

# “离投资者的耳朵更近一点” 多家基金公司探索长音频节目

证券时报记者 陈书玉

公募基金正在积极进军播客领域。今年以来,具有“长深专”特点的长音频节目成为公募基金触达投资者的一个新抓手,天弘基金、中欧基金、国泰基金等均已推出相关播客节目。证券时报记者了解到,目前还有多家基金公司正在内部论证上线播客栏目的必要性。

## 更加真实的情感交互

近期,国泰基金推出投资理财播客栏目《泰客Talk》,第一期录制的内容是:“涨了这么多,债券基金的快乐能再久一点吗?”本期播客采取了对话形式,主持人邀请了某资深财经自媒体人,以及国泰基金债券基金经理刘嵩扬和魏伟等嘉宾参加,针对“债基还能买吗?怎样让‘收蛋’带来的快乐更长一点?”进行讨论。为了解播客制作背后的一些细节,证券时报记者及时采访了这位自媒体人和国泰基金品牌部的相关人士。

对于刚刚切入播客赛道的上述自媒体人而言,录制播客的经历让他觉得新鲜有趣。近期,他录制了多期内容,感受到了音频内容相对于文字内容的丰富性,很多聊天嘉宾“原汁原味”的表达也被更好地展示和记录了下来。在他看来,播客的生态更加具有“真实感、松弛感”。

“音频是没有画面的,聊天嘉宾在话筒前的状态是比较松弛的,一些随机的问题能体现他们真实、即时的反应,而且在音频中我们能将这种真实的反馈保存下来。有的时候,对于一个问题的小停顿,在文字稿件中可能就会被省略掉,但音频仍会呈现出来,给听众一种真实感。”在上述自媒体人士看来,相较于以往与基金经理交流中那种正襟危坐状态下的问答,音频的方式更有利于触发基金经理的真实情绪,展现其真实、立体的一面,这也更容易与听众产生真实的情感交互。

国泰基金品牌部的相关人士也向证券时报记者分享了首次录制播

客的心得,“音频内容的录制和输出,是一件看似低成本低门槛,但实际上对内容要求还是比较高的事。无论是内外部嘉宾的选择,还是主持提问的节奏,都是需要花精力去打磨的,在这个过程中能够肉眼可见输出内容在质量上的提升,这也是比较有成就感的。”

国泰基金认为,播客是一个“长期主义”的媒介。除了传播,播客内容提供的更多是渗透和陪伴——在日常生活最细节的“毛细血管”里,在开车、通勤、洗漱、睡前等可以陪伴的那些时间碎片里。“我们暂时没有去做大规模的平台投流,还是希望通过内容的慢慢生产,做好一些细水长流的陪伴和输出,在积累制作经验的基础上,不断积攒影响力。我们希望离大家的耳朵更近一点,离大家的生活更近一点。尤其是当市场来到一个比较难熬的周期底部时,能够为投资者提供一些真诚的声音,内容的载体更轻一点,但深度不变。”国泰基金品牌部的相关人士说。

## 抢占用户媒介时长

值得一提的是,目前许多从事财经内容传播的人士,包括金融从业者、财经自媒体人等,越来越认可长音频的传播方式与金融理财类内容的高度适配性。

“一方面,播客的时长可以包含更多的信息量,适合传播金融理财这种相对专业的知识;另一方面,这种形式相对文字能展现更多的真实感,更易与听众建立信任,做好用户陪伴。”沪上一家公募的品牌人士对证券时报记者表示。

“在争取用户方面,目前文字和视频都遇到了瓶颈。”另一位财经自媒体人对证券时报记者表示,对受众时间的获取,是潜在的商业价值。目前,一篇2000字左右的财经内容文章,用户停留时间最长4分钟,多数读者的停留时间甚至不超过1分钟;短视频则一直有“5s跳出率”,开头不能抓住观众眼球的视频,一般就是“被一扫而过”的命运;

