

2026年02月04日

证券研究报告|银行理财周报

银行存续理财持续压降，理财“收益打榜”再获关注

银行理财周度跟踪（2026.1.26-2026.2.1）

分析师：蔡梦苑

分析师登记编码：S0890521120001

电话：021-20321004

邮箱：caimengyuan@cnhbstock.com

分析师：周佳卉

分析师登记编码：S0890525040001

电话：021-20321070

邮箱：zhoujiahui@cnhbstock.com

销售服务电话：

021-20515355

相关研究报告

1、《2025 年报：规模高增，结构优化，增配基金和存款—银行理财周度跟踪（2026.1.19-2026.1.25）》2026-01-28

2、《银行理财再掀“降费潮”，周开持本期新品亮相—银行理财周度跟踪（2026.1.12-2026.1.18）》2026-01-21

3、《公募销售新规正式落地，理财子深化推进新直联系统上线—银行理财周度跟踪（2025.12.29-2026.1.4）》2026-01-07

4、《信披统一框架正式落地，苏银理财深耕持有型不动产 ABS 实践—银行理财周度跟踪（2025.12.22-2025.12.28）》2025-12-31

5、《理财共议高质量发展新路径，首单科创债 ETF 质押式回购交易落地—银行理财周度跟踪（2025.12.15-2025.12.21）》2025-12-24

投资要点

⊕**监管和行业动态**：1、银行存续理财规模持续收缩，代销转型已成市场共识。截至 2025 年末，全国共有 159 家银行机构及 32 家理财公司有存续的理财产品，其中银行机构数量较 2024 年末减少 59 家；银行机构理财存续规模达 2.58 万亿元，同比降幅 29.12%，其在全市场存续理财规模中的占比也从 2024 年的 12.2% 降至 2025 年的 7.8%，呈现出主体数量、存续规模与市场占比同步收缩的态势。2、年初以来，部分理财产品以短期高收益作为展示策略的现象可能依然存在，或将引起监管部门进一步关注。为吸引资金流入，部分理财公司仍可能通过“养壳产品”进行收益率展示，即向少数新发、极小规模产品调节收益，使其在年化后呈现较高收益率。此类产品凭借排行榜排名吸引资金流入，但随着规模快速扩张，收益率通常迅速回落，由短期高收益产品回归常态水平。

⊕**同业创新动态**：1、沪深两市打新业务，宁银理财积极布局。自 2025 年起至 2026 年 1 月 19 日，该公司旗下共有 7 只理财产品参与新股网下申购，累计对 40 只新股进行询价，其中 36 只成功入围，入围率达 90%，累计获配金额超过 1500 万元。其中，“宁赢平衡增利”系列作为偏债混合类产品，是该公司布局网下打新的重点产品之一。

⊕**收益率表现**：上周（2026.1.26-2026.2.1，下同）现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.28%，环比上升 1BP；同期货币型基金近 7 日年化收益率报 1.15%，环比下降 1BP。上周各期限纯固收、固收+产品收益普遍下降。债市走势分化，美联储主席人选提名扰动市场预期，引发贵金属大幅波动，避险情绪升温带动股市震荡回调，对债市形成一定支撑。但与此同时，跨月资金面平稳，叠加地产“三道红线”政策放松，短端及超长端收益率表现偏弱。全周来看，10 年期国债活跃券收益率下行 2BP 至 1.81%，30 年期国债活跃券收益率上行 1BP 至 2.26%。

⊕**破净率跟踪**：上周银行理财产品破净率 0.61%，环比上升 0.08 个百分点，信用利差环比收敛 1.96BP。后续密切关注信用利差走势，若持续走扩，或将令破净率承压上行。

⊕**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，旨在反映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。

内容目录

1. 要闻梳理与简评.....	3
1.1. 监管和行业动态.....	3
1.1.1. 银行存续理财规模持续压降，代销转型已成市场共识.....	3
1.1.2. 银行理财“收益打榜”现象或引监管关注.....	4
1.2. 同业创新动态.....	5
1.2.1. 沪深两市打新业务，宁银理财积极布局.....	5
2. 收益率表现.....	5
3. 破净率跟踪.....	7
4. 风险提示.....	8

