



Research and
Development Center

1 月末“固收+”产品存续数量提升——银行理财月度跟踪 (2025.1)

银行

2025 年 2 月 10 日

证券研究报告

行业研究

行业月报

银行

投资评级 看好
上次评级 看好

张晓辉 银行业分析师

执业编号: S1500523080008

邮箱: zhangxiaohui@cindasc.com

信达证券股份有限公司

CINDA SECURITIES CO., LTD

北京市西城区宣武门西大街甲127号金隅大厦
B座

邮编: 100031

1月末“固收+”产品存续数量提升——银行理财月度跟踪（2025.1）

2025年02月10日

本期内容提要:

➤ 破净及达基率情况:

1) 破净率近期波动平缓: 截至1月底, 全市场理财产品破净率为3.48%, 环比上升1.08个百分点; 2) 理财产品达基率相对稳定: 截至1月末, 封闭式理财产品达基率为87.51%, 开放式产品达基率为64.96%。

➤ 净值型产品存续情况及净值变动:

1) 净值型产品数量下降: 截至1月底, 存续的净值型理财产品共计1.95万只, 较上月环比下降2.25%; 2) 净值波动压力缓解: 1月净值相对前期下跌的产品5163只, 占14.34%; 1月31日净值相对前期下跌的产品数量为44只, 占比4.22%。

发行市场情况: 1月最后一周(1.27-1.31)产品发行总数877款:

1) 收益类型: 发行理财产品877款, 非保本型产品877款, 市场占比100%; 2) 期限类型: 1-3个月期限产品发行量占比上升。

到期市场情况: 1月最后一周(1.27-1.31)理财产品到期71款:

1) 收益类型: 非保本型到期产品较前一周占比持平; 2) 期限类型: 3-6个月期限到期产品较前一周占比下降; 3) 基础资产: 与前一周相比, 利率类、票据类、信贷资产类和其他类到期产品占比上升。

理财收益情况:

截至2025年1月31日, 全市场各期限理财产品预期年化收益率分别为: 1周2.15%、1个月2.12%、3个月2.43%、6个月2.57%、1年3.05%, 与前值相比下降。

理财公司产品:

1) 发行节奏边际加快: 2025年1月, 共31家理财公司新发行了理财产品合计3116只, 较上月减少1276只。其中, 招银理财较上月增加69只, 上银理财新发产品数量较上月增加26只。2) 兴银理财存续产品数量领先: 截至2025年1月末, 31家理财公司存续产品共42593只, 其中, 兴银理财最多, 占比9.92%。

➤ “固收+”及FOF型理财产品动态:

1) “固收+”基金收益率逐步修复: 2019年末至2024年12月末, 偏债混合型基金、混合债券型一级、二级基金累计收益率分别为19.99%、20.89%、18.03%。1月“固收+”产品超5.2万款, 理财公司“固收+”占比78.42%。根据普益标准, 1月全市场“固收+”理财产品共计52290款, 其中, 多种资产类别最多, 为41398款, 占比79.17%, 此外, 非标、基金、衍生金融工具占比分别为6.05%、7.10%、3.93%。从机构角度来看, 1月理财公司发行“固收+”产品最多, 占比78.42%。此外, 城商行和农商行最多, 分别占比13.98%和7.46%。2) 工银理财、农银理财FOF产品数量领先:

2025年1月31日，理财子公司存续的 FOF 型产品共有 168 只；工银理财、农银理财 FOF 型产品数目最多，分别为 38 只和 28 只。

➤ **投资建议：**

我们认为，1) 可以重点关注国企改革背景下，基本功扎实+低估值，且理财业务具备规模效应的全国性银行：邮储银行、农业银行、中信银行。2) 长期高业绩景气/区域新亮点/小微复苏优质区域行，理财业务持续发力，齐鲁银行，宁波银行等。3) 风险缓释有望带来估值修复、活跃资本市场下具备财富管理优势的招商银行等。

➤ **风险因素：**宏观经济增速下行；政策落地不及预期；部分银行理财业务调整等。

一、理财市场概览：破净、达基率等	6
1.1 破净跟踪：1月末破净率为3.48%	6
1.2 达基跟踪：1月末封闭式产品达基率为87.51%，开放式产品达基率为64.96%	6
二、净值型理财产品重点跟踪	7
2.1 存续结构	7
2.2 收益：1月最后一日净值负增长产品占比为4.22%	8
2.3 可参考理财产品净值情况	9
三、发行市场情况	10
3.1 1月理财产品新发数量增速有所下降	10
3.2 保本理财产品已基本清零	11
3.3 1月新发产品中12-24个月占比最大	11
3.4 1月新发产品中封闭式净值型占比下降	12
3.5 1月兴银理财、信银理财发行数量居前	13
四、到期市场情况	13
4.1 1月最后一周非保本型到期产品占比持平	13
4.2 1月最后一周3-6个月期限到期产品占比下降	13
4.3 1月最后一周，利率类、票据类、信贷资产类和其他类到期产品占比上升	14
五、理财收益情况	14
5.1 全市场1年理财产品收益率波动下降	14
5.2 农商行1个月理财收益率与上月相比上升	15
5.3 大行、股份行、城商行和农商行6个月理财收益率与上年相比下降	15
六、理财公司产品情况一览	16
6.1 理财公司产品概述	16
6.2 12月理财公司新发产品数量环比增加	16
6.3 最近12个月，兴银理财、信银理财和浦银理财产品发行数量位于前三	18
6.4 理财产品投资期限以12-24个月、3-6个月为主	19
6.5 理财子公司产品运作模式以封闭式净值型为主	19
七、行业及公司动态追踪	19
7.1 行业动态	19
7.2 公司动态	21
7.3 “固收+”基金产品规模呈近期回升趋势，收益率逐步修复	22
7.4 FOF型理财产品成热点，固收类比重较大	23
八、投资建议	23
九、风险因素	23

表目录

表1：上月披露净值产品收益情况	9
表2：各期限的理财产品发行情况	12
表3：各运作模式的理财产品发行情况	12
表4：各收益类型的理财产品到期情况	13
表5：各期限的理财产品到期情况	14
表6：各基础资产的理财产品到期情况	14

图 目 录

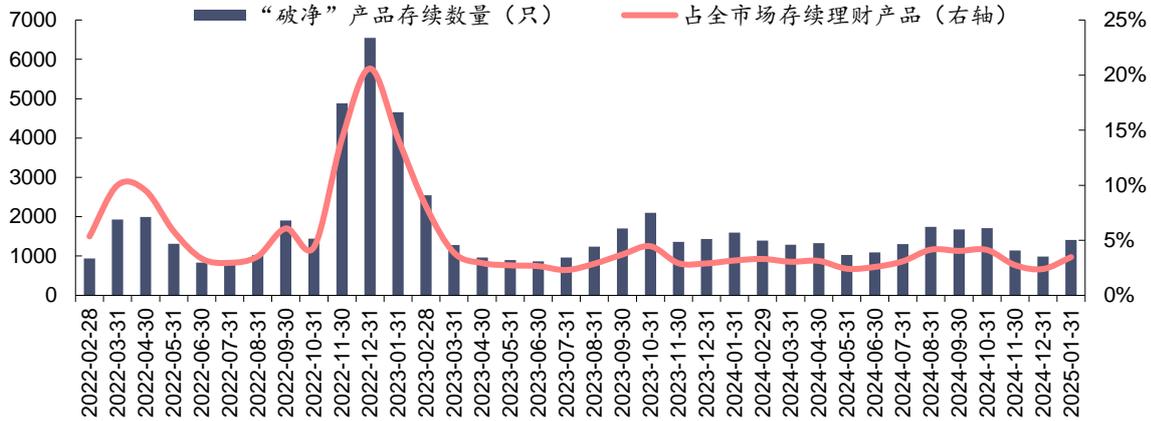
图 1: 理财产品 2025 年 1 月末破净率为 3.48%.....	6
图 2: 封闭式理财产品 2025 年 1 月末达基率为 87.51%.....	6
图 3: 开放式理财产品 2025 年 1 月末达基率为 64.96%.....	6
图 4: 各理财公司到期兑付产品业绩比较基准达标率 (2025-1-01 至 2025-1-31)	7
图 5: 结构性存款规模 (亿元)	7
图 6: 净值型产品存续数量	7
图 7: 各运作类型存续产品数量市场占比	8
图 8: 净值型存续产品中各风险等级数量占比	8
图 9: 净值型存续产品中, 各投资性质数量占比	8
图 10: 净值型存续产品中, 各期限结构的数量占比	8
图 11: 2020 年渝农商理财江渝财富天添金兴时 1 年定开 2 号 (元)	9
图 12: 中邮理财邮银财富惠农鸿运 2022 年第 13 期 (元)	9
图 13: 汇华理财汇裕 2024 年 001 期 (元)	10
图 14: 青银理财璀璨人生田园(共享)2023 年 001 期 (元)	10
图 15: 理财产品发行数量及增速	10
图 16: 理财产品按收益类型发行数量 (只)	11
图 17: 理财产品按委托期限发行数量 (只)	11
图 18: 理财产品按运作模式发行数量 (只)	12
图 19: 2025 年初至 1 月底发行数量前十大机构 (款)	13
图 20: 2025 年 1 月发行数量前十大机构占比	13
图 21: 全市场理财产品收益率 (%)	15
图 22: 1 个月理财产品收益率 (%)	15
图 23: 6 个月理财产品收益率 (%)	16
图 24: 理财公司新发产品数量对比 (只)	16
图 25: 理财公司存续期内产品数量 (只)	17
图 26: 主要理财公司的产品发行数量 (只)	18
图 27: 主要理财公司的产品投资期限 (2019.7.1-2025.1.31)	19
图 28: 主要理财公司的产品运作模式 (2019.7.1-2025.1.31)	19
图 29: 公募“固收+”基金规模变动 (亿元)	22
图 30: 公募“固收+”指数的业绩表现	22
图 31: “固收+”产品资产类别一览	23
图 32: 理财公司发行“固收+”产品最多	23
图 33: 公募“固收+”指数的业绩表现	23

一、理财市场概览：破净、达基率等

1.1 破净跟踪：1 月末破净率为 3.48%

近期破净率波动较为平缓。从破净情况来看，2022 年 11 月受债市下跌影响全市场理财产品破净率不断上升，到 12 月达到峰值 20.60%，而后逐步平稳回调。据 Wind 最新的统计数据，截至 2025 年 1 月底，全市场理财产品破净产品存续数量为 1413 只，占全市场存续理财产品数量的 3.48%，环比上升 1.08 个百分点。

图 1：理财产品 2025 年 1 月末破净率为 3.48%



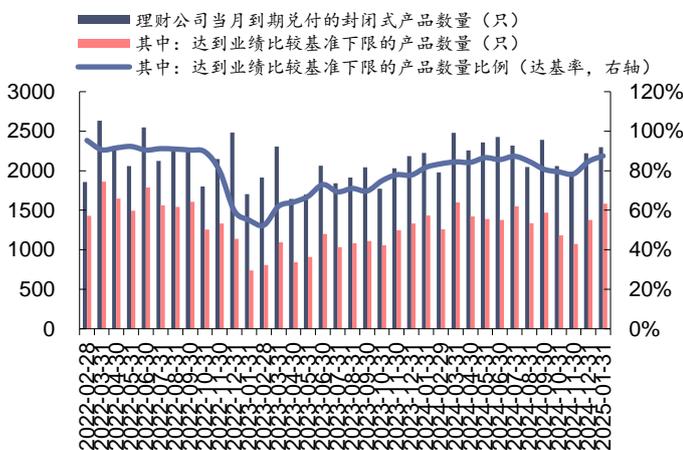
资料来源：Wind，信达证券研发中心

1.2 达基跟踪：1 月末封闭式产品达基率为 87.51%，开放式产品达基率为 64.96%

截至 2025 年 1 月底，封闭式理财产品达基率有所上升。截至 2024 年 12 月底，理财公司当月到期兑付的封闭式产品数量为 1977 只，其中达到业绩比较基准下限的产品数量为 1377 只，封闭式理财产品达基率为 84.63%，环比上行 6.24 个百分点。截至 2025 年 1 月底，理财公司当月到期兑付的封闭式产品数量为 2298 只，其中达到业绩比较基准下限的产品数量为 1583 只，封闭式理财产品达基率为 87.51%，环比上行 3.4 个百分点。

