

公募半年考：业绩创纪录 权益新发激增

随着上半年收官，公募基金半年业绩成绩单正式出炉。从整体表现来看，公募市场结构性行情凸显，基金业绩首尾差距大幅拉开，重仓科技板块的基金收益领跑全市场。数据显示，上半年主动权益类翻倍基达199只（以主份额进行统计，不包含QDII基金，下同），其中领跑市场的方正富邦核心优势混合A更是以183.67%的业绩，打破此前行业纪录。

但在权益赚钱效应集中释放的同时，部分重仓消费赛道的基金净值大幅回撤，主动权益类基金上半年首尾业绩差值高达217.95个百分点，行业收益分化格局愈发显著。与此同时，公募新发市场总量扩容、结构剧变，权益产品发行热度大增，债基发行遇冷规模腰斩，FOF迎来爆发式增长，叠加行业分红规模同比回落，公募行业正迎来新一轮格局重塑。

部分类型基金新发情况

分类	新发规模	占比
混合型基金	2266.77亿元	35.59%
股票型基金	1515.05亿元	23.78%
债券型基金	1272.59亿元	19.98%
FOF	1177.42亿元	18.48%

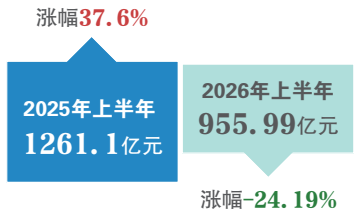
收益高达183.67%

在科技热的催生下，2026年上半年，翻倍基金如雨后春笋。Wind数据显示，截至上半年末，全市场主动权益类翻倍基达199只。从业绩榜单来看，上半年净值增长率排名前十的主动权益基金收益率均超157%，分别为方正富邦核心优势混合A、财通多策略福鑫混合、东方惠新混合A、东方人工智能主题混合A、汇安趋势动力股票A、财通匠心优选一年持有混合A、东方阿尔法科技智选混合A、东吴价值成长双动力混合A、银华集成电路混合A、财通景气甄选一年持有混合A。

值得注意的是，吴昊管理的方正富邦核心优势混合A的上半年收益高达183.67%，在所有主动权益基金中排名第一，领先第二名财通多策略福鑫混合10.73个百分点，更打破富国低碳环保混合在2015年上半年创下的160.31%同期最佳业绩纪录。

若将视角拓展至近一年，财通基金的5只产品霸榜前五。其中，财通多策略福鑫混合以501.19%的收益率领跑全市场，此外，财通匠心优选一年持有混合A、财通景气甄选一年持有混合A、财通成长优选混合A、财通集成电路产

上半年公募基金分红总额情况



业股票A 4只基金的收益率也均超430%。

然而，在科技赛道的极致赚钱效应之下，公募行业“马太效应”进一步凸显，一边是科技赛道基金收益屡创新高，另一边，部分布局消费赛道的基金则持续承压，年内首尾业绩差距进一步拉大。

数据显示，上半年业绩排名垫底的主动权益基金——信澳博见成长一年定开混合A收益率跌34.28%，也就是说，2026年上半年主动权益类基金首尾业绩差值高达217.95个百分点，直观体现出今年公募“中考”业绩的极致分化。

对于上述现象，中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，“这种极端分化背后，科技赛道虹吸效应是核心原因。首尾差超210个百分点意味着：行业配置差异被无限放大，选股阿尔法让位于赛道贝塔；基民‘选基’难度陡增，押对赛道与押错赛道的收益鸿沟难以逾越；部分基金经理可能存在‘赌赛道’的博弈心态，偏离了受托责任的本源”。

权益类产品新发占比近六成

伴随市场行情与资金风险偏好的切换，2026年上半年公募新基金发行市场同样迎来



结构性变化，呈现“总量扩容、结构迭代”的鲜明特征。

据Wind数据，上半年全市场新发公募基金883只，发行总规模6369.93亿元，较2025年同期的5303.47亿元增加1066.46亿元，同比上涨20.11%。

从品类结构来看，权益类产品成为发行主力，上半年股票型、混合型基金新发规模达3781.82亿元，同比大增57.31%，占公募基金新发总规模的近六成，足以看出，在赚钱效应的带动下，投资者布局权益基金的热情持续高涨。而与之形成鲜明对比的是，曾经占据公募发行接近半壁江山的固收产品热度骤降。上半年债券基金新发份额腰斩，发行占比从2025年同期的46.73%大幅回落至19.98%。

与此同时，FOF成为上半年公募新发市场的黑马，规模迎来爆发式增长。数据显示，上半年新发FOF共95只，发行总规模达1177.42亿元，较2025年同期的327.52亿元大幅增长259.5%，增速遥遥领先其他品类基金，在总规模中的占比也从此前的6.18%升至18.48%。

