

中小银行理财加速“退场”



近期,多家城商行、农商行披露上半年理财报告,自营理财规模显著收缩,理财公司稳步扩容,中小银行加速转型代销渠道。

本报综合报道 近期,多家城商行、农商行集中披露上半年理财业务情况报告。数据显示,不少银行自营理财产品存续规模较去年年末显著下滑,主动压降存量、暂停新发自营理财产品已成行业的普遍选择。

与此同时,持牌理财公司存续规模持续扩容,稳稳占据市场主导地位。

中小银行自营理财退场背后,是监管持续引导的行业方向。赛道洗牌之下,依托深耕下沉市场的渠道禀赋,中小银行正加速转型为“理财代销渠道服务方”。

自营理财规模收缩

从自营理财存续规模看,截至2026年6月末,中原银行、齐鲁银行、温州银行等银行均超500亿元,但较年初均有不同程度下滑。

近期,厦门银行公布了理财业务2026年半年度报告,数据显示,截至6月末,该行存续净值型理财产品共有20款,存续规模为62.45亿元,相较于年末的67.5亿元进一步缩减。

中原银行理财业务同样存在规模缩水的情况。截至2026年6月末,中原银行自营理财存续规模579.07亿元,较年初下降3.76%;该行存续自营理财产品共236只,其中固定收益类227只、混合类9只,固定收益类产品规模占比超过99%。齐鲁银行自营理财存续规模约545.52亿元,较年初下降1.76%。温州银行自营理财存续规模约534亿元,较年初微降。

自营理财存续规模压降较为快速的是福建海峡银行。截至6月末,该行存续净值型理财产品为0期,期末资产净值已归零。理财业务报告显示,今年上半年该行到期赎回兑付净值型理财产品82期,合计兑付金额(含赎回及现金分红)51.61亿元,存量产品已全部清退。江苏太仓农商行存续理财规模从年初的19.1亿元降至6月末的0.43亿元,降幅达97.73%。此外,龙江银行等银行理财产品存续规模亦下降明显。

苏商银行特约研究员薛洪言认为,中小银行压降自营理财,是合规要求与经营现实共同推动的结果。监管层面,未持牌机构开展理财业务的合规空间持续收窄,继续开展理财业务将面临越来越高的合规风险和声誉风险。经营层面,维持独立的投研团队、风控体系和系统建设,对规模偏小的机构而言负担过重,理财业务所消耗的资本与合规成本已超过其实际贡献,中

小银行主动出清、聚焦核心业务是更务实的选择。

理财公司稳步扩容

相较之下,理财子公司存续规模则实现稳步扩容,理财市场格局分化态势凸显。银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场季度报告(2026年一季度)》显示,截至2026年一季度末,全市场共存续产品4.80万只,同比增加18.23%;存续规模31.91万亿元,同比增加9.51%。其中,理财子公司增配产品存续规模占全市场的比例达到92.13%。

头部理财子公司的存续规模增长表现亮眼。例如,浦银理财2026年上半年度理财业务报告显示,截至今年6月末,浦银理财存续理财产品规模为1.54万亿元,较2025年末的1.47万亿元稳步提升;苏银理财同期存续理财产品规模为8960.30亿元,较2025年末增加698.71亿元,增长8.46%。

业内专家表示,理财市场格局出现分化,是资管新规下行业专业化分工深化的必然结果。在中小银行自营理财持续收缩的背景下,区域中小银行应依托本土客群优势,依靠代销业务构建财富管理核心竞争力。

薛洪言认为,本土客群认知与长期客户信任,是中小银行具备的特色化优势。其转型核心是从产品销售转向综合财富服务:依托本地客群画像精准选品,同时拓展投顾、养老规划等增值服务,确立自身在理财链条中的独特价值。

冠莒咨询创始人周毅钦表示,中小银行后续可结合下沉市场特点,联合理财子公司定制低波动、高灵活度的专属产品,针对个人、商户、企业等不同客群制定分层匹配方案。同时,应借助线下网点优势,升级投教与售后服务,完成向本土精细化理财服务商的转型。

代销渠道加速崛起

不难看出,“资管新规”落地后,打破刚兑、净值化转型、银行自营理财逐步清退成为行业发展主线,独立化运营的理财公司已成理财市场主导力量。

当自营理财存量占比被持续压缩时,对于中小银行而言,如何留住零售客户成为待解决的经营难题。在此背景下,代销各大理财公司发行的理财产品,成为最优解,一方面,通过引入理财公司产品,能有效填补自营理财退出后的客户财富服务空

