

银行理财市场月度情报要闻

2024年1月银行理财市场月报

分析师：张菁

分析师登记编码：S0890519100001

电话：021-20321551

邮箱：zhangjing@cnhbstock.com

销售服务电话：

021-20515355

相关研究报告

- 1、《银行理财市场月度情报要闻—2023年12月银行理财市场月报》
2024-01-11
- 2、《银行理财市场月度情报要闻—2023年11月银行理财市场月报》
2023-12-13
- 3、《银行理财市场月度情报要闻—2023年10月银行理财市场月报》
2023-11-08
- 4、《银行理财市场月度情报要闻—2023年8月银行理财市场月报》
2023-09-06
- 5、《银行理财市场月度情报要闻—2023年6月银行理财市场月报》
2023-07-16

投资要点

⊕**监管政策及市场要闻**：《中国银行业理财市场年度报告（2023年）》发布。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，共存续产品3.98万只，存续规模26.80万亿元。“跨境理财通”2.0发布。中国人民银行广东省分行等六部门联合发布新修订的《粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点实施细则》，从四个方面对试点政策进行优化。多家理财公司发布2023年成绩单。近期，浦银理财、兴银理财、苏银理财、杭银理财、宁银理财等银行理财公司发布2023年成绩单。理财产品“24小时不打烊”服务。近期招银理财、平安理财、光大理财、宁银理财等多家理财公司延长了部分固收类理财产品有效申购和赎回的交易时间，并将此类交易功能升级的产品取名为“理财夜市”。

⊕**银行理财市场概况**：2024年1月非保本理财产品发行3008只，同比增加47.5%。从产品类型看，2024年1月净值型产品中，固定收益类、混合类和权益类、商品及金融衍生品类产品分别发行2860只、46只、15只和9只。从发行期限看，2024年1月，1个月以内的净值型产品发行数量占比6%，1-3个月净值型产品发行数量占比4%，3-6个月净值型产品发行数量占比31%，6-12个月净值型产品发行数量占比26%，1-3年净值型产品发行数量占比29%，3年以上净值型产品发行数量占比2%。3-6个月产品占比有所抬升。2024年1月，1个月以内、1-3个月、3-6个月、6-12个月、1-3年、3年以上业绩比较基准均值分别为2.67%、3.04%、3.07%、3.58%、3.68%、4.13%。

⊕**理财子公司产品**：2024年1月理财子公司共发行1556只理财产品，其中固定收益类1531只，混合类14只，权益类5只，商品及金融衍生品类6只。从产品业绩比较基准来看，按产品种类和期限分，业绩比较基准为绝对数值型的固定收益类产品中3个月以内2.84%、3-6个月为2.92%、6-12个月为3.64%、1-3年为3.68%、3年以上为4.04%。业绩比较基准为区间收益型的固定收益类产品中，3个月以内3.10%、3-6个月为3.09%、6-12个月为3.41%、1-3年为3.60%、3年以上为3.62%。业绩比较基准为绝对数值型的混合类产品中3个月以内为3.26%、3-6个月为3.25%、1-3年为3.85%。业绩比较基准为区间收益型的混合类产品中，1-3年为3.90%、3年以上为5.00%。

⊕**产品破净情况**：2024年1月出现破净的理财产品共2158只，占全市场存续产品数量的3.88%（上月为4.03%）。破净情况较上月继续改善。

产品创新跟踪：量化中性策略理财产品。2023年，量化策略表现亮眼，受到了投资者的关注和认可。长期来看，量化中性策略收益高于债券类策略，同时回撤并不大，能够给投资人带来较好的收益体验。因此对于整体风险偏低、相对偏稳健的银行理财而言，更适合采用风险较小的量化中性策略。目前共有4家理财公司发行6只量化中性策略产品，分别为工银理财、浦银理财、南银理财和信银理财。

⊕**风险提示**：本报告所载数据为市场不完全统计数据，旨在反应市场趋势而非准确数量，所载任何意见及推测仅反映于本报告发布当日的判断。

内容目录

1. 监管政策及资管市场要闻.....	3
2. 理财市场月度简况.....	7
2.1. 非保本理财产品.....	7
2.2. 理财子公司产品.....	8
2.3. 产品破净情况.....	10
2.4. 产品跟踪——量化中性策略理财产品.....	11
3. 风险提示.....	13

图表目录

图 1: 2023 年理财产品存续数量及规模.....	3
图 2: 不同运作模式产品存续规模占比.....	4
图 3: 全市场新发封闭式产品期限情况.....	4
图 4: 2023 年各投资性质产品存续情况占比.....	4
图 5: 2023 年理财产品资产配置情况.....	5
图 6: 2023 年理财公司理财产品代销机构数量和母行代销金额占比情况.....	5
图 7: 各期限净值型银行理财产品发行数量占比趋势.....	8
图 8: 不同类型净值型产品业绩比较基准趋势.....	8
图 9: 理财产品破净情况 (款)	11
表 1: 不同类型银行 2024 年 1 月非保本理财发行数量 (只)	7
表 2: 2024 年 1 月理财子公司新发理财产品平均业绩比较基准(固定收益类-绝对数值型).....	9
表 3: 2024 年 1 月理财子公司新发理财产品平均业绩比较基准(固定收益类-区间收益型).....	9
表 4: 2024 年 1 月理财子公司新发理财产品平均业绩比较基准(混合类-绝对收益型).....	10
表 5: 2024 年 1 月理财子公司新发理财产品平均业绩比较基准(混合类-区间收益型).....	10
表 6: 理财产品要素表 1.....	12
表 7: 理财产品要素表 2.....	13

