

■投基论道

ETF分红额猛增 头部产品集体派发大“红包”

◎记者 王彭

近年来,随着监管层持续强化对上市公司现金分红的政策引导,A股市场的分红生态持续优化,分红效应也从资产端加速向投资工具端传导,ETF产品的分红力度和频率明显提升。据统计,今年以来全市场ETF累计分红115.4亿元,较去年同期大幅增长130%以上。其中,多只宽基ETF“巨无霸”更是派发了大额现金“红包”。

今年以来,越来越多的ETF加入分红大军。6月11日,华泰柏瑞基金发布公告称,旗下华泰柏瑞沪深300ETF将实施现金分红,拟每10份分红0.88元。按照6月10日统计的基金规模计算,此次分红规模有望突破80亿元,或刷新ETF单次分红额最高纪录。至此,4只沪深300ETF“巨无霸”今年均公布或实施了分红方案。具体来看,华夏沪深300ETF分红26.83亿元,嘉实沪深300ETF分红24.35亿元,易方达沪深300ETF分红13.29亿元。

此外,华泰柏瑞红利ETF、南方中证1000ETF和华安上证180ETF今年以来分红总额分别为10.28亿元、7.95亿元和6.32亿元。据Wind统计,截至6月13日,今年以来全市场ETF基金累计分红115.4亿元,较2024年同期的48.8亿元分红总额增长超过130%。

部分ETF今年以来多次分红。据Wind统计,万家中证红利ETF、国泰上证国有企业红利ETF、国泰中证港股通高股息投资ETF和广发中证红利ETF均分红6次;汇添富中证港股通高股息投资ETF分红5次;国泰富时中国A股自由现金流聚焦ETF、富国恒生港股通高股息低波动ETF、国联中证A50ETF等产品均分红3次或3次以上。

业内人士分析,近年来权益类ETF分红热情高涨得益于多重因素的共同推动。一方面,伴随新“国九条”明确强化上市公司现金分红监管,A股上市公司分红金额和比例持续上升,目标指数成分股分红成为权益ETF收益的来源之一。另一方面,公募基金日益重视投资者获得感,通过积极分红、持续分红来提升投资者体验。此外,ETF市场的繁荣也为大规模分红提供了坚实基础。

随着基金产品分红积极性和确定性的不断提升,ETF管理人不断优化分红机制设置,提升投资者持有体验,例如设置强制分红条款、降低分红门槛、增加分红频次等。部分ETF约定在有超额收益的前提下强制每季度甚至每个月进行一次收益分配,给投资者提供可预期的稳定现金流。

“ETF分红比例提升与频率增加,或成为基金公司宣传推广的方向。虽然分红策略不直接影响投资者的收益水平,但定期让投资者持有份额不变却获得分红现金流,一方面能提升投资者获得感,另一方面由于分红具有免税、免赎回费等性质,在税收费率减负上具有优势。”天相投顾基金评价中心称。

◎记者 赵明超

在今年以来的结构性行情中,部分基金经理把握住了新消费、创新药等机会,基金净值表现抢眼。截至6月12日,业绩领跑者今年以来收益超90%。与之相对应的是,部分基金净值跌幅超24%,首尾相差超110个百分点。

在业内人士看来,权益类资产长期配置价值显现,投资者可以采取均衡配置策略,提高投资组合的抗波动性。

今年以来,A股市场结构性亮点频现,一批主动权益类基金把握住了机会。截至6月12日,42只主动权益类基金今年以来的收益超过50%,其中11只基金收益超过70%。

■普惠金融·农银汇理基金投资视点

◎农银汇理基金经理 魏刚

5月底以来,TMT行业出现明显的回暖,市场风格逐渐切换,TMT及其细分赛道是否迎来了全面反弹机会?

一个明显的迹象是,此前一直较为强势的红利主题在6月逐渐进入逆风期。从传统的股市日历效应来看,2009年至今,中证红利指数在6月一直表现较弱,中证红利全收益跑赢沪深300的概率只有31%,较5月明显下滑。从主要红利行业表现来看,银行、交运、公用、煤炭等主流红利行业上涨及跑赢的概率均不高,其中交运行业在6月跑赢的概率不足20%,仅有白色家电表现尚可。

我们认为,6月红利方向的负向日历效应可能和上市公司密集分红有关。从除息日所在



■私募新观察

量化大厂频现高管变更 行业迎来“全方位较量时刻”

◎记者 马嘉悦

量化私募之间的竞争,正从业绩比拼向综合实力较量转变。

上海证券报记者采访获悉,知名量化私募上海靖奇投资管理有限公司(简称“靖奇投资”)法定代表人、基金经理范思奇将于6月卸任靖奇投资基金经理职务,该私募表示将妥善安排股权变更事宜。

