

银行理财规模8月再创新高 “含权”产品年内增量突破2万亿元

证券时报记者 谢忠翔 刘筱筱

延续存款回流态势，银行理财8月份规模再创新高。9月16日，证券时报记者从行业可靠渠道获取的独家数据显示，14家规模破万亿元的理财公司(含6家国有行理财子公司、8家股份行理财子公司，合计市场份额约80%)8月末资金环比净流入超2800亿元。

值得注意的是，理财公司业绩分化加剧。上市银行半年报显示，部分理财子公

司净利润同比增幅超40%，而多家机构净利润下滑逾20%，个别降幅甚至达到40%。投研能力差距同样凸显：头部机构已搭建起覆盖打新、市场中性、量化对冲等策略的产品体系，部分中小理财公司则仍较多依赖公募基金配置或委外模式。

在市场层面，7月以来出现震荡，“固收+”理财净值回撤显著，产品综合收益水平近期仍处于低位。受此影响，严控净值波动与最大回撤，成为银行理财下半年核心布局策略。

1 “含权理财”今年以来净增超2万亿元

证券时报记者获取的数据显示，上述14家理财公司8月末合计产品规模达27.39万亿元，单月净增长逾2800亿元，同比增幅基本持平，推动理财市场整体规模再创新高。

“考虑到9月份季节性回落因素，今年四季度理财规模仍有望增长约2000亿元。”华源证券固收首席分析师廖志明对证券时报记者表示，银行理财规模增长具有较强的季节性，一般而言，二、三季度增长较为明显，四季度通常小幅增长。

据银行业理财登记托管中心数据，今年6月末全市场存续规模达33.66万亿元。证券时报记者测算，如果仅计入上述14家理财公司近两月增量(1.74万亿元)，理财市场总规模有望达35.4万亿元。

伴随规模持续扩容，目前管理规模突破2万亿元的理财公司已有7家。行业头部公司当中，招银理财规模增至2.93万亿元，信银理财、兴银理财规模分别达2.62万亿元、2.42万亿元。

“目前国内头部理财公司的管理规模

还不算特别大。”廖志明对证券时报记者表示，中国个人存款规模已经超过170万亿元，银行理财在承接居民存款迁移、服务居民财富管理需求方面仍有很大空间，预计管理规模2万亿元以上的理财公司未来有望超过10家。

从产品货架数据观察，今年以来最大的亮点来自“含权理财”(即含权益类资产)产品的增量成为绝对主力，年内新增规模超2万亿元。据证券时报记者统计，上述14家理财公司固定收益类权益增强型产品(即“固收+”)今年8月净增约1200亿元，今年前8个月增长约1.78万亿元；混合类产品年内新增1900亿元，现金管理类产品年内减少了1800亿元。

廖志明表示，自去年下半年起，固收增强产品成为银行理财规模增长的主要来源。尽管理财规模与产品布局短期会受资本市场特别是股市行情影响，但在传统固收资产配置收益率持续下行背景下，固收增强、多资产配置仍是银行理财未来发展的重要方向，仍有较大增长空间。

2 盈利与投研能力分化

部分中小理财公司不少产品属于在公募基金外“套一层壳”，或是依靠委外模式开展投资，直投产品占比偏低。

规模普增之下，理财公司的盈利表现出现明显分化。据证券时报记者统计，已披露数据的23家理财公司上半年合计实现净利润约159.3亿元，其中，17家同比增长，6家同比下滑。

行业头部座次亦发生变动，信银理财上半年净利润15.18亿元，同比增长26.92%，净利润跃居行业榜首，超过长期领跑的招银理财；宁银理财上半年净利润同比增长达到了45.84%，净利润增速位居全行业第一。净利润下滑梯队中，渝农

商理财、浙银理财同比分别下降了43.50%、43.24%；中银理财、农银理财、平安理财下滑同样超过了20%。

盈利分化的背后，不同体量机构的投研实力差距同样显著。据了解，部分中小理财公司不少产品属于在公募基金外“套一层壳”，或是依靠委外模式开展投资，直投产品占比偏低。

“银行理财投资公募基金、开展一定比例的委外投资，可以作为对自身投研能力的补充，但理财产品本身不应沦为通道。”廖志明表示，如果理财公司只是募集资金再去购买公募基金，自身没有形成真正的投研能力，就缺乏长期竞争力，长期看将面临较大挑战。理财公司不能过度依赖外部机构，最终还是要提升自身投研能力。