而他目前发布的财经音频内容,多在1个小时左右,听众留存时长在25-35分钟之间。

该自媒体人士还表示,目前内容优质的金融播客完播率很高,可以达到60%-70%,且在订阅制下培育的用户,黏性较强。

播客平台小宇宙在其发布的《2023年度播客趋势》中指出,越来越多的年轻人在播客里学习开源节流、应对风险、理财、储蓄、社保、养老等领域的知识正在成为新共识。播放数据显示,2023年前述关键词的搜索量同比增长175%,而该类播客的单集播放量增长达193.5%。累计播放时长达到7.9亿分钟,超过影视综艺、医疗健康等看似受众更广的题材。

## 新建深度沟通桥梁

目前,已有多家基金公司在长音频领域开始探索,通过播客栏目与投资者建立连接。

2023年底,天弘基金推出播客节目《人间钱话》,内容涵盖了“养



数据来源:公开资料 图虫创意/供图 陈书玉/制表 周靖宇/制图

老”“婚育”“彩礼”“海外投资”等主题,并且与投资者进行互动。今年6月,中欧基金围绕“投资,探索人生的多元地带”主题,通过五期音频节目,从黄金热潮到AI(人工智能)大模型创业,从人生的多元选择到不同阶段的家庭理财思路等,与听众共同探讨投资与人生的多元话题。

7月,国泰基金围绕“稳健投资”主题,上线《泰客Talk》,投资话题涵盖债券基金、红利资产等。此外,证券时报记者了解到,目前还有多家基金公司正在对播客栏目的上线进行内部论证。

国泰基金认为,播客平台的优势主要是受众群体年轻化,受教育程度高,且用户黏性非常强,这恰好是资管机构在品牌营销上需要去触达的重点人群。

“基金公司面临的挑战是,要怎样把把研在亭台楼阁上的宏大叙事,庖丁解牛地拆分成投资者感兴趣的话题,这确实是个知易行难的事儿,还有许多探索和进步的空间。我们总是希望,能做出一些努力,让投资

陪伴真诚一点,再真诚一点。愚公移山也好,日拱一卒也好,如果能让我们的声音被更多人听到,为一些可能的进步添砖加瓦,那一定就是值得的。”国泰基金品牌部相关人士称。

中欧基金表示,随着行业迈向高质量发展,公募基金也在不断探索丰富有趣的投教陪伴方式,与基民走心沟通、长期陪伴。播客作为一种特殊的声音媒介,不仅可以承载信息量更大、时间更长的深度内容,也可以更好融入投资者家庭生活、通勤等日常场景,像朋友一样聊天并陪伴。中欧基金也希望,通过播客节目传递多元化的声音与专业思考。

根据市场调研机构 eMarketer 发布的报告,中文播客听众的规模在2023年或接近1.2亿人,预计到2025年突破1.5亿人。近年来,播客平台吸引了大批高认知、有态度的年轻群体收听,听众也呈现出高黏性、长收听的特点。这也驱动着播客平台的创作者生产信息密度高、制作更精良的优质内容,形成创作端与听众端的良性循环。

除了债券型基金,ETF的分红情况也受到了市场的广泛关注。据Wind数据,截至7月26日,今年以来共有28只ETF实施分红,累计分红次数达37次,合计分红金额达到了57.31亿元,相比去年同期增长81.48%。

证券时报记者注意到,今年以来,多只新成立的ETF设定了不同的分红机制,不少基金公司正在积极探索红利类ETF产品的分红模式。其中,工银瑞信基金旗下的中证A50ETF仅上市4天就开始第一次分红。该基金公告中的分红机制显示,基金管理人在每季度对基金累计报酬率和标的指数同期累计报酬率进行评估,在符合有关基金分红条件的前提下,该基金可进行收益分配。