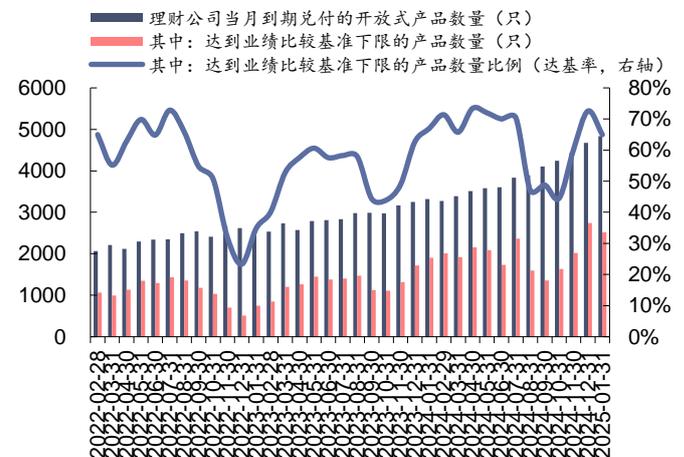
截至 2025 年 1 月底，开放式理财产品达基率有所下降。截至 2024 年 12 月底，理财公司当月到期兑付的开放式产品数量为 4676 只，其中达到业绩比较基准下限的产品数量为 2742 只，开放式理财产品达基率为 72.56%，环比上行 12.38 个百分点。截至 2025 年 1 月底，理财公司当月到期兑付的开放式产品数量为 4834 只，其中达到业绩比较基准下限的产品数量为 2516 只，开放式理财产品达基率为 64.96%，环比下行 7.6 个百分点。

图 2：封闭式理财产品 2025 年 1 月末达基率为 87.51%



资料来源：普益标准，信达证券研发中心

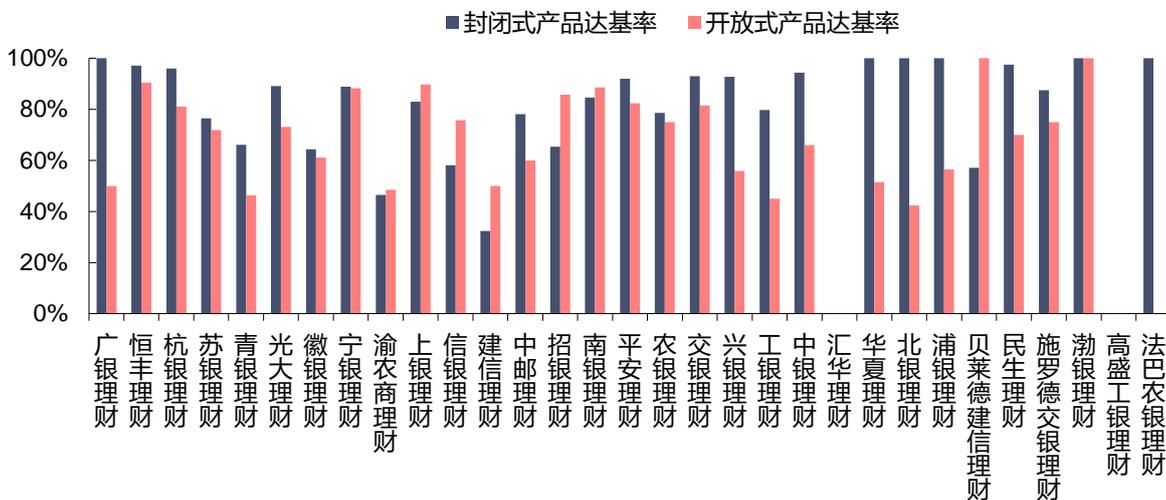
图 3：开放式理财产品 2025 年 1 月末达基率为 64.96%



资料来源：普益标准，信达证券研发中心

理财公司产品层面，截至 2025 年 1 月 31 日，封闭式产品中，信银理财、兴银理财和平安理财等公司的达基产品总数居前，分别为 173、89 和 69 只，而北银理财、浦银理财、华夏理财、渤海理财、广银理财和法巴农银理财产品达基率最高，均为 100%。开放式产品中，工银理财和兴银理财的达基产品总数居前，分别为 343 和 283 只，而贝莱德建信理财和渤海理财产品达基率最高，均为 100%。

图 4：各理财公司到期兑付产品业绩比较基准达标率（2025-1-01 至 2025-1-31）



资料来源：普益标准，信达证券研发中心

二、净值型理财产品重点跟踪

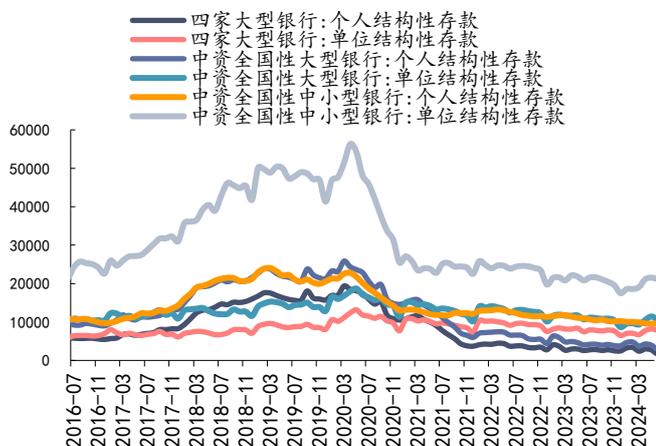
2.1 存续结构

2.1.1 净值型理财产品存续数量

受到结构性存款压降的影响，近年来银行理财规模呈现下降趋势。从整体规模来看，结构性存款规模在 2020 年 5 月份突破 14 万亿元，达到峰值后开始压降。据 Wind 最新的统计数据，截至 2024 年 1 月底，规模已下降至 4.84 万亿，同比下降 1.66%。

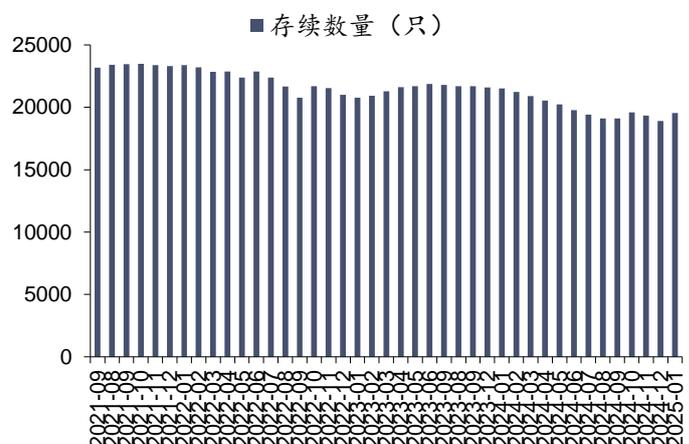
截至 2025 年 1 月底，净值型产品存续数量有所上升。截至 2024 年 12 月底，存续的净值型理财产品共计 1.89 万只，环比下降 2.25%。截至 2025 年 1 月底，存续的净值型理财产品共计 1.95 万只，环比上升 3.43%。

图 5：结构性存款规模（亿元）



资料来源：Wind，信达证券研发中心
 注：该数据更新有一到两个月的滞后

图 6：净值型产品存续数量



资料来源：Wind，信达证券研发中心
 注：“存续数量”为截至当月最后一天的存续数量

2.1.2 封闭式净值型产品数量占比最大

按运作类型，截至 2025 年 1 月 31 日，封闭式净值型存续产品数量占比最高，为 50.52%。封闭式非净值型 425 只，占比 1.22%；封闭式净值型 17605 只，占比 50.52%；开放式非净值型 140 只，占比 0.40%；开放式净值型 16680 只，占比 47.86%。

按风险等级，截至 2025 年 1 月 31 日，R2 等级的净值型产品占比最高，为 77.45%。存续的净值型产品中，R1 共 2860 只，占比 8.33%；R2 共 26580 只，占比 77.45%；R3 共 3680 只，占比 10.72%；R4 共 820 只，占比 2.39%；R5 共 381 只，占比 1.11%。

图 7：各运作类型存续产品数量市场占比

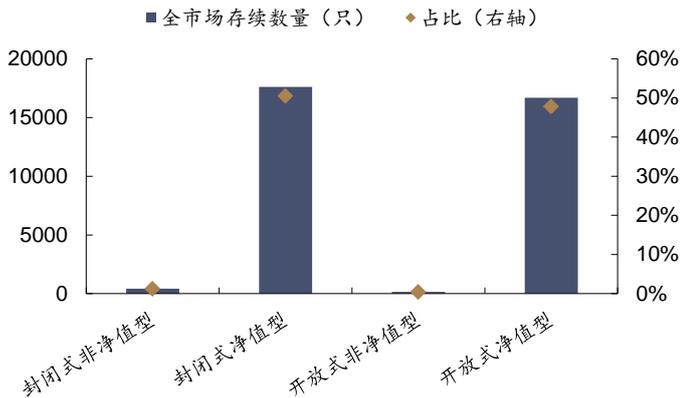
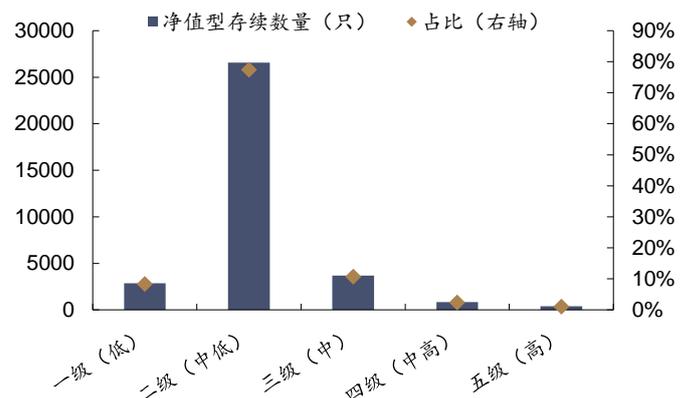


图 8：净值型存续产品中各风险等级数量占比



资料来源：中国理财网，信达证券研发中心（注：截至 2025 年 1 月 31 日）

资料来源：中国理财网，信达证券研发中心（注：截至 2025 年 1 月 31 日）

2.1.3 固收类占比 91.53%

按投资性质，截至 2025 年 1 月 31 日，净值型存续产品中固收类占比最高，为 91.53%。存续的净值型产品中，固收类 31400 只，占比 91.53%；权益类、商品及金融衍生品类、混合类分别为 1080 只、26 只、1800 只，占比分别为 3.15%、0.08%、5.25%。

按期限结构，截至 2025 年 1 月 31 日，净值型存续产品中 1 年以上占比最高，为 37.39%。存续的净值型产品中，T+0 共 7880 只，占比 22.95%；7 天以内、7 天-1 个月分别为 760 只、440 只，分别占比 2.21%、1.28%；1-3 个月、3-6 个月、6-12 个月、1 年以上占比分别为 3.09%、11.12%、21.96%、37.39%。

图 9：净值型存续产品中，各投资性质数量占比

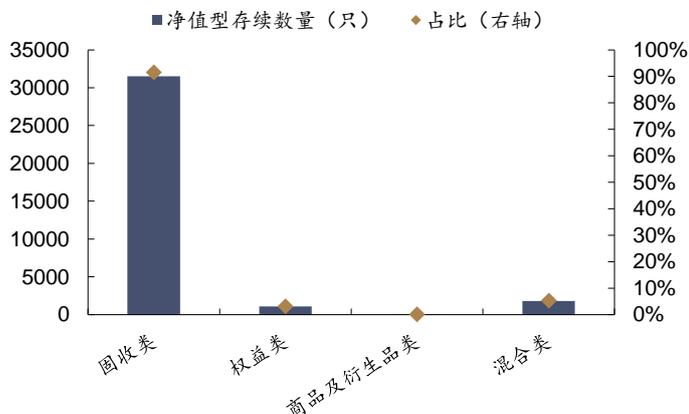
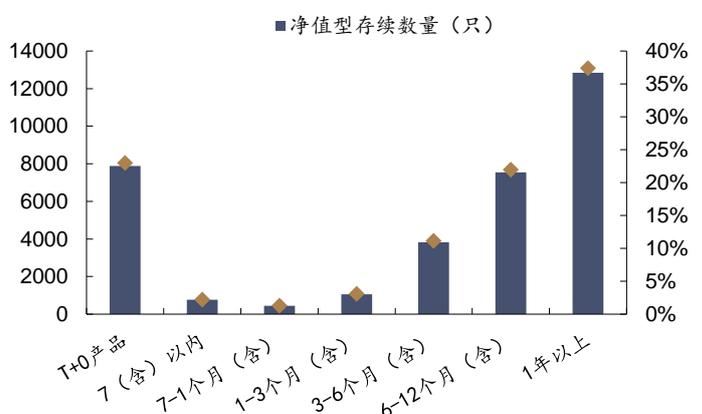