对于理财公司委外投资，天风证券银行业首席分析师刘杰预计，未来3至5年理财委外规模有望达5.5万亿元至6万亿元，权益增强等领域存在刚性委外需求；同时，随着监管部门明确委外合规边界，理财委外正从“通道依赖”转向“能力协同”。

历时两年多终落地 国元信托出清金信基金31%股权

证券时报记者 刘艺文

9月16日，金信基金管理有限公司发布股权变更公告。公告显示，该股权转让事项已获证监会核准，国元信托将所持金信基金31%股权全部转让给宋思颖、杨超、孔学兵、刘吉云及汇巨未来投资(深圳)合伙企业(有限合伙)。至此，国元信托这笔历时两年多的清仓式退出正式落定。证券时报记者注意到，上述接盘的5位股东，此次转让之前已是金信基金股东。

用益金融信托研究院研究员帅国让在接受证券时报记者采访时表示，国元信托“清仓式”退出金信基金，核心原因在于聚焦主业的战略考量，以及相关资产回报不及预期。

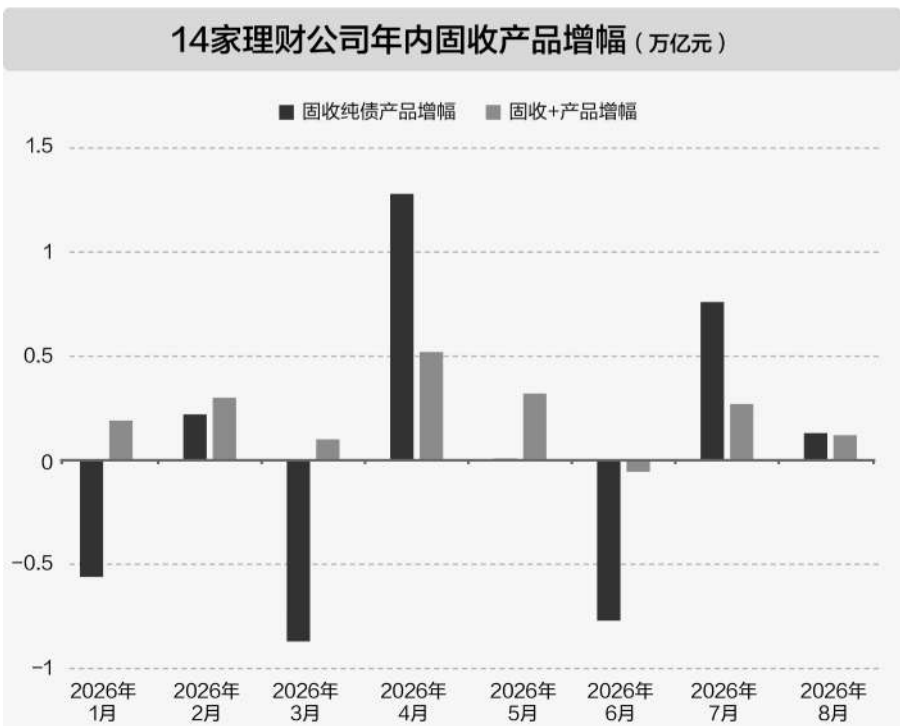
作为国资背景信托机构，国元信托在行业转型期需收缩非核心金融牌照投资，严控风险资产。金信基金管理规模虽超240亿元，但2022至2025年为国元信托贡献的收益分别为117.77万元、138.54万元、28.5万元、251.54万元，分红空间有

限，对信托资本吸引力有所下降。与此同时，公募行业马太效应持续加剧，国元信托选择挂牌退出，既锁定投资收益，也为自身转型释放现金流，属于理性的战略收缩。

据了解，上述股权调整早在2024年初就已经启动。2024年1月，安徽省产权交易中心披露，国元信托拟挂牌转让所持金信基金31%股权，转让底价为3720万元。这是国元信托所持金信基金的全部股份，一旦成交，即意味着彻底退出这家基金公司。当时的挂牌材料还显示，该笔股权的评估价值约为2065.07万元，最终挂牌价格较评估值高出约80%。

