

内页导读

14 股市大势  
市场陷入  
横盘阶段

# 新民财经

内页导读

15 理念分享  
中报近尾声  
黑马变白马

本报经济部主编 | 总第 152 期 | 2021 年 8 月 28 日 星期六 本版编辑:昌山 视觉设计:龚云阳 编辑邮箱:xmjb@xmwb.com.cn

居民财富向金融资产转移  
明星基金经理产品受追捧

## 公募基金总规模再创历史新高

本报记者  
杨硕

伴随着股市起起落落的机构性行情,今年的公募基金发行呈现火热态势,屡屡登上热搜。据中国证券投资基金业协会(以下简称“中基协”)日前发布的数据显示,7月份公募基金份额净值双双上涨,最新规模达到 23.54 万亿元,创下历史新高。在各类型基金中,仅混合基金份额环比下降,其他品类份额均实现上涨。



图 IC

### 1 基金规模持续增长 市场形成良性循环

数据显示,截至 2021 年 7 月底,我国境内共有基金管理公司 137 家,其中,中外合资公司 44 家,外商独资 1 家,内资公司 92 家;取得公募基金管理资格的证券公司或证券公司资产管理子公司 12 家,保险资产管理公司 2 家。以上机构管理的公募基金资产净值合计 23.54 万亿元。

总体而言,封闭式基金、开放式基金数量、份额、规模相比 6 月份均有所增加。从份额来看,截至 7 月底,股票基金、货币基金、债券

基金、QDII(合格境内机构投资者)基金以及封闭式基金的份额均有不同程度的增长,仅混合型基金份额从 6 月的 36512.28 亿份下降至 7 月的 36253.66 亿份。

基金规模方面,截至 7 月底,股票基金共 1563 只,总规模 22380.79 亿元,规模相比 6 月下跌 0.87%;混合基金共 3577 只,总规模 54322.79 亿元,规模相比 6 月下跌 3.26%;债券基金共 1713 只,总规模 31445.61 亿元,规模相比 6 月上涨 4.95%;货币基金 331 只,

总规模 97292.39 亿元,规模相比 6 月上涨 6.97%。数据表明,固收类基金是 7 月市场吸金的主力,债券及货币两类基金 7 月规模合计增长 6000 多亿元,是各类型基金中环比增幅最大的两类。

从历史数据来看,公募基金规模自 4 月以来连续四个月增长。相比 6 月,公募基金 7 月单月规模增加 5079.16 亿元,环比增长 2.21%;截至 7 月底,公募基金整体份额达到 20.21 万亿份,环比增长 3.61%,净值规模、份额均创出历史新高。而

这与新基金的募集成绩密不可分。据同花顺数据统计,以基金成立日作为统计标准,截至 8 月 24 日,今年以来新成立基金已有 1181 只,发行份额合计突破 2.02 万亿份,其中混合型基金占比最大,为 63.72%,发行份额约为 1.29 万亿份。

对于当下基金销售火热,有业内人士指出,去年以来,股市走势总体良好,结构性行情突出,为公募基金展现专业化资产管理能力、获取良好收益,提供了很好的市场环境,因此市场形成了一个良性循环。

### 2 明星经理基金热卖 自身因素也应考虑

基金的热火离不开明星基金经理的带动。有数据统计显示,今年以来成立的基金中,有 155 只产品一天之内便售罄,有 601 只基金提前结束募集。上述产品中不少是明星基金经理的新产品。比如 8 月 18 日提前结束募集的中庚价值先锋股票,发行首日便售罄。

业内人士分析,预计未来的趋

势就是资金不断流向头部基金公司和明星基金经理。进入 8 月,明星基金经理扎堆发行新产品的态势依旧不减,银华基金焦巍、嘉实基金姚志鹏等都有新作发行。8 月 23 日,“顶流”刘格崧拟任基金经理的广发行业严选三年持有期混合基金正式发行,上限为 150 亿元,原本发售时间为 5 天,目前已

宣布提前结募,自 2021 年 8 月 25 日起不再接受认购申请。

对此,有业内分析指出,明星基金经理新产品发行较好主要有两个原因。第一,在“选基金就是选基金经理”理念下,明星基金经理自然获得投资者的更多关注,而且明星基金经理凭借着公募基金强大的投研能力。第二,对于非专业

