

银行理财“打新潮”背后



国产DRAM(动态随机存取存储器)龙头长鑫科技启动申购,5家理财子公司豪掷逾214亿元参与打新。低利率背景下,理财打新热潮背后的机遇与风险值得关注。

本报综合报道 近期,国产DRAM龙头长鑫科技正式启动申购,发行价定为8.66元/股。作为科创板史上最大IPO,其网下发行吸引了民生理财、南银理财、宁银理财、兴银理财、中邮理财5家理财子公司踊跃参与。

业内人士表示,银行理财子公司通过积极参与优质企业IPO,可以增厚产品收益、优化资产配置结构,在分散风险的同时捕捉相关红利。

不过,尽管打新理财整体收益表现较好,但赛道整体仍处于起步阶段。

理财公司踊跃打新

所谓“打新”,据多家理财子公司介绍,即投资者在一级市场通过网上或网下申购参与新股IPO,待上市后择机卖出以获取价差收益。当发行价低于市场认可估值时,新股往往具备较大上涨空间。

据悉,上述机构旗下共29只产品入围,合计申购24.78亿股,按发行价计算,对应金额约214.59亿元。其中,宁银理财以19只产品入围合计申购13.52亿股,在本次理财阵营中申购数量居首。此外,其他机构产品入围数量分别为兴银理财4只、中邮理财3只、南银理财2只、民生理财1只。

本次长鑫科技发行采用战略配售、网下发行与网上发行相结合的方式。其中,网下发行面向符合条件的机构投资者询价配售,也是本次理财子公司参与的主要通道。

有银行理财经理表示,对于热门新股,普通投资者不仅中签概率较低,还面临科创板的准入限制,而借道机构产品则成为参与布局的有效途径。相比之下,理财子公司在网下发行申购中具备更高的获配概率与资金使用效率,优质新股资产的注入也有助于提升理财产品的整体业绩表现。

Wind数据显示,去年A股新股上市首日平均涨幅超260%,丰厚的回报预期推动理财子公司打新热情持续高涨。深交所数据显示,光大理财、宁银理财、兴银理财3家理财子在深交所的累计报价次数已攀升至326次,较3月初的100次出现大幅增长。

低利率倒逼收益突围

5家理财子公司重金押注长鑫科技,并非偶然。

在低利率与“资产荒”持续演绎的背景下,银行理财资金正在告别以往依赖固收

资产“躺赢”的收益模式。去年,理财产品平均收益率仅为1.98%,较前年的2.65%下降0.67个百分点。进入2026年,收益率进一步走低,1月平均年化收益率为3.71%,2月下滑至2.11%,3月进一步跌至1.01%。2026年二季度,全市场新开发开放式产品平均业绩比较基准为1.67%,封闭式产品为2.37%。十年期国债收益率已降至近年低位,债券类资产整体收益率中枢明显下移,直接压缩了理财产品可获取的静态票息收益。

收益端的压力倒逼理财公司向更高收益的策略寻求突破。国家金融与发展实验室副主任曾刚分析认为,银行理财子公司参与IPO打新热情升温的驱动力来自收益端的压力——传统固收资产空间持续收窄,IPO打新恰好提供了一条风险相对可控、超额收益较为确定的路径。苏商银行特约研究员武泽伟表示,理财子公司参与网下打新主要基于三点考量:一是应对传统固收资产收益率下行压力;二是网下打新中签率较高、收益相对稳定;三是通过参与优质企业上市,优化资产配置结构、分散风险。

打新的赚钱效应直观可见。从机构披露的数据看,宁银理财截至2026年6月累计直投参与沪深交易所73次新股申购,入围率94.5%,已获配新股上市首日平均涨幅278%。中邮理财自前年起布局港股IPO,累计参与港股基石及锚定投资36笔,覆盖人工智能、新能源、先进制造等硬科技领域。

在深耕A股市场的同时,理财子公司还积极拓展港股IPO赛道。据Wind数据,截至2026年7月,年内港股IPO发行数量达91起,合计募资2231.52亿港元,发行数量、募资金额较去年同期分别增长97.83%和92.83%。工银理财、中邮理财、光大理财等机构频频现身基石投资者名单,项目主要集中在半导体、人工智能、新能源等硬科技领域。打新业务已从单一A股布局升级为“A+H”双市场协同。

高收益仍需警惕风险

中国证券业协会官网显示,目前国内共12家理财公司注册成为网下投资者,较去年同期新增3家。而全国持牌银行理财子公司共32家,这意味着仅37.5%的理财公司入局A股网下打新赛道。