白,满足乡镇、县城居民稳健理财的核心需求;另一方面,依托代销业务赚取稳定的代销手续费、渠道服务费等中间业务收入,也能开辟低资本消耗的盈利增长点。

7月初,福建漳平农商行宣布已与杭银理财签订代理销售理财产品合作协议;河南农商行7月17日也更新代销机构名单,宣布与中银理财、工银理财、建信理财、兴银理财、华夏理财、民生理财、渝农商理财等多家理财公司进行合作。

为拓宽客群边界、扩大产品销售规模,摆脱对母行渠道的单一依赖,理财公司也纷纷加码主动布局县域、下沉市场。7月8日、14日,中银理财接连发布公告宣布新增惠州农商行、徐州农商行为该公司理财产品代销合作机构。苏银理财也新增浙江温州瓯海农商行、宁波通商银行、江苏邳州农商行等银行为代销机构。

苏商银行特约研究员武泽伟强调,理财公司母行内部渠道增长空间逐步饱和,规模扩张遭遇明显瓶颈,需要开拓外部增量市场突破发展上限。同时,中小银行受业务资质与投研能力限制,自主理财业务持续收缩,产生稳定的外部产品代销需求。叠加下沉市场居民理财需求持续释放,跨行渠道合作能够快速覆盖县域长尾客群,拓宽行业整体服务边界,推动行业渠道格局完成结构性迭代。

金乐函数分析师廖鹤凯进一步指出,中小银行通过代销行业理财产品发行的产品,能够省去大额投研团队搭建、风控体系建设等各项开支,完善自身理财产品矩阵。与此同时,代销理财业务可拓宽银行中间业务收入来源。对中小银行而言,《商业银行代理销售业务管理办法》等代销新规全面落地后,客户适当性管理、销售流程管控、存续期风险披露等合规标准收紧,未来具备完善系统对接、标准化销售流程、专业理财队伍的银行将获得更多理财公司合作资源。

可以预见,中小银行自营理财退场与理财公司规模扩张并非零和博弈,而是行业专业化分工深化的必然趋势。对中小银行而言,告别自营理财既是合规驱动下的主动快择,也是轻装上阵、聚焦本土优势的战略转型。未来,随着代销新规落地与渠道合作持续深化,具备专业服务能力和合规管理水平的中小银行,有望在理财生态中找到差异化定位,从“产品供给者”蜕变为“财富服务者”,在下沉市场开辟新的增长空间。这场赛道洗牌,终将推动银行理财行业走向更精细、更高效的发展新格局。

关注

南通农商银行以数智提档激活增长“双引擎”

在数字化转型的深水区与高质量发展的关键期,科技与人才的“双轮驱动”正成为农商银行破局突围的核心密码。今年以来,江苏南通农商银行坚持以平台升级重塑展业逻辑,以培训督导厚植人才沃土,推动数字化建设与队伍赋能从“物理叠加”迈向“化学融合”,为全行稳健发展注入源源不断的“活水”与“动能”。

数智破壁,展业平台迭代跃升

该行聚焦展业平台的“毛细血管”级优化,圆满完成季度模型返检与运行分析,为业务合规稳健运行筑牢“防火墙”。通过对对公模型三级架构的纵深部署,客户画像从“模糊素描”进阶为“高清特写”,识别精准度实现质的跨越。同步完成对公展业关联人不查征信模块改造,普惠展业平台为非信贷人员装上“营销助推器”,让展业边界不断延展、服务触角持续下沉。

人才淬火,培训体系焕新重构

该行打破“大水漫灌”的传统培训模

式,创新推出分层分类模块化培训方案,由牵头工作小组精耕课程研发,严控课堂标准。上半年已高质量完成2期体系化专题培训与8期模块化小班教学,下半年还将持续开展14期培训,确保学习“不断电”、成长“不停步”。同步更新普惠金融业务手册,打磨出一本客户经理随取随用的“口袋兵法书”,让营销实战有章可循、有据可依。

督导滴灌,帮扶机制精准穿透

该行构建“A岗驻点扎根+B岗高频追踪”的双轨督导机制,实现管理触角的双向延伸。B岗每日在企业微信群实时播报投放进度、动态跟踪流失波动,让数据“开口说话”;A岗深入支行一线蹲点指导,协助基层读懂政策“说明书”、拆解业务“拦路虎”,确保业务顺利开展。针对落后机构与人员,实施预警亮灯、访谈督进的“清单式”管理,对负增长客户经理实行“一对一”重点辅导,确保帮扶不漏一隅、不掉一人。

(通讯员 张伊曼)

动态

张家港农商银行三兴支行党建联建聚合力 荷香润心守清廉

为深化基层党建互联互动,厚植廉洁从业文化根基,近期,江苏张家港农商银行三兴支行联合张家港市锦丰镇三兴社区,在社区活动室开展“荷香廉韵·清风润心”职工廉洁文化主题活动。双方同步完成党建联建签约仪式,以文化浸润、机制共建双向发力,夯实清廉共建根基。

