下载日志已记录，仅供内部参考

华创证券 HUA CHUANG SECURITIES

证券研究报告

综合金融 2026 年 06 月 29 日

理财产品跟踪报告 2026 年第 9 期（6 月 1 日-6 月 21 日）

债券型基金大幅扩容，年金险 IRR 形态分化

- **银行理财产品：**
- 从发行数量来看，全市场共新发银行理财产品 2016 只，较前一期（2026 年 5 月 18 日-5 月 31 日）的 1471 只增长 37.05%；受统计周期拉长影响，新发总量呈现明显上升，但按周均口径测算，本期周均新发 672 只，较前一双周周均 736 只环比小幅回落，发行节奏整体平稳。收益端来看，全市场新发产品平均业绩比较基准约为 2.27%，与前一双周水平基本持平，整体收益中枢在利率下行环境中维持窄幅震荡。市场整体延续“固收绝对主导、中期限为主力、普惠化导向”的核心特征，供给结构与前期相比未发生方向性变化。
- **基金产品：**
- 基金新发市场整体发行规模与数量较前一期明显上升。根据 Wind 数据库统计，本期新成立基金共 137 只，总发行份额 866.71 亿份，平均单只发行规模 6.33 亿份，环比 5 月 18 日-5 月 31 日双周新发数据（93 只、746.82 亿份），产品数量增长 47.31%，发行规模增长 16.05%，平均发行规模回落 21.11%。需要说明的是，本期统计区间为三周、较上期常规双周多出 4 个工作日，新发总量的增长部分源于时间口径的跨度差异，剔除时间因素后，单周平均发行规模略低于上期，但市场整体仍处于波动扩容通道，延续了 2026 年二季度以来公募基金新发的回暖趋势，增速有所放缓。从更长周期来看，本期三周新发规模已达到了 2026 年 5 月全月总量的 80%以上，在半年度渠道冲量、权益市场结构性行情与居民资产再配置需求的共同作用下，市场情绪与资金入场意愿维持偏强运行态势。
- **保险产品：**
- 据中国保险行业协会信息库披露数据，本期（2026 年 6 月 1 日至 6 月 21 日）全市场共新发人身保险产品 54 款，环比上期（5 月 18 日至 5 月 31 日）增长 63.64%；其中人寿保险新发 30 款，环比增长 57.89%；年金保险新发 24 款，环比增长 71.43%。本期日均新发产品约 2.57 款，上期日均约 2.36 款，实际发行节奏环比提升约 9%，反映出半年末节点险企产品供给意愿有所增强，但整体节奏仍相对平稳。
- 从险种结构来看，本期人寿保险占全部新发产品的 55.56%，年金保险占比 44.44%。从设计类型结构看，人寿保险板块中，传统型与分红型产品分别新发 15 款，各占人寿保险总量的 50%，较上期传统型 11 款、分红型 8 款的规模相比，两类产品供给同步扩容，其中分红型产品占比提升 7.89 个百分点，寿险产品分红化的趋势持续深化；年金保险板块中，传统型产品新发 14 款，占比 58.33%，分红型产品新发 10 款，占比 41.67%，较上期传统型 8 款、分红型 6 款的规模相比，两类产品数量同步增长，结构占比基本保持稳定，传统型年金仍占据年金市场供给的主导地位。本期产品供给扩容的核心驱动因素来自半年末业绩冲刺与产品形态迭代两大维度，另外受到本期统计期拉长的影响。
- **本期 IRR 测算分析：**
- 本部分基于中国保险行业协会公示的产品条款与精算假设，对 2025 年 10 月至 2026 年 6 月期间新发的 19 款传统型年金保险产品开展内部收益率（IRR）测算，覆盖 10 款养老年金保险与 9 款非养老年金保险，核心测算结果详见图表。整体来看，在《中国人身保险业经验生命表（2025）》正式实施与预定利率监管约束下，传统型年金满期 IRR 中枢仍锚定 1.7%-2.0%区间，但产品收益曲线的形态分化较上期进一步深化，非养老年金短期限理财替代属性持续固化，养老年金中则出现前期收益为负的产品，长寿风险对冲的产品定位愈发清晰。
- **风险提示：**宏观经济、货币政策不符合预期变化；海外不确定性因素加大；数据更新不及时。

华创证券研究所

证券分析师：洪锦屏

邮箱：hongjinping@hcyjs.com

执业编号：S0360516110002

行业基本数据

		占比%
股票家数(只)	10	0.00
总市值(亿元)	912.56	0.07
流通市值(亿元)	887.28	0.08

相对指数表现

%	1M	6M	12M
绝对表现	-9.9%	-19.1%	-22.0%
相对表现	-11.9%	-25.7%	-48.6%



相关研究报告

《金融和理财市场 5 月报：存款搬家大趋势延续，资管产品结构化承接》

2026-06-24

《银行理财子公司精研系列报告一：乘母行之势，筑零售之基——招银理财的协同优势与领跑逻辑》

2026-06-12

《理财产品跟踪报告 2026 年第 8 期（5 月 18 日-5 月 31 日）：理财、基金、保险新发均显著冲高，年金险功能场景多元化》

2026-06-07

下载日志已记录，仅供内部参考

目 录

一、 银行理财产品 4
（一） 银行理财市场新发总体情况 4
（二） 新发市场趋势总结： 4
1、 按投资性质：固收类持续主导且占比微升，不同类别收益分化收窄 4
2、 按期限结构：中长期限占据半壁江山，期限溢价特征清晰 5
（三） 代表性新发产品分析： 5
1、 信银理财·慧盈象固收增利十四个月封闭式 128 号理财产品 5
2、 招银理财·招睿增盈 90 天持有期 16 号增强型固收类理财计划 5
二、 基金产品 6
（一） 新发基金市场总体情况 6
（二） 基金新发规律总结： 6
1、 半年度冲量叠加统计窗口拉长，结构性分化特征延续 6
2、 混合型与债券型并行担任规模主力，稳健需求具备韧性 7
（三） 代表性新发基金产品分析 7
1、 南方平衡回报混合型证券投资基金： 7
2、 路博迈中证同业存单 AAA 指数 7 天持有期证券投资基金： 8
3、 农银汇理中债 1-5 年政策性金融债指数证券投资基金： 8
三、 保险产品 9
（一） 新发市场总体情况：整体平稳扩容，寿险年金险占比稳定 9
（二） 结构性趋势与分化特征：传统型阶段性回归，年金险多元化拓展 10
1、 发行主体结构：供给主体多元化 10
2、 寿险产品分红化，年金产品传统化 10
（三） 传统型年金保险 IRR 测算 12
1、 时间维度：从四类分化到边界突破，产品创新向极致延伸 13
2、 主体维度：头部公司均衡优势稳固，中小公司个性化突围 13
四、 风险提示 15

