聚焦主动ETF发行

首批主动ETF发行首日“爆单”：吸金超150亿元 三只产品一日售罄

证券时报记者 李明珠

增量资金正在赶来。

首批主动ETF在10月23日开售首日热度爆棚，三只“日光基”出炉：易方达基金、摩根基金、富国基金旗下产品均触达20亿元募集上限。

证券时报记者从渠道获悉，截至发稿，18只主动ETF首日合计认购金额超150亿元。

作为公募行业产品创新里程碑，国内首批主动ETF自获批以来持续受到市场高度关注，这三只爆款产品为本次发行打响开门红，其余产品也仍在募集进程中，A股ETF市场也由此进入被动与主动双轨并行的全新阶段。

1 首日出现三只“日光基”

据证券时报记者了解，首日实现一日售罄的三只主动ETF产品分别为易方达品质均衡主动ETF、摩根大盘成长主动ETF和富国价值优选量化选股主动ETF，均触及20亿元募集上限，管理人相继发布公告提前结束募集，对有效认购申请实施比例配售。

具体来看，易方达基金公告显示，截至2026年10月23日，旗下易方达品质均衡主动ETF有效认购申请份额总额已超过20亿份，触发募集上限，随即启动比例配售，该基金原定募集截止时间为10月29日。

摩根基金旗下摩根大盘成长主动ETF同样在开售当日完成结募，也是首批产品中较早官宣股东5亿元布局计划的机构。摩根基金相关人士表示，该产品在发行首日即完成募集，20亿元认购规模全部来自市场资金，并不包含5亿元自有资金。

富国基金也在10月23日公告，旗下富国价值优选量化选股主动ETF发行首日募集规模即达20亿元上限，提前结束募集，实现“一日售罄”。该产品原定募集截止日为10月30日。

三只爆款产品风格各有区分，摩根基金主打大盘成长、易方达基金聚焦均衡配置、富国基金采用量化价值选股思路，不同策略也给投资者提供了差异化选择。根据渠道信息，其他15家基金公司的首日募集进展也在紧锣密鼓进行中，还有2家头部基金公司首日募集额也超过一半。

“按照首日进度，销售结果超出预期，我们预计整体销售节奏将进一步提速，不出意外应该大部分都会提前结募。”有券商渠道人士向记者透露，机构和散户的预期比较一致，现在市场处于相对低位，此时布局的风险应该较低。

多位行业人士指出，主动ETF能够快速获得市场资金认可，核心在于该品类打通了主动管理与ETF工具的双重优势：跳出传统指数基金被动跟踪的框架，把基金经理个股精选、行业动态配置的主动投资能力搭载于ETF载体之上，同时保留ETF持仓透明、场内交易便捷、交易成本较低等工具属性，是一类兼具主动管理能力与ETF便利性的创新产品。

基金公司自购旗下主动ETF情况

基金公司	产品名称	自购金额	备注
摩根基金	摩根大盘成长主动ETF	约5亿元（7500万美元）	股东经关联方以自有资金投资，基金上市后开展
易方达基金	易方达品质均衡主动ETF	2亿元	固有资金认购，募集期首日
华夏基金	华夏质量甄选主动ETF	2亿元	固有资金认购，募集期首日
富国基金	富国价值优选量化选股主动ETF	2亿元	固有资金认购
汇添富基金	汇添富均衡策略智选主动ETF	2亿元	固有资金认购
华安基金	华安均衡慧选主动ETF	1亿元	固有资金认购
工银瑞信基金	工银红利主动ETF	1亿元	固有资金认购，承诺持有不低于1年



数据来源：Wind 李明珠/制表 图片来源：AI生成

2 基金公司接连宣布自购

主动ETF发行首日，自购阵营也再度扩容。10月23日，工银瑞信基金公告称，基于对中国资本市场长期健康稳定发展的信心，公司将运用固有资金1亿元投资旗下首只主动ETF。

