

改革再“落子” 公募基金业绩“参照系”全面升级

10月31日,证监会发布公募基金业绩比较基准指引征求意见稿,中国基金业协会同步发布相关操作细则,向社会公开征求意见。

这意味着,未来每一只公募基金的业绩评价都将迎来一个更加清晰、稳定、客观的“参照系”。

业内人士指出,上一阶段改革推出的新型浮动费率模式暂时只覆盖新产品,聚焦于“增量改革”。本次业绩比较基准全面升级则涉及存量公募基金业绩评价和考核,标志着本轮公募基金改革迈出“关键一步”,进入“存量改革”阶段。

业绩比较基准成为真正的“尺”和“锚”

业绩比较基准,就像一把“尺子”,是公募基金给自己业绩设定的“参照系”,用来衡量投资表现好坏。它不仅能帮投资者看懂基金主要投资什么、风险收益特征如何,还能锚定基金经理的投资风格,让他们别跑偏,确保基金老老实实按约定策略操作,追求相对基准的超额收益,并切实提升超额收益的稳定性。

近年来,投资者对部分公募基金“风格漂移”“货不对板”等问题不满意。还有,部分基金公司和基金经理片面追求规模和排名,过度追逐短期热门主题,追涨杀跌,忽视了基金原本的定位和风格,导致基金业绩大幅波动。

这就说明业绩比较基准没有成为真正的“尺”和“锚”,基金公司和基金经理对业绩比较基准的重视程度

不够。

证监会相关部门负责人介绍,这次改革就是要发挥业绩比较基准对基金投资行为的约束和指导作用,尽量确保投资者“所见即所得”。完善对业绩比较基准的监管安排,也将引导基金行业进一步回归以投资者为本的发展理念。

业绩“参照系”怎么全面升级

此次公开征求意见的新规,在操作层面上明确了公募基金业绩“参照系”如何升级。据了解,基金管理人可以从基金行业业绩比较基准要素库中选取基准要素。

——怎么选?明确选用要求、规范行业操作标准。

真实匹配。业绩比较基准需真实反映基金的投资方向、策略和风格。

不能随意更改。一旦设定,不能因基金经理更换或市场热点变化就轻易调整,确保基金“名副其实”。若需变更,必须严格履行程序。

客观透明。基准的计算方法和数据来源要清晰透明,所选指数需能真实反映市场情况。

信息披露充分。基金需在合同、定期报告中详细说明基准的设定依据,并定期对比实际收益与基准的差异,用通俗语言解释原因,帮助投资者“看懂”基金表现。

——谁来管?不再是基金经理自己说了算。

新规要求公募基金公司“建制度”,明确业绩比较基准的选取、披露、监测、评估、纠偏及问责的“全流

程”都要有管控机制,从公司内部系统化地为业绩比较基准发挥功能作用提供保障。

提高基准选取的决策层级,由公司管理层对基准选取进行决策,并承担主要责任。同时派准管基金也要“人岗匹配”,例如医疗主题基金就要找熟悉相关行业的基金经理来管。

此外,新规还要求,对于投资过程中的风格偏离等情况,基金公司要有独立部门负责监测,由公司的投资决策委员会对偏离情况进行客观分析、决策,并建立内部合规管理和问责机制等。同时,基金托管机构也要承担监督责任。

——如何用?内外部增加更多约束。

新规要求基金经理薪酬考核、基金销售、基金评价中也应合理使用业绩比较基准,弱化全市场相对排名导致的投资激进、风格漂移等现象。

在主动权益基金经理的薪酬考核中,如长期投资业绩明显低于业绩比较基准的,基金经理绩效薪酬要明显下降。再如,在销售基金时,机构不能只宣传基金赚了多少钱,还必须同时展示业绩比较基准(如沪深300指数)的表现,避免被高收益宣传误导。

如何做好存量产品的平稳过渡

新一轮探索刚刚开始,也给行业带来很多新的课题。例如,市场各方非常关注,存量产品的业绩比较基准优化过程是否会对市场造成较

大影响。

从规则要求看,监管部门未对实际持仓与基准之间的偏离设置量化指标,鼓励发挥基金管理人提升主动投研能力,防止“一刀切”整改造成集中影响。

从过渡方式看,基金管理人可以在依法依规的前提下,把和基金产品实际持仓风格不匹配的业绩比较基准调整得更加匹配。简单说,就是选择一把更加合适的“尺”来衡量基金产品表现的好坏。这样可以避免公募基金产品大幅调仓带来的市场波动。

