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 08 月 29 日

理财产品跟踪报告 2026 年第 13 期（8 月 3 日-8 月 16 日）

基金新发大幅降温，年金险供给重回主导

- **银行理财产品：**
- 2026 年 8 月 3 日至 8 月 16 日双周内，全市场共新发银行理财产品 1306 只，较上一期（2026 年 7 月 20 日至 8 月 2 日）的 1332 只环比小幅下降 1.95%，连续两期回落，跨过半年末考核节点后理财公司发行节奏延续放缓。从收益维度来看，本期新发产品平均业绩比较基准约为 2.30%，较上一期回升 6 个基点，结束连续下行态势；从实际募集情况来看，本期 529 只产品披露实际募集规模合计 1225.9 亿元，平均单只募集 2.32 亿元，较上期小幅回升。结构维度上，固定收益类产品占比 98.85%再创新高，1-3 年期产品以 30.25%的占比居各期限类型首位，1 元及以下低门槛产品占比 67.99%，普惠化与中期化特征持续巩固。
- **基金产品：**
- 2026 年 8 月 3 日至 8 月 16 日，公募基金新发市场显著降温。本期全市场新成立基金共计 53 只，总发行份额 133.45 亿份，平均单只发行规模 2.52 亿份，环比上期（88 只、480.99 亿份）分别下降 39.77%和 72.26%。分类型看，股票型基金以 27 只、61.63 亿份重回数量与规模双主力，其中指数型产品合计发行 50.59 亿份、占股票型基金份额的 82.09%，指数化供给特征进一步强化；债券型、混合型基金发行大幅回落，FOF、REITs 与 QDII 形成少量补充。头部集中度回落，前五大产品合计发行 38.59 亿份、占比 28.92%，国金智启量化选股 A 以 11.04 亿份居首，量化选股策略逆势突围，华安锦江商业 REIT 作为试点第二批项目落地。
- **保险产品：**
- 在 2026 年 8 月 3 日至 8 月 16 日的双周度观察区间内，我国保险市场新发产品延续缩量态势。根据中国保险行业协会人身保险产品信息库披露的数据统计，本期全市场共计新发保险产品 28 款，较上一统计周期（2026 年 7 月 20 日至 8 月 2 日）的 51 款环比下降 45.10%。品类结构上，年金保险新发 20 款、占比 71.43%，重回主导地位，人寿保险新发 8 款、占比 28.57%；设计类型上，分红型产品合计 18 款、占全部新发的 64.29%，稳居绝对主力，其中人寿保险分红型占比 75.00%，年金保险分红型占比 60.00%，另有 1 款万能型团体养老年金落地。人身险供给侧“长期储蓄化、分红化、养老年金化”的转型逻辑持续深化。
- **本期 IRR 测算分析：**
- 基于中国保险行业协会公开披露的人身险产品信息及华创证券测算模型，本期（2026 年 8 月 3 日至 8 月 16 日）及近几个月新发传统型年金保险产品的内部收益率（IRR）整体延续了窄幅震荡与结构温和分化的特征。在长端利率持续低位运行及《中国人身保险业经验生命表（2025）》全面应用的宏观与精算双重背景下，传统型年金的满期 IRR 中枢已系统性锚定于 1.7%-2.0%的窄幅区间。

  当前传统型年金市场处于精算假设交替期平稳段。短期内，随监管预定利率引导及新生命表深入，满期 IRR 中枢易降难升，1.7%-1.9%成常态上限，收益曲线更注重流动性与久期平衡，类似国民渝快生活 B 款前后端兼顾的均衡型产品或为主流。长期看，传统年金受制于刚性负债成本，新发占比温和回落，行业向“低保底+浮动分红”转型，分红型接棒实现风险共担。
- **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)	916.15	0.07
流通市值(亿元)	889.92	0.09

相对指数表现

%	1M	6M	12M
绝对表现	5.7%	-20.6%	-30.3%
相对表现	7.6%	-17.5%	-34.5%



相关研究报告

《理财产品跟踪报告 2026 年第 12 期（7 月 20 日-8 月 2 日）：基金单品效应显著，保险新发持续缩量》

2026-08-11

《理财产品跟踪报告 2026 年第 11 期（7 月 6 日-7 月 19 日）：基金新发量减质增，分红险占比再创新高》

2026-07-27

《理财产品跟踪报告 2026 年第 10 期（6 月 22 日-7 月 5 日）：保险新发全渠道爆增，分红险占比创新高》

2026-07-11

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 5
1、按投资性质来看：固收类占比续创高位 5
2、按期限结构来看：中期期限产品为主流 5
3、按投资起点来看：低门槛产品占比近七成 5
（三）代表性新发产品分析 5
1、信银理财安盈象固收稳利十四个月封闭式 284 号 5
2、光大理财阳光橙鑫盈打新策略优选目标盈 18 期（封闭式） 6
3、法巴农银理财珐琅紫全球科技优选混合类封闭式 C001 期 6
二、基金产品 7
（一）新发基金市场总体情况：发行规模大幅回落，股票型重回主导 7
（二）基金新发规律总结 8
1、权益类基金加速指数化，细分主题产品密集成立 8
2、主动权益整体承压，量化策略逆势突围 8
3、商业不动产 REIT 落地，底层资产类型持续拓宽 8
（三）代表性新发基金产品分析 9
1、国金智启量化选股 A（027790.OF） 9
2、博时稳睿增益 6 个月持有 A（027926.OF） 9
3、华安锦江商业 REIT（508609.OF） 9
三、保险产品 11
（一）新发市场总体情况 11
（二）结构性趋势特征：年金供给重回主导，分红型稳居主力 12
1、人寿保险 12
2、年金保险 13
（三）传统型年金保险 IRR 测算 14
1、时间维度上的纵向比较：定价策略的延续与温和校准 15
2、非养老年金保险 VS 养老年金保险：功能定位驱动的曲线分化 16
3、大型公司 VS 中小型公司：定价主导权与跟随策略的分层 16
4、趋势分析与结论 16

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）.....7
图表 6 本期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（%）.....11
图表 8 各类型年金险新发构成（%）.....12
图表 9 本期销售的人寿保险产品.....13
图表 10 本期销售的年金保险产品.....13
图表 11 传统型年金保险产品 IRR 比较分析.....14

