



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

金融智慧之选：银行理财产品深度剖析与财富增值策略 头豹词条报告系列

陈邵直

陈春慧 等 4 人

2024-09-04 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业： 金融业/货币金融服务/银行理财服务/货币市场类产品

金融/银行

词目录			
<h3>行业定义</h3> <p>银行理财产品是商业银行基于对目标客户群的风险、...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>银行理财产品行业可以根据币种、收益方式及投资领...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>银行理财产品特征包括以下3点：1.政策监管严格，理...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>银行理财产品行业目前已达到 4个 阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>银行理财产品行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>银行理财产品行业相关政策 9篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 银行理财产品是商业银行针对目标客户群设计的投资和管理计划，包括理财顾问服务和综合理财服务。近年来，随着监管政策的严格规范，银行理财业务实现显著增长，截至2024年上半年，存续规模已超29万亿元。市场竞争加剧，产品呈现多元化、创新化趋势，同时高度依赖市场需求，长期化发展趋势明显。经济预期增强、投资及消费预期好转等因素将拉动银行理财产品收益，而监管政策对收益率产生重要影响。未来，银行理财产品行业预计将继续向成熟和多元化方向发展，助力经济优质生产力提升。

行业定义^[1]

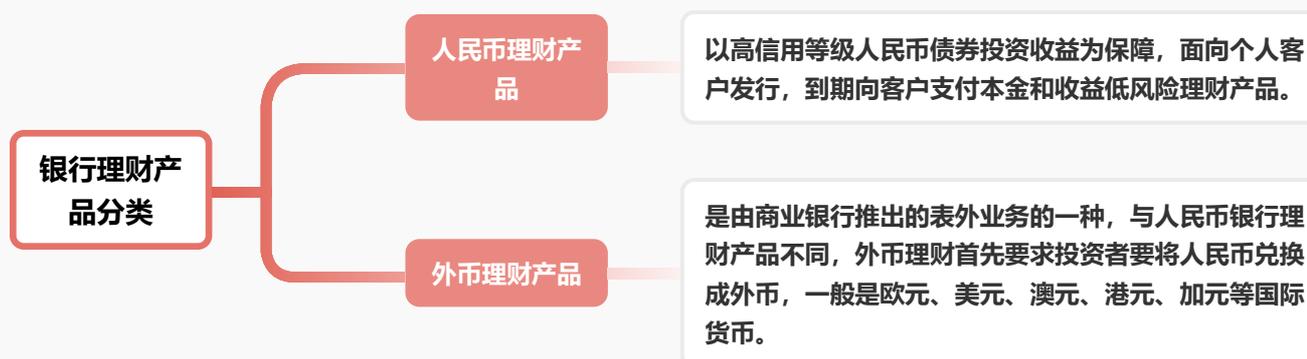
银行理财产品是商业银行基于对目标客户群的风险、收益等方面的分析研究后，为特定客户开发设计的资金投资和管理计划。商业银行个人理财业务按照经营管理运作方式的区别，分为理财顾问服务和综合理财服务。一般的“银行理财产品”是指其中的综合理财服务。在理财产品这一投资方式中，银行作为接受客户的授权管理基金的一方，投资收益与风险由客户或由客户与银行按照约定方式双方承担。截至2023年末，银行理财市场存续规模26.8万亿元，全年累计新发理财产品3.11万只，募集资金57.08万亿元。理财产品投资者数量增至1.14亿个，为投资者创造收益6,981亿元。目前，银行理财产品已经成为了中国企业和个人重要的理财手段。

[1] 1: 银行业理财登记托管中...

行业分类^[2]

银行理财产品行业可以根据币种、收益方式及投资领域等对银行理财产品行业中所包含的理财产品进行分类。根据币种区别可分为人民币理财、外币理财；根据收益方式可分为保证收益理财、非保证收益理财；根据投入领域可分为债券型、信托型、挂钩型及QDII型产品；根据风险系数分类，可分为低风险、中低风险、中风险和高风险产品。

银行理财产品行业基于币种区别的分类



银行理财产品行业基于风险与收益的分类



银行理财产品行业基于配置品种的分类

银行理财产品分类

债券型

是指银行将资金主要投资于货币市场，一般投资于央行票据和企业的短期融资券（个人是无法直接投资的）。其投资的主要对象包括短期国债、金融债、央行票据以及协议存款等期限短、风险低的金融工具。在付息日，银行将收益返还给投资者；在本金偿还日，银行足额偿付个人投资者的本金。

信托型

是指信托公司为投资者提供的一种低风险、收益稳定的金融理财产品。受托人根据融资方的资金需求设立的特定用途的资金募集行为，委托人基于对受托人的信任，将其财产权委托给受托人，按约定的收益分配期限获取回报的一种金融理财产品。

挂钩型

挂钩型理财产品也称结构性产品，产品最终收益与相关市场或产品表现相关。产品可与利率区间、可自由兑换货币汇率、国际商品价格、股票指数等挂钩。产品多数设计成保本产品，适合危机承受能力强，对金融市场判断力比较强的投入者。

