

股份行理财规模领跑已数月 国有行高管换阵谋崛起

证券时报记者 刘筱攸 谢忠翔

股份行理财梯队对国有行理财阵容的规模优势,正呈不断扩大之势。

截至6月末,股份行理财公司(招银、信银、兴银、光大)站稳行业前四席

已长达4个月,且规模均在两万亿台阶之上。

今年以来,多家国有大行理财公司的核心高管密集换防或补位。新一代舵手将如何带领国有行理财公司重回头部阵营,值得关注。

1 股份行理财公司占据前四强

证券时报记者从可信渠道获悉,截至6月末,来自股份行阵营的招银理财、信银理财、兴银理财、光大理财联袂领衔银行理财行业“两万亿俱乐部”,规模分别约2.73万亿元、2.49万亿元、2.28万亿元、2.1万亿元。

2月末至6月末,理财公司的规模排名几经浮沉,但上述4家理财公司把持头部席位的格局未有改变。

此前,证券时报记者向数家理财公司发出问询,试图基于其各自经验,从母行对理财子公司的定位与资源倾斜、资产端、策略端、投研端、销售端等不同角度,总结出股份行理财公司与大行理财公司

成长路径的区别。实际上,在市场化投研体系和销售文化愈发受到重视的当下,大行理财公司和股份行理财公司的展业体制机制之别已愈发模糊。

不过,股份行理财公司的一些展业实践还是具有典型性的。比如,股份行梯队新发产品数量近四年均占据行业前列;外部渠道(非母行渠道)建设较早进入深耕阶段;较早布局股票投资,允许相关部门进行股票直投产品的发行和管理;显著受益于母行的零售考核导向和财富管理转型意识,且行内个金部门所给的支持力度较大。这些因素,也是股份行理财公司近几年稳占行业第一梯队的重要驱动力。

2 跨行代销渠道分化显著

“不同银行理财公司之间的产品‘互为代销’,其实是一种很好的业态,因为只有互为代销,才能倒逼理财公司去卷产品收益、卷投研,形成优胜劣汰的市场化竞争格局,好的机构也会在竞争中脱颖而出。”

销售渠道,是导致银行理财规模变化的重要因素之一。

在非母行代销渠道的建设力度方面,股份行理财公司与部分国有大行理财公司分化显著,一些股份行理财公司强化行外代销,尤其是加速布局县域中小银行等

下沉渠道,规模增长迅速,占比超50%;而多家国有行理财公司的行外代销占比,甚至仍低于10%。

证券时报记者独家获取的数据显示,在万亿规模以上的理财公司中,近两年来跨行代销增速排名位于前列的分别为华夏理财、浦银理财、民生理财和光大理财。截至6月末,这4家理财公司的行外代销规模占存续总规模的比例分别为64%、42%、31%、54%,分别较2023年10月末上升约32个百分点、25个百分点、24个百分点、19个百分点。

从绝对占比来看,目前行外代销占比超过50%的理财公司已有3家,分别为华夏理财、交银理财、光大理财。而国有大行旗下的建信理财、工银理财,行外代销占比分别仅约5%、7%,仍较为依赖母行渠道。

