

红利基金持续上新 公募布局向分红增长延伸

■本报记者 彭衍菴

近期,公募基金公司持续推出红利主题产品,投资策略进一步向分红增长、盈利质量等细分方向延伸。

万得数据显示,10月以来,已有9只红利相关基金启动募集,其中6只为被动指数型基金,3只为主动管理ETF(交易型开放式指数基金)。

万家基金量化基金经理吴宜睿在接受《证券日报》记者采访时表示,红利类指数产品应避免同质化竞争,并根据投资者需求拓展差异化策略。

指数投资工具更加丰富

从近期发行情况看,基金公司正围绕不同红利策略完善产品布局。

具体来看,华安中证红利低波动100ETF、银华中证全指红利质量ETF、博时恒生港股通红利低波动ETF等产品陆续启动募集,分别聚焦红利低波、红利质量及港股红利等方向。

存量市场方面,万得数据显示,截至10月27日,按初始基金口径统计,全市场81只红利类ETF合计规模为1989.15亿元,较去年同期增长24.75%。

格上基金研究员蒋睿向《证券日报》记者表示,目前,红利资产的配置价值较受重视,在市场风格轮动背景下,投资者更加关注分红可持续性、现金流质量及组合回撤控制。

在红利策略持续细分的背景下,“分红增长”成为基金公司布局的新方向之一。万得数据显示,首批9只中证红利增长ETF已于9月29日集中申报,有望进一步丰富红利指数投资工具。

投资策略加速细分

与传统高股息策略相比,红利增长策略在选股逻辑上有所不同。

例如,根据中证指数有限公司编制方案,中证红利指数主要按照过去三年平均现金股息率筛选100只样本。中证红利增长指数则综合考察连续分红年数、过去5年分红总额年均增速等指标,选取50只历史分红增长表现良好、增长潜力较高的上市公司证券。

吴宜睿表示,传统高股息策略以股息率为核心指标,侧重获取股息回报;红利增长策略则更加重视企业盈利增长和分红可持续性,力争兼顾股息收益与资本增值。未来,红利指数产品有望进一步结合自由现金流、盈利质量及低波动等指标,拓展差异化投



图片素材来源:新华社

资策略。

不同策略也对应不同的风险收益特征。晨星(中国)基金研究中心总监孙珩向《证券日报》记者表示,传统高股息策略在市场震荡或价值风格占优时通常更具防御性,但也

存在行业集中和股息可持续性风险。红利增长策略在企业盈利改善、市场更加重视基本面增长时可能具有更高收益弹性,但其当期股息率未必较高,估值及阶段性波动也可能高于传统高股息策略。

孙珩建议,投资者应结合自身风险偏好和投资期限,重点关注指数编制规则、行业集中度、波动回撤、基金规模及跟踪误差等因素,选择适合自身配置需求的红利产品。

月内32只FOF启动募集

发行数量创历史单月新高

■本报记者 彭衍菴

10月以来,FOF(基金中基金)发行持续活跃,多资产配置成为公募基金产品布局的重要方向。

万得数据显示,按认购起始日统计,截至10月27日,月内已有32只FOF启动募集,创历史单月新高,另有1只产品计划于10月28日开启发行。今年以来,FOF已启动募集194只(未计入10月28日及之后发行的产品数量),产品供给持续丰富。

与此同时,中国证监会近期就《公开募集证券投资基金运作管理办法(征求意见稿)》(以下简称《运作办法》)及配套规则公开征求意见,拟降低FOF成立门槛,并允许其投资ETF(交易型开放式指数基金)的联接基金,为多资产配置策略创

新提供更多空间。

发行持续升温

从近期发行情况看,FOF产品更突出多资产、多元配置及稳健投资等特点。

万得数据显示,截至10月27日,本月已启动募集的32只FOF中,名称包含“多资产”或“多元”的产品有13只。其中,华安盛盈多资产6个月持有混合(FOF)、苏新知行致远多资产6个月持有混合(FOF)、兴全盈远多元配置三个月持有混合(FOF)等产品已相继启动募集。

鑫元基金FOF基金经理王超在接受《证券日报》记者采访时表示,当前,FOF市场的发展机会主要来自居民多元化配置需求增长、底层投资工具不

断丰富以及制度环境持续完善。对于中小公募而言,可以借助全市场基金资源,将自身在宏观研究、资产配置、基金评价及风险管理等方面的积累转化为差异化组合管理能力。

深圳市排排网基金销售有限责任公司产品运营曾芳表示,相较于部分净值波动较大的权益类产品,FOF可通过分散选基进行组合配置,与投资者重视回撤控制的需求较为契合。同时,居民一站式资产配置需求增长,也推动基金公司完善FOF产品线。

