

# 公募掘金“春节行情” 发起式基金密集成立

随着“春节行情”预期逐步强化, Wind数据显示,截至2月上旬,已有41只权益类基金、12只混合型FOF定档在2月发行。其中,包括1只ETF联接基金、2只偏股混合型基金、3只混合型FOF在内的7只新基金于上周开启认购后,均用了不超过3个工作日即完成募集,并在近日正式成立。

值得一提的是,在这7只火速成立的新基金中,有4只为成立门槛较低的发起式产品。

此前的1月,也有一批发起式基金扎堆成立。据记者粗略统计,自开年以来,在公募基金市场上,已陆续成立了超过30只发起式基金(包括上述于2月成立的4只),并以行业主题产品为主。投资方向覆盖了医疗创新、消费、半导体、科技、资源等赛道,以及量化、红利等策略。

“发起式基金只需要基金公司自购1000万元即可成立,有助于基金公司把握春季行情,抢占赛道先机。成立发起式产品不仅体现了基金公司跟投资者风险共担的态度,也为基金公司提供了灵活布局的工具。”受访人士向记者指出。



## 如何把握“春节行情”?

某种程度上,市场普遍看好春节假期后A股表现,或也促使公募基金加快布局。

中国银河证券研报指出,历史规律显示,春节前后A股市场存在显著的“日历效应”。

“从2016年至2025年间的历史规律来看,春节前,资金偏好向高股息、消费、防御板块集中,大盘风格表现占优,随着春节将至,A股市场表现逐步修复回暖,或出现‘节前躁动’;春节后,A股市场上涨概率较大,资金转向小盘风格,周期风格和成长风格表现更优。”该研报分析。

金鹰基金宏观策略研究员金达莱亦向记者分析,春节前一周至节后两周往往是全年胜率较高的阶段。短期看,大盘价值与防御属性仍具有配置意义;节后随着风险偏好回暖与业绩线索明朗,中小盘成长及AI相关产业链或有望迎来修复,前期震荡反而为后续主线再聚提供了更健康的起点。

不过,民生加银基金认为,在春节长假之前,由于长假期缺少明确的催化剂,预计市场活跃度可能会下降。春节之后,由于临近重要会议召开,政策催化有望加速出现。

“总体来看,市场在2月或以震荡为主。方向上,前期涨价品种开始向石油石化、食品饮料扩散,AI和半导体均有持续催化,建筑建材受益于重大项目。轮动加快可能是2月重要的特征之一。”该公司进一步指出。

基于以上判断,展望2月,机构重点关注的方向仍然围绕科技、制造、有色金属等关键词展开。

金达莱判断,上游资源品回调后或仍有中期配置机会,短期关注“科技+制造”主线。科技制造方向上,有业绩支撑的海外算力、半导体存储、消费电子、风电储能等方向是基本盘,当前这些方向或仍有逢低买入的空间。此外,对于一季度有业绩基本面改善催化的低位创新药、游戏等科技方向或有望轮动。也可关注2026年有望进入产业化投资早期的方向,包括固态电池、AI应用、智能驾驶、机器人等科技主题。

另外,中欧基金建议逐步提升对组合弹性的关注,并关注成长板块的反弹机会。

“在流动性改善带动市场情绪走强的背景下,可以对一季度国内市场表现给予更多期待。全球通胀及增长情形,以及地缘局势的日趋紧张将进一步影响周期商品业绩表现。建议关注一季报较好的业绩增长预期品种,包括海外算力链、新能源、化工、有色金属、保险等领域的投资机会,短期可关注尚未轮动到的其他成长题材。”该公司进一步指出。

供稿:《21世纪经济报道》作者:易妍君

## 借力发起式基金抢先机

受春节假期影响,2026年2月仅有3个交易日,但公募基金发行市场依旧热闹。

据Wind统计,截至2月9日,已有62只基金产品定于本月启动认购(以认购起始日为准,下同)。包括24只股票型基金、18只混合型基金、12只FOF和8只债券型基金。

若进一步分类看,公募基金发行市场的重头戏仍为权益类基金。

在上述已定档发行日期的62只基金中,有41只权益类基金(包括被动指数基金、指数增强基金、主动权益基金)、12只混合型FOF、1只偏股混合型基金;而新发债券型基金则以二级债基为主,共7只,另有1只一级债基。

“公募基金在春节前后密集发行新产品,主要是为了把握年初资金回流与政策预期向好的窗口期。”排排网财富公募产品的运营主管曾芳向记者分析,此时市场估值合理,春季行情预期明确,渠道转化效率较高。

