

权益回暖推动盈利劲增 多家头部公募上半年净利超过10亿元

● 记者 赵明超

随着上市公司半年报的陆续披露,其控股参股的基金公司的最新经营情况随之浮出水面。截至8月23日,从被动披露的19家基金公司来看,今年上半年营收全部实现增长,净利润有18家实现增长,剩余1家也实现了减亏。就发展情况而言,行业“马太效应”凸显,头部公募强者恒强,凭借多元化打法发展势头迅猛,多家公司上半年净利润超过10亿元。

头部公司表现抢眼

具体分析这19家基金公司的经营情况可以发现,头部基金公司净利润领跑。其中:华夏基金上半年实现营业收入57.08亿元,实现净利润14.13亿元,同比增长均超过25%;南方基金上半年实现营业收入50.14亿元,实现净利润15.03亿元,同比增长均在25%以上;类似的还有富国基金,上半年实现营业收入43.49亿元,实现净利润11.43亿元,同比增长均超过23%。

值得注意的是,兴证全球基金上半年实现营业收入22.91亿元,实现净利润10.12亿元,同比增长超过40%。永赢基金发展势头十分强劲,上半年实现营业收入19.96亿元,同比增长超过122%;实现净利润5.22亿元,同比增长超过186%。

除了头部公募以外,中小基金公司整体表现也很抢眼。例如,海富通基金上半年实现营业收入7.17亿元,实现净利润2.09亿元,同比均增长97%以上。类似的还有光大保德信基金,上半年实现营业收入2.7亿元,实现净利润0.48亿元,同比增长超过84%。

行业格局持续分化

从上述基金公司的经营情况来看,行业呈现显著的“马太效应”,部分中小基金公司虽然实现了较快发展,但与头部公司相比仍有较大差距。

分析发现,头部基金公司主要采取多元化策略,积极布局创新业务。根据国泰海通证券披露的半年报,今年上半年,富国基金提高权益类基金规模占比,持续推进指数型产品等布局,积极适配投资者多元化的资产配置需求。同时,公司还发挥在多层次养老保障体系建设中的重要作用,养老三大支柱业务协同推进,管理规模及管理组合数量均创新高。在产品布局上,以新质生产力为航向优化产品布局,先进制造和科创领域的产品规模持续增长。此外,富国基金还着力强化跨境资产投研能力,ODII产品规模及香港子公司管理规模均实现较快增长,全球客户综合服务能力不断增强。

相比头部基金公司的多元化布局,部分中小基金公司则选择特色化打法。例如,海富通基金重点发力养老金、债券ETF等领域。具体来看,截至二季度末,海富通基金养老金业务规模再创新高,同时,海富通基金债券ETF管理规模达1718亿元,较上年末增长37.4%。

值得注意的是,无论是头部公募,还是中小基金公司,均强调数智化转型。富国基金表示,将紧扣数智化转型主线,持续加大科技投入,以金融科技赋能业务发展。海富通基金则同样在加大投入力度,表示将加快数字化转型步伐,拓展智能化应用场景。

部分城商行上半年营收、净利数据

证券简称	营业总收入(亿元)	净利润(亿元)
平安银行	706.17	256.96
江苏银行	489.52	218.76
宁波银行	414.50	165.62
南京银行	315.96	136.50
重庆银行	62.96	35.18
江阴银行	24.49	8.66

(来源:Wind 整理:陈佳怡)

部分基金公司上半年营收、净利数据

公司名称	营业收入		净利润	
	营业收入(万元)	同比增长(%)	净利润(万元)	同比增长(%)
华夏基金管理有限公司	570,800.00	34.05	141,300.00	25.82
南方基金集团股份有限公司	501,400.00	32.05	150,300.00	25.86
富国基金管理有限公司	434,922.46	30.63	114,345.16	23.74
兴证全球基金管理有限公司	229,100.00	28.35	101,200.00	40.75
永赢基金管理有限公司	199,600.00	122.52	52,200.00	186.81
海富通基金管理有限公司	71,700.00	98.07	20,900.00	97.17
信达澳亚基金管理有限公司	32,654.40	10.36	4,124.32	990.05
中邮创业基金管理有限公司	30,463.22	48.01	4,958.38	81.91
光大保德信基金管理有限公司	27,900.00	47.54	4,800.00	84.62

(来源:Wind 整理:赵明超)

头部城商行营收、净利“双增” 对公业务成扩表主力

● 记者 陈佳怡

上周,A股上市银行半年报正式步入披露季。截至8月21日,已有平安银行、南京银行、宁波银行、江苏银行、江阴银行、重庆银行等6家上市银行发布了2026年半年度业绩报告。