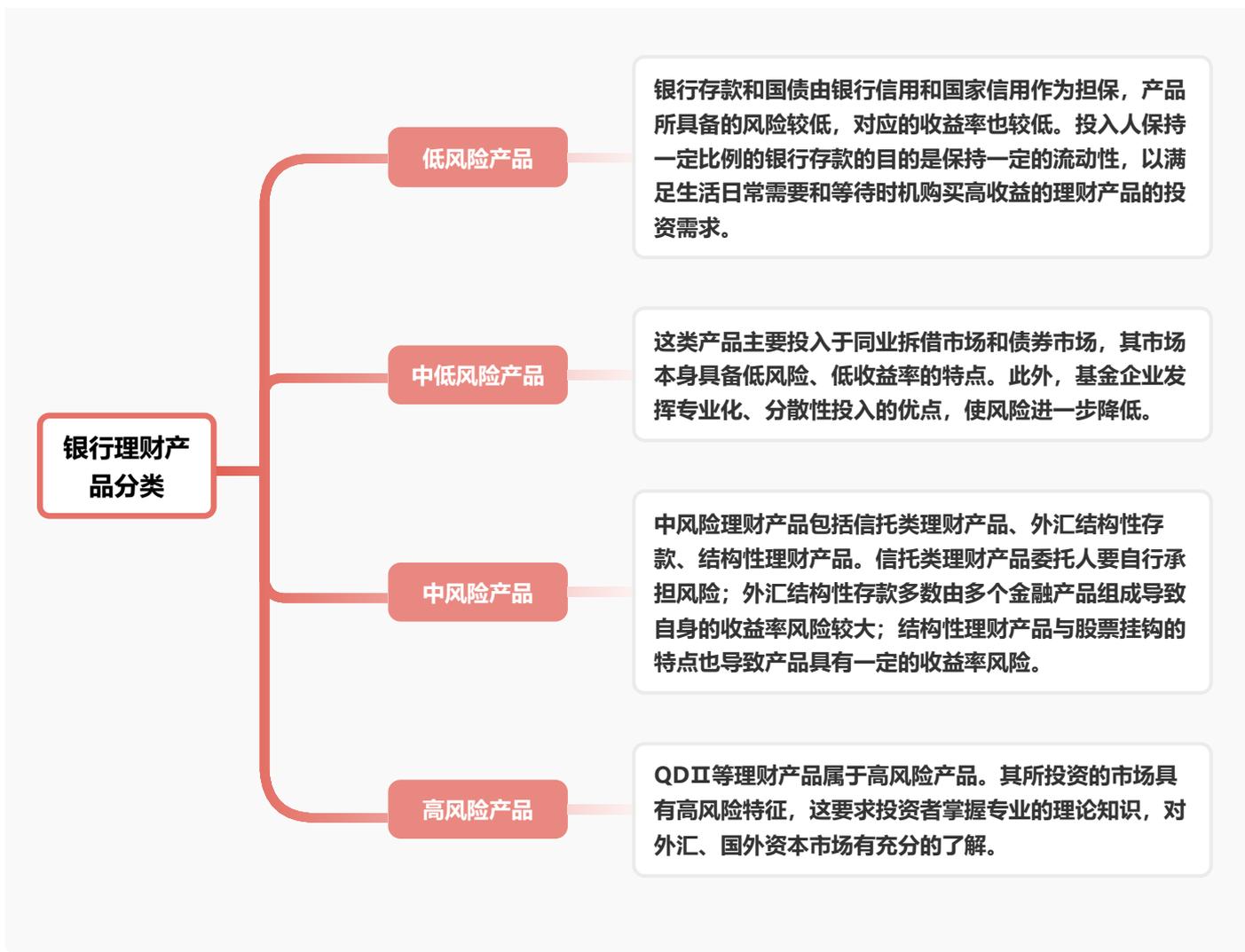
新股申购类产品

集合投资者资金，通过机构投资者参与网下申购提高中签率。适合想参与股票市场，但未掌握投资资本市场知识或风险厌恶的投资者。

QDII型

是指投入人将手中的人民币资金委托给被监管部门认证的商业银行，由银行将人民币资金兑换成美元，直接在境外投入，并在到期后将美元收益及本金结汇成人民币后分配给投入人的理财产品。

银行理财产品行业基于产品风险系数的分类



[2] 1: 中国知网

行业特征^[3]

银行理财产品特征包括以下3点：1.政策监管严格，理财业务规范化发展；2.竞争格局更为激烈，理财产品多元化、创新化；3.高度依赖市场需求，产品呈现长期化发展趋势。

1 政策监管严格，理财业务规范化发展

银行理财产品行业受到《商业银行个人理财业务管理暂行办法》以及《商业银行理财业务监督管理办法》等一系列金融监管政策的严格规范。银行为适应资管新规的全面实施，主动加强审慎管理、提升投资者保护、构建专业能力建设、坚持合规经营和风险管控。理财子公司逐步开业，标志着理财产品管理进入新时代，强化了净值化转型和主动管理能力。

2 竞争格局更为激烈，理财产品多元化、创新化

银行理财产品领域竞争激烈，涉及多个金融机构和新兴平台。银行理财产品不仅面临业内竞争，也面临与公募基金和券商资管等的竞争。为了维持市场地位并吸引客户，银行可通过采取市场导向的战略，并通过降低投资门槛、提供专业资产管理能力、确保稳健资金供给来满足客户的多样化需求。银行理财产品行业发展的特征表现为专业化水平持续提高、产品体系日趋完善、投研能力不断增强、运营及风控体系建设稳步推进。

3 高度依赖市场需求，产品呈现长期化发展趋势

银行理财产品的设计推广与不断变化的市场需求紧密相关。为了评估市场需求和用户风险偏好，银行需进行广泛的市场洞察，并对投资者数量及其增长率进行预测分析。面对激烈的市场竞争，银行不仅需要吸引新客户，也必须维持现有客户基础，可以通过提供多样化、符合投资者期望收益和风险承受水平的产品，调整产品设计、估值方法和业绩比较基准来适应市场变化和客户需求，展现出长期化的发展趋势。

[3] 1: 中国理财网; 银行业理...