在此之前，已经有多家基金公司宣布自购旗下主动ETF产品。

摩根基金率先宣布，公司股东将通过其关联方——摩根资产管理（亚太）有限公司，运用自有资金7500万美元（约合5亿元人民币），投资摩根大盘成长主动ETF，相关投资将在基金上市后开展。

此外，易方达基金宣布将运用固有资金2亿元认购易方达品质均衡主动ETF，华夏基金宣布将以2亿元资金认购华夏质量甄选主动ETF，富国基金宣布将以2亿元资金认购富国价值优选量化选股主动ETF，汇添富基金宣布将出资2亿元认购汇添富均衡策略智选主动ETF，华安基金宣布将出资1亿元认购华安均衡慧选主动ETF。

截至发稿，上述基金公司累计自购金额达到15亿元。值得注意的是，自购资金来源分为两类，既有基金公司自有资金认购，也有摩根基金股东方出资支持，出资时点也有所区分，部分资金在募集阶段参与，部分则计划在基金上市后投入。

在产品开售节点，多家管理人集中抛出自购计划，显现出基金公司对主动ETF这一创新赛道的高度重视，也向市场传递出管理人与投资者利益绑定、长期布局A股的积极信号。

摩根大盘成长主动ETF拟任基金经理李博认为，A股年内平均估值水平已接近过去十年平均水平，部分热门板块估值“消化”基本完成。2026年以来，业绩表现优异的上市公司股价虽有所上涨，但涨幅明显弱于其业绩增长幅度，表明市场更多是基于企业实际经营业绩进行定价，而非单纯依赖市场情绪或资金推动；以AI产业为例，截至目前2026年涨跌幅几乎完全由业绩贡献，且高增动能有望维持。

3 对管理流程和风险监控要求更高

主动ETF能够顺利落地，离不开政策的有力支撑。首批18只主动ETF自7月中旬提交申报材料，至10月正式获批，整个过程仅历时三个月。

为了让主动ETF平稳起步，在正式发售前的10月21日，沪深交易所也召开首批主动ETF市场动员会，基金公司、券商等机构高管以及相关负责人参与。上交所相关负责人表示，首批主动ETF要开好头、起好步，将强化对主动ETF发行上市、投资运作、信息披露的全链条监管。同时，持续丰富公募基金产品体系和高质量供给，和市场各方同题共答、增强合力，提升中长期资金A股投资比例与稳定性，更好服务实体经济和金融强国建设。

易方达基金认为，主动管理是一项长期工作，它的价值不仅体现在对当下机会的识别与判断，更来自持续的研究，以及对市场变化的长期跟踪与审慎应对。市场风格不断变化，投资中的难题，不只是发现机会，也在于如何持续做好取舍与平衡。

富国价值优选量化选股主动ETF拟任基金经理王保合表示，不同于传统的被动指数ETF，主动ETF还需要根据投资策略持续调整组合；而且不同于场外主动基金，主动ETF因为PCF（申购赎回清单）的制作，需要提前一天制定调仓策略。与此同时，如果产品长期保持较高股票仓位，现金和申购赎回头寸管理也需要随时做好准备，这对管理流程和风险监控都提出了更高的要求。

汇添富基金指数与量化投资部副总监吴振翔认为，伴随中国经济结构深刻变革，结构化行情持续演绎，投资难度不断提升，不同风格和行业近期波动加剧，而大盘核心资产估值相对合理，均衡配置成为穿越波动、构建更具韧性投资组合的理性选择。

主动ETF营销竞速 从“卖产品”转向“卖认知”

证券时报记者 陈书玉

10月19日，首批主动ETF获批，10月23日正式开售，基金公司迅速进入宣发节奏：海报、图文、短视频物料近乎即时上线，快闪等线下活动也同步热闹起来。围绕这一新品类的宣发竞速，像一面镜子，照出了基金行业营销逻辑正在发生的深层变化：基金公司整体上正从“卖产品”转向“经营用户认知与品牌生态”。