针对“股强债弱”和FOF发行暴增的现象，柏文喜指出，这一变化从短期看，是赚钱



效应下的虹吸，科技赛道持续走强，股混基金业绩亮眼，自然吸引资金涌入；而债市调整、债基收益平淡，资金用脚投票。从中长期看，是居民资产配置的结构性转向：首先，存款利率持续下行，“存款搬家”进入权益市场的趋势明确；其次，FOF发行暴增，说明投资者从“自己选股”转向“委托专业机构选基”，理财专业化意识觉醒；此外，债基占比骤降，反映低风险偏好资金正在重新定价——不再满足于债基的“低收益”，而是愿意承担更高波动换取更高回报。

同时柏文喜提醒投资者，如果科技行情回调，新发股混基金的赎回压力将远大于债基，发行结构的“股强债弱”也可能加剧市场波动。

同样，招商基金资产配置与FOF投资部基金经理杨宇也表示，“中长期角度仍然看好权益资产的配置价值。尽管上半年A股表现强势，但风格分化较为极致，科技相关的权益资产上行，而跟传统经济相关的内需及红利等资产有所回落，这当中有不少企业经营稳健向好、具备稳定自由现金流，经历持续调整后，估值更加合理甚至低估，整体配置性价比较为显著，我们认为这部分资产在未来会有较好的市场表现”。

分红兑现节奏放缓

相较于业绩、新发规模的同步上涨，2026年上半年公募基金整体分红力度则有所回落，兑现节奏放缓。从具体数据来看，Wind显示，上半年公募基金分红总额达955.99亿元，相较于2025年上半年1261.1亿元的分红规模，同比下降24.19%。

对于上述现象，柏文喜从三个方面解读，一是净值增长不等于可分配利润。上半年科技行情主要由估值扩张驱动，不少基金浮盈丰厚但尚未兑现，可分配收益有限。二是基金经理“惜分”心态。在强势赛道中，基金经理倾向于保留仓位继续进攻，而非落袋为安。尤其在排名竞争激烈的上半年，分红意味着被动减仓，可能错失行情。三是作为分红大户的债基分红总额缩水明显，权益类基金虽然业绩亮眼，但分红比例本身较低。

正如柏文喜所说，上半年债基分红总额达到519.85亿元，同比缩水44.61%。与此同时，权益类基金分红373.12亿元，同比增长37.89%。

站在年中关键节点，市场对于下半年赛道走势、基金投资主线的关注度持续升温。招商基金基金经理张林指出，今年上半年极致行情的核心驱动是AI实现技术突破，产业迎来FOMO（错失恐惧症）式的爆发增长。科技行情可能处于牛市的中期过渡阶段。下半年大概率仍维持“指数震荡上行、科技内部轮动”的状态，短期可能有风格切换的冲动，但是比较难彻底转换。

针对上半年的业绩行情，柏文喜对投资者提出建议：降低赛道押注，增配均衡型产品；关注FOF与“固收+”的再平衡价值；警惕“冠军魔咒”，上半年冠军基金往往重仓极致，下半年风格切换时回撤也可能极致；定投优于一次性投入，下半年不确定性增加，通过定投平滑成本，避免在情绪高点一次性重仓。

“2026年上半年的基金市场，是科技狂飙与结构撕裂的半年。下半年，‘守成’可能比‘进攻’更重要——在分化中寻找平衡，在狂热中保持冷静，方是基民穿越周期的正道。”柏文喜总结道。

北京商报记者 刘宇阳 实习生 王思奕

分红实现率0到166% 首批分红险榜单排名差距显著

当前银行存款利率持续走低，兼具保证利益与红利分配的分红型保险产品逐渐成为市场新宠，各大险企纷纷转型分红险赛道。作为检验分红险产品收益高低的核心指标，分红实现率向来备受保险消费者关注。7月1日，北京商报记者梳理发现，截至目前，阳光人寿、中华人寿、小康人寿、华汇人寿、农银人寿等多家寿险公司相继披露了分红型保险产品红利实现率。

首批分红险2025年度分红实现率已经出炉，具体表现如何？分红险的分红将如何影响客户的收益高低？分红实现率提升，对消费者影响又有多大？

多款产品分红实现率超100%

分红实现率作为衡量分红险收益兑现能力的核心指标，其披露与监管始终是行业关注的焦点。根据监管要求，保险公司需在每年分红方案宣告后15个工作日内，于官网披露对应分红期间各产品的红利实现率——采用现金红利分配的，披露现金红利实现率；采用增额红利分配的，则需披露增额红利实现率及终了红利实现率。

7月1日，北京商报记者梳理发现，近期公布2025年度分红险分红实现率的保险产品中，很多都有着不错的表现。例如，阳光人寿目前公布数据的140款产品中，有61款产品分红实现率达到或超过了100%。小康人寿公布的14款分红险产品，分红实现率均超过了100%。

