今日视点:公募基金备战科创板 "门外"投资者紧盯新产品

公募基金备战科创板

"门外"投资者紧盯新产品

阎 岳

上交所科创板股票发行上市审核系统正式上线,这意味着科创板离我们越来越近了。业界预计首批科创板拟上市企业名单最晚将于本周五亮相。与科创板进程递进相呼应的是,公募基金已经开始厉兵秣马准备在科创板大干一场了,而注定被挡在科创板门外的一批投资者也开始将注意力放在了公募基金身上。

俗话说,兵马未动,粮草先行。这句话用在科创板上也是比较贴切的。在市场中占有举 足轻重地位的公募基金已经对科创板虎视眈眈了。

1月30日,证监会发布《关于在上海证券交易所设立科创板并试点注册制的实施意见》, 3月1日,证监会正式发布设立科创板并试点注册制主要制度规则。

在此期间,证监会于 2 月 22 日就《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法(征求意见稿)》及相关配套规则公开征求意见。本轮修订的基本思路是,坚持问题和风险导向,以保护投资者合法权益为出发点和落脚点,坚守销售适当性、资金和交易安全底线要求,推进公募基金销售机构提高专业服务能力,提升内部控制和风险管理水平,促进行业长远持续发展,培育行业良性发展生态。

这个办法不是专门针对科创板修订的,但科创板必然会从中受益。

目前,我国股市有 1.42 亿投资者,其中 95%以上为持股市值在 50 万元以下的中小投资者。那么,公募基金投资者的数量是多少呢。证监会公布的数据显示,截至 2018 年年末,公募基金个人投资者有效账户数已达 6 亿。公募基金持有者的规模已经远远超过了股票投资者。

中国证券投资基金业协会发布的最新数据显示,截至1月底,我国境内共有基金管理公司120家,管理的公募基金资产合计13.78万亿元,较2018年年末的13.03万亿元增加了0.75万亿元,环比上涨约5.76%。

公募基金的大发展,与初步构建的场内场外、线上线下、直销代销的多元化销售渠道分不开。这种立体、多元的销售模式,让公募基金个人投资者群体不断扩大,普惠金融效应初步显现。

科创板让公募基金嗅到了再次大发展的良机。

2月22日,证监会开始接收基金公司申报科创板方向基金。截至3月15日,共有27家基金公司申报了50只科创板基金,名字五花八门,主要涵盖科创板、科技创新、信息创新等关键词。一般来说,科创板基金是指基金资产至少80%以上甚至全部投资科创板股票。随着科创板进程的逐步深入,公募基金申报科创板方向基金的热情将会被进一步点燃。除了设立科创板方向基金外,公募基金也开始聚焦打新科创板。

投资科创板的高门槛,将一部分投资者挡在了门外。幸好我们还有专门的科创板基金,这为有志于分享科创板挂牌企业成长红利的投资者创造了条件。

对于普通公募基金如何参与创业板,监管层给予了权威解释:现有可投资 A 股的公募基金均可投资科创板股票。这就让所有的基民有了参与科创板的机会。

随着科创板的日益临近,公募基金规模也许会迎来一轮爆炸式的增长。

转载自《证券日报》