东方金诚金融业务部高级副总监朱萍此前表示,目前权益类理财产品规模有

限,A股网下打新需满足沪深两市各6000万元的底仓要求,部分产品可能难以满足打新门槛。此外,银行理财客户主要为个人投资者,风险偏好以稳健型为主,若新股收益未达预期,可能引发投诉或非理性赎回。

“理财产品参与打新主要通过一、二级市场价差来增厚收益,年内新股上市首日平均涨幅可观,使得打新成为‘固收+’产品的重要策略。但这种收益增厚方式并非毫无代价。”招联首席经济学家董希淼表示。

董希淼指出,第一,投资者必须清醒认识到这类产品属于净值型理财,存在短期净值波动风险,不可视作稳赚不赔的替代储蓄工具;第二,打新所获新股可能设有锁定期,并非上市即可卖出,产品流动性受限,过半产品设有180天至2年不等的最低持有期,投资者应根据自身资金使用规划合理安排申购。

董希淼强调,要警惕底仓波动风险,因为满足打新市值要求需持有一定比例的股票底仓,部分产品权益仓位已提升至8%至15%,股市下跌时底仓损失可能大幅侵蚀打新收益,因此投资者需关注产品权益资产配置比例及管理人的风控能力。

“不同产品打新策略侧重各异,有的以A股为主,有的兼顾北交所或港股,有的采用‘债券底仓+新股增强’模式,投资者应仔细阅读产品说明书,了解具体投资范围和策略细节,选择与自身风险偏好相符的产品。”董希淼说。

宁银理财表示,新股上市后,股价波动会导致产品净值波动,同时权益类资产底仓的价差波动亦会导致产品净值波动。公司将持续做好投资者准入教育及适当性管理,通过充分的风险揭示与预期引导,确保产品风险收益特征与投资者风险偏好相匹配。

总体而言,理财子公司积极布局打新赛道,既是低利率环境下增厚收益的现实选择,也是资产配置多元化的有益探索。从长鑫科技IPO的踊跃参与,到“A+H”双市场的协同拓展,理财打新正从小众策略走向规模化实践。然而,高收益从来不是“免费午餐”——净值波动、流动性约束、底仓回撤等风险如影随形,行业整体仍处于起步阶段,参与机构占比不足四成。未来,随着更多理财公司入场、策略日趋成熟,打新业务有望成为“固收+”产品的重要增长极,但投资者仍需理性评估风险,在收益与安全之间找到平衡。

关注

南通农商银行“三线并进”书写零售业务量质齐升新答卷

今年以来,面对复杂多变的市场环境与日益激烈的同业竞争,江苏南通农商银行围绕“提质增效、转型突破”工作主线,坚持“存款立行、财富兴行、数字强行”导向,上半年全行零售条线各项业务稳健发展,在存款增长、代销创收、电子银行拓展等方面取得阶段性突破,为全年高质量发展奠定坚实基础。

稳存拓新,量价双优,零售存款交出“硬答卷”

截至6月末,该行储蓄存款余额达793.66亿元,较年初净增24.17亿元。存款付息率降至1.69%,较年初下降24个BP(基点),成本管控成效显著。从“淡季定律”到“逆势上扬”。面对传统二季度存款回落的行业惯例,常态化开展同业利率调研,建立动态定价调整机制。5月份精准对标区域主流机构,上调三年期存款利率,成功抢占二季度营销窗口期。二季度储蓄存款较一季度净增9.34亿元,一举打破“开门红”后必回落的历史魔咒。从“存量挖潜”到“外流归巢”。围绕“挖存量、引外流、拓新增”九字方针,打出“专项活动+绩效考核+数据督导”组合拳。二季度全行办理存款有效登记4069笔,总金额5.95亿元,成为存款增长的“压舱石”。从“被动等待”到“全域触达”。该行微信公众号“存款攒福气·积分兑好礼”抽奖活动持续升温,二季度累计开展6轮集中抽奖,惠及中奖客户1212名。依托企业微信线上触达与线下送奖到家双轨并行,实现存量激活与增量引流的良好循环。

多元布局,创收提效,代销业务跑出“加速度”

截至6月末,代销业务总规模达44.42亿元,新增21.82亿元,整体创收能力稳步攀升。精耕细作,做大理财“基本盘”。推行理财客户目标名单制跟进管理,精选6款优势定价产品在手机银行首页置顶展示,配套新客微信立减金活动。每日转发、客户储备成为“必修课”,对落后支行实行专项约谈,倒逼责任落实,推动理财规模稳步增长。多方联动,跑出保险“新速度”。联合太平洋人寿打响趺交保险攻坚战,为重点支行量身定制赋能方案;携手5家合作渠道常态化开展培训与沙龙支持。紧跟监管步伐,动态更新保险产品清单,确保合规与

