

发行数量明显下降, 银行理财“固收+”产品遇冷

在银行理财产品中,“固收+”产品一直颇受追捧。然而,今年情况出现了一些变化,“固收+”产品不仅发行数量同比下降,业绩基准也有所下调。

记者从银行理财销售渠道了解到,今年以来,由于银行理财“固收+”产品出现多次明显回撤,难以符合投资者获取“稳定收益”的预期,导致投资者购买热情降温。

中国银行研究院博士后李晔林在接受记者采访时表示,今年1月份至7月份银行理财“固收+”新发产品数量下降的原因主要有两方面:一是上半年金融市场波动剧烈,多数银行及理财子公司采取了相对谨慎的发行策略;二是与单只理财产品管理规模大幅提升有关。在理财产品全面向净值化转型的背景下,“固收+”理财产品收益率面临较大不确定性,因此部分银行纷纷下调相关产品业绩基准。但李晔林同时强调,下半年宏观经济和资本市场仍面临诸多挑战,在相对震荡的市场环境中,与权益类产品相比,固收类产品仍是机构优选对象。

“固收+”产品发行数量同比减超三成

“固收+”是一种投资策略,是以获取固定收益为本,辅以权益资产配置,力争在严控风险的前提下追求长期稳健回报。具体来看,“固收”是指用风险较低的固定收益类资产作为底仓,获取基础收益,并控制投资风险;“+”部分是指在此基础上适度配置风险较高的权益类资产或另类资产,或采取打新、对冲等策略,在控制净值波动与回撤的前提下增厚收益。

近年来,银行纷纷布局“固收+”产品,探索权益市场。不过,受今年债券市场和权益市场波动较大的影响,银行理财“固收+”产品出现多次明显回撤,产品发行数量大幅下降。普益标准统计数据显示,今年1月份至7月份,银行及理财子公司的“固收+”理财产品发行数量约为1.3万款,较去年同期下降35.6%,在同期发行全部理财产品中的占比由去年的49.3%下降至45.4%。

在产品发行数量减少的背后,今年以来,部分“固收+”理财产品的业绩基准也出现明显回撤。普益标准数据显示,今年1月份至7月份,银行及理财子公司新发行的“固收+”产品的平均业绩比较基准为4.1%,而去年同期为4.17%。

中信证券首席经济学家明明对记者表示,“固



收+”产品发行数量下降,主要是年初以来受国内外多重因素叠加影响,权益市场表现不佳,带动“固收+”产品净值回撤。受此影响,投资者购买热情降低,甚至一度出现“赎回潮”。很多银行纷纷调低“固收+”产品业绩基准,是为了合理引导投资者预期。

记者从银行销售渠道了解到,受资本市场波动影响,投资者对银行理财“固收+”产品的关注度有所下降。不少银行理财经理对记者表示,近期“固收+”产品不好卖,主要是因为今年以来部分“固收+”产品未能有效控制权益类风险敞口,导致净值明显回撤,难以符合投资者获取“稳健收益”和“绝对收益”的预期,因此导致投资者购买需求减少。

星图金融研究院副院长薛洪言对记者表示,进入2022年以来,受资本市场大幅波动影响,“固收+”产品普遍难以达到业绩基准,新发产品也不得不调降业绩基准。业绩基准调降后,相关产品对客户吸引力下降,势必会影响发行量。

固收类产品仍是机构优选对象

银行及理财子公司该如何布局“固收+”产品,才能满足客户对“稳定收益”和“绝对收益”的需求? “银行理财面临的问题主要有两个:首先,理财

产品已经全面净值化,但投资者的刚兑观念尚未扭转,未来急需加强投资者教育工作,扭转其刚兑预期。其次,银行需要在‘固收+’产品的运作上更为谨慎,在积累足够安全垫之后再去加仓权益资产较为稳妥。”明明表示。

薛洪言认为,“固收+”产品普遍是靠“+权益”来增厚收益,只有在权益资产整体上行的牛市环境下才更有效,但今年权益资产处于整体下行环境,不利于“+权益”产品运作,只会拖累相关产品业绩。因此,银行需要基于市场环境及时调整底层资产配置策略,结合市场环境配置差异化资产,更好地满足稳健型投资者的需求。

谈及未来“固收+”产品发展趋势,明明认为,在理财产品全面净值化的时代背景下,叠加利率不断下行因素,“固收+”产品因具有相对较高的收益潜力,仍将吸引大批投资者。尤其是在权益市场回暖后,仍将是银行重点发力的理财产品之一。

李晔林认为,在相对震荡的市场环境中,固收类产品仍是机构优选对象,“固收+”产品的长期向好趋势仍将延续。未来银行理财市场或将稳为主,银行及理财子公司需要将更多精力投入宏观形势研判上和权益类产品的选择上,将超预期风险因素对期望收益的扰动降到最低。

据《证券日报》

货币基金产品表现亮眼 银行系基金公司上半年“崛起”