下载日志已记录，仅供内部参考

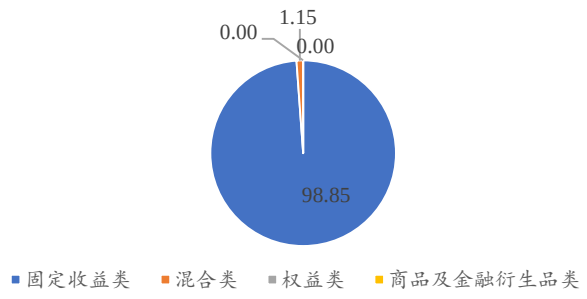
一、银行理财产品

（一）银行理财市场新发总体情况

2026 年 8 月 3 日至 8 月 16 日双周内，从发行总量维度来看，本期全市场共新发银行理财产品 1306 只，较上一期（2026 年 7 月 20 日至 8 月 2 日）的 1332 只环比小幅下降 1.95%，连续两期回落，表明跨过半年末考核节点后，理财公司发行节奏延续放缓态势。从收益维度来看，本期全市场新发产品平均业绩比较基准约为 2.30%，较上一期的 2.24%回升 6 个基点，结束此前连续下行趋势，或与中期限产品占比提升带来的结构性支撑有关。从实际募集情况来看，本期共有 529 只产品披露实际募集规模，合计募集资金 1225.9 亿元，平均单只产品募集 2.32 亿元，较上一期（615 只产品披露、合计 1348.7 亿元、平均单只 2.19 亿元）的单只募资水平小幅改善，反映发行放缓背景下单只产品的募资效率并未同步走弱。

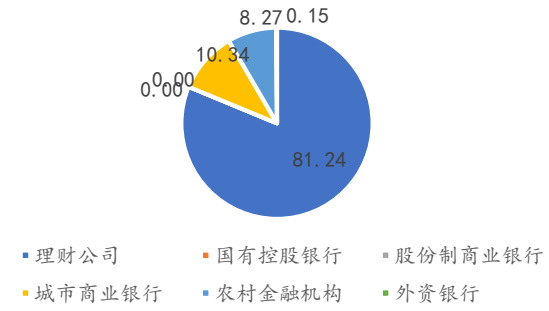
从发行机构类型来看，理财公司仍为绝对供给主力，本期共新发 1061 只、占比 81.24%，平均业绩比较基准 2.33%；城商行、农村金融机构分别新发 135 只、108 只，占比 10.34%、8.27%；外资银行仅新发 2 只、占比 0.15%。展望后市，在长端利率低位震荡、存款利率持续下行的背景下，居民财富向理财市场迁移的“存款搬家”趋势仍在延续——据中国人民银行金融统计数据，2026 年 4-5 月居民存款合计减少约 2.05 万亿元， 国有大行 3 年期定期存款挂牌利率已降至 1.25%附近，理财产品作为存款替代的配置价值依然突出。但随着业绩比较基准中枢趋势性下移，理财公司通过信用下沉与拉长久期增厚收益的空间持续收窄，预计后续发行节奏将保持平稳，“固收为体、多元增强”的供给格局难有趋势性变化。

图表 1 各类新发理财数量占比（%，按投资性质）



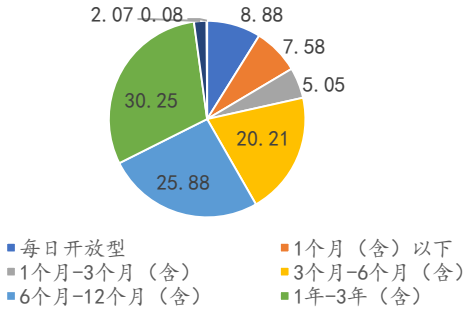
资料来源：普益标准，华创证券

图表 2 各类新发理财数量占比（%，按机构类型）



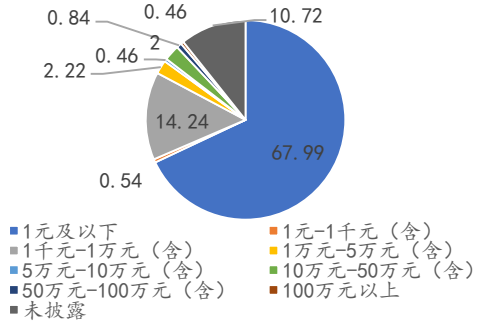
资料来源：普益标准，华创证券

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

下载日志已记录，仅供内部参考

（二）新发市场趋势总结

1、按投资性质来看：固收类占比续创高位

固定收益类产品的绝对主导地位进一步巩固，占比续创本系列跟踪以来的高位。本期固定收益类产品新发 1291 只，占比 98.85%，较上一期的 98.27%进一步提升 0.58 个百分点，平均业绩比较基准 2.30%；混合类产品新发 15 只，占比 1.15%，平均业绩比较基准 2.54%，较固收类高出 24 个基点，体现含权增强策略的收益溢价；权益类及商品及金融衍生品类产品本期无新发，供给继续处于冰点。其背后逻辑在于，在长端利率低位徘徊、权益市场波动仍存不确定性的环境中，投资者对净值回撤的容忍度极低，理财公司为控制破净率、维护渠道信任，倾向于以纯固收产品守住基本盘。与此同时，部分头部理财公司正以“打新策略”“目标盈”等机制化设计渐进探索低波动含权产品，本期光大理财“阳光橙鑫盈打新策略优选目标盈 18 期”的发行即为这一思路的代表。

2、按期限结构来看：中期期限产品为主流

产品期限结构延续“纺锤型”分布特征，中期限产品占比稳居首位。本期 1-3 年（含）期产品新发 395 只，占比 30.25%，平均业绩比较基准 2.55%；6-12 个月（含）产品新发 338 只，占比 25.88%，平均业绩比较基准 2.36%；3-6 个月（含）产品新发 264 只，占比 20.21%；1 个月以下、1-3 个月（含）产品分别新发 99 只、66 只，占比 7.58%、5.05%。超长期限（3 年以上）封闭式产品新发 27 只，占比仅 2.07%，平均业绩比较基准 2.66%，仍受制于长久期资产供给不足与部分投资者对长期流动性锁定的谨慎。与此同时，每日开放型产品新发 116 只，占比 8.88%，平均业绩比较基准仅 1.32%，继续承担流动性管理工具职能。从期限溢价来看，1-3 年期产品平均基准较每日开放型产品高出约 123 个基点、较 6-12 个月产品高出约 19 个基点，“适度让渡流动性以换取收益增厚”仍是当前理财产品定价的显性逻辑。

