

费率低至0.1折

再打『折扣牌』
中小银行代销基金

银行基金代销的“费率战”再度升级。

继国有大行、股份制银行纷纷将基金代销费率降至1折后,市场费率竞争进一步加剧。近日,部分中小银行加入让利阵营,将该费率压低至0.1折,引发市场广泛关注。

苏商银行特约研究员高政扬表示,中小银行大幅下调基金代销费率,根源在于市场竞争加剧与客户流失的双重压力。受制于大型银行与互联网平台的双向挤压,中小银行客户基数与业务规模有限,只能以降价为手段吸引客户。

部分产品费率低至0.1折

8月4日,深圳农村商业银行发布公告称,自8月5日起,投资者通过该行手机银行APP申购指定的9只开放式基金(前端模式),可享申购手续费0.1折优惠,优惠涵盖定期定额投资业务。

今年2月,常熟农村商业银行推出类似政策:投资者通过该行手机银行渠道办理指定基金产品的申购(含定投)业务,可享申购费率0.1折优惠。所涉基金均为前端收费模式(即申购时扣除手续费)的指定公募基金。

高政扬表示,目前享受0.1折费率优惠的基金产品主要有三方面特征:一是产品类型偏向保守,以低风险类为主,如部分指数型基金、债券类基金;二是申购渠道通常限定为手机银行;三是费率优惠多针对前端费率。这一现象主要是为

了定向激活线上流量。

相比之下,大型银行及股份制银行基金代销费率仍维持1折优惠费率。例如,7月15日,平安银行公告称,对18只指定基金产品的申购及定投费率实施1折优惠。而自去年起,农业银行、交通银行等国有大行已纷纷将基金代销费率降至1折。

上海金融与法律研究院研究员杨海平认为,此次中小银行将基金代销费率降至0.1折,主要原因有三:一是在净息差承压背景下,更多中小银行加入基金代销行列并加大拓展力度;二是出于阶段性获客需求,通过营销活动吸引客户;三是公募基金费率改革深入推进,以降低投资者成本、推动基金公司投资者利益更紧密绑定为核心,使得公募基金的盈利压力向渠道端传导。

仍需聚焦服务与产品深耕

依托网点布局与客户资源的天然优势,银行长期以来都是基金代销的主力军。但随着券商、独立基金销售机构快速崛起,中小银行在这一领域尤其面临不小的挑战。

高政扬分析称,中小银行承受着重重竞争压力:一是来自国有大行和股份制银行的挤压——大型银行凭借深厚的客户积淀、强劲的品牌影响力、广泛的渠道覆盖,以及出色的选品与综合服务能力,让中小银行难以在价格和产品上形成差异化优势;二是互联网平台的直接冲击,这类平台以便捷性、低费率和丰富产品为抓手,依托海量用户吸引大量年轻投资者,导致传统银行代销业务客户分流。

市场对0.1折超低费率的可持续性关注度较高。目前1折仍是行业主流最低优

惠,0.1折超低价多限于中小银行的特定产品和渠道,尚未形成规模效应。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为,短期内受渠道和品牌劣势制约,降价是中小银行抢占市场的直接手段,但“费率战”可能引发监管关注,长期看或难以为继。

业内人士认为,基金代销市场的竞争最终要回归产品与服务本身。“对中小银行掀起的的价格竞争应客观看待,超低费率本质是通过牺牲短期利润换取客户流量,长远看仍需在产品与服务上深耕。”高政扬表示,未来核心竞争力需聚焦四方面:提升选品能力,提供更优财富管理策略;丰富代销产品种类,满足多样化需求;增强服务创新,提供资产配置与全周期陪伴服务,提升客户满意度;深耕区域客群需求,绑定本地化场景,避免同质竞争。

据证券日报

|白|杰|品|股|

重心下移

问:上周五沪指低开,盘中冲高回落,收盘下跌,你怎么看?

答:市场上周五集体下跌,盘面上个股涨少跌多,水泥建材、交运设备板块表现较好。截至收盘,两市涨停超60只,跌停2只。技术上看,沪深股指仍收于5日均线之上,两市合计成交17103亿元环比减少;60分钟图显示,各股指均失守5小时均线,沪深股指60分钟MACD指标仍保持金叉状态;从形态来看,沪指依然表现最强,不仅收出四连阳,还刷新了年内新高,创业板指成为最弱指数,不仅失守了5日均线,甚至收盘还跌破60小时均线,60分钟MACD指标也再次出现死叉,显示指数间的结构性表现依然较为突出,一旦各股指均第二次失守5日均线,市场的重心将会逐步下移。期指市场,各期指合约累计成交、持仓均增加,各合约负溢价水平整体有所缩减。综合来看,市场中线向上的趋势未变,短期注意获利回吐压力。

资产:上周五按计划以13.18元均价卖出智莱科技(300771)40万股;另以157元均价卖出砂电股份(301629)3.8万股。目前持有华创云信(600155)90万股、鲁信创投(600783)60万股、陕建股份(600248)252万股、伊利股份(600887)24万股。资金余额36576709.77元,总净值67241509.77元,盈利33520.75%。