从时间安排看,监管部门会引导行业机构在1年的过渡期内,分批稳妥做好存量产品的基准优化变更工作,为存量产品设置更加符合基金合同约定和基金实际风格的基准,确保不对市场稳定造成影响。

今年5月,证监会发布《推动公募基金高质量发展行动方案》,突出强化公募基金与投资者的利益绑定,督促基金公司从“重规模”向“重回报”转变。上一阶段,多批新型浮动费率基金产品已经落地销售,探索扭转基金公司“早涝保收”的现象,募集情况较好。

未来,公募基金改革仍将继续深入。记者从证监会了解到,下一步基金公司薪酬考核规则将修订出台,将基金投资业绩与业绩比较基准对比情况纳入基金经理薪酬考核体系,真正实现“业绩差则薪酬降”,引导基金行业进一步回归投资者利益导向。

(新华社)

秋日“丰”景好



深秋时节,各地农民抢抓农时加紧收获,处处是喜人的秋日好“丰”景。
图为11月2日,在浙江省湖州市德清

县乾元镇,收割机在收割水稻(无人机照片)。

新华社发

“小吃”不小! 百年川菜开启“因食而旅”新图景

新华社成都11月2日电 一勺红油搅动千亿产业,一味川香连接古今中外。小吃大产业,折射出“因食而旅”的消费新图景。

10月31日至11月2日,第八届世界川菜大会在四川乐山举办。来自全球11个国家和全国22个省区市的126个特色展位,川味小吃、非遗美食、中华名吃等近600种美味齐聚,打开观察美食驱动文旅升级的一扇窗口。

作为中国八大菜系之一,百年川菜的背后,是在坚守中传承文化根脉,在发展中融合时代之美。

守正 川菜传承百年的根脉

世界川菜烹饪技能大赛现场,锅铲翻飞,香气四溢。

乐山厨师李元智正现场制作传统小吃钵钵鸡,他深知这道麻辣风味的灵魂所在。“雅安花椒麻味纯正,成都牧马山的二荆条辣椒香气足,搭配炼出的红油一闻就酥香扑鼻。”

这份对“滋味”的追求,与东晋《华阳国志》中的记载一脉相承:蜀中饮食“尚滋味”“好辛香”。历经漫长演进,这股“滋味”完善为24种川菜味型,成就了“一菜一格,百菜百味”的独特魅力。

一百多公里外的成都市档案馆里,近万件“近现代川菜档案”详细记录了从1909年到1987年近代川菜菜系形成,不断发展的历程。

美食文旅的根基,正深植于这般可触可感的历史文脉之中。

“今年6月9日,‘近现代川菜档案’入选第六批《中国档案文献遗产名录》,从此川菜的传承不是抽象的概念,而是有迹可循、代代相传。”成都市档案馆利用编研处处长贾燕妮说。

创新 川菜飘香万里的翅膀

川味“食”力与科技“实”力深度融合,新意迭出。

传承九百余年的东坡肉,在24年厨龄的选手杨建手中化身成“橙香方肉”。小火慢炖间,橙香、肉香与酒香四溢,入口后咸甜鲜香层层绽放,赢得评委连连称赞。

成都秋金川味小炒的后厨里,炒菜机器人让人工成本直降60%,出餐效率提升3倍;麻辣红包餐饮酱料工厂化身“川味搬

运工”,构建起5万种味道的配方大数据库,用预制酱包让川味飘向全球餐桌。

从街头小摊走向连锁经营,从市井生活迈向全球舞台,川味小吃已成为品味四川的生动名片。最新数据彰显川味底气,据不完全统计,全国川菜(含火锅)门店已超32万家,城市覆盖率达92.2%,在海外中餐厅中川菜餐厅占比近三分之一。

政策不断加码,驱动产业持续创新。今年以来,《四川省促进川菜发展条例》《四川省促进餐饮业高质量发展实施方案》接连发布,标志着川菜步入标准化、法治化的新阶段。

本次大会举办的产业论坛上,思想火花热力十足。从“智能火锅”到“健康轻食”,从“新消费下的品牌守恒”到“麻辣风味的年轻表达”,跨国界、跨领域的交流碰撞,为“美食+文旅”提供了源源不断的创意与支撑,为川菜产业破界生长注入澎湃动能。

融合 文旅升级的流量密码

“因美食赴一座城”已成为文旅消费新潮流。据乐山市商务局统计,2024年乐山餐饮收入超110亿元,接待游客突破1亿人次。四川省商务厅副厅长尹奇志介绍,近年来,来四川品尝特色美食,已成为很多消费者的难忘之旅。