兴银理财总裁汪圣明在谈及渠道布局的重要性时曾说:“对兴银理财而言,渠道、客户与投研同等重要,重点是怎样面对全渠道做好产品和服务,特别是和代销

投资运作等相关要求。

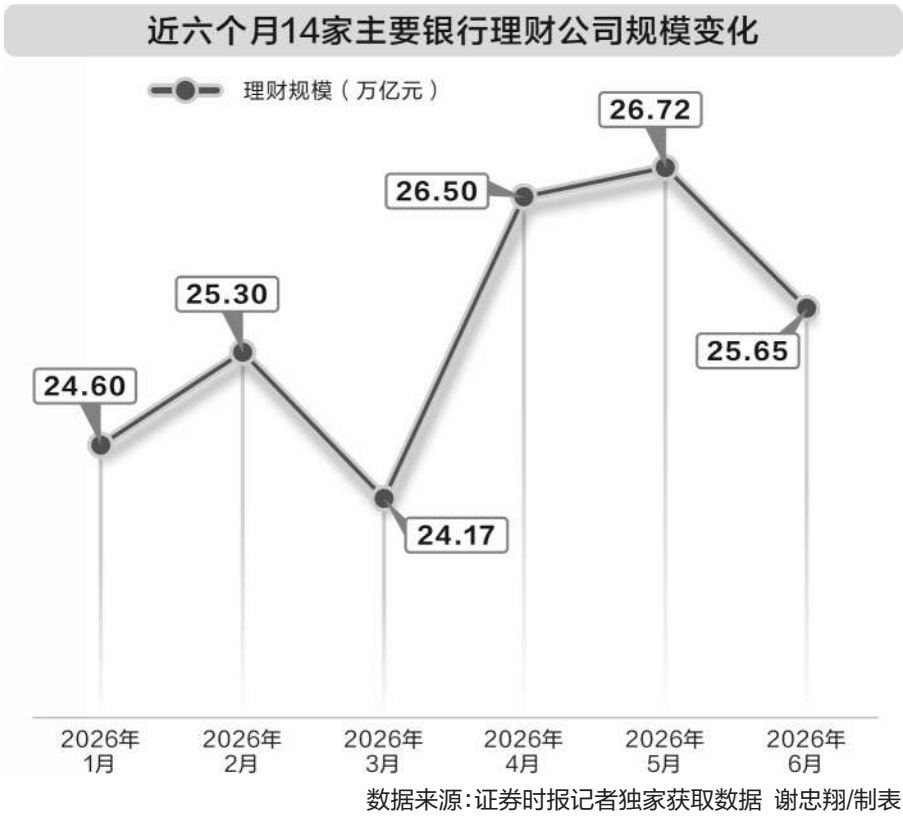
华泰柏瑞基金表示,推出主动ETF具有多重战略意义。在产品层面,它填补了场内完全主动管理权益类产品的空白,以兼具“Alpha收益”与“ETF工具属性”的特质,为境内投资者提供了更为精细化的资产配置工具,满足广大居民日益多元的财富管理需求。在行业层面,主动ETF的高透明运作机制将推动公募基金进一步夯实投研实力、拓宽权益产品供给边界,促进多层次资本市场产品谱系更趋完善;同时,借助专业机构的价值发现能力引导资金高效配置优质资产,既顺应了全球“主动产品ETF化”的浪潮,也增强了境内公募基金的国际竞争力,有助于持续吸引境内外长期资金入市。

业内人士表示,主动ETF融合了主动管理的专业投研能力与ETF的标准化运作优势,具备持仓透明、风格清晰、交易高效等特点。近年来,我国ETF市场呈现高速发展态势,市场基础、基金公司管理能力、投资者成熟度均显著提升。推出主动ETF,一方面可以满足投资者对兼具透明度、成本效益与策略灵活性工具型产品的需求;另一方面,可以引导基金管理人将资源聚焦于研究创新与能力建设,构建特色纷呈、良性竞争的行业生态,有助于进一步提升投资获得感,健全投融资相协调的资本市场功能。

ETF市场迎重要增长引擎

放眼全球,主动ETF已成为资产管理行业增长最为迅猛的细分领域之一。

据ETF GI数据统计,截至2026年4



渠道的财富业务融合,做好双轮驱动。”他还进一步指出,渠道布局是第一步,下一步是适应不同客户的风险偏好和不同渠道的财富策略做好多元化产品创设,提高产品的覆盖率与渗透率。

“不同银行理财公司之间的产品‘互为代销’,其实是一种很好的业态,因为只有互为代销,才能倒逼理财公司去卷产品收益、卷投研,形成优胜劣汰的市场化竞争格局,好的机构也会在竞争中脱颖而出

3 大行阵营关键岗位密集落子

今年以来,多家国有大行理财公司的核心高管,迎来了密集的换防或补位。

据证券时报记者不完全统计,农银理财、建信理财、中银理财、交银理财均迎来了核心高管的新任或调整,前期空缺的关键岗位完成补位。

经记者证实的消息显示,本周农银理财总裁毛焱出任该公司党委书记,待相关程序履行完毕后,将正式升任农银理财董事长。

6月2日,国家金融监督管理总局核准了陈汉东建信理财副总裁的任职资格;而在此前的1月4日,建信理财首位女总

出。”来自理财行业的一位资深研究人士对证券时报记者表示。

值得一提的是,头部机构在互相代销产品之外,还共同瞄准了中小银行及县域下沉市场。银行业理财登记托管中心数据显示,截至3月末,31家理财公司的产品打通了其他银行代销渠道,全市场有617家机构跨行代销理财公司产品,机构数量分别较年初、去年同期增加24家、42家,中小银行则成为主要新增机构。

