

2026年02月11日

证券研究报告|银行理财月报

银行理财大事记：理财市场降费潮又起，中小银行代 销路谋新

2026年1月银行理财市场月报

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：zhoujihui@cnhbstock.com

销售服务电话：

021-20515355

相关研究报告

1、《银行理财大事记：2025指数型理财崛起，理财公司加码A股与港股IPO—2025年12月银行理财市场月报》2026-01-16

2、《银行理财大事记：协会更名深化“功能监管”，理财打新聚焦“硬科技”—2025年11月银行理财市场月报》2025-12-09

3、《银行理财大事记：养老理财试点扩全国，数据基建升级迈新阶—2025年10月银行理财市场月报》2025-11-11

4、《银行理财大事记：政策重塑流动性管理，指数化布局与科技金融成创新焦点—2025年9月银行理财市场月报》2025-10-17

5、《债券市场起波澜，理财创新谋新局—2025年8月银行理财市场月报》2025-09-09

投资要点

①**1月银行理财监管和行业动态**：公募基金销售新规正式稿落地，明确赎回费放宽与过渡期延长，旨在降低投资者成本并引导长期投资；银行理财行业掀起新一轮“降费潮”，多家机构通过调降管理费与销售服务费提升产品吸引力；2025年银行理财年报显示，行业规模增至33.29万亿元，结构上固收类产品主导、混合类扩容，资产配置转向增配公募基金与银行存款，产品平均收益率首次跌破2%；中小银行理财规模持续压降，代销转型成为主流出路；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。

②**1月银行理财同业创新动态**：交银理财、浦银理财完成新一代理财信息登记直联系统上线，实现了登记范围的拓宽，其中，浦银理财率先完成了全模块全流程的覆盖；招银理财推出“微波固收+”策略新品，采用“周开持有期”模式平衡流动性与稳定性；工银理财、中邮理财重点布局港股IPO，捕捉科技领域机会，并注重期限匹配以管理流动性风险；宁银理财积极参与A股打新，聚焦硬科技企业，既响应政策导向，也拓展了权益资产配置渠道。

③**存续：规模环比小幅下降，收益率普遍上升**。1、1月全市场理财产品存续规模为31.57万亿元，环比下降0.10%，同比上升5.75%。从市场演变趋势上看，2024年以来现金管理类产品规模持续收缩，而最小持有期型、日开型等固收类产品规模维持稳步扩张。2、1月现金管理类产品近7日年化收益率录得1.28%，环比下降7.45BP；同期货币型基金近7日年化收益率报1.17%，环比下降3.41BP。纯固收产品年化收益率为2.67%，环比上升0.55个百分点；固收+产品年化收益率为3.47%，环比上升1.68个百分点。3、1月全市场理财产品破净率为1.51%，环比下降2.7个百分点；信用利差环比同步收敛13.4BP。

④**新发：规模上升，产品谱系三大特征不变，业绩基准有所分化**。1月理财公司新发产品规模环比上升，符合季节性特征。产品谱系仍呈现三大特征：固收+产品、封闭式产品、1-3年期产品占据主导地位。1月新发理财产品业绩基准调整趋势有所分化。

⑤**到期：封闭式产品达标率86.66%，定开型产品达标率66.53%**。1月封闭式理财产品达标率为86.66%，较12月环比上升3.45个百分点；1月定开型理财产品达标率为66.53%，较12月环比上升7.93个百分点。

⑥**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。

内容目录

1. 1月银行理财大事记.....	3
2. 存续：规模环比小幅下降，收益率普遍上升.....	6
2.1. 规模：1月全市场理财产品存续规模环比下降0.10%至31.57万亿元.....	6
2.2. 收益表现：1月理财产品年化收益率普遍上升.....	7
3. 新发：规模上升，产品谱系三大特征不变，业绩基准有所分化.....	10
3.1. 规模：1月理财公司新发产品规模上升，产品谱系呈三大特征.....	10
3.2. 业绩基准：新发理财产品业绩基准调整趋势有所分化.....	11
4. 到期：封闭式产品达标率86.66%，定开型产品达标率66.53%.....	12
5. 风险提示.....	13

图表目录

图 1： 1月全市场理财产品存续规模为31.57万亿元，环比下降0.10%，同比上升5.75%.....	7
图 2： 1月理财产品仍以固收和现金管理类产品为主，最小持有期型、日开型固收类产品规模稳健.....	7
图 3： 1月现金管理类产品近7日年化收益率录得1.28%，环比下降7.45BP.....	8
图 4： 1月理财产品年化收益率上升为主：固收类产品录得3.38%，环比上升1.55个百分点.....	8
图 5： 各期限纯固收产品1月年化收益率多数环比不同程度上升.....	9
图 6： 各期限固收+产品1月年化收益率普遍环比不同程度上升.....	9
图 7： 1月全市场理财产品破净率为1.51%，环比下降2.7个百分点，信用利差环比同步收敛13.4BP.....	10
图 8： 1月理财公司新发产品规模环比上升，固收+产品占据主导地位，新发规模3,721.67亿元.....	11
图 9： 1-3年期产品以26,72.45亿元募集规模占据绝对优势.....	11
图 10： 封闭式产品以4,907.09亿元发行体量持续领跑市场.....	11
图 11： 新发纯固收产品各期限业绩基准走势有所分化.....	12
图 12： 新发固收+产品各期限业绩基准多数延续下调趋势.....	12
图 13： 1月封闭式理财产品达标率为86.66%，较12月环比上升3.45个百分点.....	12
图 14： 1月定开型理财产品达标率为66.53%，较12月环比上升7.93个百分点.....	12

