

有爆款基金规模缩水逾80%

截至3月末,公募基金总规模达21.56万亿元,环比下降1.02%



文/表 羊城晚报记者 丁玲

结束八连涨!受A股市场持续回调影响,公募基金规模也遭受冲击,自去年7月以来连涨8月后,在今年3月份规模出现环比缩水。中国基金业协会5月11日晚间披露的数据,截至3月末,公募基金总规模达21.56万亿元,相比2月份减少了2218.48亿元,环比下降1.02%。

股票及混合两大类基金是3月份公募基金规模缩水的主力,两类基金规模减少近3000亿元,不过从基金份额变化数据上看,权益类基金份额仍保持正增长势头,因此净值下跌才是导致3月份公募基金规模下跌的主要原因。

A 四大指数3月跌幅均超5%

相比2月份,3月公募基金总规模下降2218.48亿元,环比下降1.02%,份额依旧保持正增长,3月份公募整体份额从187294.9亿份增长至189199.07亿份,份额环比增长1.02%。值得注意的是,公募基金份额增长开始出现放缓迹象,3月份份额涨幅创最近7个月新低,今年2月份公募基金份额一度环比大增7%,今年1月、去年12月份份额增长也分别达到2.56%、4.32%。

从去年7月起,公募基金规模在短短8个月内大涨近5万亿元,带

相关链接

今年清盘基金已达85只

春节后,市场振荡加剧,公募基金市场也有所降温。不仅新发基金遇冷,“日光基”难觅踪迹,还有不少基金发布公告宣布基金清算。据《中国基金报》报道,截至5月14日,今年以来,已有85只基金(A/C份额分开计算,下同)发布清算公告,远超去年同期33只,同比增长157.58%。

今年以来,基金清盘的案例屡见不鲜。Wind数据显示,截至5月14日,今年共有85只公募基金宣布清盘,同比增长157.58%,其中债券型基金共计39只,占比近46%,是各类型基金中清盘数量最多的产品类型。

具体到二级分类,中长期纯债型基金的清盘数量最多,高达25只。另外清盘的混合型基金共计31只,股票型基金共计13只,也居于较高水平。

上海证券基金分析师杨晗认为,“清盘基金”的出现最终是基金业绩和市场环境的综合反映:一方面,一些中长期纯债基金同质化严重,如果业绩欠佳,导致资金大量流出,最终面临清盘;另一方面,市场对于资金面趋紧和信用债违约担忧,也会导致部分资金从债市流出。

上海一位中型基金公司固收类基金经理认为,债基成清盘大户很大一部分原因可能还是

机构定制的关系,不少债基机构占比80%以上。由于定制到期,或者大客户希望退出,导致基金规模不足,需要清盘。

上海一位公募基金市场部负责人也提到,同质化产品本身在运营上压力就比较大,特别是定制基金中的同质化产品。今年以来部分机构投资者因流动性、投资策略变化等因素可能会考虑赎回基金,以定制基金居多的债券型基金自然面临较大赎回压力。此外,从收益情况来看,债券市场自去年4月底调整以来,收益率承压,也会引发投资者因业绩未达预期选择赎回。

记者注意到,为了避免意外

主因是业绩欠佳,导致资金大量流出

清盘,今年3月下旬开始已有多只定制基金修改合同,取消自动清盘条款,比如中银基金日前发布关于中银丰荣定期开放债基修改基金合同终止条款的议案,拟取消自动清盘条款,变更为持有人大会表决清盘。此外,南方弘利定开债、中银丰润定开债、华安安逸半年定开债等十多只产品也发布了类似公告。

从历史数据来看,2020年全年清盘基金数量为170只,是仅次于2018年的历史第二高位,当年在债市剧烈调整下,债券型基金清盘数量69只,而在当年权益类基金发展的大年,权益类基金清盘数量也多达84只。

(钟金)

天气提前进入酷夏的广州,在5月13日迎来了雀巢冰淇淋全新子品牌粤新意的首度线下亮相。

在商业地标天河城北广场,一座创意吸睛的大型艺术互动装置“新意境”也为广大消费者开启了惊喜又美味的快乐夏天。在互动装置的揭幕仪式上,雀巢(中国)高级副总裁,奶品、冰淇淋、专业原料及水业务负责人吉安龙宣布将持续通过生产、研发与品牌文化建设等方面创新,加快粤新意的市场拓展。