无独有偶,不久前,百亿级量化私募——佳期投资的实际控制人也发生变更,公司创始人李强不再是实控人,原投资总监吴霄霄成为新的实控人。在业内人士看来,随着量化私募的快速发展,管理规模增长对各家私募的掌门人提出了更高要求,有些创始人选择不断提升管理能力,有些则“让更合适的人统筹公司”。

靖奇投资创始合伙人主动卸任

据业内人士透露,范思奇在6月10日致投资者的信中表示,经过慎重考虑,将于6月卸任靖奇投资基金经理职务,所管理的基金产品也将进入清盘流程。

“作出这一决定并不容易。作为基金经理,我发现管理公司事务、协调合作关系及处理合伙人事务占用了绝大部分时间,这不仅影响了我的生活质量,也让我逐渐失去了最

初进入行业时的热情与乐趣。”范思奇坦言,未来计划继续从事与交易相关的工作,但不再以公司形式参与市场。

中基协公示信息显示,靖奇投资成立于2015年,管理规模在10亿元至20亿元区间,私募法定代表人、董事长、总经理均为范思奇。私募排排网显示,截至6月6日,靖奇基石5号私募证券投资基金今年以来的收益为9.49%,近3年累计收益为157.59%。

靖奇投资相关人士称,作为公司创始合伙人之一,范思奇在公司早期发展过程中有很大的贡献,公司尊重他的个人决定。后续,公司资管业务不会受影响,团队依旧在正常维护策略,股权变更事宜也会得到妥善安排。

量化行业频现核心人员变更

除了靖奇投资,今年以来多家量化私募出现核心岗位的人员变动。

中基协备案信息显示,佳期投资的实际控制人近日由李强变更为吴霄霄。

平方和投资高管团队也发生变化。记者采访获悉,国际知名量化巨头世坤投资原高级执行研究总监兼中国区副总经理方壮熙,今年加盟平方和投资。

“方壮熙加入后,一方面公司在投研上实现了重要进阶,另一方面,我可以留出更多精力来加强公司治理。以前的我是总经理

+投资总监,现在我是总经理,方壮熙是投资总监,相信未来不管是在策略迭代上还是公司治理上,我们都会更加从容。”平方和投资创始人吕杰勇坦言。

比拼综合实力的时候到了

“现在的量化私募掌门人,不是只有专业能力就够的。”某私募研究员感慨道。

该研究员称,近年来,在市场结构性机会演绎下,量化私募快速发展,百亿级梯队持续扩容。在此背景下,私募间的竞争愈发激烈,不仅要比拼业绩,而且还要在公司治理、渠道维护、客户服务等方面进行全方位较量。因此,为了强化机构综合实力,创始人要么提升自身管理能力,要么调整高管团队。

第三方平台数据显示,截至5月12日,主观策略百亿级私募数量为41家,量化百亿级私募为38家,“主观+量化”混合策略的百亿级私募则有7家,量化百亿级私募的数量已经逼近主观策略。

某量化私募创始人也称,规模的增加、团队人员的持续扩张,都对私募掌门人提出了更高要求,比如要更好平衡管理事务和投研,要做好上百位员工的合理激励等。“未来头部量化私募的核心岗位可能频繁出现变更,这是行业竞争走向成熟的表现之一。”他说。

净值爆发式上涨,但是回撤可能也较大。在业内人士看来,对于普通投资者而言,可以采取多元配置策略,提高投资组合的抗波动性。在挑选基金时,了解产品的投资策略,选择投资风格清晰稳定、策略逻辑可验证的产品。

展望后市,海富通基金认为,AI+和消费双主线正逐步成形。一方面,从目前产业趋势来看,AI仍然是最强方向之一,AI消费电子、机器人、AI健康产品、汽车智能化是目前AI应用可能更快落地的方向;另一方面,消费政策发力是2025年最重要的政策方向之一,可重点关注受益于消费政策的板块,如家电、汽车等。此外,港股优质科技股和红利资产受益于全球流动性改善,配置价值持续上升。

为代表的部分TMT细分板块二季度业绩表现有望支撑后续走势。

综合来看,在科技的潜在催化作用进入释放期后,市场情绪极低的TMT行业性价比大幅提升。在红利进入逆风期、新消费和创新药赛道出现阶段性交易拥挤的背景下,TMT行业如AI算力、AI应用、消费电子板块或迎来反弹机会。(CIS)



广发基金王鹏：做好消费投资关键在于洞见真壁垒与真成长

◎记者 聂林浩

今年以来,提振消费的政策密集出台,消费品“以旧换新”政策加力扩围进一步激发了市场活力。在此背景下,消费投资又站在了重新出发的起点。

作为拥有10年以上消费行业投研经验的专业投资人,广发基金价值投资部基金经理王鹏是消费行业周期的见证者。在消费板块估值触底、政策暖风频吹的2025年,消费行业有哪些投资机会值得关注?如何把握传统消费复苏与新消费崛起的两大主线?在接受上海证券报记者专访时,王鹏分享了其对消费投资的见解。