1. 1月银行理财大事记

表 1：1月银行理财大事记——监管和行业动态

1月要闻	序号	事件	事件描述	事件点评
	1	公募销售新规正式稿落地	<p>12月31日，中国证监会正式发布《公开募集证券投资基金销售费用管理规定》，并定于2026年1月1日起施行。此举是对2025年9月《公开募集证券投资基金销售费用管理规定》（征求意见稿）的细化和最终确认，标志着公募基金行业费率改革第三阶段的全面落地，旨在系统性规范销售秩序、降低投资者成本并引导长期投资理念。</p> <p>相较于征求意见稿，正式稿在具体条款上做出了重要调整，展现了更大的灵活性，以下两个方面是市场关注的焦点：</p> <p>1、赎回费安排显著放宽，对债基形成边际利好：根据第十条规定，对于个人投资者持有指数型、债券型基金满7日，以及机构投资者持有债券型基金满30日的份额，允许基金管理人另行约定赎回费收取标准。这一调整远较市场最初担心的“持有满180日才免赎回费”宽松，极大缓解了债基的流动性担忧。</p> <p>2、过渡期明确延长，预留充足调整时间：第二十九条规定，已发售基金有不符情形者，拥有12个月的调整过渡期，这为市场各方进行系统改造、合同修订和策略调整提供了更充裕的窗口。</p>	<p>对债市影响：赎回费安排的放宽，降低了债基面临的潜在赎回压力，对债市构成边际利好。</p> <p>对银行理财影响：负债端方面，债基赎回费安排的放宽缓解了其短期持有成本压力，削弱了资金从债基向银行理财迁徙的迫切性。资产端方面，理财公司以往依赖公募债基进行流动性管理的模式仍需顺应长期导向进行调整，但赎回豁免门槛降低与过渡期延长，为其提供了更充足的应变时间。债券ETF等工具因交易灵活、费率低廉，仍是重要的替代选择。</p>
监管和行业动态	2	银行理财“降费潮”再起	<p>2025年12月末至2026年1月上旬，市场掀起新一轮密集的费率调降。招银理财、建信理财、中银理财、宁银理财、南银理财和中原银行等多家机构参与其中，调降对象主要集中于管理费与销售服务费。部分产品费率甚至降至象征性的0.01%/年或直接进入“零费率”区间。值得注意的是，此类优惠多为阶段性措施，持续时间从数周至整个2026年不等。</p>	<p>本轮“降费潮”或主要受三重因素推动。短期来看，适逢年初“开门红”关键营销节点，理财公司通过降费快速提升产品吸引力、冲刺规模。中期视角下，存款利率持续下行凸显理财产品的收益优势，机构借此承接“存款搬家”所带来的资金流入。此外，行业同质化竞争加剧，也使费率成为最直接的竞争手段。短期降费确实可降低投资者持有成本，提升产品吸引力，有效刺激销售增长。</p> <p>展望未来，超低费率模式或难以长期持续。管理费是理财公司的主要收入来源，持续让利将侵蚀其盈利空间，对中小机构挑战尤甚。随着市场对降费逐步适应，费率调整的边际效应或将逐步减弱，投资者决策有望转向对产品策略逻辑、风险收益特征等本质要素的关注。行业或需跳出“价格战”逻辑，将竞争重心聚焦于投研风控、产品创新与深度客户陪伴，以此构建差异化竞争力，迈向高质量发展。</p>
	3	银行理财2025年报出炉：规模高增，结构优化，增配公募基金和银行存款	<p>1、规模高增彰显韧性，多重动力支撑增长</p> <p>截至2025年末，银行理财市场存续规模达33.29万亿元，较年初增长11.15%，全年增量3.34万亿元。增长动能或主要源于三方面支撑：其一，“存款搬家”叙事贯穿全年，比价效应为理财增长提供坚实支撑；其二，理财公司主动深化市场布局，通过渠道下沉覆盖县域及乡村客群、优化客户服务体验、创新产品体系等方式，持续拓宽客户覆盖边界；其三，净值化转型下产品表现稳健，尽管2025年债市波动加剧、情绪偏弱，但理财在估值整改过渡期内保持了较强的净值管控能力，有效维系了产品吸引力。从季度表现来看，即便面临季末资金回表扰动及年末股市上涨带来的资金分流压力，Q4理财规模仍较Q3实现小幅增长，彰显市场需求韧性。</p> <p>2、产品结构持续优化，固收为主、混合扩容</p> <p>产品结构呈现“现金管理类收缩、固收类主导、混合类扩容”的鲜明特征。截至2025年末，现金管理类理财产品存续规模7.04万亿元，占全部开放式理财产品比例为26.48%，较年初下降3.69个百分点。产品收益率中枢的持续下行，使其相对于其他理财品类的吸引力有所减弱。</p> <p>非现管的固收类产品成为规模增长的绝对主力，全年贡献增量3.43万亿元。其中，“固收+”产品凭借灵活的资产配置优势备受青睐，该产品可将不超过20%的资金投向权益类资产，在2025年股市结构性机会凸显的环境下，能够兼顾稳健性与收益弹性，精准匹配了投资者的风险偏好。</p> <p>混合类产品存续规模达0.87万亿元，占比2.61%，较年初提升0.17个百分点，作为连接固收与权益市场的重要载体，其规模增长反映出投资者对多元资产配置的需求持续上升。</p> <p>3、资产配置方向调整，增配公募基金与银行存款</p> <p>2025年理财重点增配公募基金、现金及银行存款两类资产。截至2025年末，公募基金投资规模1.82万亿元，占比5.10%，</p>	

1月要闻	序号	事件	事件描述	事件点评
			<p>规模和占比均创历史新高。增量贡献或主要来自两方面：一是2025年科创债ETF、基准做市信用债ETF等创新产品密集推出，为理财提供了优质的配置标的；二是理财通过权益类ETF、二级债基等品种间接参与股市结构性机会，丰富了收益来源。</p> <p>现金及银行存款投资规模同步攀升至10.06万亿元，占比28.2%，同样刷新历史纪录。年末银行同业存款供给阶段性增加且利率具备相对吸引力，理财公司把握季末资金配置窗口期，大规模增配该类资产，成为震荡市场环境下的稳健选择。</p> <p>4、债券类资产配置回落，减配信用债和同业存单</p> <p>债券类资产在理财配置中的占比有所回落，截至2025年末，债券类投资规模18.52万亿元，占比51.93%，较去年同期明显下降。具体而言，信用债规模13.27万亿元，占比37.21%，较去年同期下降3.90个百分点；利率债规模0.90万亿元，占比2.52%，虽较去年同期有所增加，但仍处于低位水平；同业存单规模4.35万亿元，占比12.2%，规模与占比均较去年同期下滑，且下半年减配趋势较为显著。这一变化或主要源于2025年下半年商业银行更倾向通过央行负债置换同业负债，导致同业存单供给收缩，理财配置需求顺势向收益更具优势的同业存款转移，二者呈现一定的替代效应。</p> <p>5、收益水平首次跌破2%，多重因素导致承压</p> <p>2025年全市场理财产品平均收益率为1.98%，首次跌破2%关口，较2025年上半年的2.12%及2024年的2.65%出现显著下滑，收益承压特征凸显。收益下行或主要受三方面因素制约：一是市场利率中枢持续下行，票息类资产收益率走低，理财通过传统债券配置增厚收益的难度加大；二是2025年债市震荡加剧、市场情绪偏弱，利率波段交易的操作难度提升，难以通过交易性收益弥补票息不足；三是估值整改过渡期内，理财在“收益、风险、流动性”的不可能三角中，将控制净值波动置于优先位置，多数产品采取审慎的配置基调，一定程度上牺牲了部分收益空间。</p>	
	4	银行存续理财规模持续压降，代销转型已成市场共识	<p>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。</p>	<p>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年底前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）。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
	5	银行理财“收益打榜”现象或引监管关注	<p>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。</p>	<p>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。</p> <p>潜在影响：对投资者而言，容易引发对产品公平性的质疑，</p>