下载日志已记录，仅供内部参考

图表目录

图表 1 各类新发理财数量占比（%，按投资性质）.....4
图表 2 各类新发理财数量占比（%，按机构类型）.....4
图表 3 各类新发理财数量占比（%，按期限类型）.....4
图表 4 各类新发理财数量占比（%，按投资起点）.....4
图表 5 本期基金市场新发份额（亿份）.....6
图表 6 6 月第 1-3 周各类型新发基金发行份额（亿份）.....7
图表 7 各类型人寿保险新发构成（%）.....9
图表 8 各类型年金险新发构成（%）.....9
图表 9 本期销售的分红型人寿保险产品.....10
图表 10 本期销售的年金险产品.....11
图表 11 传统型年金保险产品 IRR 比较分析.....12

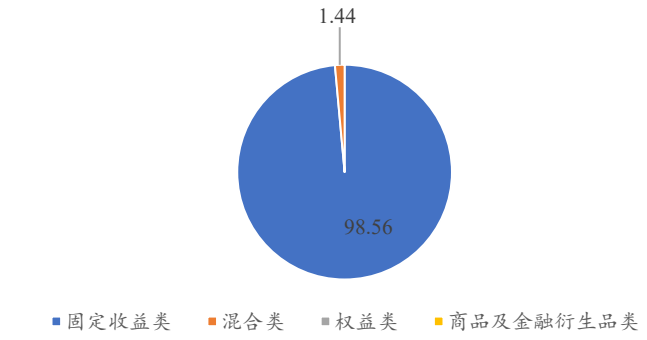
下载日志已记录，仅供内部参考

一、银行理财产品

（一）银行理财市场新发总体情况

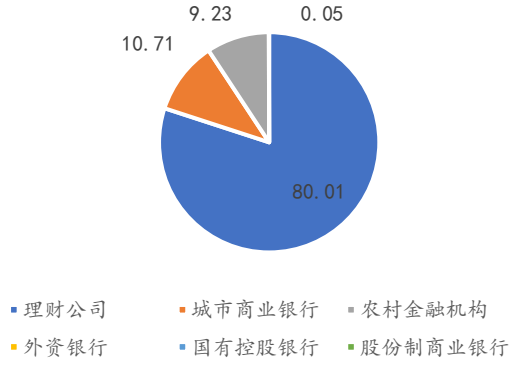
本期统计区间为 2026 年 6 月 1 日至 6 月 21 日，共计 3 个自然周，较常规双周统计周期增加 1 周，主要系将端午假期所在的一周发行纳入本期统计范畴，所有基础数据均来源于普益标准数据平台。**从发行数量来看**，全市场共新发银行理财产品 2016 只，较前一期（2026 年 5 月 18 日-5 月 31 日）的 1471 只增长 37.05%；受统计周期拉长影响，新发总量呈现明显上升，但按周均口径测算，本期周均新发 672 只，较前一双周周均 736 只环比小幅回落，发行节奏整体平稳。**收益端来看**，全市场新发产品平均业绩比较基准约为 2.27%，与前一双周水平基本持平，整体收益中枢在利率下行环境中维持窄幅震荡。**市场整体延续“固收绝对主导、中期限为主力、普惠化导向”的核心特征，供给结构与前期相比未发生方向性变化。**

图表 1 各类新发理财数量占比（%，按投资性质）



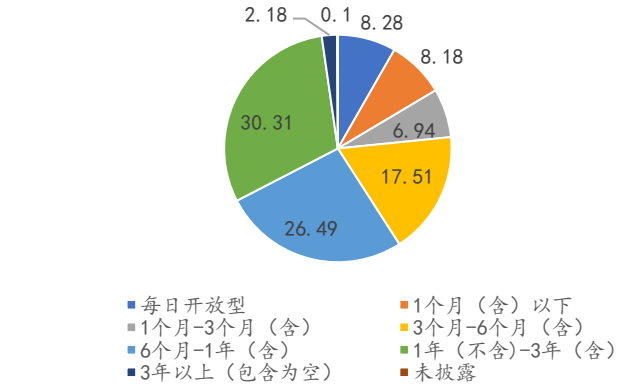
资料来源：普益标准，华创证券

图表 2 各类新发理财数量占比（%，按机构类型）



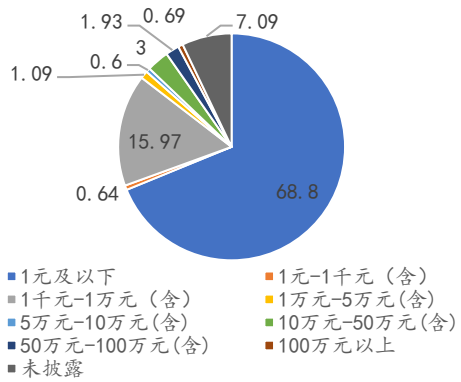
资料来源：普益标准，华创证券

图表 3 各类新发理财数量占比（%，按期限类型）



资料来源：普益标准，华创证券

图表 4 各类新发理财数量占比（%，按投资起点）



资料来源：普益标准，华创证券

（二）新发市场趋势总结：

1、按投资性质：固收类持续主导且占比微升，不同类别收益分化收窄

下载日志已记录，仅供内部参考

从投资性质分类看，固定收益类产品的主导地位进一步巩固：固定收益类产品新发 1987 只，占比达 98.56%，较前一双周提升 0.33 个百分点；平均业绩比较基准为 2.27%，与前期持平。混合类产品新发 29 只，占比仅 1.44%，供给规模边际收缩；平均业绩比较基准为 2.35%，仅较固收类产品高出 8 个基点，两类产品的收益分化进一步收窄。权益类、商品及金融衍生品类产品本期无新发，反映了当前市场环境下发行端与需求端均偏向稳健型资产，风险偏好整体偏低。

当前市场背景下，传统混合类产品发行维持低位，但理财公司并未停止收益增强的探索，而是更多在固收类产品框架内嵌入细分策略。6 月以来，定增量化中性、北交所打新、公募 REITs 增强等“固收 +”创新策略密集落地，通过低波动的增强方式替代传统高弹性混合产品，适配当前投资者的稳健需求。

2、按期限结构：中长期限占据半壁江山，期限溢价特征清晰

本期产品期限分布呈现“中间高、两头低”的格局，中长期限产品仍是发行核心，且期限溢价规律清晰。其中，6 个月至 3 年的中长期限产品合计占比达 56.8%，占据市场半壁江山。收益端呈现明确的期限溢价：3 年以上产品平均基准达 2.65%，较 1 个月以下短期限产品高出 104 个基点。在市场利率下行预期下，发行端通过拉长产品期限锁定长期负债成本，投资者也倾向于配置中长期产品锁定当前收益，供需两端形成共振。短期限与现金管理类产品（每日开放、1 个月以下）合计占比约 16.46%，主要满足投资者的流动性管理需求，收益水平维持在 1.3%-1.7%区间，与货币基金形成差异化竞争。

