

**中国银行业理财业务
发展报告
暨理财公司年鉴
(2025)**

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

目 录

第一章 总体发展情况	3
一、银行理财业务发展概述	3
二、银行理财产品发行与存续情况	5
（一）理财市场整体规模	5
（二）理财产品类型结构	6
三、银行理财人才体系建设情况	10
（一）人才培养发展规划	10
（二）构建特色化能力建设体系	12
（三）健全人才激励机制	13
四、银行理财转型及支持实体经济	15
（一）理财转型情况	15
（二）理财业务投资资产情况	17
（三）理财支持实体经济情况	18
第二章 相关监管政策	22
一、鼓励参与资本市场	22
（一）主要政策	22
（二）相关影响	23
二、养老金融体系构建	24
（一）主要政策	24
（二）相关影响	25
三、同业合作规范管理	25
（一）主要政策	25
（二）相关影响	26
第三章 业务治理情况	28
一、银行理财子公司设立及业务开展情况	28

(一) 理财公司设立情况.....	28
(二) 理财公司内部治理情况.....	30
(三) 理财公司业务开展情况.....	31
(四) 理财公司产品体系分析.....	38
(五) 理财公司风险防范及金融风险应对措施.....	41
(六) 银行理财子公司与母行协同发展分析.....	43
二、商业银行资管业务开展情况	47
(一) 理财业务开展形式.....	47
(二) 资管业务治理与拓展.....	48
三、银行资管能力建设	52
(一) 品牌与声誉建设.....	52
(二) 销售端建设.....	56
(三) 产品端建设.....	59
(四) 投资端建设.....	60
(五) 运营端建设.....	63
(六) 风控端建设.....	66
四、同业合作	68
(一) 银行理财与金融同业的合作模式.....	68
(二) 同业合作情况展望.....	73
五、行业自律	76
(一) 建立理财业务自律制度体系.....	76
(二) 通过调研、论坛等多种形式搭建交流平台，推动 行业稳健发展.....	77
第四章 业务转型与创新	79
一、理财产品转型	79
(一) 营销模式创新.....	79

(二) 理财产品创新.....	83
二、金融科技的应用与创新.....	89
(一) 金融科技创新与应用.....	89
(二) 金融科技带动转型.....	93
第五章 履行社会责任	97
一、需求端：居民需求的满足.....	97
(一) 居民需求挖掘.....	97
(二) 创新特色服务.....	98
二、供给端：服务实体经济.....	99
(一) 支持民营经济.....	99
(二) 助力地方经济发展.....	100
三、支持国家战略实施.....	101
(一) 助力乡村振兴与新型城镇化.....	101
(二) 助力科技成果转化.....	102
(三) 推动绿色低碳发展.....	104
第六章 问题与改进	107
一、银行理财面临的相关问题.....	107
(一) “低利率+资产荒”市场环境进一步凸显.....	107
(二) 产品同质化、短期化问题突出.....	108
(三) 机构品牌影响力有待提升，投资者陪伴仍需加强	109
(四) 系统智能化建设待完善，科技支持业务能力有限	110
二、下一阶段主要工作措施.....	111
(一) 客户端：“以客户为中心”重塑服务理念.....	111
(二) 渠道端：整合多元渠道资源.....	112

(三) 产品端: 积极探索产品创新, 构建丰富产品体系	114
(四) 投研端: 稳固固收基本盘, 拓展多元资产配置	115
(五) 科技端: 进一步强化科技赋能支持业务转型发展	116
三、理财市场展望	117
(一) 银行理财行业迎来高质量发展新阶段	117
(二) 竞争格局愈发激烈	119
(三) 地方性资产或将迎来配置机遇	120
(四) 产品创新与投研能力强化, 持续服务实体经济	122
专题研究: 落实养老金融服务的探索与实践	123
一、老龄化时代背景	123
(一) 我国老龄化进程呈现规模基数大、加速演进的显著特征	123
(二) 我国人口结构“三高”特征凸显: 高龄化、高抚养比、高少子化水平	125
(三) 我国人口老龄化区域差异和城乡差异显著	126
(四) “未富先老”国情凸显, 社会保障体系面临持续压力	128
二、政策框架与监管导向	129
(一) 基本养老金相关政策梳理	130
(二) 企业年金、职业年金相关政策梳理	132
(三) 个人养老金相关政策梳理	134
(四) 商业养老保险相关政策梳理	135
(五) 养老产业金融政策和养老服务金融政策梳理	136
(六) 养老金融未来监管导向展望	138

三、银行理财参与养老金融发展历程	140
（一）初步探索期（2000 年代中期 ~ 2010 年代初） ..	141
（二）快速发展期（2010 年代中期 ~ 2018 年）	142
（三）规范转型期（2018 ~ 2020 年）	143
（四）养老理财产品试点与体系初建期（2021 年至 2022 年）	144
（五）市场调适与深化转型期（2023 年至今）	146
四、同业优秀案例与实践经验	149
（一）交银理财	149
（二）工银理财	149
（三）中银理财	150
（四）农银理财	151
（五）建信理财	152
（六）中邮理财	153
（七）招银理财	153
（八）光大理财	154
（九）兴银理财	155
五、理财公司落实养老金融服务的机遇与挑战	156
（一）老龄化加速催生巨大市场需求	156
（二）理财公司发展养老金融面临的核心挑战	157
（三）理财公司把握养老金融机遇的关键路径	158
六、发展前景与未来趋势展望	160
（一）政策红利持续释放，制度框架加速完善	160
（二）产品创新加速，从“同质化”走向“精细化” ..	161
（三）科技赋能深化，服务模式全面升级	162
（四）生态融合：从“单一机构”到“跨界平台” ..	162

(五) 国际化与跨境养老配置.....	162
理财公司年鉴	166
一、机构发展	166
(一) 基本情况.....	166
1. 工银理财.....	166
2. 农银理财.....	167
3. 中银理财.....	170
4. 建信理财.....	172
5. 交银理财.....	173
6. 中邮理财.....	175
7. 光大理财.....	175
8. 招银理财.....	176
9. 兴银理财.....	177
10. 信银理财.....	178
11. 平安理财.....	179
12. 华夏理财.....	181
13. 广银理财.....	182
14. 浦银理财.....	183
15. 民生理财.....	184
16. 杭银理财.....	184
17. 徽银理财.....	185
18. 南银理财.....	185
19. 苏银理财.....	187
20. 北银理财.....	187
21. 浙银理财.....	188
(二) 发展战略及领先特色.....	188

1. 工银理财.....	188
2. 农银理财.....	189
3. 中银理财.....	191
4. 建信理财.....	192
5. 交银理财.....	192
6. 中邮理财.....	194
7. 光大理财.....	195
8. 招银理财.....	196
9. 兴银理财.....	198
10. 信银理财.....	198
11. 平安理财.....	200
12. 华夏理财.....	202
13. 广银理财.....	204
14. 浦银理财.....	204
15. 民生理财.....	205
16. 杭银理财.....	206
17. 徽银理财.....	207
18. 南银理财.....	209
19. 苏银理财.....	212
20. 北银理财.....	212
21. 浙银理财.....	212
二、服务特色	213
(一) 理财产品模式、理财产品体系转型的业务开展情况.....	213
1. 工银理财.....	213
2. 中银理财.....	214

3. 建信理财.....	215
4. 交银理财.....	215
5. 中邮理财.....	216
6. 光大理财.....	220
7. 招银理财.....	221
8. 兴银理财.....	223
9. 信银理财.....	224
10. 平安理财.....	226
11. 华夏理财.....	227
12. 广银理财.....	228
13. 浦银理财.....	229
14. 民生理财.....	229
15. 杭银理财.....	230
16. 徽银理财.....	233
17. 南银理财.....	235
18. 苏银理财.....	236
19. 北银理财.....	237
20. 浙银理财.....	239
(二) 资产配置总体思路和具体情况.....	241
1. 工银理财.....	241
2. 中银理财.....	241
3. 建信理财.....	242
4. 交银理财.....	243
5. 中邮理财.....	244
6. 光大理财.....	245
7. 招银理财.....	246

8. 兴银理财.....	246
9. 信银理财.....	250
10. 平安理财.....	250
11. 华夏理财.....	252
12. 广银理财.....	254
13. 浦银理财.....	255
14. 民生理财.....	256
15. 杭银理财.....	258
16. 徽银理财.....	260
17. 南银理财.....	261
18. 苏银理财.....	262
19. 北银理财.....	262
20. 浙银理财.....	263
三、年度纪事	265
(一) 公司取得的主要成绩.....	265
1. 工银理财.....	265
2. 农银理财.....	265
3. 中银理财.....	268
4. 建信理财.....	269
5. 交银理财.....	269
6. 中邮理财.....	269
7. 光大理财.....	270
8. 招银理财.....	272
9. 兴银理财.....	275
10. 信银理财.....	276
11. 平安理财.....	278

12. 华夏理财.....	280
13. 广银理财.....	280
14. 浦银理财.....	280
15. 民生理财.....	282
16. 杭银理财.....	283
17. 徽银理财.....	283
18. 南银理财.....	284
19. 苏银理财.....	285
20. 北银理财.....	286
(二) 公司年度重要工作纪事.....	286
1. 工银理财.....	286
2. 农银理财.....	289
3. 中银理财.....	290
4. 建信理财.....	292
5. 交银理财.....	292
6. 中邮理财.....	294
7. 光大理财.....	296
8. 招银理财.....	297
9. 兴银理财.....	299
10. 信银理财.....	300
11. 平安理财.....	306
12. 华夏理财.....	309
13. 广银理财.....	310
14. 浦银理财.....	312
15. 民生理财.....	314
16. 杭银理财.....	319

17. 徽银理财.....	321
18. 南银理财.....	322
19. 苏银理财.....	324
20. 北银理财.....	327

中国银行业理财业务 发展报告(2025)

第一章 总体发展情况

一、银行理财业务发展概述

2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势，党中央沉着应变、综合施策，经济运行总体平稳、稳中有进，高质量发展扎实推进，经济社会发展主要目标任务顺利完成。新质生产力稳步发展，改革开放持续深化，重点领域风险化解有序有效，民生保障扎实有力，中国式现代化迈出新的坚实步伐。今年以来，金融监管总局积极营造良好金融环境。银行理财行业严格落实监管要求，贯彻落实“增强金融工作的政治性、人民性”有关要求，做好金融“五篇大文章”，助力居民财富增长，服务实体经济高质量发展。

在此背景下，银行理财业务进入规范化、专业化、市场化发展的新阶段。宏观支撑、监管引导与市场转型等多重因素叠加，为理财行业提供了持续健康发展的有利环境。

一是宏观经济稳定增长，为理财业务提供基础支撑。

2024 年国内生产总值同比增长 5.2%，城镇居民人均可支配收入实际增长 4.4%，经济延续回升向好态势。居民财富稳步积累，理财意识持续增强，为银行理财业务拓展提供了稳定的客户基础。同时，房地产市场投资回报率趋于理性，储蓄利率处于低位，引导居民资产配置结构逐步调整。理财产品凭借收益稳健、风险适中、流动性较好的特点，成为居民金

融资产的重要配置选项，市场需求进一步释放。

二是监管政策持续深化，推动理财业务净值化与穿透式管理落地。自 2018 年《资管新规》出台以来，银行理财全面启动净值化转型。2020 年底过渡期结束，产品普遍采用市值估值，每日披露净值，有效提升了产品透明度与风险揭示水平。同时，穿透式监管机制逐步建立，对产品底层资产逐级识别与监管，非标投资比例持续压降。根据银行业理财登记托管中心数据，截至 2024 年底，非标资产占比已降至 5.6%，较 2021 年高点下降 7.3 个百分点，资产配置结构愈发稳健。部分理财子公司因估值不当、信息披露不充分等问题被通报，体现了监管的穿透力与合规约束不断增强。

三是理财产品体系优化，服务模式加快向综合财富管理转型。当前银行理财业务正在加快从“产品导向”向“客户导向”转型，理财子公司积极拓展“固收+”、REITs、ESG 等多元产品线，初步建立起以“标准化资产+主动管理+多维服务”为核心的产品能力。服务模式方面，银行理财不再仅满足传统收益类产品需求，逐步覆盖高净值客户家庭资产配置、养老金规划等场景，探索线上线下融合、多渠道精准匹配，推动从单一产品提供方向综合财富管理平台升级。

截至 2024 年末，银行理财市场存续规模 29.95 万亿元，较年初增长 11.75%，全年累计新发理财产品 3.08 万只，募集资金 67.31 万亿元；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

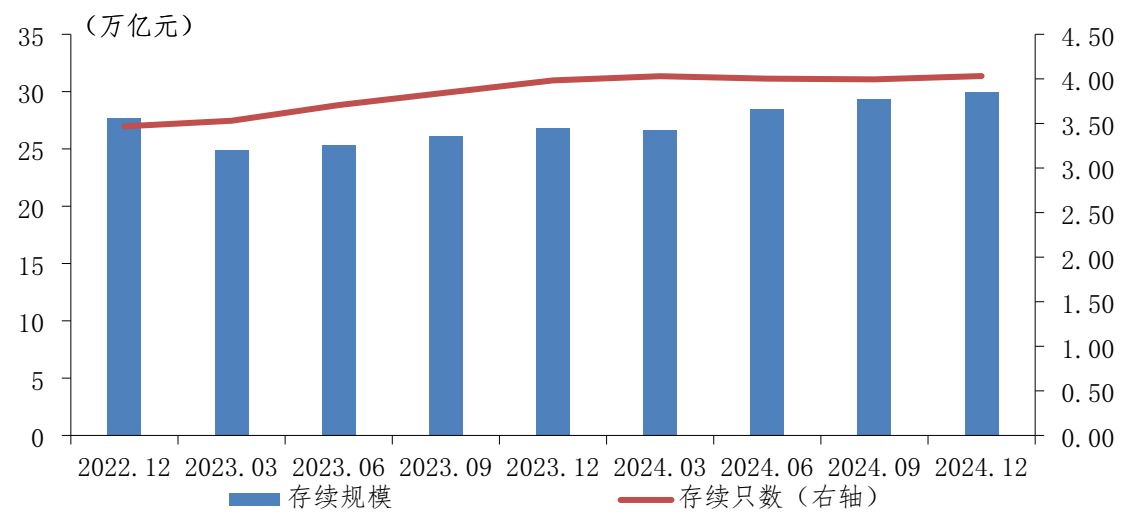
万亿元；持有理财产品的投资者数量达 1.25 亿个，较年初增长 9.88%，为投资者创造收益 7099 亿元。与此同时，宏观经济回稳、监管制度深化和客户需求演进形成协同合力，为银行理财业务打开了高质量发展的新空间。未来，银行理财将继续夯实风险管理基础、优化产品结构、提升服务能力，切实提升理财业务服务实体经济和居民财富管理的综合效能。

二、银行理财产品发行与存续情况

（一）理财市场整体规模

2024 年，全国共有 179 家银行机构和 31 家理财公司累计新发理财产品 3.08 万只，累计募集资金¹167.31 万亿元。截至 2024 年末，全国共有 218 家银行机构和 31 家理财公司有存续的理财产品，共存续产品 4.03 万只，较年初增加 1.23%；存续规模 29.95 万亿元，较年初增加 11.75%。

图 1：全国理财产品存续规模及只数



¹ 含开放式理财产品在 2024 年开放周期内的累计申购金额。

资料来源：银行业理财登记托管中心

截至 2024 年末，理财市场中理财公司存续产品数量和金额均最多，存续产品只数达 2.43 万只，存续规模达 26.31 万亿元，较年初增加 17.09%，占全市场的比例达到 87.85%。

表 1：2024 年底各类机构理财产品存续情况

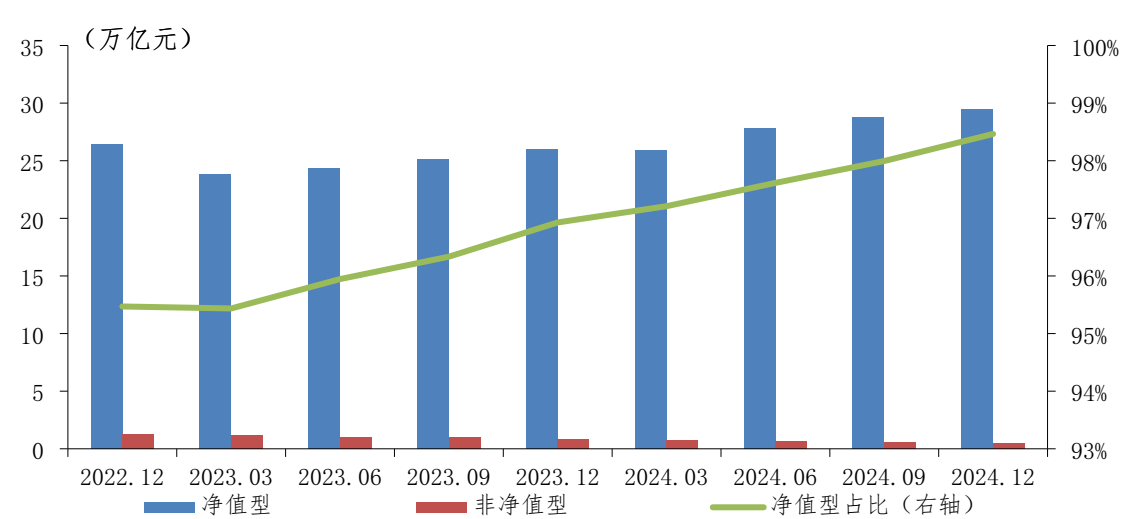
机构类型	机构数量 (家)	存续产品只数 (只)	存续规模 (亿元)
全市场总量	249	40317	29.95
大型银行	6	526	0.32
股份制银行	9	403	0.35
城商行	101	7771	1.95
农村金融机构	89	5180	0.93
理财公司	31	24347	26.31
其他机构	13	2090	0.09

资料来源：银行业理财登记托管中心

（二）理财产品类型结构

理财产品净值化转型成效显著，具体可分为净值型产品和非净值型产品。截至 2024 年末，净值型理财产品存续规模 29.50 万亿元，占比为 98.50%，较年初增加 1.57 个百分点。

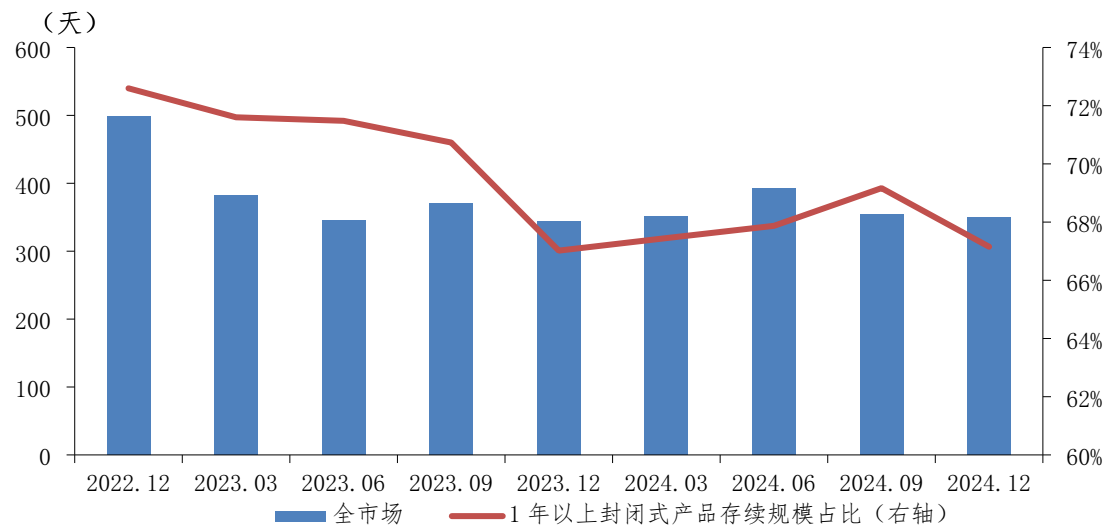
图 2：净值型理财产品规模及占比变化情况



资料来源：银行业理财登记托管中心

2024 年，新发封闭式理财产品加权平均期限在 284 至 392 天之间，为市场提供了长期稳定的资金来源。截至 2024 年末，1 年以上的封闭式产品存续规模占全部封闭式产品的比例为 67.15%，较年初增加 0.13 个百分点。

图 3：全市场新发封闭式产品期限情况



资料来源：银行业理财登记托管中心

按募集方式划分，公募理财产品占据理财市场绝对主力，市场占比持续稳定处于高位。截至 2024 年末，公募理财产品存续规模 28.43 万亿元，占全部理财产品存续规模的 94.92%，占比较年初持平；私募理财产品存续规模 1.52 万亿元，占全部理财产品存续规模的 5.08%。

表 2：银行及理财公司理财产品存续情况（按募集方式）

单位：万亿元			
产品类型	银行机构	理财公司	合计
公募	3.56	24.87	28.43
	(97.80%)	(94.53%)	(94.92%)
私募	0.08	1.44	1.52
	(2.20%)	(5.47%)	(5.08%)
合计	3.64	26.31	29.95

资料来源：银行业理财登记托管中心

按投资性质划分，固定收益类理财产品占据理财市场绝对主力，市场占比进一步提升。截至 2024 年末，固定收益类产品存续规模为 29.15 万亿元，占全部理财产品存续规模的比例达 97.33%，较年初增加 0.99 个百分点；混合类产品存续规模为 0.73 万亿元，占比为 2.44%，较年初减少 0.77 个百分点；权益类产品和商品及金融衍生品类产品的存续规模相对较小，分别为 0.06 万亿元和 0.01 万亿元。

表 3：银行及理财公司理财产品存续情况（按投资性质）

单位：万亿元			
产品投资性质	银行机构	理财公司	合计
固定收益类	3.40	25.75	29.15
	(93.41%)	(97.87%)	(97.33%)
混合类	0.21	0.52	0.73
	(5.77%)	(1.98%)	(2.44%)
权益类	0.03	0.03	0.06
	(0.82%)	(0.11%)	(0.20%)
商品及金融衍生品类	0.00	0.01	0.01
	(0.00%)	(0.04%)	(0.03%)
合计	3.64	26.31	29.95

资料来源：银行业理财登记托管中心

按运作模式划分，开放式理财产品占比超八成。截至 2024 年末，开放式理财产品存续规模为 24.20 万亿元，占全部理财产品存续规模的 80.80%，较年初增加 1.77 个百分点；封闭式理财产品存续规模为 5.75 万亿元，占全部理财产品存续规模的 19.20%。其中，现金管理类理财产品存续规模为 7.30 万亿元，占全部开放式理财产品存续规模的比例为 30.17%，较年初减少 10.15 个百分点。

表 4：银行及理财公司理财产品存续情况（按运作模式）

单位：万亿元

产品运作模式	银行机构	理财公司	合计
封闭式产品	0.80 (21.98%)	4.95 (18.81%)	5.75 (19.20%)
开放式产品	2.84 (78.02%)	21.36 (81.19%)	24.20 (80.80%)
其中：现金管理类 产品	0.40 (14.08%)	6.90 (32.30%)	7.30 (30.17%)
合计	3.64	26.31	29.95

资料来源：银行业理财登记托管中心

按照风险等级划分，理财产品风险等级主要集中在三级（中）及以下水平。其中，风险等级为二级（中低）及以下的理财产品存续规模为 28.66 万亿元，占全部理财产品存续规模的比例为 95.69%，较年初增加 2.89 个百分点；风险等级为四级（中高）及以上的理财产品存续规模为 0.08 万亿元，占全部理财产品存续规模的比例为 0.27%。

表 5：银行及理财公司理财产品存续情况（按风险等级）

单位：万亿元

产品风险等级	银行机构	理财公司	合计
一级（低）	0.31 (8.52%)	8.26 (31.39%)	8.57 (28.61%)
二级（中低）	3.00 (82.42%)	17.09 (64.95%)	20.09 (67.08%)
三级（中）	0.29 (7.97%)	0.92 (3.50%)	1.21 (4.04%)
四级（中高）	0.03 (0.82%)	0.02 (0.08%)	0.05 (0.17%)
五级（高）	0.01 (0.27%)	0.02 (0.08%)	0.03 (0.10%)
合计	3.64	26.31	29.95

资料来源：银行业理财登记托管中心

为助力我国碳达峰、碳中和目标实现，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。截至 2024 年末，ESG 主题理财产品存续余额达 2393 亿元，同比增长 61.69%。理财行业不断推出特色产品，2024 年末存续专精特新、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。

三、银行理财人才体系建设情况

（一）人才培养发展规划

随着资管新规落地和金融科技加速渗透，银行理财公司为支撑业务高质量发展，着力建立系统化的人才培养体系，逐步打造专业化、数字化、市场化的人才队伍，重点覆盖投研、风控、科技、营销等核心领域，形成了“内部培养+外部引进+科技赋能”三位一体的人才体系，以支撑长期竞争力提升。

人才培养方面，银行理财公司切实打通员工职业发展多通道。为全方位培养好专业人才，银行理财公司普遍着力建设“纵横交错，螺旋上升”的职业发展通道；一是按照职级岗级体系，结合个人绩效、能力、经历等因素，为员工提供清晰的纵向上升通道。二是打破人才流动壁垒，增强内部流动统筹性，将内部人才交流、人才轮岗作为战略性安排并长期开展，为员工提供多元化的发展机会，打通横向发展通道。三是构建全生命周期的职业发展培养与规划体系，指导员工探索个性化职业生涯发展路径，全方位跟踪人才成长历程，打造“以人为本，共享共赢，有为有位”的职业生涯发展体

系。

除此之外，银行理财公司持续优化干部选育管用工作。坚持“党管干部、党管人才”的原则，积极践行新时代党的组织路线和人才强国战略，一是突出政治标准，坚持正确选人用人导向，组织考察环节，扩宽谈话覆盖面，增加曾任职部门相关干部员工意见，着重听取工作作风方面的考察，做深做实干部政治素质考察。二是突出业务导向，选优配强领导班子，开展干部岗位选聘、干部轮岗、干部岗位调整、任职试用期转正，疏通前台和中后台流动渠道，推动干部“能左能右、能前能后”，增加干部多岗位锻炼。三是激励干部担当作为，推动干部能上能下，用市场化、契约化方式促进全体干部员工干事创业，完成全体前台部门级管理人员和团队级管理人员市场化聘用，建立薪酬、聘任与业绩考核紧密挂钩的联动机制。

信银理财案例

信银理财推行“分层分类分级”的人才能力培养优化机制。2024年，信银理财开展公司级培训 86 项，全面提升队伍能力；以专业知识和数字化转型为抓手，搭建员工成长平台，打造培训品牌，全面推动落实“砺剑行动”“E 企线上学”“信银大讲堂”“启航训练营”“投研集训营”“数智实训营”等专项培训，重点培养对党忠诚、认同企业文化、业务技术兼备的“数业技”复合型人才。

招银理财案例

招银理财坚持以内部培养为主，社会化招聘为辅，始终以传承招银文化构建队伍发展的内生动力。在人才储备上，着力吸引行业头部卓越人才，在信用类、权益类、产品类、风险类、科技类等专业领域均形成了扎实的队伍基础。在梯队建设上，加强对校招人员的培养带教，不断加速内部潜力员工成长培养，确保人才梯队合理可持续。目前，招银理财已形成一支 500 余人的资管队伍，打造了一支素质精良、结构合理的专业化投研队伍，投研人员数量合计占比约 30%。

杭银理财案例

杭银理财构建“启航-远航-领航”三级培训架构，全年分层开展员工能力建设。新员工通过“启航”计划掌握基础业务技能，骨干员工依托“远航”项目深化专业能力，管理人员借力“领航”课程提升战略视野。培训内容聚焦金融科技、人工智能应用及领导力发展三大核心模块，同步通过“六合讲堂”平台开展行业趋势解读、实操技能强化与合规意识提升等全员培训。

（二）构建特色化能力建设体系

当下资管行业竞争加剧、数字化转型加速的背景下，银行理财公司也正逐步突破传统人才培养模式，构建差异化的特色化能力建设体系，以形成核心竞争力。差异化方面，银行理财人才培养体系更聚焦“投研条线实现稳健收益、营销条线注重渠道协同”，发挥银行理财公司不同于公募基金、券商资管等机构的差异优势。同时，银行理财人才培养也开

始注重强化“金融+科技”的复合能力，尤其在数字化投研、智能风控、精准营销等方面。特色化能力建设体系最终要实现投研专业化、服务智能化、协同高效化的人才布局，为银行理财子公司实现从传统资管向智能资管的转型升级提供坚实的人才支撑。

（三）健全人才激励机制

银行理财公司着力构建“多层次、市场化”的人才激励机制，重点围绕薪酬优化、考核完善、职业发展和文化塑造四个方面展开。薪酬体系方面，银行理财公司不断完善差异化的薪酬结构，对投研、科技等核心岗位实施倾斜政策。绩效考核方面，银行理财公司建立了与岗位特性匹配的多维度考核指标，对投研人员侧重收益与风控平衡，对科技人员关注创新成果转化，同时推行“赛马机制”和长期业绩挂钩机制。职业发展方面，打通“管理序列”与“专业序列”双通道，设立破格晋升机制和轮岗交流机会。文化激励方面，通过荣誉体系、创新文化和关怀福利增强员工归属感。与此同时，银行理财公司也在注重科技赋能，运用数字化工具提升考核透明度和激励精准度，提升人才吸引力和留存率，为业务高质量发展提供持续人才支撑。

招银理财案例

招银理财建立了MD专业序列和管理序列双通道职级管理体系，结合员工业绩、绩效以及专业能力和素质等，为人才发展和成长提供宽广通道。此外，招银理财还将中长期业绩指标纳入投资人员业

绩效考核，引导投资人员建立稳健、长远的投资理念，并在理财公司行业内开创式地进行了跟投制度探索，确保投研人才在成长的同时始终与投资者站在一起。

广银理财案例

广银理财设置了可视化的岗位晋升双通道，即专业职级晋升通道及管理职位晋升通道。通过对员工专业技能和管理能力的不同考核，为员工提供了更多的发展机会和晋升途径。人才培养体系建设方面：广银理财为员工职业生涯搭建“纵横两向”“全生命周期”的培养体系。员工通过职业发展全生命周期培养体系，员工实现从“新人”到“骨干”再到“专家”的蜕变，实现员工价值与公司价值的共同提升，鼓励员工拓宽视野、帮助员工发现自身优势、提升综合能力，为公司培养复合型人才。人才队伍建设方面，2024年广银理财开展了人才盘点和后备人才库建设工作，形成了优秀中层正职名册及公司后备人才名册，制定培养方案并组织后备人才提升培训，为公司人才梯队建设奠定坚实基础。

民生理财案例

民生理财着力构建专业序列与管理人才发展“双通道”，以多元晋升机制，打造梯次鲜明、多样互补的人才队伍。一是分类实施员工绩效考核评价，坚持战略导向、责任导向，注重公司目标、部门目标与个人目标的统一性，有效调动员工的工作积极性。二是承接考核结果应用，建立能力与贡献导向的职级调整规则，确保升降

有序、能上能下，并配套多元化的激励机制。三是统筹规划管理梯队，持续做好管理人才选聘与储备，注重管理队伍能力建设，营造担当作为的人才环境。

四、银行理财转型及支持实体经济

（一）理财转型情况

自《资管新规》全面实施以来，银行理财业务全面进入净值化管理阶段，随着净值化理念的持续推进，行业运行机制愈加市场化、规范化。但从实践情况看，部分投资者仍对理财产品存在“绝对收益”预期，尤其对业绩比较基准存在“所见即所得”的惯性认知，在一定程度上导致理财负债端成本粘性较强，收益与风险的匹配认知仍需进一步引导和转变。

当前背景下，理财子公司面临“稳收益”与“控风险”的双重考验，资产配置与产品设计难度持续加大。为增强净值管理的有效性和透明度，行业不断推进产品定价机制的规范优化，积极落实收盘价估值等整改要求，引导理财产品估值方式逐步向标准化、市场化方向转型。同时，理财机构不断完善投研体系，努力提升主动管理水平，以应对市场波动加剧背景下的组合调整压力。

受当前低利率环境及资产端收益承压的影响，理财资产配置方向亦呈现出多元化趋势。部分机构在合规前提下，积极探索多资产配置路径，适度延伸至权益类、商品类及海外资产等领域，拓展资产获取渠道，提升组合弹性与收益潜力。

在整体收益中枢趋于下行的市场条件下，上述调整有助于实现风险收益结构的动态平衡。

此外，随着投资者需求日趋多样，产品风险偏好分层更加明显，理财产品体系不断向细分化方向发展。在传统“低波稳健型”产品基础上，行业逐步推出“中等波动”和“高波动”系列产品，满足不同客户群体在风险容忍度、收益目标、流动性需求等方面的差异化配置要求。

信银理财案例

为积极服务实体经济，培育投资者长期投资理念，信银理财持续推动一年及以上期限中长期产品布局。截至 2024 年末，信银理财中长期产品规模及占比均位居同业前列。相较短期产品，中长期产品对利率波动敏感度较低，信银理财大力推动中长期产品布局，也保证了市场波动环境下基本盘的稳定，有助于产品规模的合理增长与可持续发展。2025 年，信银理财仍将持续大力推动中长期产品布局。同时，为积极践行“提振资本市场”的监管导向，信银理财将积极研发不同策略的含权产品，为投资者提供多元化的产品投资品种。