推出本土化新品牌

实际上,粤新意在3月份就已问世。首发的5款新品融合了“祥狮”等广东传统文化元素,并开发了荔枝米酒桂花等创新口味。吉安龙表示:“中国消费者开启了惊喜又美味的快乐夏天。在互动装置的揭幕仪式上,雀巢(中国)高级副总裁,奶品、冰淇淋、专业原料及水业务负责人吉安龙宣布将持续通过生产、研发与品牌文化建设等方面创新,加快粤新意的市场拓展。”

本土化创新实力

据中国饮食行业协会调查数据显示,2014年中国冰淇淋市场规模仅有708亿元,2019年迅速增长至1380亿元,中国冰淇淋市场规模稳居全球第一,预计2021年冰淇淋市场规模有望超过1600亿元。面对该市场巨大的前景,冰淇淋市场也开始上演激烈的品牌竞争战,力争在市场中获得更多的主动权。雀巢在这一赛道也从未缺席,除了从国外引入不同档次的产品,还特地针对新一代年轻消费群体,基于多年钻研本土粤式冰淇淋口味的丰富经验,推出了全方位本土化的新品牌粤新意。目前,雀巢与和路雪、明治等外资品牌约占全国

26%的冰淇淋市场。

把本土化的地方品类作为一个重要的发力方向,雀巢深耕华南地区已有20年的经验。在接下来的专访中,吉安龙还剖析了目前市场的发展新趋势,并表示雀巢将不断推进创新,以抓住这一机遇:Z世代的网络数字原生代居民,推动了传统冰淇淋市场不断进行新变革。“现在Z世代的年轻人是生活在完全数字化之中,中国又在崛起的时代里面。他们的文化认知跟70后、80后也有很多不一样的,对于本土文化的新意和自豪感是不可同日而语的,也是非常强劲的。他们对于消费,是希望多元化、新奇化,并且是快速化的。我们粤

新意是基于Z世代消费者——这些年轻人的消费需求所应运而生的”。

加速研发和渠道拓展

吉安龙表示:“相比前几年,我们会先做出样品,让消费者去品尝,以测试产品,然后再根据消费者的反馈作修改,但这个方式相对比较耗时间。现在我们从互联网的社会化平台,去探听消费者喜欢什么,已经在买什么,挖掘一些比较早期的信号,来支撑我们自己的研究。”

新消费群体的变化,也促使雀巢不断更新变革,加速了新品的研发速度,“从以前的一年半时

5月应有不错轮动机会

券商板块反弹,融资盘回流明显

两融透析

上周沪指涨2.10%,创业板指大涨4.20%,两融股票加权价格指数涨2.20%,日均成交金额较前周减少5%。上周五两市融资余额为15226亿元,较前周五净流入130亿元,增幅约为0.86%。其中沪市净流入68亿元,深市净流入约62亿元。融资盘流入前高后低,上周一至上周五分别净流入53亿元、18亿元、36亿元、18亿元和15亿元。

上周沪深4285只个股,全周上涨的3146只,占比73%,较前周的50%有所上升,呈现普涨格局。

上周大盘受外围波动影响,成交量有所减少,北上资金流入变弱,但市场整体结构仍按自身特征运行。医疗医药板块持续强势领涨,自动驾驶概念卷土重来。钢铁、有色、煤炭等周期类板块有所回撤,但上周四、上周五军工股和券商股再度成为市场焦点,券商股活跃的位置常常是大盘强力支撑的区域。另外,银行股、中石油等权重股顶托大盘,超跌个股也跟风反弹。大盘在区间低位的承接力在增强,板块轮涨,小波段运行的特征比较明显。

2月、3月、4月融资盘连续净流出99亿元、206亿元和72亿元,5月以来转为净流入195亿元,偿还大幅下降,持股信心加强,个股上涨也在增加,预计5月、6月应有不错的轮动机会。上周的平均维保为273%,较前周均值的271%有所上升,处于盈利线之上,融资盘易增减。