不断迭代消费投资认知

王鹏是一位拥有14年从业经验、深耕大消费行业的专业投资人。2011年至2022年三季度,他在工银瑞信基金任职,先后负责消费板块研究和消费主题基金的管理。2022年11月,他加入广发基金价值投资部,陆续接手管理广发消费领先、广发优质生活。截至2025年6月9日,广发消费领先A近6个月回报达到20.58%,相较于区间业绩比较基准的超额收益达到16.79个百分点。

在多年的实践中,王鹏见证了消费行业的变迁,也不断迭代对消费投资的理解和认知。“当前,消费行业的逻辑已经从总量扩张进入供给重构的阶段,我们必须重构消费行业的投资分析框架。消费复苏的结构性特征将更加明显,部分消费资产已具备显著的配置价值。”他表示。

王鹏介绍,过去的消费分析以总量需求为主,比如白酒、家电等行业。但当前的宏观总量存在不确定性,传统的以宏观需求推导消费增长的方式已经失效,现在对消费行业的分析视角应从需求转向供给。他认为,只要有高质量的供给和产品,就可能创造新的需求。

结合当前国内的消费特征及海外市场的消费周期,王鹏预计未来国内消费结构仍会呈现“K形”分化的特点,主打高端、差异化,以及刚需、价低质优的产品都有望迎来较好的发展机遇——前者满足了消费升级的需求,后者受益于消费总量的增长。

“K形”分化之下,王鹏认为有几大消费趋势值得关注。一是情绪与体验消费呈现结构性景气,即消费需求不只是极致规模经济驱动的低价,从功能性向情绪价值转变是大势所趋。二是国产替代大趋势,在饮料、宠物食品、美妆等领域体现得尤其明显。三是“出海”打开成长空间,即在国内存量竞争下,推进品牌国际化战略、全球化布局的消费企业有望打开增长第二曲线。

锚定成长空间与确定性

结合当前分化的消费需求及未来的产业趋势,王鹏认为消费品投资者需要注重“结构性机会的识别”。具体而言,他的投资判断从三个层次交叉进行:自下而上选股为主,中观行业趋势为骨架,宏观政策判断为辅助。

在行业选择上,王鹏聚焦那些长期符合未来社会发展方向,同时中短期景气度较高的板块。

具体到选股维度,王鹏强调“空间+确定性”的组合,倾向于选择行业中确定性强或空间最大的个股。在他眼中,优秀的企业要有想象空间,企业可预期的未来也应作为估值体系的一部分加以衡量。与此同时,投资也要有清晰的确定性逻辑。他特别看重企业的现金流状况,认为现金流能最先反映企业经营情况的变化,比利润更能真实反映经营质量。

消费投资常面临“高ROE陷阱”,即那些依靠杠杆驱动、周期性扰动或行业见顶后仍维持高利润率的企业。因此,王鹏认为,应在ROE(盈利质量)、增速(成长性)和估值(安全边际)三者之间进行取舍与权衡。

对此,王鹏的策略是优先配置兼具高ROE、中高业绩增速和合理估值的公司,次优选择高ROE、低增速但高分红的稳健标的,最需警惕的是高估值下的虚假成长型公司,以及在行业下行周期中ROE看似稳定但收入持续下滑的公司。“平衡盈利质量与增速的关键在于识别真壁垒与真成长,而非机械地匹配指标。”王鹏总结道。

消费板块业绩与估值双击可期

王鹏认为,消费板块的整体估值已降至历史相对低位,当前具备较高的赔率。“历史上任何行业的优异或不佳表现一般不会持续超过3年,而消费板块目前已经超过了这个时间维度。因此,我们有理由相信该板块或已进入转折点。”王鹏说。

不过,王鹏也提到,未来仍需观察两个关键因素:一是消费板块的业绩是否能触底反弹;二是估值能否回归正常水平。如果两者同时发生,那么该板块的投资机会将显著增加。他分析,部分消费资产已具备显著的配置价值,部分食品子行业、家电和商贸零售等行业都显示出盈利见底的迹象。

近两年,新消费风靡海内外市场,王鹏自然也不会错过。他认为,新消费相关产业链中的公司值得进一步挖掘,包括那些从事代运营或制造业的企业,有可能像新能源产业链一样,在不同环节展现出成长潜力。

此外,王鹏也关注消费科技的投资机会。“随着AI算法及硬件性能的不断提升,AI与消费场景的融合是一大趋势,AI玩具、AI眼镜、AI耳机有望成为新的端侧流量入口,结合线下场景丰富的数据,有望实现AI大模型和终端场景的深度融合。”