发展历程^[4]

银行理财产品发展主要分为四个阶段。2004-2006年，个人理财正式出现的发展启动期；2007-2016年，产品逐步走向市场的高速发展期；2017-2022年，金融监管下银行理财的转型期；2023年至今，新经济政策下理财产品的高质量发展期。

启动期 · 2004~2006

2004年，光大银行发行了国内首支外币理财产品“阳光理财 A 计划”、首支人民币理财产品“阳光理财 B 计划”，标志着中国银行业正式出现了个人理财业务。

2005年，银监会颁布《商业银行个人理财业务管理暂行办法》和《商业银行个人理财业务风险管理指引》，监管层首次发布文件对理财业务进行了定义。

该时期对于国外模式的学习模仿色彩较重，以外资银行产品、结构化产品、外币理财产品为主。在初创阶段，银行理财虽然增长较快，但规模仍偏低。

高速发展期 · 2007~2016

在银行理财的扩张阶段，发行产品数量由 2007年的3,049只大幅增加至2011年的24,210只。这一时期理财市场的快速发展与央行的宏观调控政策密不可分。在宏观政策调控下，商业银行信贷业务大幅

收缩，表内资产亟需寻找出口。

为了规避监管的限制，2007年银信合作开始兴起，通过设立信托-理财产品的方式为企业提供贷款，期间银信合作理财产品发行数量大幅增长。

2010年非标资产扩张促进了理财市场的快速发展。

2009-2011年间，银监会下发一系列通知，着力于收紧银信理财合作业务。商业银行开始转向资金池类理财产品。在利率市场化加速等因素影响下，银行理财规模迎来快速增长。

2012年资产管理业务“一法两则”的发布为理财的扩张创造了条件。

2013年银监会8

号文意外刺激银行扩大理财规模。

2015年到2016年，“同业存单-同业理财-委外”这一同业套利模式大肆盛行，也为银行理财规模的扩张注入动力。

该时期刚兑和资金池模式的形成，标志着银行理财具有一定的影子银行性质。“银证信”、“银基信”+同业套利模式的形成，标志着影子银行的规模越发庞大，银行理财成为隐蔽不良资产的重要渠道。

震荡期 · 2017~2022

2016-2017年，金融去杠杆拉开帷幕，对银行理财的监管政策逐步走向系统化。

2018年，为满足金融改革的要求并顺应行业发展趋势，各监管机构陆续出台了多项新规，以规范资产管理行业。

2019年6月3日，建信理财在深圳市正式开业，标志着理财公司时代的序幕拉开。随后，全国范围内共有32家理财公司成功获得开业许可，承担起理财产品发行、运营主体的职责。

2020-2021

年，银行继续加大净值型产品发行力度，同时优化产品结构，降低同业理财规模和占比。

2022年，受资本市场波动影响，银行理财产品出现两次大规模“破净”并引发赎回潮。第一波发生在3月份后，第二波发生在11月份后。银行从产品策略调整、投资者教育、费率优惠、自购产品等多维度应对破净压力，提振投资者信心。

该时期资管新规对银行理财主要有客户端、产品端和投资端三大方面的影响。从客户端来看，最大的影响是打破刚兑。从产品端来看，禁止滚动发行，实现净值化管理，产品线也更加丰富。从投资端来看，允许资产管理产品再投资一层资产管理产品。同时，银行理财产品在波动的资本市场中不断变化发展。

成熟期 · 2023~

2023年下半年，随着理财净值不断修复及投资者信心回升，银行理财规模逐步企稳回升。

2024

年银行理财或将迎来增长新机遇，理财存续规模有望恢复至2022年大规模“破净潮”“赎回潮”之前水平。

该时期银行理财产品从“预期收益”向“净值化”转变，更加注重真实反映市场波动，提高了产品的透明度和风险控制水平。银行理财规模在修复中持续增长，预计2024年末存续规模将达到29万亿元

左右。

[4] 1: 中国银行业协会; 知网

2: <https://www.china-cba...>

3: <https://www.cebnet.co...>

4: <https://www.china-cba...>

[12]

产业链分析

银行理财产品产业链上游为资产供给方，中游为各商业银行，下游为理财产品购买方。其中，产业链上游主要包括个人、债券发行方和基金公司、信托公司等机构，提供各种投资标的，如股票、债券、货币市场工具等，为银行理财产品提供底层资产；下游主要包括个人投资者和机构投资者。^[6]

银行理财产品行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

银行理财行业净值化转型成果显著，发展任重道远。

在相关政策引导下，理财机构积极调整发展理念与方向，通过坚持稳健策略、把握底层资产质量提高净值型理财产品吸引力，加速推进理财产品净值化转型。截至2023年末，净值型理财产品存续规模25.97万亿元，占比为96.93%，较年初增加1.46个百分点。尽管理财产品净值化转型取得了较好成果，但仍面临诸多问题，如：产品端：现金管理类产品整改及投资者教育的压力；运营端：大规模净值化运作对产品运营、估值、信息披露等环节提出了更高的要求；投资端：投资难度加大，优质资产愈发稀缺。

理财公司不断拓展代销渠道，且渠道有下沉趋势。

银行理财子公司在完成大中型银行销售渠道扩展之后，正迅速拓展城商行、农商行等中小银行的下沉市场。2024年以来，工银理财、中银理财、中邮理财、招银理财、兴银理财、杭银理财等多家理财子公司均新增了代销合作机构，新增的代销机构多为三线及以下城市的城商行、农商行，甚至覆盖到县级农村信用社。2024年8月5日，招银理财新增浙江瑞安农村商业银行作为代销合作机构。据梳理，今年以来，招银理财至少与10家农商行达成了代销合作，包括浙江上虞农村商业银行、浙江诸暨农村商业银行、浙江义乌农村商业银行、浙江禾城农村商业银行、浙江富阳农村商业银行、浙江德清农村商业银行等。此外，多家理财子公司均持续下沉销售渠道。例如，截至2023年年末，兴银理财合作的中小银行代销机构超470家，其中390家为农信机构。^[6]

产业链上游

生产制造端

资产供给方

上游厂商

债券发行企业

资产管理公司如基金管理公司、私募股权基金等

金融机构如银行、证券公司、信托公司、保险公司等

产业链上游说明

债券类资产在理财产品投资组合中占主导地位。

理财产品资产配置以固收类为主，投向债券类、非标准化债权类资产、权益类资产余额分别为16.98万亿元、1.78万亿元、0.85万亿元，分别占总投资资产的55.56%、5.82%、2.78%。从配置债券类别来看，截至2024年6月末，理财产品持有信用债312.57万亿元，占总投资资产的41.13%，占比较去年同期减少2.73个百分点；持有利率债40.82万亿元，占总投资资产的2.68%。