摩根中证A50ETF则创新加入了“季度强制分红”机制。一方面,根据分红条款,摩根中证A50ETF每季度最后一个交易日ETF相对标的指数的超额收益率为正时,会强制分红,收益分配比例不低于超额收益率的60%;另一方面,公司会定期评估基金份额净值增长率和标的指数同期增长率,在符合基金分红条件的前提下,可进行收益分配,旨在为基金持有人提供一份可预期的现金流,倡导长期投资。

此外,还有部分ETF设定了“月月分红”的机制。万家中证红利ETF作为首只正式将“每月评估、按月分红”模式落地的红利ETF产品,基金管理人每月将定期对基金相对标的指数的超额收益率进行一次评估,当基金收益评价日核定的基金份额净值增长率超过标的指数同期增长率达到0.01%以上时,可进行收益分配。

提升获得感成市场趋势

除了上述新成立的ETF,不少存量产品也在陆续改变分红机制。

今年3月13日,招商中证红利ETF发布调整收益分配原则并修改合同的公告称,将该ETF的分红节奏由原来的半年一次,调整为按季度分红。据了解,招商中证红利ETF此前一直在执行定期分红,从2021年至2023年,累计分红6次,大致为每半年一次。

6月26日,华安上证180ETF召开持有人大会,审议将分红次数由“每年至少分配1次,最多分配4次”改为“每年最多分配12次”。此外,华泰柏瑞中证红利低波动ETF联接、汇添富中证港股通高股息投资ETF等均将分红评估周期缩短至月度。

分红是回报投资者的重要途径之一。不少机构指出,增加分红次数是顺应市场趋势的举动,有助于提升投资者的获得感和满意度。

工银瑞信基金表示,从中长期来看,分红不仅可能为投资者锁定收益,也有助于引导投资者进行长期投资,是提升投资者获得感和满意度的一个重要方式。同时,工银中证A50ETF的分红机制也是工银瑞信基金积极顺应行业高质量发展趋势,聚焦投资者长期回报,持续优化投资者服务,做好投资者服务和陪伴,践行“投资为民”理念的一个缩影。

在持有基金份额不变的情况下,ETF现金分红可以实现资金回流,帮投资者锁定一部分收益。多次分红的产品增加了基金回馈次数,有助于提升投资体验。

# 公募基金年内分红上千亿 部分ETF“月月分”

见习记者 徐子雯

今年以来,为提高投资者获得感,公募基金掀起了“分红潮”。

Wind数据显示,截至7月26日,今年以来已有2000余只基金宣布分红,累计分红次数达3300次以上,合计分红金额超1000亿元,其中债券型基金是分红主力。

值得提及的是,多只新成立的ETF设定了不同的分红机制,不少基金公司正在积极探索红利类ETF产品的分红模式。摩根中证A50ETF创新加入了“季度强制分红”机制,部分ETF则设定了“月月分红”机制。

## 公募基金分红超千亿元

7月26日,华泰柏瑞益通三个月定开债、蜂巢丰嘉债券、鑫元锦利定期开放、前海开源瑞和债券、格林中短债等多只基金产品密集发布分红公告。根据Wind数据统计,上周共有59只基金分红除权(A/C类分开计算),包括57只债券型基金、2只股票型基金,累计可供分配利润超65亿元。其中,同泰恒利纯债A以9.23亿元的可供分配利润位居榜首,蜂巢丰嘉债券A紧随其后,可供分配利润为8.23亿元。

Wind数据显示,截至7月26日,今年以来已有2000余只基金宣布分红,累计分红次数达3300次以上,合计分红金额超1000亿元,与去年同期相比基本持平,其中债券型基金成为分红主力。具体来看,多只基金出现了大手笔分红。华泰柏瑞沪深300ETF分红总额为24.94亿元,南方中证500ETF、中银证券安进A、金鹰添盈纯债C的分红总额则分别为12.67亿元、12.01亿元、11.49亿元。此外,鹏华中债1-3年农发行C、中银丰和定期开放、华泰柏瑞红利ETF等分红总额也均超7亿元。

