

# 游戏概念大火 年内第一只“翻倍基”出炉

4月最后一个交易日的一把“游戏之火”，直接助推年内第一只“翻倍基”诞生，华夏中证动漫游戏ETF今年以来净值飙升102.38%。

4月下旬，A股市场人工智能(AI)板块陷入调整，但在传媒、游戏等概念股的推动下，擅长押注相关赛道的部分主动权益基金净值在月底火速“超车”。银华体育文化超过一季度领跑的诺安积极回报，今年以来的净值增长率达69.26%。此外，拉长时间来看，近五年，有433只基金净值增长率超100%。



## 游戏主题ETF一马当先

4月28日，传媒板块“一马当先”，个股爆发涨停潮。在此背景下，三只游戏主题ETF一路飙升，国泰中证动漫游戏ETF、华夏中证动漫游戏ETF、华泰柏瑞中证动漫游戏ETF当日均涨停。

4月最后一个交易日的“这把火”，直接助推年内第一只“翻倍基”诞生。Wind数据显示，截至4月28日，华夏中证动漫游戏ETF今年以来的净值增长率达到102.38%。

此外，华泰柏瑞中证动漫游戏ETF、国泰中证动漫游戏ETF今年以来的净值增长率也逼近翻倍，分别达到99.93%、99.41%。

华泰柏瑞中证动漫游戏ETF的基金经理在基

金一季报中表示，展望后市，首先，在供需层面，用户付费意愿回升有望，结合新产品逐步上线，有望带来业绩增量，激发市场活力；其次，政策层面，版号管控与未成年人防沉迷已取得阶段性成效；最后，技术层面，游戏有望充分受益于AIGC技术的快速发展，一方面AIGC能够快速生成图像、文案与音效等核心要素，提升研发效率，另一方面AIGC与游戏结合后或将带来更丰富的内容生态，例如某游戏在GPT加持后，玩家能够与NPC进行自由对话，实现深度交互，获得更个性化的游戏体验。

也有不少机构人士开始提示风险，认为以游戏、传媒为代表的相关概念股，当前已经达到高位，赚钱效应可能趋弱，投资者需谨防高位被套。

## 主动权益基金领跑换人

受益于游戏、传媒等概念股的大涨，部分擅长押注相关赛道的主动权益基金在四月火速“超车”，超过此前重仓计算机等信创行业的基金，实现业绩领跑。

Wind数据显示，今年前四个月有18只(不同份额基金合并计算)主动权益基金净值增长率超30%。其中，银华体育文化超过一季度领跑的诺安积极回报，净值增长率暂居第一，达69.26%。

观察该基金最新持仓，为清一色游戏、传媒相关个股。一季度末，该基金前十大重仓股为吉比特、三七互娱、昆仑万维、恺英网络、三六零、神州泰岳、蓝色光标、三人行、科大讯飞、姚记科技。

在银华基金2023年二季度策略会上，银华体

## 票据利率“先下后上” 业界预计4月份信贷同比多增

4月份的金融数据发布在即。央行数据显示，去年4月份，人民币贷款增加6454亿元，同比少增8231亿元。接受记者采访的多位分析人士及机构预计，今年4月份信贷将同比多增。

中信证券首席经济学家明明对记者表示，参考近期票据利率走势，预计4月份信贷增速或较一季度有所放缓，但仍将保持同比多增态势。

票据利率走势是判断银行信贷状况的重要风向标。4月份，票据利率震荡下行，直到月末才有所回升。

对此，天风证券固定收益首席分析师孙彬彬表示，4月份票据利率回落，既符合季节性走势，又与

央行引导下的资金利率回落有一定关系。

“月底最后一周的票据利率对新增信贷的指向意义更强，4月底票据利率回升，意味着4月份新增信贷不弱。”孙彬彬分析，原因在于票据融资是商业银行调节新增信贷的手段之一。每月月底，商业银行对全月信贷投放情况也有相对全面的了解，如果实体经济融资需求不足、月内信贷投放量显著偏低，商业银行通常会于月底集中收票，票据需求增加则票据利率会有所下行。相反，票据需求减少，则利率上行。

多位专家都谈及季节性因素。光大证券首席固定收益分析师张旭说，受季节性因素影响，过去

几年4月份新增贷款规模都明显低于3月份。例如，2019年至2021年，4月份增量均较前一个月下滑了50%-60%左右。2022年，受有效融资需求明显下降和季节性因素的共同影响，4月份增量仅相当于3月份的21%。

张旭预计，今年4月份贷款增量或仍较3月份有所下降，这很大程度上是因为今年3月份新增贷款较多，形成了较高基数。事实上，今年3月份的贷款较去年同期多增了约24%，增幅远超前两年水平。此外，4月份信贷增长的动能较3月份有所边际弱化，但今年4月份的信贷仍会较去年同期多增。据《证券日报》

## 42家上市银行一季度贷款同比多增39%



随着A股上市银行一季报披露完毕，其服务实体经济的数据陆续出炉。据记者梳理，今年一季度，A股42家上市银行新增贷款7.73万亿元，较去年同期多增2.17万亿元，同比多增39%。