此外,曾芳指出,年初基金公司通常将发行节奏前置,以抢占“开门红”,并围绕权益、固收、

FOF、指数等多线布局,来契合全年市场主线。

与此同时,公募机构借力发起式产品抢抓赛道行情的趋势有所显现。

从认购起始日来看,共41只基金在2月前两周启动发行;其中,截至2月9日,已有7只新基金正式成立,募集天数均未超过3天。

在这7只火速成立的新基金中,发起式产品占据了4个席位:包括3只行业主题基金、1只平衡混合型FOF。另外3只非发起式产品为偏债混合型FOF、一级债基。

事实上,今年1月已经出现了发起式基金扎堆成立的现象。

Wind数据显示,2026年1月1日—2月9日,公募机构至少新成立了32只发起式基金。这32只发起式基金以权益类基金为主,仅有1只二级债基和3只FOF。

并且,上述发起式权益类基金多为行业主题产品,覆盖制造升级、低碳经济、医药健康、科技、消费、半导体、科创板芯片、有色金属、光伏等方向,也包含量化、红利等策略主题。

在曾芳看来,发起式基金成立门槛较低,能够快速成立,因此更适应节前紧凑的发行节奏。并且,

缩短募集期有助于尽早建仓,把握春季行情机会。

“这类产品多聚焦科技、先进制造等主线,快速落地有利于机构抢占赛道先机。同时基金公司通过自购彰显信心,也可借助发起式产品优化产品线布局。”曾芳表示。

除了发起式基金密集成立,FOF发行市场回暖也是一大趋势。

在上述于2月启动认购,并已成立的7只新基金中,包含2只偏债混合型FOF和1只平衡混合型FOF。其中,前两只偏债混合型FOF:南方稳嘉多元配置3个月持有、景顺长城景景保守配置3个月持有的发行规模均超过24亿元,为2月份内成立新基金中,发行规模最大的两只产品。

此外,在1月成立的新基金中,有4只混合型FOF的发行规模超过30亿元,为同期发行基金中热度较高的产品。

“混合型FOF热销反映出投资者配置需求从单一产品转向专业分散、追求长期可持续增值的趋势。”曾芳谈道,在结构性市场中,FOF作为“专业买手”的价值凸显,其资产配置能力更受青睐。产品通常设置持有期,引导长期投资,也贴合渠道对求稳型产品的推广导向。

## ► 理财风向

# “天量存款”面临到期再配置 保险能否成最大赢家?

保险业正迎来数十万亿元定存资金到期带来的财富再配置机遇。

近期,多家券商的测算数据显示,2026年定期存款预计到期规模将突破50万亿元。

在利率下行周期之下,居民资产配置面临重构和转移,而保险机构也随之迎来巨大业务机遇。

“银保渠道依托银行信任背书与客群基础,承接低风险偏好资金,而分红险以‘确定+浮动’收益模式精准匹配市场对安全与回报的双重诉求,推动行业负债端成本优化与规模扩张,折射出金融体系风险分担功能的深化。”南开大学金融发展研究院院长田利辉在接受记者采访时表示。

## 银保渠道或成最大受益方

在银行业务体系中,代销保险产品是一项重要的中间业务。“挪储潮”之下,银保渠道有望成为最直接、最集中的受益者。

国金证券预测,2026年1月、一季度、全年银保渠道增量资金分别为3057亿元、5094亿元、11150亿元,对应银保渠道增速分别为91%、59%、28%。

保险行业市场数据显示,2026年“开门红”前10天,近30家人身险公司银保渠道新单规模已近1100亿元,接近2025年1月全月水平。

某国有控股股份制商业银行相关业务负责人向记者表示,当前市场环境下,银行体系内资金较为充裕,大量存款留存是沉重的成本负担,而拒收存款又会导致客户流失。把保险产品卖给客户,减轻负债成本也可以获取丰厚的中间业务收入。

保险机构方面,交银人寿方面向记者表示:“面对定期存款到期带来的财富再配置机遇,将通过推进专业化银保队伍建设,深化参与银行的客群经营,依托银行场景开展财富规划式服务,强调‘保障+财富’综合方案输出,推动存款与保险良性互动增长。”

德华安顾人寿方面向记者表示,公司将银保渠道定为未来五年战略突破核心,以银保业务规模增长为支点,撬动公司整体价值与利润提升,而非同质化的费用竞争。

“从渠道结构看,银保渠道在‘挪储潮’中具备天然优势。利率下行、银行息差收窄,使银行自身更有动力推动保险产品销售;‘报行合一’政策落地后,手续费管理趋于规范,也显著提升了银保业务的新业务价值。”朱俊生表示。

## 分红险“唱主角”

从产品策略上看,挪储资金本身天然偏好“类存款”属性,分红型保险产品,因其在提供基本保障责任的同时,还能通过浮动红利机制分

享潜在收益,较好契合了投资者对资金安全性与收益弹性双重考量的需求,成为目前市场主推产品。

近日,记者以投资人身份走访多家银行线下网点,就中长期资产配置需求进行咨询,获得推荐最多的就是分红险产品,基于产品演示利率下的收益率多在2.5%至3%区间。

国泰海通证券电话会议也指出,部分公司分红险销售占比甚至达到100%,成为行业新单的第一主力。

“产品策略方面,公司围绕储蓄迁移需求优化产品结构,重点布局年金与分红型产品,打造‘确定利益+浮动分红’组合;丰富商业养老年金供给,对接个人养老金与家庭养老规划,提供持续稳定的现金流支持;扩大普惠型重疾、意外、医疗等产品覆盖,兼顾财富管理与风险防护。”交银人寿方面向记者表示。