兴银理财案例

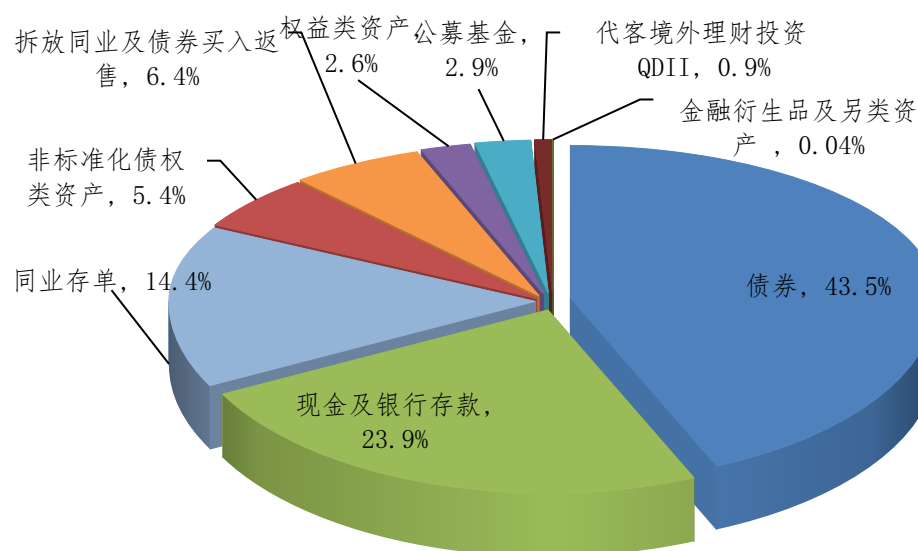
兴银理财稳步推进产品创新。创设推出涵盖不同投资领域和策略类型的创新产品，并开发功能性产品满足客户需求。在策略创新方面，主要推出北交所打新策略、量化+转债策略、量化+红利策略、阿尔法策略、黄金固收增强策略、红利策略、固收+REITs 配置策略

以及挂钩美债、上海金、美元兑日元、全球大类资产指数结构性理财等产品。在产品结构创新方面，推出日申定赎、夜市理财等新型理财产品，提高投资者资金使用率，满足投资者的差异化流动性需求。

（二）理财业务投资资产情况

截至 2024 年末，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 107.14%，较去年同期减少 1.17 个百分点。理财产品资产配置以固收类为主，投向债券类、非标准化债权类资产、权益类资产余额分别为 18.60 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%。

图 4：理财产品资产配置情况



资料来源：银行业理财登记托管中心

截至 2024 年底，理财产品持有信用债 13.21 万亿元，

占总投资资产的 41.11%，占比较去年同期减少 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%。

理财产品积极响应国家政策号召，充分发挥资金优化配置功能，通过多种途径实现资金与实体经济融资需求对接。截至 2024 年末，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。理财资金投向绿色债券规模超 3300 亿元，投向一带一路、区域发展、扶贫纾困等专项债券规模超 1100 亿元，为中小微企业发展提供资金支持超 4.8 万亿元。

（三）理财支持实体经济情况

理财行业持续贯彻落实国家政策导向，充分发挥资金配置枢纽作用，积极引导社会资金支持实体经济发展。通过多元化的投资渠道，理财资金有效对接实体经济各类融资需求，助力经济高质量发展。

截至 2025 年一季度末，银行理财产品通过投资债券、非标准化债权资产、未上市股权等形式，为实体经济提供支持资金总规模约达 20 万亿元，体现出理财资金在服务实体、稳定增长方面的重要作用。

为积极响应国家“双碳”战略目标，理财行业不断拓展绿色金融服务路径。2025 年一季度内，市场累计发行 ESG 主题理财产品 33 只，募集资金总额超过 200 亿元；截至季度末，ESG 主题理财产品存续规模已接近 3000 亿元。该类产品聚焦环境、社会及治理绩效导向，进一步丰富了绿色金融产

品体系。

同时，理财行业紧扣国家重点战略和区域发展布局，加快推进特色化产品体系建设。截至 2025 年一季度末，围绕“专精特新”“乡村振兴”“粤港澳大湾区”“绿色低碳”等重点领域，市场存续相关主题理财产品近 300 只，存续规模超过 1000 亿元，为推动区域协调发展、产业结构优化和绿色转型提供有力金融支撑。

工银理财案例

工银理财作为国有大行理财公司，始终坚持服务国家战略，发挥理财特色牌照优势，全力服务“五篇大文章”，支持实体经济发展。一是完善顶层设计。制发《深入贯彻落实中央金融工作会议精神行动方案》等文件，探索做深做实“1（现代化产业体系）+5（五篇大文章）”发展新路径，促进更多理财资源配置到经济社会发展的重点领域和薄弱环节，投向现代化产业体系重点资产规模约 3000 亿元。二是服务科技金融。投资科技金融类债券持仓占比超 17%，成立“北京金融街新质生产力联合研究中心”，发布同业首只“科技金融债券指数”，发行科创主题理财产品近 20 亿元。三是支持绿色金融，年末绿色债券投资规模较年初增长超 50%，覆盖 200 多家绿色债券发债主体，新发行绿色金融主题理财产品规模超 13 亿元。

招银理财案例

锚定金融强国目标，招银理财主动找准银行理财在中国式现代

化建设中的定位，着力做好五篇大文章，提升服务实体经济能力与质效。截至 2024 年末，招银理财通过投资债券、非标准化债权、未上市公司股权等资产，支持实体经济的资产业务余额 1.89 万亿元。积极拥抱新质生产力，重点支持医疗健康、高端制造、数字经济等科技创新为主的新型产业，理财资金投向制造业、硬科技属性企业的余额分别为 688.3 亿元和 423.3 亿元。

非标资产投资也是理财资金支持实体经济的重要方式。在理财行业非标规模整体下降的背景下，招银理财聚焦资本市场业务、小额债权和国央企信用融资三大方向，以支持高水平科技自立自强项目为目标，针对科创型企业、民营企业缺乏多样化融资渠道的需求，引导中长期资金流向具有创新潜力的科创产业和中小优质民营经济主体。2024 年，公司资本市场类融资业务主要品种的市场占有率超过 3%，领跑包括证券业在内的资管行业头部机构。

中邮理财案例

中邮理财深入贯彻落实党的二十届三中全会精神，全面制定落实“五篇大文章”行动方案，健全激励约束并纳入考核机制，全面提升金融服务高质量发展质效，以“国之大者”为己任，做好服务实体经济的“助力者”。2024 年，中邮理财实体经济投资规模达 4794 亿元，同比增长 115.22%。2024 年公司债券类资产占比自年初的 39% 稳步增长至 51%，大幅高于同业均值。担当债券市场重要参与者的同时大力发展权益投资，积极服务资本市场，股票基金、定增、未上市股权和股票等权益投资规模累计近 500 亿元，参与上市公司定

增 150 笔，助力电子、半导体、新能源等高新技术产业转型升级；参与美的港股 IPO 基石投资、战略配售华夏大悦城商业 REIT，开创行业先河。

浙银理财案例

浙银理财切实发挥理财投资优化金融资源配置、引导社会价值向善的功能优势，强化金融政治性、人民性功能。通过投资债券、非标准化债权等多种资产，引导理财资金流向乡村振兴、供应链金融、中小微企业等实体经济领域。同时，为企业盘活资产，实现实体经济融资降本增效。比如：2024 年通过战略配售和网下申购参与公募 REITs 业务落地 3 单，资产类型涵盖消费类、园区类、交通类基础设施，有效支持实体经济。实现了公募 REITs 业务基础研究的成果转化，有力响应了国家关于盘活存量资产扩大有效投资的政策方针。

第二章 相关监管政策

2024 年以来监管持续出台各项政策，推动理财市场高质量发展，背后的主要逻辑可以归纳为三条：一是提供资本市场活水，30 万亿规模的银行理财资金是中长线资金的重要组成部分，《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》明确鼓励银行理财资金积极参与资本市场；二是更好服务实体经济，如银行理财的稳健风格契合养老金融业务，在《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》《关于全面实施个人养老金制度的通知》等养老金融文件下，更多养老理财产品将应运而生；三是促进规范发展，2024 年以来，银行理财平抑净值波动的保险协存、补息存款、信托平滑、自建估值模型等方式接连被监管叫停，核心目标在于降低负债成本、维护存款市场竞争秩序、防范金融风险。

一、鼓励参与资本市场

（一）主要政策

2024 年 9 月底，中央金融委员会办公室和中国证券监督管理委员会（以下简称证监会）联合印发了《关于推动中长期资金入市的指导意见》（以下简称《指导意见》），以实现资本市场稳健运行与中长期资金稳定回报的良性互动。主要举措包括：建设培育鼓励长期投资的资本市场生态；大力发展权益类公募基金，支持私募证券投资基金稳健发展；着力完善各类中长期资金入市配套政策制度。《指导意见》明

确提到，鼓励银行理财和信托资金积极参与资本市场，优化激励考核机制，畅通入市渠道，提升权益投资规模。

为贯彻落实中央经济工作会议、中央金融工作会议“稳住股市、打通中长期资金入市卡点堵点”、“推动专业机构投资者建立三年以上长周期考核机制，提高权益投资比重”的重要决策部署，2025年1月22日，经中央金融委员会审议同意，中央金融委员会办公室、证监会、中华人民共和国财政部（以下简称财政部）、中华人民共和国人力资源和社会保障部（以下简称人社部）、中国人民银行（以下简称人民银行）、国家金融监督管理总局（以下简称金融监管总局）联合印发《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》，其中提到在参与新股申购、上市公司定增、举牌认定标准等方面，给予保险资管、银行理财与公募基金同等政策待遇，积极支持相关资金投资入市。

（二）相关影响

新“国九条”以来，政策层面持续打通银行理财资金入市堵点。在低利率环境下，货币类资产和固定收益类资产收益率不断下降，银行理财获取优质高息资产难度较大，理财公司本身也有必要加强权益投资，提升产品竞争力。截至2024年末，银行理财市场存续规模接近30万亿元，但权益类资产占比仍有较大提升空间。《实施方案》给予银行理财、保险资管与公募基金同等政策待遇，理财公司不需要再借助于其他SPV（特殊目的载体），即可直接参与资本市场，这

将为资本市场带来更多增量资金，也将进一步提振投资者信心，推动资本市场健康持续发展。但是，银行理财投资者风险偏好较低，以追求稳健收益为主。因此，理财公司在权益配置过程中需要综合考虑政策、市场波动等因素。

二、养老金融体系构建

（一）主要政策

发展银发经济不仅是满足老年人需求、增进民生福祉的必要举措，也是推动国内经济高质量发展、培育新经济增长点的有力手段。2024年1月，国务院办公厅发布《国务院办公厅关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，意见共提出4个方面26项举措，涵盖民生事业、产品供给、产业培育及要素保障等关键领域。其中明确提出要“**丰富发展养老金融产品**”，并**鼓励金融机构提供养老财务规划、资金管理服务**。丰富个人养老金产品，推进专属商业养老保险发展。积极发展商业医疗保险和商业长期护理保险，开展人寿保险与长期护理保险责任转换业务试点工作，加强养老金融产品研发与健康、养老照护等服务衔接。

个人养老金制度肩负着健全多层次多支柱养老保险体系、促进社保事业健康可持续发展、做好养老金融大文章的重要使命。2024年12月12日，人力资源社会保障部等五部门发布《关于全面实施个人养老金制度的通知》（以下简称《通知》），标志着**个人养老金制度正式推广至全国**。相比于个人养老金制度试行期的制度安排，《通知》进一步将国

债、特定养老储蓄、指数基金等纳入个人养老金产品范围，推动更多养老理财产品纳入个人养老金产品范围。《通知》还提出，金融机构依法依规开展个人养老金投资咨询服务，根据个人投资风险偏好和年龄等特点，推荐适当的个人养老金产品，同时鼓励金融机构在与参加人协商一致的情况下，探索开展默认投资服务。

（二）相关影响

“养老金融”作为五篇大文章之一，是金融发展和社会保障领域的关键词。《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》作为首个以“银发经济”命名的政策文件，以国家战略高度系统性部署了银发经济发展路径。而《关于全面实施个人养老金制度的通知》的颁布则将极大丰富市场上的养老投资选择，使得个人能够根据自身的风险承受能力和投资偏好选择适合的产品。这不仅能吸引更多的投资者，还将推动金融市场的创新，激励金融机构提供更为优质的服务和产品，健全我国养老第三支柱。此外，丰富的产品供给能够间接引导资金更好地配置到实体经济中，促进国民经济的健康发展。

三、同业合作规范管理

（一）主要政策

2024年2月23日，某地金融监管局向辖区内银行下发《关于保险资管公司存款填报口径的工作提示》。该局在日常监管中发现，部分银行机构将保险资管公司存款纳入单位存款科目核算，造成各项存款大起大落。根据1104报表填

报规则及金融监管总局有关解答口径，保险资管产品发行理财产品等募集的资金应计入“同业存款”科目，不得计入“一般性存款”从而限制银行理财“借道”保险资管配置存款，降低银行负债成本。

2024年4月8日，央行通过市场利率定价自律机制发布《关于禁止通过手工补息高息揽储 维护存款市场竞争秩序的倡议》，倡议银行对手工补息建立有效管理支持，将其纳入监测管理范围；严格规范自上而下的存款利率授权管理，确保利率定价与利息支付合理有序。《倡议》特别指出，“即日起，银行不得以任何形式向客户承诺或支付突破存款利率授权上限的补息。此前违规做出的补息承诺，在付息日一律不得支付”。

2024年6月14日金融监管总局某地监管局向辖内信托公司印发《关于进一步加强信托公司与理财公司业务合规管理的通知》，点名信托公司与理财公司业务存在的四类违规问题，并要求开展合规性排查，包括配合理财公司违规使用平滑机制调节产品收益，配合理财公司在不同理财产品间交易风险资产，为现金管理类理财违规投资低评级债券、违规嵌套投资存款提供通道，配合理财产品不当使用估值方法。

（二）相关影响

2024年以来，银行理财平抑净值波动的保险协存、补息存款、信托平滑、自建估值模型等方式接连被监管叫停，核

心目标在于降低负债成本、维护存款市场竞争秩序、防范金融风险。同时，监管部门对中小银行理财业务监管趋严，要求无理财资质的银行在规定时间内压降存量理财业务。这一系列举措将重塑理财市场格局，推动行业向高质量发展迈进。展望后续，在我国经济转型升级的新发展阶段，优质资管产品供给持续上升的背景下，投研能力、流动性管理能力、风控能力等核心能力将成为银行理财机构竞争的“胜负手”。银行理财机构需要持续增强上述核心能力，使其与管理的理财规模增速相匹配。

第三章 业务治理情况

一、银行理财子公司设立及业务开展情况

（一）理财公司设立情况

自 2019 年第一家理财公司成立以来，截至 2024 年底，全国已设立 32 家理财公司，理财公司数量已趋于稳定，其中 31 家理财公司开业，包括国有行理财公司 6 家、股份行理财公司 11 家、城农商行理财公司 9 家、合资行理财公司 5 家；1 家理财公司在筹建中，为浙银理财。

理财公司的设立大致可以划分为四个阶段。第一阶段为 2019 年，期间共 11 家理财公司开业，主要以国有行（6 家国有行）、头部股份行（招银、光大、兴银）和头部城农商行（宁银、杭银）为主；第二阶段为 2020 年，共 9 家理财公司开业，主要以大中型股份行（信银、平安、华夏）、城农商行（徽银、苏银、南银、青银、渝农商）为主；第三阶段为 2021 年-2022 年，共 10 家理财公司开业，以剩余的股份行和合资行理财公司为主。第四阶段为 2023 年以后，理财公司设立和开业节奏放缓，期间仅 1 家合资理财公司开业（法巴农银理财），1 家股份行理财公司获批筹建。从注册资本金方面来看，国有行理财公司注册资本为 80 亿元-160 亿元；股份行理财公司注册资本为 20 亿元-50 亿元；城农商行理财公司注册资本为 10 亿元-30 亿元；合资行理财公司注册资本均为 10 亿元。目前，理财公司涵盖国有大行、股份

制银行、城农商行及中外合资公司，已形成较为完善的理财公司生态体系。

表 6：截至 2024 年底，银行理财公司设立情况

序号	名称	开业时间	注册地	初始注册资本 (亿元)
1	建信理财	2019 年 5 月	深圳	150
2	工银理财	2019 年 5 月	北京	160
3	交银理财	2019 年 6 月	上海	80
4	中银理财	2019 年 7 月	北京	100
5	农银理财	2019 年 7 月	北京	120
6	光大理财	2019 年 9 月	青岛	50
7	招银理财	2019 年 11 月	深圳	50
8	中邮理财	2019 年 12 月	北京	80
9	兴银理财	2019 年 12 月	福州	50
10	杭银理财	2019 年 12 月	杭州	10
11	宁银理财	2019 年 12 月	宁波	15
12	徽银理财	2020 年 4 月	合肥	20
13	渝农商理财	2020 年 6 月	重庆	20
14	信银理财	2020 年 7 月	上海	50
15	平安理财	2020 年 8 月	深圳	50
16	南银理财	2020 年 8 月	南京	20
17	苏银理财	2020 年 8 月	南京	20
18	华夏理财	2020 年 9 月	北京	30
19	青银理财	2020 年 9 月	青岛	10
20	汇华理财	2020 年 9 月	上海	10
21	贝莱德建信理财	2021 年 5 月	上海	10
22	广银理财	2021 年 12 月	上海	50
23	浦银理财	2022 年 1 月	上海	50
24	施罗德交银理财	2022 年 2 月	上海	10

25	上银理财	2022 年 3 月	上海	30
26	高盛工银理财	2022 年 6 月	上海	10
27	民生理财	2022 年 6 月	北京	50
28	恒丰理财	2022 年 8 月	青岛	20
29	渤海理财	2022 年 9 月	天津	20
30	北银理财	2022 年 12 月	北京	20
31	法巴农银理财	2023 年 6 月	上海	10
32	浙银理财	2023 年 12 月获批筹建	杭州	20

资料来源：中国银行业理财市场年度报告

（二）理财公司内部治理情况

2024 年，理财公司内部治理在监管政策深化与行业转型的双重驱动下，呈现体系化、精细化、科技化特征。一是，理财公司普遍形成“股东授权、党委领导、董事会决策、监事会监督、管理层执行”的治理格局，主要股东按监管要求出具并履行股东承诺，董事会、监事会、高级管理层忠实、勤勉履行职责，分工协作、相互制衡，决策机制健全有效。二是，内控管理架构建设更加精细化，根据《中华人民共和国公司法》《商业银行理财子公司管理办法》《理财公司内部控制管理办法》等法律法规要求，理财公司全面强化“三道防线”建设，由业务部门承担内控主体责任，内部合规部门牵头检查评估，内部审计独立运作，三道防线分工合理、职责明确、相互制衡。对于关键业务环节的管控持续升级，所有产品发行前需经董事会或专门委员会审批，创新产品需额外风险评估。三是，随着金融科技技术持续进步，数字化风控系统普及，理财公司加速建设智能合规系统，利用 AI

大模型技术提升交易透明度与异常交易监测，提高了风险管控的自动化、智能化和科技化水平。未来，随着 ESG 风险量化、数字人民币清算等新领域探索，理财公司治理将向“智能驱动、生态协同”方向持续进化。

（三）理财公司业务开展情况

2024 年是理财公司加速发展的一年。面对复杂多变的市场环境，理财公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，积极践行金融工作的政治性、人民性，聚焦“五篇大文章”，通过优化产品组合、提升投研能力、加强风险管理、强化科技赋能等措施，加快创新实践步伐，整体发展提质增效。截至 2024 年末，理财公司存续理财产品规模占银行理财市场的比例为 87.85%，是我国理财行业的中坚力量，也是我国资管行业的重要力量，对于促进我国理财行业和资管行业发展都起到了重要的作用。

1. 产品创新方面

2024 年以来，理财公司积极践行金融“五篇大文章”的要求，深刻把握金融工作的政治性和人民性，将产品体系建设和服务实体经济深度融合，产品梯度不断清晰，产品策略持续革新，产品功能创新日趋完善，从而不断贴合客户差异化的产品服务需求。2024 年随着债券收益率一路下行达到历史低位，理财公司持续拓展能力边界，加强多资产配置能力，在固收+产品方面积极谋篇布局，力求满足投资者多元化的投资需求。

工银理财案例

工银理财坚持打造人民满意理财公司为目标，聚焦客户获得感提升，持续开发更加贴合客户需求的产品策略，全年有超 494 只产品为客户创造超额收益。创新理财定投、分红、7×24 快赎、“智享还”“理财夜市”等特色功能，丰富大湾区、慈善、养老等主题产品布局，推出目标止盈、区间盈等特色机制。积极服务养老第三支柱建设，兼顾客户长期增值和短期流动性需求，顺利实现养老理财产品现金分红。

招银理财案例

招银理财坚持“以绝对收益目标为主，相对收益目标为辅”的产品理念，构建了“招赢、招睿、招智、招卓、招越”五大产品品牌，分别对应现金管理类、固定收益类、多资产类、权益类、另类产品及其他共五大系列，目前按照资产和策略、客户需求和风险收益等多个维度创设了 120 余个产品子系列，140 余项产品策略，打造纵向梯度清晰、横向策略多元的产品线。2024 年推出明睿、明裕、安鑫、安悦、增鑫、增盈、嘉悦、慧盈、美元/澳元每日金（QDII）、量化稳健多策略、招智价值精选及 DCN/FCN 等结构化产品线等多个新品牌、新策略，充分发挥理财公司多元配置优势，纵横双向持续丰富产品体系，满足不同理财客群的差异化投资需求。此外，坚持做好金融“五篇大文章”，提高金融服务实体经济的质量和水平，持续推进重点战略产品的筹备与发行，全年新发 ESG 科技主题产品 4 只，募集规模 39.31 亿元。

信银理财案例

2024 年，信银理财围绕理财产品投资者的需求偏好，继续坚持以“稳健”定位为主、风险收益梯度清晰的“6+2+2”理财产品体系，即六大赛道（货币、货币+、固收、固收+、混合、权益）、两大特色（项目、股权）、两大特定对象（私募定制、养老主题），为投资者提供稳健、温暖、多元的财富管理服务。同时，信银理财坚决推动“五篇大文章”相关主题产品发行，布局 ESG/绿色、慈善等主题产品，践行金融工作的政治性、人民性要求，积极做好国家战略承接。

2. 产品销售方面

理财公司大力拓展除母行以外的代销渠道。2024 年，理财公司持续拓展母行以外的代销渠道，已开业的 31 家理财公司中，2 家理财公司的理财产品仅由母行代销，29 家理财公司的理财产品除母行代销外，还打通了其他银行的代销渠道。此外，21 家理财公司开展了直销业务，全年累计直销金额 5050 亿元。理财公司合作代销机构数量持续增长，2024 年 12 月全市场有 562 家机构代销了理财公司发行的理财产品，较年初增加 71 家。

中银理财案例

中银理财优化乡村振兴金融服务，将城农商行渠道拓展作为战略方向，年内推动 70 余家渠道上线产品，行外代销渠道数量成功破百。中银理财持续加大行外渠道特色产品与固收增强策略产品推广力度，不断丰富行外代销产品货架。截至 2024 年末，中银理财

理财客户数约 1100 万，增速 9%；积极拓展第三方渠道，在行外 90 余家机构、100 余个渠道上线产品，行外代销总规模约 4,400 亿元，增幅 24%；对公净值型产品规模约 4100 亿元，保持市场第一的领先优势。

3. 金融科技方面

以 AI 为代表的新一轮金融科技迅猛发展，其应用已逐步深入到金融等多个领域，为理财公司带来了新的机遇和挑战。为了满足日益增长的市场需求以及应对复杂的市场环境，理财公司不断加大在金融科技领域的投入与创新，积极探索数字化转型之路。一方面，高度重视信息系统的安全与高效运行，通过加强自主研发能力，提升系统的稳定性和可靠性，保障客户数据的安全。另一方面，加大金融科技在客户营销、产品创设、投资交易、风险管理、流程改造等实际业务场景的应用探索，积极推进数字化转型，提升客户体验，提高运营效率，降低运营成本。

招银理财案例

招银理财继承了招商银行“科技立行”的基因，通过自主研发的方式，着力打造投研风运一体化的资管科技平台 HARBOR，实现了投资研究、交易清算、风险管理、估值核算、信息披露及监管报送等银行理财核心业务流程的全线贯通，整体从操作型平台迈向分析型平台。

在产品创新方面，利用 IT 系统打造 1 分起购、一键申赎、全

场景无边界对接支付、申赎时间延长到 24:00 的金融创新理财服务。在投资研究方面，组合头寸管理系统支持超 600 个业务分析指标，且用户可灵活自定义个性指标集，实现头寸管理的事前实时计算和系统检查，使得管理日均耗时由 2-3 小时降至 3 分钟，效率提升超 40 倍。在风险管理方面，信用分析系统构建起了智能化的内部评级模型和流程体系，实现主体、资产、集团、行业等维度的限额管理；合规风控系统整合内外部数据，实现全品种、全流程、全穿透、全场景的产品投资端合规风控线上化管理。

南银理财案例

南银理财依托“机制筑基、规划引领、科技赋能”的三位一体发展框架，打造了贯穿“投研-产品-营销-风控-运营”全价值链的系统矩阵，并以数据治理和人工智能为抓手，建设数据中台，提升智能分析能力。面对生成式 AI 带来的革命性变革，积极布局前沿技术应用，深入探索 AI 赋能业务创新的多元场景，持续推动高质量发展。一是业务线上化，实现全品类、全口径、全范围的业务线上化，涵盖产品设计、文档生成、审批、监管报备的全品类支持，业务核心指标和风险合规指标的系统自动生成，以及资产准入、投资意向下达、交易执行、清算/结算的全范围覆盖。二是分析驱动决策，通过客户画像、客户触达、客户运维的客户分析，同业对标、规模预测、收益测算的产品分析，信用评级、资产准入、合作机构管理的资产分析，以及绩效归因、绩效看板的收益分析，提升决策

科学性。三是运营自动化，实现智能预警、自动校验、自动建账等功能。

4. 投资者教育方面

2024 年，理财公司持续推进投资者教育体系的专业化与场景化建设，做好投资者陪伴工作。在制度建设上，部分理财公司构建并完善了投资者教育制度体系，从工作原则、职责分工等维度进行规范，提升投资者教育的规范化、体系化。在活动形式上，探索建设线上线下投教基地、打造线上宣传阵地、推广短视频等，以丰富多样的方式推动投资者教育常态化，投资者陪伴身边化，助力提升投资者金融素养，营造健康的理财投资环境，为行业的稳定发展和投资者权益保护作出积极贡献。

农银理财案例

农银理财将做好投资者教育和消费者保护作为践行金融为民使命、履行国有金融机构社会责任的重要举措，通过构建“线上+线下”“输出+互动”“普及+精准”的立体化投教体系，全力帮助投资者提升金融素养、增强风险防范意识。一是持续输出优质投教内容，2024 年以来发布理财知识科普、反诈宣传、申赎规则等投资者关心关注的内容近 80 篇，多篇文章阅读量突破 10 万次；设计金融知识有奖问答小游戏，帮助投资者理解理财产品净值化转型的背景，增进客户对理财产品运作情况的了解。二是策划多期主题活动，积极响应监管要求，主动策划了“3·15 消保宣传周”“普及金融知识万里行”等主题活动，通过软文、漫画、视频等形式开展线上

宣传;同时用好母行资源,走进网点开展线下面对面金融知识科普。三是前瞻性做好投资者预期管理,通过制作投教漫画、市场解读专栏等内容,提示投资者理性看待净值波动,有效化解客户投诉风险。

信银理财案例

2024年,信银理财建成理财行业“双第一”的投资者教育阵地,即理财行业第一个线下投资者教育阵地(信银理财投资者教育阵地)、以理财为主题的麦当劳主题投教餐厅。其中“信银理财投资者教育阵地”被评选为“理财业务投资者同行陪伴基地案例”的行业第一;麦当劳主题投教餐厅则成为理财行业无差别服务社会群体、传递理财温度的重要窗口,采用“金融+美食”结合的形式,让投资者在轻松、活泼的氛围中学习理财知识。

南银理财案例

南银理财高度重视金融知识的传播与普及,始终积极行动,在制度建设、系统规划、活动开展等方面落实投资者教育工作要求,不断拓展投资者教育工作的广度与深度。一方面,积极推动投资者教育制度体系的构建与完善,专门制定了《南银理财有限责任公司金融知识普及和金融消费者教育管理办法》,从工作原则、职责分工、内容管理等多个维度,对投资者教育相关工作的管理要求进行规范。另一方面,积极开展投资者教育活动。一是深耕常态化宣传,多渠道全面铺开。秉持精准布局、多线协同的战略思维,将官网、微信公众号、微信视频号三大线上平台宣传与进社区、进校园等下

沉浸式服务有机结合，致力于构建全方位、多层次的金融知识传播体系。二是积极响应监管号召，策划系列主题活动。积极响应监管部门各项号召，全力践行社会责任，通过多种形式开展消保专题活动。2024 年成功举办“3·15 金融消费者权益保护教育宣传活动”“理财知识进社区”“金融教育宣传月”等多项专题活动，并借助“学雷锋纪念日”契机走进商圈，开展金融知识科普及反诈志愿活动。

（四）理财公司产品体系分析

目前理财公司基本形成了以固定收益类为主，覆盖现金管理类、固收类、混合类、权益类等全品类的产品体系。从银行理财存续规模来看，现金管理类和固收类产品仍然是理财公司的“基本盘”。然而，随着市场环境不断变化，在利率中枢下行的趋势下，银行理财开始从传统的单一资产、单策略投资模式，转向多元资产、多策略的投资模式，“固收+产品”有望成为理财公司的竞争利器，混合类和权益类产品则稳步增长。此外，2024 年理财公司深度融入国家发展战略，围绕“金融五篇大文章”及实体经济发展需求，构建差异化主题产品体系，实现了产品体系整体的优化升级。

建信理财案例

2024 年建信理财扎实优化产品体系结构，精细化产品风险收益分层，明确产品策略，绘制产品图谱。针对低波稳健类产品推出“稳利”子品牌，进一步打造稳健低波的品牌形象。2024 年建信理财积极围绕“五篇大文章”在理财业务中的实践以及客户多样化投资需求，研发创新理财产品，如加快养老金融布局，发行银发优享

理财产品，助力完善养老金融服务体系；助力金融数字化转型，创新发行数字人民币理财产品；发行目标止盈和自选持有期理财产品，满足客户灵活性、个性化理财需求。

交银理财案例

2024 年，交银理财聚焦业务重点，不断丰富理财产品货架。一是践行金融“五篇大文章”，助力国家重大发展战略。全年发行“ESG 科创主题特色产品”20 支，对公渠道发行公司首款民营科创主题产品；打造适老化产品货架，发行 11 款养老客群尊享三年期分红型理财产品，总规模达 45.62 亿元。二是发行定向专项产品，提升产品适配性。如，发行“军人专享”“教师专享”等主题产品，面向代发客群发行“新薪宝”专属资源产品，助力母行客群多元化发展的同时，为普惠客群提供多样化产品选择。三是发行公司首款慈善理财产品，着力打造财富向善服务生态圈。

兴银理财案例

2024 年，面对理财客户风险偏好较低，呈现低波化、短期化发展的趋势，兴银理财顺应市场趋势和客户需求，完善产品布局，稳步推进产品创新，强化产品供销适配。一是完善“超低波、低波、中波和高波”产品体系。兴银理财进一步精细化管理产品画像，根据客户风险偏好及产品波动性对存量产品进行分类，分为超低波、低波、中波和高波四大类产品。打造投资策略标签，每类产品画像清晰对应差异化的投资策略；打造风险标签，设置目标业绩达标率

目标，规定更加细化的风险预算指标，全流程监控产品投资运作，确保风格不漂移。二是稳步推进产品创新。创设推出涵盖不同投资领域和策略类型的创新产品，并开发功能性产品满足客户需求。在策略创新方面，主要推出北交所打新策略、量化+转债策略、量化+红利策略、阿尔法策略、黄金固收增强策略、红利策略、固收+REITs配置策略以及挂钩美债、上海金、美元兑日元、全球大类资产指数结构性理财等产品。在产品结构创新方面，推出日申定赎、夜市理财等新型理财产品，提高投资者资金使用率，满足投资者的差异化流动性需求。

平安理财案例

平安理财构建了收益稳健、策略多样、风险梯度丰富的产品体系。产品策略方面，把理财产品定位于“守护老百姓的钱袋子”，坚持以客户为中心，充分发挥投研优势，构建以“稳”为特色，以绝对收益为目标的产品体系，通过投资策略、产品期限、产品形态的细分，形成风险收益梯度丰富的产品图谱。公司为客户提供“多场景解决方案”，追求在“产品定位、投资策略、客户认知”三方面的一致性，满足客户在不同市场条件下理财稳健增值的需求，切实增强客户投资理财的安全感和获得感。通过科学的资产配置方案和投资管理理念，将多种策略有效地组合起来，力争为零售、私行、机构等不同客户提供符合预期的理财产品和投资体验。

民生理财案例

民生理财持续丰富“一体两翼”的产品策略体系。以“固收及固收+”为主体产品线，以“混合及权益产品”和“另类产品”为两翼驱动，并持续完善产品系列定位，根据“活钱”“安心”“稳健”“进阶”四大类九系列的产品定位，构建了覆盖现金管理、纯固收、固收+、结构化、偏债混合、权益、私募另类投资等产品谱系和多种产品类型，着力满足不同客户群体差异化的理财需求，努力为百姓创造长期稳健的理财回报。

（五）理财公司风险防范及金融风险应对措施

2024年以来，面对复杂多变的经济金融环境，银行理财公司以全面风险管理为核心，构建了覆盖信用风险、市场风险、流动性风险、操作风险、合规风险及声誉风险的多层次防控体系，有效应对市场波动。在信用风险管理方面，通过建立贯穿投前、投中、投后的全流程机制，完善内部评级、限额管理及投后监测体系，严控资产质量；市场风险管理聚焦久期控制、风险限额和压力测试，动态调整投资组合以稳定净值波动；流动性风险方面，通过高流动性资产储备、杠杆率管控及应急演练，确保产品兑付能力；操作风险与合规风险则依托制度优化、流程梳理、科技赋能及案例警示教育，强化内控闭环管理；声誉风险通过全平台监测和分级处置机制，维护品牌公信力。

同时，理财公司将进一步深化风险管理的“前瞻性、穿透性、敏捷性”。一是加强宏观与行业研究，动态调整风险偏好和限额体系，优化压力测试场景，提升风险预判能力；

二是推动智能化管控，整合数据实现风险实时追踪，探索大模型在风险监测中的应用，构建全流程数字化风控视图；三是强化应急处置，完善流动性风险预案及业务连续性管理，阻断交叉风险传染；四是夯实合规文化，通过考核问责、培训宣导及系统建设，筑牢“不敢违、不能违、不想违”的底线。此外，银行理财公司注重党建引领与治理架构优化，将风险防控嵌入业务全链条，平衡风险与收益，确保制度设计与流程高效性，为高质量发展提供稳健支撑。