3、按投资起点来看：低门槛产品占比近七成

投资起点维度上，普惠化、低门槛化趋势持续深化。本期 1 元及以下起购产品新发 888 只，占比 67.99%，接近七成，平均业绩比较基准 2.35%；1 千元-1 万元（含）起购产品新发 186 只，占比 14.24%；1 万元-5 万元（含）、5 万元-10 万元（含）起购产品分别占比 2.22%、0.46%；10 万元以上高起点产品合计占比约 3.83%，其中 100 万元以上产品仅 6 只。低门槛产品的绝对主导，一方面源于理财公司依托母行及广泛代销渠道触达长尾客群的零售化定位，本期信银理财“安盈象固收稳利十四个月封闭式 284 号”以 1 元起购、近百家机构代销实现 86.41 亿元的大额募集，印证了“低门槛+广渠道”的获客逻辑；另一方面，在存款利率下行驱动的居民储蓄再配置过程中，低门槛固收类理财正成为承接“存款搬家”资金的主力产品形态。

（三）代表性新发产品分析

1、信银理财安盈象固收稳利十四个月封闭式 284 号

信银理财发行的“安盈象固收稳利十四个月封闭式 284 号”（产品代码 AF266131）为本期实际募集规模最大的银行理财产品。该产品为固定收益类封闭式净值型，产品期限 426 天（约 14 个月），风险等级二级（中低），个人投资者 1 元起购，业绩比较基准（年化）为 2.20%-3.25%、中枢约 2.72%，高于本期 1-3 年期产品 2.55%的平均基准水平。根据普

下载日志已记录，仅供内部参考

益标准数据，该产品于 8 月 3 日至 8 月 11 日募集、8 月 12 日成立，实际募集规模达 86.41 亿元，远超本期 2.33 亿元的平均单只募集水平。其大额募集的核心支撑在于渠道下沉：除母行中信银行外，该产品还通过内蒙古农村商业银行、宁波辖内多家农商行、徽商银行、杭州联合银行等近百家代销机构销售，广泛覆盖中小银行渠道。费率方面，该产品销售手续费率 0.10%、托管费率 0.05%、固定管理费率约 0.09%，综合费率处于同类较低水平，进一步让利于投资者。投资策略上，产品主要投资于债券等固收类资产，精选信用资质较好的发行人获取票息收入，同时积极把握市场波动获取交易性收入。

2、光大理财阳光橙鑫盈打新策略优选目标盈 18 期（封闭式）

光大理财发行的“阳光橙鑫盈打新策略优选目标盈 18 期（封闭式）”（产品代码 EW8180）是本期混合类产品的代表。该产品为混合类封闭式净值型，期限 462 天，风险等级二级（中低），1 元起购，业绩比较基准 2.10%-3.10%、中枢 2.60%，实际募集规模约 20.00 亿元。根据产品说明书，该产品通过对冲策略在严格控制打新底仓波动风险的基础上参与新股申购，并根据对冲成本和新股收益变化动态调整打新底仓与对冲策略；底仓主要配置国债、高等级信用债等高评级固收类资产，叠加优先股等具有类固收属性的权益类资产，整体构建低波动组合；“目标盈”机制则在产品收益达到约定目标后触发止盈安排，兼顾收益增强与持有体验。在纯债收益空间持续收窄、权益类供给仍处冰点的背景下，该产品以“策略含权”替代“仓位含权”，为低风险偏好资金提供了参与新股申购制度性收益机会的低波动工具，体现了头部理财公司在含权产品上的机制创新方向。

3、法巴农银理财珐琅紫全球科技优选混合类封闭式 C001 期

法巴农银理财发行的“珐琅紫全球科技优选混合类封闭式 C001 期”（产品代码 FLZKJFC001）是合资理财公司多资产配置产品的代表。该产品为混合类封闭式净值型，期限 457 天，风险等级三级（中），1 万元起购，业绩比较基准 3.00%-5.00%、中枢 4.00%，为本期新发产品中基准区间最高的产品之一。根据产品说明书，该产品根据经济周期及市场走势变化，在债券、权益、商品等多类资产间进行配置，权益类资产投资比例上限为 40%、商品及衍生品类上限为 20%，资金投向涵盖境外股票、公募基金、期权期货等，旨在拓宽投资组合的有效边界，让投资者在风险相对可控的情况下分享多市场发展的红利；渠道方面，除母行农业银行外还通过南京银行、齐鲁银行等机构代销。本期外资银行仅新发 2 只产品，分别为渣打银行代客境外理财计划项下的富达环球科技基金相关产品与汇丰银行双区间累计海外结构性票据，与该产品共同指向全球科技主题资产的配置热度；在境内固收收益中枢持续下移的环境中，合资理财公司与外资机构正凭借跨境多资产配置能力形成差异化供给。

下载日志已记录，仅供内部参考

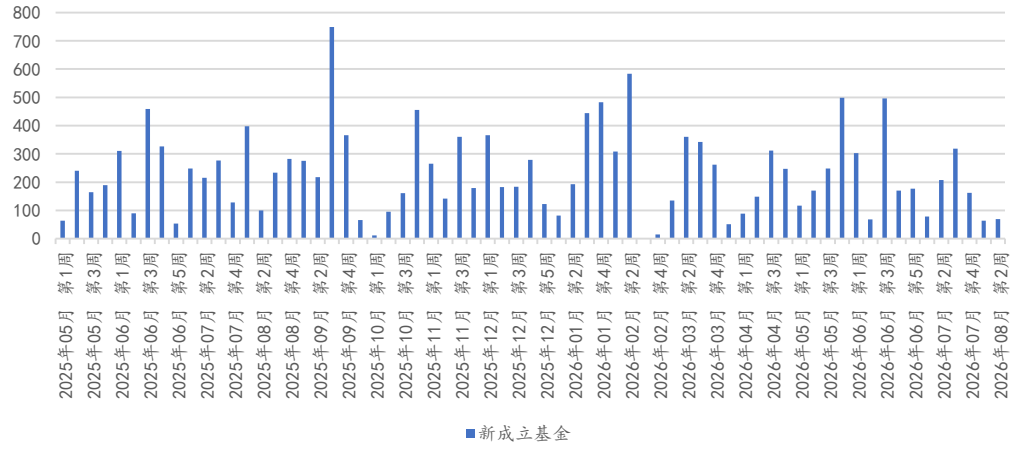
二、基金产品

（一）新发基金市场总体情况：发行规模大幅回落，股票型重回主导

2026 年 8 月 3 日至 8 月 16 日，公募基金新发市场呈现“发行数量与规模双降、单只募资能力明显走弱、头部集中度回落”的运行特征。本期全市场新成立基金共计 53 只，总发行份额 133.45 亿份，平均单只发行规模 2.52 亿份；总量维度上，本期发行数量较上期（7 月 20 日—8 月 2 日，88 只）环比下降 39.77%，总发行份额较上期的 480.99 亿份环比下降 72.26%，总发行份额较上上一期（7 月 6 日-7 月 19 日）的 286.27 亿份亦下降 53.38%，平均单只发行规模环比下降 53.93%（前值 5.47 亿份），表明市场降温并非完全由上期高基数所致，整体募资能力已明显转弱。

