

# 基金分红迎变局：“债基+权益”唱双主角



Wind数据显示,截至5月中旬,2026年以来公募基金累计分红676.55亿元。

比分红总额更值得关注的是,一场分红结构的逆转正在发生:权益类基金年内分红314.18亿元,占比46.44%,首次超过债券型基金(307.40亿元,占比45.44%)。

而一年前,权益类基金分红占比还不到两成(19.22%),债券型基金则占据四分之三。仅一年时间,权益类基金分红同比激增87.26%,债券型基金则近乎腰斩。

这背后,谁在悄悄改写公募基金“发红包”的剧本?

## 权益类基金分红占比首超债基

过去,债券型基金一直是公募基金分红的“压舱石”。而今年,权益类基金异军突起,与债券型基金平分秋色,上演了一出“双主角”大戏。

Wind数据显示,按权益登记口径(下同),今年以来112家公募基金管理人旗下的2366只基金(各类份额分开统计,下同)实施分红,合计分红次数逾3600次,分红总额达到676.55亿元。

尽管这一金额较2025年同期的872.72亿元有所回落,但仍处于近年来的相对高位。

从结构来看,年内权益类基金分红314.18亿元,占比46.44%;债券型基金分红307.40亿元,占比45.44%。今年权益类基金分红占比一举超越债券型基金1个百分点。

这一格局与去年同期形成巨大反差。2026年以来权益类基金分红占比为46.44%,而去年同期仅为19.22%。也就是说,仅用一年时间,权益类基金分红占比从19.22%快速上升至46.44%,增加了27个百分点。

有升就有降——同期,债券型基金的分红占比从75.86%降至45.44%,近一年下降30个百分点。

从绝对值看,2026年以来权益类基金分红314.18亿元,与2025年同期分红167.78亿元相比,近一年增长87.26%。与之相对,同期债券

型基金分红从662.04亿元回落至307.40亿元,降幅53.57%。

格上基金研究员毕梦娟认为,基金分红的这一结构变化是长期趋势而非短期市场波动。

“从数据看,2023年债基分红占公募基金分红近九成,随后逐年滑落。目前,宽基ETF规模显著增长,监管层推动回报优先的导向明确,将奠定这一长期趋势。”毕梦娟说。

## 谁是变量?

最大的变量来自指数型基金。

Wind数据显示,截至5月19日,指数型基金(含被动指数型基金与增强指数型基金)年内分红高达219.68亿元,占股票型基金分红总额超90%,占权益基金分红的近七成,更占到全市场分红的近三分之一。与去年同期相比,指数基金分红规模快速增长69.82%。

排排网财富公募产品运营曾方芳分析,宽基指数ETF规模的显著增长,是这一变化的核心推手。她认为:“这类产品底层资产本身分红较为稳

定,且机构投资者占比较高,对定期现金流有刚性需求,因此倾向于持续分红。”

毕梦娟也指出,随着指数化投资理念的不断普及,被动产品规模快速增长,在市场回暖后具备了极强的分红能力,是权益基金近年分红的重要角色。

与此同时,红利基金也成为分红队伍中另一抹亮色。公募排排网数据显示,截至5月19日,年内376只有分红的权益基金中,名称带“红利”的基金达138只,分红总额30.19亿元,占到权益基金分红总额的10.88%。

曾方芳指出,红利基金表现抢眼,源于产品特性与市场环境的契合——底层高股息股票分红持续性强,在低利率与市场波动的背景下,投资者对确定性现金流的偏好明显上升,高频分红策略由此获得追捧。

当然,主动权益基金也未缺席。偏股混合型和灵活配置型基金年内分别贡献53.09亿元和35.66亿元分红,比去年的21.40亿元和16.57亿元分别增长1.48倍和1.15倍。

而在固收阵营,虽然债基整体占比下滑,但中

长期纯债基金仍以201.84亿元成为全市场分红最活跃的细分品种,而混合债券型一级、二级基金也分别贡献了32.53亿元和34.75亿元分红。

此外,REITs年内分红43.22亿元,较去年同期的35.28亿元增长22.51%。QDII、FOF年内分红分别为2.79亿元、0.82亿元,两者分红额合计占比仅0.53%。