未来，银行理财公司将持续完善“全覆盖、全周期”的风险管理体系，聚焦重点领域风险化解，加强投资者权益保护，通过科技赋能与机制创新，提升抵御复杂环境韧性的同时，服务实体经济稳健发展。

交银理财案例

交银理财不断完善自上而下多层次、职责边界清晰的全面风险管理体系，对面临的各类风险持续进行识别、评估、监测和化解。不断强化风险管理决策和执行机制，确保信用风险、市场风险、流动性风险、操作风险、合规风险、声誉风险等“全覆盖”。信用风险方面，加强行业前瞻性研究，修订 2024 年行业信用政策和投向指引；做优内评体系建设，提高内评覆盖主体数量。市场风险方面，完善准入流程，加强存续期管理与策略研究工作。流动性风险方面，从静态管理和动态管理两个维度，评估资产负债匹配缺口。操作风险方面，细化操作风险分类，优化操作风险管理流程。合规风险方面，持续健全公司内控制度体系，加强合规指标数字化管控。声誉

风险方面，力争实现声誉风险关口前置。内控管理方面，持续发挥内控监督职能，完善内控管理体系。

兴银理财案例

2024 年，兴银理财按照监管要求，围绕公司发展方向，坚持防风险、促发展两手抓，不断优化风险准入及风险管控策略，提升风险管理质效。

一是精细化管理，筑牢风险底线。城投方面，持续坚持合规底线，促进市场化，服务地方经济高质量发展，坚决抵制新增任何形式的地方政府隐性债务业务，并通过重点区域风险排查、实地走访等，严防地方政府融资平台的违约风险；集中度方面，加强重点业务的集中度管控，建立对于城投平台类投融资业务、大额客户、中小客户的分层分类的集中度管控体系；资产准入方面，加大对“五篇大文章”的研究，优化相关业务的资产准入，更好的支持服务实体经济。

二是数字化转型，提升风控技术。一方面，持续推进风险全流程管理体制，进一步强调风险预算在产品创设、产品发行和产品存续管理各环节的约束力，从信用风险、市场风险、流动性风险、合规风险和集中度风险等多方面入手，确保产品风险预算与投资者风险偏好相匹配；另一方面，持续推进系统盯市工作，对资本市场、资金市场和利率环境等多方面开展实时监测，提高风险预测的前瞻性和即时性，加强预警和风险研判，不断提升风险提前预防能力。

（六）银行理财子公司与母行协同发展分析

商业银行作为我国金融体系的核心支柱，凭借多年深耕积累的庞大客户网络与深厚服务基础，为理财公司构筑了难以复制的资源禀赋，使其在资管行业竞争中占据一定优势。

这一优势主要体现在三个层面：第一，客户基础的广泛性与黏性赋能精准服务。商业银行历经长期经营沉淀，形成了覆盖城乡居民、企业主体及机构投资者的立体化客群体系，既包括高净值客户的财富管理需求，也涵盖普惠客群的稳健理财诉求。理财公司协同母行客户分层管理机制与动态画像系统，能够快速识别不同风险偏好、资金规模及生命周期阶段的差异化需求，进而实现产品供给的精细化匹配。第二，渠道网络的纵深布局强化服务渗透。商业银行的物理网点与数字化渠道构成“线上+线下”的全域服务生态，不仅覆盖一、二线城市核心商圈，更深入县域及农村地区。理财公司通过母行渠道可无缝衔接理财咨询、产品销售及售后服务，实现客户需求响应的“最后一公里”闭环。第三，资源协同的生态效应提升综合竞争力。商业银行的信贷客户资源、交易数据及行业洞察，为理财公司资产端配置提供底层支撑，形成“投行+资管”的产融联动模式。基于商业银行母行本身与理财公司各自的优劣势，可以从客户端、资金端、资产端等多方面建立并逐步完善合作机制。

1. 客户端

商业银行掌握了丰富的客户资源，相较于其他资管公司，

理财公司可以通过整合母行客户资源，深挖客群价值，从而形成相对的比较优势。理财公司可以对母行客群实现精准分层和场景化服务。譬如，可以针对高净值客户发行定制化产品，针对母行县域网点激活农村市场的长尾客群，也可以把理财产品和母行具体的消费场景相融合，通过与母行客群发展战略的结合，动态的对产品策略进行调整，实现对客户需求的精准匹配。

中银理财案例

中银理财深耕母行渠道，对私方面聚焦代发薪客群，配合军人、高校等客群拓展，积极做好专属产品推广和分层营销服务。发挥中行外币特色优势，产品货架进一步丰富，涵盖美元、港币、英镑、欧元。对公专户理财形成品牌特色，加大重点机构客户深耕维护，助力更多区域龙头及地方民营企业实现净值化转型。

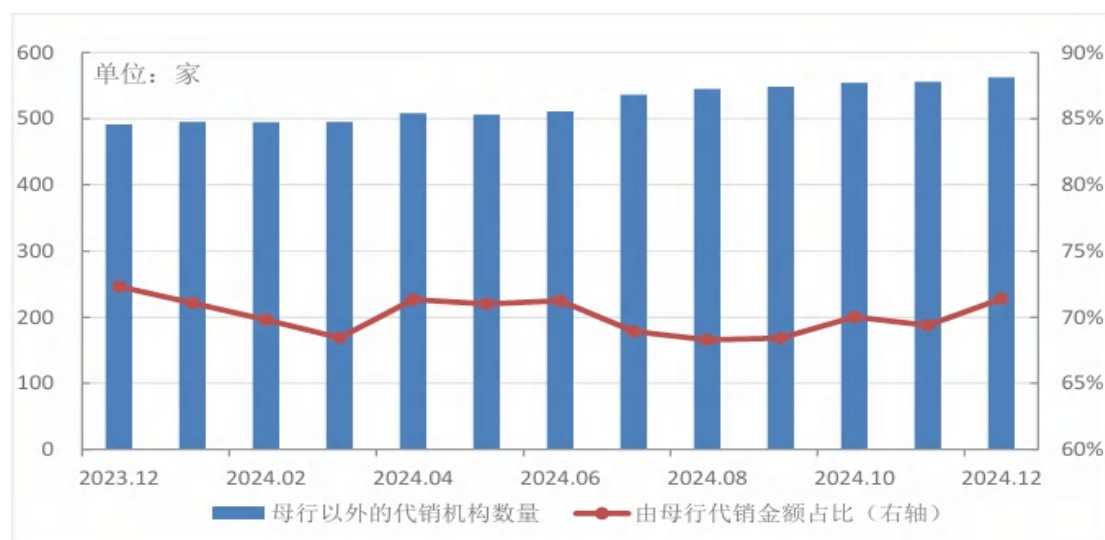
信银理财案例

信银理财融入母行“价值循环链”，在严格做好风险隔离背景下，建立高效的协同机制。同时，构建了与财富管理端的高效对接机制，实现母行渠道代销规模增量位居股份行第二。融入中信联合舰队，与集团内各金融子公司形成良好的合作关系，集全集团之力制定理财产品的投资策略、开展市场研究，为理财产品提供投研支持。融入大财富管理生态，积极打造大资管产业链开放合作平台，广交同业中优秀朋友，以开放的合作心态集全行业的优秀能力打造优质理财产品。

2. 资金端

理财公司与母行在客户端、渠道端的深度融合，决定了短期内母行仍是理财公司负债资金的主要来源。截至 2024 年末，母行代销理财公司的金额占比在 72% 附近，母行依然是理财公司的基本盘。然后从中长期趋势看，随着理财公司持续加大行外代销渠道的拓展力度，随着行外代销机构数量的不断增长，预计未来理财公司的行内渠道代销资金占比会趋于下降，并随着行外渠道拓展的饱和而最终达到新的平衡点。

图 5：理财公司理财产品代销机构数量和母行代销金额占比情况



资料来源：中国银行业理财市场年度报告

3. 资产端

理财公司与母行的深度协同是提升资产投资能力的关键路径，可以从资产获取、资产风险控制、资产战略布局等多维度构建合作生态。

资产获取方面，母行可以通过分支行网络及对公客户资

源为理财公司提供优质资产的获取渠道，形成“投资+资管”联动模式，譬如优质城投债、REITs 和未上市企业股权等资产。资产风险控制方面，依托母行成熟的机构布局网络，理财公司对信用风险管控可以更加下沉，更加精细化；同时，借助母行完善的风控管理体系，理财公司能够进一步提升风险管控水平。战略布局方面，理财公司可以深度结合母行战略方向，布局绿色金融、普惠金融及科创主题资产。同时，理财公司可以借助母行境外分支机构获取全球资产，实现跨境资产联动。

广银理财案例

广银理财始终积极配合母行广发银行全面风险管控工作，主要从以下方面纳入全行风险管理框架：一是建立风险信息报告机制，向母行提供各类风险管理报告、风险监测信息等，二是主动接受母行对公司风险偏好、市场风险监测的指导，建立完善的风险偏好、组合风险限额指标管理体系，确保和母行风险偏好策略保持统一。

二、商业银行资管业务开展情况

（一）理财业务开展形式

就当前银行理财业务发展实践来看，理财业务开展形式主要有两种类型：理财公司制和总行部门制。目前，还在发行理财产品的银行主要是未取得理财牌照的城商行以及农村金融机构。截至 2024 年末，城商行、农村金融机构等银行机构自营理财存续规模占全部理财市场的比例为 9.92%，

占比较年初下降了 2.22 个百分点，市场份额呈现逐步收缩态势。对于这部分中小银行，目前理财业务主要有两种发展方向：一是，提升理财管理专业化水平，力争获取理财公司牌照。二是，做好“产品发行方”向“渠道服务商”的转型。现阶段，大部分中小银行都在有序压降存量理财规模，代销业务转而成为中小银行财富管理核心增长点，未来通过区域特色化服务、科技赋能和生态合作构建差异化竞争力，是中小银行开展财富管理业务的关键。

（二）资管业务治理与拓展

1. 推进净值化转型，稳步构建产品特色

近年来，各家银行积极推动理财产品全面净值化转型，以净值化产品开展理财业务。截至 2024 年末，全市场理财的净值型理财产品存续规模 29.5 万亿元，占比为 98.50%，较年初增加 1.57 个百分点，反映出存量的产品在加快推进净值化转型。从产品供给看，商业银行理财基于母行客户端的需求和自身的资源禀赋，积极布局自管理财产品体系，加快产品转型，丰富产品类型，拓宽产品体系，结合自身优势建立差异化的产品特色。

北京农商银行案例

北京农商行理财产品体系不断完善，理财产品品牌建设和结构调整同步进行。2024 年以来，积极调整产品结构，基于产品期限和类型，在“金凤凰理财”母品牌下搭建“欣添鑫”“天天金”“浓情”“浓意”“浓享”等子品牌系列，持续推进自管理财产品和品

牌体系建设。目前，自管理理财产品已布局形成了现金管理类、开放式和封闭式，公募和私募，固收型和固收增强型等不同维度、相关互补的理财产品体系。另一方面积极创新新型产品，注重满足不同客户的多样化理财需求。为满足部分客户较高收益的投资需求，推出固收增强封闭式和目标止盈固收增强封闭式产品，共发行 13 期募集资金 11.91 亿元；为更好满足养老客群的理财需求，于 2024 年 10 月推出金色时光现金产品欣添鑫 2 号，充分满足老年客户对于低风险、高流动性的活期存款替代产品的需求。

成都农商银行案例

成都农商行致力于打造天府理财产品体系,持续丰富产品货架,提供多元化的产品来满足不同风险偏好的客户需求,与客群紧密结合,助力大零售条线业务发展。目前,理财产品全部为固收类产品,涵盖了每日可申赎、1-36 个月等不同期限。从 2020 年发行第一款净值理财以来,经过 4 年的稳健运作,精准把握客户需求,布局重点产品、创设特色产品,形成了“基础+常规特色+其他特色”的三层次产品体系,各产品从销售范围、投资标的、客户类型、投资期限等多维度进行区分,满足不同客户的投资需求。

2024 年产品端策略:一是产品运作以稳健为主,确保客户兑付收益率基本稳定;加强合规管理,确保产品运作流程符合监管各项规定。二是重点打造“居民养老”和“乡村振兴”两大特色,提高相关产品规模占比,全年发售“居民养老”系列产品 7 只,累计募集金额 11.5 亿元;发售“乡村振兴”系列产品 12 期,累计募集金

额 53.1 亿元。

2. 调整投资策略，加强资产管理

随着净值化转型的深入，理财产品的净值也随着市场的波动而出现波动，这对理财公司、银行资管机构的市场风险应对能力、流动性管理能力都提出了更高的挑战。对此，理财行业积极加强市场研判，加大低波动资产的投资力度，研发低波动的投资策略，通过多种手段熨平市场波动。就银行资管机构而言，资产配置风险偏好更趋审慎，同时加强各类资产的风险管控，保障投资收益。

内蒙古银行案例

2024 年，内蒙古银行积极应对市场资产价格波动，结合市场投资情绪和新政策推出情况，一是及时调整投资策略，资产选择更加审慎，资产配置以短期回购业务及高评级金融债、城投债等标准化资产为主。二是加强融资主体市场监控，及时采取应对措施，防范信用风险，共退出高风险资产 5.6 亿元。三是调整资产结构，持续压降非标准化资产规模，非标资产基本清零，资产结构持续优化。

江西银行案例

江西银行持续深化理财业务合规经营，着力提升全员合规经营意识，不断夯实理财业务流程管控，丰富完善内控合规管理体系，积极保障理财业务依法、合规、稳健运行。一是持续优化业务制度。结合最新行内外监管文件要求，动态对理财业务制度进行梳理排查，重点围绕投资交易、产品研发及数据披露等重要业务关键环节，推

进相关制度的修订完善，不断强化业务运行及流程管控，形成有效覆盖产品全生命周期管控的制度文件。二是完善业务审批机制。积极推进理财业务前台经办、复核、风险中台复查复检多级审查机制，并对资产投放、资产行权、交易价格等重大事项，加强多级审查审批管理，扎实推进业务稳健运行，实现了业务发展与风险管控有效平衡。三是持续健全内控体系。严格遵照监管文件要求，坚持问题导向，充分利用内部稽核自查、行内审计监督与行外审计检查等三大内控监督手段，完善理财业务内控体系。

3. 履行金融使命，积极服务实体经济

城农商银行作为地方性法人银行，切实通过理财资管业务，践行服务实体经济的发展定位，充分发挥金融资源调配的关键作用，积极贯彻监管导向，优化理财投资布局。通过合理配置资金，强化与区域经济的协同共进，在助力乡村振兴、绿色发展以及产业转型方面，彰显银行资管在促进实体经济蓬勃发展中的责任担当与专业力量。

成都农商银行案例

成都农商行理财投资贯彻监管要求及行内发展策略，统一执行行内信用策略，新增一级市场非金融企业信用债均投向川内分支机构属地客户，满足理财资金投资需求，同步支持地方实体经济发展。2024 年理财新增信用债投向成都中心城区二区、郊县发行人 19 笔，金额合计 29.97 亿元；投向川内地市州发行人 18 笔，金额合计 13.45 亿元，占比超 70%的投放量直达郊县和农村区域。投向绿债、科创、可持续挂钩等贴标债券 9 笔，金额合计 2.97 亿元，以实际行动支

持本地乡村振兴和实体转型，支持绿色金融、科技金融、园区金融，彰显农商本色。

苏州银行案例

苏州银行坚持金融服务实体经济的宗旨，围绕国家和区域重大战略，持续引导理财资金流向实体经济。一是加大债券投资力度，截至 2024 年末，理财产品投资资产合计 704.23 亿元（穿透后）。其中，通过投资债券资产支持实体经济资金规模约占总投资资产的 98.84%（理财中心口径）。二是助推地方经济发展，积极响应江苏省内企业融资需求，2024 年理财资金新增投资省内企业债券 32.91 亿元。三是深入贯彻落实国家重大战略部署，大力推动理财资金绿色投资，年末投向绿色债券金额近 6 亿元，助力实体经济全面绿色转型。

三、银行资管能力建设

（一）品牌与声誉建设

1. 品牌建设

在理财市场规模持续扩大的背景下，品牌建设成为竞争的关键。理财公司通过明确自身差异化定位，塑造经营稳健、风格稳定、收益稳当的形象，契合储户需求。同时，强化产品创新与服务意识，丰富产品类型，如增加混合类和权益类理财产品供给，满足投资者多样化需求，以优质理财产品彰显核心价值观，提升竞争力。并且积极拓展母行外代销渠道，开展直销业务，增加产品曝光度与覆盖面，吸引更多客户，

从而推动品牌建设，实现业务可持续和高质量发展。

理财产品作为品牌建设的出发点和落脚点，其品牌塑造成为理财公司提升市场影响力的重要手段。2024 年理财公司积极围绕“五篇大文章”在理财业务中的实践以及客户多样化投资需求，精细化构建产品布局。工银理财坚持打造人民满意理财公司为目标，聚焦客户获得感提升，持续开发更加贴合客户需求的产品策略；中银理财持续丰富产品体系，完善跨境特色产品体系，强化多资产多策略产品体系布局，丰富中长期、含权类产品供给；光大理财积极提升“七彩阳光”理财品牌优势，持续丰富固收类、混合类、固收+等各类型产品线，全面覆盖多种投资类型和业务模式；华夏理财推出投资运作高度透明、费率低、业绩可解释性强的指数型权益理财产品（产品品牌：天工），为践行权益投资的普惠性、提高居民财产性收入，提供有效的理财工具。

同时，部分理财公司结合慈善、绿色金融、养老等主题开展品牌建设。交银理财发行公司首款慈善理财产品，着力打造财富向善服务生态圈；南银理财发行多款绿色金融和慈善主题产品，加强多资产布局，持续以多样形式做好投资者陪伴服务，在低利率的背景下合理引导预期，帮助客户识别和选择适当的产品；建信理财加快养老金融布局，发行银发优享理财产品，助力完善养老金融服务体系。

中邮理财案例

2024 年，中邮理财持之以恒打造“六大能力”，产品竞争力显

著提升。“721”产品布局、产品结构进一步优化。非现金产品占比提升18个百分点达72%,一年及以上产品占比提升5个百分点达27%,三年及以上产品占比提升4个百分点达13%,均位于市场前列;混合产品占比3.72%,高于同业均值2.71%,居行业第三。坚持“低波稳健”定位,产品平均收益率、波动率、达基率行业领先。

北银理财案例

北银理财2024年不断细化产品体系颗粒度,精心设计“京华四季”十六大产品标签,清晰产品定位,匹配目标客户。产品体系涵盖全投资品类及各类型理财产品,区分不同风险收益特点,让客户明确了解购买的产品,合理配置资产,为客户资产保值增值。

2. 声誉建设

2024年,理财公司及银行理财机构高度重视声誉建设,通过多种方式提升市场形象与客户口碑。一是持续优化产品创新与布局,丰富产品种类,如推出更多主题产品、特色功能产品等,以满足不同投资者的需求,增强产品吸引力。二是进一步提升服务质量,利用数字化技术优化服务流程,提供更加专业、高效、个性化的服务体验,从而赢得客户信赖。三是加大品牌宣传力度,综合运用线上线下传播渠道,积极展示自身的专业实力、投资理念及社会责任担当,提升品牌知名度与美誉度。四是强化投资者教育,通过举办各类线上线下活动,帮助投资者提升理财知识水平与风险意识,树立良好的专业形象。五是严格遵守监管要求,加强合规经营与内部风控管理,保障投资者资金安全与合法权益,为声誉建

设筑牢基础，进而推动银行理财市场稳定、高质量发展，更好地服务实体经济与社会民生。

交银理财案例

交银理财坚持线上和线下多渠道宣导，致力于提升投资者对理财产品的认知能力与金融安全意识，引导投资者树立理性投资的理念。切实发挥公司官网官微教育宣传渠道作用，打造“高管讲消保”等品牌，交银理财公众号和视频号全年共发布原创投教文章及视频98篇，开展线上活动3次，累计触达客户10.8万，取得了较好的社会效果。公司积极响应监管号召，组织公司员工走出办公楼，以理财知识进乡村、进社区、进渠道等形式，常态化开展送政策到企业、送服务到网点、送科普到社区，切实回应人民关切，履行金融机构社会责任。

平安理财案例

平安理财遵循前瞻性原则、匹配性原则、全覆盖原则和有效性原则，落实从事前风险识别评估、风险监测，事中风险分级、风险应对处置、风险报告，事后考核问责、总结评价的声誉风险全流程闭环管理。持续优化平安理财媒体舆情监测系统，在媒体舆情7*24小时全天候监控、舆情动态可视化呈现的基础上，进一步提升敏感舆情的预警及处理时效，并定期输出媒体舆情周报和月度报告，加强舆情系统化分析和指导作用。

徽银理财案例

徽银理财充分发挥自身专业性，通过公众号、视频号、官方网站、线下活动多渠道开展投资者教育工作，全年开展 3·15 消保宣传周、普及金融知识万里行暨防范非法集资集中宣传活动、防电信诈骗非法集资、金融消保教育宣传月、新市民金融服务宣传月、全民国家安全教育日等投教主题活动，协助投资者树立理性投资认知，识别金融风险，共同推动营造良好和谐的金融消费环境。

（二）销售端建设

1. 代销渠道拓展

2024 年，银行理财公司的代销渠道建设呈现出多方面的特点及发展趋势。理财公司愈发重视代销渠道的建设，将其视为产品触达投资者、拓展资金端的关键途径，而银行代销理财也已成为其增加营收的重要方式。理财公司与银行依据自身定位、投资者偏好，在代销合作上进行双向选择。目前，已开业的 31 家理财公司中，29 家理财公司的理财产品除母行代销外，还打通了其他银行的代销渠道，仅 2 家理财公司的理财产品仅由母行代销，且 2024 年内有多家理财公司新增他行代销渠道超 30 家。截至 2024 年 12 月，全市场代销理财公司发行理财产品的机构数量增长至 562 家，较年初增加 71 家。

随着代销业务的不断拓展，先发的理财公司在代销市场具有一定优势，而后进入者则需在产品策略、投资主题、净值表现等硬实力方面提升竞争力，以吸引更多银行渠道代销其产品。同时，代销业务仍面临一些挑战，如协助代销机构

加强产品筛选体系、与代销机构联合提升投资者教育、消费者保护和客户投诉处理等工作，此外，对于开放互联网销售渠道的讨论热度增加，其虽能扩大获客面及资金来源，但也会带来客户投诉、销售纠纷等风险。

2. 直销平台打造

理财公司的产品销售渠道不断丰富和完善，形成了母行代销、他行代销、直销渠道以及与互联网银行合作等多种方式相结合的多元化渠道体系。直销渠道能够更好的直接地触达客户、更好地把控产品设计与客户需求，进而增强客户黏性、培养私域流量。然而，直销渠道建设面临客群规模、信息技术系统、人力物力等方面的要求，且投入产出比尚待观察，因此目前仍处于探索阶段，仅有部分理财公司开展直销业务。

同时，理财公司也在不断探索创新营销模式和品牌打造方式。一方面，线下强化总对总及下沉式营销服务，线上灵活运用公众号、视频号、财富号等官方渠道开展宣传工作，探索漫画、小视频、情景剧、直播、真人秀等创新形式，提升品牌宣传及投资者陪伴的有效性；另一方面，探索打造特色营销模式，如“理财夜市”等，以满足不同客户群体的需求。

招银理财案例

招银理财主动践行金融惠民理念，创新推出“理财夜市”服务，以满足客户对理财产品的晚间投资需求。“理财夜市”即理财产品

“24 小时营业”服务，是指将理财产品的日切时间从传统的 15:30 或 17:00 延长至 24:00 前，支持客户在工作日晚间进行申购与赎回，实现买入起息更早、赎回到账更快，大大提升客户资金的使用效率，也为客户争取了更多收益，充分彰显理财的“普惠”属性。截至 2024 年末，招银理财开放“理财夜市”服务的现金理财产品数量超 190 只，规模逾 7000 亿元，累计服务超 3000 万余户理财客户，大幅提升客户申赎便利性。

兴银理财案例

经过数年的运行，兴银理财已形成一系列有市场竞争力的产品线，深受市场和客户的认可。例如，固定收益类产品“稳利恒盈”和现金管理类产品“添利”历史业绩良好、投资策略稳定，赢得渠道和客户的广泛认可，较好满足了客户差异化的财富管理需求。渠道布局持续扩面，将农村机构理财服务作为助力乡村振兴、践行普惠金融的主阵地，加强“兴普惠”定制产品上线发行，累计开拓中小银行代销合作机构超 500 家，截至 2024 年末，兴银理财在中小银行代销渠道的理财余额 1902 亿元，较上年末增加 157 亿元。

苏银理财案例

苏银理财结合开门红、518 苏银理财月等重要活动，不断挖掘产品、业务亮点，全力配合渠道进行多方位、多角度、多元化宣传。2024 年全年新制作图文约 250 份，制作短视频 30 个，开展公众号宠粉活动 6 次，公众号推送文章约 148 篇，均取得了良好效果。此

外，积极践行普惠金融。签约农商行数量超百家，农商行代销规模超 500 亿元，农商行代销在外部代销规模中占比达 37.16%，有效满足广大农村客户的理财投资理财需求。

（三）产品端建设

随着银行理财产品全面转向净值化，理财公司及银行资管机构在净值化转型方面不断深化，取得了更为显著的成效，理财产品进一步回归资产管理的本质。截至 2024 年末，净值型理财产品存续规模 29.50 万亿元，占比达 98.50%，较年初增加 1.57 个百分点。

鉴于银行理财产品的广泛社会影响与公众认知度，各大理财机构持续积极应对，致力于构建更为稳健的产品体系，通过精细化投资策略的优化以及产品形态的创新，力求降低产品波动性，重点聚焦于满足投资者日益增长的低风险、稳健收益偏好需求，进一步重塑市场信心，稳固客户基础。

与此同时，银行理财业务在创新路径探索上成果斐然，不断开发具有鲜明主题特色的理财产品，如养老理财产品、ESG 主题理财产品等，这既体现了对社会责任的深刻践行，更彰显了服务实体经济、普惠民众的坚定决心。通过充分发挥资产管理领域的专业优势，银行理财持续优化资源配置效率，积极引导理财资金流向实体经济关键领域，为实体经济高质量发展注入强劲动力，有力地实现了经济效益与社会效益的双赢。

中银理财案例

2024年7月，中银理财助力粤港澳大湾区高质量发展，发行大湾区跨境人民币理财产品。该产品面向中国银行个人客户发行，风险评级为R2中低风险，以期限灵活、业绩比较基准具有市场竞争力等特点深受客户喜爱。该产品充分践行以客户为中心，既体现大湾区特色，又坚持差异化导向；同时也是中银理财、中国银行广东分行和中国银行澳门分行融入大湾区金融市场互联互通的一次创新突破。通过行司联动业务协同发展，丰富了中银理财跨境产品货架体系，进一步提升集团品牌与综合价值贡献。

广银理财案例

广银理财2024年以来根据市场情况及渠道端需求，面对不断变化的市场环境和理财客群追求低风险、稳健收益的投资要求，持续以客户需求为导向，不断优化产品布局和策略，持续丰富产品类型，逐步打造出风险收益特征清晰、具有阶梯层次、覆盖全面的以现金管理及类现金、固收、非标+、含权四大类别作为拳头产品，多资产类为特色产品的理财产品货架体系。

（四）投资端建设

理财产品紧密跟随国家政策导向，积极践行资金高效配置的社会责任，坚定不移地服务于实体经济振兴的宏伟目标。在此过程中，理财产品致力于优化资源配置格局，精准对接国家宏观调控的战略需求，为高质量发展注入强劲动力。截至2024年末，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达21万亿元。

为严格贯彻落实中央要求，统筹推进做好“五篇大文章”，银行理财机构发力布局创新型主题产品，抓住当前市场环境中的主题投资机会，提升资金配置能力、丰富投资策略、拓展投资渠道、缩短投资链条，更加精准高效支持实体经济，践行社会责任。

工银理财案例

工银理财以大类资产配置和多元策略投资“双轮驱动”，不断提升对政策影响、市场走势、机构行为的研判水平，加大稳定高性价比资产挖掘，加强稳健均衡资产组合配置。一是持续巩固领先优势。强化投研联动，完善健全债券、信用、行业等分析框架，灵活运用票息、骑乘、杠杆、久期、交易各类策略。准确把握全年利率整体下行行情，在利率回调过程中，充分抓住信用债、二永债、城投债等重要投资机会，较好地实现了复杂市场环境中的流动性、安全性和收益性平衡。二是积极拓展全天候多资产配置。积极开展跨市场多策略布局，权益投资上准确把握市场快速反弹行情，持续加强实地调研和成果转化，行业、标的的覆盖度不断提升；跨境投资上持续着力，积极增配黄金、美股、美债等资产，有效捕捉趋势性行情机会，增强全天候资产配置能力，在有效增厚产品收益的同时，提升产品净值稳定性。

建信理财案例

建信理财坚持低风险偏好和高信用等级的投资标准，持续优化资产结构，资产资质持续提高。着力增强投资交易紧迫性和主动性，

交易能力得到提升。严格贯彻落实中央要求，统筹推进做好“五篇大文章”，制定公司层面整体方案，在严控风险的基础上推动加大对“五篇大文章”重点领域支持力度，重点加大对科创票据、科技创新债、绿色债券等资产的拓展与投资，同时努力提高养老产品收益，培育未来长期竞争力。

中邮理财案例

2024年，中邮理财始终心怀“国之大者”，坚决把“五篇大文章”的战略部署落到实处。中央金融工作会议后第一时间制定并落实“五篇大文章”行动方案，健全激励约束并纳入考核机制，全面提升金融服务高质量发展质效。一是助力科技金融。科创类债券占比达3.52%，科技主题产品增长20亿，实体经济投资规模达4794亿元，同比增长115.22%；积极服务资本市场，参与上市公司定增150笔，助力电子、半导体、新能源等高新技术产业转型升级；参与美的港股IPO基石投资，基石投资浮盈41.29%，战略配售华夏大悦城商业REIT，上市以来涨幅17.06%，首次分红年化收益率5.45%，开创行业先河；“中邮理财陆港红利50指数”2024年累计上涨32.45%，年化收益33.84%，“防御100股票指数”2024年全年年化收益31.95%，形成行业影响力。二是大力发展绿色金融。推出绿色风电股权项目，创设“中信证券-中邮理财绿色债券篮子”指数；绿色债券占存量债券余额约3.25%，绿色权益资产占权益资产（不含优先股）约12.9%，持续发行ESG主题产品，业内首家连续三年实现运营碳中和。三是发展普惠金融。持续创新普惠系列理财产品，2024

年全年新发普惠系列产品 112 只，金额 1146 亿元，新发“惠农”产品 14 只，金额 467 亿元。四是深化养老金融。养老理财和个人养老金理财产品规模 153 亿元，成立以来平均年化收益分别为 3.77%、4.21%，均居行业前列。五是发力数字金融。全面推进“数智一体化”IT 规划，满足业务流程端到端线上化管理，“SUPER-ME”的数字化转型成效日益凸显。

北京农商银行案例

北京农商银行着重于优化大类资产配置，主动挖掘性价比优势的投资工具，严格执行风险缓释下的策略组合，主动压缩低值且波动大的资产占比，将资产预期收益保持在相对高的水平。2024 年理财累计新投资资产合计 657.86 亿元。截至 12 月底，理财资金投资资产规模 513.65 亿元。理财产品持仓资产以金融信用类债券为主，占比 40.12%。

（五）运营端建设

运营能力是银行理财业务稳健发展的重要保障，2024 年理财公司持续完善运营体系建设，不断夯实运营管理能力，支持业务高质量发展。

运营队伍管理方面，各家理财公司均设立了专门的运营部门或团队，能够有效提供运营管理专业服务。工作职能涉及账户管理、份额登记、资金清算、交易支持、估值核算、信息披露和数据管理等各方面，覆盖了理财产品运作的整个生命周期。经过近几年理财产品净值化打磨，团队成员多具

备多年公募基金、券商、银行等专业资管行业工作经验，熟悉净值化产品的运营管理。同时，也有部分公司或银行资管机构引入外包人员，由行业内其他专业的估值、登记等服务机构提供服务，深化专业分工，提高运营效率。

运营制度搭建方面，结合监管政策的最新要求，理财公司持续开展外规内化检视工作，对现有制度查漏补缺。随着《理财公司内部控制管理办法》《银行保险监管统计管理办法》《商业银行资本管理办法》等监管文件陆续落地，与运营相关的理财账户管理、数据治理、估值核算管理、监管统计细则等制度也在同步更新中，使得每项运营工作都做到有制度可循，规范运营操作。

运营系统建设方面，为持续深化资管新规的落地实施，稳固理财产品净值化转型成果，理财公司均建立了强大的运营科技系统群，包括估值核算系统、统一监管报送系统、投资交易系统等一系列运营核心系统。同步积极使用 OCR、RPA 等创新工具，对业务流程进行优化和重构，提升运营自动化水平。通过科技系统体系的不断完善，实现了运营业务流程线上化、业务处理自动化、预警监测智能化，持续提升产品运作效率、控制运营环节风险。

在数据管理方面，实现理财登记托管中心系统直联，全面覆盖产品、资产、投资者等理财信息登记内容，实现了理财信息全自动报送、全指标监测和全过程管理，持续提升监管数据报送质量。

信银理财案例

信银理财在成立之初即搭建了涵盖账户管理、资金清算、估值核算、注册登记完善的运营体系，严格按照资管新规的要求开展理财产品运营业务。同时严格执行《企业会计准则》，按时启用新金融工具会计准则即 IFRS9 准则，持续升级与完善会计核算与估值系统，真实、客观、准确反映理财产品各项业务实质，公允计量和审慎确认理财产品净值。2024 年，公司推动产品运营全生命周期流程系统性梳理，并通过产品管理平台、账户管理平台、非标估值平台、委外估值监测平台四大运营系统平台建设，持续提升运营自动化能力，不断夯实运营管理水平。

