

基金看市

布局“非热门赛道” 公募营销风向生变

□中国证券报记者 魏昭宇

近期科技成长板块炙手可热、赚钱效应集中，红利资产却陷入了持续的震荡调整。然而，与二级市场的冷清不同，公募行业的营销风向悄然生变。中国证券报记者调研发现，近期多家基金公司正逆势加码红利产品的持营推广，不仅渠道端主动提出营销诉求，还有大量资金借道红利类ETF悄然布局。当科技与红利风格的收益剪刀差扩大至历史极值，市场资金为何选择逆向出手，背后既是机构对估值修复的博弈，更是对低利率时代长期配置逻辑的坚守。

有机构认为，红利资产的底层支撑逻辑并未发生动摇。首先，在低利率环境下，高股息资产的稀缺性持续提升，当前红利板块估值仍处于历史低位，股息率优势显著，对长期资金吸引力较强。其次，政策端对上市公司分红、市值管理的引导持续加码，相关政策明确要求央企提升分红频次与比例，将进一步夯实沪深300等核心指数的红利属性。此外，从全球比价来看，A股、H股核心资产相较海外对标品种仍存在折价和进一步的估值修复空间。

基金公司逆势营销

今年以来的A股市场，科技成长行情如火如荼，此前连续数年走牛的红利资产表现不尽如人意。自4月科技板块行情启动以来，两种风格的收益差持续走阔，多只红利主题产品一直在正负收益水平附近徘徊。但值得注意的是，近期多家公募基金公司正逆势加码红利产品的持营推广，渠道端的营销热度悄然回升。

“我们最近正在制作红利类基金会的宣传物料。”一家来自上海公募机构的品宣部负责人向中国证券报记者透露，“主要是渠道端那边给过来的诉求，需要我们配合着做一些持营方面的动作。”

中国证券报记者梳理发现，近两个月以来，易方达基金、华夏基金、工银瑞信基金、华宝基金等公募机构都在反复提示红利资产的配置价值。

“本轮调整本质上是4月后科技行情对红利资产的虹吸所致，剪刀差走阔的程度已经达到历史极值。此外，宽基产品的大额赎回一定程度上加剧了红利资产的震荡。”一位基金经理在接受采访时称，尽管短期红利板块表现承压，但公司旗下红利主题产品近三个月仍有资金持续净流入，“仅某家证券直销渠道近两个月就新增超3000万元申购，且流入规模还在逐步抬升”。

“当前市场资金属性多元，在科技板块收益可观的同时，也有大量资金在寻求低波动的安全资产，尤其是在低利率环境下，保险等长期机构投资者配置需求具备刚性，红利资产仍是组合底仓的重要选项。”一位基金经理表示，“从技术面上看，科技股短期高位风险几率已经较大，越是在这种情况下，不少资金寻找低位布局的意愿就越强烈。”从市场信号来看，当前红利板块已阶段性处于历史较低水平，叠加策略自身的反转效应，短期存在估值修复的可能性，这也是机构敢于逆势营销的核心底气。

增量资金持续流入

从ETF的资金流向来看，即使在科技行情走强的一段时间里，红利类资产依旧是资金净流入的重要方向之一。Wind数据显示，截至7月6日，自5月以来区间净流入规模前20只ETF中，红利类ETF有5只，占了四分之三的比重。

具体来看，这五只ETF分别是红利ETF华泰柏瑞、红利ETF易方达、红利低波ETF华泰柏瑞、红利低波动ETF易方达、中证红利ETF招商。区间净流入规模分别为72.98亿元、46.71亿元、46.36亿元、41.97亿元、40.03亿元。此外，红利低波50ETF南方、红利低波100ETF博时的区间净流入规模均超20亿元。整体来看，上述七只红利类ETF区间净流入规模共计近300亿元。

红利产品亦成为不少机构在近期布局的方向。值得注意的是，今年财通资管、国泰海通资管、东方红资产管理三家券商资管均在ETF产品布局上迈出了关键一步，且三家机构都将红利产品作为公司迈向ETF市场的第一站。

Wind数据显示，以认购起始日计算，5月以来，全市场共发行了11只红利主题基金，这其中既有像红利低波ETF国泰海通这样的被动指数类产品，也有像交银红利量化选股这样的量化选股类产品。其中，前者首募规模达6.19亿元，后者首募规模超4亿元。

红利资产进入配置区

近期，红利资产回调幅度明显。但在华宝基金的基金经理胡一江看来，这也使得红利类指数如标普A股红利机会指数、中证800红利低波指数、中证A500红利低波指数、标普港股通红利低波指数的股息率有明显抬升。从股息率的维度来看，部分红利资产已进入了“甜点”配置区。

