

十几家发布“限购” 个别金额低至万元

债券基金“闭门谢客”为哪般?

经济导报记者了解到,仅仅是9月第一周就已经有十几家基金公司发出了限购通告,而且部分债券基金的限购金额低至1万元

◆导报记者 刘勇 济南报道

在债市波动背景下,越来越多的债券基金欲通过限购应对市场不确定性。

经济导报记者了解到,仅仅是9月第一周就已经有十几家基金公司发出了限购通告,

债券基金纷纷“限购”

9月7日,工银瑞信基金发布公告称,从9月9日起,工银1年—3年农发行债券基金、工银3年—5年国开行债券基金、工银中债1年—5年进出口行债券基金、工银1年—3年国开行债券基金同时对机构投资者进行限购,大额申购、转换转入、定期定额投资金额上限为1000万元。与此同时,国泰鑫裕纯债基金、浙商汇金短债基金也发布了大额限购公告,限购金额分别为100万元和1万元,限购时间从9月9日起。

实际上,这只是冰山一角。

9月6日,广发添福30天持有债基发布限购公告,9月9日起暂停单日单个基金账户申购(含定期定额和不定额投资)及转换转入合计超过10万元的大额业务。此前,广发基金还对旗下广发双债添利债基E份额进行限购。

此外,从9月4日起,华商鸿丰纯债基金和华商悦悦纯债基金均暂停机构客户单日单个基金账户单笔或累计高于10万元(不含10万元)的大额申购、大额定期定额投资及大额转换转入业务。

创金合信恒利超短债基针

而且部分债券基金的限购金额低至1万元。

受访的业内人士认为,当前债市波动态势依然存在,近期不同品种间的切换较为明显,阶段性的基金限购有助于基金经理应对市场不确定性。

对个人投资者设定了申购上限,额度限制按照A、C、D、E四类份额加总进行合并判断。

丰厚基金也发布了丰厚瑞和债券暂停大额申购及转换转入业务的公告。公告显示,为保障基金的平稳运作,维护基金份额持有人利益,基金管理人决定限制丰厚瑞和债券的申购及转换转入金额,单日单个基金账户累计申购及转换转入该基金的A类或C类基金份额的金额不得超过100万元。

国泰瑞丰纯债基金的申购上限为500万元,汇添富稳安三个月持有债基的A份额和C份额的限购上限设置为1000万元。

除了中长期纯债产品,不少中短债产品也陆续发布限制大额申购、赎回的公告,其中有不少产品的年内收益名列前茅。比如,截至8月5日,在开放式中短债年内收益率排名第一的中信保诚至泰中短债A已将大额申购、大额转换转入及大额定期定额投资业务金额限制调整为1000万元。

长城基金管理有限公司也发布长城稳健增利债券型证券投资调整申购、转换转入、定期定额投资业务限额公



告,对不同渠道进行限购。其中,蚂蚁基金、腾安基金、肯特瑞基金单日每个基金账户对A类、C类、D类单一基金份额的累计申购金额上限为5000元,此前的申购上限是5万元。同时,

应对市场波动

对于债券基金的暂停申购等情况,济南一家商业银行的理财经理张萍表示,“很正常”。

“现在债市波动依然存在,为了应对市场的不确定性,阶段性的基金限购有助于基金经理对基金进行调整。同时保证了基金持有人的权益。”张萍进一步解释,“大量资金申购后,基金经理管理压力陡增,原有的投资策略将被迫改变,有的资金可能闲置,从而也会稀释原有持有人的收益。”

正如张萍所说,经济导报记者查询后发现,各基金公司在公告中的解释都含有“为保护基金份额持有人利益,保持基金的平稳运行”。

上海一家基金公司的山东渠道经理陈猛告诉经济导报记者,8月份以来,在强监管下,债券市场出现明显波动,部分债券基金

其他代销和直销渠道的A类、C类、D类单一基金份额限购金额为3万元,E类份额限购金额则为200万元。在此之前,E类份额不设限。

同样限购的还有国联基金。

的净值也坐了一轮“过山车”。在当下市场方向未定的情况下,选择限购可以较好地保护投资者,避免出现追涨杀跌的现象。

“我购买的基金持有一个多月了,才赚了不到1块钱。”济南基金投资者马斌说。

据经济导报记者了解,马斌在7月底投资1万元购买了嘉实60天短债C基金,7月份收益为1.93元,8月份的收益则是-3.67元,9月份至今收益为2.76元,最终累积收益0.92元。