最直观的变化是宣发速度与表达方式。批文落地后，海报、图文、短视频物料在极短时间内密集上线，部分公司几乎做到“秒发”。海报不再堆砌策略术语，而是试图把复杂逻辑压缩成一句可记忆的话、一个可感知的画面，用更直观的方式解释产品特点与策略逻辑。速度背后是心智入口的争夺：谁先完成从专业语言到用户语言的转换，谁就更容易被记住。营销物料由此从“产品说明书”变成“认知入口”。

投教内容的升级也更具趋势意义。过去投教多是零散科普，如今正变成持续性栏目和品牌化IP，形成“追更”机制：系列化问答、白话解读、播客、长视频，把复杂逻辑讲得更直观；也有公司转向真实问题调研，梳理社交平台和财富社区的上千条提问整理成汇编，或基于数千位投资者反馈提炼核心关切。其价值不在内容数量，而在把投教从“我说你听”转向“你问我答”。营销的新资产由此不再是货架位置，而是用户认知和信任存量。内容化、栏目化、IP化，正成为行业投教的共同方向。



图片来源：AI生成

线下场景则走出另一条路径。部分公司推出快闪店、主题巴士、指数节、模拟大赛等形式，金融科普被嵌入城市潮流体验和硬核投研圈层。与线上内容相比，线下活动更强调沉浸感和情感连接，尤其面向年轻投资者和细分圈层，试图把抽象的投资概念变成可参与、可分享的事件。这种场景化营销的价值，不在于当场促成多少交易，而在于缩短品牌与用户之间的心理距离，让金融机构从“货架上的名字”变成“可感知的存在”。体验营销由此成为认知经营的重要一环。不过，这类活动目前更多是头部与特色公司的尝试，尚未成为全行业标配。

这些变化共同指向一个判断：基金营销正在内容化、IP化、场景化。其核心是从“把产品推出去”转向“把认知建起来”，从一次性交易转向长期用户经营。新品类解释成本更高、信任门槛更强，倒逼公司把营销做成持续的内容服务和体验设计。但也要看到，营销创新不能替代长期业绩。海报再快、栏目再IP化、快闪再热闹，最终仍要回到持有人体验。若形式大于内容，投教沦为流量素材，新业态就容易滑向内卷。真正的分水岭，仍是产品能否在完整市场周期中证明价值。营销新业态值得肯定，但它只是起点，不是答案。

富国基金王保合：

主动ETF不止于交易 更要兼顾长期配置价值

证券时报记者 裴利瑞

“主动ETF既需要精细化的ETF管理，又需要主动管理的投资策略，对基金经理提出了双重要求。”富国基金总经理助理、量化投资部总经理王保合在接受证券时报记者专访时表示。

近日，国内首批18只主动ETF获批，并集体开启发行，富国价值优选量化选股主动ETF便是其中之一。该产品拟由王保合担任基金经理，希望在兼顾场内交易和主动管理的情况下，为投资者提供一个场内投资新工具、主动管理新选择。

ETF与主动量化交汇

由王保合来担任富国价值优选量化选股主动ETF的拟任基金经理并非偶然，而是因为主动ETF所需要的两类能力，恰好对应着他职业生涯中长期并行的两条轨道。

一方面，他是公募基金行业从业较早的ETF基金经理。早在2011年，他就开始管理富国旗下首只ETF产品——上证指数ETF及其联接基金，随后又在2023年参与了指数增强ETF的管理，至今已积累了长达15年的ETF管理经验，让他对ETF管理细节有着丰富的处理经验。

另一方面，他又从2020年开始管理主动量化基金，代表作富国致弘量化选股A自2023年9月5日成立至2026年二季度末的基金净值增长率达67.85%，相较于同期业绩比较基准上涨34.21%，实现了33.64%的超额收益。