资产配置不断优化以对接实体经济融资需求。

截至2024年6月末，银行理财产品通过投资债券、非标准化债权、未上市股权等资产，支持实体经济资金规模约20万亿元。理财资金投向绿色债券规模超2,700亿元，投向一带一路、区域发展、扶贫纾困等专项债券规模超1,000亿元，为中小微企业发展提供资金支持超4.3万亿元。为助力中国碳达峰、碳中和目标实现，理财市场2024年上半年累计发行ESG主题理财产品77只，合计募集资金超360亿元。截至2024年6月末，ESG主题理财产品存续余额达1,880亿元，同比增长18.54%。理财行业不断推出特色产品，2024年6月末存续专精特新、乡村振兴、大湾区等主题理财产品超200只，存续规模超1,000亿元。

中 产业链中游

品牌端

商业银行

中游厂商

[中国工商银行股份有限公司 >](#)

[中国农业银行股份有限公司 >](#)

[中国建设银行股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

从产品销售来看，理财公司不断拓宽代销渠道。

2024年上半年，理财公司持续拓展母行以外的代销渠道，已开业的31家理财公司中，3家理财公司的理财产品仅由母行代销，28家理财公司的理财产品除母行代销外，还打通了其他银行的代销渠道。此外，18家理财公司开展了直销业务，上半年累计直销金额2,331亿元。理财公司合作代销机构数量持续增长，2024年6月全市场有511家机构代销了理财公司发行的理财产品，较年初增加20家。

从产品类型结构来看，开放式及中低风险等级理财产品占较大比重。

截至2024年6月末，开放式理财产品存续规模为22.78万亿元，占全部理财产品存续规模的79.87%，较年初增加0.84个百分点，较去年同期减少0.08个百分点；封闭式理财产品存续规模为5.74万亿元，占全部理财产品存续规模的20.13%。其中，现金管理类理财产品存续规模为7.49万亿元，占全部开放式理财产品存续规模的比例为32.88%，较年初减少7.44个百分点，较去年同期减少2.71个百分点。

截至2024年6月末，风险等级为二级（中低）及以下的理财产品存续规模为26.83万亿元，占比94.07%；风险等级为四级（中高）和五级（高）的理财产品存续规模为0.24万亿元，占比0.85%。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

理财产品购买方

渠道端

个人投资者

机构投资者

产业链下游说明

理财投资者数量维持增长态势并仍以个人投资者为主。

截至2023年末，持有理财产品的投资者数量达1.14亿个，同比增长17.84%。其中，个人投资者数量新增1,686.29万个，机构投资者数量新增38.65万个。从结构上看，截至2023年末，理财市场仍以个人投资者为主，数量为1.13亿个，占比98.82%；机构投资者数量占比略有提升，数量为134.60万个，占比1.18%。

多数投资者偏好稳健型的理财产品。

截至2023年末，持有理财产品的个人投资者中数量最多的仍是风险偏好为二级（稳健型）的投资者，占比33.95%。风险偏好为一级（保守型）、四级（成长型）和五级（进取型）的个人投资者数量占比较年初均有所增加，分别增加2.02、0.14和0.46个百分点。

[5] 1: 中国银行业理财市场年...

[6] 1: <http://www.zqrb.c...> | 2: 证券日报

[7] 1: 中国理财网；银行业理...

[8] 1: 中国理财网；银行业理...

[9] 1: 中国理财网; 银行业理...

[10] 1: 中国银行业理财市场半...

[11] 1: 中国银行业理财市场半...

[12] 1: 中国银行业理财市场半...

行业规模^[13]

2018年—2023年，银行理财产品行业市场规模由506.92亿人民币元增长至1,179.20亿人民币元，期间年复合增长率18.39%。预计2024年—2028年，银行理财产品行业市场规模由1,230.00亿人民币元增长至1,699.2亿人民币元，期间年复合增长率8.41%。^[17]

银行理财产品行业市场规模历史变化的原因如下：^[17]

市场化利率与存款基准利率之间的价差推动银行理财产品发行。

非银资金竞争压力会强化利率价差与理财产品发行量之间的关系。中国渐进式利率市场化进程在存款端以商业银行理财产品作为实现路径。据《中国银行业理财市场年度报告》数据，中国商业银行的理财产品在监管部门的严格限制下，理财产品增长趋势开始逆转。2018年底，银行理财产品存续余额22.04万亿元；2019年末，全国银行业金融机构存续净值型产品余额10.13万亿元，较2018年增长68.61%，存续规模超过23.40万亿元；2020年末，银行理财市场规模达到25.86万亿元，当年累计为投资者创造收益9,932.5亿元；2021年底，银行理财市场规模达到29万亿元，同比增长12.14%。由此可见，利率市场化改革对中国商业银行理财业务的发展有明显的促进作用。

非银行金融机构的资金竞争压力促进银行理财产品发行。

银行主动将原来的存款转变为理财产品。余额宝对接了13个货币市场基金，仅天弘余额宝基金在2017年年末的资产高达1.58万亿元，13个对接基金在2018年年末的总资产已经高达2.09万亿元。而同期中国银行吸收存款的总量为14.88万亿元，余额宝资产占中国银行吸收存款总量的14.05%。银行为了应对这种源自非银行机构的资金竞争，发行定价不受管制的收益率市场化的理财产品。银行的APP都推出了自己的货币基金产品，用户的投资标的被大大稀释了。余额宝的收益水平总在2%左右徘徊，消费者转而选择其他更高收益的货币基金产品。截至2024年一季度末，余额宝规模不到0.75万亿元，而银行和理财子公司由产品销售模式向买方投顾模式转型。^[17]

银行理财产品行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[17]

低风险偏好投资者将资产转移至银行理财产品，实现长期可持续发展。

受存款利率下调，央行叫停“手工补息”影响，存款与理财之间“跷跷板效应”更为显著。2024年前5个月非金融企业存款减少2.45万亿元，而银行理财规模仅4月增幅就超过2万亿元，呈现出远超往年同期水平的“超季节性”增幅。截至2024年6月末，包括招银、信银、光大、浦发和平安，以及工银、中银、农银、建信和交银10家

