

基金发行持续火爆，机构投资者占比不断提升

A股加速从散户市走向机构市



文/羊城晚报记者 孙琦曼

2021年开年以来，基金销售火爆的消息就不断传来，“日光基”“限额配售”“新高”等词无不反映着投资者的热情，市场之火爆，令“基金”更屡次冲上热搜。事实上，基金发行火爆正是个人投资者认同机构投资、市场从“散户市”向“机构市”转向的表现。羊城晚报记者梳理有关数据发现，近年来，A股市场正加速从“散户市”走向“机构市”，专业投资机构在市场中的话语权大幅提升。中金公司最新数据显示，2020年机构持有A股流通市值48%，约占A股流通市值半壁江山。

频繁交易 散户收益未如人意

数据显示，1993年以来，A股投资者数量从833.27万户猛增至2020年10月底的1.74亿户，增长了近20倍。随着投资者数量的不断增长，投资者结构也在不断优化，过去30年，公募基金、险资、外资相继入市，各大机构正在成为A股市场的重要力量。从优势来看，机构投资者拥有更强大的专业能力、信息和资金优势，并能够通过组合投资、风险分散的方式提高平均收益率。因此，近几年主流资金不断向优质龙头聚集，散户投资者出现连年亏损现象。

收益亮眼 基金发行持续火爆

东方财富网一份问卷调查结果也显示出了同样的特征：2020年盈利的股民占比51.9%，其中11%的股民盈利超50%，15.7%盈利介于20%至50%之间，25.2%盈利在20%以内。其余48.1%的股民表示年内亏损，其中31.4%的股民亏损在20%以上。反观作为机构投资者代表的基金，2020年的投资收益却十分亮眼。数据显示，2019年，股票型基金平均收益率接近40%，2020年主动权益类基金年内平均涨跌幅为46.05%，百余

