

指增基金迎发行大年 加速走上配置舞台

今年，指数增强基金成为公募基金行业中最具存在感的产品线之一。

数据显示，无论是规模扩张速度、发行热度，还是投资者关注度，指增产品的表现均较去年显著抬升。推动这一变化的因素是多重的。今年以来，A股结构性行情频现，增强策略持续取得超额收益，为投资端提供了可见的效果验证。

随着投资者对指增产品的认知走向拐点，配置需求迅速升温，带动发行与规模双双突破。指增产品凭借其差异化策略、稳健超额收益与可长期持有的特点，成为越来越多投资者的选择。

指增产品迎发行大年

今年以来，指增基金整体呈现出显著的扩张态势，规模增速明显高于去年。

最新数据显示，截至12月5日，市场上指增基金数量已增至459只，管理规模达2764亿元。年初时，指增基金数量为298只，管理规模为2128亿元。与年初相比，产品数量明显增长，管理资金的体量亦有提升。

从细分结构来看，宽基、行业及Smart Beta等主要类型的指增产品均实现规模扩张，其中宽基指增是最突出的增长来源。在沪深300、中证1000、中证500、中证2000等主流宽基指数上，增强型产品持续吸引增量资金，成为今年规模放大的主要力量。

在行业主题方面，科技、高端制造、新能源、芯片、稀有金属等赛道受市场关注度提升影响，相关指增产品规模增长亦较为亮眼。与此同时，部分量化增强策略产品也借助稳定的风格与因

子表现，实现了规模同步扩容。

在产品发行端，今年新发指增基金数量明显增长，市场出现阶段性回暖。今年以来成立的指增基金超过百只，其中20多只产品首发规模突破10亿元，包括广发创业板指数增强、摩根中证A500指数增强、鹏扬中证A500指数增强、博道中证全指指数增强、鹏华上证科创板综合指数增强等。

值得注意的是，该数据远高于去年全年209亿元的发行规模，且去年仅有6只产品首发规模超过10亿元。今年宽基指增成为发行的主力，跟踪中证A500、中证800、沪深300等指数的产品普遍获得了更高的市场认可。

投资者认知明显改变

谈及今年以来指增基金的发行与规模变化，博道基金的基金经理杨梦认为，今年市场最大的变化之一是投资者认知的改变。

杨梦分析，场外指增基金作为工具化产品，对于投资者而言具备较高配置价值，尤其是当前A股市场超额收益空间还相对丰富的情况下。杨梦表示，能明显感受到不论是投资者还是销售端都越来越认同这一点，“例如，一些头部基金销售平台今年也开始重点发力和布局指增品类，他们背后有庞大的投资者群体，这种布局也是基于对用户的调研分析以及对其需求的洞察”。

在策略端，今年的指增产品也呈现出更明确的差异化取向。杨梦表示，各家基金公司基于自身禀赋，应用在指增上的策略模型各有不同。例如，博道“指数+”追求的是长期稳定的超额收益，自2023年起一直使用“双均衡”框



今年以来，指增基金整体呈现出显著的扩张态势，规模增速明显高于去年。（资料图片）

架，一是方法论层面的均衡，即传统多因子模型与AI全流程框架多因子模型各占一半；二是因子配权均衡，意味着基本面类因子和均值回复类因子各占一半。“双均衡”可以避免因方法论的偏重或者过度暴露于单一因子风格而在市场转向时遭遇巨大回撤。

从“可选项”走向“必要项”

在增强类产品的应用场景上，杨梦认为，ETF品类的优势在于种类丰富、费用低廉以及交易灵活，比较适合交易类型的策略。“这一策略需要频繁换

手，不论是出于择时控波动的角度，还是出于去追各种风格的角度。而且想要把交易型的策略长期做好，还是需要一定专业性和研究上的投入。”她表示。

沪上一位基金评价人士补充道，今年指增基金普遍业绩提升，也在一定程度上验证了策略层面的有效性，强化了其在长期配置体系中的位置。在整体配置体系中，指增产品的定位已从过去的“可选项”逐步走向“必要项”。当投资者不再只依赖短期交易而开始关注长期收益结构时，增强策略的价值便更容易被看到，也让这一领域在未来具备更多可探索的空间。

据《证券时报》

“福启新岁 创绘福彩” 创新营销宣传大赛评选结果出炉

为迎接2026新年的到来，推动“福彩文化”焕发新的生机与活力，广西福彩桂南管理处开展了“福启新岁 创绘福彩”创新营销宣传大赛。本次大赛围绕“福彩公益+春节”主题进行创意场景设计，设置平面作品组和视频作品组。

截至11月30日投稿截止，大赛共征集作品154件，其中平面类作品101件、视频类作品53件。12月1日至12月2日，桂南管理处组织10名业务单位评委及50名福彩站点业主组成评审团，对参赛作品进行集中评审。每位评委对平面类和视频类作品分别拥有5票投票权，同一作品不得重复投票。最终，业务单位评委与站点业主评委按8比2的权重比例对投票结果进行加权汇总，并根据加权得分从高到低排名，作为最终评审依据。

根据评审结果，平面作品组和视频作品组分别评选出一等奖3名、二等奖6名、三等奖10名。

据广西福彩



获得一等奖作品《2026这“箱”有福了》。

中国福利彩票
CHINA WELFARE LOTTERY
扶老 助残 救孤 济困

倍投奖金 上亿元

办站电话：2858741 2837111

多地汽车消费补贴精准发力 助力年终冲刺

年末将至，多地纷纷出台汽车消费补贴举措。

12月8日，2025年沈阳市冬季汽车消费补贴活动拉开帷幕，发放总金额为5000万元的汽车消费补贴。12月5日，青岛市出台《“青岛暖冬”新车首保消费补贴活动实施细则》，将继续发放新车首次投保的消费补贴，单车最高补贴额度达8000元。

中国汽车工业协会数据显示，今年前三季度，我国汽车产销量同比分别增长13.3%和12.9%，汽车市场整体延续良好态势。

地方政府也根据自身的经济发展状况、财政实力和消费需求，出台了各具特色的汽车促消费政策。例如，在“乐享湖南湘当有惠”汽车促销活动中，采用阶梯分档补贴及摇号抽奖形式发放，活动充分考虑了市场的多元化需求，覆盖燃油车与新能源车。对于燃油车，政策旨在促进其更新换代，提高能源利用效率；对于新能源车，则通过补贴进一步降低购车门槛，推动新能源汽车的普及和应用。

据悉，12月份正在开展汽车消费补贴的地区除沈阳市和青岛市外，还

有钦州市、杭州市等地。例如，钦州市设置三个补贴档次，计划发放超过700份补贴名额，享受补贴的购车人，须在活动期间按活动规则在钦州市参与活动的汽车销售企业购买汽车乘用车新车，且不限户籍和车辆挂牌地区。

此外，一些区级政府也积极参与其中，如成都市武侯区、南宁市青秀区等，这些地区根据自身的财政资金状况，推出了形式多样的补贴政策。例如，成都市武侯区针对个人消费者发放补贴，配套资金4500万元，面向在参与活动的汽车零售企业购置家用乘用车新车，且按照要求提交资料并通过审核的个人消费者，发放云闪付红包补贴，设置了四种补贴档次，最高每台车补贴9000元。

此外，年末将至，汽车消费迎来“年终冲刺”，随着多家车企的新车陆续发布，车企纷纷通过强化促销攻势，优化服务品质等方式为消费者提供更好的购车体验，提升消费者的购车意愿，助力企业完成年度销量目标。

据中国经济周刊网