民生理财案例

民生理财的理财登记过户平台系统，支持现金管理类产品、封闭式产品、定期开放式产品、持有期锁定产品和客户周期产品等多种产品形态通过代销或直销平台进行销售。产品清算和估值核算业务使用的新一代资管业务平台，截至 2024 年末已与十余家托管银行建立托管合作关系，支持投资划款指令和账务核对与托管行线上直连。2024 年，民生理财在估值管理自动化和精细化方面进展显著，一是对人员分工、产品估值核算要素实现线上化集中登记，强化估值管理；二是系统上线支持邮箱文件自动解析提取、对账数据自动分发托管行、优化一键估值、支持预估值，进一步提升估值效率；三是增加各类事前、事中、事后估值指标和要素的系统自动化校验，系统上线支持资产价格和产品净值的异常波动自动化识别和提示，

进一步防范估值风险。

苏州银行案例

苏州银行资产管理部已对原有组织架构进行了深度优化调整，并进一步精简产品数量，极大提升了理财产品的运作效率。估值管理方面，积极落实监管规定，2024 年对独立的理财估值核算系统总计进行了 6 次优化升级，涉及托管行切换相关改造、系统间交互数据修复、更新外部资讯获取逻辑以及估值表内指标展示格式等，进一步提升了估值系统对理财业务发展的支持力度，确保估值运营平稳有效。资金清算方面，清算系统正逐步与托管行直联对接，通过线上化划款减少手工操作风险，不断提升理财业务的清算效率。此外，在资管系统、投管系统、财富管理系统、估值系统等基础系统不断优化的情况下，于 2024 年上线理财信息披露及报表报送系统，为理财业务运营管理提供有力支撑。

（六）风控端建设

在 2024 年金融市场复杂多变和监管要求不断加强的背景下，银行理财业务面临的风险因素和挑战持续加剧，市场风险、信用风险、流动性风险等压力进一步凸显。同时，随着科技的飞速发展以及大数据、人工智能等新技术在金融领域的广泛应用，风险管理的难度和复杂性也显著增加，对银行理财业务的风险管理能力提出了更高要求。在此形势下，银行理财公司必须高度重视风控端建设，持续完善风险管理

体系，确保各项制度健全且有效执行，并积极运用先进的技术手段，精准、及时地识别、评估、监控和控制各类风险，全力保障理财业务的稳健运行以及客户资产的安全。风控端建设不仅是银行理财应对复杂外部环境变化的有效工具，更是其实现长期可持续发展、赢得客户信任与市场竞争力的关键支撑。

华夏理财案例

2024 年，华夏理财提升全面风险管理能力，建立组织架构健全、职责边界清晰的风险治理架构，完善全面风险管理制度，持续优化各主要单一风险管理框架、政策和流程，强化风险指标管控，积极推进数字化风控转型，落实集团化风险并表管理要求。信用风险管理方面，华夏理财持续加强投资备选库主体跟踪覆盖力度，建立非标业务白名单管理机制，优化信用风险限额管理框架，扎实开展风险跟踪监测，贯彻落实地方债务风险化解工作，严格做好交易对手方管理工作。市场风险管理方面，密切跟踪内外部环境变化，强化投资研判，加强市场风险敞口监测，稳步推进产品及策略“标签化”工作，产品业绩一致性得到显著提升，上线绩效归因系统，为产品绩效分析和投资决策提供量化依据。操作风险管理方面，持续健全操作风险制度体系，建立操作风险报告机制。流动性风险管理方面，完善理财业务流动性风险应急框架，搭建流动性风险指标体系，根据产品特征对不同产品组合进行整体流动性风险监测，优化升级压力测试模块，开展流动性应急演练，流动性风险事件应急管理能力的有效提升。

浙银理财案例

2024 年以来，国内外经济金融形势跌宕起伏，宏观经济下行压力上升，债市、权益等主要金融市场震荡幅度加大。浙银理财以公司筹建和成立为契机，稳扎稳打、筑本夯基，全面提升风险内控管理水平，建立全面风险管理体系，有效防范各类金融风险。信用风险管理方面，建立信用风险管理制度体系以及贯穿投前、投中、投后全流程的信用风险管理机制。流动性风险管理方面，严格按照监管要求建立流动性风险管理制度体系，重点完善细化预警和应急管理机制。市场风险管理方面，建立市场风险管理制度和相关风险限额体系，持续加强久期管理，强化各项市场风险指标监测，并将理财产品净值巨幅波动情况纳入理财业务突发事件监测预警体系。交易对手风险管理方面，密切关注市场动态，跟踪交易对手舆情，定量与定性结合评估风险、筛选交易对手，并将交易对手纳入投资额度管理，进一步规范审查审批流程，加强集中度管控和风险防范。在合规风险及操作风险管理方面，公司认真落实法律法规及监管要求，构建全方位、立体化的内控合规管理体系。

四、同业合作

（一）银行理财与金融同业的合作模式

1. 代销渠道合作：渠道多元化趋势明显

2024 年，理财公司持续拓展多元化代销渠道，在母行代销基础上，广泛开拓行外渠道，着力加大中小机构合作力度，布局互联网银行代销渠道，将城商行、农商行作为渠道拓展

的重要方向，持续增强下沉营销和渠道赋能。

理财公司以乡村振兴为抓手，做好“五篇大文章”，下沉服务中小农村金融市场。中银理财优化乡村振兴金融服务，将城农商行渠道拓展作为战略方向，年内推动 70 余家渠道上线产品，行外代销渠道数量成功破百。兴银理财将农村机构理财服务作为乡村振兴、践行普惠金融的主阵地，加强“兴普惠”定制产品上线发行，累计开拓中小银行代销合作机构超 500 家。

从代销银行角度看，各机构为了提升财富管理能力、丰富产品货架，持续引入同业优质理财产品。在监管政策的推动下，未设立理财子公司的中小银行将逐步退出自管理财业务，这将推动中小银行向财富管理转型升级，理财代销业务有望成为中小银行新的业务增长点，为中小银行的业务转型提供有力支持。

据银行业理财登记托管中心统计，2024 年 12 月全市场有 562 家机构代销了理财公司发行的理财产品，较年初增加 71 家。

表 7：理财产品主要代销银行引入理财公司情况

代销机构	机构类型	代销理财公司家数	代销理财公司名称
兴业银行	股份制商业银行	33	宁银理财，青银理财，广银理财，中邮理财，民生理财，浦银理财，平安理财，北银理财，南银理财，农银理财，苏银理财，信银理财，招银理财，光大理财，建信理财，上银理财，兴银理财，渝农商理财，施罗德交银理财，华夏理财，中银理财，徽银理财，汇华理财，渤海理财，杭银理财，交银理财，恒丰理财

中信百信银行	直销银行	26	宁银理财, 青银理财, 广银理财, 中邮理财, 民生理财, 浦银理财, 平安理财, 北银理财, 南银理财, 农银理财, 苏银理财, 信银理财, 施罗德交银理财, 光大理财, 招银理财, 渝农商理财, 兴银理财, 华夏理财, 中银理财, 工银理财, 徽银理财, 汇华理财, 渤海理财, 杭银理财, 交银理财, 恒丰理财
浙江网商银行	民营银行	24	宁银理财, 青银理财, 广银理财, 中邮理财, 民生理财, 浦银理财, 平安理财, 北银理财, 南银理财, 农银理财, 苏银理财, 信银理财, 招银理财, 光大理财, 建信理财, 上银理财, 兴银理财, 渝农商理财, 华夏理财, 中银理财, 工银理财, 徽银理财, 杭银理财, 交银理财
苏州银行	城市商业银行	22	宁银理财, 青银理财, 广银理财, 民生理财, 浦银理财, 平安理财, 北银理财, 南银理财, 苏银理财, 上银理财, 兴银理财, 渝农商理财, 华夏理财, 渤海理财, 杭银理财, 交银理财, 恒丰理财
深圳前海微众银行	民营银行	22	宁银理财, 青银理财, 广银理财, 中邮理财, 民生理财, 浦银理财, 平安理财, 北银理财, 南银理财, 农银理财, 苏银理财, 信银理财, 招银理财, 光大理财, 渝农商理财, 兴银理财, 上银理财, 华夏理财, 中银理财, 徽银理财, 杭银理财, 交银理财
招商银行	股份制商业银行	21	宁银理财, 中邮理财, 民生理财, 浦银理财, 平安理财, 北银理财, 南银理财, 农银理财, 苏银理财, 信银理财, 招银理财, 光大理财, 建信理财, 渝农商理财, 兴银理财, 上银理财, 华夏理财, 中银理财, 工银理财, 杭银理财, 交银理财
交通银行	国有控股银行	21	宁银理财, 中邮理财, 民生理财, 浦银理财, 平安理财, 农银理财, 南银理财, 苏银理财, 施罗德交银理财, 招银理财, 信银理财, 光大理财, 建信理财, 兴银理财, 华夏理财, 中银理财, 工银理财, 汇华理财, 杭银理财, 交银理财, 恒丰理财
浙商银行	股份制商业银行	21	宁银理财, 广银理财, 中邮理财, 浦银理财, 平安理财, 浙银理财, 北银理财, 南银理财, 苏银理财, 招银理财, 光大理财, 渝农商理财, 兴银理财, 中银理财, 渤海理财, 杭银理财, 恒丰理财
宁波银行	城市商业银行	20	宁银理财, 广银理财, 中邮理财, 民生理财, 浦银理财, 平安理财, 农银理财, 苏银理财, 信银理财, 招银理财, 光大理财, 建信理财, 渝农商理财, 兴银理财, 华夏理财, 中银理财, 工银理财, 交银理财
中邮邮惠万家银行	直销银行	20	青银理财, 广银理财, 中邮理财, 民生理财, 浦银理财, 平安理财, 南银理财, 农银理财, 苏银理财, 信银理财, 施罗德交银理财, 光大理财, 渝农商理财, 兴银理财, 华夏理财, 中银理财, 徽银理财, 渤海理财, 杭银理财, 恒丰理财

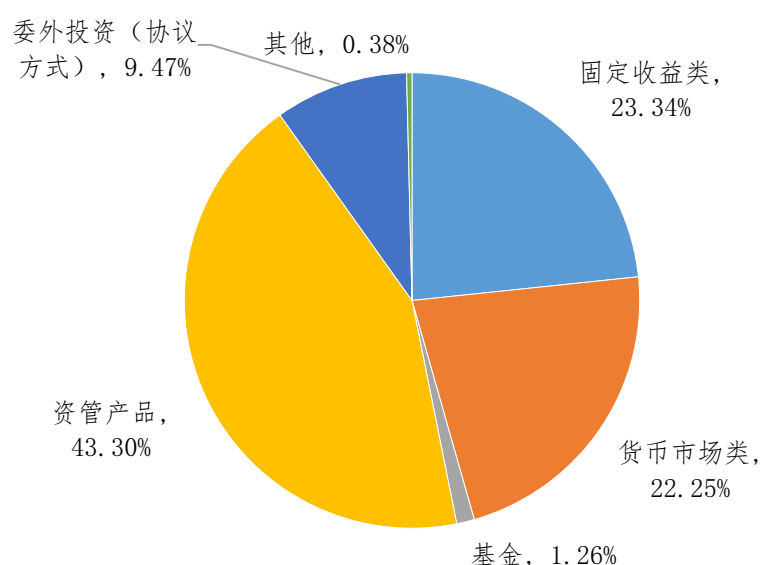
资料来源: 益普标准

2. 资产投资合作：同业合作更趋专业化

2024 年，理财公司与券商、基金、保险、信托等同业机构在资产端的合作模式持续深化，呈现多维创新与精细化管理的特征，同业合作更趋专业化。在合作模式上，理财公司主要通过直接购买公募产品、委托投资、引入投顾服务三大路径，发挥同业机构的差异化优势，拓展大类资产配置，实现理财资产配置的灵活性和专业性。

一是购买公募产品。理财公司积极购买券商、基金等机构发行的公募产品，涵盖债券型、混合型、股票型等多种类型。通过借助专业机构的差异化投研能力，理财公司能够参与资本市场投资，优化资产配置结构。二是委托投资。理财公司将部分理财资金委托给券商、基金、保险、信托等机构进行管理。根据自身的风险偏好和投资目标，理财公司明确投资要求，利用各机构的专业优势，提升组合投资的整体收益。三是引入投顾服务。理财公司引入券商、基金等机构的专业投顾服务，借助其投研和市场判断能力，优化投资决策。投顾机构为理财公司提供资产配置方案、投资标的选择以及时机把握等建议，提升投资管理的专业性和科学性，更好地满足投资者的需求。参考普益标准金融数据平台相关统计，截至 2024 年末，理财产品各类委外投资（包含资管产品、公募基金、协议委外）占比约为 54.03%，各类直接投资占比约为 45.97%。

图 6：2024 年理财产品资产配置情况



资料来源：益普标准

在此基础上，部分头部机构积极探索新的合作模式，支持实体经济发展。平安理财携手华泰证券、徐工集团，推出“华泰证券-平安理财-徐工集团服务高端制造产业债券篮子”并于上市首日达成交易。这是银行间市场首个由投资人、做市商和实体发行人三方联合创设的债券篮子，有效推动了“科技-产业-金融”良性循环的深化，为新质生产力的发展提供了有力的金融支持。交银理财践行“以投资者利益为优先”，通过与信托公司合作，积极挖掘低波稳健的非标资产，在解决优质企业资金需求的同时，为交银理财产品投资者提供了低波稳健的持仓体验。

3. 研究端合作：协同创新与能力提升

理财公司通过与外部专业机构深度合作，推进联合策略研发与研究能力提升。在策略研发方面，携手券商研究所和公募基金等机构，共同开发创新投资策略，丰富投资工具。

在研究能力赋能方面，通过人才交流与培训机制，吸收外部先进研究方法和分析框架，提升自身投研水平。

一是联合策略研发。理财公司与外部专业机构开展深度协同，共同开发创新投资策略。借鉴头部投资机构的先进投研体系和方法论，结合自身业务特性和市场需求，打造更具针对性的投资策略解决方案，引入人工智能与量化分析工具，持续丰富投资策略工具箱。典型合作模式包括：与券商研究所合作开发基于宏观经济周期的动态资产配置模型；与公募基金合作设计量化投资策略及行业主题投资方案。

二是研究能力赋能。通过建立常态化的人才交流与培训机制，理财公司吸收外部机构的先进研究方法与分析框架。具体举措包括：定期邀请合作机构知名专家、学者开展专题培训；建立联合研究小组共同开展深度课题研究；共享宏观经济、行业景气度、风险预警等研究模型。

（二）同业合作情况展望

1. 产品销售展望

（1）代销渠道多元化

在监管政策的推动下，未来尚未设立理财子公司的机构将逐渐退出理财产品的发行市场，转而集中精力开展理财代销业务。从理财产品发行的角度来看，理财市场的集中度将进一步提升，头部理财公司的市场份额也将随之进一步扩大。而代销渠道则是持牌理财机构稳固市场占有率的关键所在。从代销业务的角度而言，头部理财公司纷纷选择向市场下沉，

通过在城商行、农商行以及互联网银行等代销渠道的深度拓展，将有力推动代销渠道的多元化发展。

（2）代销合作标准化

代销渠道的多元化正加速推动行业标准化进程。2024年，监管部门和理财公司在代销业务的标准化方面均已迈出实质性步伐。这一趋势不仅为理财市场带来了新的机遇，也为行业规范发展奠定了坚实基础。

从理财公司层面来看，他行代销渠道的持续扩展，一方面促进了销售规模的增长，另一方面加深了产品端和销售端的隔离，可能会产生信息不对称加剧、销售误导风险上升、客户服务体验欠佳、合规边界模糊以及产品创新协同不足等挑战。为应对这些挑战，理财机构需要采取一系列标准化举措。例如，构建穿透式信息共享平台，强化发行端与销售端的双向沟通机制；建立全生命周期的风险监测模型，实现对风险的动态预警与精准把控；通过标准化培训体系，提升销售队伍的专业素养与合规意识，确保销售行为的规范性；依托数字化工具，打造无缝衔接的客户服务闭环，优化客户体验，实现精准化理财服务。

从代销业务的标准化发展来看，根据银行业理财登记托管中心统计，2024年已支持961家理财产品发行和销售机构接入中央数据交换平台。该平台凭借统一的数据标准与接口规范，能显著降低理财代销机构间对接成本、提升运营效率。随着2025年10月《商业银行代理销售业务管理办法》的实

施，信息披露模板化、全流程合规管理等强制要求，将进一步推动理财代销业务形成“平台化对接+标准化运营+精准化服务”的新型生态。

2. 资产投资展望

（1）多元化配置对冲低利率风险

面对境内固收类资产收益率的下行趋势，理财公司未来可借助“固收+”策略，将可转债、黄金及海外资产纳入投资组合，以提升收益水平。与此同时，另类资产如 REITs 和私募债的配置比例有望进一步提高，逐步替代传统非标资产，构建起一个涵盖多市场的协同配置体系。

（2）流动性管理升级与金融科技赋能

在负债端波动压力加大的背景下，同业合作的重点正加速转向流动性管理工具的升级与创新。此前依赖信托收益平滑机制的投资模式，因非标资产压降和监管限制的不断收紧，已逐渐失去其原有的作用。未来，理财资金可通过构建指数化组合与短债基金，打造新的流动性缓冲池。

在同业合作中，引入动态再平衡机制，结合金融科技，利用人工智能技术实时监测负债端资金的流入流出情况，精准优化资产端的持仓比例，从而有效缓解因客户集中赎回而引发的流动性压力。这一转型不仅显著增强了理财产品的抗风险能力，也为投资者在低利率环境下提供了更为稳健的收益选择。

五、行业自律

行业自律一般包括两个方面，一方面是行业内对国家法律，法规政策的遵守和贯彻，另一方面是行业内的行规行约制约自己的行为。而每一方面都包含对行业内成员的监督和保护的功能。

中国银行业协会是中国银行业自律组织，截至 2025 年 4 月，协会共有 734 家会员单位，理财公司亦成为新晋成员。根据协会章程，协会履行职责主要包括：行业自律职责；行业维权职责；行业协调职责；行业服务职责等。自理财行业逐步形成并发展以来，协会一直履行其自律组织的相关职能，推动完善理财行业管理，维护市场秩序及机构公平，促进银行业健康发展。

（一）建立理财业务自律制度体系

为进一步强化理财业务的自律管理，中国银行业协会积极牵头建立完善理财业务的自律制度体系。一方面，根据监管部门部署，加强现金管理类理财产品自律管理。在金融监管总局资管司的悉心指导下，中国银行业协会制订《现金管理类理财产品行为准则》，通过严格控制产品数量、规范产品收益展示、加强收益率偏离度管理等措施，推动理财公司规范现管类理财产品的发行与管理，维护行业合理有序、公平竞争的市场环境，有效控制流动性风险，保护投资者合法权益。另一方面，开展行业规范性标准研究。就行业诉求集中、亟待解决的问题，研究制订《理财产品分类标准指引》

《理财产品净值指标指引》《理财业务评价行为准则》。通过建立健全理财产品分类标准、统一净值指标计算方法及参数设定、规范第三方机构对理财业务的评价行为，保护投资者合法权益，促进理财市场持续健康发展。

（二）通过调研、论坛等多种形式搭建交流平台，推动行业稳健发展

中国银行业协会始终致力于搭建行业交流与合作的桥梁，通过实地调研、高端论坛及信息共享等多种举措，关注行业动态发展情况，全方位推动理财行业规范发展与稳健前行。

一是深入理财公司开展调研，为行业发展建言献策。一方面，开展业绩比较基准和过往业绩展示整改情况调研，组建自律督查专家库及督查工作组，完成包括首批 8 家理财公司的现场督查工作，并撰写《关于理财业务自律督查相关情况的总结报告》，报送金融监管总局资管司。另一方面，根据金融监管总局资管司部署，开展《关于党建推动理财行业发展的调研》，收集整理 14 家理财公司的反馈材料及案例，根据调研结果撰写《以强党建推动理财行业高质量监管》报送资管司。

二是联合主办 2024 年海峡两岸暨香港澳门财富管理论坛。该论坛已举办十届，探讨新形势下把握财富管理行业发展机遇，支持经济高质量发展。分论坛环节，来自中邮理财、中银理财、招银理财、华夏理财、平安理财、南银理财等机

构的嘉宾围绕理财公司应如何服务好实体经济，落实好五篇大文章等议题进行了深入交流。论坛现场发布了《中国资产管理行业发展与创新研究报告（2024）》，报告主要包括境外资产管理行业观察、中国资产管理行业发展环境与合作分析、资产管理子行业的发展与创新特点分析、资产管理行业发展难点与趋势展望、资产管理机构布局财富管理业务、全球资产管理与财富管理领域最新研究文献六个部分。

三是常态化的开展理财信息发布和数据共享。中国银行业协会持续按月发布“中国银行业理财市场指数”，按月编辑《资产管理及财富管理要情月报》，并发送理财业务专委会成员单位，帮助各成员单位及时了解行业的最新动态。

第四章 业务转型与创新

一、理财产品转型

（一）营销模式创新

理财公司脱胎于商业银行，在业务上与母行具有较强的关联性和协同性，因此在成立初期，大部分理财公司仍以母行代销作为最主要的营销渠道。随着理财公司经营模式逐渐稳定，一方面行外代销渠道得到不断拓展，另一方面，直销渠道也得到良好建设。理财公司直销渠道的成熟与代销渠道的拓展，离不开理财公司在营销媒介、推广模式等方面的创新。

1. 营销媒介创新

（1）理财公司直销 APP 陆续上架，软件功能不断完善

理财直销模式的优势在于能够直接触及零售客户，直销销售渠道主要分为线下直销柜台与直销 APP 两种。其中，直销 APP 能够更好地把控客户需求，有助于增强客户黏性。

当前理财公司直销 APP 的基础功能已基本完善，通过浏览“首页”“理财产品”“我的”等功能模块，用户能够快速掌握在售理财产品的信息与交易规则，完成账户注册、理财产品申赎等交易操作。部分理财公司直销 APP 还设有不同附加功能，从而使用户获得更佳的使用体验。此外，各理财公司通过多种营销手段提升直销 APP 的用户渗透率，例如通过设置会员权益中心、开展各类积分活动等，提升用户忠诚

度。

杭银理财案例

杭银理财直销 APP 提供了“定投”板块，该模块中设置了理财产品定投解惑、定投试算、理财产品定投等子模块，兼具了投资者教育与投资交易等多个功能。

信银理财案例

信银理财直销 APP 创设了“信钱罐”功能模块，从闲钱管理的角度切入，在提升客户交易效率的同时挖掘客户闲置资金的市场潜力。

（2）理财产品营销信息集成平台助力理财产品代销宣传

理财产品代销模式下，银行网点的理财客户经理在理财产品营销环节中发挥着重要作用。随着理财产品类型日益多样化、理财产品发行数量快速增长，网点理财客户经理的营销难度也在不断提升。各理财公司通过理财产品营销信息集成平台或工具，对理财产品进行分类展示，帮助营销人员把握理财产品特征，依据客户需求实现精准营销。

多数理财公司将此类信息集成平台内嵌于代销银行 APP、直销网站、微信公众号等平台中，但由于以上平台仍存在着理财产品信息混杂、查询不便等缺陷，部分理财公司进一步推出了营销人员专用的销售信息集成平台，以实现更好的产品营销效果。

信银理财案例

信银理财于 2023 年上线“中信理财 W 平方”，目前已建设成一个面向多渠道，并涵盖产品动态、营销物料、理财知识、投研深度、培训课程、自动问答等多功能数智化营销赋能平台。借助数智化营销中台一体化建设，中信理财 W 平方不仅与中信银行移动作业平台（M+）融合，对接其数字人投顾“小信”，还将服务触角覆盖至地方城农商行，深度赋能各代销机构理财队伍经营管理体系。目前，平台已服务理财从业人员超 1.4 万人，累计发布各类资料包近 1 万条，累计访问次数超 80 万次，已成为行业中内容最丰富、渠道分支行覆盖最广泛的营销赋能平台之一，力争实现服务投顾化、交互数智化、网络布局中台化等目标，将金融“五篇大文章”落到实处。

杭银理财案例

杭银理财于 2024 年搭建并上线了“理财小杭家”微信小程序，该小程序的定位是成为理财产品代销渠道的万能工作小助手，其功能包含了理财产品查询、产品介绍、投教知识分享等多个方面，从而帮助客户经理快速把握理财产品动态。该小程序还设置了“一键营销”功能，该模块集成了理财产品特征、营销话术、宣传海报等多项内容，从而帮助客户经理快速定位理财产品信息，提升营销工作效率。

与此同时，杭银理财产品及营销部门可通过查看“理财小杭家”小程序的用户后台记录，统计不同理财产品的点击量、转发量数据，

从而快速分析当前的热门理财产品、了解理财客户投资偏好的变化。

2. 理财产品推广模式创新

（1）理财公司母行与其余代销行增加互动

2024 年市场情况复杂多变，理财产品净值波动加剧，理财公司与客户间沟通的重要性进一步显现。理财产品投资经理及时向客户介绍理财产品投资策略、疏导客户情绪既是投资者教育的重要环节，也是维系渠道客户、稳定理财产品规模的重要方式。

但随着理财公司他行代销的规模扩展，理财产品投资经理难以同时触达各代销机构的理财客户，因此，2024 年兴银理财、杭银理财等部分理财公司联合母行衍生了一类新型的理财产品推广模式，即由母行下属分支机构对接其他代销行下属分支机构以完成日常的理财产品推广、投资策略路演、营销培训等工作。此模式下，理财公司与代销行对客渠道的联系更加紧密，理财公司触及客户的渠道路径大幅拓展。

（2）协同母行共享客户资源

商业银行的私人银行部门客群主要为高净值客户，也是银行理财重要的营销对象之一。高净值客户往往具备较为复杂的投资需求，理财公司通过与母行协作，能够更好地服务私行客户，提升客户黏性。

兴银理财案例

兴银理财与母行销售渠道建立“协同经营机制”，为私人银行客户提供综合服务方案，包括日常跟踪维护、客户面对面交流、专

属一对一定制等服务内容，满足私行客户的个性化投资需求。

近年来，购买银行理财的机构客户数量持续快速增长，据统计 2024 年度持有银行理财产品的机构客户数量增加 29 万个。机构客户往往具备投资规模大、持有期限长的特点，是未来理财公司营销发力的主要方向之一。理财公司协同母行的网点渠道，针对辖区内的机构客户进行走访与营销，挖掘潜在机构客户，有效提升理财产品在机构客户资产配置中渗透率。

（二）理财产品创新

2024 年理财产品发行数量稳步上升，理财行业竞争不断加剧。理财产品创新是提升金融机构竞争力的重要途径。理财公司通过理财产品结构创新、投资策略创新、资产投向创新等多个维度，以创新型理财产品满足客户多样化的投资需求，并提高了资产配置效率，有效推动理财行业发展。

1. 资产投向创新

（1）“固收+”理财产品投资策略不断丰富

在投资组合中，通过分散化配置债券、股票、商品、外汇等不同资产类别可以实现分散风险、增强收益的目标，“固收+”理财产品的创设就是这一投资思路在理财产品中的运用。“固收+”理财产品设立之初，“+”的资产类别多为权益类资产，例如股票、可转债等。随着理财公司多资产、多策略配置能力不断加强，“固收+”理财产品的投资策略也不断丰富，以下简要介绍 2024 年内理财公司主要推出的

“固收+”理财产品投资策略：

一是固收+黄金。2024 年，多家理财公司重点布局黄金资产，兴银理财、民生理财、杭银理财等多家机构陆续发行“固收+黄金”理财产品，抓住了全年国际局势局部紧张、美联储降息预期下带来的黄金投资机会，有效提升理财产品收益。

二是固收+海外资产。2024 年中国权益市场波动率加剧，上半年市场赚钱效应偏弱，在此背景下，招银理财、施罗德交银理财等理财公司挖掘海外资产的投资机会，创设了“固收+海外资产”理财产品。这类理财产品满足了配置海外资产的投资需求，帮助客户获取跨市场、跨区域的稳健投资收益。

三是固收+红利主题。权益市场大幅波动也凸显了红利资产的投资价值，不少于 13 家理财公司对“固收+红利”理财产品进行布局。

招银理财案例

招银理财发行的“安盈宝家族”系列理财产品以固收资产筑底、权益以低波红利为主打策略、辅以多元权益丰富收益来源，系列中包含多梯度权益中枢、多形态的不同理财产品，以适合不同风险偏好的客户。

（2）主题型、创新型理财产品迭出

理财公司抓住当前市场环境中的主题投资机会，发力布局创新型主题理财产品。主题型、创新型理财产品的创设既

是理财公司对理财业务多元化的探索和创新，同时也是对做好金融“五篇大文章”的有效支持。

一是科技金融主题理财产品。随着科创金融政策的陆续出台，发展科创金融业务逐渐成为实现高质量发展的必然选择，多家理财公司积极布局科技金融主题理财产品。

平安理财案例

平安理财携手工商银行私人银行部发行科技金融主题理财产品，通过投资科技创新债券促进科技型企业发债融资，助力科创企业研发活动和科技成果转化。

杭银理财案例

杭银理财秉承杭州银行优良的科创金融基因创新业务模式，行业内首发含有认股权资产的理财产品，为客户和科创融资企业之间搭建起了新的桥梁，客户得以共享科创企业在成长和发展过程中的红利，科创企业获得源源不断的资金活水。

截至 2024 年底，杭银理财发行金钻创投理财产品 13 只、共募集资金规模 7.5 亿元，协同其他社会资本 378 亿元，共同为超过 1400 家科技中小型企业提供股权直接融资，其中有 106 家企业已实现资本化路径。

二是被动指数型创新理财产品。被动指数投资具备低成本、高透明度、分散投资、客户易于接受等优势，近年来在政策鼓励与国家资金增持推动下，被动指数投资日益盛行。理财公司正积极尝试发行被动指数型理财产品。

华夏理财案例

华夏理财于 2023 年 7 月在业内率先推出天工指数型权益理财产品，走出一条理财资金入市的差异化道路。该系列理财产品采用完全复制法跟踪标的指数，聚焦粮食安全、能源安全、科技安全等战略性新兴产业，且大部分为自主编制市场稀缺指数，助力弥补公募指数基金市场空白。

平安理财案例

平安理财于 2024 年 5 月 23 日成立“平安理财 CFETS5-10 年期国债活跃券指数固收类理财产品”，该产品定位为被动债券指数理财产品，采用指数化投资策略，紧密跟踪“CFETS 5-10 年期国债活跃券指数”，以实现对标的指数的有效复制和跟踪。该产品每日开放，风险等级为 R2。自成立以来，该产品表现稳健，截至 2024 年 12 月末，产品成立以来年化收益达 8.30%，最大回撤为-0.91%，为投资者提供了优质的固收类理财产品选择。

三是挂钩全球大类资产指数理财产品。尽管挂钩全球大类资产指数理财产品此前已有发行，但 2024 年此类理财产品表现亮眼，其投资价值值得关注。全球大类资产指数的编制基于全球多资产配置思路，通过风险平价或动量等投资策略，全球化配置股票、债券、商品等资产，从而在不同的经济周期内均能获得稳健的投资收益。招银理财、兴银理财、平安理财等多家理财公司均发行了挂钩全球大类资产指数的理财产品，其具体落地模式为：在固定收益资产组合的基

础上增加挂钩全球大类资产指数期权，以固定收益资产票息收入覆盖期权费从而达到控制回撤的前提下提升收益弹性的投资目标。此类理财产品的投资逻辑与理财产品结构相对复杂，且投资期限较长，其理财产品渗透率提升仍有较大空间。

2. 理财产品投资模式创新

（1）“24 小时不打烊”理财夜市

理财夜市是针对现金管理类理财产品推出的新型理财产品交易机制。在理财夜市中上架的理财产品主打“24 小时不打烊”，无论何时申购或赎回，均以“T+1”确认，使得客户的申赎交易更为灵活，能够大幅提升客户体验。各家理财公司在推广“夜市理财产品”时结合自身的发展规划和理财产品定位，采取设立营销专区、新增理财产品标签、公众号图文宣传等多样的宣传手段，大部分理财公司依托于母行手机银行上线理财夜市专栏，青银理财、宁银理财在直销 APP 也上线了理财夜市功能。据统计，目前全市场共有 12 家理财公司推出了理财夜市服务，主要上线的理财产品类型为现金管理类理财产品，招银理财和中邮理财还上线了短债类理财产品。

（2）理财定投

理财定投是指每隔固定时间、以固定金额投资于特定理财产品的投资模式。理财产品定投具备操作便捷、投资灵活等特点，在投资过程中淡化了择时要求，能够平滑投资成本，

从而起到优化理财客户投资体验的作用。目前交银理财、工银理财、招银理财、杭银理财等多家理财公司在母行手机银行、直销 APP 中上线了“理财定投”模块，并具备客户自定义定投频率、定投金额等功能。

招银理财案例

招银理财的客户可通过招商银行提交办理招银理财产品的定投业务申请，约定固定扣款时间和扣款金额，由招商银行于固定约定扣款日在客户指定资金账户内自动完成扣款和提交理财产品申购。

（3）“目标盈”理财产品

“目标盈”理财产品是指具备止盈机制的创新型理财产品，即当理财产品收益率达到理财产品设定的目标时，理财产品将自动触发止盈机制并提前终止，从而帮助客户锁定已实现的收益，避免未来市场波动带来的收益回撤，有助于提升客户对理财产品的信任度。“目标盈”理财产品多遵循低波资产打底、较小比例配置弹性资产的投资思路，在理财产品设立时会结合债券、股票、优先股、基金及衍生品等各类资产的配置比例，并综合考虑投资期限、理财产品费率等因素以设定合理的目标收益率。

2024 年多家理财公司均将“目标盈”理财产品作为常态化、体系化的发行品种，是当前理财公司重点布局发行的理财产品形态之一。

招银理财案例

截至 2024 年末，招银理财已累计发行 67 只目标盈理财产品，并已有累计 37 只产品成功触发止盈，止盈产品规模超 70 亿元，止盈兑付年化收益率均值约 4.26%，存续目标盈产品规模合计超 40 亿元，止盈产品数量及规模均位居理财行业首位。

