

# 新发ETF“含机量”提升 养老金外资行现身



素有行情风向标之称的ETF,近期出现“含机量”(机构持仓含量)飙升现象。记者梳理近期成立上市的ETF发现,个别热门产品的机构投资者持有份额占比逼近90%。其中不仅有券商、保险和私募等,更是出现了养老金、巴克莱银行等机构。和机构密集抢滩相对应的是,截至1月17日,2025年以来净流入过10亿元的ETF已超过10只。

记者获悉,上述现象背后隐含着机构提前布局的考虑。他们认为,国内经济基本面边际向好。2025年经济在外需方面可能会面临一定压力,但通过拉动内需能够一定程度上对冲外需方面的挑战。两会前政策预期有望重新增强,助力市场震荡上行趋势,不少领域的产业发展向好,重点关注基本面稳健的高股息品种、景气度的AI、具备出海能力的优势产业以及内需政策受益的部分消费行业。

## 各路机构抢筹新发ETF

根据中金基金公告,中金中证A500ETF于1月14日成立,募集规模19.91亿元,已于1月21日在上交所上市交易。截至1月14日,机构投资者持有该基金份额17.6亿份,占基金总份额的88.40%,券商、保险和养老金产品是主要持有人。前十大持有人中,中金公司、国泰君安证券、新华人寿持有份额比例均超过10%。此外,中国人寿再保险公司持有6.53%,横琴人寿保险持有6.03%,中华联合财产保险持有5.02%,中汇人寿保险持有5.02%,中金基金混合型养老金产品持有1.71%。

实际上,机构抢筹的情况还出现在第三批其他中证A500ETF中。比如,于1月13日上市交易的浦银安盛中证A500ETF,中国太平洋人寿保险-分红-个人分红的持有比例达到13.28%,在前十名持有人中位列第一。上海市肆号职业年金计划-浦发银行、上海国际信托等机构均位列前十大持有人之列。

此外,1月20日上市交易的工银创业板50ETF,前十名持有人中有6名为私募机构。其中,卓里奇

(武汉)-专享2号私募基金持有比例为9.41%,上海秉昊-世涛3号私募基金持有比例为6.14%,还有上海思颀投资-安欣九号一期私募基金等机构。

已于1月14日上市交易的银华上证科创板人工智能ETF中,同样出现了上海思颀的影子。上海思颀投资-安欣六号一期私募基金,以及上海思颀投资-安欣九号一期私募基金,均位列前十名持有人中。此外,近期上市ETF还出现了知名外资机构持有人的身影,以去年12月底上市的华泰柏瑞恒生创新药ETF为例,该基金最大份额持有人为英国巴克莱银行,持有比例高达42.02%。

## 多元布局促资金持续流入

针对开年以来机构抢筹ETF的情况,基金业内人士认为有两方面核心原因:

一是资产配置原因。沪上一家公募市场人士对记者称,在指数基金大发展的背景下,ETF作为工具配置型产品,逐渐深入人心,“从我观察来看,大部分私募机构配置ETF主要是出于分散组合风险考虑,和配置个股相比,买ETF能极大优化组合

多样性。和其他机构相比,私募机构对ETF的流动性偏好会更为显著。不排除个别私募存在交易需求”。

该公募市场人士还表示,个别规模较小的ETF,如果前十大持有人中出现多家私募机构,也有可能是出于“帮助”基金产品成立目的。这类ETF在上市后,私募机构的资金可能会逐渐退出。

二是行情原因。北京一家公募投研人士对记者表示,机构买ETF是常见现象,但个别ETF在岁末年初出现机构持有占比显著高出个人投资者的情况,很有可能是出于行情布局考虑。2024年底至2025年初,各路政策密集出台,叠加干扰市场行情的其他外围不确定因素,有可能会在春节之后得以明朗。这些提前布局ETF的机构,大概率是出于提前布局考虑。

此外,北京一家投资机构负责人对记者表示,从春节前的情况来看,市场行情依然延续震荡态势,但无论是政策面还是基本面,都能看到向好的因素正在发生。就资金角度而言,ETF交易量和发行情况,可以作为一个观察的视角。

