

新基金持续密集申报 ETF 扛起发行大旗

李锐

尽管股市持续调整,但新基金申报积极,ETF 已经扛起发行大旗。来自东方财富 Choice 的最新统计数据显示,从 9 月 14 日开始,包括中欧宽泽债基、华夏中证港股通互联网 ETF 联接基金、南方中证稀有金属主题 ETF 发起式联接基金等在内,至少 15 只新基金开始正式发行,密集发行态势依旧,而从申报情况来看,新基金竞争更为激烈,ETF 依然是各大公司争抢的主战场。

密集申报

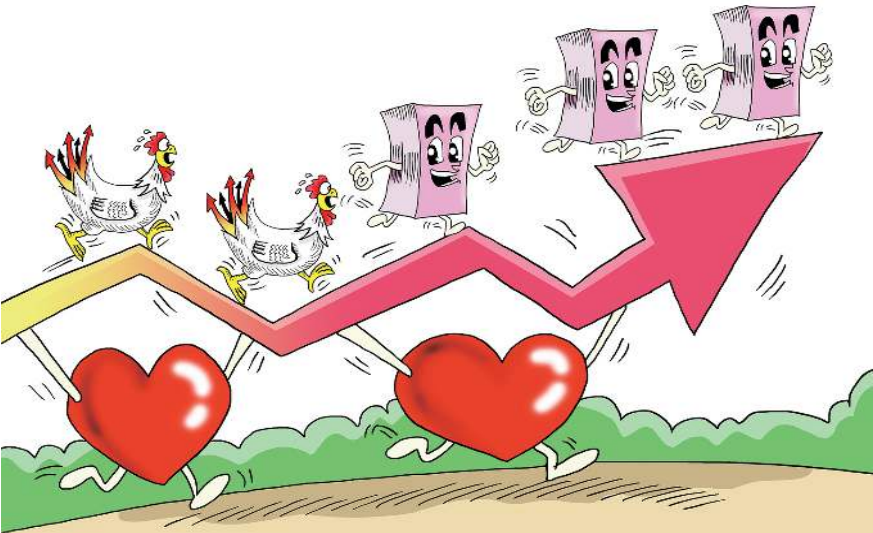
就从新基金申报来看,主题基金呈现集体申报模式,这在 ETF 基金中表现的更为明显。

9 月 11 日,华夏基金、华泰柏瑞基金、招商基金等 10 家基金公司,集体上报了中证新能源金属 50ETF。

证监会官网信息显示,上述 10 只中证新能源金属 50ETF 于 9 月 11 日获证监会接收材料。产品管理人涵盖 10 家大型公募基金,包括华夏基金、鹏华基金、华泰柏瑞基金、招商基金、天弘基金、华宝基金、华安基金、建信基金、银华基金、万家基金。

从公开信息来看,这批产品跟踪中证新能源金属 50 指数,该指数选取锂、钴、镍、稀土等新能源领域广泛应用的金属材料相关上市公司,反映新能源金属主题整体表现。从存量产品来看,目前,跟踪 CS 稀金属指数的 ETF 共 12 只,挂钩 ETF 规模合计 108 亿元。

同一天,南方基金、永赢基金、汇添富、易方达、平安基金、博时基金、广发基



图片来源 /视觉中国

金、工银瑞信等 8 家基金公司集中上报中证沪深港智能驾驶主题 ETF。该指数横跨沪深港三地、覆盖智能驾驶多个相关领域,投资者通过 ETF 产品即可完成对中国智能驾驶产业的一体化布局,分享产业发展成果。中证沪深港智能驾驶主题指数横跨沪深港市场,聚焦智能驾驶产业链核心环节。

“第二批”债基

9 月 11 日,汇泉基金、博远基金等 13 家基金公司集体申报摊余成本债基,这是 8 月 14 日后第二批中小公募扎堆上报此类产品。算上 9 月初上报科创板场外指数基金的 10 家中小公募,支持中小基金公司健康发展的举措,已覆盖了 30 多家基金公司。

据悉,9 月 11 日上报的 13 只产品,目前已敲定了托管银行,博远基金、瑞达基金、中海基金、泰信基金、博道基金、汇泉基金 6 家公募,对应的托管行为兴业银行;恒越基金、泉果基金、苏新基金、汇百川基金 4 家公募对应的托管行是浦发银行;益民基金、东方阿尔法基金和东财基金,对应的托管行分别为中信银行、招商银行、江苏银行。