对于多家险企分红兑现向好的行业现

状，盘古智库高级研究员江瀚表示，首先，宏观市场环境的边际改善提供了底层支撑，为分红提供了充裕弹药。其次，监管政策的灵活调整释放了红利空间，相较于此前严格的“限高令”，去年6月下发的相关文件在合规框架内给予了险企更多自主权，引导行业回归稳健经营。

北京商报记者了解到，此前，监管部门曾对分红险发布“限高令”，要求中小险企分红险分红水平参照万能险结算利率上限下调至3.3%，大型险企进一步降至3.1%。2025年6月监管下发的《关于分红险分红水平监管意见的函》，则进一步细化了分红规则，明确了决定分红水平上限的六类情形，包括“拟分红率对应的投资收益率超过该公司分红保险账户过去三年财务投资收益率和综合投资收益率较低者”等，要求若触及任一情形，险企必须充分论证必要性并报资产负债管理委员会审

议通过后方可实施。这也代表不触发相关情形的险企分红空间更大。

不同险企产品相差悬殊

综合来看，当前市场上各家险企的分红实现率分化显著，甚至同一家险企旗下不同分红险产品分红实现率也有较大差距。

据北京商报记者不完全统计，在分红实现率较高的产品中，小康康享年年养老金保险（分红型）分红实现率高达166%。而分红实现率为0的情况并不是不会发生。近日，华汇人寿公告表示，根据2025年度公司分红保险业务的实际经营情况，公司分红型保险产品2025年度不进行红利分配，红利实现率为0。根据公告中的产品来看，华汇人寿共有6款产品分红实现率为0。

北京社科院副研究员王鹏表示，分红为0属于极端小概率事件，仅在保险公司投资收益远低于预期且过往分红特别储备完全耗尽的极端条件下才会发生，正常经营的险企几乎不会出现这类情况，但仍需警惕偿付能力不达标、风险综合评级为C类的保险公司的相关产品。

从同一家险企的不同产品来看，分红实现率也会出现明显差距。从珠江人寿2025年度分红实现率来看，有7款产品达到或超过了100%；同时也有3款产品分红实现率仅有20%，这些产品主要为2023年7月及以前生效

的保单。

珠江人寿告诉北京商报记者，公司综合考虑了市场利率水平、公司投资策略、同业分红水平等因素设定分红实现率。老产品实际分红水平与上年保持一致，新产品分红实现率保持在100%左右，符合公司实际情况。未来，公司将持续做好资产负债匹配以应对市场利率变化和资本市场波动，确保分红水平可持续，同时视超额收益和分红特偿情况浮动调整分红水平。

从农银人寿披露的数据来看，该公司的农银人寿财富颐年B款养老金保险（分红型）等产品分红实现率能达到118%，但也有个别产品分红实现率仅35%。

北京商报记者就相关问题致函华汇人寿、农银人寿等进行采访，但截至发稿未获得回复。

分红实现率并非唯一参考

保险分红实现率是客户选择保险产品时需要考虑的重要因素之一。那么，产品分红实现率的高低，对消费者有何“参考价值”？

在实际操作中，分红实现率是保险公司实际派发给分红型保险产品保单持有人的红利金额与红利利益演示的红利金额之间的比值。它反映的是保险公司实际分红与预期分红的符合程度。红利实现率等于100%，说明实际派发红利与演示红利一

致；分红实现率低于100%，说明实际派发红利低于演示红利；反之，则说明实际派发红利高于演示红利。

王鹏进一步分析，分红实现率高不代表实际到手收益一定更高，由于部分老产品演示利率设置得极高，即便分红实现率相对不高，但其实际分红的绝对值也可能不低，因此不能单靠这一个指标判断最终收益水平。

也有保险销售人士表示，分红实现率其实反映的是过去的水平而不是未来的水平，无法预判未来投资、经营表现，因此不能简单凭借历年分红实现率，直接推演保单未来长期分红收益。

综合来看，对于消费者来说，分红实现率并不是参考购买保险产品的唯一标尺，客户在选择保险产品时还需要考虑保险费用、保险期限、保险责任等其他因素。江瀚提示，首先，消费者必须建立“演示不等于承诺”的认知框架，严格区分分红实现率与实际绝对收益，警惕将高实现率直接等同于高回报的误区。其次，应穿透产品表象，重点关注保证利益部分的现金价值、费用扣除比例以及前期的退保损失，将分红险视为“保证+浮动”的组合，优先确保保底部分满足自身需求。第三，需将评估重心从短期数据转向长期基本面，重点考察保险公司的长期投资能力、偿付能力充足率以及过往分红的稳定性，而非盲目追逐单一年度的高分红实现率。

北京商报记者 李秀梅