

爆款单品亮点纷呈 公募积极寻找规模抓手

□本报记者 王鹤静

在公募行业降费潮起的同时,部分公募基金管理人结合自身资源禀赋,加大力度挖掘产品结构亮点,在今年上半年的顺风行情中打造出诸多规模增量显著、得到投资者广泛认可的重点单品。得益于此,上半年超过半数的公募基金管理人实现管理费收入的同比增长,进一步巩固自身根基,为行业高质量发展转型积蓄力量。

一方面,广发基金、富国基金等头部机构凭借多元的产品类型与健康的产品结构,在指数业务以及固收、主动权益业务方面,涌现出诸多规模亮点;另一方面,部分大中型公募机构发挥差异化禀赋,借助风口集中力量扩大领先优势,打造出很多爆款单品。

此前,由于受到产品结构单一、过度依赖传统高费率主动权益产品、明星基金经理出走、主动权益基金回本后遭遇赎回等因素影响,特别是2024年11月龙头宽基ETF集体降费,给部分公募机构带来了一定的经营压力。身处行业高质量发展的变革时代,业内人士建议,公募机构不仅需要通过提升投研能力、优化产品结构、升级客户服务、强化科技赋能等方式,增强核心竞争力,还要控制运营成本,提升管理效率,实现可持续发展。



视觉中国图片

多点开花趋势明显

年管理费收入均同比增加超1000万元。

目前,富国中证港股通互联网ETF为全市场规模最大的港股主题ETF,最新规模跻身ETF前十。2024年6月末至2025年6月末,该ETF基金份额新增350亿份以上,根据2025年半年报,该ETF吸引了诸多机构资金参与配置;富国中债7-10年政策性金融债ETF期间规模增加超330亿元,最新规模排在债券型ETF前三。主动权益产品方面,富国基金引入投资人名将范妍后,其接管的富国稳健增长规模由此前的5.09亿元迅速增至76.11亿元,截至今年6月末,机构投资者持有该基金占比高达82.85%。固收方面,富国天时货币、富国裕利均表现不俗。

立足禀赋打造差异化优势

除了多个赛道均衡发展之外,部分公募机构立足于自身的差异化禀赋,紧抓市场风口,进一步扩大旗下龙头产品的行业领先优势,巩固行业地位。其中,华安黄金ETF、天弘余额宝、永赢先进制造智选、鹏华碳中和主题、大成高鑫等“爆款单品”都为基金管理人带来显著的增量资金。

随着多元资产配置理念逐渐深入人心,黄金作为重要的商品资产,其投资和配置价值迅速得到投资者的广泛认可。作为发行最早的黄金ETF产品之一,华安黄金ETF紧抓风口,2024年6月末至2025年6月末持有人户数新增超21万户,基金份额数量新增超380亿份,最新规模逼近600亿元大关,成为目前全市场规模最大的商品型ETF产品,约占商品型ETF总规模四成,今年上半年贡献了近7000万元的管理费同比增量。

天弘余额宝作为全市场规模最大的公募基金产品,这一年继续发挥根基作用,持有人户数新增近1180万户,排名全市场第一,基金份额新增超358亿份,提供了超6700万元的管理费收

入同比增量。与之类似,华夏财富宝、建信嘉薪宝、中银活期宝等“宝宝类”货币基金这一年同样贡献了显著的规模增量,上半年管理费同比增量均超过5000万元。

值得注意的是,在国内被动投资迅速崛起的同时,部分公募机构仍在主动权益产品方向积极寻找突破点,采取“主动投资被动化”策略,并取得了显著成效。

其中,最具代表性的就是聚焦人型机器人板块的永赢先进制造智选与鹏华碳中和主题两只主动权益基金。自2023年5月成立以来,永赢先进制造智选就聚焦人型机器人赛道,尤其是在今年一季度的人型机器人行情风口下,该基金凭借亮眼的业绩吸引了众多投资者的参与。2024年6月末至2025年6月末,该基金A份额涨超120%,持有人户数新增超84万户,是近一年来新增持有人户数最多的主动权益基金,基金规模由此前的不足5亿元迅速突破百亿元大关,并于今年二季度末再创新高,达到138.45亿元。鹏华碳中和主题则在2024年三季报提出关注无人驾驶与人形机器人板块,在板块风口以及相对集中的持仓下,该基金A份额近一年业绩实现了翻倍,持有人户数新增超50万户,基金规模同样于上半年突破百亿元大关。上半年,两只基金规模短期内迅速扩容,也为两家基金管理人分别贡献了超5400万元、4500万元的管理费同比增量。