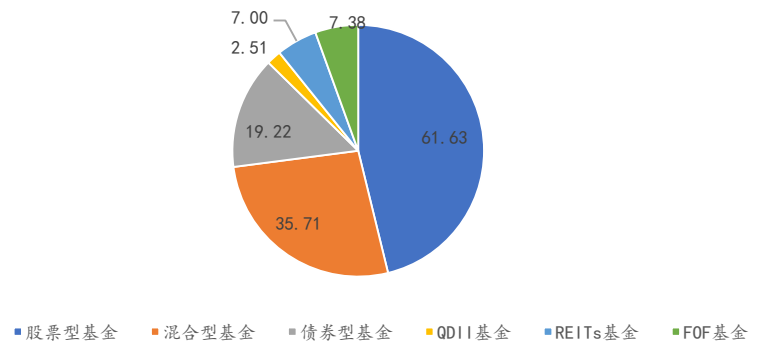
与上期信用债指数大单和多只主动权益爆款集中成立不同，本期最大产品国金智启量化选股 A 仅发行 11.04 亿份，占总份额的 8.27%；前五大产品合计发行 38.59 亿份，占比 28.92%，较上期的 33.0%有所下降，市场缺少能够显著拉动总量的超大型产品。因此，本期发行收缩既受到上期单品集中放量后的高基数影响，也反映出渠道资金趋于谨慎、新基金募集难度加大的现实。

图表 5　本期基金市场新发份额（亿份）



资料来源：wind，华创证券

图表 6　本期各类型新发基金发行份额（亿份）



资料来源：wind，华创证券

下载日志已记录，仅供内部参考

从细分品类来看，股票型基金取代债券型成为本期数量与规模的双重主力，但其占比提升主要源于其他品类收缩幅度更大，并不意味着权益发行全面升温；混合型和债券型基金募资显著降温，FOF 与 REITs 供给同步回落，QDII 则恢复少量发行。具体而言，本期股票型基金新成立 27 只，总发行份额 61.63 亿份，占全市场总份额的 46.18%，平均单只发行 2.28 亿份；虽然规模较上期的 95.25 亿份下降 35.29%，但降幅明显小于其他类型，使其规模占比较上期的 19.80%大幅抬升。混合型基金新成立 13 只，总发行 35.71 亿份，占比 26.76%，较上期 133.38 亿份下降 73.23%，平均单只规模由 6.06 亿份降至 2.75 亿份；债券型基金新成立 8 只，总发行 19.22 亿份，占比 14.41%，较上期 169.79 亿份骤降 88.68%，平均单只规模由 8.09 亿份降至 2.40 亿份，成为本期总规模回落的主要拖累。FOF 基金仅成立 2 只，发行 7.38 亿份，占比 5.53%；REITs 成立 1 只，发行 7.00 亿份，占比 5.25%；QDII 基金恢复发行 2 只，合计 2.51 亿份，另类投资基金继续无新品成立。总体来看，本期市场转为“股票型数量占优、各类型单只规模普遍偏低”，发行结构虽更趋分散，但尚未形成具有持续性的增量资金主线。

（二）基金新发规律总结

1、权益类基金加速指数化，细分主题产品密集成立

本期股票型基金虽然以 27 只、61.63 亿份成为数量与规模的双重主力，但其内部呈现出明显的指数化特征。被动指数型基金与增强指数型基金合计发行 50.59 亿份，占股票型基金发行份额的 82.09%，占全市场发行份额的 37.91%，成为本期权益供给的核心。产品布局覆盖科创芯片、云计算、软件、光伏、电池、医疗及证券等细分赛道，其中易方达上证科创板芯片设计主题 ETF 联接 A 发行 6.27 亿份，为本期规模最大的指数产品；银华、南方和永赢旗下 3 只云计算主题 ETF 合计发行 7.85 亿份，体现出基金公司围绕科技成长方向加快产品布局。

但指数产品的数量扩张并未同步转化为单品规模优势。本期 26 只指数基金平均发行规模仅 1.95 亿份，低于全市场 2.52 亿份的平均水平。同赛道产品集中成立，已成为基金公司覆盖细分行业的重要载体；另一方面也表明指数产品供给趋于密集，产品同质化与渠道资源分散对单只基金募集规模形成一定制约。

2、主动权益整体承压，量化策略逆势突围

在主动权益产品整体募资偏弱的背景下，量化选股策略表现相对突出。本期国金智启量化选股 A、鹏扬量化选股 A 和华宝质量量化选股 A 合计发行 17.72 亿份，占普通股票型基金与偏股混合型基金合计发行份额的 59.9%。其中，国金智启量化选股 A 发行 11.04 亿份，为本期发行规模最大的基金产品；鹏扬量化选股 A 和华宝质量量化选股 A 分别发行 4.02 亿份和 2.66 亿份。量化产品通过多因子模型、分散持仓和纪律化交易控制主观判断偏差，在市场风格轮动较快的环境下，对部分投资者形成了一定吸引力。

3、商业不动产 REIT 落地，底层资产类型持续拓宽

本期华安锦江商业 REIT 成立，发行 7.00 亿份、募集金额 18.70 亿元，为本期唯一一只新发 REIT。产品底层资产为分布于全国 18 个城市的 21 家锦江都城酒店，是商业不动产 REITs 试点落地后的代表性产品。相较于传统基础设施 REIT，该产品以酒店经营收入作为主要现金流来源，进一步丰富了公募 REITs 的底层资产类型，也为成熟酒店资产盘活存量、形成投融资循环提供了新的资本市场工具。