陆续上市

对于首批算力 ETF 基金来说,目前已经公告处于陆续上市阶段。日前,天弘、易方达、华夏基金旗下的创业板算力 ETF 陆续发布成立公告。根据公告,三只基金募集的规模分别为 4.14 亿元、14.77 亿元和 3.32 亿元。此外,南方基金旗下创业板

算力 ETF 也发布了提前结束募集的公告。

8 月 7 日,易方达、华夏、南方、广发、富国、国泰、嘉实、天弘、鹏华、大成等 10 家基金管理人集中上报了创业板算力 ETF。仅时隔三周,8 月 28 日,首批 10 只产品即正式获得证监会批准注册。

9 月 4 日,易方达基金、华夏基金、广发基金、富国基金、嘉实基金、鹏华基金、天弘基金、大成基金等 8 家公司旗下创业板算力基础设施 ETF 同步启动发行。

其中,天弘基金旗下的创业板算力 ETF (158061) 在发售首日即宣告募集结束,成为这批产品中首只“一日结募”的基金。最新公告显示,天弘基金旗下产品将于 9 月 16 日率先上市。户均持有 8.32 万份,个人投资者持有份额占比达 93.72%——创业板算力 ETF 天弘的募集数据,反映出市场对算力硬件主线的配置热情。

此外,华夏创业板算力基础设施 ETF 公告称,基金合同于 2026 年 9 月 10 日生效,自 2026 年 9 月 17 日起开放日常申购、赎回业务,同日在深圳证券交易所上市交易。

新闻链接

公募基金保有规模百强榜单发布

近日,中国基金业协会公布了 2026 年上半年基金销售机构公募基金保有规模榜单。最新数据显示,蚂蚁基金非货基金保有规模达 22084 亿元,上半年增长 3986 亿元,环比增幅超 22%,继续问鼎百强榜首;同时,蚂蚁基金更是成为行业内首家突破 2 万亿元大关的基金代销机构。

金融赋能文旅融合

建行信用卡激活文旅消费新动能

从虎虎生风的少林功夫表演,到 AR 沉浸式体验江南园林之美,再到汇集天南海北特产的“非遗美食荟”……9 月 3 日至 6 日,2026 中国文化旅游产业博览会在天津盛大举行。现场,建设银行信用卡展台以“山河入梦,惠游中华”为主题,融入国潮美学、烟火市集、山河藏宝等元素,围绕“食—住—行—游—购—娱”六大消费场景设计互动环节,成为本届文博会高人气打卡点位。

就在文博会落下帷幕的当天,9 月 6 日晚,一台源自浙江金华的婺剧“非遗好戏”正在北京大学热演;荣获第十八届文华剧目奖的浙江婺剧团《三打白骨精》在现场收获“震撼”“全场高能”等一片赞叹。演出之外,生动呈现剧中经典场景的建行信用卡婺剧主题卡面已于近日在全国上线。一张兼具支付工具及文化名片功能的信用卡,让婺剧非遗“活”在当下,融入日常,金融赋能与文化遗产正在实现“双向奔赴”。

深耕场景,释放内需“乘数效应”

文旅消费链条长、涉及面广,对内需拉动具有显著“乘数效应”。如何让金融“活水”直达消费一线,成为金融服务实体经济的一道必答题。

从本届文博会现场反馈来看,当前文旅消费市场复苏强劲,消费者更加看重“消费性价比”,既追求品质旅行,也注重精打细算和出行体验。建行信用卡积极顺应这一趋势,推动金融服务向文旅行业全流程延伸。线上,建行信用卡“惠游中华”文旅品牌联动携程、去哪儿等头部平台开展优惠活动,覆盖机票、酒店、景区、租车等场景;线下,结合各地特色推出的“一城一韵”,落地属地标杆文旅商户,以文旅消费为核心辐射餐饮、文体、购物、休闲等消费场景。据统计,截至 8 月末,“惠游中华”品牌系列活动累计参与人次超过 200 万,金融促进文旅消费提升的成效充分显现。

刚刚结束的暑期消费旺季期间,建行信用卡围绕出游高峰开展毕业游、乐园游等主题活动,以及头部互联网在线旅游平台分期满减活动,涵盖机票、酒店、景区门票、乐园门票等。活动上线两个月以来,覆盖超 42 万人次,有效撬动家庭大额文旅消费,为经济发展注入持续的内生增长动力。