机构的规模合计为16.1万亿元，较5月下降约6,700亿元。以上述10家理财公司为例，3月和6月份总规模单月降幅分别为5%和4%，较上年同期降幅显著缩小。随着居民财富再配置，理财有望超过30万亿元，银行理财产品将长期可持续发展。理财产品是中国未来普及个人理财服务的基础，理财产品市场将受到监管层的高度的重视，促进其进一步稳定发展。

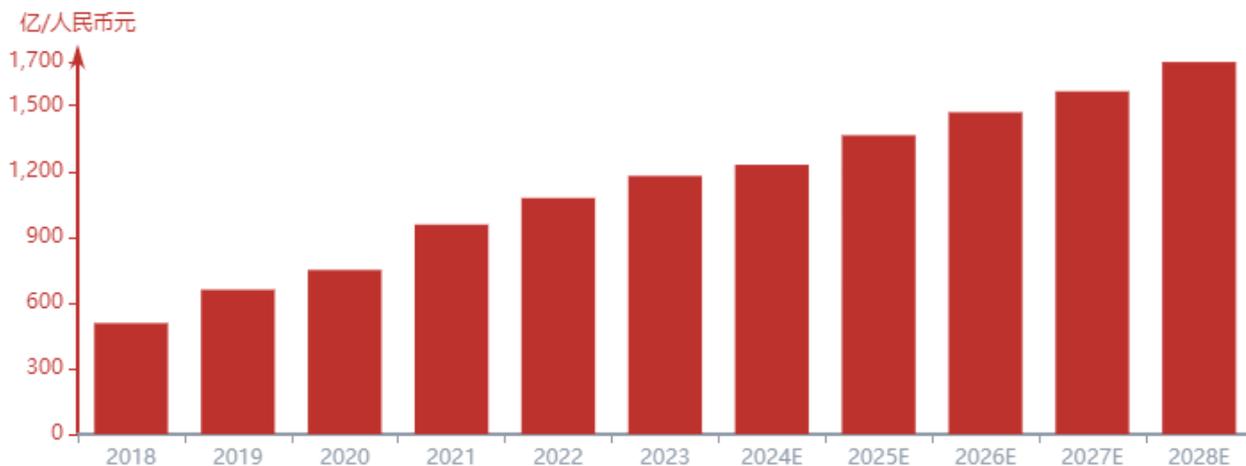
中国银行理财产品的创新发展进一步助力行业走向成熟。

银行理财产品的创新责任体系提高市场需求的对接程度。在存款利率吸引力下降，存款产品种类减少的情况之下，新的投资替代品低风险、高流动性优势凸显。截至2024年二季度末，开放式固收类理财产品近1个月、3个月、6个月的年化收益率平均水平分别为3.15%、3.38%、3.43%；存续现金管理类理财产品近1个月、3个月、6个月的年化收益率平均水平分别为1.97%、2.06%、2.19%。封闭式固定收益类理财产品近1个月、3个月、6个月的年化收益率一度达到了4.08%、4.39%、4.52%。银行前台产品销售部门与后台产品开发部门之间协同互动，促进创新效率提升。综上所述，银行理财产品行业市场规模的未来变化受到市场理财需求变化及客户风险偏好变化、理财产品创新、资产监管政策等多方面因素的影响。随着市场环境的不断变化和政策导向的调整，银行理财产品行业预计将继续向着更加成熟和多元化的方向发展。^[17]

银行理财产品行业规模

银行理财产品行业规模

银行理财产品行业规模



数据来源：中国银行业协会、银行业理财登记托管中心、中国理财网、知网

[13] 1: 银行业理财登记托管中心

[14] 1: 中国理财网; 银行业理...

[15] 1: 中国理财网; 银行业理...

[16] 1: 知网

[17] 1: 知网

政策梳理^[18]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业银行个人理财业务管理暂行办法》	中国银行业监督管理委员会	2005-11-01	10
政策内容	1.商业银行个人理财业务按照不同的划分方式有不同的分类，该办法规定了不同划分的个人理财业务的服务范畴。2.对个人理财业务的管理做出规定，包括对日常运营、风险、监督等方面的管理作出详细规定。3.明确银行经营个人理财业务的法律责任			
政策解读	为加强商业银行个人理财业务活动发展初期的管理，规范个人理财业务健康有序发展而颁布，对个人理财业务运行中的各个方面做出详细的初步规范条例。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业银行个人理财业务风险管理指引》	中国银行业监督管理委员会	2005	10
政策内容	对个人理财顾问服务的风险管理、综合理财服务的风险管理、个人理财业务产品风险管理作出相应管理规定			
政策解读	主要针对风险防范做出相应规定，对加强商业银行个人理财业务的监管，提高商业银行个人理财业务风险管理水平具有规范性意义。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业银行开办代客境外理财业务管理暂行办法》	中国银行业监督管理委员会	2006	10

政策内容	对境外业务准入管理、投资购汇额度与汇兑管理、资金流入管理、信息披露与监督管理作出规范性政策
政策解读	旨在为有序可控推进人民币资本项目可兑换，满足境内机构和个人对外金融投资和资产管理的合理需求，促进国际收支平衡提供强而有力的政策保证。
政策性质	规范类政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《信托公司受托境外理财业务管理暂行办法》	中国银行业监督管理委员会、国家外汇管理局	2006	10
政策内容	对信托公司受托境外理财业务管理的以下几个方面进行规范：业务资格审批、业务管理、投资付汇额度管理、账户及资金管理、业务经营与风险控制、信息披露与监督管理			
政策解读	为促进信托公司健康发展，鼓励具备资质的信托公司进行审慎金融创新，在严抓风险控制和防范的同时提高自身竞争能力。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业银行个人理财业务管理暂行办法》调整	中国银行业监督管理委员会	2007	10
政策内容	1.取消对商业银行发行保证收益性质的理财产品申请批准的相关规定，改为实行报告制。2.将报告最迟在发售理财产品前10日将相关资料报送中国银监会或其派出机构改为发售理财产品后5日内。3.各商业银行应及时将理财产品异常情况报告中国银监会或其派出机构。			
政策解读	《办法》实施以来，商业银行积极开展个人理财业务，推动产品创新，加强风险管理，取得了明显成效。为进一步规范和促进理财业务的发展，对商业银行个人理财业务管理的有关规定做出以下调整。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业银行个人理财业务管理暂行办法》调整	中国银行业监督管理委员会	2008	10