图 10：净值型存续产品中，各期限结构的数量占比



资料来源：中国理财网，信达证券研发中心（注：截至 2025 年 1 月 31 日）

资料来源：中国理财网，信达证券研发中心（注：截至 2025 年 1 月 31 日）

2.2 收益：1 月最后一日净值负增长产品占比为 4.22%

2025年1月披露净值的理财产品共计35955款，其中披露时间为上月最后一日（1月31日）的产品1043款。两类样本的净值增长率均大多处于0%-0.5%之间。

其中披露上月最后一日净值的产品样本中，净值相对前期下跌的产品数量为44只，占比4.22%，净值增长率中位数为0.04%；披露上月净值的产品样本中，净值相对前期下跌的产品数量为5163只，占14.34%，净值增长率中位数为0.03%。

表1：上月披露净值产品收益情况

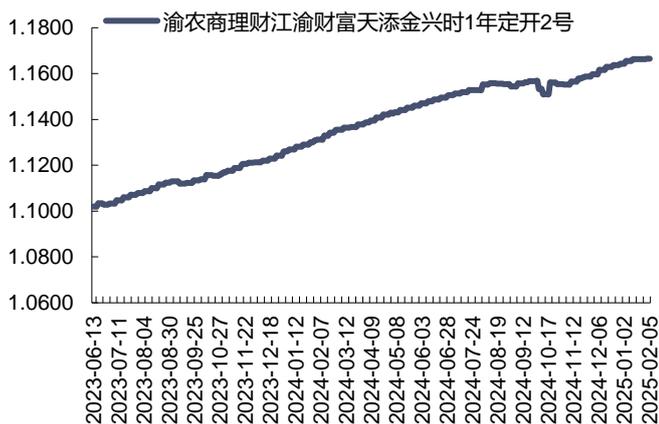
	披露上月最后一日产品净值	披露上月产品净值
产品数量合计（款）	1043	35,995
其中：净值增长率小于0	数量（只） 占比	数量（只） 占比
	44 4.22%	5,163 14.34%
其中：净值增长率在0-0.5%区间	数量（只） 占比	数量（只） 占比
	999 95.78%	30,541 84.85%
其中：净值增长率大于0.5%	数量（只） 占比	数量（只） 占比
	0 0.00%	278 0.77%
净值增长率中位数	0.04%	0.03%
净值增长率平均值	0.04%	0.04%
净值增长率最大值	0.20%	9.73%
净值增长率最小值	-0.12%	-5.78%

资料来源：Wind，信达证券研发中心

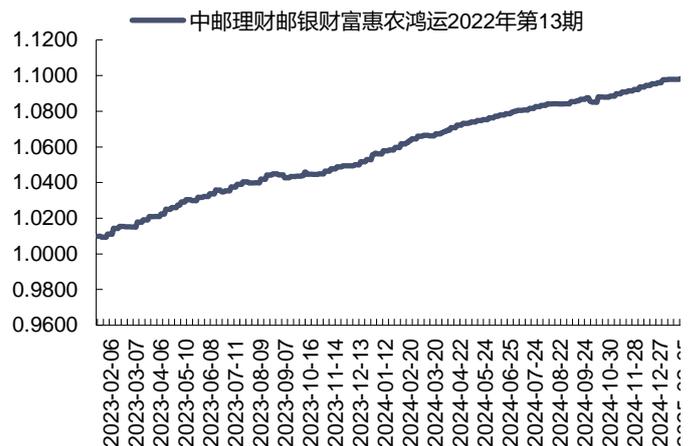
注：筛选条件包括（1）披露时间在上月内；（2）净值有波动，单位净值、累计净值不为1.0000

2.3 可参考理财产品净值情况

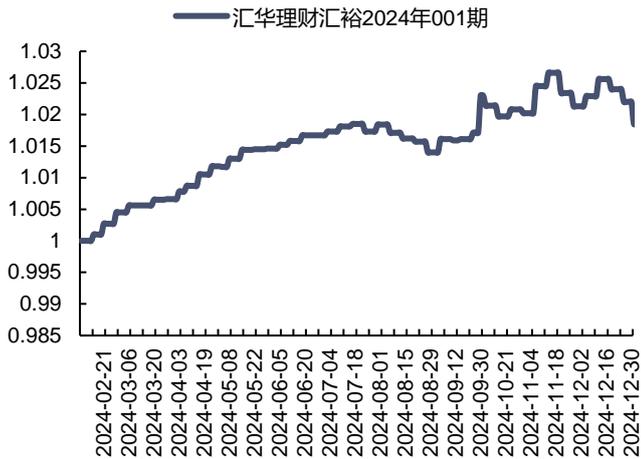
图 11：2020 年渝农商理财江渝财富天添金兴时 1 年定开 2 号(元) 图 12：中邮理财邮银财富惠农鸿运 2022 年第 13 期(元)



资料来源：Wind，信达证券研发中心



资料来源：Wind，信达证券研发中心

图 13: 汇华理财汇裕 2024 年 001 期 (元)


资料来源: Wind, 信达证券研发中心

图 14: 青银理财璀璨人生田园(共享)2023 年 001 期 (元)

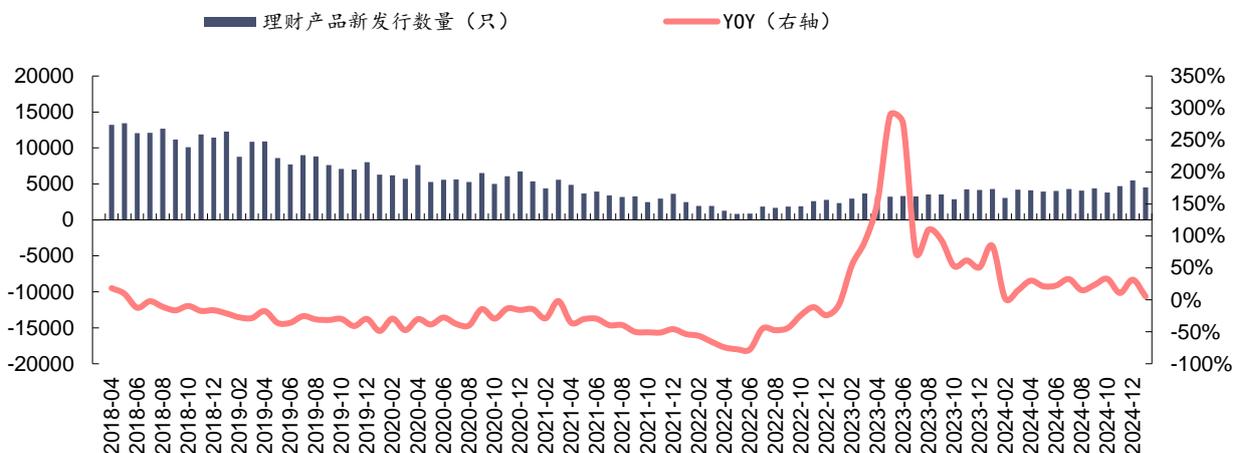

资料来源: Wind, 信达证券研发中心

三、发行市场情况

3.1 1 月理财产品新发数量增速有所下降

目前全市场发行理财产品的数量呈现波动上升趋势。自 2018 年 1 月起,理财产品发行数量同比波动下降,2019 年调整后发行量回升,后受银行高息存款、股债市场等因素的影响,发行数量总体下跌明显,近期呈波动回升态势。

2025 年 1 月,全市场理财产品发行数量同比增长约 5.31%。2017 年 11 月资管新规征求意见稿的发布,使得各银行积极探索理财转型之路,尤其是结构性存款的压降,使得银行理财规模降速加快。2025 年 1 月,全市场理财产品发行数量为 4505 款,同比上升 5.31%,增速较去年 12 月有所下降。

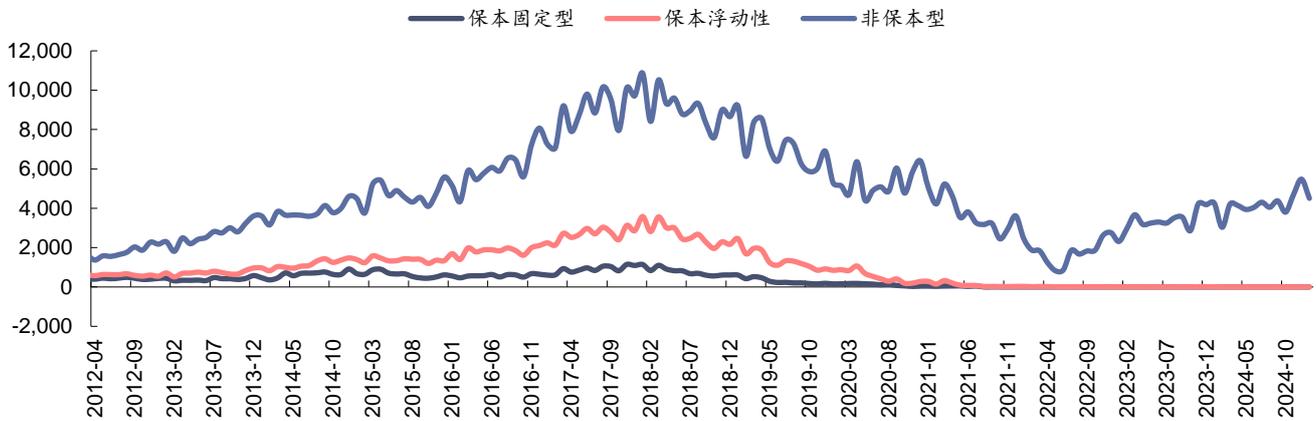
图 15: 理财产品发行数量及增速


资料来源: Wind, 信达证券研发中心

3.2 保本理财产品已基本清零

非保本理财产品规模同比上升，保本理财产品已基本清零。受理财产品规模整体压降的影响，自2018年起，非保本理财产品发行数量持续下降，2025年1月，非保本型理财产品当月发行数量为4505款，同比上升5.50%；保本固定型、保本浮动型产品当月发行数量均为0只。

图 16: 理财产品按收益类型发行数量 (只)

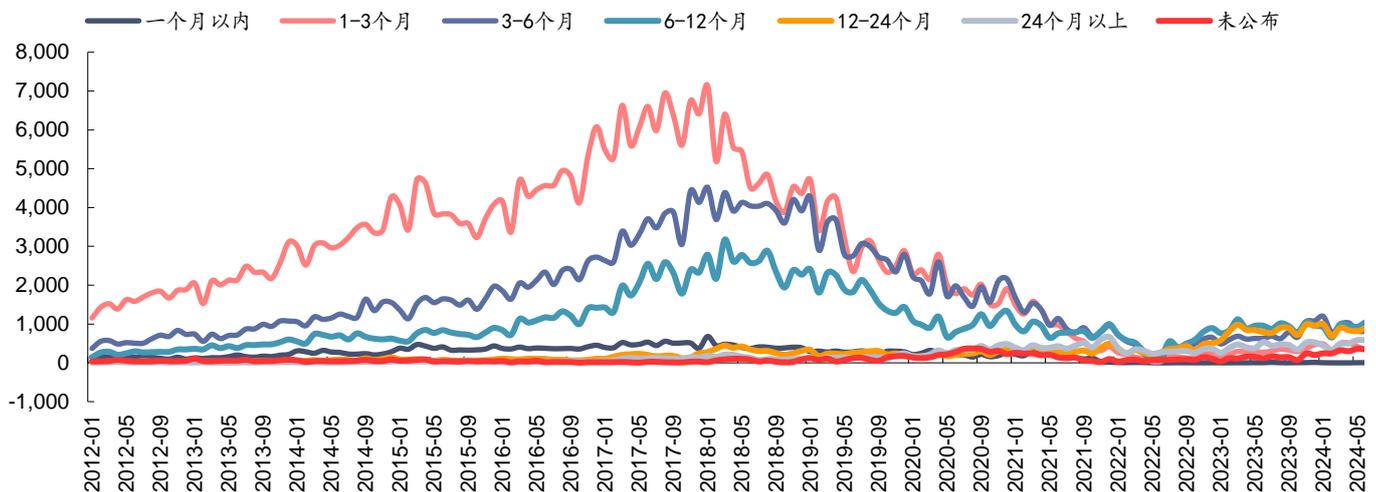


资料来源: Wind, 信达证券研发中心

3.3 1月新发产品中 12-24个月占比最大

2025年1月新发产品中12-24个月占比最大，总体来看未来产品期限或将不断拉长。2019年四季度以来，长周期理财产品发行量不断波动增长，短周期产品大规模压缩，有利于缓解期限错配。2025年1月，12-24个月期限产品的当月新发数量占比为20.82%，成为占比最大的期限类型。

