

隐形主线“翻倍股”涌现 基金经理重金押注

出海逻辑成热门主题背后的隐形主线。

今年,市场主线轮动加速,人工智能、创新药、人形机器人、固态电池等热门主题轮番走强,大幅反弹行情频频上演。若深挖这轮行情的核心推手,出海逻辑的支撑作用不容忽视。

当下,出海标的已从前期的线索变为市场的重要隐形主线,既能释放出高速增长的业绩,又催生大量投资机会,孕育出批量“翻倍股”。面对这一趋势,基金经理纷纷将其纳入重点配置范畴,随着行情逐步演绎,部分布局精准的基金已率先进入收获阶段。

出海逻辑孕育批量“翻倍股”

今年,科技与新消费主导市场超额收益,成为最大主线,人工智能、创新药、人形机器人、新消费等热门主题轮番走强,重仓这些领域的基金更是收获颇丰。

深挖这轮行情,出海成为贯穿其中的重要逻辑支撑。从市场表现来看,出海标的成为不容忽视的隐形主线。对一部分基金经理而言,出海逻辑已不再是科技成长逻辑的补充选项,而成为配置组合中的核心脉络。

从今年市场表现来看,热门主线题材股与出海标的高度重合,“翻倍股”批量涌现。

Wind数据显示,今年共有420多只“翻倍股”,其中超110只个股的境外收入占比超30%,热门基金重仓股频频。

在基金重仓的茂莱光学、新易盛、菲利华、芯原股份、浙江荣泰、中际旭创、胜宏科技等公司中,境外收入占比均不低。匠心家居、涛涛车业、香农芯创、剑桥科技、中坚科技等公司的境外业务收入占比甚至超过了90%。

不难发现,上述公司中不乏一些与人工智能算力、人形机器人和新消费等主题相关的龙头公司,人工智能算力、人形机器人和新消费等均成为出海逻辑的典型代表。

深度绑定英伟达供应链的新易盛、天孚通信、中际旭创等公司,境外营收占比均在70%以上,今年股价均实现翻倍。其中,新易盛的境外收入占比



从去年末的78.7%提升至今年年中的94.47%,境外业务几乎贡献了公司所有收入,今年股价增长了3.35倍。

在一些基金经理的持仓中,业务出海公司成为基金产品标配,并为基金业绩贡献颇多。如华泰柏瑞基金管理有限公司基金经理陈文凯管理的华泰柏瑞质量成长混合基金今年取得107.05%的翻倍业绩,该基金十大重仓股既包括胜宏科技、新易盛、中际旭创等人工智能算力相关公司,也包括涛涛车业、泡泡玛特、匠心家居和春风动力等消费类公司。

在陈文凯的配置持仓中,消费与科技占有同等重要地位,而出海成为组合持仓的重要隐形主线,这些重仓股中均有境外业务收入,其中匠心家居、涛涛车业和新易盛今年半年报的境外收入占比均超过90%。

隐形主线成为共识

实际上,早在去年市场就开始关注出海的投资逻辑,不过,当时市场分歧较大,相较于人工智能、人形机器人、创新药等主线投资机会,出海题材的投资逻辑争议较大。

2025年基金半年报显示,有超千只基金的半年报提及出海投资逻辑,而投资机构更是密集调研关注投资标的出海业务发展形势。当下,市场对于出海投资逻辑隐形主线逐渐达成共识。从背后原因来看,鼎萨投资基金经理王东升指出,中国股市正从传统的融资市向更注重价值回报的投资市转型。在政策宽松、经济较弱的背景下,能够在全球竞争中占有一席之地、自身景气度明确且短期难以证伪的资产,正持续成为市场更优的选择。

