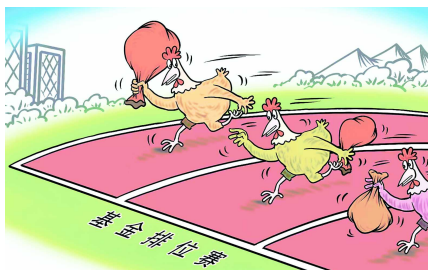


绩优基金限购,场外基金潮起 基金悄然打响年末排位战

李锐

尽管距离年末还有一段时间,但由于各家公司考核时间不一致,年末排名战已经悄然打响。日前,包括中信保诚多策略、金信优质成长等基金纷纷发布限购公告,而与此同时,包括ETF联接基金等场外基金的发行潮,也一度成为市场关注的焦点。



年业绩排名前100的绩优权益基金中,有22只基金都处于暂停申购或暂停大额申购的状态。对此,有基金评价人士认为,部分中小基金公司产品限购,可能是为了打造小公司的明星产品,通过产品业绩的品牌效应,提升公司的知名度和影响力。

2 场外基金发行潮

ETF基金的持续火热,带动了场外联接基金的发行。就在此前,科创100指数8月7日正式发行,是国内第2只科创板宽基指数,首批4只科创100ETF自9月15日挂牌上市,基金公司10月20日便发布科创板100ETF联接基金的招募说明书,当下正处于发行阶段,4只ETF联接基金预计将于11月陆续宣布成立。ETF联接基金是投资于标的ETF的场外基金,与ETF场内交易需有证券账户、申购赎回通过一篮子股票门槛较高相比,ETF联接基金和普通的开放式基金一样,投资者可以方便地在直销或代销渠道进行低门槛现金场外申购。截至11月5日,共有11只联接基金正处于发行阶段,其中不乏场外市场首次覆盖的产品。同期数据显示,截至11月5日,ETF联接基金总数量达到

450只,其中今年新成立85只ETF联接基金,加上正处于发行阶段的11只基金,年内新发数量有望超过2021年的95只,今年新发数量有望再创历史新高。

总体来看,易方达基金和华夏基金今年ETF联接基金规模分别增加了137.57亿元和108.57亿元,在场外市场发展势头最好,华安基金、嘉实基金、国泰基金和富国基金紧随其后,年内规模分别增加44.79亿元、36.05亿元、24.51亿元和23.77亿元。

3 养老Y份额成立一周年

统计数据显示,自2022年11月4日证监会公布《个人养老金投资公募基金证券投

资基金业务管理暂行规定》以来,截至2023年11月5日,一年来公募市场上共有171只养老FOF产品成立个人养老金专属份额Y份额。数据显示,截至2023年三季度末,160只养老FOF产品Y份额合计规模为51.87亿元,并且Y份额基金自成立以来的收益表现存在一定程度分化。

截至2023年三季度末,160只公募养老FOF产品Y份额合计规模为51.87亿元,华夏基金、易方达基金、兴证全球基金、工银瑞信基金、中欧基金旗下养老FOF产品Y份额的管理规模均在5亿元以上,超过85%的Y份额基金规模不足5000万元。从收益表现看,Y份额基金成立以来的业绩回报呈现一定程度的分化。

国家金融监督管理总局上海监管局

关于换发《中华人民共和国金融许可证》的公告

下列机构经国家金融监督管理总局上海监管局批准,换发《中华人民共和国金融许可证》,现予以公告。

机构名称:上海农村商业银行股份有限公司
斜土东路支行
机构编码:B0228S231000293
机构流水号:00855550
批准成立日期:2012年10月11日
机构住所:上海市黄浦区斜土东路76号1-2层,80号1-3层

电话:021-53860932
邮编:200011
业务范围:经银行业监督管理机构批准,并由你行授权的业务。
发证机关:国家金融监督管理总局上海监管局
发证日期:2023年10月26日

以上信息可在国家金融监督管理总局上海监管局网站上(www.cbirc.gov.cn)查询

建行信用卡“双11”惠民服务助力消费提振

优惠丰富多样 携手头部力促消费

10月中旬以来,建行信用卡陆续发布了多项“双11”专属优惠活动。与以往相比,今年的形式和内容都呈现更加丰富的特点,活动覆盖面广,参与门槛低,折扣力度大,持续时间长。

围绕深耕多年的“龙卡信用卡 优惠666”品牌,今年“双11”期间,建行信用卡在这一品牌主题下推出多元优惠活动,持卡人在京东消费最高减66元,在携程、美团、叮咚买菜、全家、罗森、喜茶、瑞幸咖啡、肯德基、麦当劳、来伊份、永辉等商户消费享受6.6折优惠。在分期支付方面,建行信用卡与支付宝、淘宝、京东、拼多多、小米、苏宁、宜家等头部商户开展0分期利息、分期满减等活动。此外,“双11”期间的信用卡消费还可享受更多积分赠送,持卡人报名参加“支付宝狂欢双11加分计划”,使用建行信用卡在支付宝渠道每消费1元即可获得1倍综合积分奖励。