1. 监管政策及资管市场要闻

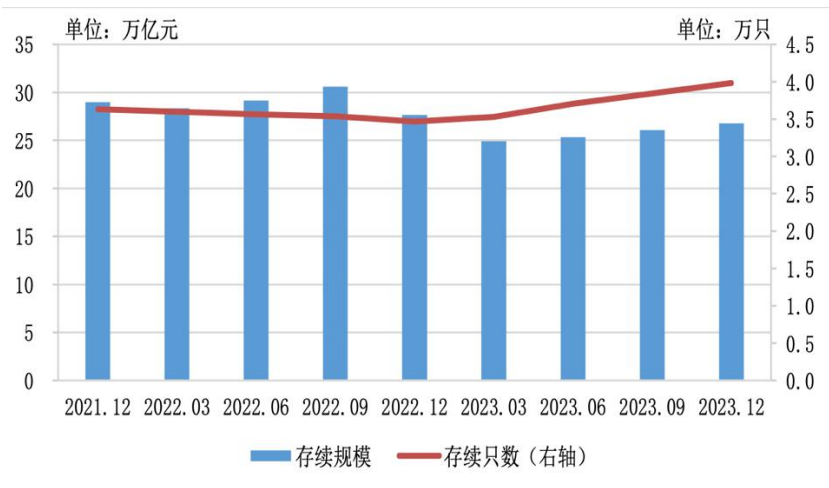
中国银行理财登记托管中心发布《中国银行业理财市场年度报告（2023年）》

2024年2月2日，中国银行理财登记托管中心发布了《中国银行业理财市场年度报告（2023年）》，对2023年银行业理财市场情况进行统计分析。

2023年，全国共有228家银行机构和31家理财公司累计新发理财产品3.11万只，累计募集资金157.08万亿元。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，共存续产品3.98万只，较年初增加14.86%；存续规模26.80万亿元。

净值型理财产品占比进一步提升。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。

图1：2023年理财产品存续数量及规模

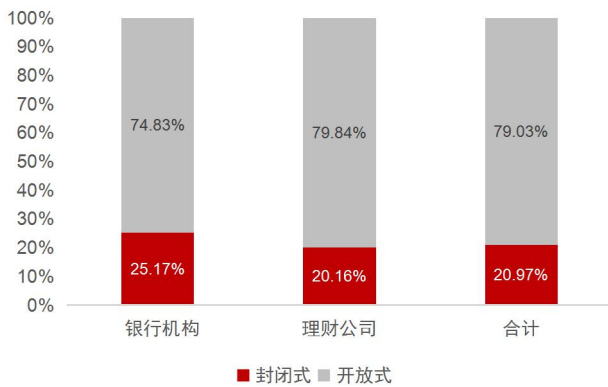


资料来源：银行业理财登记托管中心，华宝证券研究创新部

2023年开放式理财产品规模占比有所下滑，封闭式规模占比提升。截至2023年末，开放式理财产品存续规模为21.18万亿元，占全部理财产品存续规模的79.03%，较年初减少3.68个百分点。其中，现金管理类理财产品存续规模为8.54万亿元，占全部开放式理财产品存续规模的比例为40.32%，较年初上升2.02个百分点；封闭式理财产品存续规模为5.62万亿元，占全部理财产品存续规模的20.97%。

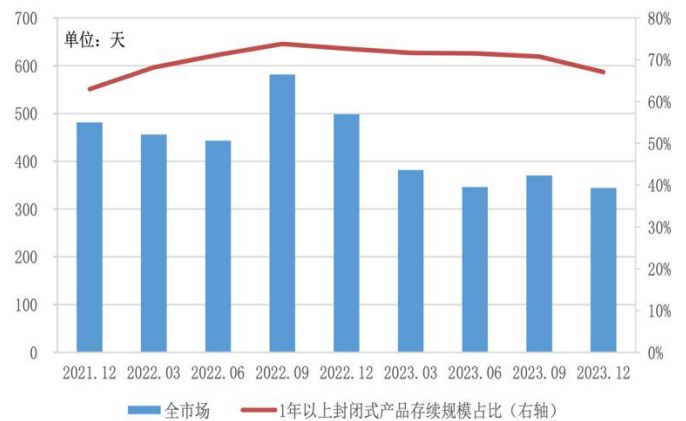
不过2023年封闭式产品期限整体缩短。2023年，新发封闭式理财产品加权平均期限在288至381天之间（2022年为339至581天之间），为市场提供了长期稳定的资金来源。截至2023年末，1年以上的封闭式产品存续规模占全部封闭式产品的比例为67.02%，较年初减少5.58个百分点。