值得关注的是,此次《运作办法》及配套规则征求意见,拟将FOF成立门槛从规模2亿元降至5000万元,份额从2亿份降至5000万份,并允许FOF投资ETF联接基金。

王超认为,相关调整若正式落地,将有助于减轻产品设立初期的募

集压力,丰富指数化配置工具选择,为基金公司围绕细分客群和策略定位培育产品创造条件。

FOF竞争重点逐步延伸

随着产品供给不断丰富,FOF的竞争重点也逐步延伸至资产配置能力和投资者持有体验。

王超表示,当前低利率环境下,投资者对收益来源多元化和风险分散的需求更加突出。FOF的配置视野可以从国内股票、债券进一步延伸至黄金等商品及海外权益、债券资产,利用不同资产的收益驱动和市场周期差异丰富组合收益来源,但配置效果仍需结合资产相关性、估值和风险预算动态评估。

在投资工具选择方面,王超认

为,指数基金投资方向和跟踪目标相对明确,有助于FOF将不同市场、行业和风格的配置判断落实到组合中,从而减少底层基金主动调整带来的非预期偏离。FOF可通过指数工具落实明确的资产配置观点,通过主动基金争取研究和选股带来的超额收益。

晨星(中国)基金研究中心高级分析师代景霞表示,FOF的核心优势在于专业化资产配置和持续动态管理。通过专业团队研究不同资产类别、基金策略及基金经理,FOF能够在分散风险的同时优化组合结构,降低普通投资者的决策难度。

代景霞认为,投资者选择FOF时,除考虑投资目标、风险承受能力及流动性需求外,还应关注投研团队经验、投资流程稳定性、基金公司管理质量及产品费率等因素。

银行理财子公司加码“固收+”产品净值回撤管控

■本报记者 彭妍

今年以来,权益市场波动有所加大,银行含权类“固收+”理财产品净值回撤压力有所上升。《证券日报》记者了解到,目前,部分银行理财子公司开始调整产品经营思路,行业竞争逻辑正发生明显转变;机构之间不再单纯比拼业绩收益排名,而是将管控净值回撤、维护产品净值平稳放在优先位置。

近期,部分银行理财子公司优化风控框架,探索净值回撤目标的量化分层定档精细化管理模式,把净值波动管控指标前置到产品设计环节。华夏理财近期发布“固收+”产品品牌“千帆”,推出净值回撤目标分档设置机制,并配套策略标签穿透核

查要求。该固收增强系列下设悦澜、和光、鸿晖三个子线,分别对应低、中、高三档波动等级,三个月滚动最大净值回撤目标依次为50个基点、80个基点、150个基点,目标回撤修复天数分别设定为20个交易日、45个交易日、60个交易日。该系列坚持绝对收益导向,以固收资产作为底仓,严格约束弹性资产敞口与波动边界。产品可从13类收益增强策略中选配,单只产品原则上选用不超过2个策略标签,权益仓位与策略标签一一对应,依托穿透核查杜绝脱离仓位,防范投资策略漂移。

工银理财同样落地了“分层净值回撤目标”品控机制,对旗下“固收+”产品实施全链路、全周期目标档设置机制,并配套策略标签穿透核

品率”,确保投资目标清晰、投资风格稳定、风控标准统一。招银理财则侧重事后量化披露,定期对外公布旗下“固收+”产品近一年最大净值回撤与净值修复时长。

素喜智研高级研究员苏筱芮对《证券日报》记者表示,理财行业从比拼收益转向量化管控净值回撤、推行净值回撤目标分层定档机制,是多重因素共同驱动的结果。其一,银行理财核心客群大多由存款客户转化而来,风险承受能力显著低于公募基金投资者,本金安全性的优先级高于超额收益;其二,自2024年起,收盘价调整、收益平滑、自建估值模型等估值缓冲手段陆续被叫停,净值回撤管理从此前事后修饰净值,转向事前风控前置,成为

全行业必然趋势;其三,当前处于低利率环境,纯债产品收益持续下行,含权增强产品净值波动不断加大,依靠高收益率争夺客户的边际效应持续减弱,净值回撤管控逐步成为机构打造差异化竞争力的新抓手。