## 三重合力

短短一年,分红格局缘何巨变?多位业内人士将其归结为三重合力的共振。

一是权益市场的支撑。去年以来A股市场整体上涨,这为权益基金积累了丰厚的可分配利润。正如曾方芳所言:“市场表现提供了基础,使分红成为有源之水。”

二是监管与行业生态的转向。行业竞争重心正从单纯的规模扩张转向“回报优先”,相关政策推动基金公司更加注重投资者实际收益。曾方芳强调:“通过可预期、可持续的现金分红,基金公司致力于与投资者建立更长期、更信任的关系。”

三是投资者需求的变化。在低利率和波动加大的环境下,投资者对定期现金流的需求显著上升,高频现金分红的权益产品可提升投资者体验,通过现金分红锁定收益可增强投资者持有获得感,吸引资金配置。毕梦娟指出:“险资等长期资金对稳定现金流的配置需求增加,推动权益基金尤其是红利类产品分红积极性提升。”

展望未来,一位基金研究人士认为,权益基金分红有望走向“高频常态”,而债基分红则将回归票息理性的轨道。宽基与高景气行业ETF可能维持较高的分红频率,债券基金的分红将更加贴合实际收益,避免“透支式”分红。

毕梦娟认为,对投资者而言,首先应理性看待分红:分红并非额外收益,而是基金净值的兑现。长期投资者可考虑将分红转为再投资,以实现复利增值。其次,关注被动指数基金和红利主题基金的分红机会,但需警惕高分红背后的估值风险。最后,应将分红能力作为选基的重要参考指标,优先选择长期分红稳定、分红政策清晰的产品。

一位业内人士进一步建议,普通投资者应优先选择业绩扎实、分红记录稳定透明的基金。在分红方式上,根据自身现金流需求,合理选择“现金分红”或“红利再投资”,将分红作为长期资产配置的有机组成部分,而非短期套利工具。

供稿:《21世纪经济报道》作者:庞华玮

## 理财风向

# 银行理财调仓增配基金和债券资产

普益标准数据显示,今年以来,理财产品规模历经下降后反弹。截至5月中旬,市场上存理理财产品规模31.58万亿元,与年初相比仅降低5000亿元。

值得注意的是,在规模基本持平的背后,理财产品资产配置正在发生改变,银行理财产品资产配置格局已出现明显转向,增配债券、现金存款与公募基金。一季度公募基金配置比例上升至5.7%,而债券配置比例也结束下降趋势,增长至41.6%。

记者采访了解到,未来一段时间,银行理财或将维持较高的流动性资产和防御性资产配置占比。同时,对公募基金的配置有望保持活跃,银行理财的资产配置模式正在从“直接投资”向“组合管理”演进。

## 债券配置下降趋势逆转

近期公示的《中国银行理财市场季度报告》显示,截至2026年一季度末,理财产品资产配置以固收类为主,投向债券、现金及银行存款、同业存单余额分别为14.2万亿元、9.81万亿元、3.33万亿元,分别占总投资资产的41.6%、28.7%、9.8%。

值得注意的是,截至2026年一季度末,银行理财配置债券比例环比增长1.9个百分点,结束下滑态势。同时,现金及银行存款的配置比例呈现上升趋势。银行理财配置现金及银行存款比例为28.7%,相比2025年年末28.2%增加0.5个百分点;相比2025年一季度23.3%的配置比例增加了5.4个百分点。此外,银行理财配置权益类资产比例为1.9%,环比持平。

邮储银行研究员姜飞鹏分析,银行理财开始增配债券资产的主要原因:一是同业存单和同业资产收益下行,债券的收益性价比有所回升;二是理财规模下降导致其占比被动提升;三是部分理财资金在债市调整后重新布局。

长三角科技产业金融研究联盟秘书长陆岷峰告诉记者,从2026年一季度银行理财配置情况看,已出现明显的调整,究其原因:首先,负债端的稳定性要求是根本动因。由于理财客户普遍呈现低风险偏好,尤其在市场波动时期,对产品净值回撤表现得异常敏感。这就迫使理财机构将资产流动性管理置于首位,通过大幅增持现金及存款类的资产,其目的是应对潜在的集中赎回方面的压力,并确保负债端的稳定。其次,收益与风险间的再平衡是关键性考量。由于债券市场经历了前期利率下行后,配置吸引力相对减弱,而权益市场的波动却加剧,直接投资的潜在波动率与客户需求发生错配。因此,通过增配公募基金也就成为一项高效的应对策略,这实质上是将直接的市场风险暴露转化