从已披露半年报的银行来看,整体成绩单既有韧性又见压力,营收、净利整体延续“双增”态势。头部门区域银行业绩表现突出,宁波银行和重庆银行上半年营收、净利实现两位数增长。这背后,支撑盈利增长的因素也出现分化。受净息差尚未企稳影响,部分银行体现出较为明显的“以量补价”逻辑。

营收、净利集体“双增”

从目前已经披露半年报的6家银行来看,整体经营较为稳健,营收、净利集体“双增”。其中,宁波银行、重庆银行上半年营收、净利均实现两位数增长。具体来看,宁波银行上半年实现营业收入414.50亿元,同比增长11.54%;实现归母净利润165.62亿元,同比增长12.12%。重庆银行上半年实现营业收入84.86亿元,同比增长10.79%;实现归母净利润35.18亿元,同比增长10.29%。

作为“城商行一哥”的江苏银行,资产规模已比肩部分股份行。该行上半年实现营业收入489.52亿元,同比增长9.11%;实现归母净利润218.76亿元,同比增长8.09%。同处江苏的南京银行,上半年实现营业收入315.96亿元,同比增

长10.94%;实现归母净利润136.50亿元,同比增长8.17%。

从区域分布来看,业绩强劲的几家银行大多深耕经济活跃地区。江苏银行、南京银行、宁波银行等深耕长三角,重庆银行则受益于成渝地区经济发展。

也因此,这些银行的业务结构中,对公业务是绝对的扩表主力,贷款投放强劲。例如:宁波银行上半年信贷增加2166亿元,其中对公贷款贡献2073亿元,较年初增长19.32%;南京银行对公业务投放力度也不弱,报告期内该行公司贷款余额1.22万亿元,同比增长12.33%。

而此前支撑业绩的非息收入,在披露半年报的个别银行中明显承压。比如,南京银行上半年非利息净收入同比下降24.73%,在营收中的占比有所下降。

利息净收入高增背后

透过营收、利润“双增”的表象,上述6家银行利息净收入与净息差之间的“反差”,受到市场高度关切。

最典型的是南京银行。今年上半年,该行实现利息净收入219.35亿元,同比增长40.19%,创下2017年以来新高。与此同时,南京银行净息差为1.79%,较年初下降3个基点,较去年同期下降7个基点。

一边是净息差继续探底,一边是利息净收入高增,在银行业分析师看来,这背后体现出“以量补价”的逻辑,定价能力未能改善:截至6月末,南京银行资产总额为3.24万亿元,比上年末增长7.13%;贷款总额1.57万亿元,较上年末增长10.07%。

在银行业二季度单季度净息差4年来首现回升时,仍有部分银行净息差还处在筑底阶段。比如宁波银行,截至今年6月末,该行净息差为1.70%,同比下降了6个基点。如何采取有效措施实现净息差企稳回升,将是这些银行接下来要着力解决的问题。

个贷不良有所抬升

从目前披露的半年报数据来看,上述6家上市银行资产质量总体保持稳定,不良贷款率呈稳中有降的趋势。但是,部分银行个人贷款不良率有所抬升。例如,截至6月末,江苏银行个人贷款不良率为1.03%,较年初上升了0.07个百分点。其中,个人经营性贷款不良率为3.06%,较年初上升了0.6个百分点。

宁波银行个人贷款不良率则从2024年末的1.68%,上升至2026年6月末的2.00%。宁波银行在半年报中表示,下半年将加快不良资产清收,大额贷款坚持项目制管理,实施“一户一策”推进措施,小额贷款综合运用多元非诉与诉讼手段,提升处置效率,全力推进不良资产清收工作。

其他银行也在加大风险处置力度。南京银行披露,上半年该行信用减值损失同比增长34.77%。对此,该行独立董事强莹在业绩说明会上表示,将考虑加大风险处置出清力度。

“展望未来,我们有信心、有措施守住风险底线,持续确保资产质量稳定。”南京银行表示,下阶段将继续坚持稳健审慎的拨备原则,保持合理计提力度,维持拨备覆盖率总体稳定,确保风险抵补能力充足。

从“对表”到“找入口” 资本市场 如何与中小企业同频共振

● 记者 张雪

日前,在北京经开区的一场投融资路演活动上,坤维科技创始人熊琳向台下数十家投资机构展示了公司的六维力传感器产品和产业化进展。会后,熊琳在接受上海证券报记者采访时表示,公司目前正专注于产能爬坡和技术研发,“上市是水到渠成的事,目前在做一些规范性的基础工作”。