根据Wind统计,截至1月17日,2025年以来已

有20只ETF成立,既有中证A500ETF、中证A100ETF等热门宽基ETF,也有创业板人工智能ETF、航空产业ETF等主题产品。此外,截至1月17日,2025年以来有11只ETF净流入超过10亿元,包括沪深300ETF、中证A500ETF、创业板ETF、红利低波ETF等产品。

## 等待增量政策效果显现

资金流入的背后,反映出资金对后市相对看好,不少基金公司给出了具体的分析。

首先是宏观经济基本面,华安基金表示,国内经济基本面边际向好,大规模设备更新和消费品以旧换新能够促进消费、拉动投资,对于推动内需增长、释放内需潜力具有较大的牵引作用。一方面,历史经验显示,包含设备投资在内的投资是中国经济增长的重要动力;另一方面,扎实推进消费品以旧换新释放消费潜能将持续发挥消费对经济发展的基础性作用。2024年大规模设备更新和消费品以旧换新政策已取得积极成效,有效拉动固定资产投资增长、促进消费潜力释放,2025年“两新”政策支持力度的提升预计将能够进一步推动内需增长。

创金合信基金首席经济学家魏凤春对记者表示,市场预期中国前期的政策应对是充分考虑了美国对各国加税,但或许对美元不加息考虑得相对不多。近期央行的积极应对,表明中国把汇率稳定的重视程度提到了议程,这有利于稳定中国资产的预期。随着中国增量政策的效果凸显,全球资金必然按照估值洼地的逻辑进行配置。

摩根士丹利基金对记者表示,回溯去年9月底以来的行情,可以将其定义为宽幅震荡,当下仍处于这个阶段,从中期看,市场依然值得乐观,两会前政策预期有望重新增强,助力市场震荡上行趋势,不少领域的产业发展向好,重点关注基本面稳健的高股息品种、景气度的AI、具备出海能力的优势产业以及内需政策受益的部分消费行业。

还有一位基金业内人士认为,2025年中国经济在外需方面可能会面临一定的压力,通过拉动内需能够一定程度上对冲外需方面的挑战,从而稳定经济增速,这也是财政政策发力的重要方面。从去年9月底开始,市场已出现一轮放量上涨,随后虽震荡回落但反弹趋势或已形成。随着政策拉动消费的成果逐渐显现,投资者信心会得到提升,市场有望走出当前的震荡区间。

据《证券时报》作者:余世鹏

## 平均收益2.65%! 银行理财年度成绩单出炉

近日,银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场年度报告(2024年)》(以下简称《报告》)显示,截至2024年末,银行理财市场存续规模29.95万亿元,较年初增长11.75%,全年累计新发理财产品3.08万只,募集资金67.31万亿元;持有理财产品的投资者数量达1.25亿个,较年初增长9.88%,为投资者创造收益7099亿元。

截至2024年12月末,理财行业平台共支持6家理财公司发行30只个人养老金理财产品,累计销售金额超过90亿元,19家销售银行已为个人养老金投资者开立理财行业平台个人养老金账户超过98万个。

《报告》显示,截至2024年末,持有理财产品的投资者数量达1.25亿个,较年初增长9.88%。其中,个人投资者数量较年初新增1097万个,机构投资者数量较年初新增29万个。持有理财产品的个人投资者中,风险偏好为二级(稳健型)的投资者仍最多,占比33.83%。风险偏好为一级(保守型)和五级(进取型)的个人投资者数量占比较年初有所增加,分别增加1.86个百分点和0.46个百分点。2024年,理财产品整体收益稳健,累计为投资者创造收益7099亿元,同比增长1.69%。其中,银行机构累计为投资者创造收益1407亿元;理财公司累计为投资者创造收益5692亿元。2024年,理财产品平均收益率为2.65%。

2024年,全国共有179家银行机构和31家理财公司累计新发理财产品3.08万只,累计募集资金67.31万亿元。截至2024年末,全国共有218家银行机构和31家理财公司有存续的理财产品,共存续产品4.03万只,较年初增加1.23%;存续规模29.95万亿元,较年初增加11.75%。