图表目录

图 1: 理财公司合作的代销机构中，中小银行（以城农商行为代表）数量日益增加.....	4
图 2: 2025 年以来，宁银理财共有 7 只理财产品参与新股网下申购.....	5
图 3: 上周现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.28%，环比上升 1BP.....	6
图 4: 上周各期限纯固收产品收益普遍下降.....	6
图 5: 上周各期限固收+产品收益普遍下降.....	7
图 6: 上周银行理财产品破净率 0.61%，环比上升 0.08 个百分点.....	7

1. 要闻梳理与简评

1.1. 监管和行业动态

1.1.1. 银行存续理财规模持续压降，代销转型已成市场共识

据中国理财网《中国银行业理财市场年度报告（2025年）》显示，截至2025年末，全国共有159家银行机构及32家理财公司有存续的理财产品，其中银行机构数量较2024年末减少59家；银行机构理财存续规模达2.58万亿元，同比降幅29.12%，其在全市场存续理财规模中的占比也从2024年的12.2%降至2025年的7.8%，呈现出主体数量、存续规模与市场占比同步收缩的态势。

2024年6月下旬，中国证券报披露部分省份要求未设立理财子公司的银行，于2026年底逐步压降存量理财业务。尽管全国层面“清零”细则尚未明确，但中小银行自主开展理财业务的空间已大幅收窄。为填补中间业务收入缺口、切入财富管理赛道，中小银行仅剩两条路径：一是持牌化运营（申设理财子公司），二是渠道化转型（代销他行产品）。

然而，理财公司牌照发放趋严，“惜发”态势暂未有松动。截至2025年末，国内持牌理财公司仅32家，且集中于北上广深等中心城市；2024年以来无新增银行获批筹建，这一趋势或将延续至2026年。从潜在获牌主体来看，两类机构概率较高：一是理财存续规模大、综合实力强的区域龙头城商行、农商行；二是能填补区域空白、理财规模尚可的中西部符合条件机构。此外，部分地区或出现多家中小银行联合设立理财公司的模式，通过资源整合满足资本金、投研团队及风控体系等监管要求。但是，对多数中小银行而言，受限于规模体量小、资金实力弱、投研风控能力不足等短板，持牌化路径仍面临较大阻力。

在此背景下，中小银行通过代销模式切入财富管理市场已成为行业共识，这一选择也契合其“轻资产运营”的转型逻辑。从供给侧来看，除招银理财等母行零售渠道基础雄厚的机构外，多数理财子公司受困于母行渠道增长见顶、自营APP客户重叠度高、运营成本高昂等问题，难以单纯依靠自有渠道实现规模扩张。因此，借助他行渠道突破品牌与规模瓶颈，抢占县域市场及互联网客户群体，或成为其市场化扩张的必然选择。

图 1：理财公司合作的代销机构中，中小银行（以城农商行为代表）数量日益增加

理财公司	国股行					城农商行				
	2021	2022	2023	2024	2025	2021	2022	2023	2024	2025
兴银理财	18	18	18	18	18	385	388	404	406	409
杭银理财	5	6	7	8	8	158	164	182	188	192
信银理财	12	12	14	16	16	108	110	143	165	170
苏银理财	5	5	7	8	10	164	168	174	174	177
南银理财	4	4	6	8	9	90	98	109	120	126
平安理财	10	11	15	15	15	43	51	82	86	88
渝农商理财	0	1	2	2	2	17	29	43	76	105
华夏理财	11	14	14	15	15	60	64	66	68	75
中银理财	13	14	15	17	17	5	15	26	72	74
渤海理财	1	3	4	6	6	0	3	12	60	63
青银理财	1	1	1	1	1	35	39	41	69	81
宁银理财	9	9	10	10	12	35	37	47	57	59
北银理财	0	0	2	8	8	4	4	12	59	63
招银理财	12	14	14	14	15	7	21	36	45	49
民生理财	3	3	10	13	15	2	2	17	31	42
工银理财	7	7	8	11	11	3	4	19	24	25
上银理财	0	0	1	2	4	1	1	9	28	38
浦银理财	7	10	11	15	15	11	11	13	19	19
中邮理财	6	7	13	14	14	2	3	8	15	18
浙银理财	1	1	1	1	3	0	0	0	2	31
光大理财	13	14	14	15	17	8	8	8	9	12
交银理财	12	13	13	13	13	11	11	11	12	12
农银理财	8	9	11	12	12	2	2	8	9	10
恒丰理财	1	3	4	4	8	2	9	13	13	14
广银理财	2	6	6	7	8	1	5	6	11	12
徽银理财	1	1	1	2	5	4	7	7	8	12
建信理财	5	6	6	8	8	1	1	1	1	3
汇华理财	2	2	2	2	4	0	0	0	1	2
施罗德交银理财		1	1	1	2		1	1	1	2
法巴农银理财				1	1				1	1
贝莱德建信理财	1	1	1	1	2	0	0	0	0	0
高盛工银理财		1	1	1	1		0	0	0	0