（三）代表性新发产品分析：

1、信银理财·慧盈象固收增利十四个月封闭式 128 号理财产品

信银理财的慧盈象固收增利十四个月封闭式 128 号理财产品（产品代码：AF265672），为封闭式净值型产品，封闭期限 434 天（14 个月），风险等级二级（中低），支持个人与机构投资者认购，本期实际募集规模超过 38 亿元。该产品的资金投向中，固定收益类资产占比 80%-100%、权益类资产 0-5%、商品及金融衍生品类资产 0-20%，业绩比较基准区间为 2.50%-3.58%。业绩基准区间弹性较大，衍生品仓位上限达 20%，收益增厚工具丰富；多资产多策略框架下，通过“固收底仓 + 权益增强 + 衍生品增厚”三维度构建组合。

2、招银理财·招睿增盈 90 天持有期 16 号增强型固收类理财计划

招银理财的招睿增盈 90 天持有期 16 号增强型固收类理财计划（产品代码：670021），为开放式净值型、90 天最低持有期模式，风险等级为二级（中低），个人投资者 0.01 元起购，代销渠道覆盖华夏银行、厦门国际银行、平安银行等多家机构，渠道辐射范围较广。其持有期设计兼顾流动性约束与投资运作稳定性，既通过 90 天持有期减少频繁申赎对组合的冲击，又满足投资者中期资金的灵活配置需求。投资范围覆盖固定收益类资产 80%-100%、权益类资产 0-20%，同时可配置 QDII、金融衍生品等资产，业绩比较基准为多指数加权组合。权益仓位上限为 20%，增强弹性空间充足，属于典型的“固收+”增强策略产品，适合风险承受能力偏低、追求稳健基础上适度收益增强的个人投资者。

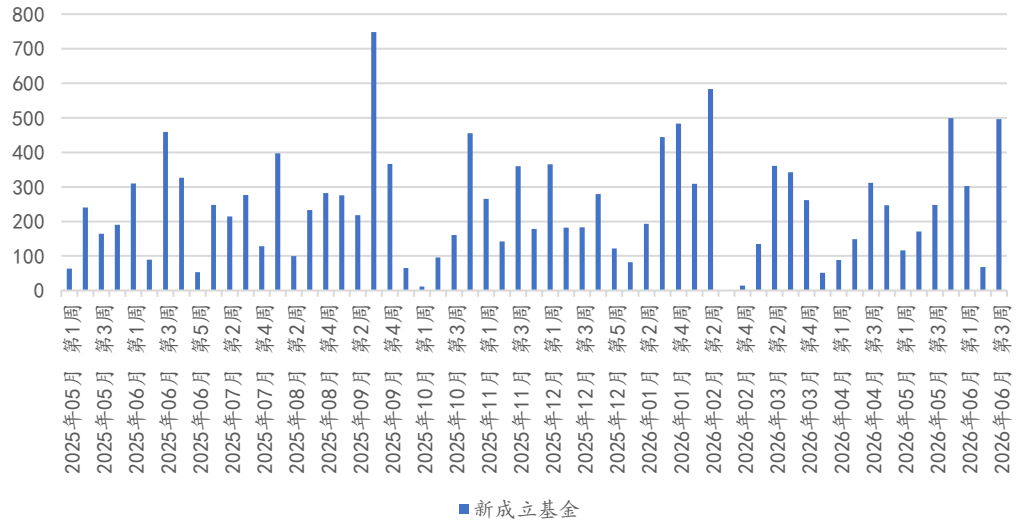
下载日志已记录，仅供内部参考

二、基金产品

（一）新发基金市场总体情况

2026 年 6 月 1 日至 6 月 21 日期间（覆盖三周统计窗口，含端午节假期调休，实际工作日较常规双周有所增加），受半年度冲量效应与统计区间拉长双重影响，基金新发市场整体发行规模与数量较前一期明显上升。**根据 Wind 数据库统计，本期新成立基金共 137 只，总发行份额 866.71 亿份，平均单只发行规模 6.33 亿份**，环比 5 月 18 日-5 月 31 日双周新发数据（93 只、746.82 亿份），产品数量增长 47.31%，发行规模增长 16.05%，平均发行规模回落 21.11%。需要说明的是，本期统计区间为三周、较上期常规双周多出 4 个工作日，新发总量的增长部分源于时间口径的跨度差异，剔除时间因素后，单周平均发行规模略低于上期，但市场整体仍处于波动扩容通道，延续了 2026 年二季度以来公募基金新发的回暖趋势，增速有所放缓。**从更长周期来看，本期三周新发规模已达到了 2026 年 5 月全月总量的 80%以上，在半年度渠道冲量、权益市场结构性行情与居民资产再配置需求的共同作用下，市场情绪与资金入场意愿维持偏强运行态势。**

图表 5 本期基金市场新发份额（亿份）



资料来源：wind，华创证券

（二）基金新发规律总结：

1、半年度冲量叠加统计窗口拉长，结构性分化特征延续

本期新发总量的增长部分源于统计区间扩大，剔除时间因素后单周发行强度较上期并无显著跳升，甚至由于 6 月第 2 周的低位而平均单周新发值低于上期，市场整体处于波动中温和扩容状态。从发行节奏看，本期呈现“前稳后高”的特征，6 月中旬后伴随半年度冲量逐步发力，叠加假期前需求释放，后半段发行规模边际抬升。

结构上，市场分化特征持续凸显，优质赛道主题产品与头部基金经理掌舵的产品资金集中度显著提升，部分产品出现比例配售与提前结束募集的现象。这一现象背后，一是半

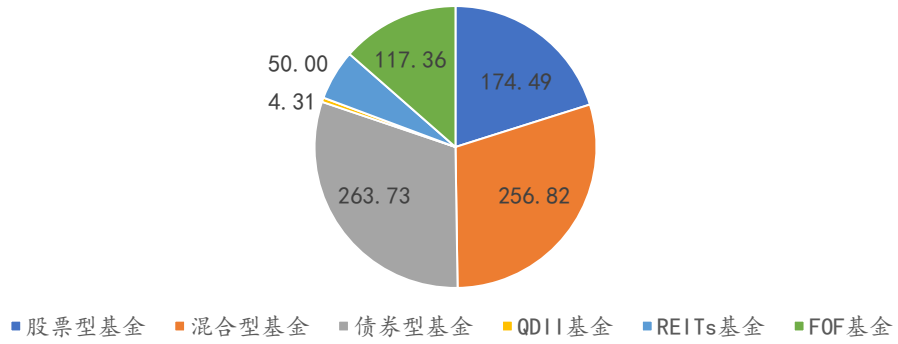
下载日志已记录，仅供内部参考

年度冲量阶段，基金公司与渠道端资源向标杆产品集中倾斜，集中力量打造爆款；二是在结构性行情主导的市场环境下，资金更倾向于布局有明确产业逻辑支撑的细分赛道，以及有历史业绩验证的基金经理产品。长期来看，新发市场的分化本质上是公募行业供给侧优化的体现，随着投资者认知逐步成熟，资金将持续向优质管理人、优质策略与优质赛道集中，头部效应与精品化趋势将进一步强化。