博通咨询首席分析师王蓬博向《证券日报》记者分析称,理财机构推进净值回撤目标量化管理,首先需要厘清边界:净值回撤管控目标不等于刚性损失承诺,极端行情下预设的净值回撤红线依然存在被突破的可能,极易引发投资者预期偏差;其次,净值回撤红线会约束投研团队的调仓空间,机构必须在严格风控纪律与灵活应对市场变化之间寻找平衡;最后,不同档位产品对应的资产配置策略需要持续穿透核验,严防投资风险

漂移。

对于落地节奏,王蓬博判断,净值回撤目标量化分层管理将率先在固收增强类含权产品中大范围推广,但很难成为全部含权理财产品的统一标配。复杂多资产、高权益占比产品受底层资产属性制约,落地难度更高。后续各家机构会结合自身投研实力循序渐进。

在苏筱芮看来,精确到基点的标签化分档属于精细化风控手段,而行业内理财子公司投研能力分化显著,该模式很难在全行业普及,因此净值回撤目标量化分层管理暂不会成为含权理财产品的标配。不过,这套模式背后“风险预算前置管理”的核心思路,将会逐步向全行业渗透,成为理财风控的基础框架。

人身险9月保费收入同比增长9.7%

■本报记者 杨笑寒

近日,国家金融监督管理总局(以下简称“金融监管总局”)发布了前三季度保险业经营情况。数据显示,前三季度,保险业合计实现原保险保费收入(以下简称“保费收入”)52613亿元,同比增长0.9%。其中,人身险和财产险保费收入增速有所分化,人身险保费收入同比上涨,财产险同比下降。

具体来看,前三季度,财产险保费收入为11187亿元,同比下降0.6%,人身险保费收入为41426亿

元,同比上涨1.3%。从9月单月收入来看,人身险9月保费收入为3179亿元,同比增长9.7%,而8月单月保费收入同比下降12.6%,9月单月保费增速实现由负转正。

对此,中国精算师协会创始会员徐昱琛对《证券日报》记者分析称,9月人身险保费增速较高,主要原因是,去年9月1日人身险产品预定利率下调,使得人身险产品需求在去年8月底集中释放,导致去年9月保费基数相对较低。同时,今年预定利率下调幅度缩小。财险方面,主要受到新车销售量同比放缓

和财险主体车险保费收入增速放缓的影响。

从公司层面来看,财险公司的保费增速高于人身险公司的保费增速。数据显示,今年前三季度,财险公司实现保费收入13982亿元,同比增长2.0%,人身险公司实现保费收入38631亿元,同比增长0.5%。

从细分险种来看,财险公司的保费增速主要来源于责任险和健康险,财险公司这两类险种前三季度保费收入同比分别增长8.3%和15.4%;人身险公司的保费增速主要来源于寿险和万能险(即保户投资

款新增交费,为万能险保费的主要构成部分),两类险种前三季度保费收入同比分别增长0.9%和6.9%。

对外经济贸易大学创新与风险管理研究中心副主任龙格对《证券日报》记者表示,财险公司方面,由责任险和健康险二者共同构成业务增长的主要拉动力量,意味着其增长动力主要来源于非车险业务的结构性支撑。人身险公司的保费收入来源于寿险和万能险保费的稳健增长,但人身险公司其他主要险种表现相对疲弱,受新单期交业务下滑及高价值险种保费收缩影响,新业务价值普遍承

受较大压力。

展望未来,天职国际金融业咨询合伙人周瑾对记者分析称,财险与人身险两大行业都将从规模驱动转向价值与质量驱动。财产险方面,车险趋于低增长、重存量运营,责任险、农险以及新能源相关险种是主要增量来源,精细化定价和科技风控将决定盈利能力。人身险方面,低利率环境下利差损压力延续,预定利率下调和分红险转型是主线,储蓄型产品吸引力仍在,但需平衡负债成本,保障型、养老与健康险有望成为第二增长曲线。

9月以来创业板电池主题ETF发行7只

■本报记者 王宁

9月以来,创业板电池主题ETF发行数量达7只,均为被动指数型基金,最高募集目标为50亿份,多数募集目标为20亿份或30亿份,交易标的为创业板电池指数。

公开数据显示,创业板电池指数由创业板43只业务涉及电池产品、电池生产设备、电池材料及零部件制造等电池相关领域的个股构成成分股;创业板电池ETF填补场内20CM电池类ETF空白,为投资者参与把握中国电池产业高质量发展的投资机遇提供重要创新工具。