效益双赢。体系完善,拓宽财富“护城河”。引入友邦健康险、周大生等知名品牌,丰富理财层级专属产品矩阵;黄金积存业务完成监管备案并进入法审环节。创新推出了非存客户竞赛机制,并配合晒单奖惩,以激发全员营销活力。场景驱动,点燃转化“新引擎”。联合保险公司举办“高客宜兴窑湖游”活动,期交保费产出明显,二季度保险新增1800万元;携手贵金属机构开展专场展销,季度销售突破600万元。从“卖产品”到“造场景”,财富管理生态圈加速成型。

科技赋能,数智转型,电子银行奏响“奋进曲”

社保卡总量达28.24万张,其中三代卡25.67万张,上半年新增三代卡22087张,同比增长348.7%;中央客服主动触达客户2997户,推送营销及服务信息34.87万条,私域流量初具规模。从“线下跑腿”到“指尖办理”。上线银社通App不见面开卡、换卡功能,彻底打破时空限制。群众足不出户即可完成社保卡申领与更换,便民服务能力与客户体验实现质的飞跃。收单业务:从“粗放管理”到“网格深耕”。规范全流程操作标准,聚焦菜市场独家收款场景攻坚突破;推行支行每周商户走访机制,落实网格化管理和商户分成体系。管户人员在季度内100%触达有效商户,并将优质商户纳入企微建联清单,商户黏性显著增强。从“被动风控”到“智能护航”。上线全流程自动审批模型,明确岗位职责分工,审批标准化水平大幅提升。强化逾期批量催收与风险排查,精准压降不良风险,资产质量根基更加牢固。从“各自为战”到“标准管控”。优化岗位分工,将企微新增、客户“一户三开”、社保卡查询等纳入日常考核,固化常态化营销服务动作,厅堂效能全面释放。从“广撒网”到“精耕作”。依托SCRM系统(一款基于企业微信官方接口开发的私域客户运营工具)搭建全维度客户标签体系,告别“一刀切”式营销。通过线上引流+线下赋能,以84%的高实名率构建起高质量的私域资产池,实现千人千面的精细化经营。

回望上半年,该行零售业务各项指标稳中有进,这是该行上下坚定执行战略、扎实履职尽责的结果。

(通讯员张伊曼)

动态

江都农商银行成功举办第二十三届业务技能比赛

为夯实运营条线业务基础,锤炼员工专业实操能力,厚植精益求精的工匠精神,营造比学赶超、争先创优的干事氛围,近期,江苏江都农商银行第二十三届业务技能比赛在总行五楼会议室如期举行。该行34名业务骨干同台竞技,2024年至2026年度新进柜面员工现场观摩学习。

开幕式上,行长闻进军作动员讲话。他指出,扎实的业务技能是金融从业者提升服务、防控风险的根本依托,本次技能比武是锻造高素质运营队伍、助推高质量发展的重要载体。他勉励全体参赛选手放平心态、全力以赴,在比拼中切磋交流、取长补短,把严谨细致、追求极致的竞技精神带到柜面服务一线,切实做到以赛促练、以练促精,持续提升全行运营规范化水平。

本次比赛设置会计理论、手工识假、翻打传票、凭证录入四大竞赛项目,同步评选个人手工全能、团体及优秀新人奖项,全方位检验参赛员工理论功底与实操水平。

经过一上午的紧张角逐,各项奖项悉数出炉。此次技能比武不仅是对该行运营队伍专业能力的集中检阅,更是常态化岗位练兵的生动实践。

(通讯员胡金慧)

兴化农商银行以牌为媒促交流 场景赋能拓新局



近期,由江苏省兴化市掇蛋运动协会主办、东方宴茶社协办、兴化农商银行独家赞助的“东方宴茶社&兴化农商银行”杯智力乐享赛激情开赛。作为活动的重要组织力量,兴化农商银行总行零售金融部统筹部署,金桥支行全程护航,以专业的服务保障了赛事的圆满举行。

掇蛋作为一项集趣味性、益智性于一体的群众性体育运动,在兴化拥有深厚的群众根基。本次赛事旨在为广大市民、小微企业主及忠实客户搭建一个轻松愉悦的线下交流平台。赛场上,棋牌爱好者们齐聚一堂,搭档之间默契配合、沉着应战,现场气氛热烈融洽。大家在切磋牌技的过程中畅叙情谊,不仅拉近了邻里关系,更增强了客户黏性。