图 17: 理财产品按委托期限发行数量 (只)



资料来源: Wind, 信达证券研发中心

2025年1月最后一周(1.27-1.31)1-3个月产品发行量占比上升。2025年1月最后一周(1.27-1.31)理财产品发行总量为877款，1-3个月产品发行量为100款，占比11.4%，较前一周上升；3-6个月产品发行量为177款，占比20.18%，较前一周上升；6-12个月产品发行量为216款，占比24.63%，较前一周上升；12-24个月产品发行量为147款，占比16.76%，较前一周下降；24个月以上产品发行量为75款，占比8.55%，较前一周下降。

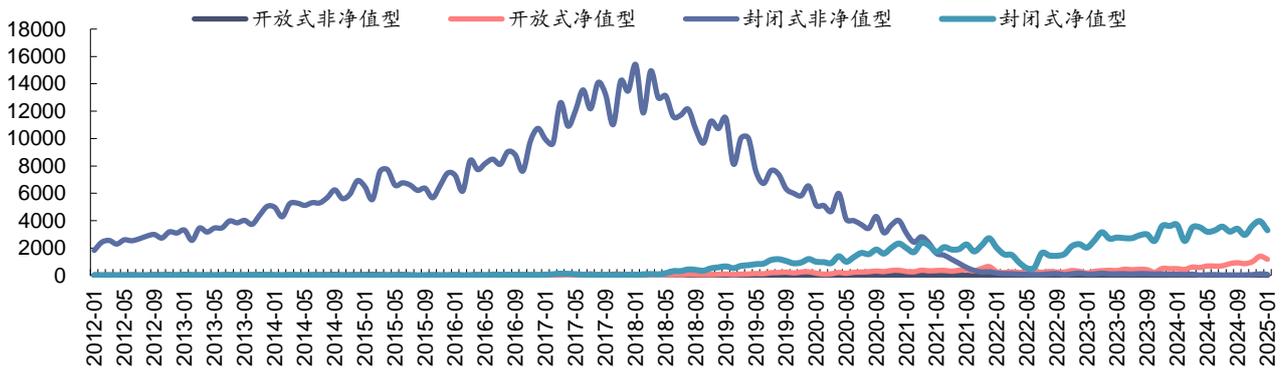
表 2: 各期限的理财产品发行情况

起始时间		一个月以内	1-3个月	3-6个月	6-12个月	12-24个月	24个月以上	未公布	合计
2024/12/30	数量(款)	0	116	247	237	227	138	237	1202
	占比(%)	0	9.65	20.55	19.72	18.89	11.48	19.72	100
2025/1/6	数量(款)	0	147	250	213	277	123	284	1294
	占比(%)	0	11.36	19.32	16.46	21.41	9.51	21.95	100
2025/1/13	数量(款)	0	141	279	212	284	124	271	1311
	占比(%)	0	10.76	21.28	16.17	21.66	9.46	20.67	100
2025/1/20	数量(款)	0	114	266	229	288	188	311	1326
	占比(%)	0	8.6	20.06	17.27	21.72	8.9	23.45	100
2025/1/27	数量(款)	0	100	177	216	147	75	162	877
	占比(%)	0	11.4	20.18	24.63	16.76	8.55	18.47	100

资料来源: Wind, 信达证券研发中心

3.4 1月新发产品中封闭式净值型占比下降

2025年1月封闭式净值型产品发行数量占比环比下降。自2012年以来,封闭式净值型和开放式净值型产品发行数量均呈波动上涨态势;封闭式非净值型产品于2017年达到峰值之后波动下降,2024年4月再创新低,今年整体呈波动下降态势;开放式非净值型产品一直处于较低的水平,2025年1月新发0只。**2025年1月**,封闭式净值型产品当月新发数量1186款,占比为70.26%,占比较上月下降2.16pct。

图 18: 理财产品按运作模式发行数量(只)


资料来源: Wind, 信达证券研发中心

与上一周相比,发行的封闭式净值产品占比下降。2025年1月最后一周(1.27-1.31),开放式净值型产品82款,占比37.27%,占比较前一周下降;封闭式净值型产品135款,市场占比61.36%,占比较前一周下降;开放式非净值型0款;封闭式非净值型产品3款,市场占比1.36%,占比较前一周下降。

表 3: 各运作模式的理财产品发行情况

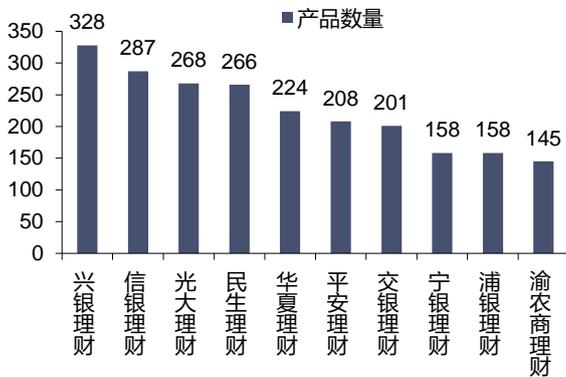
		开放式净值型	封闭式净值型	开放式非净值型	封闭式非净值型	合计
2024/12/30	数量(款)	188	682	0	30	900
	占比(%)	31.54%	114.43%	0.00%	5.03%	100%
2025/1/6	数量(款)	302	934	0	18	1254
	占比(%)	24.08%	74.48%	0.00%	1.44%	100%
2025/1/13	数量(款)	320	1006	0	17	1343
	占比(%)	23.83%	74.91%	0.00%	1.27%	100%
2025/1/20	数量(款)	364	869	0	24	1257
	占比(%)	28.96%	69.13%	0.00%	1.91%	100%
2025/1/27	数量(款)	82	135	0	3	220
	占比(%)	37.27%	61.36%	0.00%	1.36%	100%

资料来源: Wind, 信达证券研发中心

3.5 1月兴银理财、信银理财发行数量居前

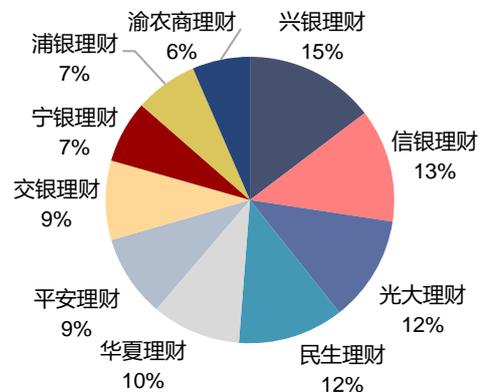
2025年1月，兴银理财、信银理财发行量居前。从理财产品发行数量来看，兴银理财位居首位，发行数量为328款；其次是信银理财，发行数量为287款，紧接着是光大理财、民生理财和华夏理财，发行数量分别为268款、266款、224款。

图 19：2025年初至1月底发行数量前十大机构（款）



资料来源：Wind，信达证券研发中心

图 20：2025年1月发行数量前十大机构占比



资料来源：Wind，信达证券研发中心

四、到期市场情况

4.1 1月最后一周非保本型到期产品占比持平

2025年1月最后一周（1.27-1.31），理财产品到期总数为71款，非保本型占100%。保本固定型到期产品仍为0款，与前一周持平；保本浮动型到期产品0款，与前一周持平；非保本型到期产品71款，占比100%，与前一周持平。

表 4：各收益类型的理财产品到期情况

时间	保本固定型		保本浮动型		非保本型		合计（款）
	数量（款）	占比（%）	数量（款）	占比（%）	数量（款）	占比（%）	
2024/12/30	0	0	0	0	214	100	214
2025/1/6	0	0	0	0	1398	100	1398
2025/1/13	0	0	0	0	1053	100	1053
2025/1/20	0	0	0	0	1636	100	1636
2025/1/27	0	0	0	0	71	100	71

资料来源：Wind，信达证券研发中心

注：理财产品数据为一周内（周一至周五）数据；由于Wind会对历史数据进行调整，本表中数据以Wind最新数据为准。

4.2 1月最后一周3-6个月期限到期产品占比下降

2025年1月最后一周（1.27-1.31），3-6个月期限的到期产品占比较前一周下降，1个月以内到期产品为0款，与上一周持平。1-3个月期限到期产品占比为1.41%，较前一周下降。3-6个月期限的到期产品占比为7.04%，较上一周下降。6-12个月的到期产品占比为67.61%，较前一周上升。24个月以上较上一周占比上升，为7.04%。

表 5: 各期限的理财产品到期情况

		一个月以内	1-3 个月	3-6 个月	6-12 个月	12-24 个月	24 个月以上	合计
2024/12/30	数量(款)	0	12	51	46	88	17	214
	占比(%)	0	5.61	23.83	21.5	41.12	7.94	100
2025/1/6	数量(款)	0	40	491	429	377	61	1398
	占比(%)	0	2.86	35.12	30.69	26.97	4.36	100
2025/1/13	数量(款)	0	109	252	343	297	52	1053
	占比(%)	0	10.35	23.93	32.57	28.21	4.94	100
2025/1/20	数量(款)	0	171	416	538	445	66	1636
	占比(%)	0	10.45	25.43	32.89	27.2	4.03	100
2025/1/27	数量(款)	0	1	5	48	12	5	71
	占比(%)	0	1.41	7.04	67.61	16.9	7.04	100

资料来源: Wind, 信达证券研发中心

4.3 1 月最后一周, 利率类、票据类、信贷资产类和其他类到期产品占比上升

2025 年 1 月最后一周(1.27-1.31), 到期产品中股票类产品 8 款, 占比 6.02%; 债券类产品 18 款, 占比 13.53%; 利率类产品 24 款, 占 18.05%; 票据类产品 2 款, 占比 1.5%; 信贷资产类产品 8 款, 占比 6.02%; 汇率类产品 0 款; 商品类产品 4 款, 占比 3.01%; 其他类产品 69 款, 占比 51.88%。与前一周期相比, 利率类、票据类、信贷资产类和其他类到期产品占比上升。

表 6: 各基础资产的理财产品到期情况

		股票	债券	利率	票据	信贷资产	汇率	商品	其他	合计
2024/12/30	数量(款)	41	82	76	2	10	0	28	203	442
	占比(%)	9.28	18.55	17.19	0.45	2.26	0	6.33	45.93	100
2025/1/6	数量(款)	236	461	429	46	91	7	148	1340	2758
	占比(%)	8.56	16.72	15.55	1.67	3.3	0.25	5.37	48.59	100
2025/1/13	数量(款)	153	373	354	21	105	2	102	1026	2136
	占比(%)	7.16	17.46	16.57	0.98	4.92	0.09	4.78	48.03	100
2025/1/20	数量(款)	272	587	562	31	78	7	217	1590	3344
	占比(%)	8.13	17.55	16.81	0.93	2.33	0.21	6.49	47.55	100
2025/1/27	数量(款)	8	18	24	2	8	0	4	69	133
	占比(%)	6.02	13.53	18.05	1.5	6.02	0	3.01	51.88	100