从分红次数上来看,部分基金今年已多次分红。根据工银瑞安3个月定开纯债债券发起式基金7月23日发布的分红公告,该基金的现金红利发放日为7月26日,同时这也是该基金2024年的第7次分红。与此相似的是,嘉实超短债债券、富国国有企业债债券、华泰柏瑞中证红利低波ETF联接等多只基金的分红次数也均达到7次,实现了“月月分红”。

## 多只ETF创新分红机制

除了债券型基金,ETF的分红情况也受到了市场的广泛关注。据Wind数据,截至7月26日,今年以来共有28只ETF实施分红,累计分红次数达37次,合计分红金额达到了57.31亿元,相比去年同期增长81.48%。

证券时报记者注意到,今年以来,多只新成立的ETF设定了不同的分红机制,不少基金公司正在积极探索红利类ETF产品的分红模式。其中,工银瑞信基金旗下的中证A50ETF仅上市4天就开始第一次分红。该基金公告中的分红机制显示,基金管理人在每季度对基金累计报酬率和标的指数同期累计报酬率进行评估,在符合有关基金分红条件的前提下,该基金可进行收益分配。

摩根中证A50ETF则创新加入了“季度强制分红”机制。一方面,根据分红条款,摩根中证A50ETF每季度最后一个交易日ETF相对标的指数的超额收益率为正时,会强制分红,收益分配比例不低于超额收益率的60%;另一方面,公司会定期评估基金份额净值增长率和标的指数同期增长率,在符合基金分红条件的前提下,可进行收益分配,旨在为基金持有人提供一份可预期的现金流,倡导长期投资。

此外,还有部分ETF设定了“月月分红”的机制。万家中证红利ETF作为首只正式将“每月评估、按月分红”模式落地的红利ETF产品,基金管理人每月将定期对基金相对标的指数的超额收益率进行一次评估,当基金收益评价日核定的基金份额净值增长率超过标的指数同期增长率达到0.01%以上时,可进行收益分配。

## 提升获得感成市场趋势

除了上述新成立的ETF,不少存量产品也在陆续改变分红机制。

今年3月13日,招商中证红利ETF发布调整收益分配原则并修改合同的公告称,将该ETF的分红节奏由原来的半年一次,调整为按季度分红。据了解,招商中证红利ETF此前一直在执行定期分红,从2021年至2023年,累计分红6次,大致为每半年一次。

6月26日,华安上证180ETF召开持有人大会,审议将分红次数由“每年至少分配1次,最多分配4次”改为“每年最多分配12次”。此外,华泰柏瑞中证红利低波动ETF联接、汇添富中证港股通高股息投资ETF等均将分红评估周期缩短至月度。

分红是回报投资者的重要途径之一。不少机构指出,增加分红次数是顺应市场趋势的举动,有助于提升投资者的获得感和满意度。

工银瑞信基金表示,从中长期来看,分红不仅可能为投资者锁定收益,也有助于引导投资者进行长期投资,是提升投资者获得感和满意度的一个重要方式。同时,工银中证A50ETF的分红机制也是工银瑞信基金积极顺应行业高质量发展趋势,聚焦投资者长期回报,持续优化投资者服务,做好投资者服务和陪伴,践行“投资为民”理念的一个缩影。

在持有基金份额不变的情况下,ETF现金分红可以实现资金回流,帮投资者锁定一部分收益。多次分红的产品增加了基金回馈次数,有助于提升投资体验。

# 汇丰晋信董事长“上新” 年内88家基金公司高管变更

证券时报记者 裴利瑞

今年以来,公募基金行业的高管变动频繁,仅一周便有4家公司发生高管更替。

7月27日,汇丰晋信基金发布董事长变更公告,原董事长杨小勇离任,离任原因是到龄、换届。同时,公司任命山西金控集团党委委员、副总经理刘鹏飞为新董事长,任职日期是2024年7月27日。