从未上市银行信贷重点投放领域来看，中信证券首席经济学家明明对记者表示，目前全国经济展现了较强的弹性，在一季度信贷规模上实现超预期增长的基础上，下一阶段工作的重心更应着重于对目前需求恢复进度偏慢的领域进行更精准的布局。

## 42家上市银行 信贷投放多增2.17万亿元

今年一季度上市银行服务实体经济呈现“量增价减”特征。

从信贷投放“量”来看，42家上市银行一季度新增贷款7.73万亿元，较去年同期多增2.17万亿元(2022年一季度新增贷款5.56万亿元)，其中，有9家上市银行一季度新增贷款较去年同期增长超40%。工商银行表示，一季度，工行境内人民币贷款增量、增幅均为同期最高，同比多增3300多亿元，一季度各月均保持同比多增。

投放领域方面，上市银行普遍加大了小微企业、民营企业的信贷投放力度。从投向行业来看，制造业、绿色、战略性新兴产业渐成信贷重点投放领域。如，一季度，建设银行投向制造业贷款余额2.61万亿元，增速16.12%；战略性新兴产业贷款余额1.83万亿元，增速24.5%。

农业银行董事会秘书韩国强也在一季度业绩会上表示，农行持续加大对乡村振兴、基础设施、科技创新、制造业、绿色发展等领域的支持力度，同时大力拓展个人住房贷款和个人消费贷款。从总量看，全年将根据实体经济需要和风险管理能力，保持信贷合理增长、节奏平稳。

上市银行信贷投放领域与行业信贷投放领域有较高的重合度。据银保监会相关部门负责人介

绍，一季度，制造业贷款新增22万亿元，同比多增3819亿元。民营企业贷款新增3.7万亿元，同比多增1万亿元。普惠型小微企业贷款新增2.3万亿元，同比多增8088亿元。

从“价”来看，平安银行等多家上市银行提到，一季度新发放贷款加权平均利率较去年全年水平出现进一步下降。从行业层面看，银保监会数据显示，一季度，普惠型小微企业贷款平均利率较上年下降0.38个百分点，民营企业贷款平均利率较上年下降0.06个百分点。

## 多家银行称 将加大重点领域信贷投放力度

在一季度加大信贷投放力度的同时，部分上市银行在近期也提及了今年全年信贷投放计划。总体来看，多家上市银行公开表示，将持续加大重点领域的信贷投放力度，持续支持实体经济发展。

其中，建行副行长崔勇称，当前经济处于企稳回升的阶段，要继续加大对实体经济的支持力度，维护经济稳中向好的发展态势。农行副行长张旭光表示，从总量上看，将根据实体经济需要和自身风险管理能力，促进信贷总量平稳持续增长。邮储银行副行长张学文表示，对于2023年的信贷安排，在新增规模安排上略高于去年，增幅大体和去年一致，新增规模中投放实体的占比不低于去年。

在明明看来，下一步银行信贷投放应重点投向以下三个领域：一是针对利润表现相对低迷的中小微企业制造业企业，继续维持信贷投放力度；二是聚焦居民消费修复分层和地产市场疲软等问题，提供更多贷款利率优惠和政策优惠；三是围绕高质量发展核心需求，加大向高新技术企业和国家重点领域建设的融资赋能，助力经济增长新动能。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示，银行应继续加大对小微企业、民营企业、制造业、重点基建项目、绿色发展、科创企业等新兴领域支持，同时，继续为外贸企业纾困，尤其重视外贸中小微企业等薄弱环节支持。

此外，助力“扩内需”也是上市银行服务实体经济的重要方式。工商银行个人金融业务部总经理助理沈小刚表示，下一步，工行将持续加大消费信贷的政策、产品、流程的创新，提质增效，助力居民敢消费、愿消费、能消费，进一步促进消费市场复苏回暖。

明明认为，银行业要发挥支持实体经济的作用，需要通过多方布局加大对消费的刺激力度，引导居民超额储蓄逐步回流实体经济。例如，运用金融科技、数字金融等技术，推动消费金融服务数字化转型，提升零售服务质量和效率，为恢复和扩大消费营造良好金融环境。

## 实现服务实体经济 提升盈利能力平衡

值得关注的是，部分银行在一季报中提到，由于持续让利实体经济、净息差有所下降，营收和净利增速受到影响。因此，在服务实体经济与提升持续盈利能力之间实现平衡也是上市银行持续关注的问题。

对此，明明建议，要实现两者平衡，首先，上市银行要提高资产端质量，优化信贷资产结构，深入考察客户资质，优先向有核心竞争力、有政策支持、有发展潜力的国家重点领域进行布局，实现支持信贷工作与提升资产端质量的统一。其次，要拓宽中间业务，在保障风险可控的情况下，深入推进产品设计，大力推动银行内部投研体系建设，布局公募基金、保险、理财等资管产品，同时加速布局养老产品等创新产品，通过调动更多社会资源，实现负债扩容与资产增值协调发展。