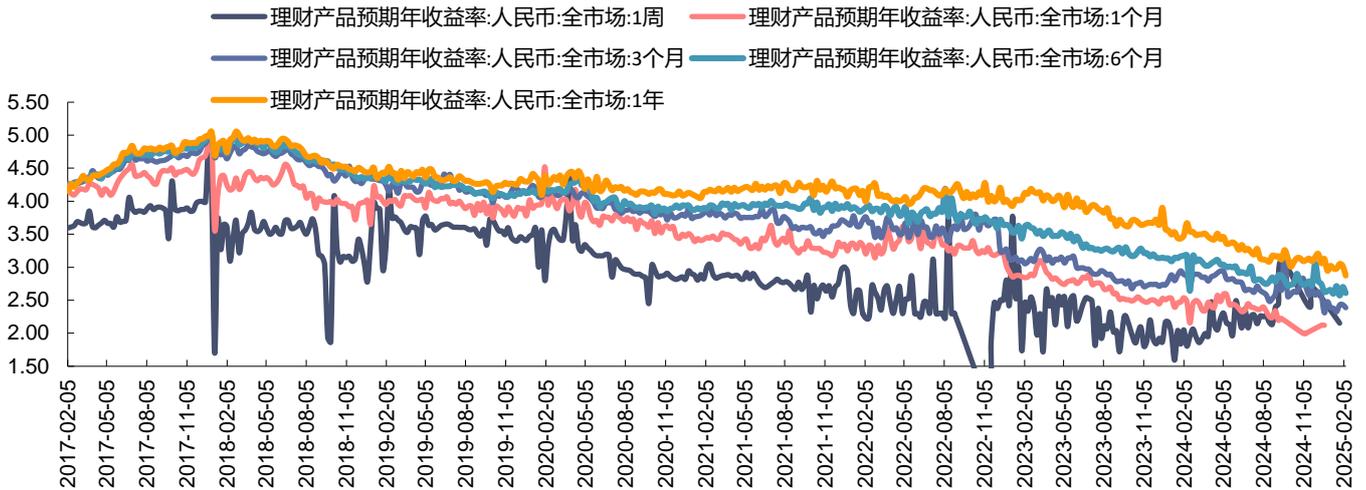
资料来源: Wind, 信达证券研发中心

五、理财收益情况

5.1 全市场 1 年理财产品收益率波动下降

受资管新规影响, 自 2017 年全市场理财产品收益率近年来不断走低; 2017 年以来银行理财产品监管趋于严格, 资金面趋紧, 非标资产受到限制; 监管要求叠加无风险利率下行背景下, 银行理财收益率降低, 尤其是固收类。

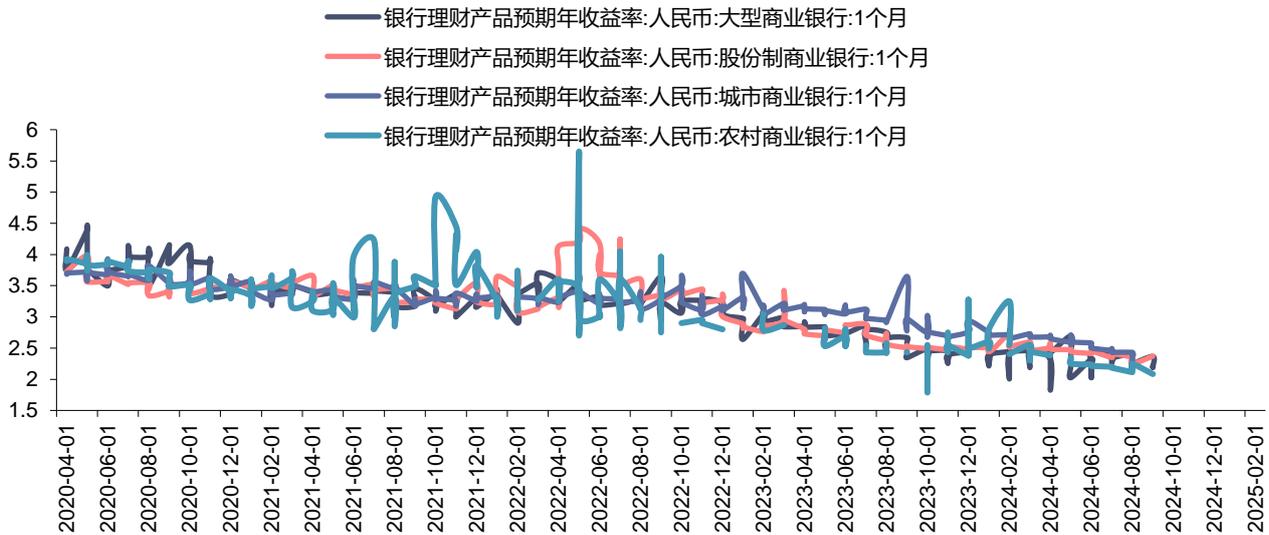
截至 2025 年 1 月 31 日, 全市场 1 年理财产品收益率波动下降。全市场各期限理财产品预期年化收益率分别为: 1 周 2.15%、1 个月 2.12%、3 个月 2.43%、6 个月 2.57%、1 年 3.05%。

图 21: 全市场理财产品收益率 (%)


资料来源: iFind, 信达证券研发中心

5.2 农商行 1 个月理财收益率与上月相比上升

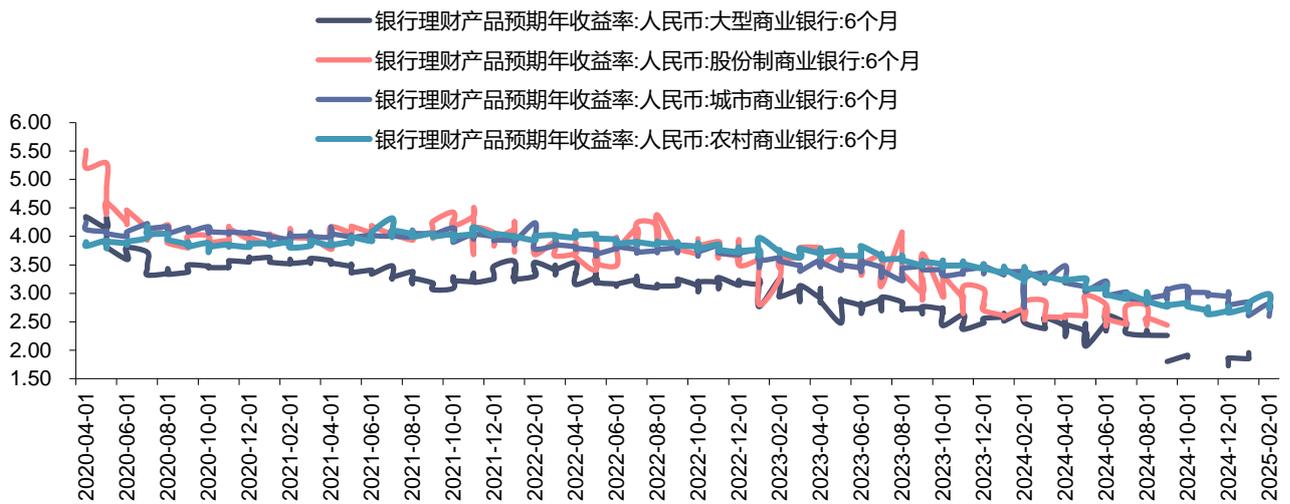
截至 2025 年 1 月 31 日, 大型商业银行、股份制商业银行、城市商业银行和农村商业银行 1 个月理财收益率分别为 2.22%、2.37%、2.00%和 2.12%, 其中农村商业银行的 1 个月理财收益率与上月相比上升。

图 22: 1 个月理财产品收益率 (%)


资料来源: iFind, 信达证券研发中心

5.3 大行、股份行、城商行和农商行 6 个月理财收益率与上年相比下降

截至 2025 年 1 月 31 日, 大型商业银行、股份制商业银行、城市商业银行和农村商业银行 6 个月理财产品收益率分别为 1.93%、2.53%、2.60%、2.73%, 与上年相比下降。

图 23: 6 个月理财产品收益率 (%)


资料来源: iFind, 信达证券研发中心

六、理财公司产品情况一览

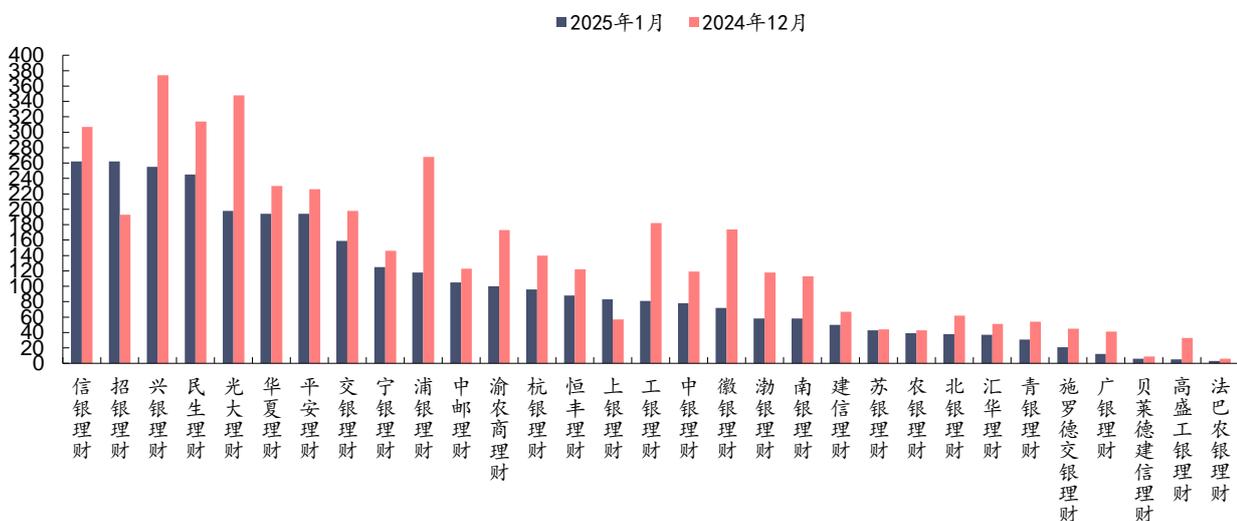
6.1 理财公司产品概述

理财公司维度: 截至 2025 年 1 月末, TOP10 理财公司存续产品共 **42593 只**, 占所有理财公司存续产品的 **61.15%**。其中, 兴银理财、信银理财和招银理财排名前三, 分别为 6603 只、6098 只和 4682 只。

产品维度: 2019 年 8 月初至 2025 年 1 月末, TOP10 理财公司发行的理财产品投资期限以 **12-24 个月** 为主; 运作模式上, 以**封闭式净值型** 为主。

6.2 12 月理财公司新发产品数量环比增加

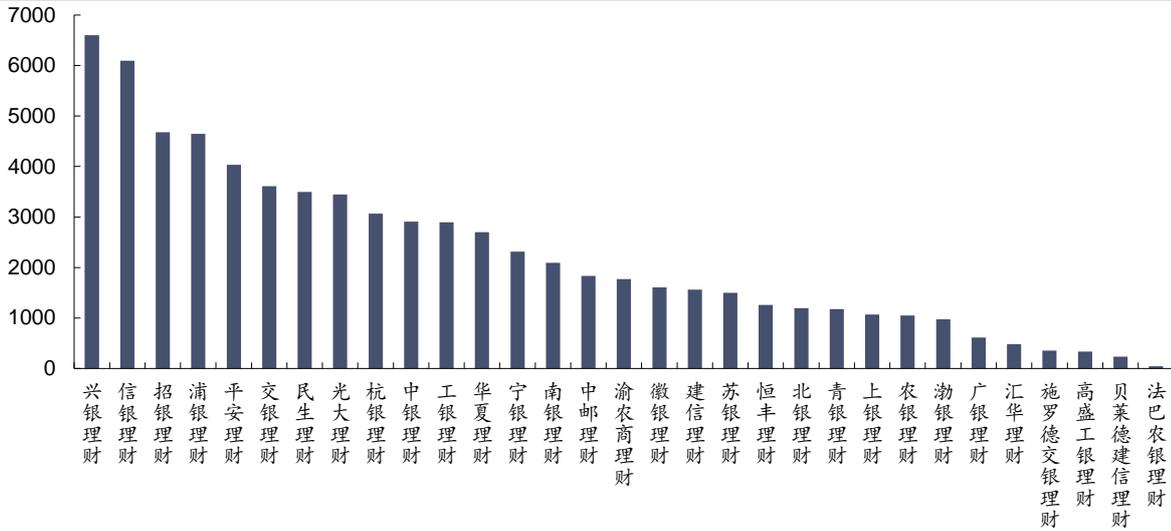
2025 年 1 月, 共 **31 家** 理财公司新发行了理财产品合计 **3116 只**, 较上月减少 **1276 只**。其中, 招银理财较上月增加 69 只, 上银理财新发产品数量较上月增加 26 只。

图 24: 理财公司新发产品数量对比 (只)