1月要闻	序号	事件	事件描述	事件点评
				<p>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。</p> <p>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》，重点规范资产管理产品信息披露行为，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。</p> <p>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。</p>

资料来源：中国证监会官网，中国理财网，证券日报，财联社，21世纪经济报道，华宝证券研究创新部

表 2：1 月银行理财大事记——同业创新动态

1月要闻	序号	事件	事件描述	事件点评
同业创新动态	1	交银理财、浦银理财顺利完成新一代理财信息登记直联系统上线	<p>据12月31日交银理财公众号，交银理财新一代理财信息登记直联系统（以下简称“新直联系统”）的产品信息与投资者信息登记模块，正式通过银行业理财登记托管中心验收并上线运行。在交银理财之前，工银理财、苏银理财、宁银理财等机构已作为首批机构于2025年11月成功上线了新系统，主要聚焦于投资者信息模块的切换。交银理财的此次推进，标志着新直联系统的覆盖范围进一步扩大，行业标准化建设进入深化阶段。</p> <p>据1月27日浦银理财公众号消息，浦银理财新直联系统顺利通过银行业理财登记托管中心验收，成功实现产品信息登记、投资资产信息登记、投资者信息登记等全面直联对接并正式投入运行，成为首家完成全流程、新上线的直联机构。</p>	<p>从2025年5月《银行保险机构资产管理产品信息披露管理办法》（征求意见稿）发布，到10月“理财新一代系统”全面投产，再到11月至12月各理财公司密集完成新直联系统上线，最终于12月底迎来《银行保险机构资产管理产品信息披露管理办法》（以下简称《信披管理办法》）正式稿出台，这条时间线清晰地揭示了政策规制（“软件”）与基础设施建设（“硬件”）的协同演进逻辑。</p> <p>新直联系统通过统一技术架构和深化数据治理，为《信披管理办法》要求的“穿透式监管”和“统一披露标准”提供了技术基石。没有政策的强制要求与统一规划，系统升级就缺乏核心驱动力与标准依据；而没有强大的直联系统作为支撑，政策所追求的高效、低成本、全行业统一的信披目标就无法落地。交银理财等机构的快速跟进，正是市场主体积极顺应监管导向、夯实合规内功的体现，共同推动了理财市场向更透明、更规范的方向发展。</p>
	2	招银理财推出“微波固收+”策略新品——“和泰周开1号”	<p>据1月15日招银理财公众号消息，其推出“和泰周开1号”理财产品，主打“微波固收+”策略，并创新采用“周开持有期”运作模式。产品成立后前3个月管理费优惠10BP，通过阶段性费率让利吸引投资者。</p> <p>“微波固收+”策略以固收资产为核心，境内外双线配置（境内优质债券+境外点心债等），权益部分不超过5%，通过优先股、股票配资等工具精细化操作，控制波动的同时增强收益。</p> <p>“周开持有期”模式打破了传统定开产品中“持有期=封闭期”的规则，允许投资者每周申购，但每笔份额需持有满1年后方可赎回，平衡流动性需求与投资稳定性。</p>	<p>理财行业当前的核心矛盾是“投资者对流动性的高要求”与“产品管理人对久期稳定的需求”。周开持有期的创新，正是用“申购高频化+赎回长期化”的非对称规则，拆解这一矛盾。</p> <p>它在最短持有期的基础上，给申购和赎回都加上了“周度频率”的约束，本质是通过降低申赎的频率，来缓解理财公司负债端的流动性压力。申购和赎回都限制在每周特定1-2天，能将赎回压力分散到一整年的不同周，降低“集中挤兑”风险。</p>
	3	工银理财、中邮理财积极布局港股IPO	<p>据1月21日工银理财公众号，工银理财10笔港股IPO投资斩获100%胜率：2025年末-2026年初，港股市场步入新股密集发行期，工银理财在这一关键时期精准发力，成功锁定了半导体、人工智能、生物医药、高端装备等领域的10支优质港股IPO项目。</p> <p>截至2026年1月16日，10笔投资全部实现正收益，胜率达到了100%，单笔最高涨幅达到165.45%。</p> <p>据1月12日中邮理财公众号，中邮理财作为锚定投资者，参与了</p>	<p>在低利率环境下，理财机构积极探索收益新路径，参与港股IPO是其拓展权益投资的重要抓手，可通过基石、锚定等方式布局优质企业，获取相较二级市场更优的收益。同时，港股上市机制持续优化，如2024年以来监管层推出多项对港合作措施、优化审批流程、设立“科企专线”等，进一步便利企业赴港上市；而港股IPO市场作为连接中资企业与全球资本的核心桥梁，具备重要战略价值，能助力理财公司把</p>