截至2024年末,理财公司存续产品数量和金额均最多,存续产品2.43万只,存续规模26.31万亿元,较年初增加17.09%,占全市场的比例达到87.85%。净值型理财产品存续规模29.50万亿元,占比为98.50%,较年初增加1.57个百分点。

截至2024年末,公募理财产品存续规模28.43万亿元,占全部理财产品存续规模的94.92%,占比较年初持平;私募理财产品存续规模1.52万亿元,占全部理财产品存续规模的5.08%。

截至2024年末,固定收益类产品存续规模为29.15万亿元,占全部理财产品存续规模的比例达97.33%,较年初增加0.99个百分点;混合类产品存续规模为0.73万亿元,占比为2.44%,较年初减少0.77个百分点;权益类产品、商品及金融衍生品类产品的存续规模相对较小,分别为0.06万亿元和0.01万亿元。

在服务实体经济方面,截至2024年末,理财产品投资资产合计32.13万亿元,同比增长10.56%;负债合计2.14万亿元,同比下降4.04%。理财产品杠杆率107.14%,较上年同期减少1.17个百分点。理财产品资产配置以固收类为主,投向债券类、非标准化债权类资产、权益类资产余额分别为18.6万亿元、1.74万亿元、0.83万亿元,分别占总投资资产的57.89%、5.42%、2.58%。

据《证券日报》作者:杨洁

## 理财风向

# “盯上”压岁钱 银行竞逐儿童金融赛道

春节将至,年终奖“争夺战”在银行间打得火热,各类财富大礼包轮番上阵,然而,银行的目光并未仅仅局限于此,孩子们的压岁钱也成为新的角逐场。

1月20日,记者注意到,多家银行上线了儿童存折,这些存折在外观设计上独具匠心,童趣十足,仅需存入几十元便可轻松开户。但就利率而言,多数银行提供的儿童存折产品与普通定期存款相比,并未展现出显著优势。早在20多年前,国内部分银行便已涉足儿童金融领域,然而,由于后续推广中产品同质化严重、权益亮点不足等原因,这类产品一直未能真正“火”起来。银行竞逐儿童金融赛道,下一站如何发力,值得关注。

## 银行扎堆营销儿童存折

抢占儿童“压岁钱”赛道,第一步是成功吸引家长和孩子开户。1月20日,记者注意到,包括东阳光农商行、句容农商行、颍淮农商行、文成农商行、镇江农商行、界首农商行、福建海峡银行、大宁农商行在内的多家银行推出了针对儿童和青少年群体开立的专属存折。

专属存折在外观设计上大多采用鲜艳活泼的色彩,同时,会印上各种深受欢迎的卡通形象、动漫角色、趣味图案或励志语句,比如迪士尼卡通人物、超级英雄、可爱的动物形象等,让孩子们对储蓄行为更感兴趣。如大宁农商行推出的“亲子存”,是面向16周岁(含)以下的儿童和青少年群体开立的可进行多笔定期存取并能个性化记录摘要的特色存折。500元起存、多笔定存、自律储蓄、培养良好理财习惯;界首农商行推出的儿童定期一本通存折是孩子的专属存折,个性化定制重要时刻,记录成长点滴,50元起存。

为鼓励开户,银行也推出了各类精美奖品。同时,为了增加儿童存折的吸引力,银行也会提供一些增值服务。东阳光农商行就提到,活动期间,首次开立儿童存折并存款10000元(含)以上的客户,即可获得横店电影兑换码一个。

银行培训专家唐树源指出,随着经济社会的发展,家庭对孩子的理财需求日益增加,压岁钱、零用钱等成为儿童理财的重要资金来源。银行通过推出儿童存折,可以吸引这部分资金流入,增加存款规模。其次,近年来,财商教育越来越受到重视,家长普遍希望孩子从小树立正确的金钱观念和理财意识。银行推出儿童存折,不仅为孩子提供了一个储蓄的工具,更是一种财商教育的载体。通过存折,孩子可以学习到基本的储蓄