周茂华则建议，上市银行要优化资产负债结构，主动管理负债，稳定负债来源和成本；同时，优化资产结构，在稳健经营基础上，合理降低低收益资产，提升服务能力与加强重点领域服务。积极推动数字化转型，有效降低经营成本，提升经营效率和风控能力。推动中间业务和轻资本业务发展等。

据《证券日报》

育文化基金的基金经理唐能表示，观察AI板块能不能持续引领市场主线，可以关注两点：一是有没有更多科技巨头快速加入大模型生产的行列；二是运用大模型进行开发和改造，企业能不能推出特别有竞争力的产品，推动收入的提升。目前来看，这两个方面都非常正面，无论是大科技巨头的快速加入，包括大模型的应用端爆发，预估部分企业二季度可以快速兑现业绩。

此外，诺安积极回报、东吴移动互联两只基金今年以来的净值增长率超50%。前海开源沪港深乐享生活、银河文体娱乐主题、东吴新趋势价值线招商优势企业、天治研究驱动、泰信行业精选今年以来的净值增长率均超40%。

## 基金长跑后劲足

拉长时间来看，主动权益型基金整体业绩表现亮眼。Wind数据显示，截至4月28日，148只(不同份额未合并)基金近三年净值增长率超100%，8只基金净值增长率超200%。

其中，原油QDII领跑近三年公募基金业绩榜单。嘉实原油、南方原油、易方达原油、国泰大宗商品近三年净值增长率超200%。以近五年业绩来看，虽然经历过市场多次回调，仍有433只基金净值增长率超100%，27只基金净值增长率超200%。

在近五年业绩排行榜上，主动权益型基金发挥主动管理优势，领跑全市场基金。其中，倪超管理的金鹰信息产业近五年净值增长率近300%，达294.8%，周海栋管理的华商新趋势优选近五年净值增长率为287.73%。此外，祁禾管理的易方达环保主题、郑巍山管理的银河智联主题、廖彬管理的金元顺安元启近五年净值增长率均超250%。据《中国证券报》

## 挖掘假期营销新机遇 基金投教“另辟蹊径”

“五一”假期之前，不少基金公司推出了丰富多彩的投教营销活动，如直播、互动评论等，深度挖掘假期期间的营销新机遇。

业内人士表示，想要在“注意力经济时代”把投教工作“做出圈”，不能只满足于简单地“蹭热点”，还需要在宣推活动中站在受众的角度，为投资者提供多样化的投教内容产品。

## 搭上假期“顺风车”

基金公司在长假之前的常规营销操作是通过公司平台发送推文。如汇添富基金于4月27日发布了公众号文章《假日出行，除了门窗水电，还要检查这件事儿》，为投资者提供了闲置资金的理财方案。汇添富基金表示，在4月27日下午3时之前充值现金宝，可在4月28日开始计算收益，“五一”假期收益不间断。

“五一”期间，居民出行意愿空前高涨，旅游景点被人群“挤爆”的情形刷屏网络。借“五一”长假的由头，向投资者分析消费行业的投资机遇，成为不少基金公司的投教宣推思路。富国基金发布公众号文章《五一出行彻底爆了，加入“旅游特种兵”前别忘了这个投资机会！》，在文中分析了“五一”期间的各项出行、消费数据，同时从中观、宏观维度分析了年初以来的消费复苏行情。“复苏线上最先恢复的肯定是出行链，很多还是面对C端的消费。从人性角度理解，报复性出行比报复性消费或更为迫切，比如工作方面肯定要耽误的出差补上。在我看到的这些细分行业中，这一赛道是确定性比较高，而且弹性比较大。”富国基金的基金经理王园园在文中表示。

## 深挖营销热点

由某一营销热点出发，开展投教活动常常能获得意想不到的流量。浙商基金抓住“淄博烧烤”这一热点话题，上线了《从淄博烧烤到五一长假看消费复苏》的直播节目，借“淄博烧烤”这一网上讨论热度极高的话题，分析旅游、食品饮料、高端消费等多个消费细分板块的投资机会。支付宝平台数据显示，该节目在约一个小时的直播时间内收获了近15万的点赞量。

投教内容一定要围绕基金投资么？中欧基金给出了新答案，在内容选题方面，中欧基金似乎已经不再满足于基金理财方面的投教知识普及，而是将投教内容扩展到了生活的方方面面。比如在“五一”长假期间，中欧基金的“牛欧欧del分钟理财”栏目推出了《特种兵旅游之买不到坐票怎么办？》《摆摊就能月入过万？这是真的吗？》《准备出去玩？当然要怎么划算怎么来！》等多条短小精悍的视频，从经济学、行为心理学等角度分析了“五一”期间有趣生活现象背后的经济知识，上述视频均获得了不错的点赞量和转发量。

近两年，在投教营销宣传方面，不少基金公司已经不再满足于传统渠道的广告投放，而在新媒体平台进行更多创新和尝试。“现在投教活动形式越来越‘活’。”上海某头部基金公司工作人员对记者说：“我们现在的目标是希望能够走出一条特色化道路，在做到专业化的基础上，把互联网思维融入到投教营销活动中，摸索出一条专属于投教领域的运营制作道路。”综合