图 2：不同运作模式产品存续规模占比



资料来源：银行业理财登记托管中心，华宝证券研究创新部

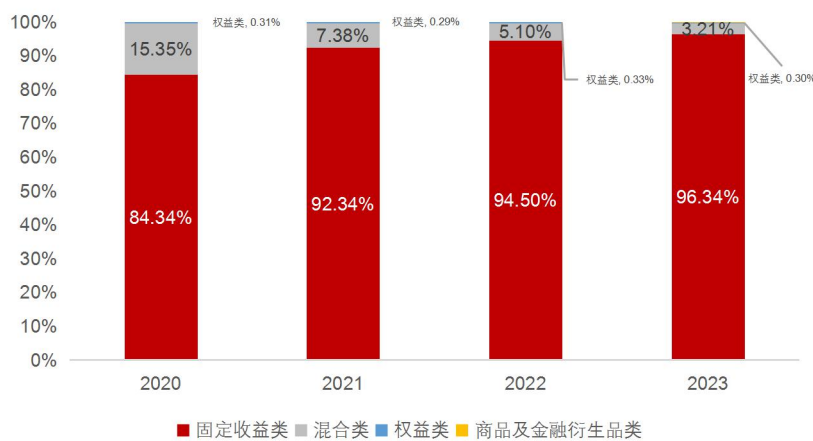
图 3：全市场新发封闭式产品期限情况



资料来源：银行业理财登记托管中心，华宝证券研究创新部

根据产品投资性质来看，2019 年以来，固定收益类产品比例逐年上涨。受益于 2023 年债牛行情，固定收益类理财产品占比进一步提升，截至 2023 年末，固定收益类产品存续规模为 25.82 万亿元，占全部理财产品存续规模的比例达 96.34%，较年初增加 1.84 个百分点，较 2022 年增加 12 个百分点。而在 2022 年理财市场“破净潮”后，理财公司和理财投资者均更追求稳定收益，再加上 2023 年股市延续震荡走势，因此混合类和权益类理财产品占比进一步下滑，其中混合类产品存续规模为 0.86 万亿元，占比为 3.21%，较年初减少 1.89 个百分点。商品及衍生品类产品规模较小，不过占比出现小幅上涨。

图 4：2023 年各投资性质产品存续情况占比



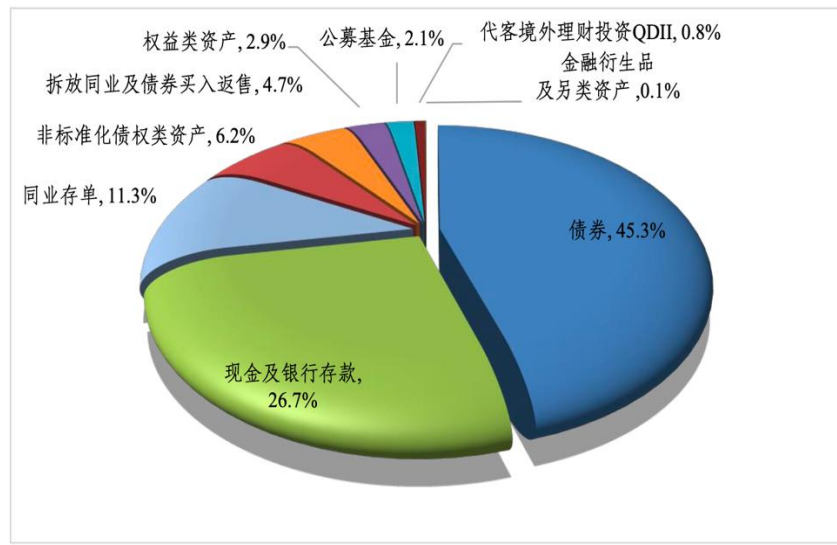
资料来源：银行业理财登记托管中心，华宝证券研究创新部

从理财产品资产配置方面看。截至 2023 年末，理财产品投资资产合计 29.06 万亿元，同比下降 3.00%。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 16.45 万亿元、1.79 万亿元、0.83 万亿元，分别占总投资资产的 56.61%、6.16%、2.86%。从配置债券类别来看，截至 2023 年末，理财产品持有信用债 12.24 万亿元，占总投资资产的 42.12%，占比较年初减少 3.54 个百分点；持有利率债 0.93 万亿元占总投资资产的 3.20%。

此外，理财产品积极响应国家政策号召，充分发挥资金优化配置功能，提高直接融资比重，着力推动高质量发展。截至 2023 年末，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 19 万亿元。理财资金投向绿色债券规模超 2500 亿元，投

向“一带一路”、区域发展、扶贫纾困等专项债券规模超 1100 亿元，为中小微企业发展提供资金支持超 3.8 万亿元。为助力我国碳达峰、碳中和目标实现，理财市场 2023 年累计发行 ESG 主题理财产品 120 只，合计募集资金超 1100 亿元。截至 2023 年末，ESG 主题理财产品存续余额达 1480 亿元，同比增长 13.50%。理财行业不断推出特色产品，2023 年末存续“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 1200 亿元。