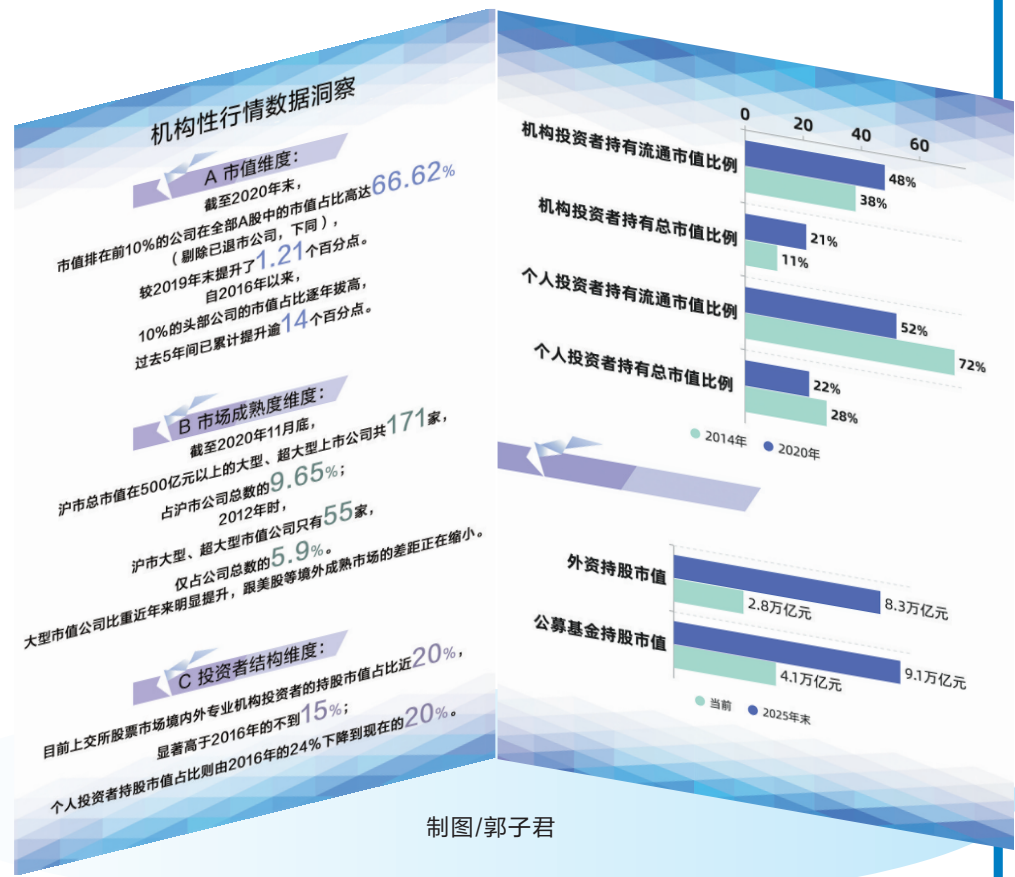
只偏股型基金实现净值翻倍。

散户和机构投资者的收益两相对比，让“炒股不如买基金”的观念深入人心。数据显示，2020年全年公募基金发行基金产品数量1435只，发行规模达3.16万亿份，发行数量和发行规模双双创下历史新高。而进入2021年仅半月有余，日光基频现，1月18日，易方达竞争优势企业基金全天募集规模超2370亿元人民币，再度创下国内公募基金首募规模纪录，显示基金发行火爆态势仍在延续。

散户持有流通市值大幅缩水

纵观全球资本市场的发展历程，成熟资本市场都经历了从“散户市”走向“机构市”的过程。而参照成熟的海外经验来看，A股正加速走向机构市。有迹象显示，上一轮的牛市已然成为了去散户化的分水岭。兴业证券统计数据显示，2013年至2015年间，个人投资者持有流通市值占比从72%上升至78%，交易额占比从81%上升至87%，散户主导市场的局面进一步加深。

而中金公司方面数据显示，个人投资者持有总市值比例从2014年的28%下降到2020年的22%，个人投资者持有流通市值比例从2014年的72%下降到2020年的52%。与此同时，机构投资者持有总市值比例从2014年的11%上升到2020年的21%，机构投资者持有流通市值比例已从2014年的38%上升到2020年的48%。由此可见，A股散户持有流通市值占比大幅缩水。



主流资金向优质资产汇集

从市场形势来看，A股主流资金正在向成长确定性高、代表经济发展方向的核心资产加速汇集，显示专业投资机构在市场上的话语权大幅提升。截至1月18日，A股市场排名前30位的公司里中小创企业由2019年的1家猛增至7家。与此同时，头部公司的市值也在持续扩张。公开报道显示，截至2020年末，市值排在前十%的公司在全A股中的市值占比高达66.62%（剔除已退市公司，下同），较2019年末提升了1.21个百分点。自2016年以来，10%的头部公司的市值占比逐年拔高，过去5年间已累计提升逾14个百分点。

机构化趋势将持续走强

纵观行情，研究机构普遍表明，2021年市场机构化趋势将持续走强，A股市场将继续呈现结构化分化形态。据中信证券最新预计，到2025年末，公募基金的持股市值将从当前的4.1万亿元提升到9.1万亿元，占比提升至8.7%；同时，外资持股市值或将从当前的2.8万亿元提升到8.3万亿元，占比提升至8%。

全球手机出货量低开高走

数据显示，在所有手机类型中，智能手机出货量占比最高。2020年12月，智能手机出货量2521.8万部，占同期手机出货量的94.8%。全年来看，智能手机累计出货量2.96亿部，占同期手机出货量的96.0%。然而其出货量下降趋势依然明显，去年全年出货量同比下降20.4%。疫情成为手机出货量下降的重要因素。根据Digitimes Research 1月13日发布的2020年全球智能手机出货量报告，受疫情肆虐全球影响，2020年全球智能手机需求及出货不如2019年。2020年智能手机出货规模低开高走，从首季年减幅超过两成，第2季仍有2位数衰退，第3季跌幅已缩小至个位数，但值得注意的是，到第4季则呈现个位数增长，这意味着全球手机市场有所“回暖”。