上周另一重要的资金方向,陆股通净流入27亿元,是连续

第五周净流入。其中沪股通净流入7亿元,深股通流入20亿元。上周一净流入45亿元,上周二至上周四转为净流出48亿元、4亿元和56亿元,上周五净流入90亿元。与融资盘当周净流入的130亿元相比,北上资金流入变弱。上周两者合计净流入157亿元。5月以来,北上资金净流入33亿元,今年以来北上资金净流入1558亿元。

上周融资买入额为3464亿元,日均值为729亿元,较前周的72亿元,日均值减少7%。融资买入额占两市成交之比为8.7%,较前周的8.9%有所回落,融资买入与融资余额之比为4.8%,较前周的5.2%有所回落。上半周受外围波动的心理影响,开仓力度有所下降。

上周融资偿还额为3514亿元,日均值为703亿元,较前周的70亿元,日均值减少6%,中线持股心态占上风。

上周融资买入与偿还额合计约为7158亿元,日均值较前周减少6.60%,较大盘日均成交的5%的降幅要大一些,显示融资市场活跃度稍有降低。

与前周的融资余额15096亿元比较,周换手率为47%,较前周的51%有所下降,人气仍处于活跃状态。

与两市上周成交金额41678亿元相比,上周的融资交易占比为17.20%,较前周的17.40%有所下降,处于合理水平。

上周五融券余额约为1531亿元,较前周增加43亿元。

后市研判:大盘反弹一波三折,板块轮动,总体重心向上,绩优成长与题材并行,投资者可提升对市场参与度。

(刘然)

两大类股票有结构性机会

金谷观察

都进入5月份了,现在再去谈去年年报大概率OUT了。但是,毕竟4月30日去年的年报才公布完毕,

投资者才得窥全豹,好像不谈一下总是少了什么。谈没问题,就是时间观念不要弄反了,静态地盯着老黄历看看会黄了,动态地看当下才能看到未来。来看看煤炭股的戏码,特别有意思。

从年报看,A股近七成煤企净利下滑,原因是疫情冲击煤价、双碳战略下供给侧改革、安检环保力度加大……37家上市煤企总体家数营收增长、12家净利润增长,但22家营收、净利双下滑。

不过,据最新报道,当下的煤炭价格正值飙升,行业已经有点“煤打煤求”的味道。有的煤矿几个小时一个价,且搭煤惜售,签长协煤合同比例低的电厂为买不到动力煤而犯愁。业内人士介绍,春节过后煤价开始反弹。特别是进入二季度以来“煤飞”行情持续,“公司坑口煤1月售价达每吨460元,创历史新高。3月有所下跌,为每吨380元。4月又环比上涨10%~15%”。

这就是所谓此一时、彼一时,回过头看2020年煤炭采选行业指数,基本就是随波逐流调整为主的选择,但也有18%的年度涨幅,关键是下半年涨了37%。到了今年至今,行业指数

则只是涨了11.80%,而月线看则是2月以来四连涨,最大涨幅接近三成,尤其是五一假期后的最初3个交易日,累计涨了15.80%。

时过境迁,消息面上以煤炭股为代表的顺周期股包括钢铁股、有色股等正热,盘面波动却依然不小。“煤飞色舞”正被吓得眉飞色舞时煤炭股却大跌了,行业指数上周一冲上高位后反复下调,周内后4日累计下调了7%,后两日二连跌就累计下调了6.70%。

上周本栏指出过,当前A股市场分化剧烈,不是单纯的冷热之分,而是升跌之分,系统风险不高,风险点主要在结构性上,上述煤炭股表现可以说明这一点,上周五“牛市旗手”券商股突然集体飙涨也是如此。五一后券商股连跌三天,行业指数跌了3.10%,创去年7月以来新低,但随后四日涨了8.6%,上周五一天就涨了6.70%。

那么,煤炭等顺周期股在基本面好的情况下是否就一蹶不振,前冷后热券商股集体拉升后是否就有大行情呢?本栏以为,这是剧烈的升跌分化,两大类股票后市都应该保持结构性机会,可以注意其轮动性。大盘则在这个分化炒作中维持着动态平衡,沪指节后在3400点的风险点得以清除,大盘后市将大概率保持强势振荡态势。