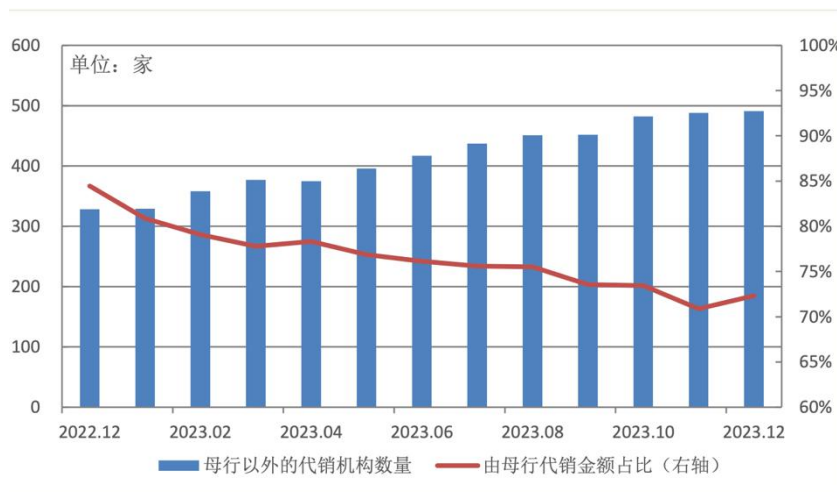
图 5：2023 年理财产品资产配置情况



资料来源：银行业理财登记托管中心，华宝证券研究创新部

从理财产品代销情况来看，2023 年，理财公司不断拓展母行以外的代销渠道，母行代销金额占比持续下降。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，17 家理财公司开展了直销业务，全年累计直销金额 0.26 万亿元。理财公司合作代销机构数量持续增长，截至 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。

图 6：2023 年理财公司理财产品代销机构数量和母行代销金额占比情况



资料来源：银行业理财登记托管中心，华宝证券研究创新部

“跨境理财通” 2.0 发布

近日，中国人民银行广东省分行等六部门联合发布新修订的《粤港澳大湾区“跨境理财通”

业务试点实施细则》(下称《实施细则》),在促进粤港澳金融市场互联互通的同时,进一步释放试点政策红利,更加便利大湾区居民享受优质金融服务。

《实施细则》从四个方面对试点政策进行优化。一是优化投资者准入条件。调整“南向通”业务的内地投资者参与条件,新增内地投资者“近3年本人年均收入不低于40万元”的可选条件,支持更多大湾区居民参与试点。二是适当提高个人投资者额度。将个人投资者额度从100万元人民币提高到300万元人民币。三是拓宽业务试点范围。增加证券公司参与试点,同时将内地销售银行的人民币存款产品纳入“北向通”合资格产品范围,公募证券投资基金由“R1至R3”扩大为“R1至R4”风险等级(不含商品期货基金),更好满足大湾区居民多样化投资需求。四是进一步优化宣传销售安排。细化明确境内销售机构、境内合作机构展业行为规范,引导金融机构为大湾区居民提供优质金融服务。

《实施细则》进一步提升粤港澳大湾区居民参与“跨境理财通”业务试点的便利性,同时提升参与渠道的多元性以及可购买理财产品的丰富性。

多家理财公司发布2023年成绩单

近期,浦银理财、兴银理财、苏银理财、杭银理财、宁银理财等银行理财公司发布2023年成绩单。2023年银行理财市场逐步回暖,规模企稳回升,部分理财公司管理规模逆势上涨。具体来看,浦银理财2023年共发行新产品1169只,截至2023年末存续产品数量超过1900只,管理规模已超过1万亿元(含委托管理);杭银理财全年新发产品943只,合计募集规模超7000亿元;苏银理财全年募集规模超10000亿元,2023年末管理规模超5200亿元;宁银理财全年发行产品超700只,理财产品销量超8000亿元,截至2023年末管理规模超过4000亿元。兴银理财产品规模守稳2.2万亿元大关,符合资管新规要求的产品规模占比接近99%,规模新增超千亿元。

同时,2023年银行理财子公司继续积极拓展行外代销渠道,尤其是行外渠道代销规模占比进一步增长。理财公司在不断拓展自身的他行代销渠道、逐渐减少对母行依赖,增强自身的竞争力。截至2023年末,已有27家银行理财子公司打通了行外代销渠道。其中,浦银理财行外代销规模2268亿元,较年初新增2204亿,增幅3450%;兴银理财去年代销合作机构超430家;苏银理财新增42家行外代销合作机构;杭银理财行外代销合作机构已经突破200家,代销规模近1200亿元;宁银理财行外渠道代销新增20家,规模全年增长100%。随着理财市场竞争日益激烈,理财公司应进一步提升其产品创新能力和投研能力,同时拓宽外部销售渠道,以提升理财产品规模。

理财产品“24小时不打烊”服务

近期招银理财、平安理财、光大理财、宁银理财等多家理财公司延长了部分固收类理财产品有效申购和赎回的交易时间,并将此类交易功能升级的产品取名为“理财夜市”。目前,“理财夜市”产品品种包括现金管理类理财产品以及小部分短债理财产品。

大部分理财产品的日切时分是T日(除周末和法定节假日外的交易日)的15:00~17:00,日切点受产品所投资资产的交易时间影响,不同机构产品投资范围不同、清算效率不同,日切时间也会有不同,存在15:30、16:00、16:30、17:00等时间节点。在日切点前进行申购、赎回的申请,通常在T+1日确认,若超过产品日切点,则会被视作第二日的交易申请。而“理财夜市”产品,可以将有效认购和赎回时间延长到T日的24时,将原来产品日切点后客户提交的申购、赎回申请,均计入当日申请。能够大幅缩短投资者资金等待的周期,让投资者避免错过节前交易时段或出现资金闲置,更好地让投资者体验灵活理财,为投资者提更多便利性。