“红利资产正处在特殊的历史节点，国债收益率跌破2%、险资以千亿元体量持续配置、监管层推

动上市公司提高分红比例——这些结构性力量叠加在一起，可能正在重塑A股的定价生态。”天弘基金的基金经理沙川表示。

谈及红利资产为何能够得到资金的持续青睐，工银瑞信基金表示，当前市场环境为红利策略创造了极佳的生长土壤，三大核心驱动力正在共振。

首先，股息率处于历史高位，在低利率环境下优势持续扩大。回顾近年数据，中证红利指数年末股息率从2017年的3.55%攀升至2022年的6.53%高点，当前仍维持在5.32%的高位。在利率持续下行的趋势中，红利资产提供了较为稳定且更高的现金流回报。

其次，市场波动加剧，投资者的防御需求显著提升。在地缘博弈、经济数据反复、海外政策不确定性等多重因素叠加下，权益市场波动率中枢明显抬升。从寻求相对确定性及优化组合结构角度来看，具有防御属性的高股息红利资产受到资金青睐。同时，目前AI主线行情交易拥挤度、公募持仓占比、行情斜率均处于历史极值水平，尽管AI硬件产业链景气度未来不一定会有明显回落，但在追寻AI主线的同时，部分投资者会考虑适当分配红利策略仓位，以增强防御、优化结构。

最后是政策与资金面双重加持。在政策端，监管层持续健全上市公司常态化分红机制，提升投资者回报。在资金端，社保基金、保险资金、养老金等长期机构投资者持续入市，其配置偏好天然倾向于稳定分红的资产。由于股息率处于历史高位，红利策略在低利率环境下的优势持续扩大；高波动及行情的极致演绎放大了防御需求；政策支持与资金偏好提升了配置信心——上述因素叠加，红利策略配置价值凸显。

对于下半年红利资产的表现，光大保德信基金的基金经理朱剑涛认为，目前已出现积极信号：“当前科技与红利的剪刀差已经达到历史较高水平，红利板块近三个月的调整幅度较大，进一步向下的空间相对有限。”不过他提醒，科技抱团的持续时间难以预判，目前尚未观察到小微盘波动性修复、市场风格趋于均衡的右侧信号——当前小微盘成交额占全市场比例不到1%，仅为2023年-2024年平均水平的1/3左右，资金仍高度集中于科技赛道，若科技行情持续超预期，红利资产的表现仍可能会阶段性承压。从中长期视角看，红利资产凭借其防御属性，依然是险资等长期资金组合中不可或缺的一环，配置价值并不会单纯因为短期行情波动而改变。

品种组合或基金合同约定的方式进行申购赎回，并在证券交易所上市交易的开放式基金。

深圳市非排网基金销售有限责任公司公募产品运营曾芳向记者表示，ETF市场“冷热不均”，与其成份股年内表现关系密切。今年以来，宽基ETF部分成份股估值修复弹性不足，而行业主题ETF方面，半导体、通信设备等细分赛道有真实业绩增量支撑，资金借此捕捉超额收益。同时，这也反映出市场正从“买全市场宽基贝塔”的粗放配置，转向分赛道、分资产类别的精准布局。投资者资产配置精细化配置意识持续提升，依托行业主题ETF布局“进攻”行情，同时借助黄金ETF、红利ETF等实现“防御”对冲，这类细分指数工具的配置适配度高于传统宽基ETF。

对于普通投资者来说，具备低成本、高透明、场内灵活交易等优势特点的ETF具有重要配置价值。曾芳表示，若想兼顾分散对冲、规避赛道过度集中的问题，投资者可采用“核心+卫星”配置策略，将黄金ETF、红利ETF、宽基ETF等作为核心底仓，实现基础分散与风险对冲，同时以科技等行业赛道ETF作为卫星仓位，把握市场结构性行情。

理财热榜

兴业银行 存定期 到兴业 人民币定期存款 50元起存 1.80% 1.75% 1.40% 1.30% 1.20% 1.00%

厦门银行 存钱就到厦门银行 周盈宝 自动滚存 结构性存款 一次签约 自动滚存 本金保障 稳中求进 一万元起 随心参与 周期灵活 可长可短

交通银行 国有大行 2026年7月1日 存通知存款 享闲钱增利 0.45% 0.75% 存定期存款 做岁月伙伴 1.00% 1.20% 1.30% 1.40% 1.75% 1.75% 存大额存单 求稳每一步 1.05% 1.05% 1.25% 1.35%

年内ETF市场格局转化

以往长期“领跑”的宽基ETF出现缩水，而行业主题ETF、商品型ETF实现规模增长

□证券日报记者 方凌晨

近日，华安黄金ETF(交易型开放式指数基金)凭借900亿元的规模登顶上市ETF规模榜首，多只行业主题ETF规模也跻身前列。

这只是年内ETF市场格局发生变动的一个缩影。今年以来，以往宽基ETF长期“领跑”、稳居规模前列的行业格局正在发生变化，宽基ETF普遍出现缩水，而多只行业主题ETF、商品型ETF实现规模增长。

从资金流向来看，Wind数据显示，截至7月7日，沪深300ETF、中证500ETF、中证A500ETF等多只宽基ETF年内均出现资金净流出，部分宽基ETF年内资金净流出在1000亿元以上。