在此基础上，招银理财不断深耕“目标盈策略生态”，配合系统方面的开发迭代，于 2024 年 11 月发行“招睿增盈随心投目标盈 180 天持有期 1 号”，正式推出理财行业首创的“随心投目标盈”模式，实现对传统封闭式目标盈产品的全新升级。随心投目标盈将最短持有形态与纪律化止盈机制相结合，大幅提升了投资者申购赎回和止盈目标选择的灵活性，让投资者申购随心、赎回随心、止盈目标选择随心，进一步升级了客户投资体验。

二、金融科技的应用与创新

（一）金融科技创新与应用

近年来，我国科技创新快速发展，科技与产业融合是发展新质生产力的重要途径。银行理财联合母行的科技力量，在客户拓展、理财产品研发、资产配置、风险管理等方面积极应用创新科技，将科技创新融入理财公司的发展与成长。

1. RPA 流程自动化体系

RPA 流程自动化体系是指借助软件机器人来模拟并执行数字化环境中规则清晰且数量庞大的业务流程的创新性技术。2023 年 11 月，人民银行发布了《机器人流程自动化技术金融应用指南》，该指南旨在为 RPA 技术在金融领域的应

用提供指导，引导金融机构合理运用 RPA 技术，构建环节无缝衔接、信息实时交互、资源协同高效的业务处理模式。以中国银行为例，截至 2024 年末，其采用的企业级机器人流程自动化（RPA）技术已覆盖超过 3000 个应用场景，月均执行任务超过 20 万次，有效减轻了基层工作负担。

在理财业务中，RPA 流程自动化体系可针对邮件确认处理、成交单数据录入、业务档案归档等重复性高、标准化程度强的业务场景，部署流程机器人解决方案，有效降低人工干预频率，提升基础业务处理效率与准确性。

苏银理财案例

苏银理财利用 RPA 软件辅助办公，实现各类自动化场景的落地。一是文档自动生成，实现各类专户申赎单据、开户申请单据的自动化生成。二是附件自动识别录单，实现中债上清费用单据、账户确认回执、衍生品行情文件等外部文件的自动化解析入库。三是系统自动化操作，实现减值定价系统的日终批量自动化。运用数字化手段，减少重复化的人工操作，提质增效。

交银理财案例

交银理财运用 RPA 流程化机器人打造数字化员工，达到为人工减负、降低业务差错、提高工作效率的工作目标。

2. 虚拟数字人技术

虚拟数字人是指运用数字技术创造出来的、与人类形象接近的数字化人物形象。理财公司可通过定制化虚拟形象，

塑造理财公司品牌符号。同时虚拟数字人可实现多平台矩阵式运营（如抖音、微信、小红书等），有效提升营销效率。

光大理财案例

光大银行打造的 3D 形象数字人员工“小璇”持续提升其金融服务交互范围，可根据客户的诉求推荐合适的理财产品。

杭银理财案例

杭银理财于 2024 年 6 月推出了虚拟形象“数智人小宇”，以进行理财产品营销与投资者教育工作，宣传内容更吸引年轻群体关注。

3. 人工智能与大模型应用

在理财产品营销方面，AI 及大模型的应用能帮助理财公司通过客户的个人背景、交易记录、社交媒体行为、APP 浏览轨迹等多方面的信息了解客户的风险偏好与资金状况，生成客户画像并确定客户的收益目标。

网商银行案例

网商银行的“布谷鸟”系统通过 AI 大模型预测小微企业的资金流波动，在此基础上为小微客户推荐匹配其经营周期的理财产品。据了解，已有不少于 5 家理财公司与“布谷鸟”展开深度合作，共同助力多款小微商家专属理财产品的体验优化。

信银理财案例

信银理财基于大数据和 AI 技术建设数智化客户分析平台，形成数百个客户标签，实现了基于 XGBoost 算法的客户价值模型，赋能客户精准分析与营销场景。

在投资研究方面，理财公司已开始逐步试点搭建基于 RAG（检索增强生成）技术的知识库系统，在实现内部文档全域检索基础上，融合大语言模型实现智能问答功能，从而提升投研效率，增强理财公司投研能力。

在理财产品管理与业务运营方面，人工智能的接入助力理财公司大幅提升工作效率。

南银理财案例

南银理财在 70 余个业务场景中运用了人工智能，等效节省人工操作 7332 小时，节省人工成本 135 万元，平均提效 3.3 倍，部门覆盖率近 90%。具体应用包括 AI 提效（如交易确认单关键要素识别、行外存款余额核对等）、数据智能（如同业机构市场分析、债券行权信息爬取与提醒等）、流程自动化（如信评报告生成、运营清算数据核对等）以及大模型应用（如公司制度问答、报告摘要生成等）。

4. 云原生项目

云原生和云原生数据库是现代云计算领域的核心概念，它们旨在充分利用云计算的弹性、分布式和自动化特性以实现高弹性、可扩展性和自动化管理，是金融业数字基建的重要技术。

农业银行案例

农业银行自主研发建设了轻量式云原生应用平台（轻云平台），运用新一代数字化技术革新信息系统应用架构，助推业务发展。该项目推进了云原生与大数据融合的生态体系，使得管理机构可利用云原生数据湖整合客户行为数据，优化理财产品匹配度。

光大理财案例

光大理财基于“湖仓融合”框架打造了业务态势感知引擎，通过整合数据湖与数据仓库，结合列式存储、非关系型数据库、批处理与流处理等技术，实现数据的高效流动与融合，显著提升了数据处理效率与业务响应能力。该项目通过实时监测与动态分析，敏锐感知业务运行态势，为产品管理、投资研究、风险控制等关键领域提供精准的动态数据支持与深度洞察。

杭银理财案例

杭银理财通过实施云原生项目，实现应用程序的一致性部署与管理，促进开发团队与运维团队之间的协作与沟通，有效减少人工差错，缩短交付时间，从而有效提升系统研发管理能力、持续交付能力以及运维能力。

（二）金融科技带动转型

1. 投资决策与理财产品管理体系转型

当前，多家理财公司借助近年来金融科技的发展成果，构建专业化的经营分析平台与资产管理平台，集成资产分析、理财产品分析、客户分析、渠道分析、组合分析、风险分析

等功能模块，形成了覆盖全资产管理、投资交易、理财产品生命周期管理、运营清算等业务条线的信息系统矩阵，以数据驱动投资决策与组合管理。

农银理财案例

农银理财依托自主研发的新一代资产管理平台（A+平台），持续深化数字化转型与人工智能应用。平台具有三大领先优势：一是设立数字驾驶舱与管理工作台，为产品创设、投资决策、交易执行、风险管理及运营管理提供全流程、一体化支持；二是内置绩效评估与归因模型，提供覆盖理财产品结构分析、收益动态展示、业绩归因、仓位实时追踪等在内的多维度、精细化组合管理能力；三是通过推动算法交易、机器人、RPA等技术的深度应用，强化业务场景与前沿技术的融合互促，构建数据智能与业务洞察深度融合的可持续迭代机制。

杭银理财案例

杭银理财打造的全资产管理平台增设了辅助投资决策和组合风险试算功能，建立了统一的金融基础数据管理平台，并为投资、风险、运营管理等用户提供了灵活自定义的工作卡片，从多个维度提升了投资管理效率。

2. 风险管理模式转型

近年来，金融科技的迅速发展为理财公司的风险管理数字化转型提供了有力支撑，理财公司纷纷加强科技赋能，加快建设与数字化转型相匹配的风险控制体系。

在市场风险管理方面，光大理财布局了九水策略专户及资产穿透大数据管理平台项目，实现了理财产品、组合持仓的实时全局底层穿透，对市场风险识别预警都有重大价值。华夏理财同样开展了理财产品全穿透持仓风险管理系统项目建设工作，通过大数据技术对理财产品每日持仓进行穿透式处理，不仅满足了监管要求，还强化了业务支撑，展示了大数据技术在金融科技领域的应用潜力。

在内控与合规管理方面，北银理财围绕与风控合规相关的业务场景，依托大数据平台构建了系列量化模型，极大提升了风险管理的精准度。

金融科技赋能下，如杭银理财、苏银理财等多家理财公司正逐步搭建一体化全面风险管理系统。

杭银理财案例

杭银理财自主建设了统一风险管理平台，采用了 EDA 事件驱动架构，遵循“高内聚、松耦合”的设计理念，通过金融资讯数据平台、实时估值引擎（IBOR）及合规计算引擎的集成，在数据与应用模型方面形成了可复用的科技资产，全面提升风险管理效率。

苏银理财案例

苏银理财以独立风控模式为导向搭建一体化风控中台，推动建设投资业务流程的全面风险管理体系，实现智能化、精准化实时风控。通过构建“统一数据、统一逻辑、统一架构、统一服务”的风险数据中台，完成对企业基本面数据、外部实时资讯数据的全面整

合与数据治理，覆盖投研分析、投资指令、交易录单和存续期跟踪的控制场景，实现贯穿投前、投中、投后的投资业务流程，显著提高公司的风险管理能力。

3. 营销模式转型

理财公司持续完善客户生命周期模型体系，基于理财公司及母行的海量数据资源，构建完善的客户标签体系，借助算法建模深入挖掘客户投资需求并提供个性化理财服务。农业银行计划在 2025 年底之前实现“AI+”的规模化应用，利用 AI 进行智能投顾帮助客户定制个性化投资策略，提升客户的投资满意度。

营销形式方面，金融科技的应用能快速补齐传统理财产品营销中依赖客户经理、响应速度较慢、服务质量参差不齐的短板。引入自然语言处理、机器学习等技术后，理财公司可增设智能客服、机器人顾问，24 小时不间断高效地为客户提供营销服务。

第五章 履行社会责任

一、需求端：居民需求的满足

银行理财在经营管理过程中，坚守业务本源，认真贯彻党中央关于金融工作的决策部署，始终把金融工作的政治性、人民性和金融发展的普惠性放在首位，不断满足经济社会发展和人民群众金融服务需求。

（一）居民需求挖掘

在居民财富增长、风险偏好保守的背景下，银行理财以低波稳健为核心目标，践行普惠金融，为投资者持续创造稳健收益。2024 年理财投资者数量维持增长态势，截至 2024 年末，持有理财产品的投资者数量达 1.25 亿个，较年初增长 9.88%，其中个人投资者数量较年初新增 1097 万个。持有理财产品的个人投资者数量最多的仍是风险偏好为二级（稳健型）的投资者，占比 33.83%，反映出居民对流动性和安全性的高度关注。银行理财以低波稳健为核心目标，践行普惠金融，理财产品整体收益稳健，2024 年累计为投资者创造收益 7099 亿元，较去年同期增长 1.69%，理财产品平均收益率为 2.65%。

低波稳健的基础上，理财行业通过精细化分层与创新产品设计，满足居民多样化的财富管理需求。低波类产品如现金管理类、纯债类理财产品适配保守型需求，凭借高流动性和稳定收益成为居民存款替代的主要选择。“固收+”策略

平衡风险收益,通过债券打底叠加权益及多资产多策略增强,兼顾稳健与收益弹性,在国内低利率环境下,理财机构加快多元配置布局,增加对权益、黄金、美债等全球资产配置,2024 年外币产品发行数量显著高于 2023 年,多家理财机构发行挂钩黄金产品,把握黄金上涨机遇。养老金融发展机遇下,理财机构发行长周期产品对接居民养老规划。

(二) 创新特色服务

在渠道拓展与数字化转型驱动下,银行理财行业通过场景化服务与科技赋能,以客户为中心,不断创新特色服务,提升普惠金融质效。

一是,理财公司加强代销渠道建设,强化投教与风险管理,培育理性投资文化。居民投资行为的理性化与长期化离不开持续的投资者教育与风险适配管理,理财公司持续加强渠道建设、加强金融知识普及,做好投资者教育和全流程陪伴,优化投资者保护。

民生理财案例

民生理财持续做好投资者常态化教育工作,采取多种多样的方式积极推动投资者教育宣传,真正把投教工作融入每季度、每周、每日的工作环节中,做好投教内容的创新,实现投教工作的体系化落实。一是通过微信公众号、民生银行手机银行等各类平台全方位传播理财知识与产品运作情况,二是建设线上线下投教基地。三是将投教工作融入日常工作,赋能一线销售人员。

二是，理财公司通过数字化赋能全流程管理，提升运营效率、优化客户体验。借助金融科技与生态合作，理财公司持续构建“全生命周期+全场景覆盖”的服务体系，提升服务质效，助力实现“为民理财”的使命。具体案例来看，工银理财持续提高金融服务的效率和便利性，全面上线新一代智慧资管系统，以理财业务新业态、新模式、新服务，为客户提供更加优质的金融服务，强化大数据、人工智能等技术应用，对话式数据分析助手、智慧问答、大模型等数据智能应用全面普及，推动理财金融领域与数字技术的有机结合，数智工银理财建设取得积极成效。建信理财积极贯彻落实集团金融科技战略，依托集团金融科技力量，协同开发“大资管家”系统。经过五年多的持续建设，“大资管家”系统实现对理财产品“募、投、管、退”的全生命周期管理覆盖，2024年“大资管家”系统实现境内外各类资产的全流程线上化，组合投后分析框架不断完善，组合分析能力大幅提升。

二、供给端：服务实体经济

银行理财行业牢记服务实体经济发展的初心和业务本源，顺应经济社会发展的战略需要、阶段特征和结构特点，着力做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章，为促进金融高质量发展、强国建设、民族复兴伟业提供坚实支撑。

（一）支持民营经济

理财公司积极响应国家重点战略，充分发挥资金优化配

置功能，有效服务实体经济融资需求。截至 2024 年末，全国共有 218 家银行机构和 31 家理财公司有存续的理财产品，共存续产品 4.03 万只，存续规模 29.95 万亿元，理财产品投资资产合计 32.13 万亿元。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，其中投向债券类、非标准化债权类资产、权益类资产余额分别为 18.60 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%。理财资金重点投资符合国家战略领域的国债、地方政府债、企业信用债、金融机构债、资产证券化、非标准化债权、股权性投资等资产，支持实体经济成效显著。

银行理财通过专项主题产品，精准对接政策支持方向，积极服务科技创新、绿色发展、中小微企业等国家战略领域，履行社会责任。

理财资金投向绿色债券规模超 3300 亿元，投向一带一路、区域发展、扶贫纾困等专项债券规模超 1100 亿元，为中小微企业发展提供资金支持超 4.8 万亿元。为助力我国碳达峰、碳中和目标实现，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，截至 2024 年末，ESG 主题理财产品存续余额达 2393 亿元，同比增长 61.69%。

（二）助力地方经济发展

银行理财通过资金精准配置与区域特色产品创新，深度

融入地方经济发展战略。银行理财积极响应国家区域经济协同发展的重大战略，不断推出特色产品，2024 年末存续专精特新、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，有效推动区域协同发展。

民生理财案例

民生理财 2024 年累计发行 16 只“华竹优选”和“华竹固收稳健”系列理财产品，聚焦京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝区域、东北振兴主题，存续规模 120 亿元，持续对重点区域加大投融资服务支持，助力地方经济发展。

监管引导下，银行理财行业通过规模增长、结构优化与产品创新，持续优化金融服务，助力民营经济、区域经济、新质生产力发展。未来，随着政策支持深化与金融科技应用，理财资金将进一步精准滴灌民营企业和重点区域，助力缓解融资瓶颈、实现转型升级，为经济高质量发展持续注入活力。

三、支持国家战略实施

（一）助力乡村振兴与新型城镇化

2024 年以来，银行理财通过产品创新、服务模式优化和资金精准投放，全面支持乡村振兴与新型城镇化建设，推动城乡融合发展。产品创新方面，多家银行理财机构推出针对性理财产品，破解农村融资难题，引导资金流向农业、能源、科技等领域，助力农村产业转型升级。服务模式方面，深化“党建+金融+科技”模式，与村委会合作构建信用村和信用用户体系，提升农户融资可获得性。资金投向方面，加大对

三农相关主体债券投资力度，积极向县域城投公司等企业投放资金，助力县域基础设施建设。

农银理财案例

为满足“三农”和县域客户多样化理财需求，农银理财立足“普惠性、精准性、安全性”原则，在业内率先推出乡村振兴主题理财产品，并立足负债驱动模式，持续丰富乡村振兴系列产品矩阵，倾斜匹配优质资产，积极减费让利，形成乡村振兴“专属+常规”产品双线布局，不断提升对县域客群的精准服务能力。现阶段，农银理财“乡村振兴惠农”系列理财产品已实现不同期限、不同风险等级、不同收益水平的全覆盖，充分满足县域客户的差异化需求。

（二）助力科技成果转化

银行理财服务科技成果转化的核心逻辑在于打通“技术—资本—产业”的闭环，形成以风险共担为机制、以全周期服务为支撑、以生态协同为保障的发展路径。一方面，针对不同阶段的科技企业需求，银行理财机构推出差异化主题产品。另一方面，积极与风险投资机构、科技企业孵化器、加速器等专业机构建立紧密合作关系，充分借助这些机构在项目挖掘、风险评估、项目孵化等方面的专业优势，共同筛选优质科技成果转化项目，形成风险共担、利益共享的合作模式。

交银理财案例

科技金融方面，交银理财大力支持民营和科技创新，2024 年全年发行科创主题产品 11 只。交银理财充分发挥在固收领域的投研

优势，积极参与各类科创债券、民营债券投资，加大对民营经济支持力度，持续加大对新能源、新材料、高端装备等战略新兴产业等国家重点领域投资，助力制造业高端化、智能化发展。截至 2024 年末，交银理财投资科创票据、科技创新债、创新创业债等较年初增幅 411%。投资各类民营企业债券较年初增幅 284%。

交银理财投资浙江华友钴业股份有限公司科创票据案例。华友钴业为上交所上市民企，公司是一家专注于钴、铜有色金属冶炼及钴新材料产品深加工的高新技术企业，产品主要用于锂离子电池正极材料、航空航天高温合金、硬质合金、色釉料、磁性材料、橡胶粘合剂和石化催化剂等领域，在钴铜湿法工艺、钴新材料、环境保护领域拥有了中国一流的自主核心技术。交银理财充分利用固收领域投研优势，持续强化科创领域债券主体覆盖和投资，给予华友钴业可转债投资额度 7.5 亿元、普通债投资额度 10.0 亿元，并合计投资华友钴业 3.1147 亿元。

交银理财投资联影医疗科技创新债券案例。联影医疗是注册在上海的一家科技创新型民营企业，以全线医学影像产品为基础，影像云、医疗器械、人工智能、芯片研发、第三方精准医学诊断服务彼此赋能，为全球用户提供丰富多样的疾病解决方案与健康服务模式，构建覆盖预防、诊断、治疗、康复各环节的全智能化医疗健康生态。交银理财积极发挥上海主场优势，用实际行动支持民营科技创新企业发展。2024 年 1 月，交银理财投资联影医疗 2024 年第一期科技创新债券 2 亿元，2024 年 4 月与联影医疗合作发行交银理财稳选固收精选 1 年封闭式 2401（民营科创）理财产品，募集资金已

经投入到大健康、人工智能、芯片研发等多个领域，持续加强对重大战略、重点领域和薄弱环节的优质金融服务。

平安理财案例

平安理财与中国工商银行私人银行部携手推出科技金融主题产品，这是继双方合作成功发行绿色金融主题产品后再度合作推出以科技金融为主题的理财产品。该产品以科技金融为主题，聚焦支持国家重大科技任务战略性新兴产业发展等重点领域，助力研发活动和科技成果的转化，形成“科技—产业—金融”良性循环。投资运作上，该产品延续稳健精选系列的投资理念采用风险可控的稳健策略，不仅践行了科技引领和驱动未来的投资理念，也在低利率市场背景下为投资者提供契合高质量发展的优质固收资产投资选择。

（三）推动绿色低碳发展

通过资金向绿色产业倾斜、创新绿色金融主题产品以及支持绿色技术创新等手段，银行理财有效引导资金流向绿色低碳领域，推动经济社会的绿色转型与可持续发展。

农理财案例

农银理财全面贯彻党的二十大精神和中央金融工作会议精神，积极支持经济社会发展绿色转型，全力做好“绿色金融”大文章。一是持续推动绿色理财产品设计，创新推出 ESG 特色产品，优先投资于清洁能源、节能环保以及生态保护等绿色产业，为社会大众搭建践行绿色投资的桥梁。截至 2024 年末，公司管理的 ESG 主题理财产品规模近 700 亿元，同比增长近九成，着力打造鲜明的“绿色

理财”品牌。二是不断加大绿色领域投融资力度，创新推出首只理财子公司与证券公司联名的债券篮子——“中信证券-农银理财绿色信用债篮子”，涵盖循环经济、节能环保等多个绿色发展领域优质企业发行的绿色金融主题中期票据，有力推动债券市场深度服务绿色金融；聚焦碳达峰碳中和、气候变化、生态保护和美丽乡村建设等重点领域债券投资，截至 2024 年末，公司绿色债券投资余额 61 亿元，全年新增投资超过 23 亿元。

交银理财案例

绿色金融方面，交银理财持续创新绿色金融产品和服务，加大 ESG 主题策略理财产品发行力度，引导更多社会资金流向绿色、低碳领域，为绿色产业及企业绿色转型提供金融支持。截至 2024 年末，公司 ESG 绿色主题产品余额较年初增幅 54.59%，ESG 绿色债券投资余额较年初增幅 46.30%。持续优化公司绿色权益基金池，加大权益领域 ESG 投资。

2024 年 10 月，交银理财参投武汉蔚能电池绿色电池定向 ABN 项目投资 0.8 亿元，该项目为全球首支获得气候债券认证的电动汽车电池绿色债券，为支持新能源汽车及动力电池领域的同类型企业拓宽融资渠道提供了有益探索，助力碳达峰、碳中和目标实现。2024 年 11 月，交银理财投资落地嘉兴 1 期天然气收费收益权绿色资产支持专项计划 1.64 亿元，该专项计划唯一基础资产为天然气收费收益权，对应的清洁能源项目符合《绿色低碳转型产业指导目录（2024 年版）》要求，属于“4. 能源绿色低碳转型-4.3 能源系统

安全高效运行-4.3.7 天然气输送储运调峰设施建设和运营”类别。根据绿评机构结论，募集资金对应的基础资产年度节能量约为132.61 万吨标准煤，二氧化碳减排量约 322.95 万吨，二氧化硫减排量约 27,053.67 吨，更减少了约 6,190.24 吨氮氧化物的排放，绿评结果为 G1。

华夏理财案例

华夏理财作为国内首家加入联合国负责任投资原则的银行系资管机构，发行了国内第一只 ESG 主题理财产品，发布了第一只 ESG 债券指数，参与制定了第一批国家 ESG 团体标准。目前，华夏理财累计管理 ESG 主题理财产品规模超 310 亿元。

平安理财案例

平安理财自主研发了新一代 ESG 投资交易平台，适应多资产多市场多策略投资方法、为 ESG 投资提供整体支持，为投前的风险识别、机会发掘，投中的交易下达、风险控制，以及投后的数据分析、归因复盘等业务环节提供支持和赋能。平台提供了体系化的数据、模型和工具，引导理财产品资金更多地投向满足高标准 ESG 的领域，例如绿色、环保、公用事业等，同时提升了风险管控水平和投资绩效，实现了社会价值和业务价值的双赢。

第六章 问题与改进

一、银行理财面临的相关问题

（一）“低利率+资产荒”市场环境进一步凸显

近年来，资管机构投资端资产荒问题日益凸显。受宏观经济转型调整下实体融资需求偏弱、货币宽松周期下市场利率持续下行以及优质资产供给下降等多重因素影响，资产收益越来越难以满足客户要求，“低利率”环境下银行理财机构正面临着“资产荒”问题，优质资产稀缺成为制约理财产品收益和投资运作的重要难题。固收类资产收益率持续下滑，地方融资平台隐性债务全面压降，优质资产争夺日趋激烈，导致银行理财在资产配置端面临较大挑战。与此同时，权益市场波动加大，另类资产投资门槛较高，进一步加大了资产获取的难度。

多元化投研能力不足仍是重要问题。在资产荒的大背景下，部分银行理财子公司的多元化投研能力仍显不足，投研体系尚未完全市场化、专业化，投研资源整合能力、跨市场资产配置能力和主动管理能力亟须提升。此外，部分机构在行业研究、大类资产配置研究、ESG 投资、主题投资等方面的人才储备和研究能力仍有待加强，难以支撑复杂多变的市场环境下的高质量投资决策。未来，银行理财机构应着力建设全面的投研体系，强化研究驱动投资的理念，提升投研团队的专业能力和前瞻性判断，积极拓展多元化的资产获取渠

道，深化权益投资、另类投资和全球资产配置能力，全面提升资产获取与管理能力，破解“资产荒”困境，夯实高质量发展的投研基础。

（二）产品同质化、短期化问题突出

当前银行理财市场产品同质化、短期化问题依然较为突出。不同机构推出的理财产品在投资策略、资产配置及收益特征等方面存在较高的重叠度，缺少具有鲜明特色和差异化竞争力的创新产品。囿于传统固收类投资惯性，市场上仍有大量理财产品以固定收益类资产为主，投资标的高度重合，产品设计趋于标准化，产品期限短期化。权益类、另类、跨境类等多元资产的配置比例整体偏低，相关产品数量较少，导致理财产品结构单一、风险收益特征不明显，无法有效覆盖不同风险偏好客户的投资需求。

从最新产品形态情况看，银行理财仍以固定收益类为主，混合类、权益类和商品及金融衍生品类产品的合计规模下降。根据《中国银行业理财市场年度报告（2024年）》数据，截至2024年末，固定收益类产品存续规模为29.15万亿元，占全部理财产品存续规模比例达97.33%，较年初增加0.99%，混合类产品存续规模0.73万亿元，占比2.44%，较年初减少0.77%，权益类和商品类及金融衍生品类产品的存续规模相对较小，分别为0.06万亿元和0.01万亿元。从产品期限看，短期限产品占比仍高。根据《中国银行业理财市场年度报告（2024年）》数据，截至2024年末，开放式理财产品存续

规模为 24.20 万亿元，占全部理财产品存续规模的 80.80%，其中现金管理类产品存续规模为 7.30 万亿元，占全部开放式理财产品存续规模的 30.17%，封闭式理财产品存续规模为 5.75 万亿元，占全部理财产品存续规模的 19.20%。2024 年，新发封闭式理财产品加权平均期限在 284 至 392 天之间。理财公司产品短期化趋势加强，理财产品负债端稳定性持续弱化。日开及 1 个月及以内产品规模占比已经达到 43%，一年以上产品规模占比仅 21%。投资者更偏好稳健产品，期限方面更偏好期限短、流动性高的产品。

虽然部分机构已探索多样化产品布局，但受制于投研能力、风控水平、人才储备等多重因素，创新产品的推广与落地进展缓慢。未来，银行理财机构需加大产品创新力度，丰富产品类型，深化多元资产布局，推动理财产品向权益、私募、绿色金融、养老金融等多方向发展，提升产品的市场吸引力和竞争力，进一步满足投资者财富管理多元化、个性化的需求。

（三）机构品牌影响力有待提升，投资者陪伴仍需加强

当前投资者对理财产品差异化认知尚有不足，品牌黏性不强。随着金融市场的快速发展，投资者可选择的理财渠道和产品愈加丰富，银行理财业务所面临的竞争也更加激烈。然而，在市场多元化竞争环境下，银行理财产品的品牌认知度普遍存在不足，尚未在广大投资者心中形成足够的差异化认知。面对市场竞争的加剧和投资者行为的多元变化，银行

理财机构亟须强化品牌建设，提升品牌影响力，通过长期持续陪伴、差异化的产品设计和专业的投研能力，塑造具有行业竞争力和市场认可度的品牌形象，进一步夯实客户基础，增强客户黏性，助力长期健康发展。

市场波动增加下，投资者陪伴任重道远。随着资管新规的落地以及理财市场的净值化转型，未来“低位利率、高频波动”将是市场常态。然而，广大投资者的投资理念和风险认知水平并未完全适应这一变化。特别是在金融市场波动加剧的背景下，理财产品的收益水平和净值波动情况时有发生，导致产品赎回压力加大，投资者情绪易受影响，对此，做好投资者陪伴任重道远。

（四）系统智能化建设待完善，科技支持业务能力有限

随着数字化转型成为银行业的重要发展趋势，科技对银行理财业务的支撑作用日益凸显，但目前多数银行理财子公司的系统建设和数字化能力仍处于待完善阶段，整体智能化水平有待提升。一方面，受历史包袱和系统割裂影响，部分理财机构的信息系统架构复杂，存在数据孤岛、系统对接不畅、流程自动化程度不高等问题，制约了业务效率和管理水平的提升。另一方面，理财产品净值波动性增加，投资资产类型日益多元，特别是在权益类、另类和跨境资产逐渐纳入投资组合后，传统的风控框架和管理手段已难以全面覆盖新兴风险类型，存在一定的滞后性和适配性不足。数字化投研、智能风控、智能投顾等新兴科技手段的应用普及率仍较低，

尚未形成规模化、体系化的科技赋能模式。面对客户数字化需求的提升和金融科技企业的竞争压力，银行理财在用户体验、产品数字化展示、线上运营能力等方面存在较大提升空间。特别是在数据治理、数据安全、人工智能、大数据分析等方面，理财机构仍需加大投入，全面提升科技对业务的支撑和引领作用。

二、下一阶段主要工作措施

（一）客户端：“以客户为中心”重塑服务理念

随着市场波动增加，“稳规模”和“稳净值”仍是理财需要关注的重要关注方向，处理好净值化转型与绝对收益目标之间的关系已成为关键问题，理财需要在“高收益、低波动、稳负债”的“不可能三角”中抉择，以应对客户“低波稳健”的不变诉求。银行理财必须将“以客户为中心”的理念贯穿于产品设计、服务提供、品牌管理全过程，构建全方位、全生命周期、可持续的客户经营体系。

一是努力实现客户全生命周期的精细化管理。通过对客户交易行为、资产变动、偏好偏移等数据的持续跟踪与分析，进行客户精准分类与动态调整，以此为基础，制定分层服务策略，进行销售适当性管理，把合适的产品销售给合适的客户，针对不同客户研发差异产品体系，满足不同理财客群的差异化投资需求。增强客户服务的专业性与亲和力是提升客户黏性的关键，应建立客户满意度反馈与评价机制，推动服务质量的持续改进，真正实现由销售驱动向客户陪伴驱动的

转型。继续推动客户服务数字化与智能化转型，加快建设智能客服系统与数字理财平台，打造智能化投资问答系统、智能风险测评及产品推荐模型，提高客户线上参与度与活跃度，拓展服务半径。

二是客户陪伴和风险提示工作系统化、常态化。在净值化时代，理财产品不再承诺保本保收益，客户对市场波动的心理承受能力成为关键。银行理财公司需加强投资者教育的组织力度与传播形式，设置专属的教育专栏、视频课程、投教直播等内容，以通俗易懂的方式讲解产品机制、投资策略及风险要点，提升客户的风险认知与资产管理能力。同时在重要节点要有机制化响应方案，第一时间开展投后沟通，增强客户信任，降低客户流失率。

三是塑造稳健、专业、可信赖的核心品牌形象。品牌不仅是客户信任的载体，更是机构长期发展的护城河。理财公司应建立品牌统一管理体系，从标识、产品包装、营销传播、社会责任到投资风格等方面形成一致性传达，向客户传递专业性、稳定性和责任感。尤其在危机事件中，要通过及时、透明的信息披露和主动沟通，增强品牌韧性，维护客户口碑。

（二）渠道端：整合多元渠道资源

随着金融服务场景的日益多元化与客户触达方式的不断演变，理财公司必须适应新时代的渠道管理需求，构建以“母行+三方+直销”的多元化立体渠道格局，实现渠道广度、深度与合规性的协调发展。

一是银行理财应充分发挥母行网点密集、客户基数庞大的优势。母行渠道仍是理财产品销售的核心主阵地，其覆盖客户广泛、粘性强、品牌认同度高，母子协同效应好。在线上渠道方面，应不断完善 APP 理财模块的用户体验设计，推动产品展示逻辑更贴近客户投资习惯，如通过场景化推荐、持仓可视化、定制化推送等功能提升客户交易便利性与参与意愿，构建移动端与理财经理之间的闭环服务体系。在线下渠道方面，应持续做好专业营销赋能，推动渠道深化理财专岗建设、理财团队绩效激励制度改革等，提升网点理财服务的专业化水平。通过联动开展理财课堂等线下活动，共同做好客户陪伴，增强客户体验与关系黏性。

二是理财公司应根据区域经济特征与客户需求，积极拓展三方渠道和直销渠道。行外三方合作渠道和直销渠道是理财业务对外拓展的重要抓手，特别是在母行资源覆盖不到的区域、客群类型中具备显著补充价值。理财公司应根据区域经济特征与客户需求，主动对接股份制银行、地方银行、农村信用社等金融机构，开展产品代销、联名开发、联合营销等合作形式。对行外合作渠道的管理应建立统一的授权、培训、合规监管体系，确保产品销售行为规范，合作模式清晰，权益责任划分明确，防范销售风险与客户投诉。同时，目前直销渠道仍在发展之中，虽然受到初期自建 APP 费用不低和流量有限制约，但直销渠道能够减轻理财公司对于母行的过度依赖，不断增强产品竞争力，理财公司在中长期仍应积极

培育直销渠道，实现渠道全覆盖，才能在未来更加激烈的渠道竞争中最大化提升市场竞争力。

总体看，银行理财下一阶段应在巩固母行传统优势的基础上，灵活拓展行外渠道和直销渠道，构建多层次、多触点、深融合的销售网络，以渠道赋能客户，以客户反哺渠道，助力理财业务实现稳健、高质量发展。

（三）产品端：积极探索产品创新，构建丰富产品体系

银行理财应以低波稳健产品和资产构建为重点发力方向，稳固产品基本盘。积极加大高流动性、低波资产构建力度，巩固现金、类现金、固收类基本盘，满足机构客户资金流动性管理需求，布局策略以“稳”为主，应对客户对低波稳健安全的理财产品的基本诉求，做大低波动产品体系，服务好存款类客群资产保值“稳”的需求。