为对专业管理人的筛选与配置,利用其投研能力在控制波动的前提下寻求收益的增强。最后,直接权益比例持续降低,直接反映了理财机构在内部权益投研体系、波动控制工具与客户风险承受力之间做出的现实取舍,即在自身能力边界内做“减法”,而通过委外(基金)来做“加法”。

## 基金配置比例升高

截至2026年一季度末,银行理财配置公募基金比例为5.7%,环比增长0.6个百分点。

姜飞鹏表示,在低利率环境下,银行理财希望通过基金增配权益资产以增厚收益。公募基金作为流动性工具,便于银行理财进行久期管理和波段操作,同时借助公募基金这个“外脑”,弥补理财公司投研短板。

陆岷峰告诉记者,当前,公募基金配置比例已经升至历史上的高位,这清晰地反映了几个深层次行业趋势。首先,银行理财的资产配置模式正在从“直接投资”向“组合管理”演进。这标志着理财业务的核心能力正在从个券、个股的挑选,上移至大类资产配置,其角色更接近于“配置型投资者”。其次,它凸显了理财机构对公募基金在能力上的互补性共识已逐步形成。理财机构可以凭借渠道和负债端的优势来获取资金,而公募基金则提供标准化投资工具和专业管理能力,这种分工协作有助于提升整个资管行业的运行效率。

目前,理财公司愈发重视“组合管理”配置模式,而配置公募基金是该模式的核心环节。以银行理财FOF产品模式为例,该类资产主要投向公募基金。理财专家、冠岩咨询创始人周毅敬告诉记者,商业银行及理财公司依靠其在财富管理业务中的“护城河”效应,目前在FOF布局中的主导作用愈加凸显。首先是角色升级,商业银行及理财公司摆脱以往简单的产品代销模式,转向品牌化、定制化运作,以需求侧改革为导向开展反向定制,对接银行客户的财富管理需求。其次是FOF产品线针对性很强,商业银行及理财公司着力打造自身财富管理品牌,针对不同风险偏好的投资者,定制覆盖超低波、低波、中波、高波的全谱系产品线,构建完善的产品矩阵。

陆岷峰指出,对广大投资者而言,当前的配置策略宜坚持三个原则。一是正视自身风险偏好,不宜因短期市场波动而盲目追逐高风险资产,理财产品的“稳健”属性应当放在第一位。二是理解并接受净值化产品的波动特性,认识到通过公募基金之组合工具进行投资,是理财机构在当下市场为投资者提供的较为科学、能够平衡好风险与收益的可行解决方案。三是注重资产配置的多元化,可考虑将资金分散于不同风险等级、不同策略导向的理财产品中,从而构建起与自身生命周期和财务目标相匹配的投资组合,避免投资的过度集中风险。

据《中国经营报》作者:慈玉鹏

# 公募量化基金业绩亮眼 新发产品频出“爆款”

在科技板块行情催化下,今年部分公募量化基金业绩强势回暖。截至5月中旬,多只以半导体、电子等为持仓核心的量化策略产品年内收益率超过50%,显著跑赢市场基准。

随着业绩爆发与销售渠道认可度提升,量化基金新发市场持续火爆,频出“爆款”。业内人士表示,行业在规模扩张的同时,也在通过策略“降频”、储备多元策略库等方式,积极探索可持续的超额收益路径,以应对未来挑战。

## 量化基金业绩亮眼

数据显示,部分量化基金的业绩表现显著优于主要市场指数及主动型基金。具体来看,5月19日,金信量化精选A以80.58%的年内收益率在众多产品中脱颖而出,嘉实事件驱动、国泰聚鑫量化选股、嘉实中证半导体增强等基金的年内收益率也均超过50%,位居业绩榜前列。