下载日志已记录，仅供内部参考

REITs 底层资产类型的持续多元化是当前市场的另一重要特征。25 年年末证监会正式推出商业不动产 REITs 试点，进一步明确其获取稳定现金流、向基金份额持有人分配收益的产品定位。首批商业不动产 REITs 已于 2026 年 6 月 18 日上市，本期成立的华安锦江商业 REIT 为试点第二批获批项目，也是国内首单纯酒店业态 REIT。在政策推动下，酒店、写字楼、商业综合体等经营性不动产逐步被纳入公募 REITs 资产供给范围，市场由基础设施项目为主向多元不动产类型协同发展的格局演进，公募 REITs 的资产边界不断拓宽，逐步覆盖更广泛的实体经济领域。REITs 市场的扩容与生态完善，为投资者提供了区别于股票和债券的另类配置工具，也有助于盘活存量资产、服务实体经济。

（三）代表性新发基金产品分析

1、国金智启量化选股 A（027790.OF）

该产品为国金基金旗下的普通股票基金，8 月 4 日成立，首发规模 11.04 亿份为本期发行规模最大的产品。其中，A 类份额约 5.00 亿份，C 类份额约 6.04 亿份，C 类占比约 54.7%。产品业绩比较基准为中证全指指数收益率 × 90% + 活期存款基准利率 × 10%，采用量化选股策略，基于多因子模型等系统化方法构建投资组合，股票资产占基金资产的 80%—95%，力争在控制风险的基础上获取超越业绩比较基准的回报。托管人为平安银行，基金经理姚加红，具有信息技术和指数投资业务背景，现任国金基金量化投资中心总经理。该产品共有 17,938 户有效认购，户均认购约 6.15 万份。

在本期新成立基金平均发行规模仅为 2.52 亿份、被动指数产品密集发行的背景下，该产品作为主动量化权益基金仍募得超过 11 亿份，显示市场对系统化选股工具的配置需求。量化模型能够在全市场范围内持续筛选股票，在市场风格快速轮动、个股分化加剧的环境中，有助于减少主观判断偏差并分散个股风险。A、C 两类份额的差异化设计进一步兼顾了不同持有期限投资者的需求，推动该产品成为本期主动权益发行中的代表性产品。同时，销售渠道覆盖银行、券商及互联网基金平台，全渠道触达能力也是其位居本期发行首位的重要支撑。

2、博时稳睿增益 6 个月持有 A（027926.OF）

该产品为博时基金旗下的偏债混合型基金，8 月 4 日成立，合计发行 7.33 亿份，为本期规模最大的偏债混合型基金。产品以债券资产为基础，通过股票、可转债、可交换债及港股等资产增强收益，权益类资产及可转债、可交换债的合计投资比例为基金资产的 10%—30%。业绩比较基准为中债-综合全价（总值）指数收益率 ×80% + 沪深 300 指数收益率 ×12% + 活期存款基准利率 ×5% + 中证港股通综合指数（人民币）收益率 ×3%。托管人为招商银行，基金经理为李石。



在债券收益率处于低位、单一固收资产收益空间收窄的环境下，该产品通过多资产配置在稳健底仓之上争取收益增强，契合投资者对“固收+”产品的配置需求。6 个月持有期能够减少短期申赎对组合运作的干扰，为中期资产配置提供相对稳定的资金基础；博时基金的固收品牌积淀，以及招商银行、中信银行的渠道支持，共同推动本产品在 12 天内募集 7.33 亿份。

3、华安锦江商业 REIT（508609.OF）

该产品为华安基金旗下的商业不动产 REIT，8 月 10 日成立，按发行份额口径募集 7.00 亿份，募集金额 18.70 亿元，为本期唯一新发 REIT。底层资产为分布于全国 18 个城市的

下载日志已记录，仅供内部参考

21 家锦江都城酒店，项目公司为时尚之旅酒店管理有限公司。基金期限为 25 年，托管人为中信银行，基金经理包括朱家腾、从静和骆桑若。

该产品以酒店经营产生的租金及运营收入为主要现金流来源，为投资者提供了区别于股票和债券的商业不动产配置工具。其战略配售份额 4.90 亿份，占总发行份额的 70%；网下及公众配售分别约占 21%和 9%，体现了以战略投资者和专业机构为主的发行结构。

下载日志已记录，仅供内部参考

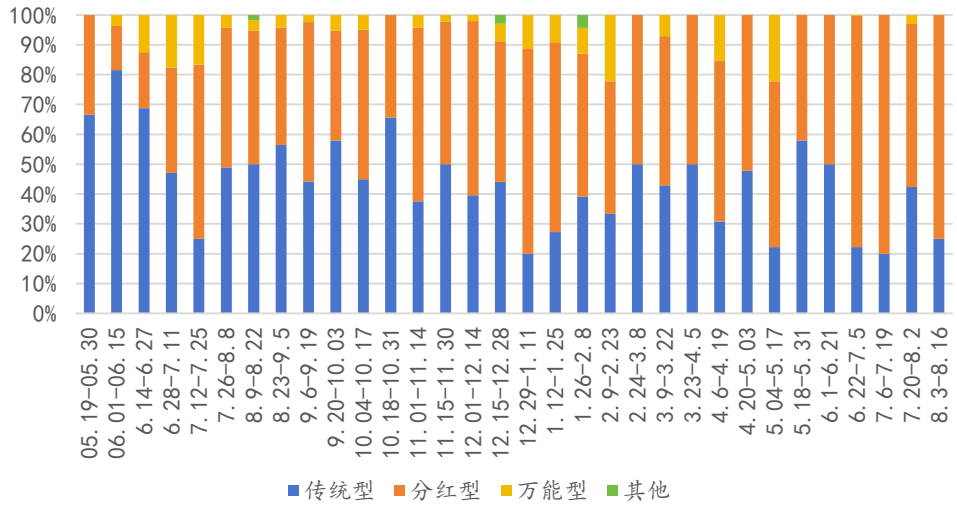
三、保险产品

（一）新发市场总体情况

在 2026 年 8 月 3 日至 8 月 16 日的双周度观察区间内，我国保险市场新发产品数量延续回落态势。根据中国保险行业协会人身保险产品信息库披露的数据统计，本统计周期内全市场共计新发保险产品 28 款，较上一统计周期（2026 年 7 月 20 日至 8 月 2 日）的 51 款环比下降 45.10%，新发数量降至 6 月集中发行高点以来的新低。需要说明的是，因协会信息库存在后续补录，上一周期新发数量由本报告第 12 期发布时点的 35 款修正为 51 款，本期起统一采用信息库最新披露口径计算环比。整体来看，跨过 6 月末的集中发行节点后，新发市场连续三期降温，从政策驱动的脉冲式增长进一步回归供需匹配的常态化运行轨道。