同时通过产品结构创新、投资策略创新、资产投向创新等多个维度，积极探索多策略产品创新，构建丰富的、差异化的产品体系。资产和策略方面，加大权益类、另类资产、ESG 投资、主题投资、被动宽基指数等新兴领域的产品研发力度，丰富“固收+”理财产品的投资策略，进一步提升产品的多元性和市场竞争力。对产品投资模式开展创新，推出包括“24 小时不打烊”理财夜市、理财定投、目标盈等类别的产品，丰富产品投资模式维度的产品线拓展。

此外，银行理财也需关注产品的风险收益特征与透明度。推动净值管理产品的标准化建设，加强产品信息披露和客户

投后管理，帮助客户更好地理解产品特性与潜在风险。通过不断丰富产品体系和完善产品生态，提升理财产品的差异化竞争优势，推动理财业务持续创新与高质量发展。

（四）投研端：稳固固收基本盘，拓展多元资产配置

在当前宏观经济复杂多变、市场波动加剧、传统资产收益承压的背景下，银行理财需在加强固收基本盘的同时，强化多元资产配置，优化资产配置结构，提升投资组合的收益稳定性与抗风险能力。

一是稳固传统固收基本盘，扎实做好存款类资产拓展，积极加大高流动性、低波资产构建力度，加强市场研判，把握回购利率阶段性抬升的市场机会，加大对信用资产利差、流动性溢价等的挖掘力度，增厚固收类产品投资收益。

二是提高多元化配置能力，积极拓展权益类、另类资产、海外资产、ESG 资产等多元资产类别，增加投资类型多样性，提高投资策略丰富度，丰富国内资产投资品类，如国债期货、权益资产、转债资产等，提高海外走势研判，把握美债美股等资产的投资时机，加强商品策略的研究和储备，通过跨市场、跨品种的配置，分散风险、优化收益。

三是强化资产配置研究能力建设。完善宏观研究、市场研判、策略制定与配置执行的全流程管理，依托集团资源和外部优质投研力量，形成动态调整与多策略协同的配置机制，全面提升投研人员的宏观、策略、行业及市场的研究能力，提升产品投资策略规划能力。

四是加强对新兴资产领域的探索。适应绿色金融、养老金融、REITs、碳金融等新兴投资赛道的趋势，提升理财业务的前瞻性和创新性。完善投研支持体系，建设大类资产配置模型和投资决策工具，推动科技与投研深度融合，提升投研赋能能力。

（五）科技端：进一步强化科技赋能支持业务转型发展

金融科技已成为银行理财转型升级的核心驱动力。未来，银行理财子公司应加快数字化转型步伐，完善系统架构，强化数据治理，推动金融科技与理财业务的深度融合，全面提升客户服务体验与运营管理能力，助力理财业务高质量、智能化发展。

一是加快科技基础设施建设，完善理财核心系统、资产管理平台、投研分析工具、客户服务平台等关键科技平台的升级与融合，夯实数字化运营底座。例如：可通过引入分布式架构技术，提升核心系统的处理能力与稳定性；运用云计算技术，实现资产数据的集中管理与高效调配；借助量化投资分析工具的数据处理与建模能力，辅助投研团队挖掘投资机会，优化投资组合。

二是要加大科技研发投入，推进人工智能、大数据等新兴技术在理财业务各环节的深度应用。一方面，可利用大数据分析客户需求与市场趋势，结合人工智能算法，设计出更贴合客户风险偏好与收益预期的理财产品。另一方面，应积极部署 AI 大模型智能客服，为投资者解答疑问、提供理财

建议，实现 7×24 小时不间断服务。

三是推动数据治理与分析能力建设，强化客户数据、市场数据、交易数据的整合与挖掘，利用数据挖掘技术，对客户行为数据进行分析，构建客户 360 度画像，有助于更加全面的了解客户需求、偏好与风险承受能力，提升精准营销与服务能力。

四是加快智能风控平台建设，推动人工智能、大数据、机器学习等技术在风险控制关键环节的应用，实现风险管理的自动化、实时化与前瞻性。风控模型方面，可利用机器学习算法构建信用风险评估模型、市场风险计量模型等，提高风险评估的准确性与效率；预警监测方面，通过大数据实时采集与分析风险指标，并运用人工智能技术对异常情况进行智能预警，有助于及时发现潜在风险。压力测试方面，可以借助模拟仿真技术，对不同市场情景下的投资组合进行压力测试，评估风险承受能力。组合管理方面，优化算法实现投资组合的动态调整，平衡产品收益与风险。

三、理财市场展望

（一）银行理财行业迎来高质量发展新阶段

伴随资管新规及其配套制度的深入实施，银行理财的净值化转型已基本完成，理财产品全面迈入净值化管理时代。根据《中国银行业理财市场年度报告（2024 年）》数据显示，截至 2024 年末，净值型理财产品存续规模 29.5 万亿元，占比为 98.5%较年初增加 1.57%。银行理财行业转型五年成效

显现，净值化转型基本完成，理财行业的运行更加规范。

展望未来，银行理财市场发展韧性有望持续增强。2025年全球与国内经济金融环境依然存在较大的不确定性，市场波动或将成为常态，但在行业规范化、投资者理性化、产品多元化与风控能力提升的共同作用下，银行理财市场的韧性有望持续增强，规模有望持续增长。

一是投研风控能力更加扎实。随着银行理财净值化管理的深入推进，投资端的市场适应能力和抗风险能力逐步提升，资产配置结构趋向更加多元与合理，为理财业务抵御市场波动提供了有力支撑。此外，随着银行理财行业监管政策的持续完善，风险管理体系的全面升级，以及科技赋能带来的风控技术进步，将进一步提升银行理财在复杂环境下的稳定运行能力。

二是客户理解持续强化。经历几轮赎回潮后，银行理财投资者对产品净值化的接受程度持续提升，风险意识与长期投资理念不断增强，有利于缓释短期市场波动对业务的冲击。同时，理财公司代销渠道的快速扩展，使得理财产品能够触及更广泛的投资者群体，进而对理财规模增长形成强有力的推动。

三是低利率环境下稳健收益特征彰显。相比存款，银行理财产品能够提供相对稳定且较高的收益，同时具有较好的风险控制能力，成为投资者在低利率环境下的优选。随着理财子公司业务能力的持续提升，行业将在投资管理、资产配

置、客户服务等方面建立起更加成熟的管理框架，成为客户“低波稳健”投资的首选，理财市场的长期稳健发展基础将持续夯实。

（二）竞争格局愈发激烈

当前，我国银行理财市场已迈入以“能力竞争、生态构建、客户深耕”为主要特征的新阶段，市场产品类型日益丰富、客户需求更加多元，促使理财行业整体竞争格局迅速演变。银行理财正从“以规模为王”向“以能力取胜”深度转型。

大资管行业的参与主体多元化。自资管新规落地以来，公募基金凭借灵活的产品机制和丰富的权益类投研经验迅速扩大市场影响力，成为大资管行业中的有力竞争者。截至2024年末，银行理财市场存续规模29.95万亿元，较年初增长11.75%，公募基金总规模达到32.83万亿元，较年初增长18.95%，公募基金仍是银行理财的重要竞争者。此外，部分券商资管、头部保险资管公司也在提升主动管理能力方面发力，在养老理财、年金管理、长期组合配置等领域与银行理财展开直接竞争。蚂蚁财富、天天基金、理财魔方等第三方平台依托流量优势和客户运营能力，成为资产配置生态的重要组成部分。

理财行业面临产品、渠道、服务和品牌四大维度的全面竞争。监管部门对理财牌照发放持谨慎态度，更加注重机构的综合实力，大型银行理财子公司凭借雄厚的资本和资源优

势，进一步巩固市场地位；而中小银行理财业务面临巨大挑战，部分未持牌中小银行选择转型为代销机构。理财市场已从早期的渠道为王、产品为主导的“粗放式竞争”，逐步进入以客户价值、能力体系、生态协同为核心的“精细化竞争”时代。产品层面，理财公司正逐步拓展权益类、商品类、REITs等新型产品体系，提升产品的策略深度与周期适应性；渠道层面，在传统母行渠道基础上，越来越多理财公司积极布局行外合作，实现渠道多元化；服务方面，理财公司从“被动销售”向“主动陪伴”转变，积极提升客户体验；品牌层面，理财公司加强统一视觉识别、品牌传播、内容输出，通过塑造“专业可信赖”的品牌形象争取高净值客户群体。

（三）地方性资产或将迎来配置机遇

在国家“强信心、促发展、稳增长”的政策导向下，地方经济振兴与高质量发展成为未来宏观战略重心。理财资金作为连接“居民财富”和“实体融资”之间的桥梁，在地方经济中的作用日益显著。随着地方政府专项债、城投平台治理、产业转型升级等政策持续推进，地方性资产（尤其是城投债、REITs等）或将迎来配置价值的重估与实践机遇。银行理财应积极响应政策号召，在风险可控的前提下，深度挖掘地方资产配置价值，既提升资产端回报，也服务地方经济发展。

首先，国家政策持续释放地方资产投资积极信号。近年来，财政部、金融监管总局等部委多次提出“合理引导金融

资源向地方基础设施、绿色产业、中小企业等领域配置”，理财资金在支持地方经济建设中扮演越来越重要的角色。2023年多个城市公募REITs试点成功发行，理财公司作为基石投资者积极参与，展现了对地方优质基础设施资产的配置认可。此外，在地方政府债务化解的背景下，一批治理良好、经营稳定、债务结构优化的地方投融资平台将重新获得资本市场青睐，成为理财资金可投、可持、可退出的资产池。

其次，地方性资产具备一定的收益洼地特征，有望提升理财产品综合收益水平。在当前低利率环境下，理财产品面临“资产荒”与“收益焦虑”双重挑战，而部分地方债券、城投类资产仍能提供较高票息与较强稳定性。尤其是在省会城市、副省级城市、经济强县等区域，一些平台公司资产质量良好、财政支持充分，违约风险较低、流动性适中，具备成为中高评级固收资产配置补充的条件。通过对地方经济基本面、财政实力、债务结构、融资政策等指标进行深入研究，理财公司可识别出一批具备“信用溢价+安全边际”的区域资产，从而在保证净值波动可控的前提下，增强产品收益竞争力。

最后，中小银行逐步退出理财发行市场后，弱资质地区债券承接力度减弱，理财公司可顺势加大对地方政府专项债、优质城投债的投资，在控制风险的前提下，提升资产收益。地方性资产在当前与未来一段时期，既是资产端重要的收益来源，也承载着理财公司服务实体、赋能区域、参与高质量

发展的政策使命。银行理财应在强化尽职调查与风险控制的基础上，积极探索地方资产投研、投资、管理、退出的全链条解决方案，为客户提供“稳健收益+实体价值”兼顾的优质资产，为理财行业发展拓展新蓝海。

（四）产品创新与投研能力强化，持续服务实体经济

产品创新与投研能力进一步增强。一方面，银行理财产品结构将持续优化，权益类、另类投资、绿色金融、养老金融、跨境投资等多类新兴产品将不断丰富，满足不同客户的多样化配置需求。理财子公司将依托自身投研优势，探索多资产、多策略、多风格的产品设计，打造具备差异化竞争力的产品体系。另一方面，投研能力建设将成为核心竞争力，银行理财将持续整合集团、自身、外部机构的投研资源，进一步加强宏观研究、行业研究、市场分析和投资策略开发，构建覆盖多市场、多资产、多策略的大类资产配置体系。同时将投研能力与科技深度融合，运用大数据、人工智能、机器学习等先进技术，推动资产配置更加科学化、智能化，提升理财产品市场竞争力。

积极响应国家政策号召，更好实现理财资金与实体经济融资需求的对接。展望未来，银行理财将持续提升对实体经济支持的精准度和覆盖面，探索绿色金融、普惠金融、养老金融等重点领域的科技服务模式，助力实体企业与个人客户的多元化金融需求，实现科技与业务的深度融合，为经济高质量发展提供坚实的金融支撑。

专题研究：落实养老金融服务的探索与实践

一、老龄化时代背景

我国人口老龄化呈现速度快、规模大、程度深等显著特征，已从深度老龄化向超老龄化阶段快速演进。人口结构面临“高龄化加速、抚养比攀升、少子化加剧”三重挑战，区域间呈现梯度差异，城乡养老资源配置与老龄化进程严重失衡。经济领域“未富先老”特征显著，社会保障体系承受代际转移压力与劳动力供给收缩的双重冲击，现收现付制养老金体系可持续性承压，多层次养老保障结构亟待优化。未来需统筹应对人口结构转型与经济高质量发展，强化制度创新与资源整合，以系统性举措化解老龄化带来的多重挑战。

（一）我国老龄化进程呈现规模基数大、加速演进的显著特征

我国已进入深老化社会，预计 2030 年迈入超老化社会。根据联合国人口老龄化划分标准，当 65 岁及以上人口占总人口比例达到 7%、14% 和 20% 时，分别标志着该国家进入老龄化社会、深度老龄化社会和超级老龄化社会。我国发展历程显示，2000 年我国 65 岁及以上人口比重首次达到 7%，正式步入老龄化社会；至 2021 年该比例突破 14%，标志着我国进入深度老龄化社会阶段。最新统计数据显示，截至 2024 年底，全国 65 岁及以上老年人口规模已达 2.2 亿，占总人口比重攀升至 15.6%，显著超越联合国界定的深度老龄化社会标准。基于统计局统计的历年人口数预测我国将在 2030

年迈入超老龄化社会。

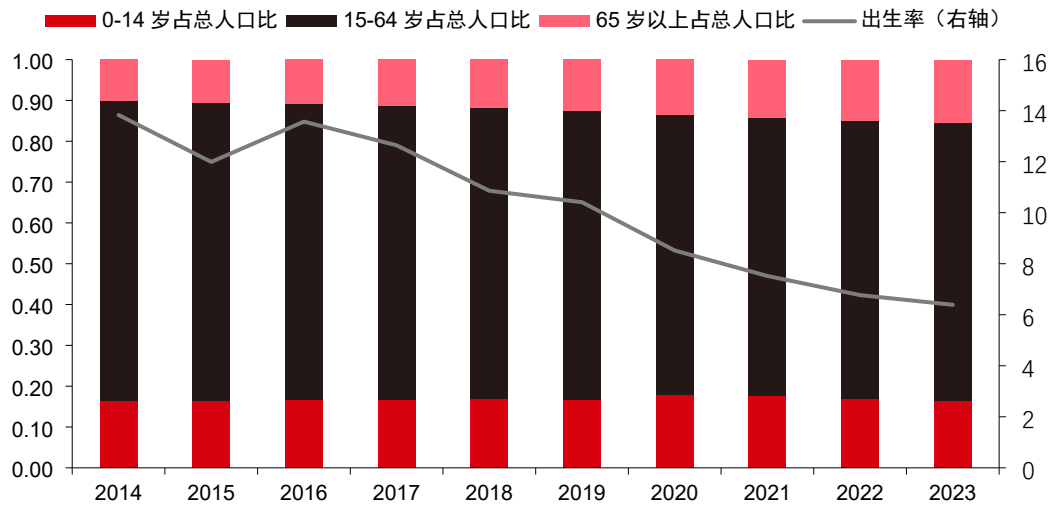
基于庞大的人口基数，中国老年人口规模在全球范围内居于首位。最新数据表明，到 2024 年，中国 65 岁以上老年人数已经超 2.2 亿，这一数字占世界同龄人口的超过四分之一，也就是说，世界上每四位老人里就有一位是中国人。未来三十年，随着人口结构的变化，预计到本世纪中叶，我国老年人口将增长到近 4 亿，虽然在全球老年人口中的占比可能略有下降，但仍将保持在 24% 上下。值得注意的是，在此期间，我国人口年龄构成将发生深刻转变，65 岁及以上群体占总人口的比例将达到历史最高点，接近 30%，这充分反映出我国老龄化进程正在不断加快。

从人口老龄化进程来看，我国呈现出加速发展的显著特征。数据显示，2001-2010 年间，我国 65 岁及以上老年人口占总人口比重年均增幅为 0.2 个百分点；而 2011-2024 年间该指标年均增幅提升至 0.5 个百分点，增速显著加快。值得注意的是，1962-1975 年期间出生的“婴儿潮”群体（规模约 3.6 亿人）即将步入退休阶段，由此形成的“退休潮”效应，将在未来三十余年持续推动我国人口老龄化程度向纵深发展。

国际比较研究显示，我国人口结构转型速度显著快于其他主要国家。从老龄化社会（7%）到深度老龄化社会（14%）的演进过程中，法国历时 126 年，德国 40 年，日本 24 年，而我国仅用约 21 年；从深度老龄化向超级老龄化（20%）过

渡阶段，德国耗时 36 年，法国 28 年，日本约 11 年，预计我国仅需约 10 年即可完成这一转变进程。这一时间跨度的国际对比，凸显出我国应对人口老龄化挑战的紧迫性。

图 7：我国人口结构凸显老龄化特点



资料来源：国家统计局

（二）我国人口结构“三高”特征凸显：高龄化、高抚养比、高少子化水平

一是高龄化趋势加速。统计数据显示，2023 年我国 80 岁及以上高龄人口占抽样总人口比重达 2.89%，据此测算总量约 4000 万人。2018-2023 年间该群体年均增速达 7%，若延续此趋势，预计至 2050 年前后，我国高龄人口规模将突破 1.5 亿。

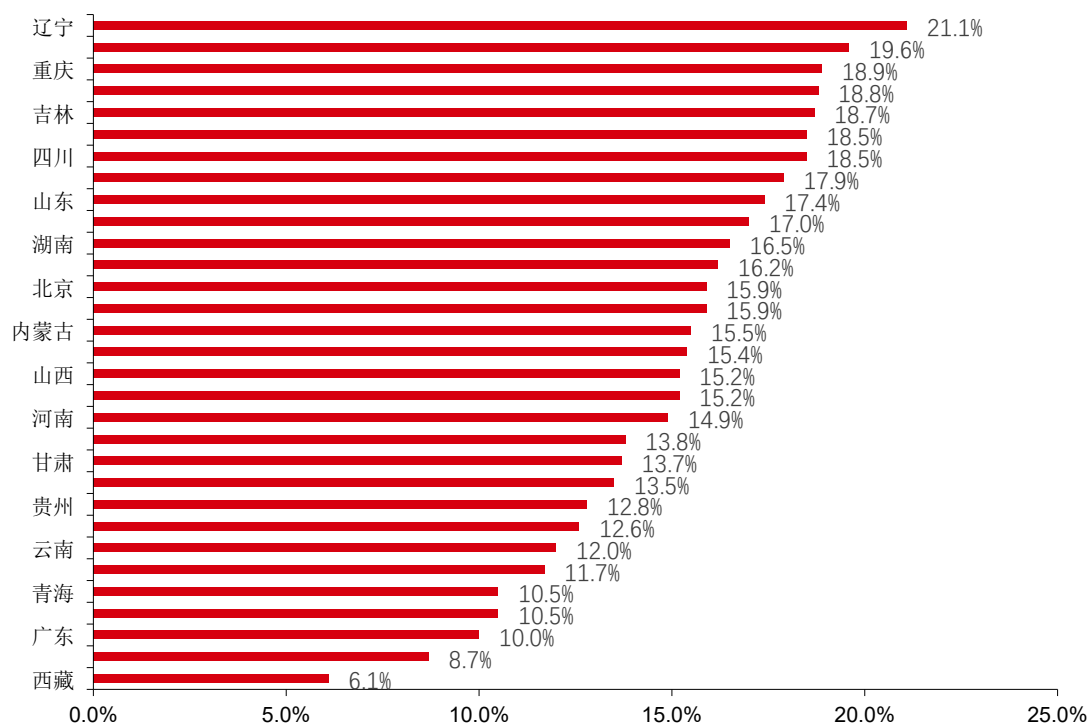
二是抚养比结构性矛盾突出。老年抚养比自 2000 年的 9.92%持续攀升至 2023 年的 22.57%，意味着当前劳动力人口抚养负担显著加重，平均每 5 名劳动年龄人口需承担 1 名老年人的赡养责任，且这一比例仍呈扩大态势。

三是少子化与低生育率叠加共振。人口老龄化的根本动因源于生育率长期低于更替水平。自 1992 年我国总和生育率首度跌破世代更替标准值 2.1（当年为 1.98）后，1995 年至今持续低位徘徊于 1.6-1.7 区间。据国家统计局最新监测，2024 年总和生育率进一步下降至 1.03，远低于人口可持续发展阈值。低生育率将系统性引发三大连锁效应：新生人口规模萎缩导致总人口增长趋缓，劳动年龄人口比重加速下降，老年人口占比被动抬升，最终形成“低生育-老龄化”的闭环压力。当前这一结构性矛盾已对我国人口长期均衡发展构成严峻挑战。

（三）我国人口老龄化区域差异和城乡差异显著

从区域分布特征看，我国人口老龄化呈现显著空间分异，其中东北、川渝和上海地区老龄化明显。根据《中国统计年鉴 2024》数据，全国 31 个省级行政区（不含港澳台）的老龄化程度可分为四类：西藏是唯一年轻型地区（65 岁及以上人口占比<7%）；新疆、广东、青海等 11 个省份处于初步老龄化阶段（7%-14%）；河南、山西、陕西等 5 省属于中度老龄化（超过 14%但低于全国均值）；而北京、安徽、河北等 14 省已进入深度老龄化（超过全国均值），其中辽宁（21.1%）率先达到超级老龄化标准（ $\geq 20\%$ ），上海（19.6%）、重庆（18.9%）、黑龙江（18.8%）、吉林（18.7%）和四川（18.5%）也接近这一门槛，反映出区域间老龄化进程的不均衡性。

图 8：我国 31 省份 65 岁以上人口占比情况



资料来源：国家统计局

从城乡结构分析，我国人口老龄化呈现显著梯度差异，农村地区老龄化进程明显快于城镇。第七次全国人口普查数据显示，2020 年我国农村地区 60 岁及以上、65 岁及以上人口占比分别达到 23.81% 和 17.72%，较城镇地区高出 7.99 和 6.61 个百分点。纵向对比显示，过去十年间城乡老龄化差距呈加速扩大态势：2010 年城乡 60 岁及以上、65 岁及以上人口占比差距分别为 3.19 和 2.26 个百分点，至 2020 年差距已扩大至当前水平，表明农村地区老龄化增速较城镇快约 2.5 倍。

更为突出的是，在老龄化进程与资源配置之间形成结构

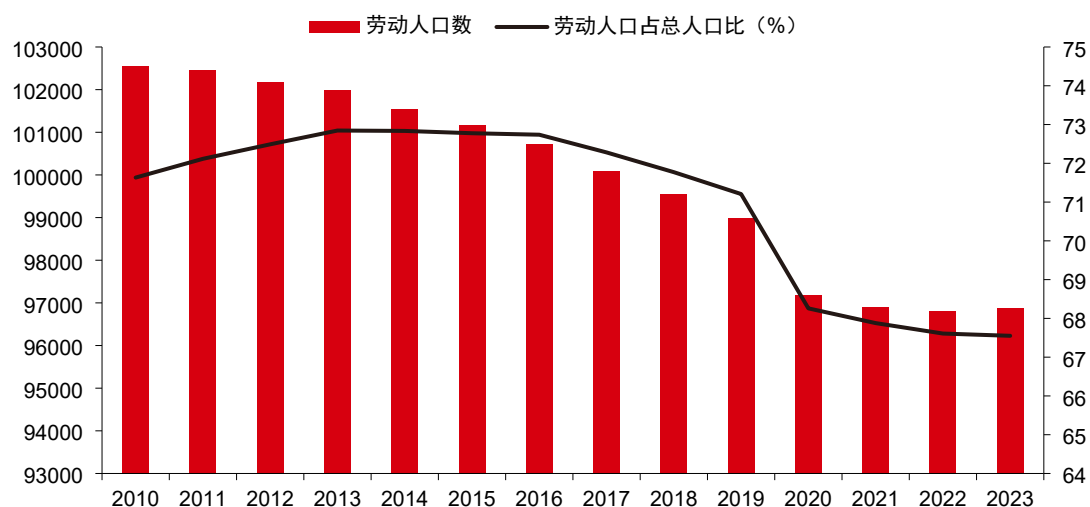
性矛盾。当前城乡养老服务体系呈现“倒金字塔”特征，占老年人口总量 65%的农村地区仅享有不足 30%的养老服务资源。随着新型城镇化推进过程中大规模年轻人口向城镇迁移，叠加人口老龄化与社会转型多重压力，农村地区面临着“未富先老”“未备先老”的双重困境，养老服务供给不足、基础设施薄弱、社会保障覆盖有限等问题亟待系统性破解。这一结构性矛盾已成为我国积极应对人口老龄化国家战略实施的重点攻坚领域。

（四）“未富先老”国情凸显，社会保障体系面临持续压力

我国人口老龄化呈现“加速度、低经济承载力”的显著特征。国际比较显示，发达国家步入老龄化社会时人均 GDP 普遍达 5000-10000 美元，而我国 2000 年进入老龄化阶段时人均 GDP 仅 959 美元（现价美元），不足日本同期水平的 25%。尽管 2021 年人均 GDP 提升至 12614 美元，但仍有近 30% 的老年群体处于低收入状态，“经济基础薄弱与老龄化加速”的结构性矛盾持续深化。

人口结构逆转加剧制度失衡，15-64 岁劳动年龄人口占比从 2011 年峰值 74.5%持续降至 2023 年 68.3%，绝对数量自 2014 年 10.1 亿峰值连续 9 年递减至 9.6 亿。劳动力供给规模收缩与老龄化加速形成“剪刀差”，直接加剧养老金收支平衡压力，双重压力叠加冲击养老保障体系。

图 9：近年来我国劳动人口明显缩减



资料来源：国家统计局

二、三支柱体系存在较大结构性调整空间。第一支柱（基本养老保险和社保基金）占比超 65%，承担主体保障责任；第二支柱（企业年金）覆盖人群仅 3000 万；第三支柱（个人养老金）虽开户超 7200 万户（2024 年底）、但实际缴存率仅 30%。与此同时，养老金替代率从 2000 年 71.6% 降至 2021 年 43.6%，低于国际劳工组织 55% 的基准线。

这一特殊国情要求加快构建“基础保障充分、市场补充有效、个人储备积极”的多层次养老保障体系，通过制度创新破解“未富先老”困局。

二、政策框架与监管导向

为积极应对人口老龄化趋势，完善多层次、多支柱的养老保障体系，我国不断深化养老金融政策与监管体系建设，逐步形成了涵盖基本养老金、企业年金与职业年金、个人养

老金及商业养老保险等领域的政策框架。

在第一支柱基本养老金方面，国家通过《基本养老保险基金投资管理办法》和《社保基金投资管理办法》等法规，明确了基本养老保险基金和社保基金的投资范围与比例限制，强调以套期保值为首要目标，并适度加大权益类投资比重，兼顾支持资本市场发展与确保基金安全稳健运营。第二支柱企业年金与职业年金体系经历了持续完善，从早期试点到现行《企业年金办法》《职业年金基金管理暂行办法》等政策出台，逐步确立了运作规范、税收优惠及投资运作机制，提升了补充养老保障水平。第三支柱个人养老金和商业养老保险体系近年来也取得显著进展，特别是通过《关于推动个人养老金发展的意见》和《个人养老金实施办法》等政策，建立了个人账户制，实施税收递延激励，推动了个人养老金全国推广，并丰富了商业养老保险产品供给。

同时，养老产业金融和养老服务金融政策不断强化对养老服务体系建设的支持力度，通过信贷支持、保险保障、资本市场融资等多种方式，引导金融资源服务银发经济发展。针对金融领域潜在风险，未来监管导向将着力于统一监管标准、加强信息披露、完善风险防控机制等措施，推动养老金融朝着规范化、智能化、融合化、全球化方向持续演进，致力于打造安全、普惠、可持续的养老金融生态体系。

（一）基本养老金相关政策梳理

根据国务院 2015 年发布的《基本养老保险基金投资管

理办法》（以下简称《基本养老金管理办法》），养老基金限于境内投资，投资范围包括：银行存款，中央银行票据，同业存单；国债，政策性、开发性银行债券，信用等级在投资级以上的金融债、企业（公司）债、地方政府债券、可转换债（含分离交易可转换债）、短期融资券、中期票据、资产支持证券，债券回购；养老金产品，上市流通的证券投资基金，股票，股权，股指期货，国债期货。

整体上，《基本养老金管理办法》要求基本养老保险基金的资产配置更多偏向于偏债类标的。《基本养老金管理办法》对基本养老基金的投资比例做出一系列规定，总体要求基本养老基金以套期保值为首要投资目标，并规定了投资活期存款等低风险、高流动性的货币型资产的最低比例（基金资产净值的 5%），以及固收类产品、权益类产品的投资上限（基金资产净值的 135%、30%）。

“第一支柱”的战略储备基金——社保基金采取直接投资与委托投资相结合的方式开展投资运作。根据 2023 年 12 月 6 日最新修订的《社保基金投资管理办法》，资产配置方面，在基本养老金允许的投资范围基础上，增加了公司债、非金融企业债务融资工具、养老金产品等投资范围，并适当增加套期保值工具，具体包括股指期货、国债期货、股指期权等。

《社保基金投资管理办法》对社保基金的投资比例限制有一定放宽，并向权益市场倾斜。办法规定，社保基金投资

存款、国债等低风险利率资产的投资比例下限由 50%降低到了 40%；将信用债、资产证券化产品、固收类资管产品合并计算，投资比例合计不高于 20%；将含权益类的基金、REITs 与股票等合并计算，比例不超过 40%，实际上放宽了对股票类资产的投资比例限制，参照美国养老金入市对美股的提振作用，此举有利于促进我国资本市场长期健康发展。此外，办法放松了对 REITs 和一级市场股权基金的投资限制，有利于社保基金更多支持实体经济发展，同时赚取更多资本收益。

（二）企业年金、职业年金相关政策梳理

企业年金政策已进入调整与完善阶段。2011 年，人社部等部门联合发布的《企业年金基金管理办法》，对企业年金的运作主体及职责、基金管理、收益分配等问题做出了详细规定。2013 年，财政部、人社部、国家税务总局（以下简称税务总局）联合颁发《关于企业年金、职业年金个人所得税有关问题的通知》，促成了我国实施企业年金个人所得税递延纳税政策的出台，促使我国企业年金制度税收体系更加完善，为制度日后的进一步发展提供了新的方向。2017 年，基于社会保障制度的日益健全及资本市场的持续完善，人社部、财政部联合印发了《企业年金办法》，对 2004 年推行的《企业年金试行办法》中的部分内容予以修订，进一步丰富和完善了企业年金制度体系。此阶段，企业年金制度的建设取得了显著成效，相关政策较之前也得到了更好的完善，但依然需要根据运行状况不断修正，与时俱进。

职业年金发展时间不足 10 年，因此尚处于初级阶段。2015 年 1 月，国务院颁布《关于机关事业单位工作人员养老保险制度改革的决定》（国发〔2015〕2 号），正式决定对机关事业单位基本养老保险制度进行改革。同年 4 月，国务院办公厅发布了《机关事业单位职业年金办法》（国办发〔2015〕18 号），明确了职业年金的制度安排。2016 年 9 月，人社部发布《职业年金基金管理暂行办法》（人社部发〔2016〕92 号），细化了职业年金基金的管理运营机制。2020 年 12 月，人社部颁布《关于调整年金基金投资范围的通知》（人社部发〔2020〕95 号），进一步调整了基金的投资比例和投资市场。

表 8：有关企业年金的政策梳理

时间	机构	政策	内容
1991 年 6 月	国务院	《关于企业职工养老保险制度改革的决定》	明确“建立多层次养老保险体系”的目标。
1995 年 12 月	劳动部	《关于建立企业补充养老保险制度的意见》	对企业补充养老保险制度的基本框架作了初步规范，并就企业补充养老保险制度建立的基本条件与实施范围予以明确说明。
2000 年 12 月	国务院	《关于完善城镇社会保障体系的试点方案》	倡议运营条件较好的企业先行为职工构建企业年金制度，并采取市场化运营的管理方式。正式将企业补充养老保险制度更名为企业年金制度。
2004 年 4 月	劳动和社会保障部	《企业年金试行办法》和《企业年金基金管理试行办法》	在组织管理及基金运营等诸多方面实现了制度保障，标志着我国的企业年金制度正式由探索阶段转向全面推行时期。
2011 年 2 月	劳动和社会保障部	《企业年金基金管理办法》	对企业年金的运作主体及职责、基金管理、收益分配等问题做出了详细规定。
2013 年 12 月	财政部、人社部和税务总局	《关于企业年金、职业年金个人所得税有关问题的通知》	促成了我国实施企业年金个人所得税递延纳税政策的出台，促使我国企业年金制度税收体系更加完善。
2017 年 12 月	人社部、财政部	《企业年金办法》	对 2004 年推行的《企业年金试行办法》中的部分内容予以修订，进一步丰富和完善了企业年金制度体系。

资料来源：国务院，劳动部，劳动和社会保障部，财政部，人社部，税务总局

表 9：有关职业年金的政策梳理

时间	机构	政策	意义
2015 年 1 月	国务院	《关于机关事业单位工作人员养老保险制度改革的决定》	正式决定对机关事业单位基本养老保险制度进行改革。
2015 年 4 月	国务院	《机关事业单位职业年金办法》	明确了职业年金的制度安排。
2016 年 9 月	人社部	《职业年金基金管理暂行办法》	细化了职业年金基金的管理运营机制。
2020 年 12 月	人社部	《关于调整年金基金投资范围的通知》	进一步调整了基金的投资比例和投资市场。

资料来源：国务院，人社部

（三）个人养老金相关政策梳理

我国个人养老金的相关政策起步较晚。2018 年，上海市、福建省和苏州工业园区等地就开展了税延型养老保险的试点工作，标志着我国个人养老金制度的初步尝试，旨在鼓励居民为退休后生活积累更多资金。尽管试点结果并未达到预期效果，但为全国范围内的个人养老金推广积累了宝贵经验。2022 年 4 月，国务院办公厅发布《关于推动个人养老金发展的意见》，正式提出要建立个人养老金制度，实施个人账户制，并鼓励市场化运营。意见的出台标志着我国个人养老金制度进入了规范化、制度化的发展阶段。随后的《个人养老金实施办法》进一步明确了个人养老金的实施细节，包括参保对象、缴费标准、投资管理、税收优惠等。2024 年，《关于全面实施个人养老金制度的通知》将个人养老金制度从 36 个先行城市（地区）推开至全国。此外，财政部、金融监管总局等部门也出台了相关配套政策，规范商业保险、基金、