2. 理财市场月度简况

2.1. 非保本理财产品

根据普益标准数据统计，2024年1月非保本理财产品发行3008只，同比增加47.5%，环比增加3.6%。1月份国有银行、股份制银行、城商行、农村金融机构、外资银行、理财子分别新发非保本理财产品73只、30只、707只、584只、58只和1556只。城商行、外资行和理财子公司新发产品数量较上月增加，其余均有所下滑。

表 1：不同类型银行 2024 年 1 月非保本理财发行数量（只）

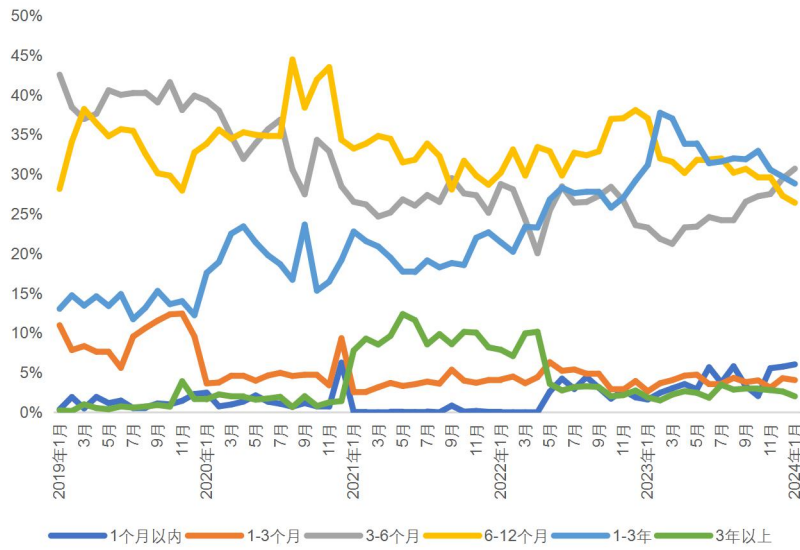
	国有行	股份行	城商行	农村金融机构	外资行	理财子	总计
2023年1月	84	72	594	609	44	636	2039
2月	99	45	686	824	33	863	2550
3月	140	51	831	924	23	1116	3085
4月	79	47	674	762	34	969	2565
5月	81	49	653	816	35	970	2604
6月	84	58	658	780	12	1031	2623
7月	64	52	624	694	21	984	2439
8月	100	49	712	713	24	1186	2784
9月	92	43	637	697	24	1091	2584
10月	75	45	595	601	26	943	2285
11月	77	55	731	727	41	1398	3029
12月	68	53	677	627	56	1422	2903
2024年1月	73	30	707	584	58	1556	3008

资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

从产品类型看，2024年1月净值型产品中，固定收益类、混合类和权益类、商品及金融衍生品类产品分别发行2860只、46只、15只和9只，固定收益类、混合类产品明显增多，而权益类和商品及衍生品类产品数量有所减少。

从发行期限看，2024年1月，1个月以内的净值型产品发行数量占比6%，1-3个月净值型产品发行数量占比4%，3-6个月净值型产品发行数量占比31%，6-12个月净值型产品发行数量占比26%，1-3年净值型产品发行数量占比29%，3年以上净值型产品发行数量占比2%。3-6个月产品占比有所抬升。

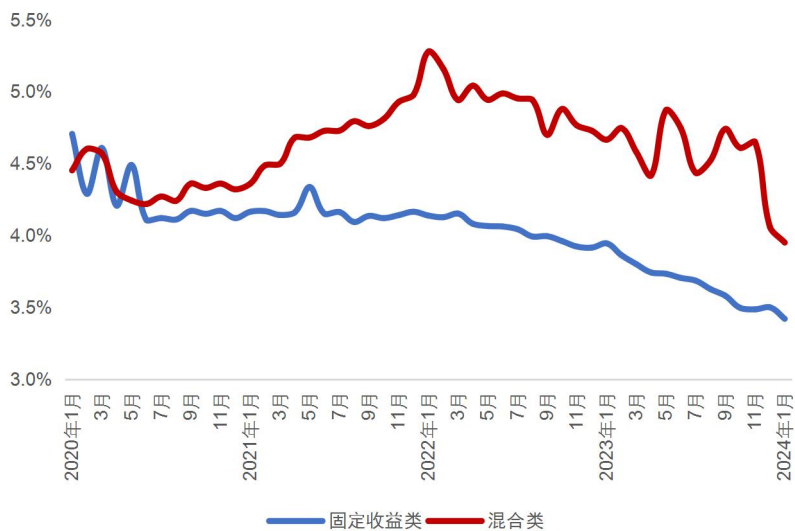
图 7：各期限净值型银行理财产品发行数量占比趋势



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

收益率方面，我们统计了净值型产品的平均业绩比较基准。2024 年 1 月，1 个月以内、1-3 个月、3-6 个月、6-12 个月、1-3 年、3 年以上业绩比较基准均值分别为 2.67%、3.04%、3.07%、3.58%、3.68%、4.13%；按产品类型划分，2024 年 1 月，净值型理财产品发行的业绩比较基准均值分别为固定收益类 3.42%、混合类 3.95%，混合类产品业绩比较基准持续下滑，或是受 A 股市场波动较大影响。固定收益类产品业绩比较基准同比下降 52BP，环比下降 8BP，混合类产品业绩比较基准同比下降 72BP，环比下降 11BP。