资料来源：iFind，华宝证券研究创新部；注：数据源或基于非全面市场统计，侧重趋势研判，非精确计量。

1.1.2. 银行理财“收益打榜”现象或引监管关注

年初以来，部分理财产品以短期高收益作为展示策略的现象可能依然存在，或将引起监管部门进一步关注。为吸引资金流入，部分理财公司仍可能通过“养壳产品”进行收益率展示，即向少数新发、极小规模产品调节收益，使其在年化后呈现较高收益率。此类产品凭借排行榜排名吸引资金流入，但随着规模快速扩张，收益率通常迅速回落，由短期高收益产品回归常态水平。

动因：负债端客户对“高收益、净值稳定”产品的偏好，与理财公司以管理规模为核心的传统考核方式形成相互强化，促使部分机构倾向于采取“打榜—引流—做大规模”的发展路径，相对弱化长期投研能力的构建。行业内部若存在此类现象，机构可能被动跟进，否则或面临客户流失与规模收缩的压力，从而陷入类似“囚徒困境”的局面——率先完全遵守规范的机构可能承受短期竞争劣势，最终加剧行业整体行为的同质化。

潜在影响：对投资者而言，容易引发对产品公平性的质疑，资金入场后往往面临收益快速稀释；对行业来说，可能削弱长期投研能力建设，并诱发“劣币驱逐良币”效应；从市场角度看，会干扰真实价格发现，加剧资金短期化倾向，与培育长期稳定资金的目标存在偏离。

2025年12月22日，国家金融监督管理总局发布《银行保险机构资产管理产品信息披露管理办法》，重点规范资管产品信息披露行为，明确禁止通过选择性披露部分时段业绩、对不同产品采用不一致的业绩展示标准等方式片面宣传历史业绩。该规定有望对以“收益打榜”为代表的误导性营销形成遏制，逐步推动营销重点向真实、完整的风险收益特征转移。

展望未来，随着监管对各类行业行为的持续规范，依赖技术手段进行收益调节的空间预计

将逐步收窄。对理财公司而言，竞争焦点或将从规模扩张进一步转向能力建设。

1.2. 同业创新动态

1.2.1. 沪深两市打新业务，宁银理财积极布局

据1月30日宁银理财公众号，自2025年起至2026年1月19日，该公司旗下共有7只理财产品参与新股网下申购，累计对40只新股进行询价，其中36只成功入围，入围率达90%，累计获配金额超过1500万元。其中，“宁赢平衡增利”系列作为偏债混合类产品，是该公司布局网下打新的重点产品之一。

在投研支持方面，宁银理财已搭建近20人的专业权益投研团队，覆盖周期、科技、制造、消费四大方向，长期跟踪超过400家重点公司及数十个关键产业链，为其参与新股定价提供了研究基础。

理财资金参与股票打新，正逐渐成为其获取超额收益、布局权益市场的重要方式。自2025年1月证监会发布《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》，明确银行理财与公募基金在政策上享有同等待遇以来，包括宁银理财、兴银理财、光大理财在内的理财公司逐步加大A股打新布局力度。在行业选择上，上述机构多聚焦于硬科技领域，如国产GPU企业摩尔线程、沐曦股份等，体现出对“科技金融”政策导向的响应。

理财资金因其长期、稳定的属性，已成为A股市场中长期资金的重要组成部分。重点配置硬科技领域新股，一方面源于该类企业在上市初期通常具备较好的价格表现与风险收益特征，另一方面也契合国家创新驱动发展战略及市场对科技成长板块的配置偏好。