理财等金融机构开展个人养老金业务，为居民提供多样化的投资选择。

个人养老金的税收优惠政策是制度的关键组成部分。2022 年，国务院明确提出税延型养老保险的实施模式，即在缴费和投资阶段免税，而在领取阶段征税（EET 模式）。这一政策旨在通过税收激励，鼓励居民更多地参与到个人养老金的积累中。根据《个人养老金实施办法》规定，每年个人缴纳的养老金不超过 12000 元可以享受税前扣除，投资收益部分也暂时免征个人所得税，只有在领取时按照 3% 的税率征税。这一政策的出台，推动了个人养老金的积极发展。

（四）商业养老保险相关政策梳理

2000 年代初，国内对商业养老保险的认识逐步深入，政府初步出台了一些政策，鼓励居民购买商业养老保险。2004 年，《中华人民共和国保险法》中首次明确了商业养老保险的概念，为商业养老保险产品的推出和发展奠定了法律基础。2010 年以后，随着我国经济发展和老龄化加剧，政府开始加大对商业养老保险的支持力度。2014 年，国务院发布《关于加快发展养老服务业的若干意见》，明确提出要加快发展商业养老保险，支持保险公司开发与老龄化社会需求相适应的养老保险产品。此时，商业养老保险的产品形式开始多样化，主要包括年金保险、终身寿险等。2016 年，《国务院办公厅关于加快发展商业养老保险的若干意见》进一步提出发展商业养老保险的具体措施，提出通过税收优惠政策，鼓励企业

和个人参与补充养老保险。此时，商业养老保险不再仅仅依赖于居民自愿购买，而是通过税收递延政策等激励措施来吸引更多的投保人加入。2021 年，《国务院办公厅关于推动个人养老金发展的意见》正式发布，标志着个人养老金制度的正式启动，是我国商业养老保险制度的重大进展，推动了个人养老金与商业养老保险的结合，进一步丰富了养老金融产品。

（五）养老产业金融政策和养老服务金融政策梳理

养老产业金融和养老服务金融作为支持养老服务体系建设的重要力量，受到政策层面的高度重视。“十三五”规划以来，国家明确提出要大力发展养老产业，并通过一系列政策文件推动金融资源向养老领域倾斜。2016 年，《国务院办公厅关于全面放开养老服务市场提升养老服务质量的若干意见》明确指出，要创新金融支持方式，鼓励商业银行、保险机构、投资基金等加大对养老产业的金融投入。2019 年，人民银行公布的《关于金融支持养老服务业发展的指导意见》进一步细化了支持方向，提出拓展融资渠道、创新金融产品、完善风险防控机制等具体举措，推动形成多层次、多样化的养老金融服务体系。2024 年 12 月人民银行等九部门联合印发《关于金融支持中国式养老事业 服务银发经济高质量发展的指导意见》，2025 年 2 月中国证券监督管理委员会（以下简称证监会）印发《关于资本市场做好金融“五篇大文章”的实施意见》，都着力于加强对养老产业的融资支持和风险

保障、提升老年群体金融服务水平。

1. 养老产业金融相关政策梳理

在贷款支持方面，国家开发银行、农业发展银行等政策性金融机构设立专项贷款计划，针对养老机构建设、养老社区开发等项目给予优惠融资。在资本市场层面，鼓励养老企业通过发行债券、上市融资等方式筹集资金，部分地区还探索设立专门的养老产业投资基金，如北京市设立的“养老产业发展基金”，旨在引导社会资本投入养老服务业。在保险制度方面，政策鼓励发展长期护理保险试点，以保险资金支持长期照护服务体系建设，同时拓展养老保险产品供给，推动商业养老保险与养老产业融合发展。此外，金融监管部门也加强了养老产业金融领域的风险防控，要求金融机构合理评估养老项目的商业可行性和长期偿还能力，防止信贷资源盲目进入、形成潜在金融风险。

2. 养老服务金融相关政策梳理

在制度建设方面，养老服务金融体系逐渐形成了覆盖贷款、保险、投资、支付等多个层面的支持机制。在信贷政策上，鼓励商业银行和政策性银行设立养老服务专项贷款产品，对养老机构建设、运营以及智慧养老、康养结合等项目提供中长期融资支持，同时适度放宽抵押物范围，降低准入门槛。在保险服务领域，政策推动商业保险公司开发适配养老服务需求的保险产品，包括长期护理保险、老年意外伤害保险、养老责任保险等，部分地区率先试点将护理保险纳入社会保

障体系，探索多层次护理保障模式。在资本市场方面，政策引导养老服务企业通过发行养老专项债、ABS 等方式融资，探索 REITs 在养老服务设施领域的应用，提升养老服务资产的流动性与融资便利性。在支付体系建设上，金融政策支持通过移动支付、智慧支付等手段便利老年人获取金融与养老服务，推动养老机构与金融机构合作开展养老账户、养老金发放、护理费用支付等综合金融服务，提升养老服务的金融可及性和便利性。

未来，随着老龄化程度加深和养老需求多样化，养老服务金融将更多地融入大健康、大数据、智慧养老等新兴领域，政策也将持续引导金融创新与服务模式升级，支持构建普惠可持续、功能完备的养老服务金融体系。

（六）养老金融未来监管导向展望

未来我国养老金融监管将朝着“规范性、安全性、普惠性、可持续性、智能性”等方向发展，未来监管导向可能聚焦在以下方向：

构建统一监管标准体系。我国养老金融的监管体系目前涉及多个部门，如人社部、财政部、金融监管总局等。由于多部门监管的分散性和重叠性，现行的监管体系容易产生监管漏洞，影响监管效果。为了提升监管效率，未来将考虑对养老金融市场进行统一监管，建立跨部门的协调机制。定期披露资产配置、收益情况及风险指标，及时发现和应对市场中的潜在风险，确保养老金融市场的稳健发展，促进多层次

养老金融体系协同发展。

优化养老金融风险防控机制，保障资金安全。首先，在养老机构融资方面进一步规范化，加强源头治理能力、存量摸排排查能力，完善逐级风险管控工作。严格准入与退出机制，优化养老金融产品的准入门槛、规范机构资质、建立风险预警和有序退出机制。其次，加强对养老金融资金投向的穿透管理，确保资金使用与养老金融属性相匹配。再次，实现信息披露透明化，对养老金融机构在产品风险、费用、收益分配等信息披露要求进一步优化。

加速落实以老年人金融消费权益保护为主的监管改革。一方面，涉及养老金融服务机制、产品研发机制、信贷审批机制和风险控制机制的规范性和标准化文件有望加速配套出台；另一方面，执法体系将持续完善，严防出现网络传销、非法集资等金融诈骗事件。随着养老金融市场的不断发展，政府未来将加强对金融机构的行为监管，确保其在开发养老金融产品时能够遵循公平、透明的原则，防止因过度追求短期利益而忽视老年人群体的实际需求。

监管部门推动普惠金融发展，持续扩大养老金融服务范围。一方面可以考虑通过税收递延、财政补贴等方式鼓励中低收入群体参与；另一方面优化养老金融产品分层设计，引导机构开发差异化产品（比如：不同起投门槛、灵活缴费机制的养老金融产品），从而实现对不同收入群体更精准的覆盖；最后，监管也可引导探索更为适应非正规就业者的养老

金融方案，加大对农村群体以及灵活就业人群的覆盖。

促进养老金融产品长期可持续发展。制定长期考核机制，对养老金融产品设置长期考核目标；同时，实现 ESG 投资引导，鼓励养老资金投向绿色、社会责任等领域，兼顾长期收益与社会价值。

完善养老金融消费者权益保护机制的建设。可以考虑如下方面：一是完善养老金融产品销售适当性管理机制，严格评估投资者风险承受能力，禁止向老年人推销高风险产品；二是建立纠纷解决机制，畅通快速投诉处理和司法救济的途径通道；三是加大金融教育力度，普及养老金融知识，提升公众对养老金融的长期规划意识。

科技赋能与创新监管。大数据时代为科技赋能监管提供了更多的机遇，一方面有更大的可能实现“智能风控”，利用大数据、AI 监测资金流动和异常交易情况；二是在可控范围内试点养老金融创新产品，平衡创新与风险；三是社保、税务、金融机构等之间数据互联互通、跨部门数据共享成为可能，提升监管效率。

三、银行理财参与养老金融发展历程

我国银行理财业务参与养老金融发展，紧扣完善多层次、多支柱养老保障体系的战略部署，历经探索起步、规模扩张、规范转型与深化创新等阶段，逐步形成了以专业化理财子公司为主体、净值化管理为核心、养老理财产品为抓手的业务体系。从早期以传统代销和短期理财为主的基础参与，逐步

演进至设立理财子公司推进风险隔离与长期化运作，并通过养老理财产品试点探索资产配置、流动性管理与投资者适配机制的有效路径。近年来，随着个人养老金制度落地及第三支柱建设提速，银行理财业务加快由数量增长向质量提升转变，资产管理专业能力、产品体系多样化水平和风险防控机制不断优化。整体上，银行理财已成为拓展养老金第三支柱供给的重要力量，对促进居民养老财富积累、完善养老金融服务体系、助力银发经济高质量发展发挥了积极作用。

（一）初步探索阶段（2000 年代中期至 2010 年代初期）

我国商业银行理财业务起步于本世纪初。2003 年，中国光大银行发行了国内首只银行理财产品，标志着银行资产管理业务探索的起点。在初步探索期内，银行理财产品以短期、保证收益型为主，产品规模较小，资产配置策略相对保守，主要满足居民稳健型财富管理需求。

养老金融概念在当时尚处于萌芽阶段，随着人口老龄化趋势逐步加剧，商业银行开始关注老年客户群体的金融服务需求。该阶段银行主要通过提供定期存款、代销养老保险、养老基金等方式，间接参与养老金融服务体系建设，尚未形成专门针对养老需求的理财产品体系。

总体来看，初步探索期内，银行理财业务为后续深度参与养老金融领域奠定了初步的产品基础、客户基础和制度基础。随着人口结构变化压力逐渐显现，金融市场对养老资金长期管理的需求初步显现，银行理财在养老金融领域的潜在

作用开始受到行业广泛关注。

（二）快速发展阶段（2010 年代初期至 2018 年）

2010 年前后，随着宏观经济持续增长、居民财富积累加速以及资产管理需求不断上升，银行理财业务步入快速发展期。理财产品种类日益丰富，投资期限灵活，预期收益率整体优于同期存款利率，迅速成为居民财富配置的重要渠道。据统计，截至 2018 年年初，全国银行理财市场存量规模达 29.54 万亿元，面向个人投资者发行的一般个人类、高资产净值类与私人银行类等理财产品存续余额占全部理财产品存续余额的 67%，反映出理财业务在前期数年中的快速扩张态势。

在养老金融领域，商业银行开始有意识地将理财业务与居民长期养老资金需求结合。例如，部分银行尝试推出中长期理财产品，宣传其作为养老金补充储备的重要工具；同时，在产品设计中引入持有期奖励机制，初步引导投资者形成长期投资理念。

然而，从整体市场特征看，该时期银行理财产品仍以中短期、刚性兑付产品为主，产品结构尚未完全契合养老金资金长期性、安全性、稳定性需求。资产配置以固定收益类资产为主，权益类投资占比偏低，流动性管理与生命周期资产配置体系尚不完善。

在监管方面，国家层面提出建设多层次养老保障体系目

标，鼓励金融机构丰富养老金融产品供给。中国银行业监督管理委员会（现职能已整合入金融监管总局）、证监会等监管机构同步加快资管业务制度设计，酝酿打破刚性兑付、推动理财净值化管理的政策框架。

总体来看，快速发展期内，银行理财业务在规模、客户基础和产品供给能力上实现了跨越式发展，为后续养老金融业务转型积累了经验和资源，但同时也埋下了风险累积、产品错配、流动性压力等结构性问题，亟须通过规范化改革予以解决。

（三）规范转型阶段（2018 年至 2020 年）

2018 年，《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（以下简称“资管新规”）正式发布，标志着我国资管行业由粗放式增长向规范化、专业化发展的根本转变。资管新规明确提出打破理财产品刚性兑付，推行净值化管理，强化穿透式监管，并要求商业银行设立独立法人性质的理财子公司，承接原有理财业务，实行风险隔离与独立核算。在政策引导下，银行理财业务开启规范转型期。自 2019 年起，工商银行、建设银行等大型银行陆续获批设立理财子公司，实现业务主体与母行的隔离。根据统计数据，2019 年全年共有 15 家中资银行理财子公司获批筹建，其中 10 家于当年实现开业运营，至 2021 年底，全国已有超过 20 家银行理财子公司正式投入运作。理财子公司具备更高的资产管理专业化水平，能够在净值化管理框架下，开发中长期理财产品，提升资产

配置多样性，推动理财资金向长期限、稳健型资产转移，为养老理财业务发展奠定制度与能力基础。

银行理财快速发展的同时，养老金融领域同步启动多维度改革。养老金融方面，监管部门实行“双轨并行”试点机制，一方面由证监会出台《养老目标证券投资基金指引》，确立养老目标基金作为标准化养老投资工具的法律地位，推动采用生命周期投资策略和下行风险控制机制；另一方面，中国银行保险监督管理委员会（现为金融监管总局）在上海、福建、苏州三地试点税延型商业养老保险，探索通过税收递延激励机制促进个人长期养老资金积累。从实践效果看，该阶段呈现出政策破冰与市场冷遇并存的局面。

总体来看，规范转型期银行理财业务完成了主体制度重塑和产品净值化转型，养老金融试点探索初步破冰，为后续养老理财产品标准化供给、账户体系整合和长期资金积累奠定了坚实基础。

（四）养老理财产品试点与体系初建阶段（2021年至2022年）

2021年，银行养老理财产品试点正式启动，标志着银行理财业务在第三支柱养老金体系建设中迈出实质性步伐。根据当时中国银行保险监督管理委员会（现为金融监管总局）发布的《关于开展养老理财产品试点的通知》，工银理财、建信理财、招银理财、光大理财四家理财子公司率先在武汉、成都、深圳、青岛四地开展试点，单家机构试点阶段募集规

模上限设定为 100 亿元。

首批养老理财产品期限普遍在五年以上，采用“固收+”策略为主，资产配置以债券、资产支持证券等固定收益类资产为底仓，辅以适度权益投资，力求在稳健基础上实现长期增值。产品设计引入封闭期安排与定期流动性管理机制，以降低流动性错配风险，符合养老金资金长期性、安全性、收益性兼顾的基本要求。试点产品业绩比较基准普遍设定在年化 5% 左右，定位于中低风险等级（R2），面向个人投资者广泛募集，市场反应积极，初步验证了养老理财产品在居民长期金融资产配置中的可行性和吸引力。

同年 11 月，国务院印发《关于推动个人养老金发展的意见》，明确提出建立账户独立、税收递延、市场化运营的个人养老金制度，每人每年税前扣除额度最高 12,000 元，为养老金融市场发展注入制度性动力。在政策引导下，中国银行保险监督管理委员会（现为金融监管总局）于 2022 年 3 月扩大养老理财产品试点范围，新增北京、上海、广州、西安、重庆等六个城市，将试点机构扩展至 10 家银行理财子公司，并上调首批机构的单家资金规模上限至 500 亿元，新纳入机构上限为 100 亿元，进一步夯实试点基础。

得益于政策推动和市场培育，2022 年养老理财产品快速扩容，当年新增 46 只养老理财产品，总体募集资金规模接近 980 亿元。各家理财子公司积极探索多样化产品设计路径，如建信理财推出业内首批开放式定期开放养老理财产品，引

入月度申赎机制，兼顾资金流动性与长期持有激励。

此外，2022年下半年，监管机构发布《商业银行和理财公司个人养老金业务管理暂行办法》，首次明确养老理财产品可纳入个人养老金账户投资范围。各大理财子公司迅速响应，将符合条件的养老理财产品纳入个人养老金产品目录，提升居民通过账户体系投资养老理财的便利性。

至2024年8月末，全国已有11家理财子公司累计发行51只养老理财产品，募集资金规模突破1,000亿元，累计服务养老投资者人数超过47万人，其中23只产品被纳入个人养老金账户投资目录。银行养老理财业务实现从试点探索向体系初步建立的阶段性跃升，成为第三支柱建设中的重要金融供给力量。

总体来看，养老理财试点与体系初建期奠定了银行理财在养老金融领域的基本框架，积累了业务模式与风险管理经验，但也提示需在账户体系互联互通、税收激励优化、产品创新与投资者教育等方面持续发力，夯实第三支柱发展的可持续基础。

（五）市场调适与深化转型阶段（2023年至今）

自2023年以来，随着养老金融体系基础设施逐步完善，我国养老理财市场进入深度调适期，行业发展由高速扩张转向高质量增长，市场主体专业化运营能力和产品差异化供给水平成为竞争核心。

从产品运行情况看，养老理财产品业绩表现分化显著，

反映出机构资产配置能力与风险管理水平的差异。部分头部理财子公司通过创新性配置非标准化债权资产、基础设施公募 REITs 等多元资产类别，在有效控制风险敞口的前提下，实现年化收益率稳定在 5% 以上，体现出跨周期资产配置与组合管理能力。以光大理财“颐享阳光”系列产品为例，凭借“固收打底+另类资产增厚”的资产配置策略，实现了兼顾收益性与安全性的稳健回报。与此同时，部分中小型金融机构因过度集中投资权益类资产且缺乏有效对冲机制，导致养老理财产品净值出现异常波动，偏离养老资金“以安全性为首要目标”的基本要求。根据金融监管总局 2024 年发布的《养老理财产品运行情况通报》，多款区域性银行理财子公司发行的“固收+”类养老理财产品触发最大回撤预警机制，暴露出机构风控体系和资产配置能力不足的问题。

行业集中度持续提升，马太效应逐步显现。领先机构凭借渠道资源、投研能力和品牌优势，养老理财业务规模快速增长，截至 2024 年末，头部理财子公司养老理财存续规模突破 270 亿元。相比之下，部分区域性中小银行因客户基础薄弱、产品创新能力不足，募集资金规模未达监管要求，被迫提前终止产品运作，市场出清加速。

表 10：各理财公司养老理财产品成立以来的收益回撤表现以及
2025Q1 存续规模

理财公司	加权平均年 化收益率	加权平均 最大回撤	存续规模 (亿元)	加权期 限 (年)	产品类型	投资性质
贝莱德建信理 财	5.28%	4.00%	1.81	10.00	封闭式净值型	混合类
交银理财	5.04%	0.40%	39.87	5.00	封闭式净值型	固定收益类

光大理财	4.14%	1.51%	114.74	4.16	开放式、封闭式净值型	混合类
中银理财	4.08%	0.14%	91.84	5.00	封闭式净值型	固定收益类
中邮理财	3.61%	1.41%	53.41	5.00	封闭式净值型	固定收益类
建信理财	3.34%	1.46%	195.99	5.00	开放式、封闭式净值型	固定收益类
农银理财	3.17%	2.05%	101.83	5.00	封闭式净值型	固定收益类
招银理财	2.94%	1.82%	270.05	5.00	开放式、封闭式净值型	固定收益类、混合类
工银理财	2.43%	1.42%	137.39	5.00	封闭式净值型	固定收益类
兴银理财	2.36%	0.64%	32.12	5.00	封闭式净值型	固定收益类、混合类
加权平均/合计	3.30%	1.46%	1039.06	-		

资料来源：银行业理财登记托管中心

面对发展中的矛盾和问题，监管部门坚持疏堵结合、精准施策，着力完善养老金融制度体系。2024年12月，人社部等五部门发布《关于全面实施个人养老金制度的通知》，个人养老金制度在全面层面正式实施，试点范围从2022年的36个城市（如北京、上海、广州等）扩展至全国，覆盖所有参加城镇职工基本养老保险或城乡居民基本养老保险的劳动者；截至2024年11月末，已有7279万人开通账户，预计后续覆盖人群将进一步扩大。同时，监管部门优化养老金融产品准入标准，要求养老目标基金（FOF）产品持续满足最低规模门槛，倒逼金融机构提升资产配置与投资管理专业水平，遏制低效、同质化产品无序扩张。

当前养老理财市场深度调整，实质上是推动行业由规模驱动向价值创造转型的必要阶段。通过市场机制优胜劣汰，资源加速向管理能力强、风险控制稳、客户服务优的机构集中，促进行业整体专业化、规范化水平提升。

未来，需进一步完善养老理财产品体系，优化账户税收

激励政策，加强投资者教育与长期投资理念培育，推动养老金融体系高质量可持续发展，为积极应对人口老龄化挑战、保障居民养老金融安全提供有力支撑。

四、同业优秀案例与实践经验

针对个人养老金理财产品，参与发行的理财公司合计 6 家，发行产品数量 33 只，发行机构包含：工银理财、建信理财、中邮理财、农银理财、贝莱德建信理财、中银理财。

针对养老理财产品，参与发行的理财公司合计 10 家，发行产品数量 51 只，发行机构包含：工银理财、招银理财、建信理财、中邮理财、光大理财、贝莱德建信理财、中银理财、农银理财、交银理财、兴银理财。

参与发行养老理财及个人养老金理财产品的理财公司实践经验如下：（排名不分先后）

（一）交银理财

交银理财坚持以人民为中心的发展思想，着力做好养老金融大文章，丰富个人养老金产品供给，切实满足人民群众多样化养老需求。交银理财养老理财产品成立以来年化收益率 4.9%，市场表现持续领先。当前已发行运作的三款五年封闭式养老理财产品，在投资运作策略中融入风险对冲及风险配置的思想，确保权益市场波动对理财产品净值影响可控。

（二）工银理财

工银理财始终坚持为民理财初心使命，全力支持国家第三支柱养老体系建设，建立健全养老金融长效推动工作机制，

充分服务养老客群的养老保障需求。充分发挥首批落地养老理财、个人养老金理财业务试点的优势，积极融入工银集团养老金融生态构建和养老财富管理，持续做好养老金融产品供给服务。一是个人养老金理财产品布局不断丰富。目前已在个人养老金账户内累计布局 11 只理财产品，产品策略形成存款替代（低波）、债券增强（中低波）差异化策略特征，类型涵盖固定收益类、混合类，期限覆盖 365 天-1800 天，已形成策略丰富、类型多样、期限全面的个养产品货架，可匹配投资者不同期限预期的养老规划。二是匹配政策开闸丰富个养产品供给。积极响应个养开闸安排，第一时间发行 3 只个养产品，包括市场首只优先股策略产品，有效提升产品策略丰富度，获客户高度认可。目前公司已累计发行 11 只产品，数量超市场总量 1/3，账户内业务规模较开闸前增长 50%，总规模居市场第二，2024 年平均年化收益达 3.70%，具有较优的风险收益比。三是养老理财品牌力彰显。近年来，工银理财将养老金融作为公司发展的战略领域，积累了较为成熟的实践经验。积极在人民网、新华网等超 10 家权威媒体刊发养老金融业务主体宣传，展示集团理财业务全力服务养老金融大文章成果成效，获评“中国鼎 | 金融业年度养老金融优秀案例”。

（三）中银理财

中银理财认真贯彻党中央、国务院决策部署，积极落实中央金融工作会议做好五篇大文章的工作要求，始终围绕总

行战略践行金融工作的政治性和人民性，大力推动养老金融工作高质量发展。公司制定了《中银理财养老金融工作方案》，完善组织架构和职责分工，整合资源保障公司养老金融业务发展，不断丰富养老金融产品供给，在监管部门指导下推出了养老理财产品和个人养老金理财产品。一是养老理财方面，中银理财 2022 年获监管批准推出 3 只“福”固收增强封闭式产品，产品期限均为 5 年。截至 2024 年末，3 只产品规模约 91 亿元，产品年化收益率平均值为 4.11%，最大回撤平均值为 0.13%，综合表现排名行业上游，在控制风险暴露的同时为客户创造了较好的收益。二是个人养老金产品方面，中银理财自业务获批以来共发行 7 只个人养老金理财产品，以“福”和“禄”为品牌，产品类型包括固收增强类和混合类，期限覆盖 1-5 年，丰富度领先同业。相关产品成立以来运行平稳，规模稳步增长。截至 2024 年末，产品规模合计 375 亿元，其中个人养老金份额规模市场排名第一。固收产品成立以来年化收益率平均值 4.72%，最大回撤中位数 0.46%，综合表现居于市场前列。混合产品在复杂的市场环境下实现正收益，助力投资者实现养老财富的保值增值。

（四）农银理财

农银理财始终坚守国有金融机构服务国家战略的使命，持续深化养老金融领域业务布局，探索出一条服务居民养老需求的有效路径。一是积极构建养老金融产品体系。打造以“农银顺心”为品牌的多层次理财产品，提供固定收益类、

混合类等多种投资策略选择，满足不同风险偏好人群的需求。截至 2024 年末，农银理财发行养老理财产品 2 只、个人养老金理财产品 7 只，实现 1-3 年重点期限全覆盖。二是稳健投资实现养老资金保值增值。通过动态优化大类资产配置，“农银顺心·灵动”三款个人养老金产品表现优异，2024 年度运作收益均超 6%，包揽了 2024 年全市场个人养老金理财产品收益前三名，业绩持续位居行业第一梯队。2024 年“农银顺心”个人养老金理财产品规模超 14 亿元，单次分红覆盖超 5 万客户，分红金额近 3 亿元。三是积极推动资金支持养老产业。打造“个人养老+产业投资”的双向赋能模式，除服务个人养老需求外，发挥资金支持实体经济作用，2024 年累计投资养老产业债券 87.7 亿元，覆盖 15 家相关机构，打通养老产业融资渠道，形成了养老金融生态良性循环。四是大力开展养老知识宣传及适老化金融服务。联合多家权威媒体，帮助居民建立科学养老规划理念，截至 2024 年底，农银理财发布的养老主题内容阅读量达 12.7 万次；积极探索智慧养老场景建设，助力老年人跨越“数字鸿沟”，为广大人民群众提供更加有温度的养老理财服务。

（五）建信理财

建信理财深耕养老金融业务领域，构建包含养老理财和个人养老金理财的产品格局，推动养老第三支柱发展，助力国家养老金融建设。作为首批养老理财试点机构，建信理财产品设计以客户需求为核心出发点，截至 2024 年末累计发

行 11 只养老理财产品。建信理财以服务国家养老金融战略为己任，秉持审慎发行与创新驱动相结合的理念，首批发行了 2 只最低持有 1 年期的个人养老金理财产品。产品设计以“普惠”为基础特征，对个人养老金专属份额实行费率优惠；以“稳健”为运作目标，优选投资经验丰富的投资经理，严格遵循稳健审慎的风险偏好。建信理财将继续积极参与养老金融事业发展，丰富发展养老金融理财产品体系，为我国完善养老金融体系贡献力量。

（六）中邮理财

中邮理财立足邮储银行养老金融布局思路，将养老金融发展融入公司改革发展全局，践行金融工作政治性、人民性，规范发展养老金融。作为第二批养老理财试点机构和首批发行个人养老金理财机构，中邮理财坚持绝对收益理念，当好养老金融的“生力军”。2024 年新发行 1 只个人养老金理财产品——添颐·鸿元最短持有 365 天 1 号人民币理财产品，丰富个人养老金产品供给，更好地满足居民个人养老需求。持续通过多资产多策略实现养老类理财产品长期稳健收益，截至 2024 年 12 月末，养老理财和个人养老金理财产品规模超 147 亿，成立以来平均年化收益分别为 3.77%、4.22%，均居行业前列。

（七）招银理财

招银理财主动融入第三支柱养老金融建设大局，助力国家养老金融建设，引导长期资金入市。作为首批获得养老理

财试点和个人养老金理财试点资格的理财机构之一，招银理财依托多年个人客群投资服务经验，聚焦大类资产配置能力、资产组织与风险控制能力，不断优化养老产品设计，丰富养老产品供给。截至 2024 年末，招银理财累计发行 5 只养老理财产品，发行总规模约 266 亿元，存续规模为 272.5 亿元，惠及客户超 12 万人次，居银行理财市场首位。同时，招银理财还积极协助监管开展养老金融政策研究，从制度建设、产品规划、策略储备等方面做好个人养老金筹备工作，为深度参与养老金融奠定坚实基础。

（八）光大理财

光大理财围绕养老客群养老规划、退休规划等场景，结合养老投顾需求，开发了“颐享阳光”系列养老主题理财产品，满足投资者更多养老财富管理需求。“颐享阳光”系列养老主题理财产品曾获 2021 青岛市金融创新奖一等奖、2022 资产管理金贝奖卓越养老理财产品、2023 金誉奖优秀社会责任产品等重量级奖项。

产品投资策略方面，以“多资产+多策略”为导向，策略框架分为战略及战术两层。战略性策略以“绝对收益策略”为主，重视对“下滑曲线”的落实。战术性策略以“资产三分类策略”为主，追求在细分资产和细分策略上的收益风险比最优化。颐享阳光系列养老理财产品，在过去三年多里，权益端在中性策略、套利策略、股票直投、SmartBetaETF、REITs、优先股等细分资产/策略上均已开展过实践。

风险控制方面，合理运用平滑基金机制熨平净值波动、灵活运用 CPPI、TIPP 等投资策略控制净值回撤，按照理财产品管理费收入的 20%计提风险准备金，用于弥补此类理财产品投资运作的亏损，并计提资产减值准备。

（九）兴银理财

兴银理财积极响应国家应对人口老龄化的战略部署，聚焦养老金融现实需求，协同母行深耕“养老金金融、养老服务金融和养老产业金融”三大领域，重点打造养老理财特色品牌，助力我国多层次、多支柱养老体系加快健全。一是打造特色鲜明的养老理财。突出产品的低波动和稳健性，协同母行升级重塑“安愉人生”养老金金融理财品牌，丰富养老理财产品线。在功能设计上，通过现金分红来满足老年客户的定期现金使用需求，针对投资者遭遇重大疾病等特殊情况，还提供有条件的提前赎回选项。在费率设置上，突出养老理财的普惠性，为养老金客户及 60 岁以上的老年人群推出了专属份额，制定专属费率优惠政策。二是搭建全流程养老服务体系。养老理财服务不仅是提供一款理财产品，更是一项养老服务，兴银理财高度重视养老客户投资体验，通过持续性的投教和养老宣传引导客户早规划、早投资，在客户长期持有过程中做好全旅程的客户陪伴，增强客户的获得感和安全感。三是加大养老产业金融支持力度。充分发挥理财投资优势，综合运用股票、债券、非标准化债权资产以及房地产投资信托（REITs）等多种投资工具，支持养老基础设施建

设和健康消费、医养结合等养老产业的融资需求，提升我国养老事业长期稳定发展的产业支撑。

五、理财公司落实养老金融服务的机遇与挑战

（一）老龄化加速催生巨大市场需求

中国已进入深度老龄化社会，老龄化速度远超发达国家同期水平。截至 2023 年末，我国 60 岁及以上人口达 2.20 亿，占总人口比重达 21.10%。根据出生人口推算，预计 2035 年我国 60 岁以上人口将达到 3.8 亿人。与此同时，老龄化问题进一步带来投资收益对抗通胀的压力，当前我国人口平均寿命为 78 岁、人均寿命不断延长，逐渐老去的人口对养老服务、养老金融、养老设施等各项需求不断增长；人均寿命延长导致养老金支付周期拉长，产品收益和实际通胀的比价效应对理财产品提出了更大挑战；叠加长期低利率延续，固收类资产收益率下行，长期收益目标实现的难度进一步加大。

从我国养老体系现状来看，第一支柱（基本养老保险）仍是居民主要养老金来源。根据人社部统计数据，截至 2023 年末，基本养老保险基金累计结余 7.81 万亿元，基本养老保险基金累计结余 7.81 万亿元，全国基本养老保险参保人数达 10.66 亿人。相较之下，二三支柱规模体量小于第一支柱。第二支柱中，全国有 14.17 万户企业建立企业年金，参加职工 3144 万人。第三支柱中，自我国个人养老金制度在 36

个城市和地区先行实施以来，有 6000 多万人开通了个人养老金账户。老龄化程度的加深将对当前以第一支柱为主的公共养老体系形成显著压力。

除公共养老体系存在压力以外，我国居民端的养老负担也有所增加。根据人社部统计数据，2023 年末，老年抚养比快速上升，2023 年已达到 22.5%，即 5 个劳动者需供养 1 个老人，养老负担日益沉重，给养老金支付带来巨大压力。

横向对比国际养老金水平，我国与发达经济体存在明显差距。与发达国家相比，截至 2023 年底，美国、日本、加拿大、英国、澳大利亚、荷兰、瑞士 7 国的养老金资产总量占 7 国当年 GDP 总量的比重为 123.3%。其中，瑞士最高（154.5%），荷兰（151.3%）、加拿大（144.9%）、澳大利亚（138.7%）、美国（128.4%）均超过 100%，仅英国（94.7%）和日本（80.7%）低于 100%。而我国内地 2023 年养老金资产总量占当年 GDP 的比重仅约为 12.8%，远低于以上 7 国。我国 2023 年 GDP 总量为 129.43 万亿，养老金规模约占 GDP 的 12.8%。基于当前养老金总量，我国养老金替代率约为 45%，而发达国家一般养老金替代率在 70%以上。

综上，在人口老龄化加速的背景下，我国养老金总量及替代率与发达国家差距较大，现有以第一支柱为主的养老体系压力凸显，居民养老负担加重，这为第三支柱养老金融的发展提供了巨大市场机遇，理财公司在其中大有可为。

（二）理财公司发展养老金融面临的核心挑战

行业竞争与战略转型压力。自 2019 年理财子公司成立，今年已走过第一个五年，理财市场转型发展伴随着我国经济增速换挡、资本市场高质量发展转型的时代背景，理财机构在逐步探寻如何从资产管理向财富管理发展模式转变。在监管政策要求执行下，理财产品打破刚性兑付，改进估值方法，提高信息披露透明度等提升产品服务，但随着规模和业务发展，仍面临产品同质化竞争，资产质量承压等问题，银行亟待寻找新的业务增长点，实现高质量发展。