对于一家正处于产业化爆发期的硬科技企业而言,这种“从容”表态的背后,是资本与产业发展节奏之间的一次精准“对表”。这种对表揭示了一个核心命题:融资与上市的时点选择,不应追随市场情绪的起伏,而应确定产业自身的成长逻辑。

路演台下,坐着的不只是投资人。同期,上交所、深交所、北交所、港交所的工作人员也分别就各自板块的上市规则进行解读。对于许多像坤维科技这样的中小企业,了解不同板块的制度设计、评估自身与套套标准的匹配度,是启动上市准备工作的第一步。

产业节奏各异,对资本诉求不同

坤维科技从事六维力传感器的研发制造。今年以来,坤维科技已连续完成B+轮和B++轮融资,投资方包括京国瑞、中银资产、国投、中金资本、富士康等,累计融资规模超过亿元。熊琳表示,目前坤维科技的自动化标定产能已从2025年底的1.5万台/年扩至6万台/年,2026年底的目标为12万台。

对于融资节奏与上市计划的关系,熊琳表示,当前融资并非直接为上市做准备,而是为了抓住人形机器人产业量产的窗口期。“头部客户的订单在快速放量,对产能、品控、交付能力的要求指数级上升。我们需要资金把产能再上一个台阶,同时持续投入研发,夯实技术护城河。”

坤维科技所代表的,是处于量产窗口期、亟需资本助力的扩张型路径。而同样扎根亦庄的博雅工道,则展示了另一种节奏——在自我造血基础上从容谋划长期研发的稳健型路径。

博雅工道是国家级专精特新“小巨人”企业,从事水下机器人研发制造。公司副总经理付钰涵对记者表示,公司正在推进IPO筹备工作,中介机构、业务梳理、合规整改等按既定节奏推进,具体上市板块和时间表尚未公布。

博雅工道已连续多年实现盈利,付钰涵表示,公司当前形成技术创新与市场落地双向驱动的发展模式,登陆资本市场主要是为长期研发筹措资金,支撑基础性技术攻关。

聚焦脑机接口与具身智能融合的天机智成则代表了更早期的企业类型——技术路线已经清晰,但大规模产业化尚未来到。对于这类前沿技术企业而言,资本的角色更为复杂——既要支撑漫长的研发周期,又不能被短期概念炒作所裹挟。“资本应该服务于技术和产业化,而不是用资本热度代替产业进展。”天机智成CEO金城对记者表示。

越是前沿的赛道,越需要资本具备“长跑”耐心。这类企业的核心诉求不是追逐短期上市窗口,而是在关键技术节点上获得持续稳定的资金支持,耐心等待产业拐点的到来。

为不同节奏的企业提供多元选项

三家企业虽处于不同发展阶段,却共同指向一个现实诉求:资本市场能否提供与各自节奏相匹配的多元通道?从当前制度供给来看,多层次资本市场已形成差异化定位。

上交所科创板自设立以来始终聚焦“硬科技”定位,允许未盈利企业上市,为需要长期研发投入的科技企业提供持续融资支持。

港交所2023年推出的18C章则为特专科技公司设立专门通道,今年前5个月已有10家公司据此完成上市,融资超过250亿港元。

深交所创业板今年4月增设的第四套上市标准,为尚未稳定盈利但具备成长性或创新性的企业提供了新路径——一套侧重营收增速,适用于商业模式已验证、处于产业化爆发期的企业;另一套侧重研发强度,适用于技术壁垒高、创新密度大的企业。

北交所聚焦服务创新型中小企业,四套并行上市标准覆盖从侧重盈利到侧重研发的不同企业类型,市值门槛从2亿元到15亿元不等,适配不同成长阶段的中小企业。

制度供给日趋多元,但中小企业对接资本市场的实际困难,往往还体现在信息不对称和能力建设层面——企业难以准确判断自身与套套标准的匹配度,对合规筹备、信息披露等环节缺乏实操经验。这些问题的解决,需要在制度之外辅以地方服务体系的支持。

地方服务降低信息成本

某机构投资人在路演期间对记者感慨,资本市场服务创新型中小企业,不是给一张门票就完事了,而是要帮他们找到入口、走向通道。

北京经开区的做法是做“桥梁”。

这里目前集聚了2300余家国家高新技术企业,191家国家级专精特新“小巨人”企业,全区境内外上市企业64家,进入上市培育阶段的“鸿雁企业”80余家,“雏雁企业”600余家。