图2：2025年以来，宁银理财共有7只理财产品参与新股网下申购

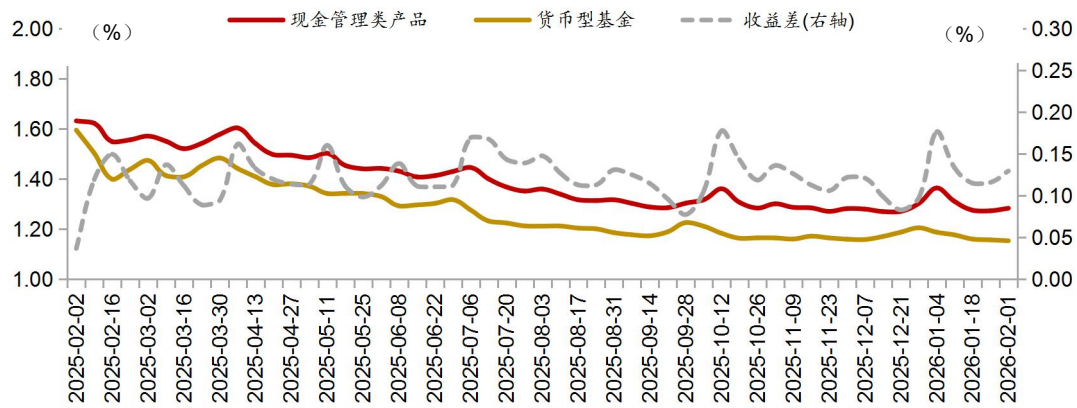
序号	机构名称	产品名称	参与IPO次数	累计获配投入(万元)	最新市值(考虑分红再投资)(万元)	浮动盈亏(万元)
1	宁银理财	宁银理财宁赢平衡增利国企红利混合类日开理财6号	41	583.38	1964.08	1417.32
2	宁银理财	宁银理财宁赢个股臻选混合类开放式理财产品1号(最短持有2年)	40	197.32	556.67	383.17
3	兴银理财	兴银理财富利兴成阿尔法日开1号混合类理财产品	32	432.18	1502.63	1097.18
4	兴银理财	兴银理财富利兴成阿尔法一个月持有期2号混合类理财产品	28	254.77	869.77	641.74
5	兴银理财	兴银理财安愉五年封闭1号固收类养老理财产品	26	295.22	948.03	663.29
6	宁银理财	宁银理财宁赢平衡增利混合类开放式理财3号(最短持有180天)	25	269.59	885.95	652.99
7	宁银理财	宁银理财宁赢平衡增利混合类日开理财(最短持有1年)	25	176.78	498.52	355.96
8	宁银理财	宁银理财宁赢平衡增利港股通增强策略混合类日开理财8号	25	327.91	1128.87	837.58
9	宁银理财	宁银理财宁赢平衡增利智能制造混合类理财5号(最短持有6个月)	24	264.57	839.54	611.59
10	兴银理财	兴银理财兴睿全明星1号混合类净值型理财产品	21	214.52	754.23	566.45
11	光大理财	光大理财有限责任公司-阳光橙增盈绝对收益策略	8	39.82	132.84	93.03
12	宁银理财	宁银理财宁赢混合类碳中和开放式理财产品1号(最短持有1年)	1	3.60	5.93	2.33

资料来源：iFind，华宝证券研究创新部；注：数据截至2026.02.04。

2. 收益率表现

据普益标准统计，上周（2026.1.26-2026.2.1，下同）现金管理类产品近7日年化收益率录得1.28%，环比上升1BP；同期货币型基金近7日年化收益率报1.15%，环比下降1BP。现金管理类产品与货币基金的收益差为0.13%，环比上升1BP。