1月要闻	序号	事件	事件描述	事件点评
			<p>国产 GPU 企业壁仞科技及通用人工智能公司 MiniMax 的港股 IPO，投资覆盖 AI 算力基础设施与算法应用关键环节，形成产业链协同布局。自 2024 年起，中邮理财持续布局港股市场，先后投资美的集团、宁德时代、三花智控、奇瑞汽车等企业，目前已成为中资机构中参与港股 IPO 基石投资数量排名前三的投资者，相关投资为固收+及混合型产品贡献了收益。</p>	<p>据优质企业上市后的成长空间。 参与港股 IPO 基石投资通常附带 6-12 个月锁定期，易导致理财产品面临资产负债期限错配与流动性错配风险，对组合策略构建与流动性管理能力构成挑战；同时，银行理财客群风险偏好偏低、对净值波动容忍度有限，若产品净值出现较大回撤，可能触发集中赎回。对此，理财公司可通过期限匹配、标的充分分散、组合资产搭配（“锁定期资产+高流动性储备”）等核心抓手进行应对。</p>
	4	沪深两市打新业务，宁银理财积极布局	<p>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。</p> <p>据其透露，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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>

资料来源：中国理财网，各理财公司公众号，华宝证券研究创新部

2. 存续：规模环比小幅下降，收益率普遍上升

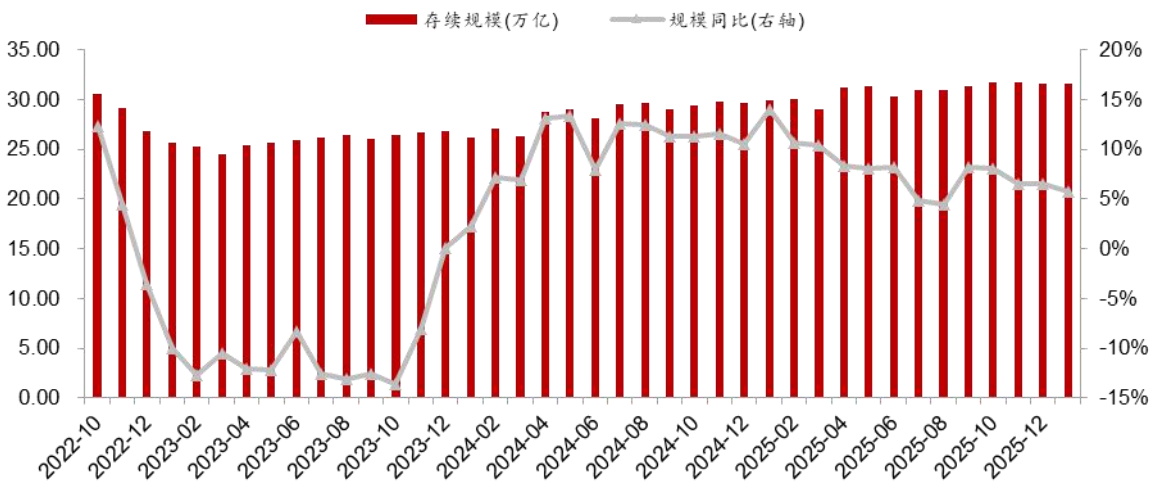
2.1. 规模：1 月全市场理财存续规模环比下降 0.10% 至 31.57 万亿元

据普益标准统计，1 月全市场理财产品存续规模为 31.57 万亿元，环比下降 0.10%，同比上升 5.75%。

银行理财规模长期呈现“季末收缩、季初回升”的运行特征，核心源于季末理财资金的“回表”需求。为满足母行存贷比、流动性覆盖率等监管考核要求，理财公司通常将产品到期日集中于季末，推动资金阶段性回流表内；季初则通过新发产品承接回流资金，带动规模企稳回升。但 1 月或受银行“开门红”集中揽储分流、春节前居民备付现金赎回理财两大因素叠加影响，常规季初资金承接效应被对冲，全市场理财产品存续规模反而环比小幅下降。

展望未来，银行理财市场规模有望延续增长态势。低利率环境下的存款搬家，叠加 2022 年增配的中长期定存到期释放的超额储蓄，或构成核心资金支撑；理财公司通过渠道下沉、产品创新与服务优化，进一步拓宽资金吸纳边界。

图 1：1 月全市场理财产品存续规模为 31.57 万亿元，环比下降 0.10%，同比上升 5.75%

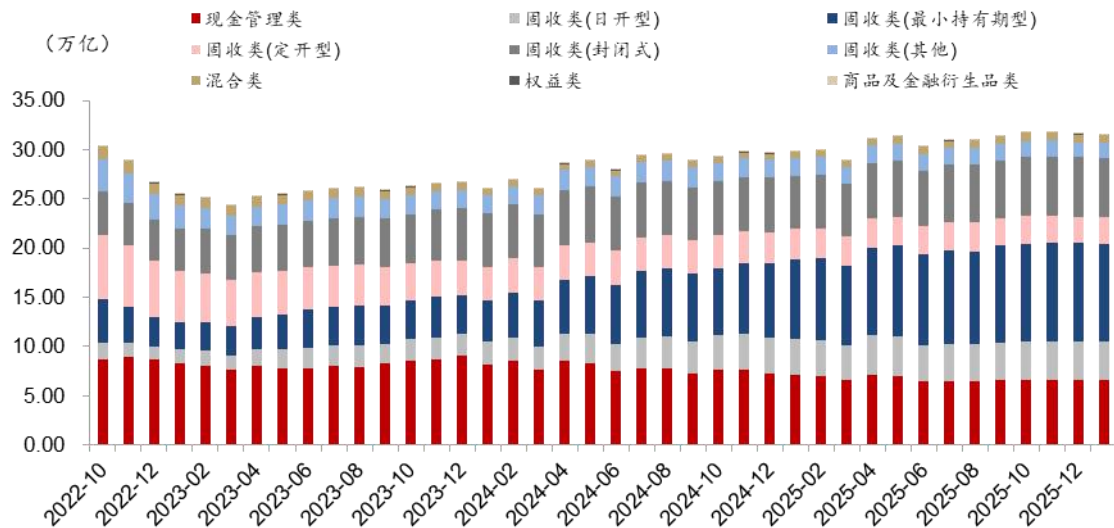


资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部；注：数据源或基于非全面市场统计，侧重趋势研判，非精确计量。

从产品结构看，1 月全市场理财存续产品仍以固收类和现金管理类产品为主。现金类产品存续规模 6.62 万亿，环比基本持平；固收类产品中，最小持有期型、封闭式和日开型占绝对比重，存续规模分别为 9.96 万亿、6.05 万亿和 3.89 万亿，环比变动-0.09%、-0.77%和-0.32%。