图 8：不同类型净值型产品业绩比较基准趋势



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

2.2. 理财子公司产品

截至 2024 年 1 月底，剔除从母行迁移至理财子公司的旧产品，统计由理财子公司新发的产品数量，1 月理财子公司共发行 1556 只理财产品，其中固定收益类 1531 只，混合类 14 只，

权益类 5 只,商品及金融衍生品类 6 只。

2024 年 1 月理财子公司发行的净值型理财产品业绩比较基准,按产品种类和期限分,业绩比较基准为绝对数值型的固定收益类产品中 3 个月以内 2.84%、3-6 个月为 2.92%、6-12 个月为 3.64%、1-3 年为 3.68%、3 年以上为 4.04%。

业绩比较基准为区间收益型的固定收益类产品中,3 个月以内 3.10%、3-6 个月为 3.09%、6-12 个月为 3.41%、1-3 年为 3.60%、3 年以上为 3.62%。总的来看,除期限在 3 个月以内的区间收益型固定收益类产品平均业绩比较基准小幅抬升外,其余期限类型平均业绩比较基准均有所下滑,且 3 年以上下滑较为显著。

业绩比较基准为绝对数值型的混合类产品中 3 个月以内为 3.26%、3-6 个月为 3.25%、1-3 年为 3.85%。业绩比较基准为区间收益型的混合类产品中,1-3 年为 3.90%、3 年以上为 5.00%。

表 2: 2024 年 1 月理财子公司新发理财产品平均业绩比较基准(固定收益类-绝对数值型)

日期	3 个月以内	3-6 个月	6-12 个月	1-3 年	3 年以上
2023 年 1 月	2.57%	3.27%	4.02%	4.44%	4.85%
2 月	2.98%	3.14%	3.89%	4.27%	5.01%
3 月	2.86%	3.02%	3.75%	4.23%	4.96%
4 月	2.76%	3.07%	3.66%	4.16%	4.80%
5 月	2.95%	3.07%	3.66%	4.10%	4.60%
6 月	3.03%	3.18%	3.56%	4.18%	5.02%
7 月	2.95%	3.06%	3.47%	4.13%	4.42%
8 月	2.82%	3.06%	3.53%	4.07%	4.44%
9 月	2.90%	2.97%	3.65%	4.01%	4.65%
10 月	2.98%	2.90%	3.59%	3.93%	3.74%
11 月	3.08%	2.93%	3.59%	3.88%	4.24%
12 月	2.80%	2.99%	3.60%	3.86%	4.10%
2024 年 1 月	2.84%	2.92%	3.64%	3.68%	4.04%

资料来源:普益标准,华宝证券研究创新部

表 3: 2024 年 1 月理财子公司新发理财产品平均业绩比较基准(固定收益类-区间收益型)

日期	3 个月以内	3-6 个月	6-12 个月	1-3 年	3 年以上
2023 年 1 月	3.24%	3.16%	3.69%	4.28%	4.90%
2 月	3.17%	3.24%	3.63%	4.24%	4.60%
3 月	2.91%	3.09%	3.53%	3.93%	4.45%
4 月	2.86%	3.10%	3.40%	3.90%	4.74%
5 月	3.02%	3.10%	3.35%	3.80%	4.28%
6 月	2.94%	3.04%	3.38%	3.92%	4.26%
7 月	3.07%	3.15%	3.40%	3.79%	4.25%
8 月	2.94%	3.19%	3.48%	3.79%	4.26%
9 月	3.02%	3.11%	3.43%	3.73%	3.92%
10 月	2.99%	3.07%	3.45%	3.74%	4.02%
11 月	3.16%	3.11%	3.45%	3.71%	3.84%
12 月	3.04%	3.11%	3.42%	3.73%	4.00%
2024 年 1 月	3.10%	3.09%	3.41%	3.60%	3.62%

资料来源:普益标准,华宝证券研究创新部

注:发行机构为理财子公司的固定收益类产品,其业绩比较基准为区间收益的,计算区间收益上下限的平均值。

表 4：2024 年 1 月理财子公司新发理财产品平均业绩比较基准(混合类-绝对收益型)

日期	3 个月以内	3-6 个月	6-12 个月	1-3 年	3 年以上
2023 年 1 月				5.09%	4.90%
2 月		3.60%	4.00%	5.23%	4.85%
3 月	3.25%		5.30%	5.00%	5.07%
4 月	3.28%			4.70%	5.15%
5 月			5.40%	4.25%	5.55%
6 月					5.53%
7 月			4.25%	5.30%	5.50%
8 月				4.45%	5.53%
9 月				3.90%	5.60%
10 月		5.20%		3.90%	5.50%
11 月				5.10%	
12 月		3.80%	4.00%	4.55%	
2024 年 1 月	3.26%	3.25%		3.85%	

资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

表 5：2024 年 1 月理财子公司新发理财产品平均业绩比较基准(混合类-区间收益型)