8月20日,北京经开区与深交所共同启用了“群雁计划”企业服务平台,依托深交所“培育通”系统和“科融通V-Next”,与经开区原有的“亦企航”平台功能互通,为企业提供上市培育、融资对接等服务。

北京经开区管委会有关负责人表示,平台的启用是对2023年双方战略合作的升级,服务链条进一步延伸至企业更早期的培育阶段。目前,北京经开区已建成上交所、深交所、北交所三家交易所的经开区服务基地,并与港交所建立常态化联动机制。

据悉,近期,北京经开区联动北交所、上交所、深交所、港交所四大交易所,联合北京基金业协会等机构协办,共同举办了“亦企赢”资本市场专场系列活动。其间,百余家企业获得交易所“一对一”辅导,部分企业与投资机构初步达成股权融资意向,意向规模超过20亿元。北京经开区有关负责人表示,下一步将围绕企业不同成长阶段的融资需求,常态化开展分板块培训和路演对接活动。

公募直销平台扎堆“免费” 基金竞争从“价格战”走向“服务战”

● 记者 朱妍

近期,多家头部基金公司扎堆官宣直销平台基金申购费“归零”,抢在过渡期结束前率先执行监管要求。

近年来,受代销渠道挤压、运营成本高企等因素影响,公募直销渠道生存压力持续加剧,此番扎堆降费,既顺应政策要求,让利投资者,也为直销渠道突破发展瓶颈、重塑核心价值带来全新契机。

告别费率劣势后,公募基金直销将走向何方?相较于强势的代销渠道,直销平台如何打造差异化核心优势?伴随买方投顾转型纵深推进,这场费率变革又将如何重塑公募直销的定位?

认购费和申购费只是“小钱”

在政策规定的过渡期结束前,基金公司正扎堆启动直销“0”申购费模式。

近日,南方基金直销平台推出费率优惠活动称,投资者通过南方基金App等直销渠道办理符合条件的基金业务,无须支付申购费。建信基金也公告称,投资者通过公司线上直销平台购买旗下所有公募基金产品,免收认购费、申购费及定投手续费,转换业务免收申购补差费。此外,华宝基金、华安基金、国泰海通资管等多家公募机构的直销平

台也实行了免收认购费、申购费。

2025年末,中国证监会发布《公开募集证券投资基金销售费用管理规定》(下称“规定”),并从2026年1月1日正式实施。规定明确基金管理人销售其管理的基金,不得收取认(申)购费、销售服务费。业内人士表示,规定设置12个月的过渡期,行业需要在2026年内完成系统改造与合同修订,部分头部机构此次降费属于提前响应、执行监管要求。

在落地落地前,也曾有过公募基金直销费用让利,但几乎没有基金公司长期设置为“0”认购费或“0”申购费。

“认购费和申购费本就不是基金公司的核心收入来源,更多是渠道分成。直销让掉这笔‘小钱’,换来的是自有客户沉淀和保有量,实际上更有价值。”南方某公募基金人士对记者说。

公募直销面临两座“大山”

公募直销让利的另一面,是成本与竞争“两座大山”。

近几年来,中小型基金基金公司批量关停线上直销平台。“下架是因为线上直销运营太‘烧钱’,投入产出比低。”一家小型基金公司人士对记者说,以App为例,几年前公司也想好好发展,但不像券商有那么多线下营业厅,

很难推广。后来单人获客成本增至100元,公司连拓客动力都没了。此外,日常维护App要配置产品经理、营销经理等5个常备人员,每年要花百万元维护、升级,小公司难以维系。

直销的生存空间还不断受到代销“挤压”。上述南方某公募基金人士透露,零售直销保有规模的行业占比,可能只有10%左右。格上基金研究员毕梦娟表示,2013年至2017年,余额宝掀起互联网理财浪潮,公募大规模开发自有App,但随着移动互联网红利消退,代销平台“货架”优势显现,直销零售保有规模占比持续下行。

但头部基金公司为何仍发力直销?答案是“不可替代性”。晨星(中国)基金研究中心总监孙瑜对记者表示,直销渠道与代销渠道最大的差异在于客户关系归属和服务模式,直销渠道由基金公司直接服务投资者,能够掌握客户数据、了解客户需求,并开展持续陪伴和服务。

“直销是公司的战略性资产,前期获客和运营投入虽大,但一旦形成客户黏性和品牌信任,其生命周期价值、交叉销售能力和数据资产价值非常大。”南方基金相关人士对记者说。

直销加速进入“2.0时代”

基金营销的竞争已经从“价格战”走向