2、混合型与债券型并行担任规模主力，稳健需求具备韧性

从产品类型分布看，混合型基金新发占比较上期大幅缩水，债券型基金则大幅扩容，二者新发规模占全市场比例均为 30%左右，共同成为本期规模贡献的核心力量，但二者的数与量的结构形成鲜明对比：混合型基金本期新发 43 只，总规模 256.82 亿份，平均单只规模仅为 5.97 亿份，较上期环比下降超过 50%，已低于市场平均水平；债券型基金本期保持高速扩容态势，三周合计新成立 24 只，总发行规模 263.73 亿元，平均单只发行规模 10.99 亿元，持续高于全市场平均水平。股票型基金本期发行数量领跑全市场，三周合计新成立 54 只，但总发行规模仅 174.49 亿元，在全市场中占比 20.13%，平均单只发行规模 3.23 亿元，延续了 “数多量少”的市场格局。此外，REITs 基金、FOF 基金 QDII 基金等品类持续丰富供给，为不同风险偏好的投资者提供了多元化资产配置工具。其中 FOF 基金本期新成立 9 只，总发行规模 117.36 亿元，在全市场中占比 13.54%，平均发行份额 13.04 亿元，达到了全市场均值的两倍以上，在本期表现亮眼。

图表 6 6 月第 1-3 周各类型新发基金发行份额（亿份）



资料来源：wind，华创证券

（三）代表性新发基金产品分析

1、南方平衡回报混合型证券投资基金:

南方平衡回报混合型证券投资基金（基金代码：026925.OF）是本期偏债混合品类中极具代表性的均衡型产品，该产品为偏债混合型基金，由南方基金管理股份有限公司发行，基金经理许公磊深耕量化投资领域，在管产品总规模达 110.47 亿元，旗下南方量化成长等产品长期业绩表现亮眼，在零售与机构渠道均具备稳定客群基础。产品最终募集规模达 75.33 亿元，在本期新发产品中位居前列。产品定位“股债均衡+风险可控下的长期增值”，股票资产配置比例为 20%-60%，中枢约 40%，同时可通过港股通布局港股优质资

下载日志已记录，仅供内部参考

产，业绩比较基准为中证 800 指数收益率×35%+ 中证港股通综合指数收益率×5%+中债-新综合全价（总值）指数收益率×60%，通过股债大类资产配置分散波动，适配具备中等风险偏好、追求中长期稳健增值的投资者需求。

2、路博迈中证同业存单 AAA 指数 7 天持有期证券投资基金：

路博迈中证同业存单 AAA 指数 7 天持有期证券投资基金（基金代码：027785.OF）是本期债券型新发产品中的标杆品种，该产品为被动指数型债券基金，由路博迈基金管理（中国）有限公司发行，基金经理王寒具备多年信用研究与固收投资经验，在管固收产品总规模超百亿元，现金管理类产品运作经验丰富。产品仅用 6 月 15 日单日即完成募集，最终有效认购金额高达 50 亿元，有效认购户数达 21798 户，市场认可度凸显。产品紧密跟踪中证同业存单 AAA 指数，设置 7 天最短持有期，业绩比较基准为中证同业存单 AAA 指数收益率×95%+活期存款利率×5%，兼具低波动、高流动性与指数化透明运作的特征，既可为居民闲钱理财提供优质现金管理工具，也能满足机构客户的流动性配置需求，进一步丰富了同业存单指数基金的市场供给。

3、农银汇理中债 1-5 年政策性金融债指数证券投资基金：

农银汇理中债 1-5 政策性金融债指数证券投资基金（基金代码：027086.OF）是本期纯债指数品类中的代表性产品，该产品为被动指数型债券基金，由农银汇理基金管理有限公司发行，基金经理周宇拥有将近 8 年基金经理任职经验，深耕固定收益领域，在管债券产品总规模超过 107 亿元，利率债指数产品管理经验成熟。产品最终合计募集规模约 36.96 亿元，其中 A 类份额约 34.27 亿元，有效认购总户数 753 户，机构资金参与特征显著。产品紧密跟踪中债 1-5 年政策性金融债全价指数，持仓以政策性银行发行的金融债为主，信用风险极低，久期匹配 1-5 年区间，业绩波动平缓，是机构投资者进行债券底仓配置、管理流动性的标准化工具，也适配低风险偏好个人的中长期稳健配置需求。

