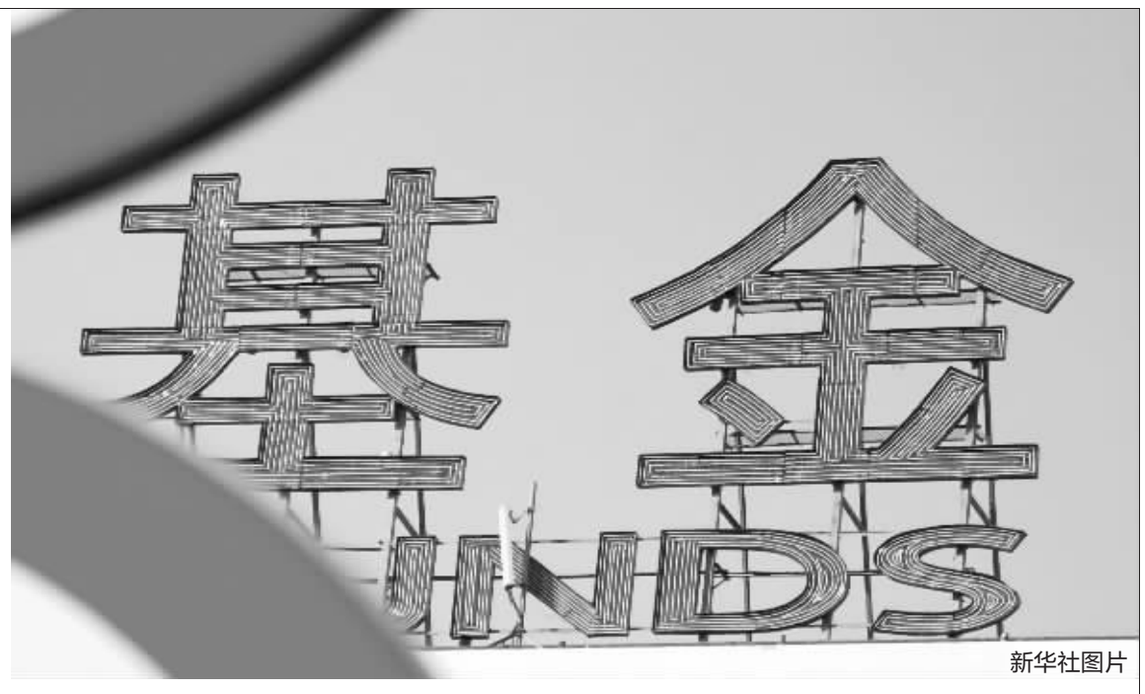
*时隔近一个月，新基金发行市场再次出现爆款。*

*中国证券报记者从渠道人士处了解到，原定于4月8日-17日期间发行的易方达消费精选于4月8日当天一日售罄。Wind数据显示，截至4月8日，今年已有43只基金一日售罄，而今年新成立的基金累计规模达到5241.83亿元。*

*值得注意的是，近期以消费为代表的内需板块呈回暖之势，有多只新发基金投资主题涉及消费。与此同时，还有多位主打消费领域的基金经理发行新产品，多家机构及基金经理对消费板块后市比较乐观。*



新华社图片

## 易方达消费精选一日售罄

# 爆款基金时隔一月再现江湖

□本报记者 徐金忠 万宇

### 一日售罄盛况再现

易方达基金4月8日晚公告显示，易方达消费精选自4月8日开始募集，原定募集截止日为4月17日。根据有关规定，基金管理人决定将基金募集截止日期提前至4月8日，即自4月9日起不再接受认购申请。该基金首次募集规模上限为80亿元（不包括募集期利息）。根据统计，该基金累计有效认购申请金额已超过本次募集规模上限80亿元，基金管理人将对4月8日有效认购申请采用“末日比例确认”的原则予以部分确认。

公开资料显示，易方达消费精选拟任基金经理为业内知名的基金经理萧楠，曾多次获得年度或半年度业绩冠军。萧楠尤其擅长消费领域的投资，由他管理的易方达消费行业是目前市场上规模最大的主动股票型基金，Wind数据显示，截至4月7日，该基金规模为205.29亿元，成立以来的收益率为185.10%。凭借长期优异的业绩，该基金连续四年获得金牛奖。