随后，金信基金向监管部门提交了关于股东变更的相关材料，2024年3月20日，该材料获监管部门接收。

2025年4月，证监会发布了《金信基金管理有限公司变更持股5%以上非主要股东申请反馈意见》。意见称，资产评估机构就此次股权转让出具的《金信基金管理有限公司股东全部权益价值项目资产评估报告》已过有效使用期，请就股权转让



数据来源:证券时报记者统计 谢忠翔/制表

3 严控净值回撤成策略重心

证券时报记者注意到，今年下半年，“控波动、控回撤”已成为理财公司的策略重心之一。

今年8月，中国银行保险资产管理业协会公布的资产配置展望调查显示，在32家参与调查的银行理财公司中，“严格控制波动与最大回撤”是最看重的投资策略，拓展资产边界(如权益、衍生品)亦为一大侧重点；净值波动控制、负债端成本与资产收益匹配压力是银行理财面临的主要挑战。大类资产配置方面，银行理财最看好“固收+”类资产，其次是债券和股票。

这一取向与监管引导一脉相承。今年3月落地的《理财公司监管评级暂行办法》中，“资产管理能力”与“风险管理能力”各占25%权重，管理规模指标被明确剔除。据悉，监管部门近期对理财规模增

速过快及与第三方机构合作再度加强监管，引导行业告别“规模崇拜”。中金公司认为，在存款比价效应仍在的情况下，年内理财规模或维持增长，但增速或较二季度放缓。

“监管引导理财公司不片面追求规模是合理的。”廖志明表示，管理规模越大，对投研能力、风控能力和中后台支持能力的要求越高，若规模快速增长而相应能力没有同步跟上，容易积累风险，规模增长也难以持续。

国信证券非银金融首席分析师孔祥表示，8月以来理财行为已出现增速回落、风险偏好下降的转向，策略池向低波收敛。配置重心由二级债基向纯债、指数债基迁移，并转向打新类策略、市场中性或量化对冲策略，摊余成本法债基等低波工具。

抖音一次清退6888名“理财师” 互联网平台密集整治财经内容

证券时报记者 谢忠翔

头部互联网平台持续加码财经内容治理。9月16日，抖音公告称，将持续深化财经生态治理；2026年第三季度平台累计处置财经类违规内容超4.5万条，处置违规账号逾千个，全面清退6888名“理财师”认证账号，并开展跨境违规营销、非法荐股炒汇、蹭热点博流量等专项整治。

这并非单个平台的单独行动。去年12月，抖音推出《抖音社区财经行业公约(试行)》；今年3月，微信视频号发布《视频号金融行业公约》；9月15日，小红书出台首份《社区金融生态公约》。短短一年，三大平台相继落地财经生态公约，雪球、蚂蚁财富等垂直平台也同步收紧管理尺度。综合各平台规则来看，非法荐股、虚假身份、承诺收益、违规导流、跨境非法营销等行为，均是重点打击方向。

今年4月，中国人民银行等八部门联合印发《金融产品网络营销管理办法》(以下简称《办法》)，将于9月30日起施行。《办法》明确，金融机构、第三方互联网平台以外的组织和个人不得开展或变相开展金融产品网络营销；通过公众号、直播、短视频营销金融产品的，营销人员须为具备业务资格并获得授权的金融机构从业人员，营销内容须经金融机构审核确定；第三方平台则须加强资质核验，对违规营销内容立即停止信息发布服务并向监管部门报告。

在业内人士看来，随着《办法》实施，平台财经生态治理将不能止于事后删帖封号。金融机构须对自身网络营销内容负责，第三方平台须对账号资质、内容发布和导流行为承担更强审核责任，财经创作者也难以再以模糊身份游走在投教、观点分享与营销转化之间。从平台自律公约到各部委制度约束，一个更规范、更严格的财经内容生态正在成形。