近一周以来,公募基金行业先后有兴银基金、国泰基金、国融基金、汇丰晋信基金等4家公司换帅。拉长时间来看,今年以来已经有88家公募基金公司发生了高管变更。

## 汇丰晋信董事长“上新”

汇丰晋信基金成立于2005年11月16日,注册资本2亿元,目前由

山西信托、汇丰环球投资管理(英国)有限公司分别持股51%、49%。其中,山西信托由山西金融投资控股集团(下称“山西金控集团”)持股90.7%,汇丰环球投资管理(英国)有限公司则由汇丰控股有

限公司100%控股。成立19年来,汇丰晋信基金仅历经两任董事长,且均来自山西金控集团。此次因到龄、换届而离任的杨小勇,是汇丰晋信基金的第一任董事长,见证了公司19年来的成长历程。

公开履历显示,杨小勇曾就职于太原重型学院、山西省高校工委、山西省委组织部,2000年7月至2002年2月任山西省信托投资公司党组成员、副总经理,2002年4月至2008年7月任山西国信投资集团党委委员、副总经理、纪委书记,2002年2月起任山西信托副董事长。

值得注意的是,虽然两任董事长均来自山西金控集团,但汇丰晋信基金在投研文化上受汇丰方面的影响颇深,股权变更也渐行渐近。

去年7月,山西省公共资源交易平台发布公告,山西信托挂牌转让其持有的汇丰晋信基金31%股权,挂牌价格为10亿元。值得注意的是,该公告明确显示,除转让方(山西信托)外的公司现有股东即汇丰环球投资管理(英国)有限公司享有优先购买权,且该股东未放弃行使优先购买权。

今年6月,有消息称,汇丰环球投资管理(英国)有限公司有意斥资10亿元,从山西信托处购入汇丰晋信基金31%股权。这意味着,如果该交易真的达成,汇丰环球投资管理(英国)有限公司对汇丰晋信基金

的持股比例将从49%提升至80%,一举成为该基金公司的实控人,国内公募基金业或将再现一家外资控股的基金公司。

业内人士认为,近年来,汇丰集团一直在扩大对中国市场的布局,其谋求控股汇丰晋信基金,是基于对中国资产管理和财富管理市场的重视,与汇丰集团的发展诉求极为契合。

就在今年6月,汇丰银行(中国)有限公司刚刚完成对花旗财富管理业务的收购。汇丰财富管理及个人银行业务全球行政总裁马励涛此前表示,中国不断推进高水平对外开放,持续推动全球经济增长,为全球财富管理行业的发展带来了广阔的新机遇。中国市场是汇丰全球财富管理版图中非常重要的构成,新策略将有力支持集团在中国内地的实体机构发挥各自专长,实现财富管理业务的协同发展,为客户创造更大的价值。

汇丰晋信基金总经理李选进曾在接受证券时报记者采访时表示,“全球视野”一直是汇丰晋信的优势,“未来我们也将通过与汇丰投资管理的合作,尝试将更多优秀的海外产品引入国内,同时将更多国内的优质投资机会展现给海外投资者。我希望将来我们能在推出更多精品的基础上,把这些投资于国内的精品基金介绍给海外投资者,让更多多元化的资金参与到A股市场中来”。

## 一周4家公司高管变动

今年以来,公募基金行业高管变动频繁,仅一周便有4家公司发生高管更替。

7月以来基金公司高管变更情况				
序号	基金公司	姓名	职位	任职日期
1	汇丰晋信基金管理有限公司	刘鹏飞	董事长	20240727
2	国泰基金管理有限公司	李昇	总经理	20240724
3	国融基金管理有限公司	毛灵俊	总经理	20240724
4	兴银基金管理有限责任公司	吴若曼	代总经理	20240722
5	银河基金管理有限公司	史平武	代董事长	20240718
6	华夏未来基金管理有限公司	邓升军	代总经理	20240715
7	国联基金管理有限公司	闫军	总经理	20240708
8	浦银安盛基金管理有限公司	张弛	总经理	20240701

数据来源:Wind 裴利瑞/制表 周靖宇/制图