政策内容	对商业银行开展理财业务作出要求：1.履行代客资产管理角色，健全产品设计管理机制。2.建立客户评估机制，切实做好客户评估工作。3.规范产品宣传材料，加强产品宣传与营销活动的合规性管理等十条要求。
政策解读	少数商业银行未按照《办法》和《指引》的有关规定和要求开展理财业务，出现了产品设计管理机制不健全，客户评估流于形式，风险揭示不到位，信息披露不充分，理财业务人员误导销售和投诉处理机制不完善等问题，暂行办法的调整能够更好地规范商业银行业务发展的问题。
政策性质	规范类政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业银行理财产品销售管理办法》	中国银行业监督管理委员会	2012-01-01	10
政策内容	对商业银行理财产品销售的基本原则、宣传销售文本管理、理财产品风险评级、客户风险承受能力评估、理财产品销售管理、销售人员管理、销售内控制度、监督管理、法律责任十个方面作出规范。			
政策解读	为规范商业银行理财产品销售活动，促进商业银行理财业务健康发展，根据《中华人民共和国银行业监督管理法》、《中华人民共和国商业银行法》及其他相关法律、行政法规，制定本办法。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业银行理财业务监督管理办法》	中国银行业监督管理委员会	2018-10-19	10
政策内容	从分类管理、业务规则与风险管理、监督管理、法律责任等方面作出管理条款。			
政策解读	为加强对商业银行理财业务的监督管理，促进商业银行理财业务规范健康发展，依法保护投资者合法权益，根据《中华人民共和国银行业监督管理法》《中华人民共和国商业银行法》等法律、行政法规以及《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（以下简称《指导意见》），制定本办法。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商业银行理财子公司管理办法》	中国银行业监督管理委员会	2019-10-19	10

政策内容	列举了银行理财子公司应当具备条件、银行理财子公司可以申请经营业务范围、银行理财子公司不得与理财资金关联方有不正当交易等方面子公司管理的规定。
政策解读	促使银行理财子公司建立健全内部控制和内外部审计制度，完善内部控制措施，提高内外部审计有效性，持续督促提升业务经营、风险管理、内控合规水平。确保理财业务人员具备必要的专业知识、行业经验和管理能力，充分了解相关法律法规、监管规定以及理财产品的法律关系、交易结构、主要风险及风险管控方式，遵守行为准则和职业道德标准。
政策性质	规范类政策

- [18] 1: 中国银行业监督管理委员会... 2: <https://www.cbirc.gov...> 3: <https://www.cbirc.gov...> 4: <https://www.cbirc.gov...>
- 5: <https://www.cbirc.gov...> 6: <https://www.cbirc.gov...> 7: <https://www.cbirc.gov...> 8: <https://www.cbirc.gov...>
- 9: <https://www.cbirc.gov...> 10: <https://www.gov.cn/fl...>

竞争格局

中国银行理财产品行业集中度高，分化严重。截至2023年末，全国共有258家银行机构和31家理财公司有存续的理财产品，存续规模26.80万亿元，其中规模最大的10家银行理财公司存续规模达到58.1%，前30家理财公司占据着全市场超过83%的存续规模，分化严重。^[22]

银行理财产品行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司以招商银行股份有限公司、北京银行股份有限公司、中国建设银行股份有限公司、国泰君安证券股份、兴业银行股份有限公司等公司为主，第二梯队的公司则以上海银行股份有限公司、中国光大银行股份有限公司、中信证券股份有限公司、平安银行股份有限公司、中国工商银行股份有限公司这些公司为主，第三梯队的公司则以杭银理财、汇华理财、贝莱德建信理财、花旗银行（中国）有限公司、中国人寿保险（集团）公司这些公司为主。^[22]

银行理财产品行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[22]

股份银行理财子公司快速成长，产品规模快速扩大。股份银行子公司的兴起进一步扩张了第一梯队理财公司的市场份额，压缩了第三梯度理财公司的发展空间，导致中小型银行竞争压力增大，增速放缓，行业集中度提高。

2020年，理财子公司累计发行3,265只理财产品，募集资金规模15.09万亿元，占全部理财市场募集资金的12.11%。存续产品数量3,627只，存续余额从年初的不到万亿元，迅速增长至6.67万亿元，占理财产品市场当月募集资金的比例也从4%左右上升至25.79%。2023年，理财子公司代销的产品规模从15%左右升至25%以上。招银理财作为股份行理财子公司的代表，截至2023年理财规模已达到2.55万亿元，稳居行业第一梯队。随着理财子公司理财规模的扩大，处于第一梯队的理财公司仍保持领先地位。目前，以自营理财为代表的中小银行呈现

规模小、占比低的特征，并且仍在持续下降中。截至2023年末，非理财子公司理财规模为4.33万亿，占总理财规模的19%，较2022年末继续压缩了1.08万亿，处于第三梯度的理财公司的发展空间被进一步压缩。

渠道竞争成为银行理财产品行业核心竞争焦点，导致行业分化。

在理财公司的发展中，渠道多元化拓展是明确的趋势，目前已初步形成母行渠道、第三方银行渠道、互联网银行代销渠道和理财公司直销渠道多点开花的局面。从数字技术渠道看，无接触式银行服务迅猛发展，中高收入经济体的数字支付使用率均值达到80%，部分新兴经济体接近90%。从母行渠道看，2023年末已有28家理财公司打通非母行代销渠道、17家开展了直销业务，全年累计直销金额0.26万亿元。从第三方渠道看，2023年末全市场有491家机构代销了理财公司发行的理财产品，较年初增加163家。由于不同银行理财子公司在渠道建设上的投入和策略不同，推出具有差异化竞争优势的理财产品，提供差异化服务，导致其在市场份额上呈现出显著差异，出现行业分化。受此影响，国有理财公司理财规模尚未完全从负反馈中恢复，2023年同比下跌8.5%。相比之下，相对弱勢的股份行与城商行理财规模分别同比增长9.4%和1.8%。^[22]