德华安顾人寿也向记者表示,在产品策略上,以分红险为抓手构建“保障+储蓄”双轮驱动格局。2025年,公司个险渠道分红险占比79%,整体重疾险占比超60%,网销渠道重疾险占比96%。

“从长期来看,‘保障+投资’类产品将成为市场主流,带有服务的保险产品,如康养服务、长期护理服务、中高端医疗服务、财富传承功能等将是保险业产品和服务创新方向。”王国军表示。

“从2025年行业实践看,分红险占比明显提升并非偶然选择,而是在预定利率持续下调、刚性负债约束趋严的背景下,寿险公司主动优化负债结构的理性结果。”朱俊生表示。

此外,业内人士表示,也有部分险企推出与大额存单功能类似的短期两全险,或整存零取、存本取息类快返年金等产品吸引客户。

在朱俊生看来,短期两全险、快返年金险等类存款产品,在当前挪储环境中仍被部分险企采用,其功能更多体现在“获客工具”而非长期负债安排。从中长期看,如果过度依赖此类产品,不仅难以沉淀稳定负债,还可能推高负债成本,制约资产端的长期配置能力。

“如果产品设计过度迎合短期流动性需求,只是将存款‘换一个外壳’,不仅削弱了保险的制度价值,也会对资产端配置形成约束。更为理性的路径,是通过分红险、年金险等结构性产品,在保持一定灵活性的同时,引导客户逐步接受中长期资金安排,从而实现负债久期的自然拉长。”朱俊生强调。

“行业需回归保障本源,以长期稳健投资支撑分红承诺,监管亦需强化收益演示规范,避免‘短炒’思维,消费者应关注产品真实保障价值与持有周期。”田利辉也提示。

据《中国经营报》作者:樊红敏

## 下沉市场成“必争之地” 银行理财打造差异化优势

今年以来,理财公司持续布局下沉市场,苏银理财、宁银理财、民生理财等理财公司均新增多家地方中小银行为代销机构。

业内人士认为,监管要求非持牌机构存量产品于2026年底前清零,一方面推动中小银行向代销转型,另一方面为理财公司提供了新的增长空间。随着理财代销渠道的持续拓展,三、四线城市及县域市场将成为“必争之地”,理财公司可从产品、服务等方面打造差异化竞争优势。

## 新增地方中小银行为代销机构

近日,苏银理财发布公告称,因业务需要,旗下部分开放式理财产品新增江苏句容农商行为销售机构。1月,宁银理财宣布新增溧水农商行、郑州银行、承德银行等为代销机构,渝农商理财宣布新增新疆农商行为代销机构,徽银理财宣布新增日照银行为代销机构,民生理财宣布新增江苏民丰农商行为代销机构。

拉长时间来看,近年来,理财公司密集布局下沉市场。例如,兴银理财目前合作代销机构约380家,包含浙江、江苏、广西等多地城农商行;杭银理财逾270家合作代销机构也覆盖了重庆、福建、江苏、四川等多地城农商行。

在中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏看来,理财公司布局县域市场,主因是居民财富积累催生稳健理财需求,而中小银行渠道信任度高、获客成本低。同时,监管推动非持牌机构清退,促使中小银行转向代销,理财公司借此拓展行外渠道。

“2024年6月,监管部门要求未成立理财公司的中小银行在2026年底前逐步压降存量理财业务,中小银行自主开展理财业务的空间大幅收窄。”华宝证券研究创新部副总经理蔡梦苑表示,在理财牌照发放趋严的背景下,中小银行通过代销模式切入财富管理市场已成为行业共识,这一选择也契合其“轻资产运营”的转型逻辑。

## 多举措破局“内卷式”竞争

《中国银行业理财市场年度报告(2025年)》显示,2025年,理财公司持续拓展母行以外的代销渠道,已开业的32家理财公司中,有31家理财公司打通了其他银行的代销渠道。

受访机构和人士认为,随着非持牌机构逐步清退,理财市场将向专业化、差异化演进。同时,伴随代销渠道不断下沉,“内卷式”竞争或将加剧,理财公司需多措并举打造差异化竞争优势。

“非持牌机构清退后,理财市场集中度将显著提升。”娄飞鹏表示,头部公司将主导格局,具备强大投研能力、跨行代销网络及县域渠道渗透力的机构将胜出;区域型理财公司依托本地银行,产品适配性强,竞争优势同样明显。

据《中国基金报》作者:李树超 张玲