日期	3 个月以内	3-6 个月	6-12 个月	1-3 年	3 年以上
2023 年 1 月			4.50%	4.95%	
2 月		5.00%		5.16%	5.25%
3 月	4.42%		4.25%	4.92%	5.00%
4 月	3.15%		4.80%	4.75%	
5 月	3.25%	3.25%	4.38%	4.87%	
6 月		4.50%	4.38%	4.62%	5.00%
7 月			4.45%	4.56%	
8 月	3.28%	3.43%		4.40%	
9 月	3.46%		3.35%	4.61%	4.75%
10 月	4.40%	3.30%		4.37%	
11 月		3.68%	3.40%	3.40%	
12 月	4.60%		4.50%	3.95%	4.25%
2024 年 1 月				3.90%	5.00%

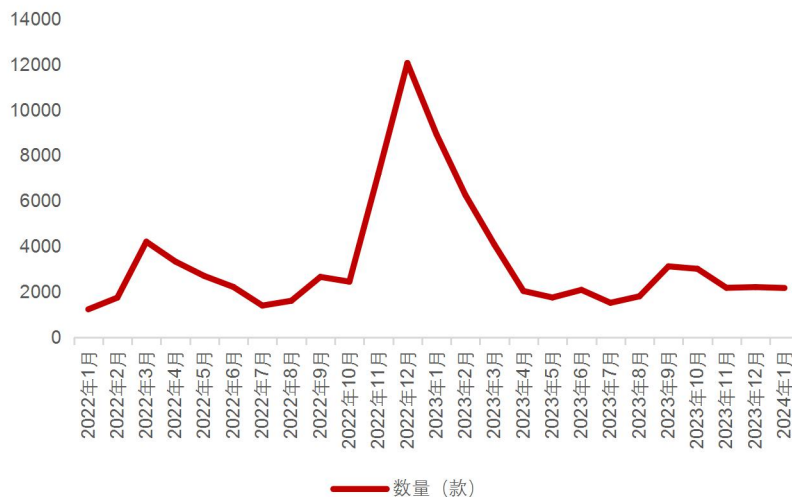
资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

注：发行机构为理财子公司的混合类产品，其业绩比较基准为区间收益的，计算区间收益上下限的平均值

2.3. 产品破净情况

根据普益标准数据，2024 年 1 月出现破净的理财产品共 2158 只，占全市场存续产品数量的 3.88%（上月为 4.03%）。破净情况较上月继续改善。

图 9：理财产品破净情况（款）



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

根据产品类型来看，2024年1月破净的产品中，固定收益类产品1085只，混合类产品762只，权益类产品109只，商品及金融衍生品类产品202只，本月份混合类产品破净数量较上月增多，其余类型产品破净情况有所改善。

根据发行机构类型来看，理财子公司发行的存续产品中，共有1730只产品在2024年1月出现破净现象，城商行286只，农商行133只；股份制行7只；国有行出现破净情况的产品数量较少，为2只。

根据产品期限来看，2024年1月出现破净情况的产品依旧集中在在1年(不含)-3年(含)，共有1052只出现破净情况，其次是6个月-1年(含)的产品，共有321只。

2.4. 产品跟踪——量化中性策略理财产品

2023年，A股市场呈震荡行情，赚钱难度明显提升。而量化策略表现亮眼，也受到了投资者的关注和认可，市场迎来量化研究的“小高潮”，中性策略、指数增强、套利策略、CTA、量化选股等量化策略在市场中涌现。

在各量化策略中，量化中性策略追求绝对收益，对市场波动敏感性很低。主要是通过基本面、量价等维度选择具有Alpha能力的股票，并通过股指期货、融券等工具对冲市场风险，以获得稳定的收益。长期来看，量化中性策略收益高于债券类策略，同时回撤并不大，能够给投资人带来较好的收益体验。因此对于整体风险偏低、相对偏稳健的银行理财而言，更适合采用风险较小的量化中性策略。

目前共有4家理财公司发行6只量化中性策略产品，分别为工银理财、浦银理财、南银理财和信银理财。工银理财发行2只，为工银理财·两权其美私银尊享市场中性混合类6个月定期开放式理财产品1号(公募)和工银理财·全鑫权益市场中性混合类封闭式理财产品(公募)；浦银理财发行2只，为浦银私银-浦享增益2301期(公募)和浦银多元系列之益恒利多资产3号(公募)；南银理财和信银理财各发行1只，分别为南银理财盈瑞欣远量化中性1期399天私募封闭式人民币理财产品和信银理财智慧象FOF中性1号理财产品(私募)。6只产品中5只产品仍在存续，工银理财·全鑫权益市场中性混合类封闭式理财产品已于2022年1月10日到期。从产品发行方式来看，存续产品中，3只为公募产品，2只为私募产品。

以工银理财·两权其美私银尊享市场中性混合类6个月定期开放式理财产品1号和浦银多元系列之益恒利多资产3号为例。

根据产品说明书，工银理财·两权其美私银尊享市场中性混合类6个月定期开放式理财产品1号的投资策略一方面通过固定收益类、权益类等资产的配置，获得产品基础投资收益，另一方面进行固定收益、权益等资产的择机交易，增强产品收益。同时配置一定比例的市场中性策略资产，配置比例不超过50%，以部分对冲市场风险，降低投资组合在系统性风险上的暴露，在获取收益的同时提供一定的防御性。