资料来源: Wind, 信达证券研发中心

截至 2025 年 1 月末，31 家理财公司存续产品共 42593 只，兴银理财最多，占比 9.92%；信银理财次之，占比 9.16%；其次是招银理财，占比为 7.03%。

图 25: 理财公司存续期内产品数量 (只)



资料来源: Wind, 信达证券研发中心

6.3 最近 12 个月，兴银理财、信银理财和浦银理财产品发行数量位于前三

图 26: 主要理财公司的产品发行数量 (只)

单位: 数、%	工商银行		中信理财		建设银行		交通银行		招商银行		农业银行		宁波理财		晋商银行		重庆理财		信银理财		合计	
	数量	占比																				
2019-08	16	0.29%	2	0.04%	0	0.00%	0	0.00%	3	0.05%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	21	0.38%
2019-09	17	0.30%	3	0.05%	2	0.04%	0	0.00%	2	0.04%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	24	0.43%
2019-10	19	0.34%	10	0.18%	2	0.04%	1	0.02%	2	0.04%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	34	0.61%
2019-11	143	2.56%	14	0.25%	7	0.13%	1	0.02%	0	0.00%	1	0.02%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	168	2.97%
2019-12	90	1.61%	17	0.30%	18	0.32%	30	0.54%	2	0.04%	6	0.11%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	163	2.91%
2020-01	63	1.13%	13	0.23%	26	0.46%	10	0.18%	5	0.09%	3	0.05%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	120	2.14%
2020-02	54	0.97%	14	0.25%	18	0.32%	15	0.27%	1	0.02%	2	0.04%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	104	1.86%
2020-03	80	1.07%	24	0.43%	31	0.55%	29	0.52%	0	0.00%	11	0.20%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	155	2.77%
2020-04	68	1.22%	29	0.52%	39	0.70%	28	0.50%	7	0.13%	10	0.18%	1	0.02%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	182	3.25%
2020-05	59	1.05%	33	0.59%	47	0.84%	37	0.66%	2	0.04%	10	0.18%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	188	3.38%
2020-06	48	0.82%	22	0.39%	47	0.84%	34	0.61%	3	0.05%	9	0.16%	1	0.02%	0	0.00%	1	0.02%	0	0.00%	163	2.91%
2020-07	66	1.18%	19	0.34%	24	0.43%	42	0.75%	5	0.09%	17	0.30%	3	0.05%	0	0.00%	5	0.09%	0	0.00%	181	3.24%
2020-08	80	1.43%	59	1.05%	34	0.61%	41	0.73%	7	0.13%	17	0.30%	3	0.05%	0	0.00%	5	0.09%	2	0.04%	248	4.43%
2020-09	43	0.77%	28	0.50%	49	0.88%	39	0.70%	15	0.27%	23	0.41%	58	1.04%	0	0.00%	16	0.29%	0	0.00%	271	4.84%
2020-10	26	0.46%	29	0.52%	31	0.55%	27	0.48%	9	0.16%	22	0.39%	2	0.04%	1	0.02%	10	0.18%	7	0.13%	164	2.93%
2020-11	46	0.82%	44	0.79%	33	0.59%	29	0.52%	38	0.68%	23	0.41%	37	0.66%	9	0.16%	16	0.29%	17	0.30%	292	5.22%
2020-12	55	0.98%	47	0.84%	33	0.59%	32	0.57%	41	0.73%	20	0.36%	7	0.13%	27	0.48%	30	0.54%	15	0.27%	307	5.49%
2021-01	48	0.82%	46	0.82%	33	0.59%	25	0.45%	40	0.71%	24	0.43%	64	1.14%	21	0.38%	27	0.48%	13	0.23%	339	6.08%
2021-02	44	0.79%	38	0.69%	37	0.66%	30	0.54%	43	0.77%	11	0.20%	5	0.09%	21	0.38%	18	0.32%	15	0.27%	262	4.69%
2021-03	73	1.30%	70	1.25%	39	0.70%	37	0.66%	56	1.00%	19	0.34%	10	0.18%	33	0.59%	24	0.43%	25	0.45%	368	6.90%
2021-04	63	1.13%	57	1.02%	24	0.43%	23	0.41%	50	0.89%	6	0.11%	12	0.21%	35	0.63%	12	0.21%	27	0.48%	309	5.52%
2021-05	67	1.20%	18	0.32%	31	0.55%	15	0.27%	43	0.77%	10	0.18%	9	0.16%	34	0.61%	4	0.07%	34	0.61%	265	4.74%
2021-06	77	1.38%	0	0.00%	16	0.29%	12	0.21%	55	0.98%	10	0.18%	12	0.21%	26	0.46%	4	0.07%	47	0.84%	259	4.63%
2021-07	33	0.54%	107	1.78%	59	0.97%	24	0.40%	41	0.69%	1	0.02%	14	0.23%	33	0.54%	10	0.16%	67	1.10%	389	6.41%
2021-08	75	1.11%	47	0.89%	40	0.59%	11	0.16%	44	0.65%	0	0.00%	8	0.12%	36	0.53%	18	0.27%	36	0.53%	315	4.65%
2021-09	64	0.87%	35	0.48%	58	0.79%	6	0.08%	23	0.31%	1	0.01%	12	0.18%	25	0.34%	12	0.16%	26	0.38%	262	3.58%
2021-10	31	0.41%	6	0.08%	33	0.43%	0	0.00%	18	0.24%	1	0.01%	8	0.10%	20	0.26%	0	0.00%	28	0.37%	145	1.90%
2021-11	60	0.73%	57	0.69%	40	0.48%	0	0.00%	34	0.41%	1	0.01%	9	0.11%	24	0.29%	0	0.00%	53	0.64%	278	3.96%
2021-12	144	1.51%	70	0.73%	82	0.86%	0	0.00%	74	0.77%	1	0.01%	4	0.04%	244	2.55%	0	0.00%	38	0.40%	657	6.87%
2022-01	71	0.69%	45	0.44%	58	0.57%	0	0.00%	51	0.50%	1	0.01%	6	0.06%	48	0.47%	0	0.00%	39	0.38%	319	3.11%
2022-02	39	0.36%	34	0.31%	36	0.33%	0	0.00%	28	0.26%	1	0.01%	2	0.02%	28	0.26%	0	0.00%	72	0.66%	240	2.19%
2022-03	46	0.38%	44	0.36%	84	0.69%	19	0.16%	75	0.62%	7	0.06%	51	0.42%	49	0.40%	21	0.17%	79	0.65%	475	3.91%
2022-04	22	0.17%	64	0.49%	57	0.44%	15	0.12%	66	0.51%	10	0.08%	3	0.02%	40	0.31%	12	0.09%	34	0.26%	323	2.50%
2022-05	25	0.18%	70	0.50%	66	0.47%	10	0.07%	49	0.35%	16	0.11%	5	0.04%	43	0.30%	19	0.13%	66	0.61%	389	2.78%
2022-06	26	0.17%	73	0.47%	55	0.35%	27	0.17%	62	0.40%	23	0.15%	14	0.09%	37	0.24%	20	0.13%	33	0.21%	370	2.37%
2022-07	44	0.26%	75	0.45%	73	0.44%	20	0.12%	66	0.39%	18	0.11%	3	0.02%	38	0.23%	20	0.12%	50	0.30%	407	2.43%
2022-08	40	0.23%	59	0.33%	54	0.30%	12	0.07%	64	0.36%	34	0.19%	16	0.09%	56	0.32%	26	0.15%	69	0.39%	430	2.42%
2022-09	49	0.26%	124	0.65%	85	0.44%	32	0.17%	49	0.26%	37	0.19%	12	0.06%	52	0.27%	43	0.23%	29	0.15%	512	2.68%
2022-10	31	0.15%	85	0.41%	39	0.19%	10	0.05%	39	0.19%	26	0.13%	7	0.03%	30	0.15%	24	0.12%	73	0.35%	364	1.76%
2022-11	53	0.24%	99	0.45%	48	0.22%	19	0.09%	74	0.33%	27	0.12%	13	0.06%	53	0.24%	56	0.25%	105	0.47%	547	2.47%
2022-12	51	0.22%	127	0.54%	90	0.38%	22	0.09%	61	0.26%	15	0.06%	45	0.19%	55	0.23%	35	0.15%	164	0.70%	665	2.83%
2023-01	49	0.19%	91	0.36%	43	0.17%	25	0.10%	31	0.12%	6	0.02%	51	0.20%	35	0.14%	23	0.09%	155	0.61%	509	2.02%
2023-02	91	0.34%	126	0.47%	58	0.22%	56	0.21%	36	0.13%	14	0.05%	79	0.29%	34	0.13%	31	0.11%	171	0.63%	696	2.58%
2023-03	149	0.51%	122	0.42%	52	0.18%	80	0.28%	116	0.40%	17	0.06%	79	0.27%	52	0.18%	51	0.18%	199	0.69%	917	3.16%
2023-04	122	0.39%	83	0.27%	51	0.16%	60	0.19%	91	0.29%	22	0.07%	56	0.18%	45	0.15%	75	0.24%	209	0.68%	814	2.63%
2023-05	109	0.33%	82	0.25%	43	0.13%	50	0.15%	85	0.26%	36	0.11%	55	0.17%	41	0.12%	35	0.11%	242	0.74%	778	2.37%
2023-06	82	0.23%	60	0.17%	67	0.19%	77	0.22%	85	0.24%	31	0.09%	51	0.15%	46	0.13%	42	0.12%	205	0.59%	746	2.13%
2023-07	83	0.21%	73	0.19%	62	0.16%	85	0.22%	68	0.17%	24	0.06%	34	0.09%	62	0.16%	30	0.08%	216	0.55%	737	1.89%
2023-08	78	0.20%	89	0.23%	62	0.16%	90	0.23%	63	0.16%	30	0.08%	41	0.10%	56	0.14%	34	0.09%	174	0.45%	717	1.83%
2023-09	118	0.12%	114	0.12%	69	0.07%	118	0.12%	95	0.10%	29	0.03%	58	0.06%	41	0.04%	29	0.03%	223	0.23%	894	0.90%
2023-10	78	0.18%	85	0.19%	50	0.11%	105	0.24%	83	0.19%	17	0.04%	65	0.15%	33	0.08%	20	0.05%	211	0.48%	747	1.71%
2023-11	120	0.26%	108	0.23%	53	0.11%	145	0.31%	101	0.21%	26	0.06%	190	0.40%	63	0.13%	35	0.07%	230	0.49%	1071	2.28%
2023-12	95	0.19%	116	0.23%	64	0.13%	175	0.35%	113	0.22%	21	0.04%	180	0.36%	58	0.11%	39	0.08%	265	0.52%	1126	2.23%
2024-01	104	0.19%	118	0.22%	92	0.17%	190	0.35%	115	0.21%	19	0.04%	121	0.23%	44	0.08%	31	0.06%	334	0.62%	1168	2.18%
2024-02	90	0.16%	92	0.16%	50	0.09%	167	0.30%	68	0.12%	20	0.04%	91	0.16%	34	0.06%	32	0.06%	234	0.42%	878	1.57%
2024-03	128	0.22%	109	0.18%	81	0.14%	172	0.29%	125	0.21%	25	0.04%	100	0.17%	54	0.09%	46	0.08%	350	0.59%	1190	2.01%
2024-04	128	0.20%	117	0.19%	59	0.09%	213	0.34%	123	0.20%	39	0.06%	67	0.11%	58	0.09%	40	0.06%	265	0.42%	1109	1.77%
2024-05	98	0.15%	132	0.20%	27	0.04%	214	0.33%	107	0.16%	55	0.08%	56	0.09%	33	0.05%	35	0.05%	231	0.35%	988	1.51%
2024-06	65	0.09%	157	0.23%	34	0.05%	213	0.31%	96	0.14%	59	0.09%	55	0.08%	43	0.06%	30	0.04%	250	0.36%	1002	1.46%
2024-07	95	0.13%	152	0.21%	43	0.06%	241	0.33%	101	0.14%	56	0.08%	49	0.07%	48	0.07%	39	0.05%	261	0.36%	1085	1.50%
2024-08	86	0.11%	105	0.14%	46	0.06%	249	0.33%	100	0.13%	44	0.06%	73	0.10%	34	0.04%	70	0.09%	261	0.34%	1068	1.40%
2024-09	89	0.11%	133	0.16%	48	0.06%																