图 3：上周现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.28%，环比上升 1BP



单位：%	现金管理类产品	货币型基金	收益差
2026/1/25	1.27	1.16	0.12
2026/2/1	1.28	1.15	0.13

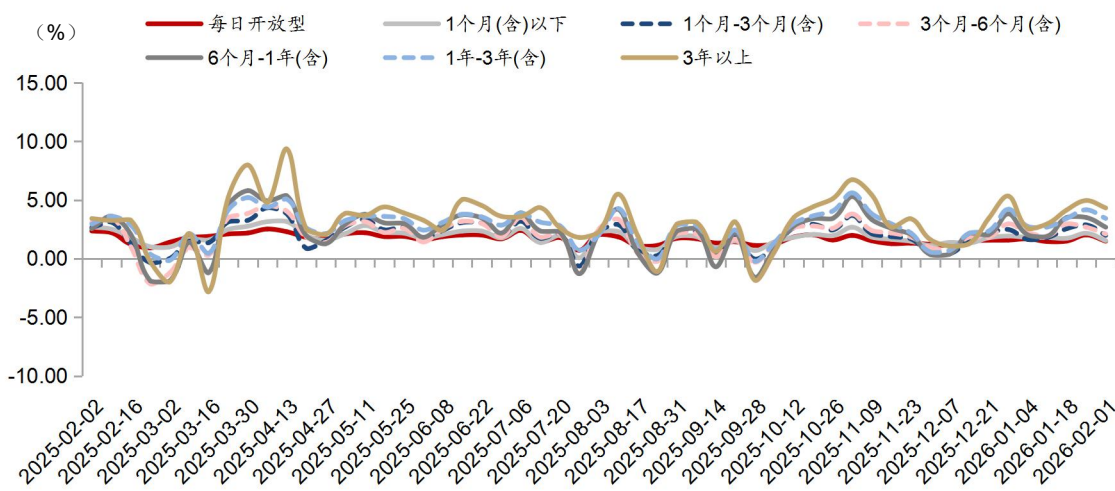
资料来源：普益标准，iFind，华宝证券研究创新部；注：近 7 日年化收益率取“规模加权”数值。

上周各期限纯固收、固收+产品收益普遍下降。

上周债市走势分化，美联储主席人选提名扰动市场预期，引发贵金属大幅波动，避险情绪升温带动股市震荡回调，对债市形成一定支撑。但与此同时，跨月资金面平稳，叠加地产“三道红线”政策放松，短端及超长端收益率表现偏弱。全周来看，10 年期国债活跃券收益率下行 2BP 至 1.81%，30 年期国债活跃券收益率上行 1BP 至 2.26%。（数据来源：iFind）

鉴于不同产品净值披露日与频率各异，其短期收益率与债市变动难以精确映射，或存在一定滞后。长期限产品因负债端稳定性更强（流动性补偿）、资产端久期匹配能力更优，收益率通常高于短期限产品，且因其久期更长，对利率波动的敏感性更高，故收益变动更显著。