转型初期，银行理财产品行业的竞争格局将迎来变化。短期来看，银行理财产品行业将面临稳健类产品的同质化竞争，而公司的业务净值能力将成为公司的核心竞争力。最终业务能力较弱的公司被市场淘汰，业务能力强的公司留下。长期来看，银行理财产品行业将走向错位竞争，银行理财产品公司将以风险和收益为标准分化为不同赛道，展开赛道内竞争。^[22]

银行理财产品行业竞争格局的变化主要有以下两方面原因：^[22]

银行理财业务的全面净值化使理财公司的业务模式从利差转向了管理费模式，导致业务净值能力将成为公司的核心竞争力，而业务净值能力则需依托公司的投研体系和多类型产品线搭建能力。

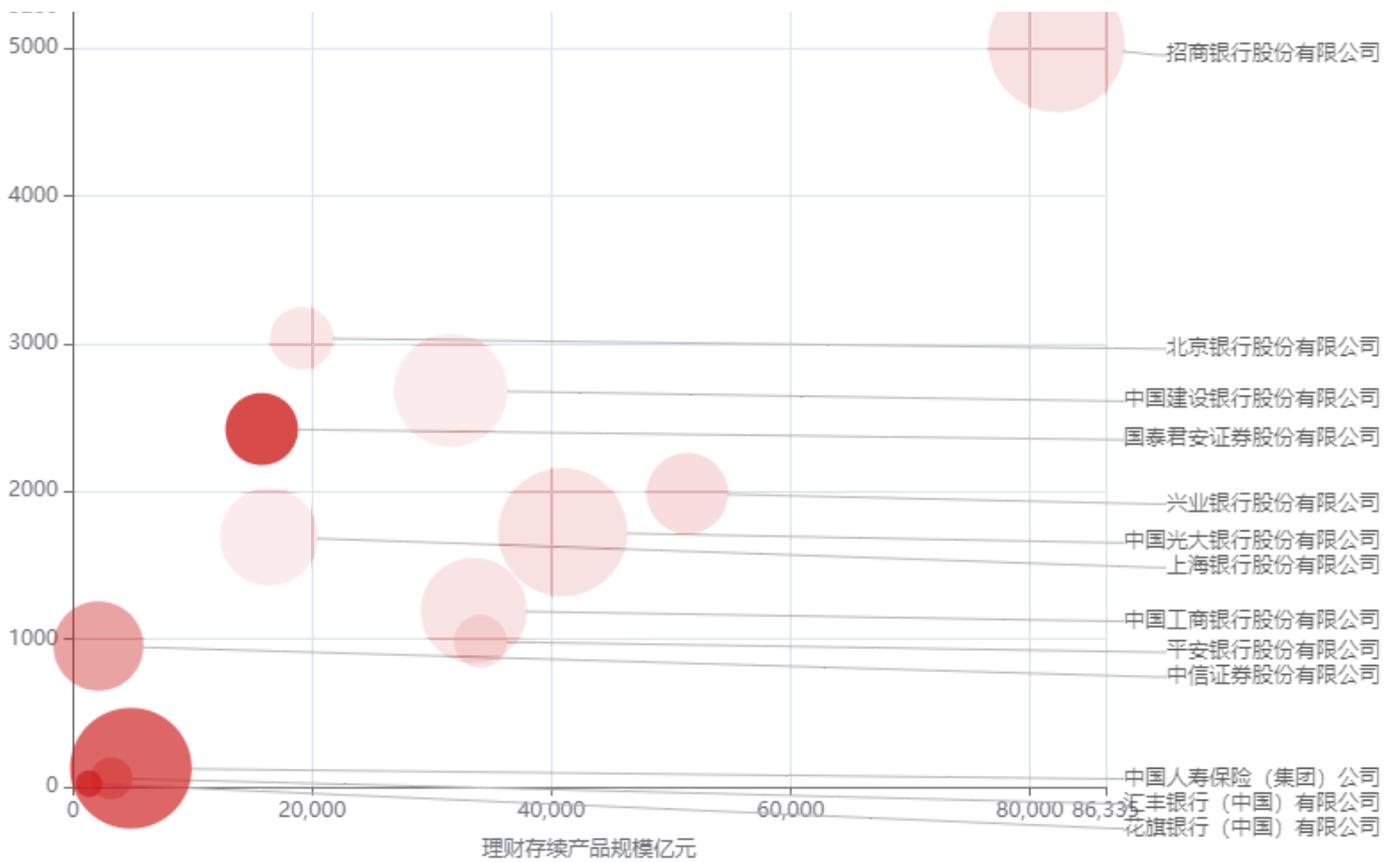
资管新规过渡期结束之后，银行理财产品净值化程度持续提升。净值化产品的存续规模占比从2020年到2023年持续升高。2020年底，净值型理财产品存续规模为17.4万亿元，净值型产品占理财产品存续余额的67.28%；截至2023年末，净值型理财产品存续规模 25.97万亿元，占比为96.93%。2022年，银行理财业务全面净值化，理财公司面临着盈利模式从利差转向管理费模式的挑战和压力。理财银行未来的竞争将转向业务净值能力的比拼，理财公司的投资能力、渠道销售能力、产品竞争力等成为重点，资金池和期限错配的盈利模式将失去前景。

以“资产新规”为代表的政策落地实施后，银行理财产品转型步伐稳健。在行业风险乱象整治与银行理财产品运作重点领域的引导下，银行理财从产品竞争转向业务净值能力比拼与其他如ESG主题等的纵深赛道竞争。