从供给节奏来看，本期新发产品的销售起始日分布于 8 月 3 日至 8 月 14 日，未出现上期大家养老“矩阵式”首发般的集中放量情形，单一公司最高新发数量为横琴人寿的 4 款年金产品，多数险企仅有 1-2 款新品落地，产品投放回归平稳、分散的常态节奏。

图表 7 各类型人寿保险新发构成（%）

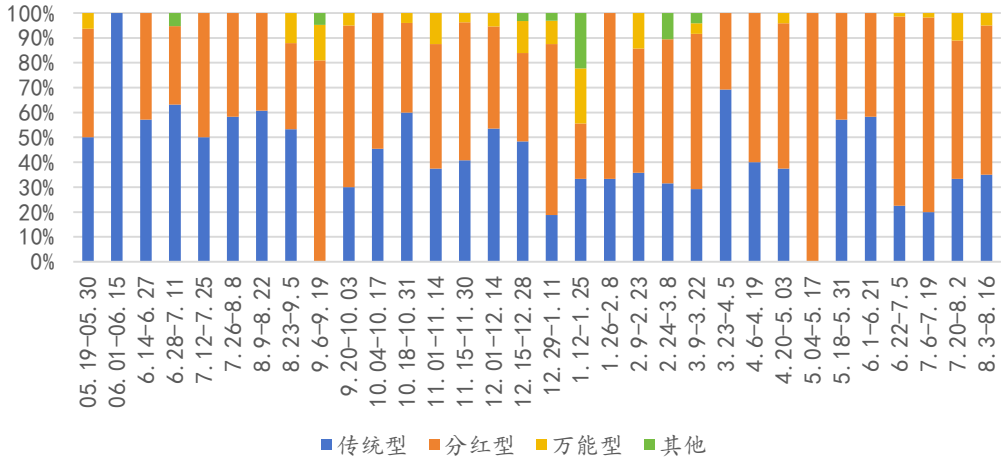


资料来源：中国保险行业协会，华创证券

从品类结构来看，本期新发市场呈现出“年金主导、人寿缩量”的格局反转。在本期新发的 28 款产品中，年金保险多达 20 款、占比 71.43%，人寿保险 8 款、占比 28.57%，与上一周期（人寿保险 33 款、占比 64.71%；年金保险 18 款、占比 35.29%）形成鲜明反转。结构切换的背后，一是上期分红型增额终身寿险等储蓄型产品集中放量、部分透支了近期供给，本期人寿保险新发回归常态；二是在长端利率低位徘徊的环境中，险企负债端成本管控压力不减，通过分红型年金等“保证+浮动”形态产品布局长期养老储蓄赛道，成为供给端的主流选择。年金保险久期较长、具备确定性给付现金流，能够匹配险企拉长资产久期、锁定中长期收益的配置诉求，供给重心向年金倾斜，亦反映出行业对养老金融赛道的战略加注。

下载日志已记录，仅供内部参考

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

从产品设计类型来看，分红型产品稳居绝对主力。本期新发的 8 款人寿保险中，分红型产品 6 款、占比 75.00%，传统型产品 2 款、占比 25.00%；新发的 20 款年金保险中，分红型产品 12 款、占比 60.00%，传统型产品 7 款、占比 35.00%，另有万能型产品 1 款——恒安标准信步人生（B 款）团体养老年金保险（万能型），为年内新发市场少见的万能型供给。分红型产品合计 18 款，占本期全部新发产品的 64.29%，较上一周期的 54.90%进一步上行，“保证利益+浮动分红”的产品形态已成为险企应对长端利率下行、管控利差损风险的标准化解决方案。

从养老属性来看，本期 20 款年金保险中养老年金保险与非养老年金保险各占 10 款，养老年金占比 50.00%，第三支柱养老金融产品供给保持活跃；供给主体上，既有友邦、泰康等寿险公司的分红型养老年金，也有国民养老保险“美好生活 C03 款”等专业养老险公司产品与恒安标准团体养老年金，多元化主体共同丰富养老金融产品谱系。

整体而言，本期新发市场的数量回落本质上是上期高基数与季节性节奏的叠加影响，并非行业需求的实质性转向，人身险产品供给侧向长期储蓄型、分红化、养老年金化转型的核心逻辑仍在持续推进。展望后续，随着个人养老金制度红利持续释放与商业养老金业务试点深化，养老年金保险供给中枢有望维持高位；而在《中国人身保险业经验生命表（2025）》的刚性约束下，传统型产品的定价空间进一步受限，分红型产品占比预计仍将震荡上行。

（二）结构性趋势特征：年金供给重回主导，分红型稳居主力

1、人寿保险

在人寿保险产品方面，本双周期间（8 月 3 日-8 月 16 日）新发的 8 款产品全部集中于终身寿险品类，供给数量较上期（33 款）大幅收缩，呈现“数量缩量、形态聚焦”的特征。从设计类型维度看，分红型产品的主导地位延续，新发 8 款人寿保险中分红型达 6 款、占比 75.00%；传统型产品仅 2 款，分别为中荷家业常青 Y 款终身寿险与和泰乐享未来 A 款终身寿险。值得注意的是，东吴人寿新发的“东吴锦绣鸿睿 A 款增额终身寿险（分红型）”将增额终身寿形态与分红机制相结合，显示“增额+分红”仍是储蓄型寿险的主流演进方向。

下载日志已记录，仅供内部参考

从发行主体来看，本期人寿保险供给分布较为分散，未出现单一公司集中放量的情形。**从产品设计来看**，终身寿险作为兼具身故保障与长期储蓄功能的形态，仍是险企承接居民长期资产配置需求的核心载体，分红机制的引入使产品在保证利益之上保留向上弹性，有助于缓解客户在利率下行期的“收益锁定焦虑”。

长期来看，人寿保险市场的分化将更加深刻：高净值人群的财富传承需求将继续依托保额分红型终身寿险以对抗长期通胀，而大众市场的中短期储蓄需求则将持续面临分红型两全险、银行理财与“固收+”基金等竞品的分流。