从持仓来看,半导体、芯片、电子等科技赛道成为本轮量化行情最大的“功臣”,包括嘉实中证半导体增强、汇添富中证芯片产业指数增强、华商电子行业量化、泰康半导体量化选股在内的多只聚焦半导体产业链的量化基金,年内收益率普遍超过40%,成功跻身业绩榜前列。今年一些量化基金的策略重心转向“业绩为王”“行业高景气”,精选那些基本面扎实、增长确定性高的优质公司,实现超额收益突围,业绩表现稳居前列。

值得注意的是,中小规模量化基金在本轮行情中展现出更强的业绩弹性。在业绩排名居前的量化基金中,规模在5亿元以下的基金占比比较高。例如,截至今年一季度末,业绩表现优异的金信量化精选规模约为1.72亿元、国泰聚鑫量化选股规模仅为0.27亿元、华商电子行业量化基金规模为1.8亿元。

华南地区某公募投研人士指出,小规模基金在调仓灵活性、控制交易成本等方面具备天然优势,更容易在结构性行情中捕捉超额收益。不过,投资者也需注意,小规模基金可能伴随一定的流动性风险和清盘风险,在投资选择时需要综合权衡。

## 助推新基金发行升温

基金业绩向好也催化了量化基金发行升温,年内多只量化选股策略的新产品募集情况尤为亮眼。

5月20日,天弘智航量化选股公告了提前结束募集的信息,仅用一天时间该基金募集规模已经超过20亿元的发行上限。5月19日,华夏智胜全景混合基金发布基金合同生效公告,该基金同样在发行首日就募集满50亿元的发行上限。

此外,南方基金许磊管理的南方智汇量化

选股基金新发募集规模达20.72亿元,也是今年发行市场中量化选股策略的“爆款”之一。诺安基金孔宪政管理的诺安智泉量化选股和安基金张序管理的华安智优量化选股的募集规模也均超过17亿元。苏新基金、中加基金等机构发行的同类产品都成功募集了7亿元—13亿元的资金,无论是单只产品还是总量,远超去年同期募集规模。

面对量化市场规模的快速扩张,如何保持持续创造超额收益的能力,成为行业面对的重要课题。上述公募量化从业人士指出,策略上需要通过“降频”来扩大容量,即从天然容量较小的高频策略向容量更大的低频策略拓展。同时,管理人也需要在市场最狂热时保持理性,应主动采取限购或控制营销节奏的措施。此外,在A股市场获取阿尔法收益难度增加的背景下,把握和利用好整体市场的贝塔收益,也变得越来越重要。

为应对未来可能的市场风格转变,优秀的公募量化团队未雨绸缪,通过积累更多元化的不同风格策略库,谋求在风格切换阶段能够灵活调整为偏防守的策略组合。

## 特色量化品种最受欢迎

在业绩向好的背景下,渠道端的公私募量化产品也受到越来越多的关注。

某公募量化从业人士表示,当前量化品种正获得市场的高度认可。私募量化产品的良好业绩和销售热情,提升了整个渠道(如银行理财经理)对量化策略的逻辑理解和专业认可度,进而带动了公募量化产品的需求。银行端的产品供给团队通常将私募和公募置于同一团队下管理,协同与资源共享度较高,进一步促进了公募量化在渠道端的普及。

在渠道偏好方面,具有鲜明特色的量化品种更受欢迎,例如聚焦“专精特新”、小微盘或特定主题(如央企优选)的产品,因其解释成本较低而受青睐。投资者结构也在发生变化,从原本投资ETF或主动权益的客户,转向尝试购买量化产品。整体上,渠道偏好呈现出“风格/主题主动量化-主动量化、空气指增(一种不跟踪任何特定指数、通过量化模型在全市场选股的灵活投资策略)-宽基指增”的层次。

关于公募量化与私募量化的选择,上述量化从业人士表示,对于高净值客户,私募量化仍是主要选择;而对于非高净值客户,公募量化因投资门槛较低而成为一种可行选项,部分发挥了“平替”作用。同时,公募基金在投研资源、硬件和销售方面的投入日益加大,其策略更清晰、净值波动(方差)更小、投资行为受法规约束更多(如持仓分散、信息披露严格等)的特点,也形成了与私募量化差异化的市场定位。

据《证券时报》作者:王明强