

引导行业用好并购重组机制

中证协就券商并购示范实践征求意见

■本报记者 周尚仟

9月4日,《证券日报》记者从券商处获悉,为引导行业用好并购重组机制和工具,中国证券业协会(以下简称“中证协”)组织起草了《证券行业示范实践第7号——证券公司并购(征求意见稿)》(以下简称《示范实践》),正向各大券商征求意见。

2024年以来,证券行业并购重组持续升温,截至2026年8月末,已出现8起券商合并案例,涉及17家券商主体,其中,国泰君安吸收合并海通证券、国联证券收购民生证券等标志性案例相继落地。

政策层面,监管部门持续为券商并购重组“铺路”。2024年4月份,新“国九条”明确提出,“支持头部机构通过并购重组、组织创新等方式提升核心竞争力”。当年3月份,中国证监会《关于加强证券公司和公募基金监管加快推进建设一流投资银行和投资机构的意见(试行)》强调,“支持头部机构通过并购重组、组织创新等方式做优做强”。2025年12月份,中国证监会主席吴清在中国证券业协会第八次会员大会上指出,“要进一步增强资源整合的意识和能力,用好并购重组机制和工具,实现优势互补、高效配置,力争在‘十五五’时期形成若干家具有较大国际影响力的头部机构”。

为落实上述工作部署,进一步提升券商并购重组合规运作、风险管控与实务操作能力,促进券商并

购重组交易和整合规范有序开展,中证协组织行业总结并购整合案例,起草了《示范实践》。该文件的起草思路突出三个特点:一是突出全面性。内容编写贯穿券商并购重组论证准备阶段、并购交易阶段、整合融合阶段的全过程,系统介绍可能涉及的审批事项要求和整合步骤。二是注重可操作性。体例编写体现详尽介绍已完成合并案例的示范做法,为券商并购重组提供可参考的操作指南。三是坚持监管导向。针对券商并购重组过程中面临的客户迁移、系统对接、人员安排和风险隔离等共性问题,明确监管要求。

主要内容方面,《示范实践》前言部分介绍了制定背景、依据及目的,正文分为论证准备阶段、并购交易阶段、整合融合阶段三章。第一章介绍了券商并购重组进行必要性和可行性评估考虑的维度,对比了两种并购方式的特点,列举了停牌前准备、贯穿全过程的要求、内幕信息管理、与相关方沟通等事项的要点。第二章介绍了交易阶段的主要流程,分析了境内外市场股票同步停牌、交易对价、配套募集资金、股东权利等交易结构,梳理了可能涉及的股东、实控人变更等证监会机构司、期货司审批事项、行政许可类并购重组等上市公司审批事项的前提条件和材料要求,列举了国资管理、市场监管、境外监管审批事项,汇总了交易税费和合并商誉的相关规定。第三章介绍了券商整合应遵循的原则和



《示范实践》在系统整合方面特别强调,系统与数据是两家公司合并后实现客户服务统一和业务稳定运营的基石

建立的机制,从合规风控、人力资源、财务、文化等方面总结了中后台管理职能的整合过程,描述了法人切换、客户迁移等系统整合步骤,分析了不同并购方式下业务资质的整合操作,针对财富管理、投行、资管等重点业务整理了具体整合内容,详解了专业子公司布局的考量因素和子公司整合路径,列示了分支机构更名登记和许可证换发等事项的操作和披露要求。

值得关注的是,《示范实践》在系统整合方面特别强调,系统与数据是两家公司合并后实现客户服务统一和业务稳定运营的基石。内容包括但不限于IT基础设施整合、法人切换、客户迁移切换(即内部切换,以下简称“内切”)、数据整合等事项。其中,法人切换、客户迁移是重中之重,内容包括机制建立、方案制定、开发测试、落地实施和运行保障等事项。