图表 9　本期销售的人寿保险产品

公司	产品	销售日期
东吴人寿保险股份有限公司	东吴锦绣鸿睿 A 款增额终身寿险（分红型）	2026-8-14
中意人寿保险有限公司	中意一生挚爱（至尊版）终身寿险（分红型）	2026-8-14
北京人寿保险股份有限公司	北京人寿京福臻传（尊享版）终身寿险（分红型）	2026-8-12
友邦人寿保险有限公司	友邦盛世经典优享版终身寿险（分红型）	2026-8-12
中信保诚人寿保险有限公司	中信保诚「金耀未来至臻版」终身寿险（分红型）	2026-8-8
中意人寿保险有限公司	中意一生我爱（鑫业版）终身寿险（分红型）	2026-8-8
中荷人寿保险有限公司	中荷家业常青 Y 款终身寿险	2026-8-8
和泰人寿保险股份有限公司	和泰乐享未来 A 款终身寿险	2026-8-4

资料来源：中国保险行业协会网站，华创证券

2、年金保险

在年金保险产品方面，本期新发的 20 款产品占全部新发产品的 71.43%，重回绝对主导地位，反映了养老金融市场的供给重心迁移。从设计类型分布来看，分红型年金以 12 款、占比 60.00%居首，传统型年金 7 款、占比 35.00%，另有万能型团体养老年金 1 款。其核心逻辑在于，年金保险尤其是养老年金保险的负债久期较长，通常跨越二三十年，在长端利率下行通道中，险企若持续发行高保证定价的传统型年金将积聚利差损压力，“保证+浮动”的分红形态由此成为年金供给的必然选择。从养老属性来看，本期养老年金保险与非养老年金保险各 10 款，养老年金占比 50.00%，第三支柱养老金融产品供给保持多元活跃。

从发行主体的行为特征来看，横琴人寿在本期呈现集中发行态势，于 8 月 5 日至 8 月 6 日推出“横琴人寿琴颐鑫享养老年金保险（分红型）”“横琴人寿润盈年金保险（分红型）”“横琴人寿润鑫年金保险”“横琴人寿福寿颐年养老年金保险”4 款产品，覆盖分红与传统、养老与非养老多个形态，为本期单一公司新发数量之最；此外，交银人寿、友邦人寿、中荷人寿、国民养老保险各有 2 款年金新品落地，头部公司与中小公司、寿险公司与专业养老险公司在年金赛道的错位竞争格局愈发清晰。

图表 10　本期销售的年金保险产品

公司	产品	销售日期
国民养老保险股份有限公司	国民养老美好生活 C03 款年金保险（分红型）	2026-8-14
富泽人寿保险股份有限公司	富泽红运连连（荣耀版）年金保险（分红型）	2026-8-12
交银人寿保险有限公司	交银人寿幸福生活年金保险（分红型）	2026-8-12
友邦人寿保险有限公司	友邦友福相伴优享版养老年金保险（分红型）	2026-8-12

下载日志已记录，仅供内部参考

交银人寿保险有限公司	交银人寿幸福生活尊享年金保险（分红型）	2026-8-12
友邦人寿保险有限公司	友邦永裕人生优享版年金保险（分红型）	2026-8-12
国民养老保险股份有限公司	国民渝快生活求实版 B 款养老年金保险	2026-8-10
中信保诚人寿保险有限公司	中信保诚「诚耀人生至臻版」年金保险（分红型）	2026-8-8
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）	2026-8-8
横琴人寿保险有限公司	横琴人寿琴颐鑫享养老年金保险（分红型）	2026-8-6
泰康人寿保险有限责任公司	泰康福寿延年 2026 养老年金保险（分红型）	2026-8-6
中国人寿保险股份有限公司	国寿吉祥福禄年金保险	2026-8-6
横琴人寿保险有限公司	横琴人寿润盈年金保险（分红型）	2026-8-5
恒安标准人寿保险有限公司	恒安标准信步人生（B 款）团体养老年金保险（万能型）	2026-8-5
横琴人寿保险有限公司	横琴人寿润鑫年金保险	2026-8-5
幸福人寿保险股份有限公司	幸福满满（尊享版）年金保险	2026-8-5
横琴人寿保险有限公司	横琴人寿福寿颐年养老年金保险	2026-8-5
中华联合人寿保险股份有限公司	中华福满堂（鑫裕版）养老年金保险	2026-8-5
中荷人寿保险有限公司	中荷鎏金岁月 D 款养老年金保险（分红型）	2026-8-3
大家人寿保险股份有限公司	大家福满堂养老年金保险	2026-8-3

资料来源：中国保险行业协会网站，华创证券

（三）传统型年金保险 IRR 测算

基于中国保险行业协会公开披露的人身险产品信息及华创证券测算模型，本期（2026 年 8 月 3 日至 8 月 16 日）及近几个月新发传统型年金保险产品的内部收益率（IRR）整体延续了窄幅震荡与结构温和分化的特征。在长端利率持续低位运行及《中国人身保险业经验生命表（2025）》全面应用的宏观与精算双重背景下，传统型年金的满期 IRR 中枢已系统性锚定于 1.7%-2.0%的窄幅区间。本期纳入计算模型的新发传统型年金产品共三款：幸福人寿“幸福满满（尊享版）年金保险”（2026/8/5，非养老年金）、中国人寿“国寿吉祥福禄年金保险”（2026/8/6，非养老年金）及国民养老保险“国民渝快生活求实版 B 款养老年金保险”（2026/8/10，养老年金）。