陈猛告诉经济导报记者,除了保护投资者权益外,现在基金公司也放弃了对规模的执念。

“如果基金规模过于庞大,可能会影响投资策略的执行和投资组合的稳定性,同时也会影响基金的运营效率。与其冲规模,不如将规模控制在合理区间,用稳健的业绩慢慢积攒口碑和投资

根据该公司公告,暂停国联恒鑫纯债基金大额申购、转换转入、定期定额投资业务,单日单个基金账户累计申购(含转换转入、定期定额投资)该基金金额不应超过100元。

者对公司品牌的好感度。”陈猛说。

在债市波动态势依然存在的前提下,投资者该如何操作?

张萍认为,虽然债市还有波动,基金净值也会随之波动,但投资者还是要谨慎赎回。“只要‘快乐’的时间比‘痛苦’的时间多,这样的债基就值得拥有。”

不过,张萍表示,投资者更应关注监管政策的变化以及市场对政策的反应,评估不同债券基金的表现和风险。当前债券市场可能进入一个风险偏好回落的阶段。投资者在购买债券类产品时,应更加关注基金的长期表现和风险管理能力,而不仅仅是短期收益。

“在面临选择的时候,投资者仍要根据自己的投资目标、风险承受能力、资金存放的时间、目前已配置的产品和具体产品费率等因素加以综合考虑。”

银行理财子公司中期业绩出炉

6家净利润超10亿

随着上市银行半年报披露完毕,银行理财子公司在2024年上半年的经营情况浮出水面。整体来看,今年上半年,理财子公司业绩回暖,净利润、产品管理规模多有增长。

记者梳理了有可比数据的20多家银行理财子公司业绩后发现,截至今年上半年末,11家产品管理规模超1万亿元,6家上半年净利润超10亿元。

在净利润方面,截至今年上半年末,有6家银行理财子公司净利润超过10亿元。其中,招银理财以14.47亿元的净利润继续稳居首位。其次是兴银理财、平安理财、信银理财、农银理财、中银理财,净利润分别达到了13.41亿元、11.92亿元、11.59亿元、11.2亿元、11.11亿元。

增速方面,与去年同期相比,浦银理财净利润涨幅最大,达136.49%;其次为渝农商理财、平安理财,净利润增幅分别为81.58%、77.91%。

不过,虽整体增长,但仍有民生理财、招银理财、建信理财、上银理财、北银理财5家公司净利润较去年同期下降,且跌幅均超10%,跌幅最大的超过了50%。

对此,中国银行研究院研究员杜阳对记者表示,理财子公司经营表现出现分化,主要是因为不同理财子公司管理的理财产品市场表现存在差异,在运营效率和成本控制方面,各理财子公司也存在差异。

截至今年上半年末,有11家理财子公司的产品管理规模超过1万亿元,占比近半。其中,招银理财、兴银理财分别以2.44万亿元和2.15万亿元居银行理财子公司规模前两位。信银理财以1.92万亿元的产品规模位列第三。

分类别看,除了邮储银行,其他五家国有大行理财子公司的理财产品规模均在1万亿元以上。截至今年上半年末,中银理财,工银理财、农银理财、建信理财、交银理财的产品管理规模分别为1.8万亿元、1.75万亿元、1.73万亿元、1.5万亿元、1.46万亿元。从规模变化看,国有大行旗下5家理财子公司管理产品规模均较去年年末增长,其中,中邮理财增速最快,管理产品规模增长了23.29%。

股份制银行中,招银理财、兴银理财、信银理财、光大理财、浦银理财、平安理财6家公司的产品管理规模也超过了1万亿元。此外,多家城商行、农商行旗下的理财子公司在今年上半年也展现了较好的规模涨势。增速方面,城商行、农商行理财子公司管理产品规模均较去年年末增长。其中增速最快的是渝农商理财,增长了36.03%。

(彭妍)