本次廉洁文化主题活动以荷花清廉意象为内核,设置三项特色环节,辖区20余名企业职工到场参与。在“诵莲·悟廉”环节,主持人作开幕致辞,围绕荷花“出淤泥而不染”的品格分享夏日廉洁寄语,结合金融行业、基层社区的岗位风险点,讲解日常拒腐防变的行为准则,引导参会人员树立朴素自律的价值观念;“花语·寄廉”插花体验中,参与者以荷花为主材搭配辅材完成花艺作品,借荷花清雅意象感悟清廉自持的内涵;“笔墨·书廉”板块,大家亲手DIY书写荷花扇面,临摹古文名篇《爱莲说》,在笔墨书写里读先贤清廉操守,于沉浸式创作中涵养清风正气。三类文体活动跳出刻板宣教模式,让清廉理念融入休闲体验,实现润物无声的廉洁教育效果。

廉洁主题体验结束后,党建联建签约仪式正式开展。双方代表落座签署党建联建协议书,围绕阵地资源共享、清廉宣传联动、普惠金融下沉、基层便民服务等维度敲定合作细则。三兴支行表示,将依托自身金融优势,面向社区居民、辖区小微企业普及反诈防骗知识、推送适配普惠信贷产品;三兴社区也表示,将开放党群活动阵地,联合三兴支行常态化开展清廉宣教、志愿便民服务,打通服务居民与辖区市场主体的末梢环节。

(通讯员 吴瑞卿)

高邮农商银行现金服务暖人心 厅堂宣传零距离

为深入贯彻落实人民银行关于持续优化现金使用环境的政策要求,进一步保障社会公众现金支付权益,提升现金支付便利性,近期,江苏高邮农商银行积极开展现金服务主题宣传活动,以有温度的金融服务守护群众的“钱袋子”。

活动期间,高邮农商银行充分发挥营业网点厅堂宣传主阵地作用,通过LED电子显示屏滚动播放“整治拒收人民币现金”“反假货币人人有责”等宣传标语;在厅堂等候区和公众教育区,宣传折页、主题海报整齐陈列,内容涵盖人民币法定地位、反假币识别技巧、残损币兑换指南等实用知识。大堂经理化身“现金服务专员”,利用客户办理业务的等候间隙开展“厅堂微沙龙”,面对面讲解人民币防伪特征、小面额兑换流程及残损币兑换标准等,让客户在等候的片刻也能学到实用的金融知识。

为切实解决群众日常现金使用中的实际困难,高邮农商银行还在厅堂内设立了“零钱包”兑换绿色通道和残损币兑换窗口,客户无需长时间排队等候,即可快速办理零钞兑换、残损币兑换等业务。每家网点柜面都常态化保持充足“零钱包”与各券别零钞库存,满足周边居民和商户的多样化现金需求。对于老年客户等特殊群体,配备老花镜等便民设施,提供“一对一”全程引导服务,让每一位客户都能感受到高效、便捷、有温度的金融服务。

现金是最基础的支付工具,与千家万户的日常生活息息相关。高邮农商银行将以此次活动为契机,持续把现金服务作为一项常态化工作来抓,不断优化厅堂服务流程、拓展现金服务场景,用实际行动践行“金融为民”的服务宗旨,为构建安全、高效、和谐的现金流通环境贡献力量。

(通讯员 陈跃东)

海门农商银行暖心护航“两司两员”城市奋斗者

前不久,江苏省南通市海门区“‘新’伙伴·融新共治”计划项目发布会成功举办。南通市委社会工作部副部长王瑞涛,海门区委常委、政法委书记姜勇,海门区委社会工作部部长朱红兵,海门区委组织部副部长朱文蔚,海门街道党工委书记袁卫涛等出席活动。海门农商银行秀山支行、车城支行作为爱心商企代表受邀参会。该行副行长张荐焜现场宣读《爱心商企“公益一瓶水”倡议书》,率先发出关爱“两司两员”(货车司机、网约车司机、快递员和外卖配送员)群体的暖心倡议。

本次活动聚焦新就业群体服务保障与基层治理提质增效,发布“‘新’伙伴·融新共治”系列服务项目、揭牌“新驿家·达达骑士营”暖心驿站,整合多方资源搭建服务新业态群体的共享平台。活动精准聚焦“两司两员”日常工作奔波、服务场景分散、保障体系薄弱等现实痛点,通过政企联动、资源共建、服务共治等方式,完善关爱服务体系,夯实基层社会治理根基。