具体来看,境外收入占比高的AI硬件、创新药板块,以及具备产业发展良好预期的固态电池、人形机器人,还有部分芯片标的、新兴消费企业等,均在今年实现了股价爆发。

近几年,出海的企业中,不仅有纯粹制造企业引领,而且慢慢向上延伸到研发能力强的公司,向下延伸到具有运营、渠道、品牌优势的公司。

今年以来,出海相关主题的关注度持续升温,高端制造、信息科技、大消费、医药等方向境外收入增长显著。

人工智能算力板块是今年科技成长板块中表现最为突出的领域之一,其背后逻辑也被认为是受益于海外收入增长。华南一位基金经理此前表示,

很多国家开始建设自己的大规模主权AI集群,人工智能算力已经成为海外大型云厂商的核心竞争要素,在这一阶段,受益于海外AI基建的国内相关公司具备高增速,会是配置的首选。

品牌出海成为消费股投资的主线,消费基金经理挖掘出海业务占比高的消费股,如基金重仓的泡泡玛特境外收入占比从去年年中的29.65%提升至今年年中的40%。医药企业的出海更是掀起一波波新高潮,成为基金经理竞相追逐的赛道。

上海一位基金经理表示,科技出海,从过去十年的劳动力红利(果链、代工、低端制造等),到未来十年的工程师红利(消费品、创新药、军贸、汽车、机器人等),优秀的中国科技企业不仅全球份额和竞争力不断提升,在全球产业链分工中也会分享到越来越大的价值量。

仍是重要业绩增长来源

从中长期视角看,基金经理普遍认为出海仍是国内企业重要的增长来源。

陈文凯持续看好一些中国的优势制造产业,从产品出海向产能出海升级,并进一步向品牌出海升级,他认为,其中的优秀企业将迎来全球广阔市场的机会。

国联基金基金经理柯海东分析,复盘日本经济和股市,出海是日本20世纪90年代经济下行、内需平淡下长期持续的投资方向。因此,他也非常看好中国品牌出海这一方向,尤其是其中没有贸易限制,且中国具有竞争优势的环节,规避未来潜在贸易摩擦升级的赛道,重点投资如摩托车、家电、饲料等细分领域。

深圳一位基金经理表示,在同一领域内更看好有出海业务的公司,他在二季度增加了对海外算力产业链的配置比例,但对国内算力产业链仍维持谨慎;他对新兴消费领域的看好不变,增加了对游戏出海和IP出海方向的配置。

站在当前位置,长城基金基金经理张坚认为,准确预测后市不太容易,但有一点暂时不会变,中国企业在海外发展仍大有可为,需要结合估值、质地等因素仔细甄别,后续仍会重点关注出海这条主线。

“今年在不确定性中寻找确定性最为重要。”华安基金基金经理桑翔宇指出,最优解是寻找能够出海且具备产业竞争力的产业,走出去的资产,比如创新药、IP衍生品出海、人工智能海外算力等。

据《证券时报》作者:吴琦

理财风向

大额存单利率分化 银行经营呈“马太效应”

月内122只基金开启募集 环比增长45.24%

9月份以来,公募基金发行市场持续活跃。公募排排网数据显示,9月1日至9月16日,全市场共有122只基金启动募集,相较于8月份同期的84只环比增长45.24%。

头部机构加速布局新发基金

基金发行市场的“开门红”不仅表现在数量的增长上,更体现在募集效率的提升上。9月份以来,新基金的平均认购天数较8月份同期的17.42天缩短了近30%,部分热门产品甚至出现了“一日售罄”的火爆现象。

例如,华商港股通价值回报混合于9月8日首发当日即触及10亿元规模上限,提前结束募集;此外,招商均衡优选混合、东方阿尔法科技智选混合发起、万家元晟量化选股混合发起式等多只基金也实现“一日结募”。

“权益类基金业绩表现突出,赚钱效应显著,是推动基金发行市场活跃的重要动力。”排排网集团旗下融智投资FOF基金经理李春瑜表示。

从发行主体看,头部机构的布局节奏积极。9月份以来,发售新基金的公募机构多达60家,富国基金、国泰基金各有6只产品在售,华夏基金、万家基金、易方达基金、银华基金和永赢基金等5家机构各有5只基金开始募集。李春瑜表示:“头部机构加速新产品布局,既是通过丰富产品线构建长期竞争壁垒的战略选择,更反映其对后市的积极判断。”