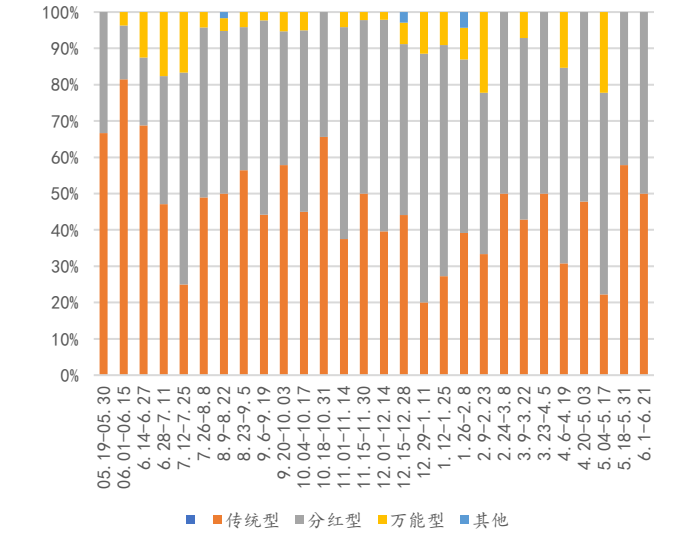
下载日志已记录，仅供内部参考

三、保险产品

（一）新发市场总体情况：整体平稳扩容，寿险年金险占比稳定

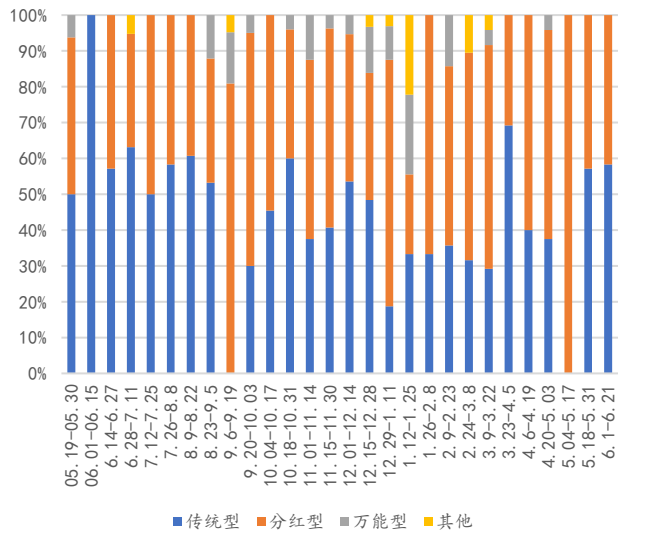
据中国保险行业协会信息库披露数据，本期（2026 年 6 月 1 日至 6 月 21 日）全市场共新发人身保险产品 54 款，环比上期（5 月 18 日至 5 月 31 日）增长 63.64%；其中人寿保险新发 30 款，环比增长 57.89%；年金保险新发 24 款，环比增长 71.43%。本期统计周期为 2026 年 6 月 1 日至 6 月 21 日，共计 21 个自然日，涵盖端午节假期，较往期标准双周（14 个自然日）的统计周期延长 1 周。由于统计周期存在差异，绝对数量的增长部分来自时长扩容，若按日均发行数量测算，本期日均新发产品约 2.57 款，上期日均约 2.36 款，实际发行节奏环比提升约 9%，反映出半年末节点险企产品供给意愿有所增强，但整体节奏仍相对平稳，未出现大规模集中上新的情况。

图表 7　各类型人寿保险新发构成（%）



资料来源：中国保险行业协会，华创证券

图表 8　各类型年金险新发构成（%）



资料来源：中国保险行业协会，华创证券

从险种结构来看，本期人寿保险占全部新发产品的 55.56%，年金保险占比 44.44%，较上期人寿保险 57.58%、年金保险 42.42%的结构相比变化不大；年金保险占比小幅提升 2.02 个百分点，或因年中居民闲置资金配置需求升温，小幅带动险企加大年金类产品投放力度。**从设计类型结构看**，人寿保险板块中，传统型与分红型产品分别新发 15 款，各占人寿保险总量的 50%，较上期传统型 11 款、分红型 8 款的规模相比，两类产品供给同步扩容，其中分红型产品占比提升 7.89 个百分点，**寿险产品分红化的趋势持续深化**；年金保险板块中，传统型产品新发 14 款，占比 58.33%，分红型产品新发 10 款，占比 41.67%，较上期传统型 8 款、分红型 6 款的规模相比，两类产品数量同步增长，结构占比基本保持稳定，**传统型年金仍占据年金市场供给的主导地位**。

本期产品供给扩容的核心驱动因素来自半年末业绩冲刺与产品形态迭代两大维度，另外受到本期统计期拉长的影响。一方面，6 月作为上半年收官节点，险企普遍进入半年业绩冲刺阶段，通过加大新品投放力度丰富渠道货架，对接银行、经代及互联网渠道的年中

下载日志已记录，仅供内部参考

客户流量。其中年金类产品具备较强的储蓄属性，能够匹配年中居民闲置资金的中长期配置需求，因此供给端扩容更为显著，71.43%的数量增速高于人寿保险板块（57.89%），体现出渠道端对储蓄类产品的需求导向。另一方面，在长期利率中枢下行的市场环境下，分红型产品持续凭借“保证收益+浮动分红”的收益结构，既符合监管对人身险产品定价的审慎要求，又能通过红利分配为客户提供收益弹性，成为险企产品布局的核心方向。本期人寿保险中分红型产品占比首次达到半数，反映出在固定收益类产品收益上限受限的背景下，险企正加速向分红型产品转型，通过浮动收益机制拓展产品竞争力。

（二）结构性趋势与分化特征：传统型阶段性回归，年金险多元化拓展

1、发行主体结构：供给主体多元化

从发行主体结构来看，本期产品供给主体呈现多元化特征，各类型险企的市场参与度有所提升。头部险企延续双线布局策略，太平人寿、人保寿险等大型公司同时推出人寿与年金类新品，依托自身渠道优势与品牌影响力，覆盖不同客群的多元需求；中小型险企则聚焦细分赛道打造差异化优势，利安人寿单期新发 4 款年金产品，覆盖传统型养老年金、分红型养老年金及非养老年金等多个品类，通过灵活的领取设计与收益安排抢占细分市场；大家养老等专业养老险公司则聚焦养老年金赛道，本期推出分红型养老年金产品，进一步丰富养老金融产品供给。

2、寿险产品分红化，年金产品传统化

从产品形态特征来看，人寿保险板块中，终身寿险（本期新发 14 款，人寿保险共新发 30 款）与两全保险（本期新发 11 款）是核心品类。分红型终身寿险凭借保额分红增值的特性，兼具身故保障与长期财富积累功能，适配家庭资产传承与稳健储蓄需求，成为寿险新品的重要形态（本期新发 10 款）；两全保险则多为互联网专属产品，通过缩短保障期限、提升满期返还比例的设计增强资金流动性，对接互联网渠道客户的中短期理财需求。**年金保险板块中，养老年金保险仍是核心布局赛道**，本期新发年金产品中养老年金占比近半，覆盖传统型与分红型两类，领取年龄、交费方式的设计更为灵活，部分产品支持加减保、领取方式变更等功能，进一步提升产品适配性；非养老年金则通过不同的现金流安排满足客户多样化的资金规划需求。

图表 9　本期销售的分红型人寿保险产品

公司	产品	销售日期
幸福人寿保险股份有限公司	幸福樽终身寿险（分红型）	2026/6/18
爱心人寿保险股份有限公司	爱心人寿映山红（心悦版）终身寿险（分红型）	2026/6/11
陆家嘴国泰人寿保险有限责任公司	陆家嘴国泰顺意人生 3.0 终身寿险（分红型）	2026/6/11
长城人寿保险股份有限公司	长城居庸关吉顺 3.0 终身寿险（分红型）	2026/6/10
华贵人寿保险股份有限公司	华贵鑫享人生 A 款终身寿险（分红型）	2026/6/10
中荷人寿保险有限公司	中荷家业常青 Z 款终身寿险（分红型）	2026/6/10
长城人寿保险股份有限公司	长城居庸关如意 3.0 终身寿险（分红型）	2026/6/10

下载日志已记录，仅供内部参考

三峡人寿保险股份有限公司	三峡红如意两全保险（分红型）	2026/6/10
中国人民人寿保险股份有限公司	人保寿险锦绣人生终身寿险（分红型）（悠享版）	2026/6/6
陆家嘴国泰人寿保险有限责任公司	陆家嘴国泰顺意人生 2026 终身寿险（分红型）	2026/6/3
三峡人寿保险股份有限公司	三峡财富壹号两全保险（分红型）	2026/6/2
东方嘉富人寿保险有限公司	东方嘉富富享一生终身寿险（分红型）	2026/6/2
前海人寿保险股份有限公司	前海童盈守护两全保险（分红型）	2026/6/1
爱心人寿保险股份有限公司	爱心人寿爱心红 1 号两全保险（分红型）	2026/6/1
前海人寿保险股份有限公司	前海童盈守护 A 两全保险（分红型）	2026/6/1
资料来源：中国保险行业协会网站，华创证券		