从市场演变趋势上看，2024 年以来现金管理类产品规模持续收缩，而最小持有期型、日开型等固收类产品规模维持稳步扩张，折射出投资者在流动性与收益性诉求间的动态平衡。受 2024 年 2 月理财通道类协议存款划入“同业存款”的监管新规、4 月“手工补息”禁令影响，现金管理类产品借助保险资管配置高息协议存款的路径遭封堵，收益率中枢显著下移；叠加 2024 年 12 月非银同业存款利率自律倡议落地，进一步压低其同业存款配置利率，收益率中枢持续下行。在此背景下，兼具申赎灵活性与相对收益优势的固收类产品，成为资金迁徙的主要方向。

图 2：1 月理财产品仍以固收和现金管理类产品为主，最小持有期型、日开型固收类产品规模稳健



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

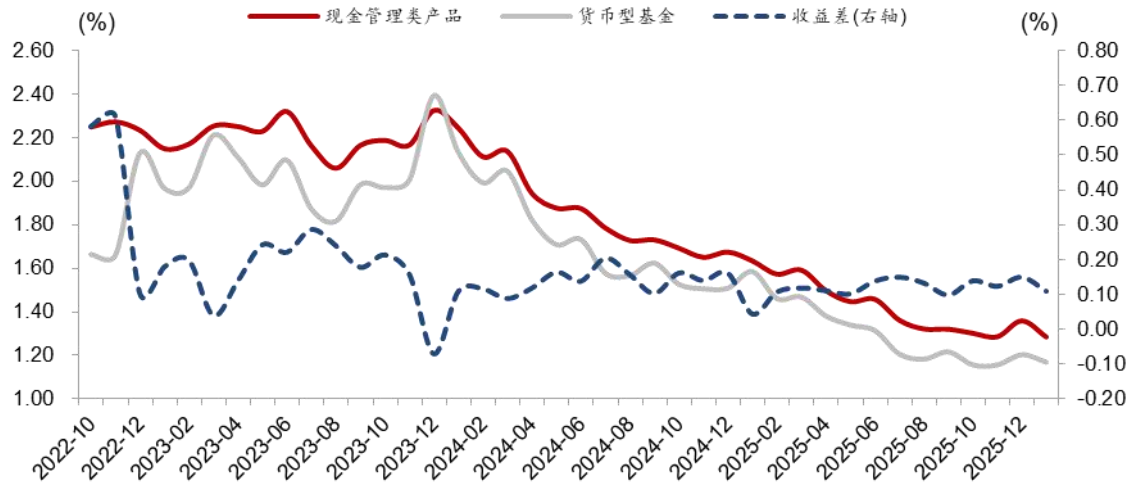
2.2. 收益表现：1 月理财产品年化收益率普遍上升

据普益标准统计，1 月现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.28%，环比下降 7.45BP；同期货币型基金近 7 日年化收益率报 1.17%，环比下降 3.41BP。现金管理类产品与货币基金

的收益差为 0.11%，环比下降 4.04BP。

现金管理类产品与货币基金的收益差呈趋势性收敛：2024 年以前，二者利差长期维持在 20-30BP 附近，伴随现金管理类产品收益率中枢的加速下移，当前利差已收窄至 10-20BP 附近，映射出资管行业监管框架统一进程中套利红利的消散。

图 3：1 月现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.28%，环比下降 7.45BP

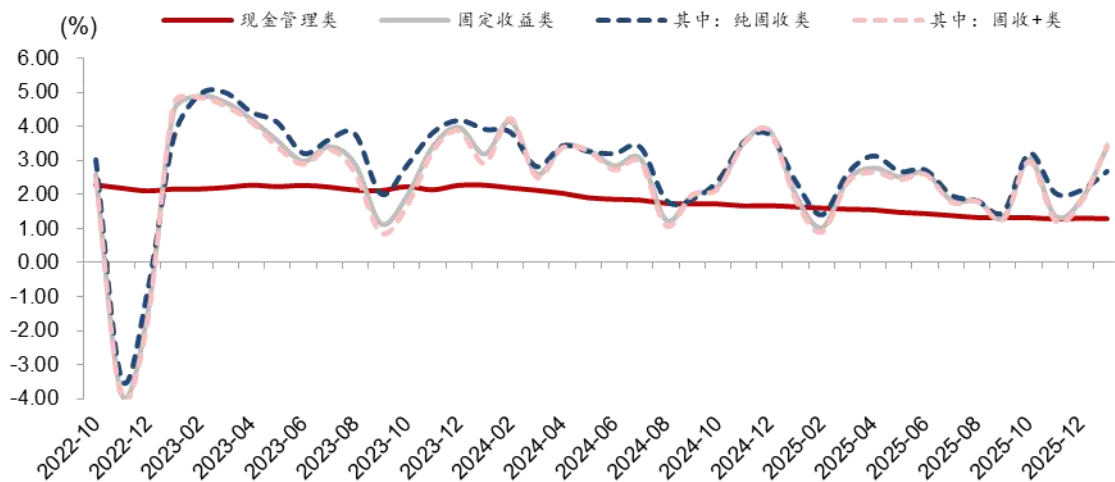


资料来源：iFind，普益标准，华宝证券研究创新部，注：现金管理类产品和货币型基金近 7 日年化收益率均取“规模加权”数值，数据截至 2026-01-31。

1 月理财产品年化收益率上升为主。现金管理类产品 1 月年化收益率报 1.30%，环比下降 0.02 个百分点；固收类产品 1 月年化收益率录得 3.38%，环比上升 1.55 个百分点。固收细分品类中，纯固收产品年化收益率为 2.67%，环比上升 0.55 个百分点；固收+产品年化收益率为 3.47%，环比上升 1.68 个百分点。