国产品牌手机占主流

从国内手机市场的品牌构成来看，国产品牌手机依然占主流。2020年12月，国产品牌手机出货量2055.3万部，同比下降22.8%，占同期手机出货量的77.3%；上市新机型38款，同比增长26.7%，占同期手机上市新机型数量的84.4%。1-12月，国产品牌手机出货量累计2.70亿

5G手机占比不断扩大

尽管手机市场整体下滑，但国内5G手机的发展却成为亮点。中国信通院报告显示，2020年12月，国内市场5G手机出货量1820.0万部，占同期手机出货量的68.4%；上市新机型19款，占同期手机上市新机型数量的42.2%。从去年1月至12月，国内市场5G手机累计出货量1.63亿部、上市新机型累计218款，占比分别为52.9%和47.2%。2020年11月，在中国移动2020年全球合作伙伴大会上，中国移动副总裁简勤预计，2021年5G手机占比将达80%，2021年年底，千元机中5G渗透率将超过90%。销量方面，中国移动预计2021年终端市场规模将超万亿元，手机销量将超3.5亿部，其中5G手机将达2.8亿部，其他的智能硬件销

5G网络建设持续推进

同时国内5G网络建设将持续推进。数据显示，目前我国已建成全球最大的5G网络，累计已建成5G基站71.8万个，推动共建共享5G基站33万个。天眼查资料显示，广东省拥有较为完善的5G产业链，涵盖芯片、元器件、传输介质、原材料、生产设备等上游产业，通信设备、5G终端产品、行业应用等下游产业。其中，在通信设备和5G终端制造领

微信视频号首次公布运营规则

用户数据显示“岭南特色”明显

文/图 羊城晚报记者 王丹阳

去年1月，张小龙在2020微信公开课PRO上做了一个预告：“微信的短内容一直是我们要发力的方向，顺利的话可能近期会和大家见面。”10天后，微信视频号正式开启内测。5个月后，张小龙发朋友圈宣布视频号数据：“2亿，是开始”。

1年后的2021年1月19日，微信10周年之际，在广州举行的2021微信公开课PRO上，已迭代4大版本、陆续支持顶部分栏、转发朋友圈大屏显示、长视频、直播打赏、连麦等功能的微信视频号，成为当日主论坛的“压轴嘉宾”。

“85后女性是发布最活跃人群，周五晚饭后是最活跃观看时间，周日是发布最活跃时间，发布最多内容为吃喝玩乐。”在微信公开课PRO现场，微信视频号团队发布了一组用户趣味数据。同时，微信官方团队首次公布视频号运营规则：全开放、人人平等、保护原创。

广州发布最活跃

在地域上，来自腾讯的微信视频号上也带有浓郁的岭南特色。微信视频号团队发布的数据显示，过去一年，用户最爱在视频号搜索的音乐是粤语经典，广州是发布视频号最活跃城市、也发布最多搞笑内容。深圳最爱时尚，惠州则领先国内其他城市成为“最爱看视频的城市”。此外，兰州用户爱点赞，大连用户喜欢在评论区“唠嗑”，北京用户最爱看直播，重庆用户在视频号里夜猫子多。

在年龄段上，60后爱看萌宠，80后爱看旅行风景，00后的女生在意人设。

其他数据则显示，女生最爱在直播间点赞，为优质内容竖起大拇指的“点赞”表情成为视频

这些特性受欢迎

微信视频号团队表示，从视频号上线早期，武汉雷神山医院建设者通过视频号分享抗疫经历，到工地劳动者在视频号分享跳霹雳舞的日常，再到摄影师用视频号直播流星雨。经过一年发展，微信视频号创作者已经遍布各行各业职业，内容日益繁荣。除个人创作者外，还有众多明星、KOL和哔哩哔哩、京东、快手在内的品牌入驻了视频号。