月内新发基金的结构特征鲜明,权益类基金继续扮演“主力军”角色。9月份以来,80只权益类基金开启募集,占发行总量的65.57%,较8月份同期的66只增长21.21%,保持稳健增长态势。其中,股票型基金达59只,占权益类基金月内发行总量的73.75%,偏股混合型基金20只,占比25%,凸显投资者对权益资产的偏好。

指数基金成权益市场主流投资力量

值得关注的是,指数型产品成为权益类基金的绝对主流。59只股票型基金中,被动指数型基金41只,增强指数型基金13只,合计占比超90%。

“指数基金的爆发式增长,反映出市场对低成本、透明化投资工具的认可。”前海开源基金首席经济学家杨德龙表示,在市场风格快速切换的背景下,被动指数型基金能有效跟踪板块行情,而增强指数型基金通过量化模型优化收益,两类产品共同构成投资者布局权益市场的核心工具。

在权益市场发行火热的同时,债券型基金发行也呈现爆发式增长。月内共有33只债券型基金开启募集,较8月份同期的13只激增153.85%,成为新发市场的另一重要增长点。陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问陈宇恒表示,在利率中枢持续下行的背景下,债基通过杠杆策略、信用下沉等方式仍能提供稳定收益,成为机构资金避险的重要选择。

除传统品类外,9月份以来,还有7只FOF(基金中基金)已开启募集,8月份同期仅有4只发行,延续了今年以来的增长态势。此外,1只REITs(不动产投资信托基金)和1只QDII(合格境内机构投资者)基金开启募集,进一步丰富了投资者的资产配置选择。

据《证券日报》作者:彭衍菘

转让市场活跃

“2年期大额存单,转让预期利率1.469%。”

记者在平安银行口袋银行App查询发现,该行当前在售的2年期大额存单年利率为1.40%,而转让专区部分产品利率反超在售新品,同时,转让方中不乏“短期持有者”,有人刚持有大额存单几天后便急于挂牌出手。

国有大行的转让专区同样热闹。以工商银行、农业银行为例,专区内可转让产品数量较为充足,农业银行App上一则3年期大额存单转让交易,测算年利率达2.897%,明显高于当前的新产品水平,存单剩余期限还有214天。而工商银行App也有部分大额存单转让预期年化收益率略高于原产品利率,剩余存期不足90天,相当于让利转让。社交平台上,更是有网友挂牌转让高利率大额存单,部分产品利率突破2%,有用户明确标注“到期日2028年3月27日,购买七天后可转让,利率2.45%”。不过,这样可供“捡漏”的产品并不多见,需要投资者关注蹲守。

为何大额存单转让市场如此活跃?中国(香港)金融衍生品投资研究院院长王红英分析,这一现象本质是市场流动性需求上升与投资者收益预期调整的双重体现:从受让方来看,参与者多为对资金安全性、流动性要求高的企业,或风险偏好保守的居民,也有部分投资者是看中转让方让利后的“高性价比收益”;从转让方来看,除了自身需要大额资金使用、消费等因素外,也可能是出于当前资本市场行情向好,非货币类理财产品收益回升,导致一些储户选择“让利转让”,以便尽快将资金转入收益潜力更高的投资市场。

周毅钦则指出,当前转让市场中出现利率超2%的大额存单,结合整体金融市场环境来看存在一定的特殊性。2025年以来,理财产品收益表现平淡,公募债净值波动大,阶段累积收益回报创出近年来新低,同时,保险产品的预定利率也有所下调。那么,结合目前金融市场的整体情况,会有部分资金主要流向股票市场。“当下股市行情明显回暖,赚钱效应显著,部分居民受此吸引,风险偏好提升,不再满足于大额存单相对平稳的低收益,想抓住股市机遇追求更高回报,所以宁愿牺牲大额存单的一小块收益,也要切入股市中力图实现财富快速增值。”

大额存单转让市场的活跃,也与居民存款“搬家”的趋势相呼应。央行最新发布的数据显示,8月居民存款新增1100亿元,同比少增6000亿元;同时,非银存款新增1.18万亿元,较去年同期明显多增。不过周毅钦也提醒,股市行情瞬息万变,前期已经累积可观涨幅,投资者切勿盲目追涨杀跌,建议分散配置资产,保持理性判断,才能更好地应对市场潜在风险,守护好自身财富。