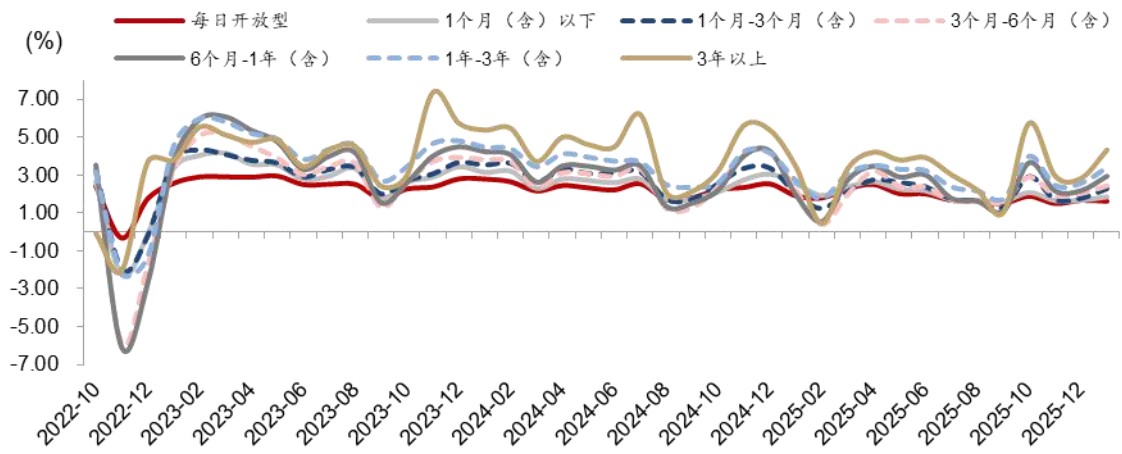
1 月，随着公募销售新规最终落地、央行结构性降息与大规模超额续作 MLF 等政策利好逐步释放，叠加权益市场冲高回落等多重因素共振，市场对年初供给压力与债基赎回风险的担忧有所缓释，债市情绪有所回暖，或对理财产品收益表现形成一定支撑。

图 4：1 月理财产品年化收益率上升为主：固收类产品录得 3.38%，环比上升 1.55 个百分点



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，数据截至 2026-01-31。

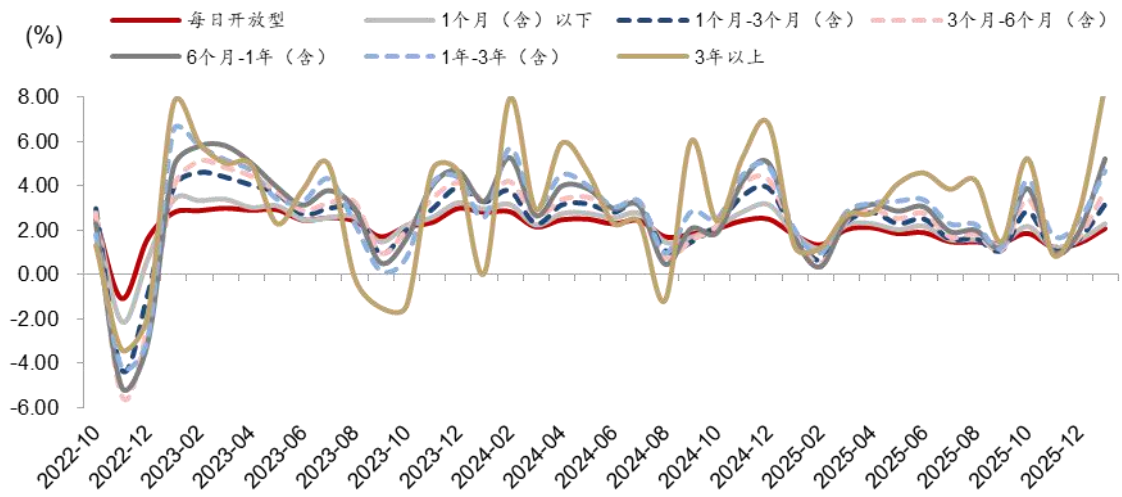
图 5：各期限纯固收产品 1 月年化收益率多数环比不同程度上升



统计时间	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
2025-12	1.67	1.68	1.77	2.06	2.19	2.58	2.83
2026-01	1.62	1.87	2.28	2.46	2.96	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；数据截至 2026-01-31。

图 6：各期限固收+产品 1 月年化收益率普遍环比不同程度上升



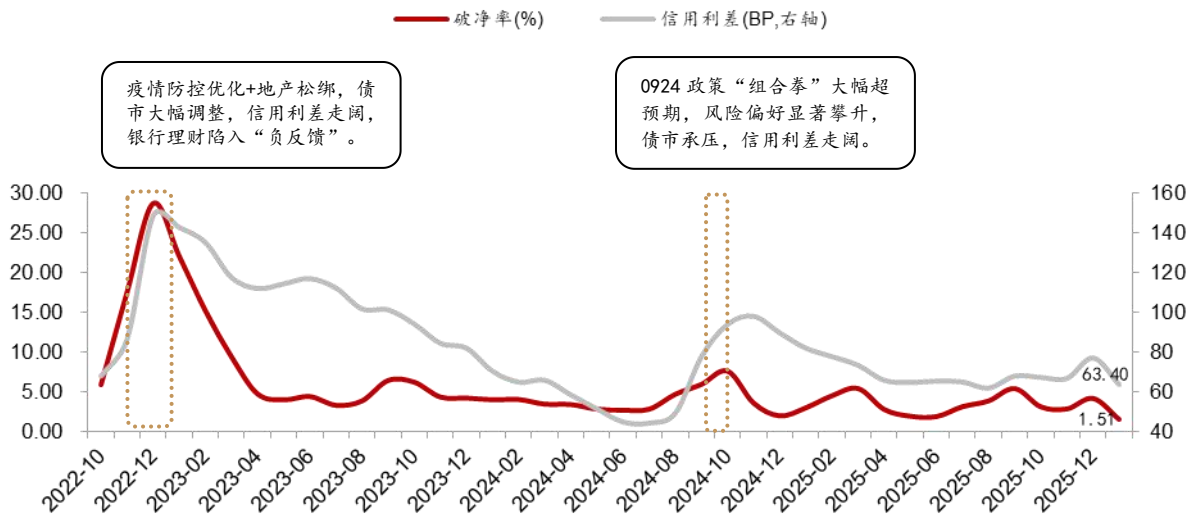
统计时间	每日开放型	1个月(含)以下	1个月-3个月(含)	3个月-6个月(含)	6个月-1年(含)	1年-3年(含)	3年以上
2025-12	1.43	1.56	1.60	1.71	1.94	2.46	2.83
2026-01	2.09	2.29	3.16	3.82	5.22	4.67	8.52