概念,了解金钱的价值,培养良好的理财习惯。

## 利率与普通定存无明显差异

儿童账户资金的运用受到严格限制,仅允许用于购买活期、定期等存款类产品,不涉及风险等级较高的理财产品,以此保障资金的安全性。

在购买流程方面,多家银行作出了明确规定:其一,若监护人与孩子在同一户口本上,监护人需持本人身份证和户口本,前往银行网点办理相关业务;其二,若监护人与孩子不在同一户口本上,监护人则需携带本人身份证、孩子的户口本以及出生证明,前往银行网点进行办理。

通过儿童存折购买产品利率表现如何?记者对多家银行进行了咨询,受存款利率下调影响,多数银行客户经理直言,儿童存折可购买的产品利率与普通定期存款利率并无明显差异。

颍淮农商行一位客户经理介绍,“定制儿童存折就是让孩子有一个理财思维,利率和普通存款产品利率一样,3年期定期存款利率为2.15%,存入金额达到2000元,能送儿童专属红包和存钱罐”。

文成农商行一位客户经理表示,“儿童存折购买的产品和普通存款利率一样,相当于Q版的存折,3年期定期存款利率为2.1%,起存金额为50元”;颍上农商行客户经理也提到,“利率一样,3年期定期存款50元起存,利率为1.9%,大额存单利率稍高一些,20万元起存,3年期利率为2.2%”。

不过也有银行客户经理称,“我行推出一款儿童定投方案,以每月存入2000元,5年存期为例,到期本金为12万元,到期利息超4000元,比普通存款到手的利息多一些”。存入资金支取方

面,记者从银行人士处获悉,儿童存折账户内的资金支取必须由法定监护人代理执行,儿童本人没有独立支取的权利,不能私自随意进行资金的支取操作。

在博通咨询金融行业首席分析师王蓬博看来,春节期间,孩子们往往会收到数量可观的压岁钱。银行推出儿童存折产品,不仅能够吸引家长将这部分资金存入银行,从而增加银行的存款规模,而且为孩子提供了早期接触金融服务的机会。银行重视儿童金融市场,主要目标在于培养客户的使用习惯和增强孩子的理财意识,而不是单纯地追求高收益。通过引导孩子学习如何管理自己的财务,银行可以为他们未来的财务管理打下良好的基础。

## 定制化服务培养财商素养

从国内银行涉足儿童金融服务的历程来看,早在2000年,就有银行率先推出了儿童银行卡,开启了儿童金融服务的探索之路。然而,在实际推广过程中,同质化问题严重、权益不突出,导致这类产品始终处于不温不火的状态。

儿童金融的关键是基于儿童成长周期提供对应的产品或增值服务,在分析人士看来,应适当降低使用门槛、提高便利性,根据年龄阶段进行服务内容的调整。此外,由于儿童金融业务的客户群体较为特殊,银行需要建立完善的风险评估和管理机制。在产品设计上,要充分考虑儿童的风险承受能力,确保产品的安全性和稳定性。

面对不断变化的市场需求与日益激烈的竞争格局,银行在儿童金融赛道上的下一站该走向何方?

唐树源建议,幼儿期阶段的孩子正处于认知发展的初期,对金钱的概念还比较模糊。因此,银行可以推出一些简单易懂的储蓄工具,如可爱的储蓄罐或儿童存折,帮助孩子初步了解储蓄的概念。小学期的孩子已经开始具备一定的数学能力和逻辑思维能力,银行可以推出一些互动性更强的储蓄产品,如带有积分奖励机制的储蓄账户,鼓励孩子养成良好的储蓄习惯。同时,银行可以开发一些线上财商教育课程,内容可以包括基础的金钱管理、简单的预算制定等,帮助孩子提升财商素养。

谈及中学阶段孩子的金融服务,唐树源进一步指出,中学阶段的孩子对金融产品的理解和接受能力也更强。银行可以推出一些更为复杂和多样化的金融产品。

“银行的主要目标还是应该放在培养孩子储蓄和理财习惯上,比如针对中学阶段的孩子就可以适当推出一些低风险的理财产品”。王蓬博如是说道。

据《北京商报》作者:宋亦桐