新媒体环境下国企党建 宣传工作创新路径分析

青岛金海热电有限公司 牟云峰

国企党建宣传工作围绕企业发展实际展开,传播企业发展进程中的正能量,对推动企业高质量发展具有重要意义。当前,国企党建宣传工作在新媒体传播路径的研究相对单薄,尚未建立具有导向性的传播操作方略。基于此,为提升国企党建宣传工作成效,探讨新媒体环境下国企党建宣传工作的创新途径变得尤为重要。

国企党建宣传工作在新媒体环境下面临的机遇

党建宣传工作路径渠道多样化。新一代传媒信息技术的传播与发展,为国有企业党的建设和宣传工作带来了崭新的方式与途径,为信息的传递提供了全新的途径与通道,也为党建宣传工作的展示开启了新窗口,推动了党建宣传工作的多元化发展。

党建宣传工作覆盖面与灵活性显著增加。当前环境下,人们可以利用各种移动终端来获取信息,新媒体方式灵活性也更强。无论是信息的发出方式或是接受方法,都不再受时间与空间上的约束。因此,相比于传统方式,党建宣传工作的覆盖面和灵活性显著增加。

党建宣传工作效率有效提高。传统的党建宣传工作更多是团体活动,持续时间一般较长,但信息内容覆盖范围不全面。而通过新媒体开展党建宣传工作,能够克服时间和空间障碍,极大地提高党建宣传工作的有效性。

新媒体环境下国企党建宣传工作的创新发展措施

加强国企党建宣传内容和

形式创新。产业发展始终离不开技术创新,而国有企业的发展也离不开党建引领和宣传工作的有效开展,其中涉及内容与表现形式的创新。当前,国企党建宣传工作人员应深入研究如何以短视频等新媒体方式传播相关内容,使党建宣传方式更贴近员工的工作生活,更易于被员工接受。

坚持正确的政治方向与舆论导向。网络信息的多元化,使加强新闻舆论工作更加具有迫切性和创新性要求。国企党建宣传工作人员应始终在思想上、政治上、行动上与党中央保持高度一致,根据实际构建形成国有企业宣传矩阵,确保新媒体环境下党建宣传工作的顺利开展和正确的舆论导向。

建立健全考评和激励机制。正所谓“无规矩不成方圆”,在建立相应制度的过程中,一方面要适应企业当前发展的需要,另一方面要将上级考评与企业员工测评相结合,持续针对企业发展需要和员工反馈做出调整,完善相应考核与奖励制度,从而推动国企党建宣传工作的全面发展。

综上所述,当前新媒体的快速发展,对国企基层党的建设和宣传工作提供了新的机遇和挑战。国有企业党组织必须结合实际,用心研究新媒体,充分运用新媒体,树立好国有企业负责任的良好形象,以更加饱满的热情、更加创新的思维、更加务实的成效,充分发挥好党建宣传工作的强大正能量。

创新沂蒙老区基层党建价值引领的思考

赵浩洲

革命战争年代,沂蒙老区基层党组织担当使命、雷厉风行,战时组织动员群众参战支前,平时组织生产,为抗日战争和解放战争的胜利做出重要贡献。新中国成立后,沂蒙人民听党话跟党走,投身于新中国建设之中。改革开放后,在党的领导下,沂蒙老区基层党组织发挥战斗堡垒作用,发动群众,抢抓机遇,在市场经济大潮中激流勇进,曾经“土货不出、外货不入”的沂蒙山区,一举发展成为苏北鲁南地区经济圈中心。进入新时代,沂蒙老区人民感党恩跟党走,立足沂蒙老区实际,发挥红色资源优势,着力打造“基层党建示范点”,创新实施“第一书记项目”“头雁工程”等,启动党建引领“两新”组织高质量发展、党建引领“沂蒙红色物业”发展,通过选派“红领书记”到基层任职等举措,打造沂蒙红色基层党建样板。

现状

基层工作千头万绪,基层干部既要带领群众搞好地方经济社会发展,还要做好基层党组织建设工作,打造党的基层战斗堡垒,确保一方社会稳定。沂蒙老区红色文化资源丰富,这里群众基础好、觉悟高,基层党员干部主动接受红色洗礼的意识强。“火车跑得快,全靠车头带”,老区群众的认知水平在不断提高,“水涨船高”,基层党员干部的执政能力也在不断提升。基层党员干部有“金钢钻”,才可揽“瓷器活”,工作中展示党员