兴化农商银行紧紧抓住此次赛事流量契机,将金融服务巧妙融入休闲场景。金桥支行客户经理团队主动靠前服务,在做好签到引导、赛事保障的同时,与参赛选手开展面对面的金融微沙龙。工作人员重点讲解了贴合市民需求的信贷产品、稳健的理财规划及便捷的便民服务,并现场引导意向客户添加企业微信。据统计,活动期间累计新增企业微信好友60余户,成功搭建起线上长效沟通渠道,为后续的客户精细化维护和常态化产品推介奠定了坚实基础。

作为本土金融主力军,兴化农商银行始终深耕本地客群,坚持跳出柜台做服务,积极联动各类文体活动打造特色获客场景。此次掇蛋赛事既是一次惠民文体活动,更是零售业务场景化营销的有力实践。

(通讯员卢子秋)

观察

银行AIC抢滩硬科技人才

随着金融行业布局硬科技产业的步伐持续加快,机构对于人才结构升级的需求也愈发迫切。

近期,中邮金融资产投资有限公司(以下简称“中邮投资”)发布2026年社会招聘公告,面向市场招聘投资业务一部/二部、风险合规部、评估审批部、财务资金部(金融市场部)等5个部门、8个岗位。不止中邮投资,此前,建信金融资产投资有限公司也发布了2026年度社会招聘公告。

在任职门槛上,招聘延续了高学历、强专业、重复合背景的导向,明确要求应聘者具有硕士研究生及以上学历,信息技术、材料、生物、机械、建筑、交通、能源、经济、金融、管理、法律、财会等专业,博士研究生或具有理工科复合背景的优先考虑。工作经验上,需从事项目投研、项目评估、授信审批、投融资经营、风险管理、金融市场、资产管理、公司金融或投资银行等相关工作满三年。具有CFA、CPA、ACCA、FRM、法律职业资格等相关从业资格的优先考虑。

对此,一位国有大行AIC的投资岗位人士表示,他本科是理工类专业,研究生读的是财务专业,刚好是理工科复合背景。从

近年来国有大行AIC招聘偏好来看,的确更愿意招聘理工背景的应聘人士。他自己目前主要关注的是新能源、绿色环保、高端制造等领域的项目。

苏商银行特约研究员武泽伟指出,国有大行AIC招聘高端复合型人才,是行业深耕硬科技赛道、加速股权投资落地的配套举措,产业信号意义明确。当前国有大行AIC普遍聚焦集成电路、人工智能、高端制造、绿色低碳等核心领域,持续加大产业投资力度。高门槛招聘精准匹配赛道升级需求,重点吸纳具备理工科产业背景、资本市场实操经验的专业人才,同时补齐科技、合规、风控等配套能力,适配硬科技项目投研、全周期基金运作及产业链赋能的全新业务诉求。

“面对当前行业白热化的人才竞争,银行系AIC需打破传统体制约束,搭建适配股权投资业态的长效激励体系。”武泽伟进一步指出,机构应优化差异化薪酬体系,适度对标市场化资管机构薪酬水平,贴合长期投资收益特征设置递延考核机制。同时,摒弃短期业绩导向,建立覆盖项目全周期的考核评价模式,兼顾风险合规与产业赋

能价值。完善人才晋升通道与专业化培养体系,强化产业研究与投研能力沉淀,通过事业平台与合规激励双向发力,稳定核心复合型人才队伍。

当前,AIC在业务发展过程中还面临一系列的挑战。比如,中金公司此前在相关研报中表示,AIC股权投资风险权重较高,对银行资本消耗提出了挑战。中金公司分析师王子瑜在研报中认为,银行传统业务以债权逻辑为核心,对违约率、损失率有着较为严格的管控要求,而AIC遵循股权投资逻辑,通过分散投资捕捉优质项目的高增长红利,更关注资产向上的收益弹性,两者业务特性存在错配。此外,科创企业等股权投资的回报周期通常长达5至7年,也可能与银行考核的短周期存在一定冲突。

邮储银行研究员娄飞鹏表示,对科创企业前景研判能力不足,是AIC开展股权投资业务面临的核心难题之一。对此,AIC需持续健全制度体系、优化业务流程,强化专业人才培育,加大对科技创新赛道与民营经济发态势的市场调研力度。同时,可整合外部专家资源、借助专业力量,进一步补齐投研短板。

(吟文琼)