型产品等方面构筑差异化竞争力。面对投资者日益精细化、多元化的资产管理需求，券商可依托混合类产品灵活配置的特点，通过多资产、多策略的配置方案，打开业务增长空间。

图片素材来源：视觉中国

IPO热潮拷问人形机器人商业化能力

■ 矫月

近期，人形机器人行业迎来一波IPO热潮。宇树科技将于8月10日开启科创板申购，有望成为A股“人形机器人整机第一股”；7月24日，智元创新已启动港股上市流程；此外，乐聚智能、云深处科技等公司IPO申请已获证券交易所受理。

人形机器人公司积极奔赴资本市场，是行业加快发展的体现。但不容忽视的是，部分公司产品仍停留在展览展示、小规模商用的初级阶段，行业中具备清晰盈利模式的规模化商用案例依旧稀缺。尽管资本市场可以为愿景买单，但估值最终有赖于基本面的支撑。

笔者认为，人形机器人行业需在成本、技术、场景等方面找准发力方向，多措并举加速

实现规模化商用。

目前，人形机器人落地成本依旧偏高，除本体采购外，产线改造、运维、算法迭代持续产生支出，多数场景回本周期较长。但随着上游零部件国产化提速、头部企业启动万台级量产，硬件成本下行通道已经打开。与此同时，行业内企业可探索创新商业模式，推广机器人租赁、按工作量付费等服务模式，降低下游客户的一次性投入门槛；企业也可依托规模化交付摊薄固定成本。若要更好借力资本市场，一些公司有必要瞄准垂直场景，打造可复制、可持续盈利的解决方案，规避同质化竞争。

从技术层面来看，当前，人形机器人行业面临“硬件跑得快、智能跟不上”的结构性矛盾，不过软硬件协同攻关正在持续缩小二者差距。我国人形机器人行业在伺服关节、运动控

制、整机结构等硬件领域不断突破，使机器人“小脑”能力不断完善，但承载自主感知、柔性操作、自主决策的“大脑”仍是短板。多数机型仅能执行预设指令，而于复杂工况下的自主应变、精细操作能力却明显不足。要想突破这一难题，更多的企业应构建“硬件迭代+场景数据”双向循环机制——依托真实工厂试点持续积累场景数据，反哺具身智能大模型迭代；推动整机企业、算法团队深度协同，打通仿真训练与现实场景迁移的通道。唯有软硬件同步发力，才能推动机器人从“表演型产品”转变为稳定可靠的“生产工具”。

此外，人形机器人应用场景的碎片化，一直制约着行业商业化进程。当前，人形机器人应用试点分散在汽车制造、仓储转运、文旅展示等多个领域，但多数仍停留在小规模试用阶

段。不同产线作业标准差异巨大，通用方案难以快速复制。

在笔者看来，与其追求覆盖全场景的通用机器人，企业不妨有所取舍，深耕汽车、3C、物流等标准化程度较高的工业场景，打造标准化解决方案，形成投入产出可量化测算的标杆案例。依托标杆项目，企业可持续打磨产品，再循序渐进向外拓展应用边界。

长远来看，人形机器人商业化之路仍然面临多重挑战。但只要脚踏实地，持续推进科技创新、打磨商业模式，人形机器人行业终将突破发展瓶颈。



今日导读

中国人民银行
加量续做3个月期买断式逆回购
.....A2版

利率市场化改革深入推进
多地相继落地DR基准利率贷款
.....B1版

中国创新药“换挡提速”
.....B2版

平稳运行基础持续巩固

7月份中国物流业景气指数为50.4%

■本报记者 孟珂

8月4日，中国物流与采购联合会发布数据显示，2026年7月份，中国物流业景气指数为50.4%，较6月份回落0.2个百分点。

中国物流信息中心主任刘宇航认为，7月份中国物流业景气指数小幅波动，但总体保持扩张，从业人员、物流基础投资和市场预期趋稳，平稳运行基础在巩固。7月中下旬政策信号持续释放，国家发布消费领域专项规划，对提振消费物流需求，创新物流融合场景提出更高要求。

具体来看，业务总量指数波动，部分行业扩张，重点领域快速进展。业务总量指数连续3个月处于扩张区间，7月份业务总量指数为50.4%，较6月份回落0.2个百分点，东部地区、中部地区和西部地区物流业务总量指数较6月份分别回落0.2个百分点、0.1个百分点和0.3个百分点。

对此，中国物流信息中心副总经济师胡焱对《证券日报》记者表示，分领域看，铁路运输业、道路运输业、邮政快递业、多式联运领域业务总量指数处于扩张区间，其中多式联运领域业务总量指数为54%，比6月份回升0.5个百分点，各地持续开展多式联运方案创新，湛江、郑州一连云港、深圳、宁波等地在水水中转、铁海联运、一单制、数据互联等方面实现进一步突破，积累经验。

胡焱表示，从服务领域看，交通运输设备、通信电子、电气机械以及智慧家电等产业物流业务稳中有升，带动铁路百货、公路整车业务量增长。暑期各地针对游学、亲子、家庭、团体等消费群体，联动商旅文娱打造沉浸式体验型消费场景，带动跨区域客流、商流、物流活跃，调研中小企业反映户外旅游、地方特产、生鲜产品物流订单环比回升。从大宗物流来看，7月底电煤库存存在30天以上，调研的长三角和京津冀粗钢生产端库存和社会库存比年初增长20%至30%。随着能源原材料库存上升，大宗物流出现动静转换，运输环节增速放缓。从数据看，7月份铁路运输业和水上运输业业务总量指数分别比6月份回落0.3个百分点和1个百分点。

值得关注的是，新订单指数连续回升。7月份新订单指数为50.5%，比6月份回升0.2个百分点，今年以来连续5个月回升。分地区看，东部地区新订单指数回升0.4个百分点，中部和西部地区新订单指数均回升0.1个百分点。分行业看，铁路运输业、道路运输业和多式联运领域新订单指数比6月份分别回升0.1个百分点、0.2个百分点和0.4个百分点，与此同时多式联运领域库存周转次数指数比6月份回升0.5个百分点。

“上述数据反映出货物联运需求快速增长，联运效率有效提升。”胡焱表示，但也要看到7月份部分地区强台风、强对流等不利天气发生，对跨区域航线、航路和干线运输产生影响，航空运输业、邮政快递业新订单指数分别为54.6%和61.4%，在高位基础上比6月份回落1.1个百分点和0.3个百分点，水路运输业新订单指数比6月份回落0.2个百分点。

与此同时，主营业务成本指数为52%以上，比主营业务利润指数高5个百分点，经营成本压力依然在延续。分行业看，航空运输业、邮政快递业主营业务成本指数在60%以上，道路运输业和水上运输业主营业务成本指数比6月份分别回升0.2个百分点和0.3个百分点。

对此，胡焱表示，与上半年相似，燃料、折旧和人力是成本主要来源。市场预期整体趋稳，企业固定资产投资完成额指数和从业人员指数在50%以上，业务活动预期指数为52.8%，比6月份回落3.1个百分点，投资、从业人员和预期仍处于扩张区间。

本版主编：于南 责编：刘慧 制作：王敬涛
本期校对：包兴安 白杨 美编：王琳