经过近五年政策规范下的综合治理，目前行业风险乱象得到根本扭转，预期收益型产品基本压降完毕，同业理财产品较峰值大幅压缩99.9%，银行发行的理财投资非标债权资产较“资管新规”发布时下降89.2%，行业乱象打击推动银行理财产品竞争模式转向业务净值能力比拼。政策鼓励使银行理财产品运作向投资实体经济、ESG产品等为代表的业务净值模式转型。截至2023年初，银行理财产品支持实体经济资金规模约22万亿元，其中投向债券、股票等直接融资近20万亿元，较“资管新规”发布时增长超43%，ESG主题产品存续规模达1,304亿元，较当年年初增长35.55%。^[22]

气泡大小表示：银行理财子公司发展情况(分)；气泡色深表示：成本收入比(%)

[26]



上市公司速览

招商银行股份有限公司 (600036)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.6千亿元	-1.72	-

平安银行股份有限公司 (000001)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.3千亿元	-7.69	-

中信证券股份有限公司 (600030)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	458.1亿元	-8.06	-

上海银行股份有限公司 (601229)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	130.9亿元	-0.92	-

中国光大银行股份有限公司 (06818)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

北京银行股份有限公司 (601169)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	176.9亿元	7.85	-

兴业银行股份有限公司 (601166)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.6千亿元	-5.59	-

国泰君安证券股份有限公司 (601211)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	270.3亿元	1.18	-

- [20] 1: file:///Users/curtis... | 2: 中国银行; 和讯银行; ...
- [21] 1: 中国理财网; 银行理财...
- [22] 1: http://www.news.c... | 2: http://www.news.c... | 3: 中国金融出版社、银行...
- [23] 1: 毕马威、中国人寿(海... 2: https://kpmg.com/cn/... 3: https://download.cib.c... 4: https://www.chinalife...
5: https://baike.sogou.co... 6: https://www.bosc.cn/z...
- [24] 1: 毕马威、证券时报、中... 2: https://kpmg.com/cn/... 3: https://www.stcn.com/... 4: https://www.sse.com.c...
5: http://www.ccb.com/c... 6: https://s3gw.cmbimg... 7: https://www.sse.com.c... 8: https://static.cninfo.co...
9: https://download.cib.c... 10: https://q.stock.sohu... 11: https://www.citi.com... 12: https://www.bosc.cn/...
13: https://static.sse.com...
- [25] 1: 中国工商银行官网、中... 2: https://www.sse.com.c... 3: http://www.ccb.com/c... 4: https://s3gw.cmbimg...
5: https://www.sse.com.c... 6: http://www.cs.ecitic.co... 7: https://static.cninfo.co... 8: https://download.cib.c...
9: https://file.finance.sina... 10: https://q.stock.sohu... 11: https://www.bosc.cn/... 12: https://static.sse.com...
- [26] 1: 证券时报网、大银行官... 2: https://www.stcn.com/... 3: https://www.cmbchina... 4: https://www.sse.com.c...
5: http://www.ccb.com/c... 6: https://finance.sina.cn... 7: https://www.sse.com.c... 8: https://download.cib.c...
9: https://m.21jingji.com... 10: https://mbd.baidu.co... 11: https://www.bosc.cn/... 12: https://static.sse.com...

企业分析

1 招商银行股份有限公司【600036】

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	2521984.5601万人民币
企业总部	深圳市	行业	货币金融服务
法人	缪建民	统一社会信用代码	9144030010001686XA
企业类型	股份有限公司(上市)	成立时间	1987-03-31
品牌名称	招商银行股份有限公司		
经营范围	无^吸收公众存款; 发放短期、中期和长期贷款; 办理结算; 办理票据承兑与贴现; 发行金... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
资产负债率(%)	93.3925	93.212	92.3242	91.9415	91.672	91.2652	90.6403	90.5884	90.1552	-

营业总收入同比增长(%)	21.4683	3.7494	5.3295	12.5208	8.5084	7.7044	14.0356	4.0845	-1.6416	-
归属净利润同比增长(%)	3.1926	7.6002	12.9975	14.8396	15.2768	4.8187	23.1966	15.0848	6.2241	-
每股经营现金流(元)	15.88	-4.78	-0.22	-1.42	0.18	16.71	7.22	22.61	14.19	-
摊薄总资产收益率(%)	1.1368	1.0927	1.1542	1.2392	1.3193	1.2417	1.3723	1.4369	1.3984	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-13.1352	2.8751	3.3886	-2.8047	-10.739	-5.5079	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-42.5381	-41.3522	-40.5363	-41.6255	-41.9952	-22.5559	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	17.09	16.27	16.54	16.57	16.84	15.73	16.96	17.06	16.22	-
基本每股收益(元)	2.29	2.46	2.78	3.13	3.62	3.79	4.61	5.26	5.63	1.51
净利率(%)	28.7972	29.8433	31.9778	32.5155	34.6392	33.7229	36.4779	40.4005	43.6438	-
总资产周转率(次)	0.0395	0.0366	0.0361	0.0381	0.0381	0.0368	0.0376	0.0356	0.032	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-40.7627	-41.2276	-41.9574	-41.7433	-41.3077	-22.659	-	-	-	-
每股公积金(元)	2.6774	2.6774	2.6774	2.6774	2.6774	2.6774	2.6774	2.5946	2.5944	-
营业总收入(元)	2014.71 亿	2090.25 亿	2208.97 亿	2485.55 亿	2697.03 亿	2904.82 亿	3312.53 亿	3447.83 亿	3391.23 亿	864.17亿
每股未分配利润(元)	6.4746	7.8949	9.5584	10.8787	12.7522	14.6814	16.9941	19.5468	22.5366	-
稀释每股收益(元)	2.29	2.46	2.78	3.13	3.62	3.79	4.61	5.26	5.63	1.51
归属净利润(元)	576.96亿	620.81亿	701.50亿	805.60亿	928.67亿	973.42亿	1199.22 亿	1380.12 亿	1466.02 亿	380.77亿
扣非每股收益(元)	2.26	2.42	2.77	3.11	3.59	3.79	4.59	5.25	5.61	-
经营现金流/营业收入	15.88	-4.78	-0.22	-1.42	0.18	16.71	7.22	22.61	14.19	-

▪ 竞争优势

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13544093853（游先生）

电话：13080197867（李先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