2022年,建行推出“积分刷刷乐”活动,“双11”期间参与人数众多,切实让持卡人享受到消费越多,获赠积分越多的用卡体验,受到持卡人的广泛青睐。今年,建行信用卡进一步加大该项活动的惠民力度,加大了投放量,持卡人在10月份订购“积分刷刷乐”权益后,11月期间,其名下所有的建行信用卡(不累计积分的特殊卡种除外)在支付宝、财付通渠道的消费可以累计五倍综合

一年一度的“双11”购物节已拉开帷幕,线上线下零售市场共同迎来了全年重要的消费时点。这一场“全民参与”的消费盛宴既是商家销售的黄金时期,也是广大消费者期待的购物盛事。作为年度消费的“巅峰之战”,“双11”购物节承载着推动四季度消费活力上升的重要使命,建设银行信用卡紧扣“恢复和扩大消费”的战略导向,深耕消费生态场景建设,携手线上线下头部商户共同推出折扣满减、积分赠送、分期免息等用卡优惠活动,以惠民服务释放消费潜力,促进消费提质升级。

积分,每人每月上限8万分。

聚焦细分人群 激发多元消费活力

随着人们生活水平的持续提升,消费结构呈现出多元化、多层次的发展特征。建行信用卡充分考虑不同客户群体的需求,深挖消费金融场景,不断创新和迭代金融产品,为激发消费动能、带动消费市场增长贡献金融力量。

面向县域乡村客群,建行信用卡从顶层设计出发,加大信贷资源投放,为县域经济发展注入源源不断的金融“活水”。据了解,“双11”期间,建行信用卡发挥“建行生活”平台资源优势,以“点亮城市”、“美丽家园”等活动为主打,在各地结合当地县域特色开展丰富多样的用卡优惠,覆盖景点、住宿、餐饮、文娱等多方面,通过“线上平台领券,线下商户用券”的形式,将客户吸引至线下优质商户和特色商圈,激发线上线下消费热情。以贵州为例,当地自然、人文、美食资源

众多,榕江“村超”热度持续火爆,建行信用卡面向全国开展“美丽家园·多彩生活”特色活动,活动涵盖榕江特色美食店、商超便利店以及百货特产店,向全国人民展现多彩贵州魅力。

面向年轻客群,围绕年轻客群线上化消费特征,建行信用卡持续提升线上化智能化服务能力。例如今年“双11”期间,使用建行信用卡通过微信支付消费后,可在“微信支付有优惠”微信小程序领取金币,金币可在“今日好礼专区”兑换建行信用卡微信立减金,支付时可直接抵扣使用。

服务实体民生 持续助力扩大内需

党的二十大报告强调,要着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用,坚持把发展经济的着力点放在实体经济上。一直以来,建设银行聚焦服务国家消费转型升级和人民美好生活需求,充分发挥国有大行在消费金融领域

主力军和压舱石作用,以多元信贷供给支持服务消费金融需求。

今年以来,建行信用卡围绕餐饮美食、时尚购物、娱乐休闲、商旅出行、生活服务等重点消费领域开展多种用卡活动,以金融之力助推经济增长。在商户端,建行信用卡联合数家行业头部企业推出支付优惠活动,形成促消费、惠民生的良好氛围。同时,建行信用卡结合手机新品发售、头部数码家电焕新、暑期国庆出行等时机节点,与高流量平台开展分期营销合作,有效激发消费意愿。建行2023年半年度报告显示,建行信用卡累计发卡1.37亿张,信用卡客户1.06亿户,客户总量居同业首位,上半年信用卡消费交易额1.43万亿元,贷款余额9,395.96亿元,资产质量保持良好水平。

据介绍,结合接下来元旦新春佳节等多个消费热点,建行信用卡将持续围绕“龙卡信用卡 优惠666”品牌主题,精选餐饮美食、时尚购物、商旅出行等热门场景,多措并举充分激发消费潜能,进一步拉动消费增长。

《关于恢复和扩大消费的措施》强调,要把恢复和扩大消费摆在优先位置,增强消费能力,改善消费条件,创新消费场景,充分挖掘超大规模市场优势。建行信用卡相关负责人表示,将深入贯彻党和国家重大战略部署,围绕中央扩内需、促消费的主基调,积极把握消费经济发展的新业态、新方向,深化科技创新与产品迭代,以金融力量助力消费创新升级。

(文力)