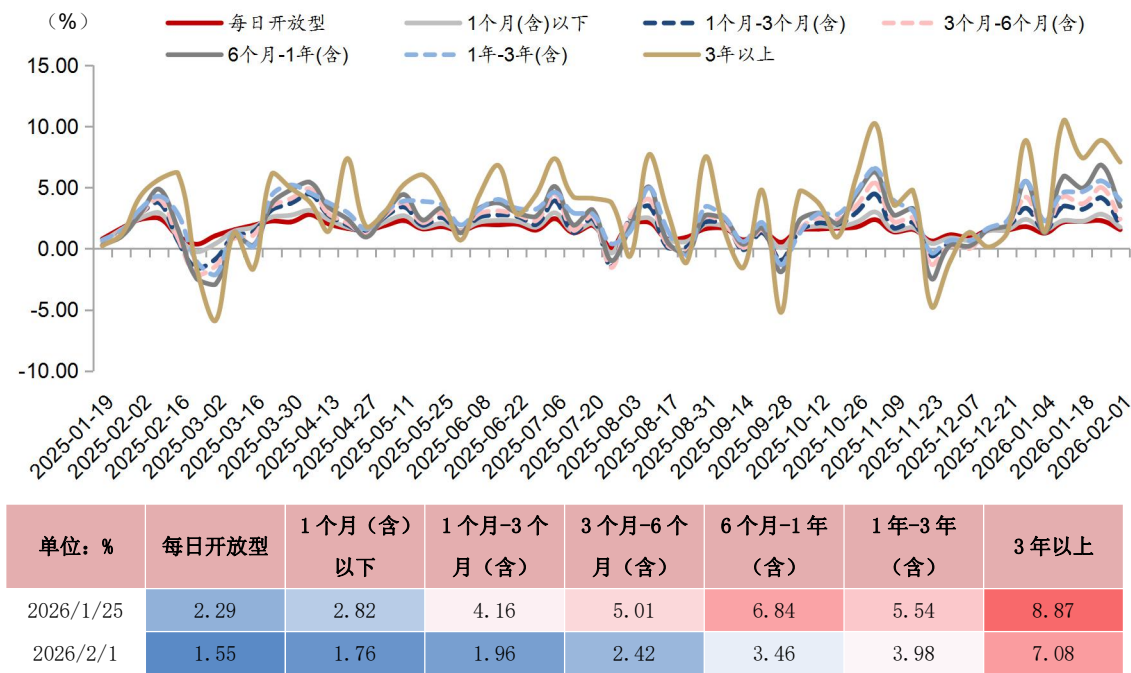
图 4：上周各期限纯固收产品收益普遍下降



单位：%	每日开放型	1 个月(含)以下	1 个月-3 个月(含)	3 个月-6 个月(含)	6 个月-1 年(含)	1 年-3 年(含)	3 年以上
2026/1/25	2.02	2.16	2.87	2.68	3.51	4.16	4.96
2026/2/1	1.48	1.53	1.98	2.10	2.68	3.42	4.32

资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部；注：年化收益率取“规模加权”数值，部分数据的显著波动或归因于样本采集的覆盖不足或完整性缺陷。

图 5：上周各期限固收+产品收益普遍下降



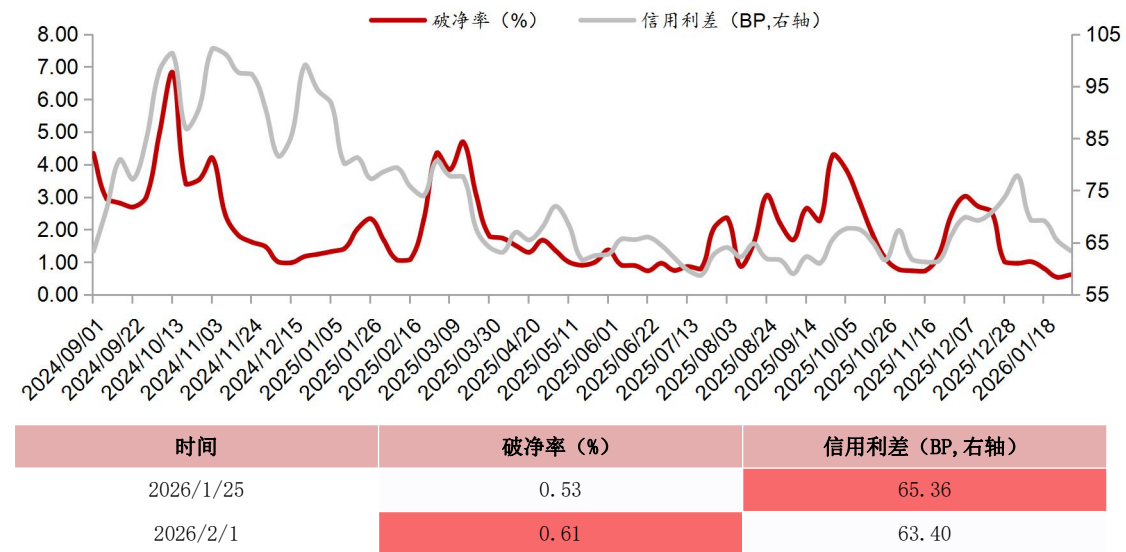
资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部；注：年化收益率取“规模加权”数值，部分数据的显著波动或归因于样本采集的覆盖不足或完整性缺陷。

3. 破净率跟踪

据普益标准和 iFind 统计，上周银行理财产品破净率 0.61%，环比上升 0.08 个百分点，信用利差环比收敛 1.96BP。

破净率与信用利差整体呈正相关，通常当破净率突破 5%、信用利差调整幅度超过 20BP 时，理财产品负债端或面临赎回压力。但破净率变动相对信用利差存在一定滞后性，且受数据样本完整性与时效性的制约，周度波动或更多体现短期市场情绪，难以充分揭示二者的规律性关联。后续密切关注信用利差走势，若持续走扩，或将令破净率承压上行。

图 6：上周银行理财产品破净率 0.61%，环比上升 0.08 个百分点



资料来源：普益标准，iFind，华宝证券研究创新部；注：信用利差=3 年期 AA 中债中短期票据 YTM-3 年期中债国债 YTM。

4. 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，旨在反映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。
- ★ 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。