(金谷明)

2021年5月17日/星期一/经济新闻部主编
责编 周寿光/美编 黄绮文/校对 赵丹丹

专题

粤新意首次线下亮相

Z世代冰淇淋展示雀巢本土创新实力



推出本土化新品牌

实际上,粤新意在3月份就已问世。首发的5款新品融合了“祥狮”等广东传统文化元素,并开发了荔枝米酒桂花等创新口味。吉安龙表示:“中国消费者开启了惊喜又美味的快乐夏天。在互动装置的揭幕仪式上,雀巢(中国)高级副总裁,奶品、冰淇淋、专业原料及水业务负责人吉安龙宣布将持续通过生产、研发与品牌文化建设等方面创新,加快粤新意的市场拓展。”

本土化创新实力

据中国饮食行业协会调查数据显示,2014年中国冰淇淋市场规模仅有708亿元,2019年迅速增长至1380亿元,中国冰淇淋市场规模稳居全球第一,预计2021年冰淇淋市场规模有望超过1600亿元。面对该市场巨大的前景,冰淇淋市场也开始上演激烈的品牌竞争战,力争在市场中获得更多的主动权。雀巢在这一赛道也从未缺席,除了从国外引入不同档次的产品,还特地针对新一代年轻消费群体,基于多年钻研本土粤式冰淇淋口味的丰富经验,推出了全方位本土化的新品牌粤新意。目前,雀巢与和路雪、明治等外资品牌约占全国

26%的冰淇淋市场。

把本土化的地方品类作为一个重要的发力方向,雀巢深耕华南地区已有20年的经验。在接下来的专访中,吉安龙还剖析了目前市场的发展新趋势,并表示雀巢将不断推进创新,以抓住这一机遇:Z世代的网络数字原生代居民,推动了传统冰淇淋市场不断进行新变革。“现在Z世代的年轻人是生活在完全数字化之中,中国又在崛起的时代里面。他们的文化认知跟70后、80后也有很多不一样的,对于本土文化的新意和自豪感是不可同日而语的,也是非常强劲的。他们对于消费,是希望多元化、新奇化,并且是快速化的。我们粤

新意是基于Z世代消费者——这些年轻人的消费需求所应运而生的”。

加速研发和渠道拓展

吉安龙表示:“相比前几年,我们会先做出样品,让消费者去品尝,以测试产品,然后再根据消费者的反馈作修改,但这个方式相对比较耗时间。现在我们从互联网的社会化平台,去探听消费者喜欢什么,已经在买什么,挖掘一些比较早期的信号,来支撑我们自己的研究。”

新消费群体的变化,也促使雀巢不断更新变革,加速了新品的研发速度,“从以前的一年半时

间,到现在只需要8~10个月,就可以有一个新品问世,来迎合消费者迅速变化的需求”。

此外,随着冷链物流的发展和消费习惯的改变,传统的冰淇淋消费场景也从线下零售店或者超市批发,转向了与电商新零售并重之路。在持续推进多重创新以焕新粤式美味之余,雀巢还将加大对电商渠道的投入,包括开设冰淇淋业务独立旗舰店及与盒马鲜生建立互惠合作,助力全新子品牌粤新意加速市场拓展,让新意潮席卷全国。“粤新意是生于广东,也会根植于广东,大本营仍然是在广东地区,因为它是Z世代文化的代表。不仅如此,我们希望在未来一步一步,非常稳

健地把这个品牌和品牌的经验和享受带给全国的消费者”。

据了解,粤新意产品的由雀巢位于广东的冰淇淋工厂雀巢广州冷冻食品有限公司生产。作为雀巢在广州的重要投资,该工厂自1986年以来,不断进行扩建并改进生产设备,目前已经是雀巢在全球的知名冰淇淋生产工厂,拥有一流的生产线并贯彻雀巢全球的品质标准,多次荣获广州市政府与广州开发区政府颁发的奖项。中国力争于2030年前实现碳达峰,努力争取2060年前实现碳中和,该工厂在碳减排方面亦有很大成效。去年年底,该工厂在2018年的基础上减少了15%的碳排放。