周一操作计划:陕建股份、伊利股份、华创云信、鲁信创投拟持股待涨。

胡俊杰

全民健身日邂逅世运 运动嘉年华点亮蓉城

8月8日,在第17个全民健身日与成都世界运动会火热进行的双重背景下,“跃动世运 科普添彩”2025体育科普中国行暨中国体育彩票“迈开步 动出彩”嘉年华活动在成都世运广场隆重启动。本次活动由国家体育总局科教司主办,国家体育总局体育科学研究所、国家体育总局体育彩票管理中心、成都世运会执委会、四川省体育局、中国体育科学学会等多家单位联合承办,以“体育科普+全民健身+体彩惠民”的创新模式,为成都市民带来一场融合科学、运动与公益的盛夏盛宴。

科普之光闪耀世运
筑全民健康之基

体育科普中国行作为国家体育总局重点打造的体育科普品牌活动,始终致力于推动科学健身理念的普及与深化。在健康中国战略的引领下,体育科普不仅是知识的传递,更是健康生活方式的倡导。成都站活动恰逢全民健身日与世界运动会交汇,不仅为世运会增添了科普亮色,更以科学赋能运动,让“运动是良医”的理念深入人心,为全民健身注入持久活力。

世运启幕科普同行
全民共享运动科学

傍晚的世运广场主舞台灯光璀璨,国际空手道协会的飒爽展演与体育舞蹈协会的灵动表演率先点燃现场热情。启动仪式上,世界卫生组织驻华代表马丁·泰勒高度评价中国在全民健身与科学普及领域的实践:“体育科普是连接健康理念与大众生活的桥梁,成都的创新探索为全球提供了宝贵经验。”本次活动以成都世运会为契机,通过科普赋能全民健身,让科学运动成为每个人健康生活的标配。



作为国家公益彩票的中国体育彩票,在现场向大众展现了包括世运主题、全民健身主题及体育科普主题在内的体育主题即开票,一张张设计精巧的即开票,不仅是购彩者参与公益的载体,更随公益之心在方寸之间完成健康理念的传递。

助力全民健身
体彩惠民赋能全民健康

四川体彩在现场举办的“中国体育彩票‘迈开步 动出彩’”嘉年华活动,堪称一场全民参与的“运动盛宴”,市民们积极参与“盖章解锁”的趣味互动,在打卡科学健身游戏、体验制作地方非遗手工艺品的过程中,感受“体育+文化”的多元魅力。“没想到今天玩这些小游戏还能学到拉伸技巧,刚才那个‘平衡挑战’让我发现自己核心力量太差了,回家得好好练。”刚完成三个互动项目的市民王女士擦着额头的汗珠笑着说。

现场国民体质监测车前同样排起长

龙,专业团队为市民提供体质测试与个性化健身指导;通过趣味游戏与世运百科展板,揭秘运动背后的科学原理,让知识传递充满乐趣。中国职工体质“万里行”项目更将办公室健身操、骨关节健康培训送到群众身边,凸显体卫融合的实践价值。

与此同时,在今年“全民健身日”期间,中国体育彩票充分响应国家体育总局群体司号召,积极参与全民健身日活动,在北京、吉林、湖南、宁夏、广西、山东、上海等多个活动主会场,都能看到“迈开步 动出彩”嘉年华活动开展得如火如荼。体彩正在用实际行动带动全民健身热潮,为群众提供运动健身的平台,传播科学健身知识,在全社会营造了浓厚的全民健身氛围。

多年来中国体育彩票始终秉持“来之于民、用之于民”的发行宗旨,体彩公益金在支持群众体育发展方面始终扮演着重要角色。在各地运动健身氛围日益浓厚的当下,从社区健身路径的铺设、体育公园的建设,到各类群众体育赛事的举

办,处处都能看到体彩公益金的身影。它已然成为推动群众体育发展、助力社会进步的一股温暖力量。

智慧碰撞共绘蓝图
体卫融合开创新篇

8月9日的体育科普调研及国际研讨会汇聚多方智慧。专家学者实地走访成都市全民健身中心、骨科医院等机构,调研体卫融合实践案例;下午的研讨会上,世卫组织、中国科协、协和医学院等专家围绕“体育科普的痛点与创新”展开对话。“模型师老原儿”、“我是不白吃”IP创始人等新媒体代表则分享科普内容创作经验,为体育传播注入年轻化表达。国家体育总局科研所副所长袁虹指出:“科普需要打破专业壁垒,用大众语言讲好运动故事。”

随着成都站活动圆满落幕,2025体育科普中国行以及体彩“迈开步 动出彩”系列活动完成全国推广布局中的关键落子。以科学精神重塑运动方式,以惠民实践诠释体彩担当,以公益基因激活健康中国建设。这场全民健身日与世运会的“双响炮”,不仅展现了体育科普的多元价值,让科学健身知识走出实验室、融入街头巷尾;更以体彩为纽带,见证了“运动场景生活化”与“专业化”的创新突破,通过社区体验、商圈互动等便民场景,推动全民健身从“被动参与”转向“主动融入”;同时彰显了“体育科普+体彩公益”的深度融合,既以运动力量激活群众健康需求,又以运动活力助推体育事业发展。

未来,国家体育总局将持续联动社会各界,践行社会责任,搭建体育惠民场景,促进体育经济,弘扬体育精神,为加快建设体育强国、实现健康中国战略目标贡献更多力量。

(广告)