图表 10　本期销售的年金险产品

公司	产品	销售日期
太平人寿保险有限公司	太平金小葵年金保险（互联网专属）	2026/6/20
财信吉祥人寿保险股份有限公司	财信人寿锦绣年年年金保险（分红型）	2026/6/19
中国人民人寿保险股份有限公司	人保寿险民享金养老年金保险（互联网专属）	2026/6/16
利安人寿保险股份有限公司	利安鑫福年养老年金保险	2026/6/15
利安人寿保险股份有限公司	利安福佑一生（美好版）养老年金保险（分红型）	2026/6/15
利安人寿保险股份有限公司	利安鑫六吉（骏享版）年金保险	2026/6/15
百年人寿保险股份有限公司	百年恒久金生（A 款）养老年金保险	2026/6/12
东方嘉富人寿保险有限公司	东方嘉富颐悦福寿养老年金保险	2026/6/12
百年人寿保险股份有限公司	百年丰逸年年（A 款）年金保险	2026/6/12
国联人寿保险股份有限公司	国联人寿福气年年年金保险	2026/6/12
东方嘉富人寿保险有限公司	东方嘉富悦享臻爱年金保险	2026/6/12
中荷人寿保险有限公司	中荷长盈金生（鑫享版）年金保险（分红型）	2026/6/10
华贵人寿保险股份有限公司	华贵慧选 A 款养老年金保险（分红型）	2026/6/8
海保人寿保险股份有限公司	海保人寿福禄未来养老年金保险	2026/6/5
恒安标准人寿保险有限公司	恒安标准恒盈金享年金保险	2026/6/5
富泽人寿保险股份有限公司	富泽好运连连（献礼版）年金保险	2026/6/5
君龙人寿保险有限公司	君龙龙多多尊享年金保险（分红型）	2026/6/5
利安人寿保险股份有限公司	利安安享颐生（青岚版）养老年金保险	2026/6/4
财信吉祥人寿保险股份有限公司	财信人寿湘江一号年金保险（分红型）	2026/6/4
大家养老保险股份有限公司	大家养老大福之家（温鑫版）年金保险（分红型）	2026/6/2
君龙人寿保险有限公司	君龙龙抬头（龙行版）E 款养老年金保险（分红型）	2026/6/1
泰康人寿保险有限责任公司	泰康长乐金生年金保险（分红型）	2026/6/1
友邦人寿保险有限公司	友邦永裕人生年金保险（分红型）	2026/6/1
中信保诚人寿保险有限公司	中信保诚「星耀童程」教育年金保险	2026/6/1
资料来源：中国保险行业协会网站，华创证券		

下载日志已记录，仅供内部参考

（三）传统型年金保险 IRR 测算

本部分基于中国保险行业协会公示的产品条款与精算假设，对 2025 年 10 月至 2026 年 6 月期间新发的 19 款传统型年金保险产品开展内部收益率（IRR）测算，覆盖 10 款养老年金保险与 9 款非养老年金保险，核心测算结果详见图表。整体来看，在《中国人身保险业经验生命表（2025）》正式实施与预定利率监管约束下，传统型年金满期 IRR 中枢仍锚定 1.7%-2.0%区间，但产品收益曲线的形态分化较上期进一步深化，非养老年金短期限理财替代属性持续固化，养老年金中则出现前期收益为负的产品，长寿风险对冲的产品定位愈发清晰。

图表 11 传统型年金保险产品 IRR 比较分析

产品类别	销售时间	公司	代表产品	10 年 IRR	20 年 IRR	30 年 IRR	满期 IRR
养老年金	2025/10/24	交银人寿保险有限公司	交银人寿颐享二号养老年金保险	1.21%	1.65%	1.76%	1.85%
养老年金	2025/10/31	长城人寿保险股份有限公司	长城紫荆关颐养版养老年金保险	1.22%	1.59%	1.69%	1.73%
养老年金	2025/11/11	复星保德信人寿保险有限公司	复星保德信星福二号养老年金保险	1.29%	1.68%	1.78%	1.87%
养老年金	2025/11/6	国民养老保险股份有限公司	国民美好生活 F01 款养老年金保险（互联网专属）	1.16%	1.65%	1.78%	1.85%
养老年金	2025/12/10	渤海人寿保险股份有限公司	渤海人寿前行无忧养老年金保险（畅享版）	0.64%	1.51%	1.66%	1.73%
养老年金	2025/12/19	渤海人寿保险股份有限公司	渤海人寿福慧盈门养老年金保险	1.58%	1.80%	1.94%	1.92%
养老年金	2026/4/7	中国人寿保险股份有限公司	国寿鑫享添盈养老年金保险（互联网专属）	1.39%	1.95%	1.97%	2.05%
养老年金	2026/4/24	大家养老保险股份有限公司	大家养老大盈之家（鑫御版）养老年金保险	0.26%	1.22%	1.48%	1.69%
养老年金	2026/5/22	国民养老保险股份有限公司	国民美好生活 B08 款养老年金保险	1.49%	1.64%	1.78%	1.98%
养老年金	2026/6/16	中国人民人寿保险股份有限公司	人保寿险民享金养老年金保险（互联网专属）	-0.32%	1.12%	1.47%	1.75%
非养老年金	2025/10/28	君康人寿保险股份有限公司	君康好运连连（献礼版）年金保险	1.44%	1.74%	1.82%	1.88%
非养老年金	2025/11/14	东吴人寿保险股份有限公司	东吴坤盈稳利年金保险	1.06%	1.55%	1.68%	1.81%
非养老年金	2025/12/26	太平人寿保险有限公司	太平安鑫盈年金保险	1.21%	/	/	1.49%
非养老年金	2025/12/18	阳光人寿保险股份有限公司	阳光人寿互联网 i 保福享多 D 款年金保险	1.56%	/	/	1.75%
非养老年金	2026/1/20	陆家嘴国泰人寿保险有限责任公司	陆家嘴国泰福享一生年金保险	1.00%	1.54%	1.69%	1.85%
非养老年金	2026/1/29	同方全球人寿保险有限公司	同方全球「臻满 e」2.0 互联网年金保险	1.19%	/	/	1.93%
非养老年金	2026/3/20	小康人寿保险有限责任公司	小康康利一生（尊享版）年金保险	1.16%	1.63%	1.73%	1.83%
非养老年金	2026/4/24	珠江人寿保险股份有限公司	珠江富享一生（A 款）终身年金保险	1.26%	1.66%	1.77%	1.87%
非养老年金	2026/5/29	太平人寿保险有限公司	太平领多多 2.0 年金保险（互联网专属）	1.71%	/	/	1.74%