注：选取销售起始日期在 2019.07.01-2025.1.31 间的全部产品，占比=该公司该时期内发行数量÷目前已开业理财公司该时期内发行数量×100%，下同

6.4 理财产品投资期限以 12-24 个月、3-6 个月为主

图 27：主要理财公司的产品投资期限（2019.7.1-2025.1.31）

单位： 款、%	一个月以内		1-3个月		3-6个月		6-12个月		12-24个月		24个月以上		未公布		合计	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
发行公司	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
兴银理财	0	0.00%	39	1.08%	39	1.08%	37	1.02%	88	2.43%	24	0.66%	90	2.49%	317	8.76%
信银理财	0	0.00%	24	0.66%	36	0.99%	8	0.22%	66	1.82%	12	0.33%	141	3.90%	287	7.93%
光大理财	0	0.00%	6	0.17%	34	0.94%	42	1.16%	39	1.08%	11	0.30%	134	3.70%	266	7.35%
民生理财	0	0.00%	0	0.00%	54	1.49%	55	1.52%	36	0.99%	26	0.72%	95	2.62%	266	7.35%
华夏理财	0	0.00%	0	0.00%	25	0.69%	17	0.47%	76	2.10%	13	0.36%	93	2.57%	224	6.19%
平安理财	0	0.00%	0	0.00%	16	0.44%	7	0.19%	19	0.52%	2	0.06%	164	4.53%	208	5.75%
交银理财	0	0.00%	28	0.77%	42	1.16%	16	0.44%	45	1.24%	11	0.30%	59	1.63%	201	5.55%
宁银理财	0	0.00%	0	0.00%	17	0.47%	22	0.61%	46	1.27%	73	2.02%	0	0.00%	158	4.36%
浦银理财	0	0.00%	16	0.44%	13	0.36%	38	1.05%	51	1.41%	26	0.72%	14	0.39%	158	4.36%
渝农商理财	0	0.00%	18	0.50%	37	1.02%	45	1.24%	34	0.94%	0	0.00%	11	0.30%	145	4.01%
合计	0	0.00%	131	3.62%	313	8.65%	287	7.93%	500	13.81%	198	5.47%	801	22.13%	2,230	61.60%

资料来源：Wind，信达证券研发中心

6.5 理财子公司产品运作模式以封闭式净值型为主

图 28：主要理财公司的产品运作模式（2019.7.1-2025.1.31）

单位： 款、%	开放式净值型		封闭式净值型		开放式非净值型		封闭式非净值型		合计	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
发行公司	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
兴银理财	94	2.60%	223	6.16%	0	0.00%	0	0.00%	317	8.76%
信银理财	148	4.09%	139	3.84%	0	0.00%	0	0.00%	287	7.93%
光大理财	137	3.78%	129	3.56%	0	0.00%	0	0.00%	266	7.35%
民生理财	95	2.62%	171	4.72%	0	0.00%	0	0.00%	266	7.35%
华夏理财	93	2.57%	131	3.62%	0	0.00%	0	0.00%	224	6.19%
平安理财	164	4.53%	44	1.22%	0	0.00%	0	0.00%	208	5.75%
交银理财	59	1.63%	142	3.92%	0	0.00%	0	0.00%	201	5.55%
宁银理财	33	0.91%	125	3.45%	0	0.00%	0	0.00%	158	4.36%
浦银理财	16	0.44%	142	3.92%	0	0.00%	0	0.00%	158	4.36%
渝农商理财	11	0.30%	134	3.70%	0	0.00%	0	0.00%	145	4.01%
合计	850	23.48%	1380	38.12%	0	0.00%	0	0.00%	2230	61.60%

资料来源：Wind，信达证券研发中心

七、行业及公司动态追踪

7.1 行业动态

7.1.1 银行理财市场迎来一波提前终止潮

2025 年开年以来，银行理财市场迎来一波提前终止潮，截至 1 月 17 日，中邮理财、建信理财、苏银理财等 6 家理财机构密集发布了产品提前终止的公告。普益标准统计数据 displays，截至 2025 年 1 月 16 日，今年以来提前终止的银行理财产品数量共计 104 款。

具体来看，1 月以来，银行理财市场迎来了一波提前终止潮。这些产品提前终止的原因多种多样，主要包括业绩表现提前达标、触发止盈条款、底层资产提前到期、产品规模过小等。例如，中邮理财的“智盛·鸿锦目标盈封闭式 2024 年第 2 期（安盈款）人民币理财产品”因满足止盈条件，提前近半年完成终止。同时，部分产品因底层资产提前终止或规模低于规定标准而提前结束。

专家指出，理财产品提前终止体现了银行理财机构对市场趋势的准确把握和专业的投资管理能力。在当前市场环境下，部分理财产品因达到预设收益目标而提前终止，不仅为投资者带来了较为可观的收益，还提供了资金再配置的机会。

对于投资者而言，理财产品提前终止需要理性看待。专家建议，投资者在购买理财产品前应充分了解产品特性及相关规定，特别是提前终止条款。同时，应保持长期投资视角，避免因短期市场波动而做出冲动的投资决策，并适当**多元化资产配置**，以降低单一产品提前终止对整体资产配置的影响。此外，投资者还需关注公告，核对收益分配情况，并保留相关凭证。

总体来看，理财产品提前终止是银行理财机构适应净值化时代、保护投资者权益的一种方式。虽然提前终止的产品数量在庞大的理财市场中占比相对较低，但这一现象也提醒投资者在选择理财产品时需要更加谨慎。（国际金融报）

7.1.2 银行理财投资稳中有升

在存款利率下行的背景下，银行理财市场呈现**稳健发展态势**，投资者数量稳步上升。《中国银行业理财市场年度报告(2024年)》显示，截至2024年12月末，持有理财产品的投资者数量达1.25亿个，较年初增长9.88%，其中个人投资者新增1097万个，机构投资者新增29万个。2024年银行理财为投资者创造收益7099亿元，平均收益率为2.65%，市场存续规模达29.95万亿元，较年初增长11.75%。

净值型理财产品已成为市场绝对主流，存续规模占比达**98.5%**。开放式理财产品占比较高，存续规模为24.2万亿元，占全部理财产品的80.8%。银行理财主要投向**债权类资产**，固定收益类产品存续规模占比高达97.33%。中低风险产品占主导，风险等级为二级及以下的产品存续规模占比达95.69%。

投资者数量增长的原因包括存款利率下行提升了理财产品的吸引力，以及居民储蓄的持续增长。专家指出，未来银行和理财公司需提升投研能力、风险管理能力和服务能力，以应对市场波动和投资者多样化需求，同时加强投资者教育，引导形成价值投资和长期投资理念。

银行理财业务在支持实体经济方面发挥了重要作用。《报告》显示，截至2024年12月末，理财产品投资资产合计32.13万亿元，同比增长10.56%；负债合计2.14万亿元，同比下降4.04%；理财产品杠杆率为107.14%，较上年同期减少1.17个百分点。其中，理财产品的资产配置以固定收益类为主，投向**债券类、非标准化债权类资产、权益类资产**的余额分别为18.6万亿元、1.74万亿元、0.83万亿元，分别占总投资资产的57.89%、5.42%、2.58%。从配置债券的类别看，截至2024年12月末，理财产品持有**信用债13.21万亿元**，占总投资资产的41.11%，占比较上年同期减少1.01个百分点；持有**利率债0.75万亿元**，占总投资资产的2.33%。截至2024年12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21万亿元。具体来看，理财资金投向**绿色债券**的规模超过3300亿元，投向**共建“一带一路”、区域发展、扶贫纾困等专项债券**的规模超1100亿元，为中小微企业发展提供资金支持超4.8万亿元。此外，为助力实现碳达峰、碳中和目标，理财市场2024年累计发行**ESG主题理财产品168只**，合计募集资金超1600亿元；**ESG主题理财产品**存续余额达2393亿元，同比增长61.69%。同时，银行理财不断推出**特色产品**，截至2024年12月末，存续**专精特新、乡村振兴、大湾区等主题理财产品约300只**，存续规模超1000亿元。目前，工银理财已制定《深入贯彻落实中央金融工作会议精神行动方案》、理财投资投向指导性意见等文件，将1200余个现代化产业体系相关主体纳入**债券可投库**，投向现代化产业体系重点资产规模近3000亿元，科技金融、绿色金融**债权类投资**规模超1200亿元，累计为300余家**科创及高新技术企业**提供资金支持。（新华网）

7.1.3 理财市场频频报喜。收益率提前达标，多只理财产品宣布终止

受债市行情和投资策略等因素影响，理财市场近期频现**产品提前终止的现象**。1月13日，中邮理财发布公告称旗下部分产品因达到止盈收益率而提前终止，此前中银理财、建信理财等机构也有类似情况。这些产品均为

“目标盈”产品，采取止盈策略，与传统封闭式产品不同，达到目标收益率即可提前终止，具有自动止盈、及时变现等特点。

中邮理财智盛·鸿锦目标盈封闭式 2024 年第 2 期(安盈款)人民币理财产品于 2025 年 1 月 15 日提前终止，该产品原计划 2025 年 6 月 25 日到期，提前半年完成止盈目标。其底层资产以债券为主，近期 10 年期国债收益率快速下行，债券市场迎来牛市，带动理财产品收益率整体上涨。

除了中邮理财外，中银理财、建信理财等机构也有产品因达到止盈条件而提前终止。例如，中银理财的稳富目标盈固收增强（封闭式）2024 年 02 期因连续两个估值日的成立以来年化收益率均不低于 3.3%而提前终止；建信理财的嘉鑫（目标盈）固收类封闭式产品 2024 年第 326 期也因达到止盈条件于 2025 年 1 月 7 日提前终止。

“目标盈”类产品通过设定止盈目标，若产品在观察期内达到目标收益率，立即止盈，避免后续市场波动。此类产品封闭式运作，触发止盈后资金自动到账，无需客户主动赎回。普益标准数据显示，截至 2024 年 12 月 31 日，存续目标盈理财产品合计 239 款，存续规模约 400 亿元，同比增长 253%。

业内人士指出，目标盈理财产品具有明确的收益率目标和终止标准，对投资者来说收益可预期性更强，相比其他净值化理财产品更具吸引力。同时，明确的终止标准属于一种强制止盈策略，可以在高波动市场中及时锁定收益，增强投资者的获得感。

华宝证券资深银行理财分析师张菁表示，目标止盈收益率不等于预期收益率，在市场利率逐步走低的环境下，未来债券票息收入空间变小，新发产品的业绩基准呈趋势性下行。理财公司可能会在产品中增加高弹性资产占比，并在投资期限、投资策略等方面进一步优化，丰富产品体系。（华夏时报）

7.2 公司动态

7.2.1 6 家省级农商银行或联合银行有望 2025 年内完成筹建

随着各省（自治区）2025 年政府工作报告的发布，农村信用社改革计划逐渐明确。预计 2025 年至少有 6 家省级农商银行或农商联合银行完成筹建，涉及江苏、江西、河南、贵州、新疆和内蒙古等省（自治区）。改革路径呈现多元化，主要包括“农商联合银行”和“农商银行”两种模式。

“农商联合银行”模式分为“上参下”和“下参上”两种。其中，“上参下”模式由地方财政、国企出资设立省级农商联合银行，如山西、广西、四川等地；“下参上”模式由省内农信机构共同出资，浙江是典型代表。而“农商银行”模式则通过向社会募集资本，将全省农信机构合并为统一法人，组建省级农村商业银行，辽宁、海南采用此模式。

部分地区采取“分步走”策略推进改革。例如，新疆自 2023 年起加速农信社改革，先在南疆四地州完成地州统一法人农商银行组建，再推进全疆统一法人改革。河南则从 2022 年开始改革，先设立农商联合银行，后调整为组建省级农商银行。此外，湖北计划在 2024 年底前完成湖北农村商业银行组建等改革任务。

业内人士指出，农村中小银行在理顺股权关系、加强公司治理的同时，应不断提升自身能力，更好地支持本地经济发展。（金融界）

7.2.2 济宁银行依托“慧济生活”APP 发放政府补贴提振消费活力

春节前夕，济宁银行通过“慧济生活”APP 服务平台全面落实大规模设备更新和消费品以旧换新政策，发放家电、电动自行车“以旧换新”及手机等数码产品购新补贴，累计发放政府补贴资金 3.35 亿元，拉动消费 29.5 亿元。近年来，济宁银行积极响应国家助力消费、扩大内需、繁荣经济的部署要求，通过搭建消费金融场景，全面激发市场活力，助推地方经济高质量发展。