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；数据截至 2026-01-31。

据普益标准统计，1月全市场理财产品破净率为1.51%，环比下降2.7个百分点；信用利差环比同步收敛13.4BP。

从运行逻辑上看，破净率与信用利差存在显著正相关，这源于理财资产端仍深度绑定信用债票息策略——当信用利差走阔时，底层资产价格压力通过净值化机制向产品端传导，形成螺旋式负反馈。通常而言，当破净率突破5%、信用利差调整20BP以上时，理财产品负债端或面临赎回压力。

图7：1月全市场理财产品破净率为1.51%，环比下降2.7个百分点，信用利差环比同步收敛13.4BP



资料来源：iFind，普益标准，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。

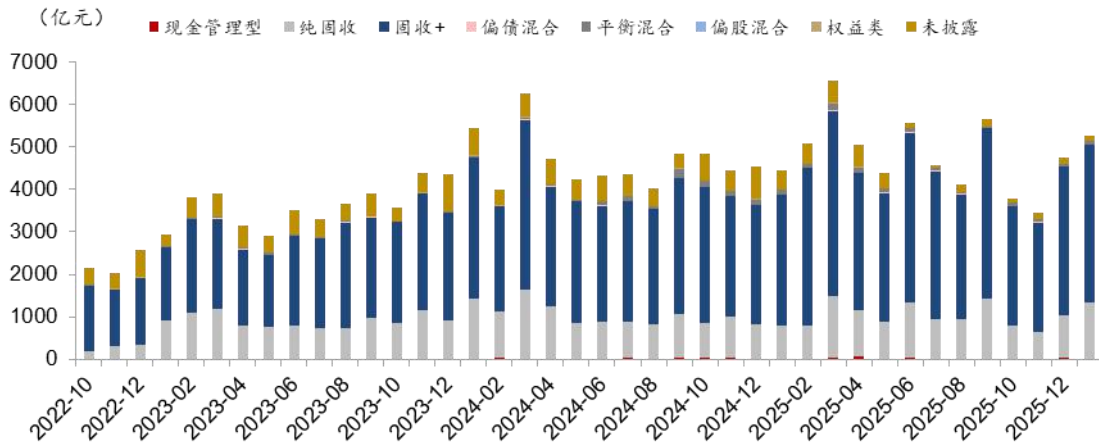
3. 新发：规模上升，产品谱系三大特征不变，业绩基准有所分化

3.1. 规模：1月理财公司新发产品规模上升，产品谱系呈三大特征

据普益标准统计，1月理财公司新发产品规模环比上升，符合季节性特征。季末通常为理财产品新发规模的阶段性高点，这一现象或主要源于以下诉求：一是对冲存续规模回表压力，冲刺季度考核目标；二是衔接季末集中到期产品，通过新发完成资金滚续；非季末时间节点的新发规模通常偏低。

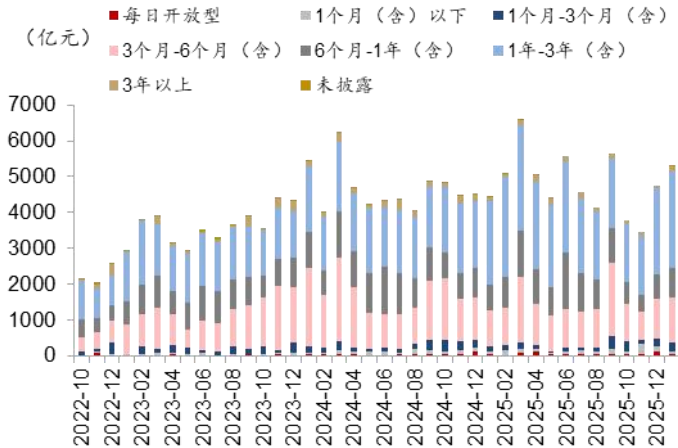
产品谱系仍然呈现三大特征：其一，投资性质端，固收+产品占据主导地位，新发规模3,721.67亿元，高于纯固收产品的1,320.02亿元，低利率环境倒逼机构加速布局多资产、多策略，以破解“收益荒”；其二，期限类型端，1-3年期产品以26,72.45亿元募集规模占据绝对优势，中短期产品（3-6月、6-12月）分别募集1,240.03亿元与837.89亿元，反映出机构在利率下行周期中负债端拉长久期的倾向；其三，运作模式端，封闭式产品以4,907.09亿元发行体量持续领跑市场，其资金锁定期限特性有效支撑资产负债端久期匹配，并在平滑净值波动方面具备独特制度优势（封闭式与现金管理类产品可有条件适用摊余成本法估值）。

图 8：1 月理财公司新发产品规模环比上升，固收+产品占据主导地位，新发规模 3,721.67 亿元



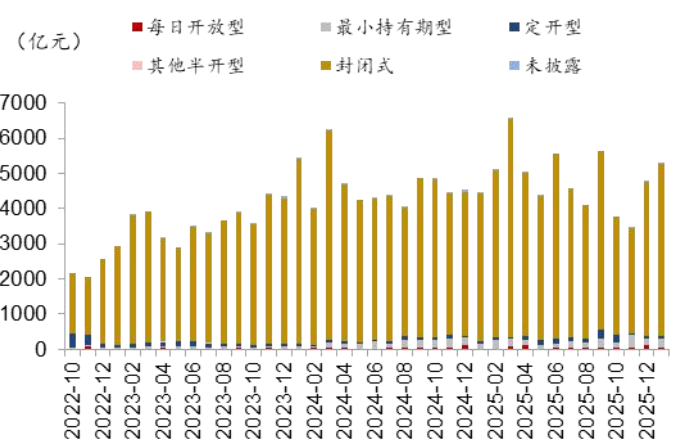
资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司发行情况。