除了易方达消费精选，本周还有26只新基金（A/C份额合并计算）开始发行，加上93只正在发行的基金，本周同时在售的新基金总数达到120只。

### 新基金回暖尚需时日

今年新基金发行频现爆款，Wind数据显示，截至4月8日，今年市场上已经有43只基金一日售罄。其中，睿远均衡价值三年混合一天认购规模高达1223.8亿元，其首发规模已超过上投摩根亚太优势，刷新公募基金历史上单只基金认购资金纪录。还有多只基金配售比例在10%以下，除了睿远均衡价值三年混合，交银科锐科技创新、广发科技先锋配售比例分别低至5.84%和8.68%。

而在募资规模方面，截至4月8日，今年新成立的基金数量为511只（不同份额分开统计），累计规模达到5241.83亿元，大幅超过去年同期新成立的基金规模（成立391只基金，累计规模为2723.05亿元）。

在经历了3月初新基金发行“爆款周”的盛况后，权益类基金的发行暂时归于平静，直到4月8日，时隔近一个月后，才再次出现一日售罄，本周基金发行市场显出一定的热度。但“整体而言，并未见到发行全面回暖的情况，毕竟市场整体走势偏弱，赚钱效应比较差。目前能见到发行较好的产品，一般都是基金公司用资源砸出来的，比如强势的发行渠道、最全面的推广资源等等”。上海一家基金公司市场部门负责人坦言。

另一家基金公司人士则表示，公司正在发行的偏新经济领域的基金发行情况“不达预期”。“感觉是没赶上风头，所以公司上下觉得这个基金发行的情况并不好，但是保成立肯定没问题，要做到发行火热也绝无可能”。

### 机构掘金消费

值得注意的是，近期新发基金中，有易方达消费精选、光大保德信消费主题两只消费主题基金；而工银瑞信圆兴、鹏华价值共赢两年持有期混合、华安现代生活等基金的拟任基金经理也都在消费领域颇有心得。

近期消费股等内需板块表现强势，Wind数据显示，近5个交易日，申万一级行业中，休闲服务板块上涨8.74%，纺织服装上涨了4.52%，食品饮料板块上涨3.27%。展望后市，多家机构及基金经理都对消费股持乐观态度。

萧楠表示，长期看，以人民币标价的资产将成为全球最具有吸引力的资产。他坚信，作为拥有全球最全产业链的工业国，中国一定能够率先走出疫情阴霾。在这样的判断下，他对未来中国的消费行业充满信心。

广发基金宏观策略部指出，结合海内外环境的变化，A股市场短期的风险偏好将会提升，市场可能进入企稳反弹期。短期来看，疫情受损、估值下调较多的品种可能阶段性占优。但中期来看，海外疫情发展仍有不确定性，内需的确定性更大。消费端的可选消费如家电和汽车目前估值水平较低，值得关注。

摩根士丹利华鑫基金认为，随着国内陆续复工及海外疫情防控措施的持续推进，国内市场有望率先企稳。海外市场风险消除后，前期流出的外资有望回流，业绩确定性较高且受疫情影响相对较小的必需消费品板块，有望受益外资回流。

华安现代生活拟任基金经理饶晓鹏表示，在行业配置上，将长期重点关注消费、医药等符合产业升级方向、具有竞争优势的公司。

# 首批公募MOM产品开启正式答辩

□本报记者 李惠敏 余世鹏

近日，中国证券报记者了解到，已有申报了管理人中管理人（Manager Of Managers 简称MOM）产品的基金公司开启正式答辩，且为视频形式。这意味着，距离首批MOM产品拿到批文更近一步。

### 公募MOM开启视频答辩

4月8日，中国证券报记者从多家申报了MOM产品的公募机构获悉，这些机构均已于近日参与了答辩，不过答辩顺序不一。此外，受疫情影响，此次答辩均为视频形式。

其中，某家参与答辩公募的相关人士表示，其公司于4月7日下午两点半开始答辩，两个多小时后才结束。“我们这次只申报了一只产品，答辩也挺顺利。但在我们之后，还有其他公司参与答辩。预计答辩通过之后，拿到批文应该不会太远。”他说。

另一基金公司知情人士也透露说，其所在公司则在4月8日开始答辩，“答辩不仅仅是公司产品部，具体新产品发行还需根据市场情况和各基金公司的准备而定，我们公司相关的策略模型等方面也已提前准备充分”。

创金合信基金此前也表示，在人员、产品、系统、内部运营流程等方面的准备工作已就绪，等待公募MOM产品正式开闸。

值得注意的是，此前，证监会官网曾显示，招商惠润一年定期开放混合型发起式管理人中管理人（MOM）、创金合信群星一年定期开放混合型管理人中管理人（MOM）、华夏博远一年持有期混合型基金管理人中管理人（MOM）、建信智汇优选一年持有期混合型管理人中管理人（MOM）、鹏华精选群英混合型管理人中管理人（MOM）五只产品的审批进度显示已于2月18日获第一次反馈意见。其中，招商和创金合信旗下MOM产品申报材料于2019年12月25日接收，华夏和建信的两只产品材料于2019年12月26日接收，鹏华的产品材料于2020年1月6日被接收。