今年上半年,公募基金的盈利情况整体不佳。天相投顾数据显示,公募基金上半年整体亏损6356.32亿元,其中权益类产品亏损较多,股票型基金和混合型基金合计亏损超过7800亿元。具体而言,上半年混合型基金亏损5272.09亿元;股票型基金亏损2565.44亿元。

在这种情况下,固收类基金重新扛起了盈利的“大旗”。上半年货币基金、债券基金分别实现盈利1069.78亿元、690.03亿元,但相比去年同期的1072.72亿元和920.30亿元也有所减少。

上半年商品型基金盈利1903亿元,同比实现扭亏。其他类型产品方面,QDII亏损233.81亿元,FOF亏损64.11亿元。

基金公司分化显著。依照惯例,权益类产品表现不佳时,银行系基金公司往往因为固收类基金占比比较高而排名靠前,此次也不例外。排名前十的基金公司中过半是银行系基金公司,其中建

信基金旗下基金盈利50.34亿元,排名榜首,也是唯一一家为投资者赚取盈利超过50亿元的公司,排名其后的兴业基金和安信基金,分别盈利21.55亿元和18.71亿元。中加基金、上银基金、国寿安保基金、鑫元基金和中银基金等盈利均在10亿元至15亿元之间,排名第十的平安基金盈利8.05亿元。榜单的另一头均是权益产品占比较高的中大型基金公司,其中有两家旗下基金半年度亏损均超过500亿元。

产品方面,利润排名前十的均是货币基金。其中天弘余额宝以71.63亿元的盈利排名第一,也是唯一一只盈利70亿元以上的产品。排名其后的易方达现金增利B和博时合惠货币B分别盈利23.33亿元和22.39亿元,另有26只产品盈利在10亿元以上,其中华泰柏瑞红利ETF为股票型产品,盈利达13.23亿元。排名靠后的基金中多是大型权益类基金,其中有6只亏损超50亿元。

综合

瞄准港股 基金经理目标明确

随着公募基金公司2022年上半年业绩的披露,基金投资港股的情况逐步清晰。在知名基金经理的隐形重仓股名单中,以美团、快手为代表的港股标的频频现身。

有基金经理表示,港股市场上半年韧性足,配置价值并未因全球宏观环境动荡而削弱。下半年,港股市场震荡向上的可能性较大,将坚定投资信念。

大手笔加仓频现

从半年报披露的隐形重仓股情况来看,多位知名基金经理上半年大手笔加仓港股。

以易方达基金张坤为例,上半年他管理的易方达亚洲精选“累计买入金额超出期初基金资产净值2%”的港股标的达8只,包括药明生物、美团、李宁、腾讯控股等。回顾上半年的操作,张坤表示,易方达亚洲精选上半年仓位略有提升,并对投资结构进行了调整,增加了业务模式有特色、长期逻辑清晰、估值水平合理的个股投资比例。

中庚基金丘栋荣同样以“顶格”加仓的方式表达了对港股的看好。上半年他管理的中庚价值领航对中国宏桥、美团、中国海洋石油、中国海外发展、快手、中国移动等港股标的大幅加仓。丘栋荣在半年报中表示,港股估值处于绝对底部,存在系统性机会,因而提升港股配置比例至上限。

兴证全球基金谢治宇则重点加仓港股互联网标的。上半年谢治宇管理的兴全合宜混合(LOF)加仓

较多的前十大个股中,港股标的占据五席。快手与美团成为他上半年加仓最多的2只个股;腾讯控股、舜宇光学科技、华润啤酒也受到了他的青睐。

此外,睿远基金赵枫管理的睿远均衡价值三年在上半年大幅加仓了碧桂园服务、美团。

港股将表现出韧性

谈及中国经济下半年走势,谢治宇表示,中国经济有望企稳回升,基本面相对海外市场边际转好,看好中国资产,A股、港股市场震荡向上可能性大。另一方面,港股部分公司前期已大幅调整,后续投资性价比上升。

交银施罗德基金陈俊华同样强调,国内经济逐步向好可以对冲海外市场的扰动,港股市场也将表现出韧性。这主要得益于港股本身已经较低的估值水平、南向资金的持续流入以及稳增长政策加码的支持。

具体到投资机会,丘栋荣表示,在港股中,他最关注的是互联网公司。首先,这些公司涉及衣食住行方方面面,黏性极强,面对的核心需求不断增长,互联网公司的货币化能力和变现能力将持续提高。其次,随着宏观环境的稳定,互联网公司逐渐回归自身价值,聚焦于核心业务领域,坚实的业务壁垒才有足够的竞争力,才能获得未来。第三,当前互联网公司的估值水平处于低位,公司扩张放缓,盈利和现金流水平预期提升,将有助于投资价值实现。

据《中国证券报》



倡树新时代美德健康生活方式

— 讲文明 树新风 —

服务他

仁者爱人
助人为乐
扶危济困
重信守诺
成人达己

山东省文明办