图片素材来源:视觉中国

而内切是券商完成全面整合融合的重要前提和关键环节,是覆盖海量客户、耗时较长、难度较高的重大工程,包含客户及数据迁移、IT信息系统整合等多个事项,需联动券商众多部门及分支机构合力完成。券商要在全面做好准备工作的前提下,制定科学计划并实施推进,落实客户衔接安置方案,确保客户合法权益不受损害,最大限度降低客户影响。

AI加速嵌入上市险企核心业务

■本报记者 杨笑寒

随着2026年半年报披露完毕,五大A股上市险企的AI(人工智能)应用呈现出一个鲜明变化:AI正加快从客服、办公等辅助环节向营销、核保、理赔、风控等核心业务流程渗透。与此同时,“词元消耗量”“调用次数”等指标开始进入险企半年报之中,部分险企已对外披露AI辅助销售额、智能审核率等经营数据。

这一变化意味着,保险业AI应用正在迈入单纯技术部署阶段,逐步进入与经营管理深度融合的新阶段。受访专家表示,保险业务具有客户规模大、流程链条长、审核环节多等特点,这为AI规模化应用提供了丰富场景。随着应用持续深入,AI的价值也将进一步向促进险企销售、降低成本、强化风险管控等经营目标延伸。

AI进入经营流程

目前,险企AI应用呈现多链条、多环节、多场景的特征,覆盖员工培训、面试、售前、售后、理赔、问诊等多个环节。

具体来看,中国平安半年报披露,其正深化AI在核心业务领域的落地应用,2026年6月的日均Token(词元)消耗量超1200亿。数据显

示,中国平安封装300余项数字化服务,打造“一个入口,一站式解决”的快捷服务AI助手。服务方面,上半年,该公司AI坐席服务量约9.39亿次,覆盖平安81%的客服总量;医疗养老方面,“AI+真人医生”覆盖集团100%个人客户,AI医生辅助诊疗准确率96%。同时,中国平安还披露了AI出单、AI理赔、AI风控、AI审核、AI编码、AI销售等场景的应用。

中国人寿的AI应用集中于AI平台集约管控和智能作业模式。其依托企业级人工智能平台,打造平台赋能、集约管控、多元创新的数智新生态,累计建设数智应用场景超90个,构建智能体超500个。2026年上半年,该公司智能核保审核率达96.8%,数字核保员作业率超37%,保全服务智能审核率达99%。

中国人保持续推进AI大模型矩阵、智能中台建设和风控应用。半年报显示,今年上半年,该公司落地AI应用场景246个,AI能力调用次数超23亿次。持续推进集团级AI智能中台能力建设,持续完善人保自有大模型矩阵,深化保险领域垂直大模型“人保宸灵”应用,场景意图识别准确率和客户满意度均稳定在99%以上。

中国太保半年报重点披露了AI赋能代理人和营销、理赔场景。

半年报显示,该公司全面推进数智化转型,持续建设企业级人工智能中台,完善人工智能安全管理体系,拓展数智化应用的广度和深度,在客户经营、销售队伍赋能、人工智能伴生风险产品创新、运营管理降本提效、投资水平提质等方面积极开展人工智能驱动的流程重塑和模式创新。

新华保险推动“数字员工”规模化落地。半年报显示,该公司持续加速释放AI新质生产力,推动数字员工体系规模化落地。上半年,新华保险营销智能助手累计自动生成计划书400余万份,理赔数字员工智能申请模块日均处理影像件超3万件,识别准确率逾99%;团险投标数字员工推荐命中率由60%跃升至90%。

综合各家上市保险公司的AI布局来看,行业呈现战略布局地位提高、技术底座持续夯实、全链渗透等特点。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对《证券日报》记者表示,从目前各家保险公司的实践来看,AI最大的价值是已真正进入经营流程,而不再只是辅助工具。保险行业本身具有客户量大、业务流程长、重复性审核工作多的特点,AI在销售辅助、核保、理赔、客服和反欺诈等环节都有比较明确的应用空间。例如,智能核保可以