裁杨晴翔的任职资格已获核准。

3月3日,交银理财总裁徐铁任的任职资格正式获批,其此前已任公司党委副书记。进入6月,国家金融监督管理总局核准了交银理财两位董事郭力璞、宋扬的任职资格。

2月3日,国家金融监督管理总局核准了崔海涛中银理财董事、总裁任职资格。据了解,崔海涛自2025年末就已出任中银理财党委副书记,曾任中国银行香港分行副行长。5月28日,张磊任中银理财董事的任职资格也正式获核准。

18家公募接连上报 首批主动ETF呼之欲出

证券时报记者 裴利瑞

境内主动ETF的诞生渐行渐近。

证券时报记者了解到,7月16日至17日,易方达、华夏、华泰柏瑞、摩根、汇添富、华宝等18家基金公司将陆续向证监会正式递交主动ETF的产品注册申请材料。

这意味着公募基金行业又一重大创新——主动ETF的面世已经箭在弦上。业内人士也预测,该批产品或将在近期火速获批。

首批主动ETF上报

在沪深交易所发布配套业务指引一个月后,首批主动ETF正式上报。

7月16日至17日,易方达、华夏、华泰柏瑞、摩根、汇添富、华宝、南方、富国、永赢、大成、鹏华、工银瑞信、华安、国泰、招商、平安、建信、天弘等18家基金公司将陆续向证监会正式递交主动ETF的产品注册申请材料。

6月17日,在上海举行的2026陆家嘴论坛上,证监会主席吴清首次提出进一步丰富投资产品和工具,包括支持在沪深交易所推出主动ETF。吴清表示,推出主动管理ETF有助于打造被动与主动协同发展、覆盖多元资产的完整ETF生态,驱动公募基金行业高质量发展。

随后,沪深交易所同日发布《上海证券交易所主动管理交易型开放式证券投资基金业务指引》《深圳证券交易所证券投资基金业务指引》《深圳证券交易所证券投资基金业务指引》第5号——主动管理交易型开放式基金》(下文均简称《业务指引》),进一步明确了主动ETF产品开发与

配置生态,推动场内基金市场从“被动指数单一驱动”迈入“被动与主动协同”的高质量发展新阶段。

如何评估和挑选产品

作为创新型产品,不同主动ETF可能在策略来源、主动程度、组合透明度、流动性、费用结构和投资用途上存在显著差异,这也提高了投资者的选择难度。晨星中国建议,在评估和挑选主动ETF产品时,投资者需要关注的问题是:

首先,该产品策略是否适配ETF架构。因为ETF作为产品载体本身存在天然的短板,采用投资小众赛道、底层资产流动性差、结构复杂的策略,容易出现策略规模容量受限、买卖价差扩大、市价净值波动剧烈等问题,从而影响投资者的持有体验。主动ETF载体最适配可规模化、持仓高度分散、底层标的流动性充足的投资框架,这类产品能够在不牺牲流动性、成本优势的前提下,为投资者创造相对基准的超额收益。

其次,基金管理人的实力与配套运营体系会直接决定产品场内交易的质量,因此需要评估管理人的ETF运营经验、资源储备、与授权参与人(一级交易商)及做市商的合作网络。运营经验成熟的基金管理人,与做市商、一级交易商拥有稳固合作关系,旗下基金的场内交易体验更佳。

最后,投资者需要格外警惕下列风险信号:长期买卖价差居高不下、相对净值折溢价大幅异动、频繁采用现金赎回、资产管理规模偏低且无增长空间。因此,布局此类产品应当多加谨慎。

<<上接A1版

以寿险为例,目前快捷服务已上线的服务场景就包括保单查询、红利查询、理赔申请等31项服务。产险则覆盖买非车险、车险理赔、救济脱困等17项服务。

王晓航介绍,快捷服务处于高速增长阶段,过去三个月,月均使用人数已翻三倍、日均接近百万人次,峰值达110万人次,呈现“高频场景集中、一次性办结率高、客户自主服务意愿强”三大特征。

根据后台数据分析,用户使用快捷服务的场景主要包括咨询、办事、查询三大类。

具体来看,产险领域前三高频场景为买车险、呼救援、查保单,寿险为信息变更、查保单、续期交费,好医生为体检预约、体检问题咨询、医疗科普咨询。

王晓航分享了几个真实客户案例:一位赵姓车主自驾游夜间被困山间,面临轮胎爆裂、冷却液缺失等多重问题,快捷服务精准识别诉求,迅速匹配了拖车、脱困、换胎、加水等服务。

还有一位寿险客户反馈,以前查询保单红利需要登录App后找到对应的保单——点击查看,来回切换多个步骤,而快捷服务自动匹配所有可分配红利的保单,一键完成查询。

快捷服务对于平安的公司经营,也显现出赋能获客、降低成本和留存客户的价值。

王晓航表示,通过AI在平安内部迁客成本更低,客户黏性更高。“线上转化的短险,边际获客成本几乎为零。此外,使用过快捷服务的用户,每月App登录天数是其他用户的2倍,三个月留存率接近80%。”