一是**发放方式更智能**。家电、电动自行车“以旧换新”政府补贴和手机等数码产品购新补贴的发放，实现智能抵扣消费金额，客户登记拟购商品信息提交后，系统自动识别、线上审核，审核通过后根据购买物品价值，系统自动核减匹配的补贴金额，消费者确认信息无误后按扣减后的金额支付价款。

二是**流程更简单**。个人消费者领取家电、电动自行车“以旧换新”政府补贴资格后，可在济宁市补贴政策参与企业范围内任选销售门店消费使用。

三是**客户覆盖更全面**。济宁银行“慧济生活”APP 服务平台支持消费者领券后使用他行银联卡进行消费，降低了政府消费券使用门槛，让更多市民享受到实惠。

四是**需求开发更个性**。济宁银行“慧济生活”服务平台消费生态场景可根据政府和机关事业单位需求，实施个性化技术开发，突出本地特色，针对性提振消费活力。

五是**费用全免更实惠**。济宁银行“慧济生活”APP 服务平台免费提供全部系统建设和运维服务，消费券发放主体无需承担任何系统运维费用，合作商家入驻和交易全免费。

六是**应用场景更丰富**。消费券支持一次或多次消费，消费者使用起来更加灵活方便。

下步，济宁银行将适应政府补贴发放新要求，积极探索场景升级、产品迭代、惠民服务、赋能商户新路径，强化产品与服务创新，在激发消费潜力、助力经济发展、服务美好生活中践行担当、做出积极贡献。（金融界）

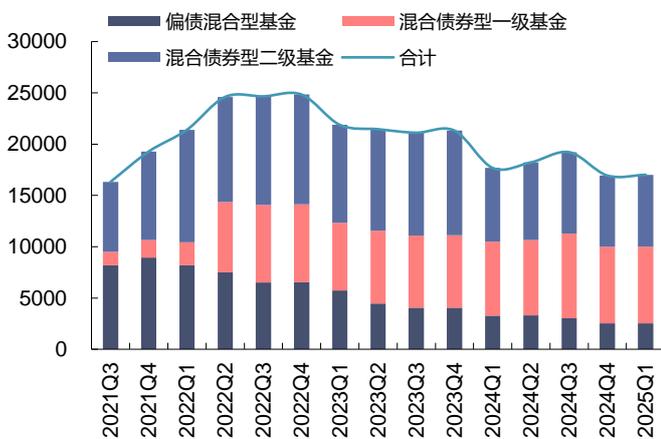
7.3 “固收+”基金产品规模呈近期回升趋势，收益率逐步修复

“固收+”基金产品存续规模边际上升。2020 年末“固收+”产品存续规模为 1.15 万亿元，相比 2019 年末（0.53 万亿元）规模翻番，2021 年涨势不减；截至 2025 年 1 月 31 日，“固收+”产品存续规模达 1.70 万亿元，较 2024 年四季度略增。

“固收+”基金产品业绩表现有所波动。2019 年 12 月 31 日至 2025 年 1 月 27 日，偏债混合型基金、混合债券型一级基金和混合债券型二级基金的累计收益率分别为 19.99%、20.89%、18.03%，收益率正逐步修复。

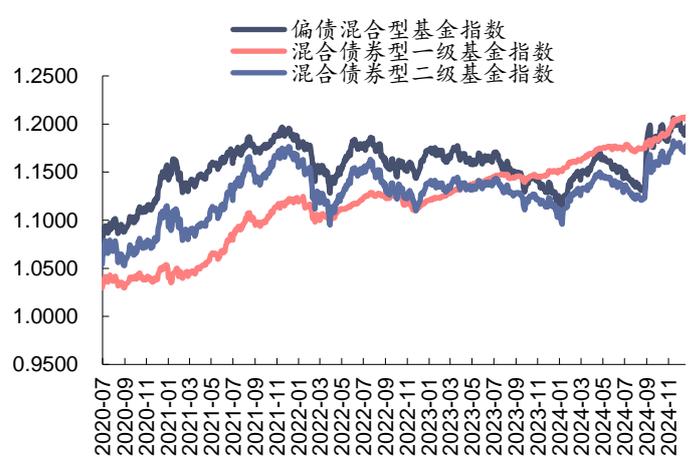
1 月“固收+”产品超 5.2 万款，理财公司“固收+”占比 78.42%。根据普益标准，1 月全市场“固收+”理财产品共计 52290 款，其中，多种资产类别最多，为 41398 款，占比 79.17%，此外，非标、基金、衍生金融工具占比分别为 6.05%、7.10%、3.93%。从机构角度来看，1 月理财公司发行“固收+”产品最多，占比 78.42%。此外，城商行和农商行最多，分别占比 13.98%和 7.46%。

图 29：公募“固收+”基金规模变动（亿元）

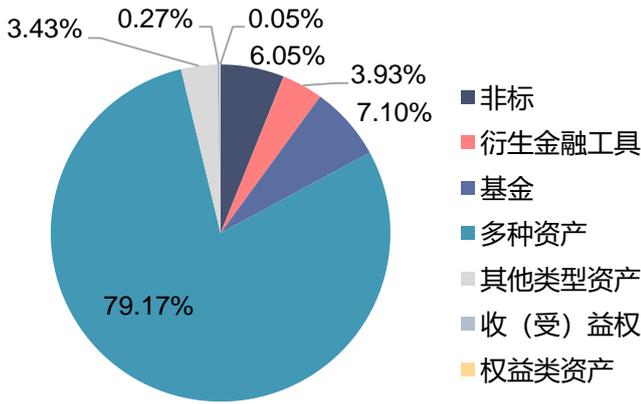


资料来源：Wind，信达证券研发中心（注：2025Q1 为截至 2025 年 1 月 31 日）

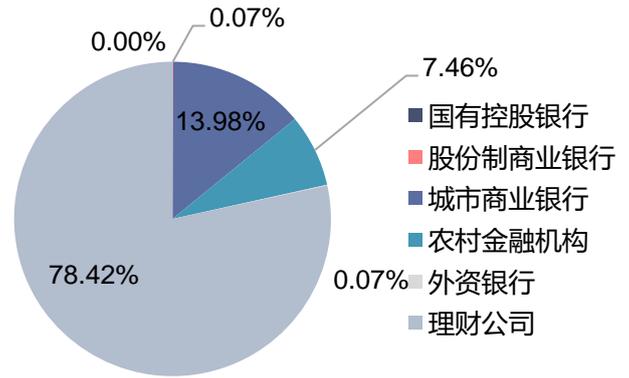
图 30：公募“固收+”指数的业绩表现



资料来源：Wind，信达证券研发中心

图 31：“固收+”产品资产类别一览


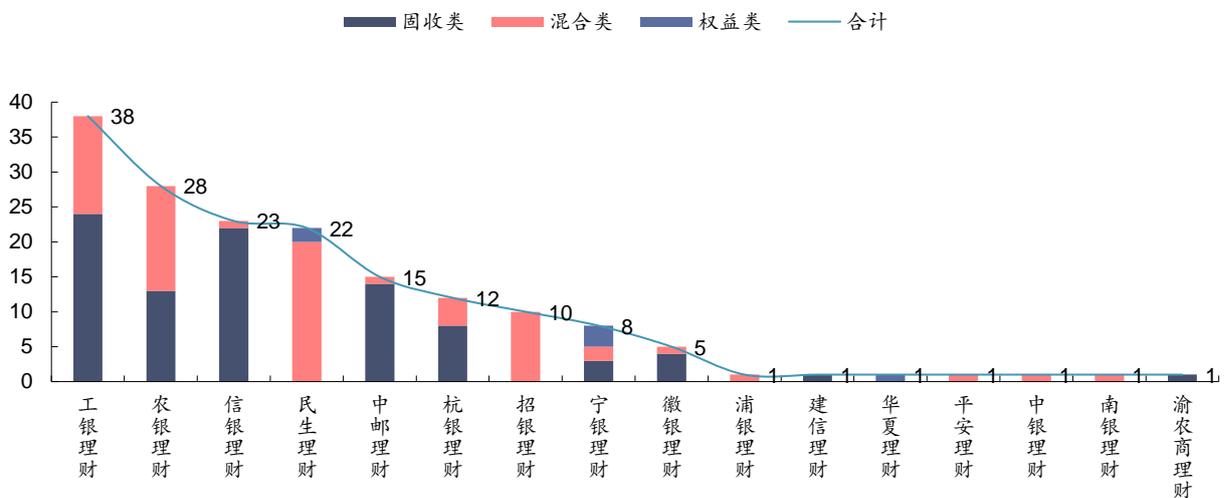
资料来源：普益标准，信达证券研发中心

图 32：理财公司发行“固收+”产品最多


资料来源：普益标准，信达证券研发中心

7.4 FOF 型理财产品成热点，固收类比重较大

FOF 基金具有多策略、多资产、多组合的特点，以分散投资、分散风险为目标，致力于做到灵活投资、逆市盈利。理财子公司加快布局 FOF 赛道，同时加快与公募基金的合作，不断推出新型 FOF 产品。截至 2025 年 1 月 31 日，理财子公司存续的 FOF 型产品共有 168 只；工银理财、农银理财 FOF 型产品数目最多，分别为 38 只和 28 只；其次是信银理财，存续的 FOF 数量为 23 只。

图 33：公募“固收+”指数的业绩表现


资料来源：中国理财网，信达证券研发中心（注：截至 2025 年 1 月 31 日）

八、投资建议

我们认为，1) 可以重点关注国企改革背景下，基本功扎实+低估值，且理财业务具备规模效应的全国性银行：邮储银行、农业银行、中信银行。2) 长期高业绩景气/区域新亮点/小微复苏优质区域行，理财业务持续发力，齐鲁银行，宁波银行等。3) 风险缓释有望带来估值修复、活跃资本市场下具备财富管理优势的招商银行等。

九、风险因素

宏观经济增速下行；政策落地不及预期；部分银行理财业务调整等。

研究团队简介

张晓辉，信达证券研发中心银行资深分析师，悉尼大学硕士，曾就职于中国邮政集团研究院金融研究中心、西部证券等。2023年加入信达证券研究所，从事金融业研究工作，主要覆盖银行行业，包括上市银行投资逻辑、理财行业及理财子、资产负债、风控、相关外部环境等。

分析师声明

负责本报告全部或部分内容的每一位分析师在此申明，本人具有证券投资咨询执业资格，并在中国证券业协会注册登记为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的所有观点准确反映了分析师本人的研究观点；本人薪酬的任何组成部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体分析意见或观点直接或间接相关。

免责声明

信达证券股份有限公司（以下简称“信达证券”）具有中国证监会批复的证券投资咨询业务资格。本报告由信达证券制作并发布。

本报告是针对与信达证券签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。信达证券不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。客户应当认识到有关本报告的电话、短信、邮件提示仅为研究观点的简要沟通，对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告是基于信达证券认为可靠的已公开信息编制，但信达证券不保证所载信息的准确性和完整性。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告最初出具日的观点和判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会出现不同程度的波动，涉及证券或投资标的的历史表现不应作为日后表现的保证。在不同时期，或因使用不同假设和标准，采用不同观点和分析方法，致使信达证券发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告，对此信达证券可不发出特别通知。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人做出邀请。

在法律允许的情况下，信达证券或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能会为这些公司正在提供或争取提供投资银行业务服务。

本报告版权仅为信达证券所有。未经信达证券书面同意，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若信达证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，信达证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成信达证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。

如未经信达证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。信达证券将保留随时追究其法律责任的权利。

评级说明

投资建议的比较标准	股票投资评级	行业投资评级
本报告采用的基准指数：沪深 300 指数（以下简称基准）； 时间段：报告发布之日起 6 个月内。	买入 ：股价相对强于基准 15% 以上；	看好 ：行业指数超越基准；
	增持 ：股价相对强于基准 5%~15%；	中性 ：行业指数与基准基本持平；
	持有 ：股价相对基准波动在±5% 之间；	看淡 ：行业指数弱于基准。
	卖出 ：股价相对弱于基准 5% 以下。	

风险提示

证券市场是一个风险无时不在的市场。投资者在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。建议投资者应当充分深入地了解证券市场蕴含的各项风险并谨慎行事。

本报告中所述证券不一定能在所有的国家和地区向所有类型的投资者销售，投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业顾问的意见。在任何情况下，信达证券不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。