资料来源：中国保险行业协会网站，华创证券测算

下载日志已记录，仅供内部参考

1、时间维度：从四类分化到边界突破，产品创新向极致延伸

从近三个季度的产品迭代时序来看，行业收益曲线从早期“前低后高”的统一形态，逐步裂变为陡峭前置（短持有期产品）、均衡增长、前期高爆发、深度后置四类路径，2026 年二季度进一步呈现“品类边界突破、收益向两端极致延伸”的特征。

2025 年四季度为分化启动期。养老年金以均衡增长型为主流，10 年 IRR 普遍处于 1.1%-1.3%区间，满期 IRR 集中在 1.7%-1.9%，同时出现两类极端形态雏形：渤海人寿前行无忧以 0.64%的 10 年 IRR 开启深度后置路径，渤海人寿福慧盈门则以 1.58%的 10 年 IRR 实现前期收益突破。同期非养老年金均呈现平稳增长特征，10 年 IRR 多在 1.0%-1.5%区间，期限溢价显著。

2026 年二季度以来，创新向两端加速延伸，且品类边界出现模糊。一方面，非养老年金端，短期限产品的定位进一步清晰，太平人寿领多多 2.0 产品期限仅为 11 年，10 年 IRR 达 1.71%，满期（第 11 保单年度）IRR 为 1.74%，该类产品通过较短的持有周期与较为平坦的收益曲线，对标中短期银行存款与封闭式理财，主打理财替代属性。。另一方面，养老年金品类极致后置属性继续强化，本期新发的人保寿险民享金养老年金 10 年 IRR 为-0.32%，是全样本中唯一 10 年 IRR 为负的产品；其 20 年 IRR 回落至 1.12%，30 年至 1.47%，满期为 1.75%，收益释放节奏显著晚于行业平均水平，体现了更强的长寿风险对冲属性。

整体而言，时间维度的核心演进逻辑是，在满期 IRR 中枢受生命表约束难以突破的背景下，险企通过调整收益的时间分布匹配不同客群的流动性偏好，产品竞争从“绝对收益比拼”转向“现金流形态适配”。

2、主体维度：头部公司均衡优势稳固，中小公司个性化突围

从发行主体维度看，大型险企与中小型险企（对大中小型公司的划分参考行业保费规模与品牌影响力）在产品定价策略上呈现显著分化，背后是资产端能力、负债成本与渠道资源的系统性差异。

大型险企（中国人寿、太平人寿、国民养老保险等）依托强大的资产端收益能力、更低的负债成本与广泛的渠道覆盖，主打均衡型产品，构建全周期收益优势。以中国人寿鑫享添盈为例，其满期 IRR 达 2.05%，是全样本唯一突破 2.0%的产品，且各期限收益均衡增长，无明显短板，体现出头部寿险公司的综合定价实力。太平人寿则在非养老年金赛道形成完整布局，既有太平安鑫盈这类中期均衡产品，也有领多多 2.0 这类短期限理财替代产品，覆盖不同客群需求。专业养老险代表国民养老保险两款产品均为均衡型，满期 IRR 处于 1.85%-1.98%的行业中上游，凭借养老领域的精算专业能力占据稳定市场份额。

中小型险企（大家养老、渤海人寿、君康人寿等）受限于品牌影响力、资产收益能力与渠道资源，避开与头部公司的正面均衡竞争，采取“个性化”差异化策略切入细分赛道。一类是向长期延伸，如大家养老大盈之家，通过大幅压低前期收益，聚焦纯长寿风险对冲的垂直客群；另一类是向短期延伸，如渤海人寿福慧盈门、阳光人寿 i 保福享多 D 款，通过拉高 10 年以内的收益，吸引对流动性敏感、对品牌敏感度较低的客群。这种策略是中小公司在头部挤压下的选择，通过细分市场的精准定位获取生存空间。

展望后续新发市场，上述趋势将延续：一是满期 IRR 中枢将维持 1.7%-2.0%区间，难有系统性上行。在第四套生命表落地、长端利率中枢下行的背景下，险企负债成本承压，

下载日志已记录，仅供内部参考

传统型年金的收益上限已被刚性约束，整体中枢大幅抬升的概率较低。**二是收益曲线形态分化将持续深化，“场景定制化”特征愈发显著。**险企将继续通过调整收益的时间分布，匹配不同场景、不同客群的流动性需求。非养老年金或将进一步向短期限、较高确定性的理财替代方向演进，对标不同期限的存款与理财产品；养老年金则将持续分化，高度后置与均衡型产品并行，分别适配纯养老刚需与泛养老储备客群。**三是头部与中小公司的策略分化将进一步固化。**头部公司继续凭借综合能力主打均衡型产品，巩固大众市场；中小公司持续深耕细分赛道，通过极致化的产品设计获取特定客群，行业分层格局将愈发清晰。

下载日志已记录，仅供内部参考

四、风险提示

宏观经济、货币政策不符合预期变化；海外不确定性因素加大；数据更新不及时。

下载日志已记录，仅供内部参考

产业研究中心团队介绍

研究主管：洪锦屏

华南理工大学管理学硕士。曾任职于招商证券。2016 年加入华创证券研究所。2010 年获得新财富非银行金融最佳分析师第二名（团队），2015 年金牛奖非银金融第五名，2017 年金牛奖非银金融第四名，2019 年金牛奖非银金融最佳分析师，2019 年 Wind 金牌分析师非银金融第五名，2020 年新财富最佳金融产业研究团队第 8 名，2020 年水晶球非银研究公募榜单入围，2021 年金牛奖非银金融第五名成员，2021 年新浪财经金麒麟非银金融新锐分析师第二名成员，2022 年第十届 Choice 非银最佳分析师，2022 年水晶球非银研究公募第五名，2022 年第十三届中国证券业分析师金牛奖非银最佳分析师团队成员，2022 年第四届新浪财经金麒麟非银金融行业最佳分析师第七名。

高级分析师：肖琳

四川大学公司金融硕士，曾任职于招商证券研发中心，2022 年加入华创证券研究所。研究方向：科技和高端制造产业。

助理分析师：邱弘奥

四川大学经济学学士，加州大学圣地亚哥分校金融数学硕士。曾任职于中金公司固定收益部，2022 年加入华创证券研究所。研究方向：周期性行业，主要包括能源化工、工业金属、装备制造和汽车。