投资者而言,在基金数量众多而自身又没有很强的基金选择能力时,明星基金经理的产品无疑是更加简单的选择。圈内人士同时也提醒投资者,“明星基金经理产品热销势头将会常态化,但对于投资者来说,选择基金时还是需要保持清醒的头脑。优秀的基金管理人只是判断基金产品好坏的一个方面,具体择基时,还需考虑自身的风险承受能力、基金公司投研水平等因素,并规避规模过大的产品。”

除了规模创新高以外,今年公募基金的业务收入数据也很亮眼。

最近密集发布的半年度业绩报告显示,不少券商系公募基金为证券公司亮眼的业绩带来了不小的贡献。

从当前已发布半年报的情况看,11 家公募基金的净利润均超 1 亿元,其中 5 家公司净利润超 5 亿

### 3 业务收入数据亮眼 重构券商整体估值

元。富国基金上半年实现营业收入 39.98 亿元,净利润 12.42 亿元,同比分别增长 101.11%、97.77%;华夏基金紧随其后,实现净利润 10.49 亿元,同比 40.24%;招商基金位列第三,实现净利润 7.84 亿元;景顺长城基金,实现净利润 7.2

亿元;鹏华基金实现净利润 6.14 亿元。

有评论指出,受益于公募基金的快速发展,财富管理赛道让证券行业的整体业绩弹性提升,公募业务有望重构券商整体估值。业内人士强调,“现阶段,居民财富呈现从

不动产向金融资产转移、金融资产中权益资产配置占比提升和需求多元化三个明显趋势。券商将显著受益于财富管理赛道的成长,受益于参股基金子公司、证券子公司等业绩增长,证券行业的整体业绩弹性提升。”

财经风向标

今年夏天过了  
一大半,高温天不  
多,不过夏日里哪  
少得了冷饮相伴呢?  
今年的冷饮市场算  
不上风平浪静,有吐  
槽网红雪糕凭什么  
卖 66 元高价的,有  
质疑某著名冰淇淋  
“双标”行为国内国  
外用料不同的……  
种种议论核心集中  
在一点,产品品质是  
否匹配走高的价格,  
别把广大顾客当“冲  
头”。

## 老树发新枝

谈璿

用户越来越聪明了,也越来越难忽悠了——学会注意配料表,懂得雪糕比冰淇淋“身价低”原因是冰淇淋乳脂含量更高。今年倒是有一家做冷饮的“老字号”令人刮目相看,奉献了多种走平价路线的美味新品,它就是上海人熟悉的“光明”。

光明拿出手的不只是传统印象中的冰砖、三色杯和棒冰,它真的变了。身边好些朋友成了它家冷饮新品种的“自来水”,不吝喜爱之情四处推荐:一枝杨梅棒冰解渴又好吃,优倍鲜奶冰淇淋奶味浓郁,大白兔雪糕和花生牛轧糖雪糕勾起回忆,还有熊小白雪糕、莫斯利安酸奶冰淇淋……国产名牌冰淇淋满足了迅猛攻市场,老产品依旧亲民,新品种创意不凡。网红年年有,谁能年年红?积淀深厚的“老字号”一旦发力,势不可挡。而且,便利店、大卖场以及大食品商店专柜都能见到新品冷饮的身影,光产品好还不够,能让消费者方便地买到才是王道啊。

你有没有发现,锐意创新的老字号多起来了。食品企业往往走在前面,今年新雅粤菜馆开发出猪油豆沙月饼、陈皮豆沙月饼,那万生和津久咖啡合作研制了带有糟卤特有香味的咖啡,豫园南翔馒头店推出甜味及咸味馅芯的冰香浓小笼包。不管是否景气,消费市场一直在那里,不是没需求,而是缺创意。消费领域的制造企业也有很多“老字号”,不思进取的话路越走越窄,该醒醒了。

记得多年前采访一个刚刚在浦东落户的中外合资企业,问起对方有哪些经营优势时,中方代理人回答“我们在各方面都很先进”。如今这家企业早已不复存在,母公司也放弃了这部分业务,因为中国企业现在做得更好。对中国企业而言,跟着需求走,认真做好专业研发和生产销售这些应该做的事。无须妄自菲薄,跟中外同行同台竞技,谁能成为最后的赢家还未可知。

网红做久了,方能成“老字号”。“老字号”守正出新,随时当网红。

本版观点仅供参考