### 基金公司积极布局

当前，市场中组合基金投资形式的公募产品已有公募FOF、公募养老FOF，以及私募FOF、私募类MOM产品，随着未来MOM产品正式获批，也意味着组合基金又将增加新的产品形式。

从海外的发展经验来看，美国公募MOM基金市场规模从2000年底的3298.47亿美元快速增长到2019年三季度的22005亿美元，已成为主流的资产管理模式。在大资管时代背景下，MOM有极大的发展空间。

建信基金回复中国证券报记者表示，建信基金高度重视MOM业务的发展，公募MOM业务的推出为投资者提供了又一类资产配置新选择，MOM业务一方面有利于充分发挥各机构投资优势，管理多种资产，实现多元配置；另一方面MOM业务在实现资产分散的同时，也有利于提升投资收益。

招商基金表示，目前，公司在团队建设、资产配置、策略评价和系统建设等方面都已做好了充分的准备。MOM产品对公募基金而言是一种很好的开放融合、取长补短的尝试，通过合作共赢，将为投资者提供更加丰富、优质的产品选择。

创金合信基金也表示，应当用长远的眼光看待公募MOM产品的发展趋势，目前正在积极布局公募MOM产品。而公募MOM产品的面世对中小投资者意义重大，中小投资者能享受到更好的资产管理服务，切实收获金融产品供给侧改革带来的消费升级红利。

# 金融类信托上季发行规模占比近三成

□本报记者 戴安琪

用益金融信托研究院最新发布的数据显示，2020年一季度，集合信托发行市场上，金融类集合信托规模为1848.53亿元，占比位列第一，为28.79%；基础产业类次之，规模为1788.66亿元；房地产类集合信托规模为1680.24亿元，位居第三；工商企业类最少，规模仅930.79亿元。

分析人士称，金融类产品受疫情影响较小，加之股债市场的良好表现预期，为金融类产品的募集提供了助力。预计今年投向证券市场的信托资金占比仍有上升的空间。

### 投资者信心有所恢复

据用益金融信托研究院统计，一季度集合信托发行规模为6420.06亿元，环比下降12.42%；尽管金融类集合信托发行规模较2019年四季度而言也有所下滑，但下降幅度仅为4.75%。

某大型信托人士介绍，金融类信托是以证券投资为主的产品，证券投资又主要投向股票、债券等金融市场，与市场的走势息息相关。金融类信托规模占比跃居第一，某种程度上反映了投资者对市场的看好。

资深信托研究员袁吉伟表示：“至少三月中旬之前，投资者热情还是很高，主要指标就是公募基金发行情况，出现了很多爆款产品。随着全球疫情持续发酵，投资者热情有所降温，但国内市场依然韧性较强。”

### 加码布局证券投资信托

“事实上，从2019年下半年开始，金融类信托就逐渐呈现增长态势。”上述大型信托人士表示。他认为，金融类信托的增长有多方面的原因：一是证券市场尤其是股债市场的火热，信托公司的TOF（基金中的信托）产品规模走高；二是信托公司正在加大对消费金融业务的开发，逐渐改变只充当资金通道的角色；三是现金管理类等短期产品增加，丰富了信托公司的产品线，提高了客户黏性。

“融资类信托业务或将进一步受限，信托公司纷纷发力证券投资信托作为转型方向。”某信托业研究员提到。

中诚信托认为，在资管新规和其他监管政策的标准化、净值化的导向下，证券投资信托已经成为信托公司现阶段展业的战略方向之一。多家信托公司已经加快主动提升自主投资管理能力的步伐，包括投研团队的建设、投研管理水平的提升，并提供与之相适应的考核激励机制等制度保障。推动行业证券投资信托从“通道化”向“平台化”提升。

### 金融类信托或将延续增势

展望未来，多位信托人士认为，今年金融类信托规模可能延续增长态势。

上述人士表示，今年上半年，受疫情影响，工商企业经营情况可能受到影响，基建项目和房地产的生产活动短期无法恢复正常，此类投资相对受限。而与此同时，信托资金投向金融市场的优势将会凸显。