从产品本身来看，该产品为混合类产品，风险等级均为PR3（中风险）。销售对象为私人银行客户。产品开放日为每年3月、9月第一个为工作日的星期二（如遇节假日则顺延至下一个星期二）。业绩比较基准为3.90%。产品投资范围为投资于固定收益类资产的比例为0%-80%，投资于权益类资产的比例为0%-50%，投资于商品及金融衍生品类资产的投资比例为0%-20%。

表6：理财产品要素表1

产品名称	工银理财·两权其美私银尊享市场中性混合类6个月定期开放式理财产品1号
运作模式	定期开放式
产品类型	混合类
业绩比较基准	3.90%
投资期限	6个月，每年3月、9月第一个为工作日的星期二开放（如遇节假日则顺延至下一个星期二）
风险等级	三级（中）
起购起点	50万元起购，以1000元的整数倍递增
投资策略	投资于固定收益类资产的比例0%-80%，投资于权益类资产的比例0%-50%，投资于商品及金融衍生品类资产的比例0%-20%
认购费/申购费	无
赎回费	根据份额持有期限收取赎回费：持有期限小于30天（不含），1.0%；持有期限30天（含）至180天（不含），0.5%；持有期限180天（含）以上，0.0%
销售服务费	0.30%/年
固定管理费	0.20%/年
托管费	0.02%/年

资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

根据产品说明书，浦银多元系列之益恒利多资产3号以绝对收益为目标，通过大类资产的多元化配置，在控制风险和回撤的基础上，力争实现产品中长期的稳健收益回报。主要通过通过对宏观经济和市场估值水平的判断构建大类资产配置框架，通过定性和定量的投资研究，对市场、行业、大类资产做出研判，挑选具有稳定回报特征的资产构建组合，根据不同时期市场的流动性、估值以及细分行业的风险收益特点，在法律法规以及本产品允许范围内对债券、非标以及权益资产进行动态配置调整。

从产品本身来看，该产品为固定收益类产品，风险等级均为PR2（中低风险）。产品为封闭式产品，期限为460天（到期日为2024年5月7日）。业绩比较基准为4.35%（A类份额）。产品投资范围为投资于固定收益类资产的比例不低于80%，其中投资非标类资产的比例为0%-49%，投资于权益类资产和商品及金融衍生品类资产的投资比例合计不高于20%。

表 7：理财产品要素表 2

产品名称	浦银多元系列之益恒利多资产 3 号 (A 份额：个人投资者)
运作模式	封闭式
产品类型	固定收益类
业绩比较基准	4.35%
投资期限	460 天，到期日为 2024 年 5 月 7 日
风险等级	二级（中低）
起购起点	1 元，以 1 元整数倍递增
投资策略	投资于固定收益类资产的比例不低于 80%，其中投资非标类资产的比例为 0%-49%，投资于权益类资产和商品及金融衍生品类资产的比例合计不高于 20%
认购费/申购费	无
赎回费	无
销售服务费	0.35%/年
固定管理费	0.15%/年
托管费	0.03%/年
浮动管理费	产品存续期投资资产组合净值扣除销售服务费、托管费、固定管理费后的折合年化收益率超过业绩比较基准的，收取 50% 浮动管理费

资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

3. 风险提示

本报告部分数据基于数据供应商，可能为市场不完全统计数据，旨在反应市场趋势而非准确数量，所载任何意见及推测仅反映于本报告发布当日的判断。

理财产品业绩比较基准及过往业绩并不预示其未来表现，亦不构成投资建议，不代表推介。

分析师承诺

本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告，本报告清晰准确地反映本人的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体建议或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

风险提示及免责声明

- ★ 华宝证券股份有限公司具有证券投资咨询业务资格。
- ★ 市场有风险，投资须谨慎。
- ★ 本报告所载的信息均来源于已公开信息，但本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。
- ★ 本报告所载的任何建议、意见及推测仅反映本公司于本报告发布当日的独立判断。本公司不保证本报告所载的信息于本报告发布后不会发生任何更新，也不保证本公司做出的任何建议、意见及推测不会发生变化。
- ★ 在任何情况下，本报告所载的信息或所做出的任何建议、意见及推测并不构成所述证券买卖的出价或询价，也不构成对所述金融产品、产品发行或管理人作出任何形式的保证。在任何情况下，本公司不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的承诺或担保。投资者应自行决策，自担投资风险。
- ★ 本公司秉承公平原则对待投资者，但不排除本报告被他人非法转载、不当宣传、片面解读的可能，请投资者审慎识别、谨防上当受骗。
- ★ 本报告版权归本公司所有。未经本公司事先书面授权，任何组织或个人不得对本报告进行任何形式的发布、转载、复制。如合法引用、刊发，须注明本公司出处，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。
- ★ 本报告对基金产品的研究分析不应被视为对所述基金产品的评价结果，本报告对所述基金产品的客观数据展示不应被视为对其排名打分的依据。任何个人或机构不得将我方基金产品研究成果作为基金产品评价结果予以公开宣传或不当引用。

适当性申明

- ★ 根据证券投资者适当性管理有关法规，该研究报告仅适合专业机构投资者及与我司签订咨询服务协议的普通投资者，若您为非专业投资者及未与我司签订咨询服务协议的投资者，请勿阅读、转载本报告。