博时基金指数与量化投资部投资经理陈晓志告诉《证券日报》记者,创业板电池指数的编制规则与创业板算力、金融科技等指数基本同构,兼顾了产业代表性和可投资性。在A股电池产业上市公司中,在创业板上市的公司数量与市值上均占据重要地位,创业板已成为新能源转型相关资产的重要上市平台。“从成分股表现来看,最近四个季度相关公司营收与归母净利润同比均保持较快增长;同时,产业链由供过于求转向紧平衡、价格与盈利修复,叠加固态等技术迭代,共同构成中期景气与结构升级的支撑。”

华宝基金相关人士分析认为,从行业分布来看,创业板电池指数与中证电池主题指数的权重股构成相近,前两大重仓行业均为电池和光伏设备。其中,中证电池指数的涵盖面相对更广,创业板电池指数的电池行业权重更聚焦。从权重股来看,创业板电池指数剥离自主板标的,将宁德时代、阳光电源、亿纬锂能等创业板电池龙头的权重进一步放大,高度集中的成分股结构或使其在市场调整时更加明显。

蚂蚁国际再添境外牌照

跨境支付走向持牌深耕

■本报记者 李冰

在我国持续扩大金融领域高水平对外开放、支持外贸新业态发展、稳步扩大人民币跨境使用的政策导向下,国内支付机构合规“出海”步伐持续加快。日前,蚂蚁国际商业(上海)有限公司(以下简称“蚂蚁国际”)宣布已获得阿联酋中央银行(CBUAE)颁发的零售支付服务与银行卡体系(RPSCS)第二类牌照,以及储值支付工具(SVF)牌照。

资料显示,蚂蚁国际在全球持有超百张金融牌照,与1400多家国际金融机构建立合作,业务覆盖200多个市场,并携手500多家生态伙伴服务“出海”企业。在支付接入层面,其商户支付与数字化服务品牌Antom(安通环球)可帮助企业接入300多种全球及本地支付方式,支持100多种币种交易,覆盖200多个市场用户。

据介绍,获得RPSCS牌照后,蚂蚁国际旗下商户支付与数字化服务品牌Antom将在阿联酋提供商户收单服务。与此同时,SVF牌照使蚂蚁国际旗下全球账户服务提供商万里汇能够在阿联酋提供数字化、创新的跨境金融服务。最新数据显示,蚂蚁国际全球日均处理交易2000万笔。

“海外支付市场增量空间充足。此次拿下牌照将进一步完善蚂蚁国际的海外服务链条,助力其深耕本地市场、筑牢全球支付网络。”兰州大学经济学院教授陈文对《证券日报》记者表示,AI技术正在为牌照经营注入新动能,推动跨境支付行业从数字化迈向智能体驱动的自主化阶段。

蚂蚁国际海外拿牌并非个例,记者梳理发现,2026年以来,已有多家支付机构陆续拿下境外支付资质,覆盖中东、东南亚、北美等市场。中国支付“出海”正从早期的通道型跨境服务,迈向持牌深耕本地市场的新阶段。

2026年4月27日,连连数字发布公告,宣布通过收购实体方式,在加拿大金融交易和报告分析中心(FINTRAC)成功完成货币服务业务(MSB)注册,此举意味着连连数字正式取得加拿大MSB牌照;5月19日,连连数字再取得迪拜金融服务管理局(DFSA)颁发的第3D类支付牌照,标志着该公司在中东市场本土化布局迈入持牌合规运营新阶段。

2026年10月,YeePay(易宝)官宣获得荷兰中央银行(DNB)颁发的电子货币机构(EMI)牌照,这是进入欧盟市场的核心支付资质之一。

多家机构密集海外拿牌,背后是国内支付机构“出海”底层逻辑的全面切换。南开大学金融学教授田利辉向《证券日报》记者分析称,2026年支付机构海外布局呈现三大鲜明特征:一是布局重心向中东等市场延伸,与国内企业“出海”路线高度契合;二是业务模式从过往资金过路的通道服务,升级为“持牌深耕”,机构不再只做跨境中转业务,而是通过自主申请或并购获取高含金量牌照,搭建本地清算与风控能力;三是牌照类型持续升级,从单一跨境汇款资质,向商户收单、电子货币发行等全品类拓展,国内头部支付机构持续搭建海外牌照矩阵,实现海外市场差异化、精细化运营。

在统筹金融高水平开放和安全的原则下,合规持牌、本地深耕,有利于进一步畅通跨境贸易资金链路,更好服务中外外贸主体、跨境电商等新业态,助力人民币跨境使用场景持续拓展,为跨境金融高质量发展贡献市场化力量。