据《北京商报》作者:孟凡霞

“国有行大额存单利率跌破2%,存着不划算”“民营银行高息存单刚看到就售罄,手慢无”“想提前取存单,转让区挂了好几天都没成交,只能降价让利”……近期,社交平台上关于大额存单的讨论热度攀升,不同银行的产品呈现出“冰火两重天”的境地。

分析人士称,国有大行与民营银行大额存单利率出现明显差异,核心源于两种资源禀赋与经营基础不同。这种差异会加剧行业“马太效应”,国有大行可凭借低负债成本稳定利率,扩大利润,民营银行则因高吸储成本需追求更高放贷利率,增加经营风险,市场份额也可能逐步萎缩。

利率出现明显差异

9月16日,记者浏览多家银行大额存单利率信息发现,当前市场呈现显著分化态势。国有大行及股份制银行的大额存单利率普遍落入“1”字头区间,而部分民营银行产品虽以超2%的利率吸引关注,却普遍面临额度紧张、快速售罄的情况。

从国有大行及股份制银行来看,近期在售的大额存单利率整体处于低位。其中,工商银行、农业银行20万元起存的大额存单,1年期、2年期、3年期利率均为1.20%、1.20%、1.55%;平安银行同一一起存门槛的产品,1年期、2年期、3年期利率分别为1.40%、1.40%、1.70%;华夏银行手机App显示,该行20万元起存的大额存单涵盖1个月至2年多期限,年化利率区间为1.05%—1.40%。

与之形成鲜明对比的是部分民营银行的高利率产品,虽吸引力突出但额度稀缺。记者查询苏商银行App注意到,该行2年期、3年期大额存单年利率分别达2.10%、2.30%,利率优势突出。不过,这类高利率产品往往“僧多粥少”,发售即快速售罄;中信百信银行也于9月3日通过小红书账号“中信百信银行财富管理”推荐大额存单,称当前利率普遍下调背景下,2.10%的年利率仍保持较高收益水平,还提及计息规则差异,每年利息会比友商多几天。事实上,该行8月就曾通过同一渠道推荐过年利率2.20%的同款产品,高息产品长期处于“供不应求”的状态。

不过,也有民营银行的大额存单产品已悄然进行利率调整。微众银行App此前曾展示两款



AI生成

“大额存单+”产品,其中C款年利率3%,预估排队时间超1个月,当时已暂停预约;D款1年期产品年利率2.1%,预估排队时间超7天,每日0点开售。不过,在9月16日,该行App已无上述两款产品,当前限量发售的1年期、2年期、3年期大额存单利率为1.55%、1.60%、1.60%,且三款产品均显示“售罄”,仅有1个月期和6个月期大额存单可供购买,年利率分别为1.15%和1.35%。

为何不同类型银行在大额存单利率上出现显著差异?资深金融监管政策专家周毅钦分析指出,核心源于不同银行的资源禀赋差异:国有大行凭借雄厚的资本实力、品牌知名度以及广泛的网点布局,在市场中拥有强大的吸储能力,其资金来源稳定且充足,对高息揽储的依赖程度低,所以大额存单利率更低,甚至某些长期限品种不设大额存单,主动减少高息负债。而民营银行在品牌影响力、网点数量和客户认知度等方面远不及国有大行,吸储难度较大,只能通过提高大额存单利率的方式在市场竞争中获取资金。

周毅钦认为,相对较高的负债成本源于民营银行特定阶段的揽储需求,是其为弥补存款资源短板而选择的经营策略,从市场竞争逻辑来看无可厚非,毕竟只有先通过合理方式获取资金,才能保障后续信贷业务的正常开展。但需警惕的是,高负债成本往往会倒逼银行寻求高收益资产来平衡收益,即所谓的“高来高走”。在这种模式下,高利率贷款可能将部分信用资质差、还款能力较弱的企业和个人纳入客群,信用风险也会增加。因此商业银行在维持经营策略的同时,必须做好风险评估与防控,避免风险累积。