图 9：1-3 年期产品以 26,72.45 亿元募集规模占据绝对优势



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司发行情况。

图 10：封闭式产品以 4,907.09 亿元发行体量持续领跑市场

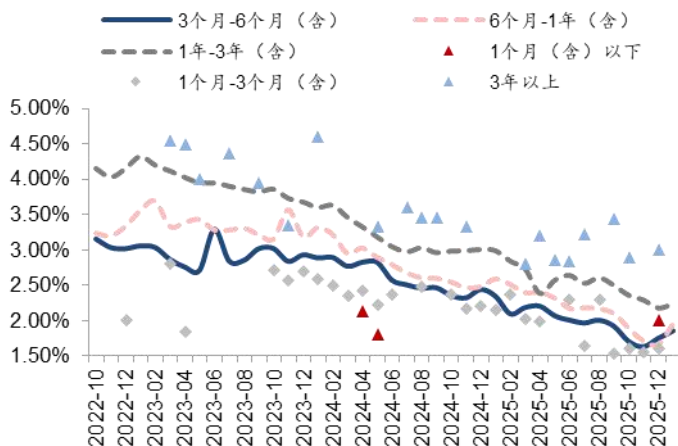


资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司发行情况。

3.2. 业绩基准：新发理财产品业绩基准调整趋势有所分化

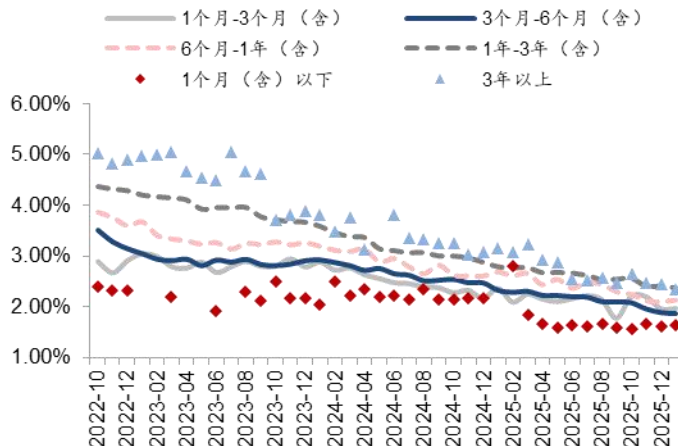
据普益标准统计，1 月新发理财产品业绩基准调整趋势有所分化。在新发规模较多的 1 年-3 年(含)、6 个月-1 年(含)、3 个月-6 个月(含)三类期限中，1 月纯固收产品新发业绩基准均值分别为 2.24%、1.95%和 1.86%，较 12 月环比变动+6BP、+29BP 和+11BP；固收+产品业绩基准均值分别为 2.37%、2.13%和 1.86%，较 12 月环比变动-4BP、+3BP 和-2BP。

图 11：新发纯固收产品各期限业绩基准走势有所分化



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司业绩基准为绝对收益型的产品。

图 12：新发固收+产品各期限业绩基准多数延续下调趋势



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司业绩基准为绝对收益型的产品。

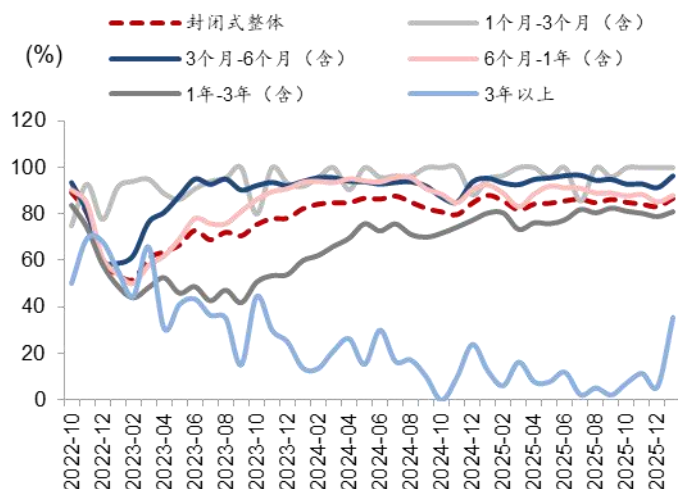
4. 到期：封闭式产品达标率 86.66%，定开型产品达标率 66.53%

据普益标准统计，1月封闭式理财产品达标率为 86.66%，较 12 月环比上升 3.45 个百分点；1月定开型理财产品达标率为 66.53%，较 12 月环比上升 7.93 个百分点。

封闭式产品达标率普遍高于定开型产品，或因定开型产品需应对开放期的赎回压力，操作上更趋保守，且其短期内的收益易受市场波动冲击；而封闭式产品得益于资金的长期锁定，可执行更积极、连贯的投资策略，从而更易达成长期业绩目标。

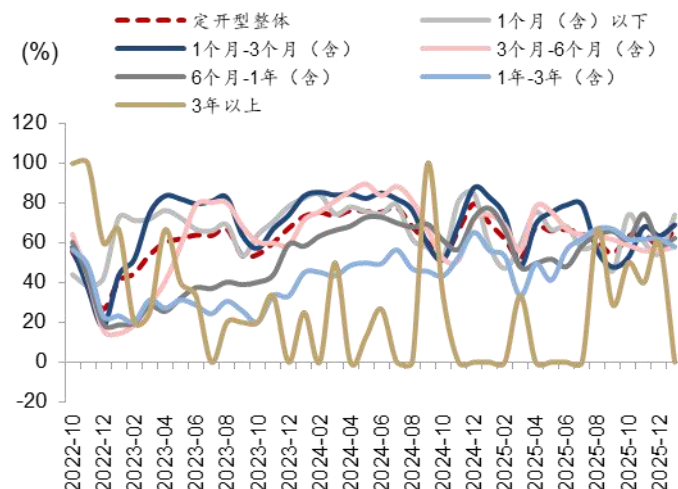
1 个月以下(含)、1 个月-3 个月(含)达标率相对其他期限持续维持在较高水平，或主要源于短期限产品具备业绩基准更贴近市场现实、面临利率风险和再投资风险更小的优势，使其达标难度低于需穿越牛熊、业绩基准设定通常更高的长期限产品。

图 13：1 月封闭式理财产品达标率为 86.66%，较 12 月环比上升 3.45 个百分点



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

图 14：1 月定开型理财产品达标率为 66.53%，较 12 月环比上升 7.93 个百分点



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

5. 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。