缩短审核时间,AI理赔可以减少人工处理量,智能风控可以更快识别异常案件,营销端则可以帮助代理人进行客户分析和产品匹配等。

更重要的是,这些应用已经开始体现为销售转化、运营效率和风险减损等可量化的经营成果。杨帆表示,“AI的价值正在从‘提高工作效率’进一步延伸到增收、降本和管控风险。”

AI深度赋能行业转型

今年上半年,五家A股上市险企归属于母公司股东的净利润全部实现同比上涨,合计归母净利润达3173.84亿元,同比增长78.11%。这份成绩单背后,也离不开AI的贡献。

中国平安半年报显示,销售层面,AI智能体赋能需求分析、个性化推荐、话术支持等,2026年上半年,辅助实现销售额573.13亿元;编码层面,AI代码渗透率达62%;理赔方面,依靠AI数字机器人、智能相机识别,AI理赔审核、外部数据互联等前沿技术,其上半年内赔占比达59%。

多家上市险企还在半年报中强调了AI为保险行业带来的变革作用。中国人寿半年报显示,在金融领域的应用规则持续完善,行业经营逻辑加速向高质量的价值创造深

刻转型。中国太保在半年报中表示,人工智能技术正加速渗透并深度赋能行业转型,保险业迎来重要的战略机遇期。

不过,行业在应用AI的同时,也面临一些难题。天职国际金融业咨询合伙人周瑾告诉《证券日报》记者,保险行业在拥抱AI的过程中,主要的难点包括数据、机制、流程和人才。一是部分公司的数据治理缺失,数据标准不清晰,数据无法共享,无法支撑大模型的应用;二是AI对现有的组织及责权利机制都会形成冲击,面临着内部管理变革的巨大阻力;三是在突飞猛进的AI驾驭模式的变革下,很多公司面临着技术已经到位、但传统流程是瓶颈的困境;四是新兴AI人才的知识结构和技能与传统人才不同,这也需要公司的人才管理体系作出变革。

展望未来,杨帆表示,未来两年至三年,保险行业的AI应用预计将从单点工具加快向核心业务流程渗透,智能体也会从辅助员工逐步参与更多标准化业务处理,核保、理赔、客服、营销和风控可能是落地最快的几个领域。同时,还需关注险企的AI投入是否真正带来经营结果与回报。若投入持续增加,却没有在收入、成本、效率和风险控制上形成可验证的改善,那么AI应用就难以真正形成经营价值。



记者观察

银行理财透明化改革带来了什么

■ 杨洁

9月1日,国家金融监督管理总局明确的理财行业统一信息披露渠道——中国理财网·理财行业统一信息披露平台正式上线运行,全部32家理财公司、141家有存续公募理财产品的银行机构,以及41家开展理财产品托管业务的机构均已接入该平台并开展披露。平台全面上线运行当日,共披露各类公告近7000份、净值等各类数据近6万条。从分散披露到集中展示,标志着我国银行理财行业信息披露规范化建设迈出了关键一步。

在净值化管理要求下,充分保障投资者的知情权和选择权,是银行理财机构履行信义义务的必然要求。因此,统一银行理财信息披露平台的价值,远不止于新增一个查询渠道,更在于进一步改善投资者、银行理财机构和监管之间的信息传递机制。

首先,统一信息披露平台有助于降低投资者的信息获取成本,提升理财产品信息的可获得性与可比性。长期以来,不同机构的信息披露渠道和展示方式各异,投资者查询不同机构、不同产品的净值和公告信息,有时需要在多个渠道之间切换,繁琐且费时费力。统一平台集中展示相关信息后,投资者可以通过权威渠道免费查询相关信息,有利于减少信息搜索成本,提高信息获取效率。

更重要的是,统一的信息展示有助于增强理财产品之间的可比性。资管产品净值化转型之后,投资者的投资决策不能简单建立在预期收益之上,产品风险等级、净值波动、期限结构、资产配置以及历史运行情况等因素均应纳入考量,以便推动投资者的投资决策由单一关注产品收益率的高低向风险收益综合判断转变。