干部的先进性,发挥党员干部的先锋模范作用,当好基层群众的主心骨、贴心人,带头干事创业,发挥好桥梁纽带作用,在服务群众中获得群众认可。

沂蒙革命老区底子薄,经济基础薄弱,发展压力大。改革开放以来,沂蒙人民抢抓机遇,加快发展,西郊批发市场打头阵,一跃成为全国规模最大的市场集群,中国物流之都……商场人口流动量大,基层党建工作千头万绪,既要动态调整,适应新形势、新变化,打造商战党的战斗堡垒,又要处理好商户急难愁盼的现实问题。因此,基层党建引领亟待加强,以确保沂蒙山区经济的持续增长,巩固和保障党在革命老区的执政根基。解决好基层党组织建设与价值引领“两张皮”现象,尽早实现基层党建价值引领和红色教育、实践育人的深度融合,需要且迫切。

创新沂蒙老区基层党建价值引领路径

立足基层,创新沂蒙老区基层党建价值引领,着力提升党员干部的判断决策能力、调查分析能力、组织协调力、化解矛盾能力,有效发挥基层党建价值引领功能,为基层工作提供有力保障,助推乡村振兴和共同富裕。

政治引领,强化政治属性。基层党组织是确保党的路线方针政策和决策部署贯彻落实的基础。发挥政治引领功能,结合当前形势,在党的建设、社会治理和组织管理中,从实际出发,创新工作方式方法,做好基层群众

的“守护神”,确保党组织和党员在思想上、政治上、行动上与党中央保持高度一致。

思想引领,抓实基层党员干部教育管理。思想建设是核心,应不断完善理论知识学习内容,丰富学习形式,依托沂蒙红色资源优势,经常性到红色教育基地接受红色教育,到基层参加劳动实践,培根铸魂,做好基层党员干部的思想教育工作。

作风引领,弘扬党的优良传统,作风建设是根本。作风建设事关党的事业兴衰和人心向背,保持党同人民群众的血肉联系,履职尽责,倾听群众声音,关心群众疾苦,把基层岗位当作施展自己才华的平台,一心为民。

纪律引领,抓好廉洁自律。用纪律和法律来监督党组织和全体党员,筑牢基层党员干部拒腐防变的思想道德防线。在其位谋其责,“在岗就要在状态”,经常性开展自查自纠,严格落实中央八项规定精神,真正做到“情为民所系,权为民所用,利为民所谋”。

制度引领,制定严格的基层组织规范。用制度管人、管事,高标准、严要求、全覆盖,特别是对基层党组织班子成员。没有规矩不成方圆,一个团队的战斗力和凝聚力如何,关键看是否具备完善的制度。

“党建+”引领,创新基层党建工作模式,推动党建工作与乡村振兴、共同富裕深度融合。通过开展“党建+人才”“党建+产业”“党建+文化”“党建+集

体经济”“党建+环境”等一系列活动,确保党在基层工作中的协调各方、统揽全局作用,突出基层党组织的价值引领。

时代发展越快,对基层干部的工作能力挑战就越高。只有练就过硬本领,提高党员干部自身的致富能力、管理能力、自我约束能力、服务能力,特别是自我学习能力、创新工作能力、解决具体问题和理论联系实际能力,才能适应新形势下沂蒙老区基层社会状况,得到群众拥护。

结语

受市场经济大环境影响,老区一些“新生代”党员干部成长环境优越,基层实践经验不足,自我意识较强,思想政治觉悟亟待提高。脚不沾泥,方知群众冷暖。要想为群众所接纳,基层党员干部必须俯下身、弯下腰、扎下根,真心融入群众、服务群众,在与群众同甘共苦中受到教育和锻炼,在实践中提高服务意识,提升党性修养和个人综合能力,在实现乡村振兴中出类拔萃。无论在革命战争年代,还是社会主义建设时期,也只有密切党群干群关系,把基层党组织打造成坚强的战斗堡垒,发挥基层党建价值引领作用,才能充分展示沂蒙老区基层党组织的使命与担当。

[作者系山东医学高等专科学校副教授。本文为山东省基层党建课题“共同富裕视角下沂蒙老区基层党建价值引领研究”(项目编号:23SSK133)阶段性研究成果]