<<上接A1版

创新绿色金融产品供给

绿色金融是助力美丽中国建设的重要引擎。2026年上半年，光大证券服务绿色金融实体规模65.58亿元。奇瑞汽车、比亚迪弗迪租赁及蔚来蔚能绿创三单ABS(资产支持证券)项目合计发行超百亿元，其中奇瑞汽车、弗迪租赁票面利率分别以1.52%、1.55%刷新同类型债券新低，蔚能绿创更是深交所首单储能架式绿色科创动力电池ABS。

一系列标杆项目持续落地的背后，是光大证券积极落实国家政策，通过创新绿色金融产品供给，提升资源配置效率、强化科技赋能，深化内部协同等举措，持续擘画绿色金融发展新图景。

光大证券还作为牵头主承销商、簿记管理人，携手光大银行助力光大金租成功发行2026年光大金租绿色金融债券；作为独家销售机构，助力光大绿色环保成功发行“光大绿色环保可再生能源电价附加补助资金2期碳中和绿色资产支持专项计划”，以集团协同优势贡献绿色动能。

推进普惠金融高质量发展

在普惠金融方面，光大证券不断提升服务的覆盖率、可得性、满意度，持续推进普惠金融高质量发展。

光大证券积极探索光大特色乡村振兴金融服务模式，2026年上半年承销乡村振兴债券10.9亿元、同比增长793%，完成全国首单地方国企乡村振兴主题资产担保债务融资工具，并推荐维衡科技挂牌新三板。光大期货开展“保险+期货”，为超2.8万吨农产品提供风险管理服务，保障农产品项目金额逾1.5亿元，惠及农户超6000户次。

此外，光大证券承担保护投资者合法权益和促进稳市兴市的社会责任，在投教工作上发挥分支优势，扎根基层、深耕细作。全国200余家分支机构，持续走进社区服务居民群众，深入企业一线发挥连接作用，站上学校讲台播种金融素养种子。2026年以来，光大证券累计开展投教活动1370场，覆盖受众数十万人次。

着力补充养老产品货架

近年来，光大证券深耕养老金赛道，依托“一个光大”集团协同战略，整合集团内多方资源推进个人养老金业务一体化发展，打通账户开立、资金监管、产品代销全流程综合服务闭环，夯实养老金代销业务客户基础。

据了解，光大证券重点发力客户拓展工作，通过线上线下联动推广等多种方式，累计开立养老金交易账户超万户，为业务后续规模化发展筑牢了客户根基。依托券商在财富管理领域的专业优势，公司精准把握个人养老金市场需求，着力补充养老产品货架，丰富产品供给类型，满足不同客户的养老投资偏好。

2026年以来，光大证券新增上架16只个人养老金产品，截至目前，已累计上架养老金基金223只，涵盖养老目标日期基金、养老目标风险基金等多种类型，覆盖不同风险等级、不同投资周期，兼顾保守型客户稳健保值、进取型客户长期增值的差异化需求。

拓宽人工智能落地场景

科技赋能是券商构筑核心竞争力的重要支撑。光大证券不断拓宽人工智能落地场景，完善以“阳光e数”为品牌的智能数据生态体系，深化“Data+AI”融合创新路径，探索构建可复制、可推广的证券行业数据运营“光证样本”，为行业数字化转型提供实践参考。

2026年上半年，金阳光APP累计完成6次版本迭代，新增注册用户123万户。升级数智交易服务，推出“两融”交易智能条件单，让智能工具惠及更多客户。光大证券重塑标准化智能服务体系，优化签约、调仓、计费等全链路管理，让专业投顾覆盖组合、资讯、工具等多元场景，并推出新手机理财指南、私募非交易时间下单等重要功能，提升客户产品配置体验。

在员工展业工具方面，上线自研大管家2.0版，落地金算法人工识别与券单评级功能，赋能营销人员精准定位潜在客户；机构业务方面，该公司场外衍生品综合管理系统全面投产，客户准入全流程线上办理，场外期权询价、成交、对冲、簿记实现线上一体化管理闭环；此外，持续深化数据治理，有序推进监管并表相关系统建设。