其次,统一信息披露将进一步强化市场约束,这对银行理财机构专业能力提出了更高的要求。信息披露既是投资者保护制度的重要组成部分,也是观察资管机构产品管理和运营能力的重要窗口。随着产品公告、净值表现等信息更加集中、透明,机构之间在产品运作、风险管理、信息披露及时性和规范性等方面的差异,将更加容易被市场识别。

对理财公司而言,产品净值是否稳定、投资策略是否与产品定位一致、重大事项披露是否及时充分,都有可能影响投资者决策判断和渠道机构合作选择。搭建统一信息披露平台有助于进一步强化市场化约束,促使机构更加重视投研能力、资产配置能力、风险管理能力和投资者服务能力建设,从而推动行业从“拼规模”转向“拼质量”。

再次,统一数据基础有助于提升行业风险监测和监管分析能力。银行理财已成为我国资产管理市场的重要组成部分,其产品数量多、资金规模大、资产投向广泛。及时掌握产品运行状况、净值变化和重要事项等,对于加强行业风险监测具有重要意义。中国理财网·理财行业统一信息披露平台实现了“填报标准化、披露自动化、服务综合化、监测日常化”,在此基础上,监管部门可以更加及时地观察行业整体运行状况、机构差异以及产品风险特征,为日常监管、风险研判和宏观审慎分析提供数据支持。

从分散披露到统一平台,这是我国银行理财行业基础设施建设的重要一步。未来,随着信息披露机制不断完善,投资者保护、市场约束和监管风险监测有望形成更强合力,进而推动行业高质量发展。

公募基金持有人加速扩容 上半年新增约1.61亿户

■本报记者 彭衍菴

随着2026年基金半年报披露收官,公募基金持有人结构变化也浮出水面。

Wind数据统计显示,截至6月底,各基金份额持有人户数合计达29.58亿户,较2025年末的27.97亿户增加约1.61亿户。高持有人户数产品也同步扩容,持有人户数超过1000万户的基金达到52只,较去年末增加2只;持有人户数超过100万户的基金达到284只,较去年末增加41只。

从基金类型来看,货币市场型基金依然拥有最广泛的持有人基础。截至6月底,货币市场型基金持有人户数合计约21.48亿户,半年时间增加5673.64万户,是绝对增量最大的基金类型。

与此同时,权益类基金及跨境产品的持有人扩容也较为明显。Wind数据显示,上半年,被动指数型基金持有户数增加2478.80万户,偏股混合型基金增加2092.74万户;QDII(合格境内机构投资者)类别中的股票型基金、混合型基金分别增加1822.58万户和1248.74万户。

一位基金研究人士向《证券日报》记者表示,今年以来权益市场投资机会增加,同时ETF(交易型开放式指数基金)、QDII等工具型产品进一步丰富,为个人投资者提供了更多低门槛参与不同市场和资产的渠道。持有人数量增长一定程度上反映出公募基金在居民资产配置中的覆盖面继续扩大,投资者对基金工具的使用也趋于多元。

此外,高持有人户数产品也在增加。截至6月底,持有人户数超过1000万户的基金共有52只,其中49只为货币市场型基金,另有3只为黄金主题的ETF联接基金。

具体来看,天弘余额宝货币持有人户数达到7.99亿户,较去年末增加1015.52万户。今年上半年,南方薪金宝货币A、银华惠添益货币A、嘉实货币A新进入“千万户”阵营。

相比“千万户”产品,“百万户”基金扩容更为明显。Wind数据显示,截至6月底,持有人户数超过100万户的基金达到284只,较去年末增加41只。前海开源基金首席经济学家、基金经理杨德龙向《证券日报》记者表示,持有人数量增加意味着公募基金触达投资者的广度进一步提升。对基金公司而言,未来竞争不仅体现在产品供给和投资业绩,也体现在投资者服务和陪伴能力。对于短期关注度快速提升的产品,更需要做好风险提示,引导投资者结合风险承受能力、投资期限进行配置。