在宽基ETF资金净流出的背景下，部分行业主

题ETF成为年内资金布局的重要方向，实现资金净流入。例如，半导体材料设备ETF、通信设备ETF、CS创新药ETF等细分行业主题ETF年内资金净流入均在100亿元以上。

商品型ETF方面，数据显示，目前市场上共有17只商品型ETF，其中黄金ETF合计14只。截至7月7日，这14只黄金ETF规模合计2493.04亿元。其中，华安黄金ETF、博时黄金ETF、易方达黄金ETF、国泰黄金ETF和华夏黄金ETF规模均在100亿元以上，规模分别为900.37亿元、406.59亿元、339.51亿元、323.79亿元、148.72亿元。黄金ETF是指将绝大部分基金财产投资于上海黄金交易所挂牌交易的大部分黄金品种，紧密跟踪黄金价格，使用黄金

邮票鉴赏

《封神演义(二)》特种邮票下周发行

中国邮政定于2026年7月13日发行《封神演义(二)》特种邮票1套4枚，小型张1枚。邮票图案名称分别为：黄天化除魔、闻太师西征、公明战燃灯、计收邓九公；小型张图案名称为：大破黄河阵。

2024年发行的《封神演义》邮票第一组邮票主要展现封神故事前期的重要情节。本次发行的第二组邮票则聚焦西岐伐纣进程中的关键篇章，通过神仙斗法、两军征战、阵营更迭等经典故事，展现封神世界宏大的史诗气象与丰富的人物群像。

第一枚“黄天化除魔”选取黄天化大战魔家四将的经典场景，表现其奉师命下山助周、力挽危局的英雄气概。黄天化是阐教门下重要弟子，也是助周伐纣中的青年英雄。其坐骑玉麒麟、兵器八棱梅花亮银锤等形象广为流传。画面聚焦黄天化与四大魔头的正面对决，突出人物英姿与战斗张力，展现封神故事中道统对决、忠勇报国的主题内涵。该枚邮票创新采用隐藏图案设计，在特定光源照射下可显现二郎神杨戩形象，为传统邮票增添互动体验与探索趣味。

第二枚“闻太师西征”展现了闻太师统兵出征的恢宏场景。闻仲是商朝元老，也是《封神演义》中极具代表性的忠臣形象。其辅佐殷商数十载，忠心耿耿，深受朝野敬重。魔家四将阵亡后，闻太师亲率大军西征讨伐西岐，由此拉开双方决战序幕。画面通过军阵、旌旗与人物形象的组合，营造出大战将至的紧张氛围，既展现闻仲忠于社稷的精神品格，也为后续封神大战的发展埋下伏笔。

第三枚“公明战燃灯”选取两位仙人斗法的经典情节进行表现。赵公明是截教重要人物，在民间信仰中被尊奉为财神。受闻太师之请下山助商后，他与阐教众仙展开多场斗法，其中与燃灯道人之间的



交锋尤为精彩。赵公明与燃灯道人各展神通，法宝齐出，呈现出封神世界中最具代表性的神魔大战场面之一。画面突出法术交锋与仙家气象，展现中国传统神话丰富瑰丽的想象力和浪漫色彩。

第四枚“计收邓九公”表现的是封神故事中具有转折意义的重要情节。邓九公原为商朝将领，在姜子牙的谋略感召和局势变化影响下，最终率部归周，为西岐阵营增添了重要力量。邮票通过人物互动与阵营转换的关键时刻，展现封神故事中“得道多助，失道寡助”的价值主题。画面氛围相较于前几枚更为平和，也使整套邮票在叙事节奏上张弛有度。

小型张“大破黄河阵”描绘了三霄娘娘为替赵公明报仇摆下黄河阵，凭借混元金斗擒拿众仙，一时间无人能破。最终元始天尊与太上老君亲自出手，方才破解大阵。黄河阵是《封神演义》中最负盛名的法阵之一。画面汇聚众多重要人物，展现仙家斗法、法

阵交织的恢宏场面，充分体现《封神演义》天马行空的想象与波澜壮阔的史诗气质。

整套邮票采用中国传统工笔画重彩方式创作，继承宋画严谨细腻的艺术传统，综合运用多层敷色与皴染技法，构图严谨、设色典雅。设计既保留古典绘画的审美意蕴，又融入现代视觉表达，在方寸之间重现封神世界的奇幻瑰丽与英雄豪情。

邮票拟采用荧光油墨、隐藏图案等创新工艺设计，进一步丰富观赏与集藏体验。

该套邮票由边凯设计，王静编辑。该套邮票将在全国指定邮政网点、集邮网厅、中国邮政手机客户端、中国邮政微邮局集邮微信商城和中国邮政商城微信小程序出售，出售期限为6个月。为了更丰富地展现邮票内容，中国邮政还将通过“中国集邮邮票百科”微信小程序发布数字化内容，可使用AR功能观看。(中国邮政集团有限公司邮政业务部)