“主动ETF既需要精细化的ETF管理，又需要主动管理的投资策略，对基金经理提出了双重要求。”在王保合看来，自己在ETF和主动量化基金管理中积累的两类经验，恰好可以在主动ETF上交汇。

其中，ETF管理解决的是精细化的场内运营。不同于场外基金，ETF需要进行每日PCF（申购赎回清单）的制作、现金头寸的安排、做市商的协调、折溢价的控制、组合调仓的衔接……这些都对产品的精细化运作提出了较高要求，但也同样是王保合已经熟稔于心的日常工作。

主动量化解决的，则是组合为什么这样配置，以及如何创造超额收益。它要求基金经理走出单纯复制指数的范围，通过量化模型主动筛选股票，通过自主选股寻找市场阶段性的错误定价，这也正是富国基金量化投资团队多年来持续深耕的方向。

锚定价值风格 打造场内配置工具

具体到投资策略上，富国价值优选量化选股主动ETF的定位也十分清晰，即以中证800价值指数收益率作为业绩比较基准，以“PB-ROE”为选股策略，贯彻“以合理价格买入优质基本面标的”的投资理念，以期打造一个锚定价值风格的场内配置型工具。

王保合目前同时在管理指数增强ETF和场外主动量化产品。在他看来，指数增强ETF需要考核跟踪误差和相对基准的胜率，理想状态是在不大幅偏离基准的前提下，持续获得比指数多一点的收益；而主动ETF虽然以指数作为业绩基准，但跟踪误差约束的权重会下降，基金经理在行业配置和个股选择上拥有更大的主动空间。相应地，富国价值优选量化选股主动ETF最终要比较的，也不只是指数增强产品，更是所有定位相似的主动权益基金。

那么，具体如何做到“主动”，从而发挥这一类产品的优势呢？富国价值优选量化选股主动ETF给出的答案是，通过PB-ROE策略将“以合理价格买入优质公司”的理念转化为可执行的选股方法。

PB-ROE策略并不是寻找PB最低或者ROE最高的公司，而是寻找盈利能力占优、同时估值相对便宜的标的。考虑到不同行业的商业模式和估值中枢不同，富国基金量化投资团队还在模型中加入行业和主题信息，更多地在同一行业内部比较企业的盈利能力与估值水平。换句话说，模型要寻找的是：在相似的经营环境中，哪些公司的盈利质量更好，而市场给出的价格又相对更合理。

“基本面+AI”双轮驱动

通过PB-ROE策略的初步筛选，富国价值优选量化选股主动ETF大致会形成一个约1000只股票的备选池。但这只是第一步，从备选池到最终的投资组合，还需要依托量化模型进行精细化打分。

富国价值优选量化选股主动ETF依托富国基金量化投资团队多年以来的深厚积累，在传统多因子模型的基础上进行了全面升级，构建了“基本面+AI”双轮驱动的量化选股框架。

在PB-ROE投资池之上，模型从价值、质量、预期成长、分析师信息和交易行为等多个维度，对股票进行多因子综合打分，再结合风险模型实时监控组合风险，利用交易成本模型优化买卖时点，最终确定包含150至200只股票的投资持仓，个股权重保持高度分散，不依靠少数重仓股决胜，而是将超额收益分散分布在一批优质股票上。

这套主动量化框架，也拉开了它与传统Smart Beta的差距。Smart Beta指数一旦编制完成，核心规则通常固定，当市场环境发生剧烈变化时，指数能作出的调整十分有限；而富国价值优选量化选股主动ETF则有望在保持既定风格定位的基础上，随着市场环境变化和模型迭代，动态调整选股逻辑，保留适应市场的能力——王保合所强调的“自适应”，并非随波逐流的漂移风格，而是在既定投资框架内，不断升级寻找错误定价的工具。

当被问及希望投资者如何使用这只产品时，王保合表示：“我希望它既具有交易属性，也具有长期配置价值，成为投资者权益投资的一个全新选项。”