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%

下载日志已记录，仅供内部参考

养老年金	2026/4/9	大家人寿保险股份有限公司	大家欣享年年养老年金保险	0.70%	1.33%	1.33%	1.10%
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%
养老年金	2026/7/1	中国人民人寿保险股份有限公司	人保寿险岁悦芳华养老年金保险	0.98%	1.42%	1.62%	1.81%
养老年金	2026/7/10	大家人寿保险股份有限公司	大家欣享一生养老年金保险	1.19%	1.44%	0.31%	0.55%
养老年金	2026/7/24	百年人寿保险股份有限公司	百年御享盛世养老年金保险	1.06%	1.40%	1.61%	1.76%
养老年金	2026/8/10	国民养老保险股份有限公司	国民渝快生活求实版 B 款养老年金保险	1.48%	1.63%	1.77%	1.98%
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%
非养老年金	2026/7/1	东吴人寿保险股份有限公司	东吴坤盈添利年金保险	0.88%	1.47%	1.64%	1.79%
非养老年金	2026/7/8	阳光人寿保险股份有限公司	阳光人寿鑫安人生（金尊版）年金保险	1.36%	1.71%	1.81%	1.88%
非养老年金	2026/7/10	爱心人寿保险股份有限公司	爱心人寿心相悦年金保险 C 款	1.25%	1.65%	1.77%	1.88%
非养老年金	2026/7/23	中国人民人寿保险股份有限公司	人保寿险金岁月年金保险（互联网专属）	1.48%	1.76%	1.85%	1.94%
非养老年金	2026/8/5	幸福人寿保险股份有限公司	幸福满满（尊享版）年金保险	0.87%	1.53%	1.69%	1.84%
非养老年金	2026/8/6	中国人寿保险股份有限公司	国寿吉祥福禄年金保险	-4.76%	0.13%	1.24%	1.43%

资料来源：中国保险行业协会网站，华创证券测算

1、时间维度上的纵向比较：定价策略的延续与温和校准

从时间序列纵向观察，传统型年金险的收益曲线形态正从前期个别产品的极端试探回归至标准单调递增 J 型的理性常态。以养老年金赛道中定价连贯的国民养老保险为例，其产品迭代具有清晰的锚定效应：2025 年 11 月 6 日发行的“美好生活 F01 款”10 年 IRR 为 1.16%、满期 1.85%；2026 年 5 月 22 日“美好生活 B08 款”10 年 IRR 提升至 1.49%、满期 1.98%；本期 2026 年 8 月 10 日新发“渝快生活求实版 B 款”10 年 IRR 为 1.48%、

下载日志已记录，仅供内部参考

20 年 1.63%、30 年 1.77%、满期 1.98%。通过控制变量（同一专业养老险企、同属养老年金、相近投保假设）可见，国民养老近三款产品满期收益稳定在 1.85%-1.98%的上限附近，前端 10 年 IRR 在 1.1%-1.5%间微调，表明其在第四套生命表实施后的精算假设已趋于成熟，未盲目压降前期流动性来对冲长寿风险，市场定价在 7 月初的季末波动后重归平稳。

在非养老年金方面，2025 年 10 月 28 日君康“好运连连”10 年 IRR 1.44%、满期 1.88%；2026 年 7 月 23 日人保“金岁月”10 年 1.48%、满期 1.94%；本期 2026 年 8 月 5 日幸福人寿“幸福满满”10 年 0.87%、满期 1.84%。幸福满满满期收益与历史均值接近，但 10 年 IRR 偏低约 0.6 个百分点，说明中小险企在近期发行中非养老产品的早期现金价值增值稍缓，或源于费用分摊前置，但整体未脱离“前低后高”的常规储蓄型逻辑，行业时间维度上的定价未现趋势性突变。

2、非养老年金保险 VS 养老年金保险：功能定位驱动的曲线分化

在产品属性维度，非养老年金与养老年金因现金流给付结构差异，IRR 分布呈现温和但清晰的功能分化。非养老年金偏向中短期财富规划与现价积累，呈现“存款替代品”特征。

本期幸福满满（8/5 新发）10 年 0.87%、满期 1.84%，期限溢价约 1 个百分点，说明非养老产品内部因险企策略不同仍有差异，大型险企倾向高前置（如人保金岁月），中小险企则略保守。国寿吉祥福禄因 10 年缴费致前期为负，不具可比性，其满期 1.43%在非养老中偏低，但受缴费期挤压明显。

反观养老年金保险，核心功能在于长寿风险对冲与生存期现金流提取，收益曲线通常呈现更显著的久期溢价。本期国民“渝快生活求实版 B 款”（8/10 新发）全周期平滑上升（10 年 1.48%至满期 1.98%）；对比 2026 年 7 月 24 日百年“御享盛世”10 年 1.06%、满期 1.76%，国民系前端更高且满期更优。再对照 2026 年 4 月 24 日大家“大盈之家”10 年仅 0.26%，可见养老产品极端分化已收窄，主流公司回归均衡给付，避免早期退保惩罚过高引发销售阻力，非养老金与养老金的 IRR 梯度主要体现为养老产品更倚重 30 年后长久期溢价。

3、大型公司 VS 中小型公司：定价主导权与跟随策略的分层

从机构主体维度，大型及专业险企展现定价主导权，中小型公司呈跟随态势。大型险企（含央企专业养老）凭借资产规模与久期匹配能力，产品收益组合占优。国民养老（央企背景）本期渝快生活 B 款满期 1.98%处较高水平；中国人寿 2026 年 4 月 7 日“鑫享添盈”满期 IRR 达 2.05%仍为样本中最高；人保寿险 7 月的金岁月年金保险（10 年期 1.48%→满期 1.94%）亦体现大公司均衡能力。

中小公司如幸福人寿（幸福满满满期 1.84%）、百年人寿（御享盛世 1.76%）采取稳健跟随。对比前期东吴人寿“坤盈添利”（2026/7/1，满期 1.79%）或爱心“心相悦 C 款”（1.88%），中小险企满期 IRR 多落在 1.7%-1.85%，未盲目追逐高 IRR 抢占市场。在“报行合一”严监管与长端利率下行下，中小企定价空间受限，以控负债成本为要，转向差异化渠道而非收益价格战。

4、趋势分析与结论

综合多维度，当前传统型年金市场处于精算假设交替期平稳段。短期内，随监管预定利

下载日志已记录，仅供内部参考

率引导及新生命表深入，满期 IRR 中枢易降难升，1.7%-1.9%成常态上限，收益曲线更注重流动性与久期平衡，类似国民渝快生活 B 款前后端兼顾的均衡型产品或为主流。长期看，传统年金受制于刚性负债成本，新发占比温和回落，行业向“低保底+浮动分红”转型，分红型接棒实现风险共担。

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
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
	谢玮颖	资深销售经理		xieweiying@hcyjs.com
广州机构销售部	段佳音	广州机构销售总监	0755-82756805	duanjiayin@hcyjs.com
	王世韬	高级销售经理		wangshitao1@hcyjs.com
	古舞	销售助理		guwu@hcyjs.com

下载日志已记录，仅供内部参考

	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
	宋丹玓	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