随着国庆黄金周临近,国内文旅消费即将迎来新一轮释放窗口。建行信用卡将围绕秋日主题持续开展分期满减活动,同时精选金秋热门旅游路线,推出机票酒店及热门乐园优惠活动,并积极参与地方政府消费月、文旅节等项目,进一步助力消费者降低出游成本。

文化惠民,点亮消费“体验经济”

体验式消费关联性强、带动效应突出,能有效带动餐饮、住宿、交通、零售等多领域协同增长。《扩大消费“十五五”规划》提出“以消费体验为重点,培育消费新业态新模式新场景。推动零售、文化、旅游、健康、体育等消费业态深化技术应用、强化创意引领,提升和拓展消费体验。”顺应体验经济大趋势,建行信用卡致力于推动金融服务从单一消费优惠延伸至文化消费场景,赋能全产业链高质量发展。

数据显示,今年国内暑期档电影票房达到 124.98 亿元,同比增长 4.45%,多部影片实现了口碑与票房的双丰收。为助力电影市场持续健康发展,建行信用卡联合多方推出龙卡龙标电影信用卡,成为银政企深度协同的生动样板。其中,国家电影局统筹行业资源与政策引导,建设银行输出金融产品,中国银联打通跨平台支付链路,大麦娱乐(淘票票)覆盖全国院线票务场景,多方依托金融纽带壮大“票根经济”,推动电影消费向餐饮、旅游、零售等业态延伸。截至目前,电影信用卡发卡总量已突破 22 万张,累计向持卡人发放超 23 万张电影票“买一赠一”优惠券。

从去年带动城市综合消费超过 350 亿元的“金字塔之巅:古埃及文明大展”,到今年吸引众多游客打卡的“世界树之巅:美洲古代文明大展”,文博日益成为文化消费的强劲引擎。建行信用卡携手上海博物馆、浦东美术馆推出龙卡上海购物卡上博卡和浦美卡白金卡,持卡人在两大文博机构文创商店消费享受折扣优惠,浦美卡持卡人可享优惠购票,上博卡持卡人还有机会参与专场展览、特色沙龙活动,让观展览、购文创、品文化形成更加完整的体验。

多方联动,构筑文旅“融合新态”

文商旅体展联动发展是一项系统工程,既需要政府、景区、商户、专业服务机构等协同发力,也需要金融服务串联各类市场主体和消费资源。

围绕地方文旅特色,建行各地分支机构积极探索将信用卡金融服务融入文旅活动和消费场景,持续释放文旅消费内需潜力。其中,建行北京市分行联动市、区两级文旅局打造地标文旅消费活动;山东省分行落地“好客山东一码通”旅游年卡优惠;厦门市分行作为唯一合作金融机构深度参与厦门旅游年卡项目,并连续 7 年服务金鸡百花电影节;重庆市分行全力协办 2026 中国(重庆)国际消费节并发布旅游主题活动;广西、新疆、甘肃等分行联合属地主管部门开展电影文化周惠民推广;安徽省分行落地音乐节“票根消费券”项目,以文体节庆带动文旅消费。

在积极与属地政府部门合作之外,建行信用卡还持续汇聚景区、商户、媒体、互联网平台等优质资源。一方面,依托权威媒体宣介龙标电影信用卡,带动“电影+”消费,通过互联网旅游资讯栏目推出“一城一景游中华”内容矩阵,为游客送上兼具城市趣味、文化厚度与实在优惠的出游方案。另一方面,围绕黄山、嵩山、滕王阁、清明上河园、故宫博物院等文旅地标,提供门票及景区内消费优惠。以河南为例,当地拥有一大批历史古都和知名景区,文旅资源禀赋优良、品类丰富、特色鲜明。建行以“信用卡+属地场景”深度融合为导向,聚焦清明上河园等头部景区,同时联动本地商超、百货标杆构建立体化消费生态圈,累计覆盖客户超 7 万人次。

围绕“十五五”扩大消费相关部署,建行信用卡将持续深化金融文旅融合,积极创新产品,不断丰富服务供给,推动文化旅游资源更高效地转化为消费动能,实现文化惠民、产业增效、消费扩容,为消费提质扩容和文化强国建设注入持久动能。