如何让视频号更受欢迎？过去一年里最受用户喜欢的视频号有哪些内容特性？

微信视频号团队则在公开课现场如是总结：拥有清晰明确的人设、说别人想说但没出口的话、意料之外的内容包装、拍摄不经常看到的风景和直播探索不同场景等。

推出原创计划

视频号是否有流量扶持？是否对某一类内容有偏好？在视频号“周岁”之际，微信官方团队首次公布视频号运营规则：全开放、人人平等、保护原创。

微信公开课讲师表示，视频号链接微信生态的打通能力，能借助公众号、搜一搜、看一看、小程序等已趋成熟的产品，形成微信生态合力。PC端的视频号助手、剪辑APP剪辑等工具也将助力用户创作，降低创作难度。

此外，视频号平台也推出了原创计划，在鼓励、保护原创的同时也降低了创作者的认证门槛。2020年，微信视频号平台累计打击超过25万条诱导骗赞、搬运仿冒等违规行为，共处理14614个侵权投诉。



微信官方团队首次公布视频号运营规则：全开放、人人平等、保护原创

广州15个月志愿服务创造3383万元价值

羊城晚报讯 记者孙晶、实习生杭莹报道：1月19日，在“益企相伴 出新出彩”2021粤港澳大湾区社会责任影响力发展交流活动中，有机构数据显示，广州15个月志愿服务创造3383万元价值。

据中国志愿服务网统计数据，截至2020年12月5日，中国实名志愿者达到1.92亿人，占居民人口比例约为13.7%。志愿团体78万个，志愿项目471.2万个，服务时间总数26.45亿小时。

和众泽益项目总监林海萍介绍，虽然越来越多的企业将志愿服务纳入核心公益战略，但行业整体缺乏评估志愿服务项目价值的工具和方法，很少能够客观披露企业志愿服务价值。因此，和众泽益自2014年起每年参考国际通用的国民生产总值计算方法核算企业志愿服务小时数价值，即在国家统计局当年发布的上一年城镇单位就业人员平均工资的基础上增加10%的额外福利，折算成以小时为单位的价值数。

运算结果显示，2020年全国企业志愿服务小时数价值为49.78元。而根据广州公益“时间银行”数据，自2019年8月26日正式上线至2020年11月，广州志愿服务累积志愿服务时数67.96万小时，以此计算，创造的价值为3383万元，相当于一个中小企业的年营业收入，其社会价值可见一斑。

活动中，商道纵横进一步解析了最近发布的2021年中国社会责任十大趋势报告，建议企业应在“十四五”规划的大框架下制定未来的商业战略，积极采取可持续发展举措。“其中，ESG研评教育生态体系初形成，碳中和目标掀起减碳承诺浪潮，以及‘双循环’新格局促进可持续消费这三大趋势对同行业的企业都将带来较大影响。企业应当将自己置于中宏观大局中，去做微观布局，才会更有前瞻性和可持续性。”商道纵横合伙人、副总经理冯雨露说。

小程序继续生猛

日活超4亿，年交易额同比增超100%

羊城晚报讯 记者王丹阳报道：1月19日，在以“WeBuild激发”为主题的2021微信公开课PRO上，微信小程序团队在会上发布了小程序活跃用户突破4亿的“年度成绩”和6大模块助力交易增长的2021计划。

在商业化领域，微信小程序的交易生态继续迅猛发展。2020年小程序年均DAU（日活跃用户）突破4亿，全年累计交易额同比增长超100%。到2020年底，全年累计有超过1亿人次在购物中心和百货小程序购物；借助小程序预售+线下自提等模式，累计超过3亿用户在微信内购买生鲜蔬果。

在政务民生领域，超过8亿人次使用小程序健康码，累计展示码量超200亿次；而社保缴费小程序，帮助1.59亿人在疫情期间实现不出门在线完成参保。

“2020年，小程序积极融入到战疫的‘第一线’，在连接用户、服务用户方面承担了更加重要的角色，已成为多行业的服务承载基建。”微信小程序团队表示，2021年，微信小程序将围绕拓场景、降本增效、丰富经营、数据分析、运营支撑、提升信任6个模块进行发力，助力用户交易增长。