寻找生存核心竞争力

在公募行业降费潮起的同时,上半年大部分公募机构依然实现了管理费收入增长。晨星(中国)基金研究中心高级分析师吴粤宁认为,这主要得益于公募管理规模扩张和产品结构的优化。例如,通过发展ETF等被动指数产品,提升中低费率产品的占比,以及通过丰富产品线、加强投顾业务布局等方式实现转型和突破。同时,头部机构凭借品牌优势和渠道能力,持续吸

引资金流入,推动规模增长,从而抵消部分产品费率下降的影响,实现收入提升。

也有部分公募机构没有扛住压力,吴粤宁分析,主要是受管理规模缩水、产品结构单一、费率下调幅度过大等因素影响。部分机构可能过度依赖传统高费率主动权益产品,在市场波动和竞争加剧下资金流出明显,并且未能及时调整产品策略或拓展新业务增长点,导致收入下降。此外,部分中小型机构可能在渠道议价能力、品牌影响力方面处于劣势,难以维持规模稳定,进一步影响了收入表现。

“部分公募机构指数产品管理规模占比较大、明星基金经理出走、主动权益基金回本后遭遇赎回等诸多因素,都会给基金管理人的收入带来显著的影响。”相关分析人士表示。另外,2024年11月头部宽基ETF产品集体降费,也给部分ETF管理规模占比较大的公募机构收入带来了不小的影响。

身处公募行业高质量发展的变革时代,如何找寻行业站位,发挥自身禀赋,是所有公募基金管理人求生存、谋发展必须要思考的问题。吴粤宁认为,一方面,公募机构需要通过提升投研能力、优化产品结构、升级客户服务、强化科技赋能等方式,增强核心竞争力;另一方面,也要控制运营成本,提升管理效率,实现可持续发展。

在天相投顾基金评价中心看来,投研能力是获取收益的基石,公募机构应该着重提高自身的投研能力。对于大型公募机构来说,可以在更多方向进行布局,并且进行深度研究,这样有利于为各类投资者提供更好的服务;对于中小机构来说,更应该专注于自身擅长的领域深耕细作,有利于差异化竞争。此外,公募机构应该提高客户服务能力,不仅有利于投资者及时了解基金管理人和所投资的产品,还有利于增强投资者的信任感,增进与持有人之间的连接,引导投资者树立正确的投资理念。

Wind数据显示,2025年上半年,超过半数的公募基金管理人实现管理费收入同比增长,尤其是广发基金、富国基金等大中型公募机构,在降费的行业大趋势下,通过积极挖掘产品结构亮点,以规模增量扛住压力。

产品类型较为丰富、产品结构相对健康的头部公募机构,今年上半年在指数、固收、主动权益等多元业务类型多点开花的趋势明显。

以广发基金为例,旗下指数产品包括广发纳斯达克100ETF、广发中证A500ETF等,固收产品包括广发聚源、广发景益、广发纯债等,主动权益产品包括广发中小盘精选、广发价值核心等,今年上半年管理费收入均同比增加超1000万元。

增量背后,离不开基金管理人对各类产品竞争生态的精准把握。ETF方面,广发基金旗下多只ETF产品站上风口。2024年6月末至2025年6月末,广发中证1000ETF规模增加近200亿元,最新规模排名同类第三;广发纳斯达克100ETF成为全市场规模最大的纳斯达克100ETF产品,规模新增超55亿元;广发中证香港创新药ETF期间回报率逼近90%,规模增加超84亿元,成为目前全市场规模最大的港股创新药主题ETF产品。主动权益产品方面,广发基金的基金经理吴远怡管理的广发价值核心A等把握住了新消费、港股创新药等热门赛道的投资机会,其公募管理规模实现翻倍增长,今年6月末站上200亿元大关。固收产品方面,广发天天红、广发聚源持有人户数、基金份额均大幅增长。

富国基金同样发挥了产品结构多元化的竞争优势,旗下指数产品包括富国中证港股通互联网ETF、富国中债7-10年政策性金融债ETF等,固收产品包括富国安益、富国裕利等,主动权益产品包括富国稳健增长等,今年上半