AI in All: 全链条释放效能

AI对平安来说究竟意味着什么?在2025年度业绩发布会上,郭晓涛这样给出他的理解:“AI对我们来说不是一个选择题,而是一个必答题。”

事实上,快捷服务只是平安数字金融能力的一个侧影。从全局看,平安正将AI能力深度嵌入金融服务的全链条,并从体验、成本、风控、销售四个维度释放出效能。

在体验端,平安依托自然语言处理与机器学习技术,打造了全栈式一体化智能语音坐席体系,建成亚洲最大、国际领先的后续服务平台,年服务人次超22亿次。其中,智能AI坐席一年服务客户约17.02亿次,能够识别3600多种客户业务需求,并支持20种方言识别。

平安也将AI能力应用至最核心的业务环节——理赔环节。如平安人寿打造“111极速赔”,2025年实现93%的自动审核理赔案件在60秒内完成精准责任判定,最快赔付仅需8秒。

在成本端,平安构建数字核保新模式,实现94%的寿险保单秒级核保。AI代码渗透率达35.49%。

在风控端,平安产险自主研发的鹰眼系统(DRS),构建了覆盖自然灾害的“保前风险识别、保中灾害预警、保后精准理赔”全流程管理体系。

据平安产险相关负责人介绍,2025年,其鹰眼系统累计服务客户超6400万人次,灾害预警平均准确率达70%,自助理赔时效缩短至24小时内。

在近期的台风“美莎克”应对中,鹰眼系统在灾情发生前向客户累计发布“台风、暴雨”相关预警信息超9728万条,帮助客户防风险降损失。

在销售端,AI智能体赋能需求分析、个性化推荐,2025年辅助实现销售额1331.79亿元。平安搭建保单复效难度评分模型,构建“AI+人工”智能复效派工体系,辅助保单复效提升30%。

王晓航透露,目前平安安全集团的Tokens,即大模型处理信息的最小单元,消耗量从2025年12月的日均300亿提升至今年6月的日均超1000亿,翻了3倍多。这也从一个侧面印证了客户对AI服务的真实需求在不断增长。

向外延伸: 数字能力抵达健康养老

AI驱动的数字能力同样在重塑养老金融的服务形态。长寿时代到来,国家卫生健康委和世卫组织数据显示,中国人平均寿命接近79岁,但健康寿命仅约68岁。

今年5月底,平安旗下平安人寿、平安好医生联合发布平安居家服务品牌,围绕睡眠、营养、运动推出“7好”王牌服务。每一项服务背后都有数字化能力的支撑。

平安好医生首席执行官何明科介绍,睡眠管理通过智能指环等设备持续跟踪,联合三甲医院专家团队定制改善方案;机能改善方面,智能设备可在运动时监测心率,发现异常主动干预;智能守护方面,实现全屋、全时、全场景居家守护。

在服务底盘上,平安好医生打造的中国版管理式医疗模式,通过“保险支付”与“医疗服务”深度协同。服务预约、健康档案、智能预警全流程可视化,医疗资源覆盖约5万名内外部医生,超5100家合作医院,“智能管家、生活管家、医生管家”三位一体,设备监测与应急响应实现专业协同。

同时,平安持续完善“到线、到院、到家、到企”的医疗养老服务网络。

到线方面,打通在线药店“直付”场景;到院方面,国内百强医院和三甲医院合作覆盖率100%;到家方面,累计超24万名客户获得居家养老服务资格;到企方面,2025年覆盖企业客户超9.5万家,服务企业员工超6000万人。

数据显示,截至2025年末,平安居家服务已覆盖全国约120座城市、超30万用户解锁服务资格。

“服务的深度每前进一寸,增长的根基便牢靠一尺。”平安集团董事长马明哲曾这样阐释服务与增长的关系。

从“综合金融+医疗养老”的战略布局,到“AI in All”的技术理念,再到“一句话能办事”的服务承诺,中国平安表示,2026年将持续深化“金融+服务”的商业模式,让更多家庭享受“省心、省时、又省钱”的服务体验。



券商中国
ID:quanshangcn