市场人士认为，A股见底的三大信号逐渐明确，在全球资金再配置中的价值也逐步得到认可。一是外部信号，全球“美元荒”的流动性风险缓解，风险资产定价机制修复，市场从恐慌期切入冷静期；二是国内流动性信号，北向资金恢复净流入，产业资本回购和增持日益频繁；三是政策信号，货币、财政等一揽子政策落地提速，A股上行的拐点将至。对于债市而言，短端流动性宽松环境继续持续，债市仍处于牛市环境。

国家金融与发展实验室主任曾刚表示，一方面，得益于证券市场改革的不断推进；另一方面，要转型为真正意义上的资管机构，信托公司需要主动提升证券投资能力。预计投向证券市场的信托资金占比在未来仍有上升的空间。

■ “证券行业文化建设高管谈”专栏

# 培育先进文化 提升公司软实力和核心竞争力

□国元证券股份有限公司党委书记、董事长 俞仕新

企业文化是企业的灵魂，积极健康的企业文化是行业软实力和核心竞争力的重要体现，是推动企业发展的不竭动力。

证券市场伴随着资本市场30年发展不断壮大，各家证券公司都积淀了具有行业和自身特色的文化体系，但整体来看，与行业规模、资本实力、利润水平等“硬指标”的快速扩张相比，证券行业文化、职业道德等“软实力”发展相对滞后，与业务经营发展不平衡、不协调的问题比较突出，健康的投资者文化和内部人文化缺失，影响着行业经营质量效率的全面提升。

易会满主席在2019年11月21日证券基金行业文化建设动员大会上指出：“健康良好的行业文化是行稳致远的立身之本，是支撑行业健康稳定发展的底气所在、力量之源。”强调了证券基金行业文化建设的重要性，倡导建设“合规、诚信、专业、稳健”为核心的新时代证券行业文化核心理念内涵，明确了今后行业文化建设的路线图，开启了行业文化建设的崭新阶段。

国元证券高度重视企业文化建设，发挥公司党委领导核心作用，以党建为引领，企业文化建设为抓手，筑就公司的文化支撑力。公司成立之初就提出了“打造百年老店，创建长寿公司”的战略愿景和“为您创造美好生活”的责任使命，凝练“团结、敬业、求实、创新”的企业精神和“诚信为本、规范运作、客户至上、优质高效”的经营理念，确立“诚信立足市场，服务赢得客户”的经营口号，这些内容成为国元证券企业文化的核心内涵和稳固基石，并在实践中不断丰富完善，从而与“合规是底线、诚信是义务、专业是特色、稳健是保证”的证券行业核心价值观相适应，引领公司改革创新发展。

## 一、合规、风控：稳健运行的压舱石

“依法合规、稳健经营”是国元证券始终秉持的经营理念，“业务发展、合规先行”是每个国元人从业的行为准则，通过坚持不懈的努力，合规文化已在国元证券落地生根，保障了国元证券历经风雨，始终平稳、有序、健康发展，被评为“上市公司内部控制百强企业”。

《国元证券员工合规手册》人手一本，34项基本管理制度、504项公司规章、205项部门规章，嵌入到业务经营和日常管理的方方面面，“全员主动合规、合规从高层做起、合规创造价值”的理念融入每个国元人的血液，“建章立制、制度先行，以制度管人、按制度办事”成为每个国元人的行为底线和行动自觉。

“董事会-经营层-内控部门-业务部门风控岗”的四道风险防线，事前、事中、事后的全流程风险管理机制，独具国元特色的“12345”风控体系，全员共享的《内控手册》，无死角的内控矩阵，将防范化解金融风险落到业务的每个环节，做到风险管理与自身能力相适应，业务发展与风控合规动态均衡。

## 二、诚信、守约：安家兴业的根基

作为扎根安徽这片具有深厚文化底蕴的上市券商，国元证券继承了徽商文化“以信取义、义利并举”的优秀基因，使之成为国元证券的立身之本和行为准则。

国元证券制定了《诚信管理暂行办法》，落实在每一位国元人的言行中，落实在每一项工作中，落实在与客户合作交流的每一项业务中。数十年如一日严把信息披露关，未被交易所出具一张监管函，未发布一例更正公告，连续12年被深交所评为最高等级A，这样的记录，在深交所仅有4家上市公司。

稳定良好的合作关系，是诚信文化的最好诠释。2008年保荐科大讯飞上市，客户6次将再融资等资本市场服务交给国元证券，因双方的良好合作，由此带动“中科大系”的科大智能、科大国创的上市、并购重组均由国元证券承做，从而赢得市场良好口碑和赞誉。