助理研究员：刘晔晖

南开大学经济学学士、文学学士，中国人民大学硕士。曾任职于平安银行，2024 年加入华创证券研究所。研究方向：大金融产业。

下载日志已记录，仅供内部参考

华创证券机构销售通讯录

地区	姓名	职务	办公电话	企业邮箱
北京机构销售部	张昱洁	副总经理、北京机构销售总监	010-63214682	zhangyujie@hcyjs.com
	张婷	北京机构销售副总监		zhangting3@hcyjs.com
	刘懿	公募机构销售总监	010-63214682	liuyi@hcyjs.com
	顾翎蓝	资深销售经理	010-63214682	gulinglan@hcyjs.com
	刘颖	资深销售经理	010-66500821	liuying5@hcyjs.com
	阎星宇	销售经理		yanxingyu@hcyjs.com
	车一哲	销售经理		cheyizhe@hcyjs.com
	张羽驰	销售经理		zhangyuchi@hcyjs.com
	骆振琳	高级销售经理		luozhenlin@hcyjs.com
	刘亚东	销售经理		liuyadong@hcyjs.com
	白嘉琪	销售助理		baijiaqi@hcyjs.com
	吴昱颖	销售经理		wuyuying@hcyjs.com
	龚佳宁	机构销售		gongjianing@hcyjs.com
	周怡圆	资深销售经理		zhouyiyuan@hcyjs.com
	刘泽群	销售经理		liuzequn@hcyjs.com
深圳机构销售部	张娟	副总经理、深圳机构销售总监	0755-82828570	zhangjuan@hcyjs.com
	张嘉慧	资深销售经理	0755-82756804	zhangjiahui1@hcyjs.com
	王春丽	资深销售经理	0755-82871425	wangchunli@hcyjs.com
	王越	高级销售经理		wangyue5@hcyjs.com
	汪丽燕	销售经理	0755-83715428	wangliyan@hcyjs.com
	温雅迪	销售经理		wenyadi@hcyjs.com
	胡丁琳	销售经理		hudinglin@hcyjs.com
	付雅琦	销售经理		fuyaqi@hcyjs.com
	王艺嘉	销售助理		wangyijia1@hcyjs.com
上海机构销售部	许彩霞	总经理助理、上海机构销售总监	021-20572536	xucaixia@hcyjs.com
	祁继春	上海机构销售副总监		qijichun@hcyjs.com
	黄畅	保险机构销售总监	021-20572257-2552	huangchang@hcyjs.com
	吴俊	资深销售经理	021-20572506	wujun1@hcyjs.com
	张佳妮	资深销售经理	021-20572585	zhangjiani@hcyjs.com
	郭静怡	高级销售经理		guojingyi@hcyjs.com
	蒋瑜	高级销售经理	021-20572509	jiangyu@hcyjs.com
	吴菲阳	资深销售经理		wufeiyang@hcyjs.com
	朱涨雨	高级销售经理	021-20572573	zhuzhangyu@hcyjs.com
	许馨匀	销售助理		xuxinyun@hcyjs.com
	李凯月	高级销售经理		likaiyue@hcyjs.com
	张豫蜀	销售经理	15301633144	zhangyushu@hcyjs.com
	刘雯	销售经理		liuwen@hcyjs.com
	金可依	销售经理		jinkeyi@hcyjs.com
	武君书	销售经理		wujunshu@hcyjs.com
	姜茜	销售助理		jiangxi@hcyjs.com
	罗兰丹波	资深销售经理		luolandanbo@hcyjs.com
	章依若	销售经理		zhangyiruo@hcyjs.com
	谢玮颖	资深销售经理		xieweiying@hcyjs.com
	段佳音	广州机构销售总监	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com

下载日志已记录，仅供内部参考

广州机构销售部	王世韬	高级销售经理		wangshitao1@hcyjs.com
	古舞	销售助理		guwu@hcyjs.com
	曹雅博	高级销售经理		caoyabo@hcyjs.com
私募销售组	潘亚琪	机构服务部总经理助理	021-20572559	panyaqi@hcyjs.com
	汪子阳	副总监	021-20572559	wangziyang@hcyjs.com
	江赛专	副总监	0755-82756805	jiangsaizhuan@hcyjs.com
	汪戈	副总监	021-20572559	wangge@hcyjs.com
	宋丹玙	高级销售经理	021-25072549	songdanyu@hcyjs.com
	赵毅	销售经理		zhaoyi@hcyjs.com
	陈孟昕	销售经理		chenmengxin@hcyjs.com
	文焱艺	销售经理		wenyanyi@hcyjs.com
	王秋晓	销售经理		wangqiuxiao@hcyjs.com
	谭雯欣	销售经理		tanwenxin@hcyjs.com
	陈蕾	销售助理		chenlei1@hcyjs.com
	赵方圆	销售经理		zhaofangyuan@hcyjs.com

下载日志已记录，仅供内部参考

华创行业公司投资评级体系(基准指数沪深 300)

公司投资评级说明：

强推：预期未来 6 个月内超越基准指数 20%以上；
推荐：预期未来 6 个月内超越基准指数 10%－20%；
中性：预期未来 6 个月内相对基准指数变动幅度在-10%－10%之间；
回避：预期未来 6 个月内相对基准指数跌幅在 10%－20%之间。

行业投资评级说明：

推荐：预期未来 3-6 个月内该行业指数涨幅超过基准指数 5%以上；
中性：预期未来 3-6 个月内该行业指数变动幅度相对基准指数-5%－5%；
回避：预期未来 3-6 个月内该行业指数跌幅超过基准指数 5%以上。

分析师声明

每位负责撰写本研究报告全部或部分内容的分析师在此作以下声明：

分析师在本报告中对所提及的证券或发行人发表的任何建议和观点均准确地反映了其个人对该证券或发行人的看法和判断；分析师对任何其他券商发布的所有可能存在雷同的研究报告不负有任何直接或者间接的可能责任。

免责声明

本报告仅供华创证券有限责任公司（以下简称“本公司”）的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告所载资料的来源被认为是可靠的，但本公司不保证其准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司在知晓范围内履行披露义务。

报告中的内容和意见仅供参考，并不构成本公司对具体证券买卖的出价或询价。本报告所载信息不构成对所涉及证券的个人投资建议，也未考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的预期收入可能会波动。

本报告版权仅为本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发或引用本报告的任何部分。如征得本公司许可进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“华创证券研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

证券市场是一个风险无时不在的市场，请您务必对盈亏风险有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。市场有风险，投资需谨慎。

华创证券研究所

北京总部	广深分部	上海分部
地址：北京市西城区锦什坊街 26 号恒奥中心 C 座 3A	地址：深圳市福田区香梅路 1061 号 中投国际商务中心 A 座 19 楼	地址：上海市浦东新区花园石桥路 33 号花旗大厦 12 层
邮编：100033	邮编：518034	邮编：200120
传真：010-66500801	传真：0755-82027731	传真：021-20572500
会议室：010-66500900	会议室：0755-82828562	会议室：021-20572522