城市的平稳有序运行,离不开“两司两员”群体的风雨坚守。他们穿梭街巷、奔走城乡,是保障民生配送、交通出行、物流畅通的重要力量,也是城市烟火气最坚实的守护者。发布会上,张荐焜表示,海门农商银行始终扎根地方、深耕普惠金融领域,一直把关爱新业态劳动者、服务基层奋斗者作为践行社会责任的重要抓手。此次主动加入全区融新共治体系,发起公益关爱倡议,既是本土银行服务地方发展的使命所在,也是金融行业暖心惠民的责任体现。

公益赋能暖心,服务贴近民生。依托完善的线下网点布局及户外劳动者服务站,海门农商银行常态化面向“两司两员”开放便民服务区,持续提供免费饮水、临时休憩、手机充电、便民工具借用等一站式暖心服务。同时,积极落地“公益一瓶水”专项行动,通过物资捐赠、阵地开放、常态服务等举措,为奔波在一线的“两司两员”从业者提供看得见、摸得着的便利与温暖,让城市奋斗者处处感受到金融温情。

针对“两司两员”收入灵活、周转需求频繁、风险保障不足、融资渠道有限等行业特点,海门农商银行精准施策、量身赋能,定制推出小额信用贷款、灵活结算服务、专属意外伤害保障等一揽子普惠金融产品。通过简化审批流程、优化服务模式、降低融资门槛,有效破解他们“融资难、保障弱、办事繁”等急难愁盼问题,切实守护每一位奋斗者的劳动所得,为“两司两员”群体稳定就业、安心创业保驾护航。

(通讯员 杨晨、倪舜华)

观察

多家上市银行密集成立市值管理小组

又一家上市银行成立市值管理小组。近期,光大银行在“上证e互动”平台回答投资者提问时表示,在市值管理方面,该行坚定看好中国资本市场发展前景,已成立“市值管理小组”,全面统筹市值管理工作,积极维护公司价值和股东权益。

此前,中信银行、招商银行均已宣布成立市值管理小组。今年3月份,中信银行管理层在该行业绩发布会上表示,去年为进一步做好市值管理工作,该行发布了估值提升计划,并制定了一揽子提升市值管理的举措。组织层面上,中信银行在管理层下设市值管理小组,统筹推进市值管理的各项工作落地见效。今年6月份,在招商银行召开的股东大会上,招商银行管理层表示,该行已成立市值管理小组,定期召开市值管理分析会议等。

对于上市银行密集布局市值管理机制,招联首席经济学家董希淼表示,成立市值管理小组,有助于加强资本市场反馈与内部经营决策之间的联动,建立更加制度化的“市场—经营”双向沟通机制。董希淼分析称,相关举措的价值体现在多个层面:

一是通过将市值管理纳入内部考核体系,形成约束机制,推动相关工作扎实落地而非流于形式;二是通过制度化安排向市场释放主动维护股东价值的信号,增强投资者信心;三是推动上市银行市值管理从阶段性应对市场波动,转向常态化价值经营。这将推动银行在夯实经营基础的同时,更系统地管理和引导市场认知,实现在经营发展质量与资本市场表现之间形成良性循环。

从行业背景来看,银行加强市值管理也与近年来银行板块估值承压有关。苏商银行特约研究员付一夫表示,当前银行板块大面积破净,估值长期低位运行,已在一定程度上制约银行外源资本补充能力。各银行成立市值管理小组,核心目的之一就是通过制度化运作改善市场认知、推动价值发现和估值修复。从这一角度看,提振投资者信心是市值管理的重要目标。付一夫认为,提升投资者信心是市值管理的出发点和落脚点,但其实现路径并非简单“维稳股价”,而是通过打通经营端与资本端的传导机制,让市场对银行长期价值的认可

建立在可验证的基本面之上。

关于银行板块估值表现情况,董希淼分析指出,截至2026年上半年,42家A股上市银行市净率(PB)普遍低于1倍,处在0.5至0.7倍区间,A股上市银行板块市值缩水明显,港股上市银行股价更加低迷。

在南开大学金融学教授田利辉看来,A股银行板块估值修复需满足银行资产质量改善、息差压力缓解等条件。在市值管理方面,他建议,上市银行一是通过科技赋能优化资产结构,提升新质生产力领域信贷占比;二是建立“基础分红+特别分红”动态机制,平衡股东回报与资本留存;三是强化投资者沟通的专业性,用数据而非口号传递价值逻辑。

除此之外,金融监管部门还要求长期破净公司披露估值提升计划,市值管理面临硬性制度约束。在此背景下,上市银行正加快转变过往被动应对思路,将市值管理从传统的投资者关系工作,提升为涉及战略规划、内部考核和议事机制的制度化安排,以改善市场预期,提升银行价值表现。

(吟文琼)