## 三、专业、创新：持续发展的动力源泉

国元证券秉持“专业，创造价值”的理念，以客户需求为核心，将专业、创新的价值理念落实到经营管理的全过程。

2006年第一批在香港设立全资子公司国元国际，第一批获得“深港通”业务资格，不断提升跨境金融服务能力。整合投行、信用、资管、投资、区域市场等多业务条线融合作业，创立“投行+投资”“投行+资本中介”“投行+财富管理”等服务实体经济模式。通过整体上市提高证券化率、股权回购和转换等手段，创新了安徽省内国企混改的五种模式，为实体经济发展贡献智慧。

“金数据”项目取得了三项发明专利，研发的“证券个性化服务关键技术与服务系统研究”，获得“安徽省科学技术奖”科技进步奖。参与中国证券业协会文化建设相关调研，撰写《推动证券行业文化建设与道德风险防控，引领行业高质量发展》《加强和改进证券公司品牌文化建设，发挥文化在证券公司品牌打造中的作用》和《社会主义核心价值观引领下证券行业价值观的提炼与践行研究》专题调研报告，先后两次荣获中国政研会和中证金融政研会优秀研究成果一等奖。国元证券的专业服务水平、创新能力提升构建了持续发展的核心竞争力，驱动和赋能业务良性发展。

## 四、责任、担当：回馈社会的应尽之责

“持续发展，以责任为本；基业长青，以民生为念”。国元证券大力倡导企业社会责任理念，服务实体经济，支持公益事业，回报社会，担当社会责任。

响应国家及监管部门服务实体经济号召，在“一带一路”、中部崛起、长三角一体化、粤港澳大湾区等建设方面，始终走在服务实体的一线，从推进企业上市、再融资并购重组，到传统产业混合所有制改革、科技企业创新、优质中小微企业资源整合、普惠金融，近三年来累计为各类企业融资2000多亿元，连续7年在安徽省支持地方经营业绩考核中荣获“优秀”。

累计向社会捐赠资金7000多万元，对口帮扶寿县、太湖、六安裕安区三个国家级贫困县，开展产业、智力、金融及消费等多元化精准扶贫；在全国二十多所高等院校设立“国元证券奖助学金”，投行员工自发成立了“雪莲花爱心基金”，每年资助2000多名莘莘学子。

围绕国企使命担当，紧急驰援疫情防控，在省内率先向红十字基金会捐赠1000万元人民币，公司党员和员工共计捐款29万余元；旗下长盛基金向湖北慈善总工会捐赠50万元，国元期货员工自发筹款6.7万元，用于支持湖北疫情防控工作。

企业发展，文化先行，文化底蕴越深厚，企业越有生命力。国元证券将认真贯彻落实证券基金行业文化建设动员大会精神，响应《证券行业文化建设倡议书》号召，把文化体系建设摆在战略规划的突出位置，围绕公司文化建设总体方案要求，加强领导，明确目标，细化措施，多方发动，全员参与，努力为证券行业的文化建设与健康发展做出贡献。

一是切实发挥党建的引领作用。推动党建工作和公司文化建设深度融合，围绕抓党建促发展，围绕经营抓管理，促进企业文化建设。在公司党委的统一领导下，按照规定的时间表和路线图，有序推进文化建设工作，完成规定动作，做出国元特色。

二是持续开展企业文化宣传贯彻落地。中国证券业协会发布的《证券行业文化建设倡议书》与公司企业文化精神相契合。公司将切实加强对行业企业文化价值理念的宣传引导，加强公司使命、愿景、核心价值观、经营管理理念的宣传教育，在传承公司既有良好文化基础上，进一步开阔视野、博采众长，打造一个更具包容度、国元人广泛认同、可落地的企业文化。

三是进一步完善文化建设体制机制。将文化建设嵌入公司经营、管理、合规风控、选人用人、考核激励、员工廉洁从业、行为规范的各个方面、各个环节，以制度固化文化认同，确保文化建设“生根落地”，真正做到“内化于心，外化于行”。

四是发挥文化对发展的促进作用。厚植“服务文化”，坚定向财富管理转型，以大投行、大资管辐射带动，科技赋能，深耕安徽，服务全国，做到“业务更深一度，行动更先一步，服务更进一层”。筑牢“合规文化”，传承好“合规经营、稳健发展”的基因，建立自觉遵守、严格执行，坚决维护制度的规则文化。践行“争先文化”，以市场和利润为导向，争创一流，对标先进、争先进位落实到具体的工作目标和行动中。培育“人本文化”，以共同价值观为核心，倡导人本文化，树立“同一个国元，共同的家”的公司共识。**（本专栏由中国证券业协会与中国证券报联合推出）**