川菜的火热,是“味蕾引领旅行”这一消费浪潮的缩影。潮流已至,中华美食如何踏浪而行?答案在于超越“吃”,构建更深度的、令人痴迷的文化连接。

一份份烟火小店榜单顺势发布,为游客提供打卡新地图;千万元餐饮消费券频频发放,助力假日经济;“跟着赛事品美食”“跟着美食去旅行”活动接连推出……各地文旅消费串珠成链,让每一道风味都不只是舌尖的享受,更是一场与地方文化的真切对话。

中华美食的魅力,可越山海,让海外来客也为之折服。今年7月,希腊博主杰拉西莫斯到访成都,一道宫保鸡丁让他赞不绝口,他说:“希腊人爱用橄榄油提香,四川人用辣椒和糖调出层次,原来‘好吃’的逻辑全球共通!”

百年川菜的绵长滋味,解码出美食驱动文旅的共性逻辑——当传统滋味与现代创新交融,传统滋味化身文化向导,市井烟火成为旅行目的地,美食的故事,便写下充满产业活力与文化魅力的新篇。

广州市天河路商圈: “华南第一商圈”为何人流熙攘?

“谁还去逛街?”在线上消费蓬勃发展的今天,这声常见的疑问,道出线下商业体的共同难题。

但位于广州市天河区的天河路商圈,却是另一番景象。

记者近日调研时看到,虽然正值周一上班时间,但商圈里满是购物、休闲的客人。巨大的人流在附近十字路口汇聚,于红绿灯切换的瞬间,喷涌越过斑马线,奔向大小商场和店铺。

天河路商圈被誉为“华南第一商圈”,约2.8公里长的街区,汇聚25家大型商业综合体,入驻商户超1万家。

最新数据显示,天河路商圈日均客流量约150万人次,流量和消费能力完全不输线上。

电商洪流冲击下,天河路商圈靠什么吸引了大量线下消费者?

天河路商会会长谢萌认为,大型商场必须改变原来的经营思路,从只管向商户收取租金,到着眼于终端消费者的体验,进而调整商业布局和商户组合,以“长期主义”破局,变身“超级体验中心”。

天河路商圈的做法值得借鉴:

——提供高阶内容体验。

线下消费之所以被电商替代,除

了价格因素,一个重要的原因就是商品的选择性少、内容单一。卖“人无我有”的产品,成为天河路商圈商家的共识。

当华南首店、中国首店纷纷在此落户,产品的独特性成为引力源。在天环广场一家来自阿曼的香水店,独特的阿拉伯调香吸引了众多顾客选购。而在一街之隔的正佳广场,中国内地在营店铺中面积最大的高达基地旗舰店、全国最大宝可梦卡牌展馆,凭借其款式的多样性,吸引了众多潮流玩家。

此外,对于很多消费者来说,逛街的乐趣往往来源于视觉的新鲜感。无论天环广场还是正佳广场,都高度重视商品、店铺的展陈更新,改造周期很短,以快速迭代的潮流、时尚吸引客流。

——物理空间的功能拓展。

海洋馆、攀岩馆是城市的热门打卡点,若将它们引入商场,单纯的卖场就会升级为融观光、社交、文化为一体的城市生活中心。

在正佳广场,购物不是唯一主题。步入其中,宛如走进一座微缩的城市乐园:一侧是深海蓝幕下徜徉的

鲸影,情侣在“海底世界”前驻足合影;另一侧,孩子们裹着棉服在冰雪世界里嬉戏笑闹。消费者为之买单的,不只是某件商品,还是一份可被带走的美好记忆。

——服务柔性达到新高度。

天河领展广场近年来正在打造人宠共融的社交互动空间,这里随处可见市民携爱宠惬意同游的温馨画面。为迎接四海宾朋,天河路商圈更下足“绣花功夫”:从广交会直达商圈的接驳巴士、覆盖主要商户的外卡支付、清晰的离境退税指引,让每一名国际游客都能宾至如归。

“我们发现,很多外国客人没有微信,不习惯使用扫码点餐系统。所以从上个月开始,我们已开始引导所有商户,特别是餐饮类商家,配备英文菜单并提供面对面英文点餐服务。广交会期间,越来越多的酒店开始为中东客群增加阿拉伯语服务。”谢萌说。

有效市场离不开有为政府,从顶层设计规划到基础设施建设,从出台扶持政策到引导成立商会,天河区政府放权与服务齐抓,建设与监管并重。

过去,商户办一场户外活动,要跑5个部门,耗时好几个月,现在只需对

2026年《 江门日报 》征订开始啦

在这里,读懂江门!

订报热线: (0750) 3511111

广告