长期资产配置与风险控制能力不足。在老龄化问题不断加深的大背景下，提供契合老年客户需求的金融服务将成为理财公司长期发展的重要战略方向。养老资金需长期稳健运作，但目前国内理财公司主要以中短期理财产品管理为主，对于长期资产配置经验实践尚不充足，在遇到资本市场波动加剧（如权益市场回撤、信用风险暴露）等情况时，更加考验理财公司长期风险控制与收益稳定性的控制能力。

理财产品传统“刚兑”形象造成客户信任度降低。理财客户中的老年群体普遍风险厌恶，对净值型理财接受度低，更偏好保本保收益产品。养老金融产品宣传需避免误导性销售，但部分理财公司历史“刚兑”形象可能影响客户信任。此外，传统养老金融产品同质化严重，现有产品可能忽视老年客户的流动性需求（如突发医疗用款）、收益预期与实际

回报不匹配。缺乏针对不同年龄段（如“初老”与“高龄”群体）、不同收入阶层的分层产品体系。

（三）理财公司把握养老金融机遇的关键路径

在养老金融快速发展的背景下，银行理财公司迎来重要发展及业务转型机遇：

一是强化投研能力与资产配置。建立跨周期、多资产的大类资产配置能力，探索 ESG 投资、REITs、养老产业股权投资等长期资产。开发“目标日期基金”（TDF）或“目标风险基金”（TRF），动态调整权益与固收比例。

二是构建全生命周期服务体系。提供“财务规划+健康管理+养老服务”的综合解决方案，与养老社区、医疗机构等跨界合作。针对不同年龄阶段设计产品（如青年客户侧重长期积累，临近退休客户侧重保本增值）。

三是夯实投资者教育工作与品牌建设。通过线上线下渠道普及养老金融知识，用案例化、可视化方式传递长期投资理念。建立透明的信息披露机制，定期披露产品运作情况，增强客户信任。另外，养老金的投资周期长、注重相对收益的特征可以发挥理财公司在风控方面的优势，同时也有益于优化资产结构、压缩营运成本和平滑经济周期波动。商业银行和理财子公司围绕客户养老需求，解决老年人群养老、医疗痛点，构建从产品至服务的全生命周期养老金融服务体系，不仅可以促使商业银行和理财子公司“以产品为中心”向

“以客户为中心” “以综合解决方案为中心”的转型，也有利于拓展业务领域，挖掘客户需求，提升客户黏性。

四是加大科技驱动服务的应用。运用 AI 数据分析客户风险承受能力、流动性需求等数据，推荐适配的养老产品组合。开发适老化 APP 界面，简化操作流程，提供语音助手等便捷功能。利用大数据分析客户风险偏好和生命周期需求，定制个性化养老投资方案，提供智能投顾、AI 客服等技术可降低服务成本，覆盖更广泛的老年客群。

五是实现政策协同与生态合作。理财公司积极参与个人养老金账户体系建设，争取成为账户管理机构或投资产品供应商。联合其他管理机构或养老服务机构，提供组合金融产品，对冲长寿风险，并联动其他养老需求，提升服务丰富度。

养老金融服务是理财公司转型的重要方向，但需平衡收益性、安全性、流动性的“不可能三角”。理财公司在破局发展中，以客户需求为核心，构建全生命周期服务生态；通过科技与专业能力提升长期投资回报；在监管框架下实现差异化创新。通过解决“长期收益稳健性”与“客户信任度”的难点，以在养老金融蓝海中占据先机。

六、发展前景与未来趋势展望

随着全球老龄化进程加速，中国养老金融市场正迎来历史性发展机遇。在政策引导、需求增长和金融创新的共同驱动下，养老理财将逐步从“单一产品供给”向“全生命周期

服务生态”升级，从单一服务向多元化养老服务机构转型。以下是未来发展的创新点畅想与趋势展望：

（一）政策红利持续释放，制度框架加速完善

1. 个人养老金账户体系完善

第三支柱个人养老金制度全面落地，税收递延政策优化（如提高缴费额度、扩大覆盖人群），推动账户规模快速增长。个人养老金账户开户数突破 7200 万，随着政策发展，养老金账户余额逐步增加，未来有望形成万亿级资金池。养老金账户投资范围逐步拓宽，从低风险产品（储蓄存款、保险）向权益类、另类资产延伸，为理财公司提供多元化资产配置空间，并通过长期资金向资本市场注入活力。

2. 养老金融专项政策支持

目前监管通过多措并举的政策落地，明确养老产品准入标准（如投资期限、风险等级、收益分配机制）等，规范养老理财市场健康发展。未来如能形成“第二支柱+第三支柱”联动，将养老理财纳入企业年金投资范围，或理财公司可作为企业年金管理人等方式，将更大程度发挥银行理财优势，丰富养老金融服务。

（二）产品创新加速，从“同质化”走向“精细化”

生命周期导向的智能产品。目标日期基金（TDF）：根据客户退休年龄动态调整股债比例（如“2045 养老目标基金”），匹配不同阶段风险偏好。目标风险基金（TRF）：提供保守、平衡、进取等多档风险策略，满足个性化需求。

长期限封闭式理财：设计 10 年及以上封闭期产品，通过“持有期越长、费率越低”机制鼓励客户长期投资。

“金融+服务”复合型产品崛起。嵌入养老服务权益（如优先入住养老社区、健康管理套餐），实现财富增值与实体服务结合。开发“养老理财+保险”组合，例如“分红型养老理财+重疾险”，对冲长寿与健康风险，投资者可享受理财公司与保险公司双重权益福利。

ESG 与养老产业主题投资。布局养老医疗、康复器械、银发科技等细分领域资本市场投资，分享产业增长红利。发行 ESG 主题养老理财，投资绿色债券、可再生能源等，兼顾长期收益与社会价值。

（三）科技赋能深化，服务模式全面升级

智能投顾普及化。AI 算法根据客户年龄、收入、健康数据生成动态养老规划方案，实时调整资产配置。虚拟数字人提供 24 小时养老咨询，解决老年群体操作难的问题。

大数据精准营销与风控。通过消费及医疗记录等需求构建客户画像，预测养老资金缺口并推荐产品。建立养老资金“安全垫”机制，利用衍生品对冲市场波动，保障最低收益。

适老化科技应用。开发语音交互、大字体、一键赎回等适老化功能的理财 APP，提升用户体验。可穿戴设备与养老账户联动，实时监测健康状况并触发紧急资金支取。

（四）生态融合：从“单一机构”到“跨界平台”

“金融+康养”生态闭环。理财公司与保险公司、养老社区运营商、医疗机构深度合作，打造“投资-消费-服务”一站式平台。例如：客户购买养老理财可积分兑换护理服务，或享受合作医院优先挂号权益。

（五）国际化与跨境养老配置

海外养老资产配置需求上升。高净值客户通过 QDII、QDLP 等渠道投资全球养老 REITs、医疗地产基金，分散地域风险。理财公司推出“跨境养老 FOF”，优选海外成熟养老目标基金。借鉴国际经验本土化落地。学习美国“401(k)”计划的自动缴费、默认投资机制，提升账户活跃度。引入日本“介护保险”模式，开发覆盖护理费用的专项养老理财产品。

理财公司年鉴

理财公司年鉴

一、机构发展

（一）基本情况

1. 工银理财

2024年,工银理财深入学习贯彻中央金融工作会议精神,充分发挥作为国有大行全资子公司的使命担当,围绕做好“五篇大文章”完善现代化投资布局,以优质产品、创新服务满足客户需求、提升客户体验,年末产品余额1.96万亿元,继续保持行业领先位次。

一是聚焦主责主业,服务实体经济。持续完善顶层设计,发挥理财功能特色,积极布局发行科创主题、绿色金融主题理财产品,深化应用绿色分类管理和ESG风险全流程管理,发挥多市场、多资产、多策略投研能力,对接科技型企业、绿色产业全生命周期资金需求。在确保客户收益的前提下,努力促进将更多理财资源配置到经济社会发展的重点领域和薄弱环节。

二是创新产品服务,践行为民理财。坚持以客户为中心的发展理念,以打造人民满意理财公司为目标,聚焦客户获得感提升,持续开发更加贴合客户需求的产品策略,创新理财定投、分红、7×24快赎、“智享还”“理财夜市”等特色功能,丰富大湾区、慈善、养老等主题产品布局,推出目标止盈、区间盈等特色机制。积极服务养老第三支柱建设,

兼顾客户长期增值和短期流动性需求，顺利实现养老理财产品现金分红。

三是优化客户陪伴，提升品牌价值。积极探索更有效、更有针对性的投资者陪伴路径，“理清楚 财明白”投教品牌入选中国银行业协会理财业务投资者同行陪伴基地互联网特色案例。深入全国乡镇开展“消保县域行”系列活动，切实助力和谐金融消费环境建设。连续三年获评人民网“人民匠心品牌奖”，连续五年获评《中国证券报》“银行理财金牛奖”等奖项。

2. 农银理财

2024 年，农银理财认真贯彻落实党中央决策部署，落实稳中求进工作总基调，完善激励约束，加强投资队伍建设，多措并举提升投资管理效益，在服务实体经济和国家战略、优化经营业绩等方面不断实现突破。

产品规模和经营业绩稳中向好。一是产品规模稳步提升。截至 2024 年末，农银理财存量产品近 800 只，较年初增加 180 余只，产品余额近 2 万亿元；管理的新产品时点规模跃居四行第一；日均规模保持四行第二。二是经营绩效同业领先。截至 2024 年末，农银理财总资产、净资产双双突破 220 亿元大关，总资产和净资产余额、营业收入和净利润增速均居四行第一；2024 年公司营业收入、净利润、净资产回报率（ROE）三项指标始终保持在四行前二，成本收入比始终保持四行最低。三是渠道建设取得新进展。2024 年行内零售峰

值规模 1.6 万亿元，保持四行第一；对公理财峰值规模 3300 多亿元，较年初大幅度增长，增量、增幅行业第一；行外代销规模峰值较年初增幅近 190%，四行排名第二。

客户差异化服务优中求新。一是客群差异化产品层出不穷。坚持以客户为中心，深入开展客户调研，加强市场需求研判，零售客群方面，面向高净值客户推出多种私行专属产品，总规模超 1500 亿元；面向代发工资客群推出“薪资悦享”系列产品，总规模近 260 亿元；面向军人、医师、教师等机构客户推出“致敬”系列产品，总规模超 35 亿元。对公理财服务方面，会同 8 家分行，实施“一行一策”方案，共发行二十余期区域专属产品，峰值规模近 500 亿元。二是理财客户拓展成绩斐然。截至 2024 年末，个人理财签约客户近 3900 万户，对公理财签约客户近 100 万户，较年初均大幅提升；个人理财活跃客户和对公理财活跃客户也较年初有显著增长。

服务实体和金融“五篇大文章”成效显著。服务实体方面，2024 年以来新增信用债投资超过 3800 亿元，其中京津冀、长三角、粤港澳等重点区域信用债新增投资超过 3300 亿元；交通、能源、水利、物流等基建领域新增投资超过 320 亿元；装备制造、技术硬件和设备材料等重点行业新增投资超过 95 亿元。“三农”县域方面，2024 年乡村振兴惠农产品日均规模约 660 亿元，乡村振兴债券年内新增投资十多亿元。创新推出我司首款乡村振兴债券指数应用型产品，在指

数基础上精选乡村振兴领域重点客户，聚焦乡村振兴、革命老区建设、可持续发展等领域资产配置。该产品得到中债登的高度认可、南方财经等媒体的推介报道。绿色金融方面，截至 2024 年末，管理 ESG 主题理财产品规模近 700 亿元，同比增长近九成；绿色债券新增投资超过 23 亿元。联合头部做市商创新推出多项理财子公司首家联名债券篮子（“中信证券-农银理财绿色信用债篮子”等）及存单篮子，相关报道在《城乡金融报》、中国外汇交易中心官方微信公众号等平台刊发。科技金融方面，2024 年科技创新主题理财产品日均规模七十多亿元，科创债券新增投资超过百亿元。全年通过活钱理财和私募定制理财服务大疆、百度、携程、宁德时代等 30 余家科技企业，累计落地资金 600 多亿，为企业创造投资收益近 10 亿元。此外，通过产品减费让利、倾斜优质资源、提供专属服务等方式给予科技企业支持。养老金融方面，丰富养老理财产品供给，满足不同客户养老资金投资需求，截至 2024 年末，已发行 7 只养老理财及个人养老金理财产品，存续规模超过 115 亿元；持续开展个人养老金产品重点营销，不断提升养老品牌认可度；本年度“顺心灵珑”养老理财产品向投资者分红近 3 亿元，惠及超 5 万客户。

全面风险管理精准科学。农银理财坚持底线思维，建立了权责明确、科学有效、协调运转的风险管理组织架构，搭建风险偏好、风险政策、限额管理体系，不断健全覆盖各项业务环节、各类投资品种的风险管控机制，合理划分部门职

责边界，筑牢风险管理的“三道防线”。一是不断完善操作风险隐患整改跟踪监督机制，以前瞻性治理防范和降低操作风险损失；二是加强分级投资库动态管理机制建设、信用评估及预警系统建设，持续开展重点领域产行业跟踪研究，信用风险暴露低于可比同业；三是搭建适用于净值管理的市场风险管控机制，通过建立组合净值管控模型，做好产品净值监测与回撤管理；四是制定流动性风险应急计划，定期开展流动性压力测试，减少流动性风险发生；五是全面排查声誉风险，对可能出现的负面舆情积极开展评估预防。

金融科技应用广泛深入。农银理财以“数据+系统”为主要抓手，以科技治理优化为保障，以风险管控与安全运行为底线，持续推进公司数字化转型。一是优化系统功能，完成交易所直联等4个项目信创改造，启动A+、TA等系统升级，优化投资交易流程；搭建自研平台基础架构，实现了数据同步、档案管理等功能。二是完善科技治理，建立重大科技事项审议和业技融合定期沟通机制，明确参与角色及决策权限，持续优化需求评审和投产评审流程。三是强化运行保障，参加监管部门系统攻防演习，完成重大会议等特殊时期安全保障；开展网络及数据安全提升工程，定期进行互联网暴露面扫描，加强互联网主动防御能力建设。

3. 中银理财

立足服务实体经济。中银理财以国家“十四五”规划为指引，围绕“五篇大文章”重要领域，优化完善投研体系，

持续加大相关领域投资力度，不断强化理财支持科技创新、支持绿色低碳、服务对外开放、支持扩大内需、服务现代供应链体系、推动乡村振兴的能力和力度，金融服务实体经济的功能得到进一步发挥。落实以新质生产力实现高质量发展的要求，做好高科技、高效能、高质量的“新质生产力”主体挖掘与投资，截至 2024 年末新质生产力相关主体债券投资余额 780 亿元，较年初增长 6.5%，科技、绿色、普惠金融三个领域相关债券投资余额分别约为 600 亿元、200 亿元、300 亿元，较年初分别增长 50%、31%和 26%。

不断优化产品体系。聚焦“五篇大文章”持续完善产品布局，绿色金融、普惠金融产品规模累计约 1,500 亿元。养老金融产品丰富度市场领先，2024 年末养老理财产品余额 91 亿元，个人养老金产品余额 375 亿元，其中个人养老金份额规模为 32 亿元。持续优化含权产品体系，落地股票型权益类产品，丰富权益类产品体系。全面深化行司协同联动，累计发行重点区域主题产品 170 只，规模约 400 亿元。坚持金融工作政治性、人民性，落地理财夜市、数币理财、定投定赎等功能，持续提升客户体验。

巩固跨境特色优势。持续优化跨境产品体系，不断丰富产品货架和资产种类，通过发行港币、欧元、英镑等产品，进一步丰富和完善外币产品体系。

销售拓展成效显著。中银理财客户数增长态势良好，截至 2024 年末，我司理财客户数约 1,100 万，增速 9%；积极

拓展第三方渠道，在行外 90 余家机构、100 余个渠道上线产品，行外代销总规模约 4,400 亿元，增幅 24%；对公净值型产品规模约 4100 亿元，保持市场第一的领先优势。

持续推进数字化转型升级。大力推进公司数字化转型工作，兼顾“目标引领”和“问题导向”，在治理能力、业务能力、数据能力、科技能力四个方面发力。有序推进资管科技平台建设二期各阶段模块建设工作，顺利投产投资主数据中心、账户管理及研究管理等三大模块。全面推进各业务领域和内部管理的数字化能力，全力支持代销渠道拓展，持续推进投资交易环节线上化与自动化，完善内控管理流程和要求，升级全流程运营监控能力。发挥数据平台“数据×”价值，进一步提升数据分析与服务能力，加快数据治理体系建设。兼顾发展与安全，进一步夯实信息安全防控和生产安全保障能力，建立可用性管理、应急预案管理体系，组织开展重要系统灾备切换演练。

产品业绩保持稳定。面对境内外金融市场的波动的影响，公司不断提升投资管理水平，控制产品净值波动，加大风险应对措施，加大力度挖掘拓展低波动资产，全力保障产品投资业绩稳健，致力于在支持实体经济的同时为投资者创造价值。2024 年所有已到期的封闭式理财产品均实现了正收益。

4. 建信理财

建信理财坚守“受人之托、代客理财”的职责定位，为客户提供丰富充足、安全稳健的理财产品，推动公司高质量

发展。截至 2024 年末，建信理财管理规模 15,987 亿元，产品布局策略以“稳”为主，产品投资性质以固收类为主，产品形态以开放式产品为主，建信理财立足资管行业实际，坚持高投资标准，保持流动性充足，资产结构优良。

5. 交银理财

2024 年，交银理财坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，积极践行金融工作的政治性、人民性，聚焦“五篇大文章”，持续推动党中央重大决策部署落地落实，整体发展提质增效。截至 2024 年末，公司产品规模 16,180 亿元，较年初增幅 31.39%，市场占有率由年初 8.14% 升至 9.46%。纯固收产品收益率保持在市场上半区，产品回撤水平继续保持市场领先。

一是坚守本源，服务实体经济成效显著。截至 2024 年末，理财资金服务实体经济余额占整体理财资金比例较年初提升 1.84 个百分点。围绕“上海主场”加大资产准入和落地力度，发布交银理财科技 50 指数、交银理财质量 100 指数。ESG 绿色主题产品余额较年初增幅 54.59%，ESG 绿色债券投资余额较年初增幅 46.30%。加大科创领域投入，创新推出“中信证券-交银理财科创票据债券篮子”产品，科技金融投资余额较年初增幅 83.86%。

二是初心为民，客户服务能力有力提升。大力开展总对总代销合作，自然人客户数较年初增幅 8.09%，理财服务覆盖面进一步提升。搭建全量产品货架，形成固收类产品为主、

混合类产品为辅的全谱系产品系列，助力客户财富增长。其中养老理财产品成立以来年化收益率 4.9%，市场表现持续领先。创新“惠民型”费率模式，加快夜市理财、定期分红等产品形态市场推广，提升客户投资体验。

三是把牢关口，风险防控扎实有效。信用风险管理不断强化，加快推动新型资产准入，扎实开展存续期管理。流动性管理韧性增强，严密监测产品净值回撤，从容应对债市波动冲击。市场风险监测体系逐步完善，构建完整闭环管理体系。内控体系建设不断加强，完善监督检查机制，提升反洗钱工作质效。

四是科技赋能，发展动能不断激活。深化数据治理，连续三次获人行点名表扬，连续 2 次获评理财信息登记优秀机构。探索数字化营销模式推广应用，完善数字化风控系统建设，加强产品全生命周期数字化管理。严守安全生产底线，圆满完成国家 HW 行动。

2025 年，交银理财将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚守为民初心，持续探索差异化、特色化普惠理财发展路径，不断提升服务国家战略、服务实体经济的能力，坚持对标可比同业，聚焦主业，做精专业，强化产品供给，提升金融服务可得性；优化资产组合提升产品收益，增强客户满意度；深耕渠道差异化经营，拓展客户覆盖面；坚守安全发展底线，确保客户资产安全，在推动公司高质量发展中为投资者创造更大价值回报。

6. 中邮理财

中邮理财有限责任公司为中国邮政储蓄银行（以下称邮储银行）依据《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（银发〔2018〕106号，简称资管新规）精神，于2019年4月发起设立，经国家金融监管局（原银保监会）批准，于2019年12月18日成立开业的邮储银行全资子公司，注册资本80亿元。中邮理财股东中国邮政储蓄银行于2007年3月挂牌成立。2012年1月，邮储银行整体改制为股份有限公司。2016年9月邮储银行在香港联交所挂牌上市，2019年12月在上交所挂牌上市。邮储银行注册资本9916亿元，2024年末资产规模17.08万亿元，客户存款15.29万亿元，不良率0.90%。

中邮理财建立了完善的公司治理架构，设有董事会、监事会和高级管理层。董事会下设3个委员会：战略规划与提名薪酬委员会，风险控制与关联交易委员会，审计委员会；高级管理层下设5个委员会：投资决策委员会，产品管理委员会，风险管理委员会（洗钱风险管理委员会），金融科技委员会和集中采购管理委员会。

2024年，中邮理财多款产品上榜21世纪经济报道、联合智评等影响力榜单。成立以来，公司及产品获得超100项行业权威奖项，位居行业前列，充分体现了客户和市场对取得成绩的认可与肯定。

7. 光大理财

2024 年以来，光大理财紧密结合投资者需求，提升理财服务质效，推出“阳光金自选计划”理财产品，实现现金产品“24 小时不打烊”购买，围绕“五篇大文章”，陆续发行养老、普惠、绿色科创等主题理财产品。持续培育行业领先的投研能力，发布《中国资产管理市场 2023-2024》，推进产-研-投系统化投资架构建设，打造数字化、平台化、体系化投研布局。丰富多资产、多策略投资工具箱，探索多品类权益资产投资，积极推动资本市场业务，持续扩大认股权业务布局，提升对专精特新科创企业服务支持力度。不断完善与理财业务发展相适配的风险内控体系，推进风险管理模型的迭代优化，夯实内控合规管控，持续加强精细化管理，理财业务运行平稳有序，持续保持良好发展态势。

8. 招银理财

招银理财成立于 2019 年 11 月，是国内首批获批开业的股份制银行理财公司。2022 年 5 月，正式引入战略投资者摩根资产管理（亚太）。目前，招商银行持股 90%，摩根资产管理（亚太）持股 10%。

招银理财定位于招商银行集团价值银行战略下财富与资管板块中的全能型资管机构。秉持“受人之托，忠人之事，守正创新，行稳致远”的发展观，以“给未来更好的答案”为品牌 slogan，通过提供跨市场、多品类的理财产品组合及资管服务，为客户创造长期稳健的理财回报。公司产品体系

强调稳健性、多元性、品牌性，坚持以绝对收益目标为主，相对收益目标为辅。自成立以来，招银理财已构建“招赢、招睿、招智、招卓、招越”五大产品品牌，对应现金管理产品、固定收益型产品、多资产型产品、股票型产品、另类产品及其他共五大系列产品，目前按照资产和策略、客户需求和风险收益等多个维度创设了 120 余个产品子系列，140 余项产品策略，形成横向策略布局多元、纵向风险梯度清晰的产品体系。2024 年以来，“招赢睿智卓越”产品品牌旗下又相继推出“稳安宝”“全+福”“短债三宝”“固盈家”等理财品牌，覆盖短债理财、固收理财及含权理财，为老、中、青各个年龄段客群提供了不同形态、不同期限的理财产品。截至 2024 年末，招银理财管理产品总规模 2.47 万亿元。

凭借稳健的经营业绩及持续创新的投资者教育工作，招银理财屡屡赢得市场和客户的认可，理财产品持仓客户数超 3500 余万户。2024 年在 IPE（欧洲投资与养老金）发布的全球资管 500 强榜单中位列第 77 位、国内资管机构位列第 5 位，连续五年荣获中国证券报“中国银行业理财公司金牛奖”等多个重要荣誉。

9. 兴银理财

兴银理财有限责任公司（以下简称“兴银理财”或“公司”）由兴业银行股份有限公司（以下简称“兴业银行”）全资发起设立，注册资本为人民币 50 亿元，注册地为福建省福州市。公司于 2019 年 12 月 19 日正式开业。

作为国内首批设立的股份制商业银行理财子公司之一，兴银理财管理的理财产品规模长期稳居市场第一梯队。兴银理财秉持“以创新引领市场，以投资创造价值”的愿景，走市场化、专业化之路，建设市场领先的资产管理公司。

2024 年，公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面学习贯彻党的二十届三中全会精神、中央金融工作会议精神，深入开展党纪学习教育，积极培育和弘扬中国特色金融文化，不断增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，以高质量党建引领理财业务高质量发展。

兴银理财积极发挥专业能力，努力为客户创造更多价值。2024 年末，公司在“欧洲投资与养老金”（IPE）出版集团发布的“2024 年全球资管 500 强”榜单中排名全球第八十三位，较上年提升两位，综合理财能力累计二十八个季度居普益标准全国性理财机构综合理财能力榜首，自开业以来累计服务客户超过 2700 万户，为客户创造投资收益超过 3700 亿元。

10. 信银理财

2024 年是信银理财成立的第四个年头，面对复杂多变的金融市场环境和投资者日益增长的多元理财需求，信银理财以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻党中央决策部署和金融监管要求，全面融入中信银行“五个领先”银行建设，坚持稳中求进、聚焦提质增效，各项经营指

标稳中向好，在行业中站稳第一梯队，市场占有率达 6.65%。

截至 2024 年末，信银理财产品规模（含委托管理）达 1.99 万亿元，较上年末增长 15.29%；其中，净值化管理新产品规模 1.95 万亿元，占比 97.68%。信银理财累计服务理财客户达 2,256.73 万户，较上年末增长 37.79%。2024 年，信银理财实现营业收入 40.30 亿元，实现净利润 24.92 亿元，分别同比增长 15.80%和 10.50%；净资产收益率(ROE)21.65%。

2024 年，信银理财荣获“金牛奖”“金理财”等权威奖项共 59 项，连续 12 个季度在普益标准和中证金牛发布的银行理财综合排行榜中位列第一梯队。

11. 平安理财

平安理财于 2020 年 8 月正式开业，注册资金为人民币 50 亿元，注册地为广东省深圳市，主要从事发行公募与私募理财产品、理财顾问和咨询服务等资产管理相关业务。

平安理财开业以来始终牢记“服务实体经济、坚持为民理财”的初心，秉持“专业创新为特色、稳健合规为基础”的理念，积极践行金融工作的政治性、人民性，以奋发有为、实干争先的状态做深做实金融“五篇大文章”，致力于更好服务实体经济、助力投资者财富的保值增值。成立以来，平安理财累计为超 1300 万名客户创造投资收益超 1000 亿元，平均每年提供超过 2600 亿元资金支持实体经济发展，切实履行了服务实体经济和守护客户“钱袋子”的使命。

平安理财坚持党建引领，着力推进党的领导和公司治理

的有机融合。平安理财党委会发挥政治核心、政治引领作用，一方面提高政治站位，坚决落实国家决策部署，服务社会民生，另一方面发挥党的核心领导作用，党建与业务一体推进，实现党建与业务“双融双促”。

平安理财不设股东会，由股东平安银行履行股东会职责。设董事会，承担公司经营和管理的最终责任，按照法定程序召开会议，行使职权；董事会下设战略发展与消费者权益保护委员会、提名与薪酬委员会、风险与关联交易管理委员会、审计委员会四个专门委员会，为董事会决策提供支持和建议。设监事会，开展董监高履职评价等工作，履行各项监督职权和义务。平安理财管理层向董事会负责，并按董事会决策开展经营管理。

平安理财紧跟国家政策导向和监管要求，坚持金融工作的人民性、政治性，坚持以打造“中国品类最全的开放式理财平台”为战略目标，坚守“受人之托、代客理财”本质和初心，秉承“坚守理财底线，长期稳健经营”理念，持续提升服务实体经济、服务客户的专业能力，坚定走专业化、高质量发展之路。

展望未来，平安理财将积极贯彻落实党的二十大和二十届二中全会、三中全会、中央经济工作会议和中央金融工作会议精神，严格落实监管机构各项要求，坚持稳健发展，努力做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融“五篇大文章”，持续加大在科技创新、绿色发展、普惠理

财、养老理财等领域的投入力度，持续提升金融服务实体经济的能力，积极助力扩大内需，持续强化风险防控，助推金融高质量发展。

12. 华夏理财

2024 年，华夏理财以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实中央金融工作会议精神和决策部署、全面推行“理财工厂”2.0 运作模式，升级打造前中后台协同机制，“投销一体化”作业效能显著，各项经营指标较好完成，产品规模快速增长，资产配置结构不断优化，“五篇大文章”成果扎实。

规模收入方面，2024 年公司整体经营发展情况良好，各项经营指标均超额完成计划。截至 2024 年末，公司产品规模 8,332.93 亿元，总资产 55.90 亿元，净资产 54.06 亿元。2024 年，公司实现营业收入 11.64 亿元，利润总额 8.03 亿元，净利润 6.20 亿元，ROE12.24%。

发行兑付方面，2024 年，公司新发理财产品 596 只，共募集资金 2.06 万亿元。本年度公司累计兑付投资者本金和收益金额合计 1.84 万亿元。其中，为投资者实现收益 163.57 亿元。

2024 年，公司在渠道建设、投资投研、科创投资等取得显著成果。一是行外代销渠道拓展成果显著。大力拓展行外代销渠道。积极探索分行辖内存续渠道持营及代销渠道拓展工作，年末行外代销渠道 123 家，行外代销规模超过 4,000

亿元，占比近 50%。

二是投资投研体系建设成果显著。投资规范化水平有效提升，“标签化”工作稳步推进；信用风险管控能力持续加强，建立“白名单-额度管理-适用业务”信用风险额度管理框架，对资产进行分类管理，持续优化公募基金库，形成稳健、均衡、积极三类“固收+”基金核心库。

三是创新科创投资成果显著。年内创新“S 份额受让+业绩对赌”理财资金投资科创股权基金模式，有效打通银行理财投资科创股权堵点，年内首单落地金额超 0.54 亿元，支持多家科创企业股权投资。年内还积极支持北京区域“专精特新”企业股权融资，投资金额 2.3 亿元，支持超过 10 家中小科创企业股权融资，行业覆盖商业航天、生物医药、高端制造、新能源等重点行业。

13. 广银理财

广银理财有限责任公司是广发银行股份有限公司的全资子公司，成立于 2021 年 12 月 1 日，公司以“做客户一生信赖的全生命周期财富管理专家”为使命。

截至 2024 年末，广银理财存续理财产品规模 1823.68 亿元，较年初增长 9.5%，其中，个人、机构投资者持有产品余额分别为 1578.58 亿元、245.10 亿元。2024 年，我司共发行理财产品 141 只、累计募集金额 301.45 亿元：从发行期限来看，2024 年发行三个月以内开放式产品累计募集金额占当年总募集金额的 6.92%；三至十二个月之间产品募集金

额占比 50.29%，十二个月以上期限产品募集金额占比 42.79%；从投资性质看，新发产品均为固定收益类。

14. 浦银理财

浦银理财有限责任公司于 2022 年 1 月在上海开业，公司注册资本为 50 亿元，由上海浦东发展银行股份有限公司全额出资。

按照“职责明确、执行有力、利益公平、信息透明以及理财产品投资者利益优先”原则，公司设有董事会、监事会、经营管理层，推动公司所有权、重大事项决策和日常经营管理权的有效分离和制衡。董事会下设战略发展委员会、薪酬与提名委员会、风险管理与内部控制委员会（消费者权益保护委员会）、审计委员会 4 个专业委员会，内设部门 20 个：固收投资部、现金管理部、多资产投资部、权益投资部、项目投资部、股权投资部、产品销售部、投资研究部、信用研究部、集中交易部、产品管理部、风险管理部、法律合规部、资金财务部、运营管理部、金融科技部、办公室（党委办公室、党委宣传部）、人力资源部（党委组织部）、纪律检查室（巡察办公室）、审计部等。

公司积极践行金融工作的政治性和人民性，加强党的领导，贯彻落实党的二十大精神和二十届二中、三中全会精神，将自身发展融入服务金融强国“五篇大文章”和上海“五个中心”建设中，充分发挥银行理财公司的专业职能，为各类客户提供优质、专业的资产管理服务。公司以国际一流的资

产管理机构为标杆，坚持“先有能力，后有规模”的发展路径，以专业驱动投资、以业绩回报信任，努力打造经营管理市场化、客户经营一体化、投资研究专业化、风险管理全面化、业务发展数智化的一流资产管理机构。

15. 民生理财

民生理财由中国民生银行全资发起设立，作为“受人之托、代人理财”的法人机构，民生理财秉持服务实体经济的宗旨，服务国家战略，发挥专业优势，致力于为百姓创造长期稳健的理财回报，助力实现共同富裕。

截至 2024 年末，民生理财资产总额 85.27 亿元，管理产品规模 10,156.66 亿元（比上年末增长 16.95%）。民生理财在 2024 年度中国证券报主办的第五届银行业理财金牛奖评选中，荣获“银行理财公司金牛优胜奖”；“天天增利现金管理理财产品”荣获证券时报主办的 2024 年度“金质银行理财产品天玑奖”；在上海证券报主办的 2024 “上证金理财”数字奖杯评选中，“天天增利现金管理机构款理财产品”荣获“年度现金管理类产品奖”，固定收益投资团队、FOF 及权益投资团队均荣获“年度投资管理团队奖”；荣获华夏时报主办的第十八届金蝉奖“年度优秀资管公司”。

16. 杭银理财

杭银理财秉持“成为老百姓信赖的财富管理专家”的战略愿景，发扬“居善行远”的企业精神，扎实推进资管新规净值化转型的各项要求，坚持以客户为中心，持续提升资产

配置能力，不断完善运营及风控体系，坚持科技赋能，整体发展态势稳健。

截至 2024 年末，公司理财产品规模达到 4,386 亿元，较年初净增 647 亿元，理财市场份额从 1.38% 提升至 1.44%。公司服务的客户数量超过 230 万户，较上年增长 14%，公司实现营业收入 14.66 亿元，实现净利润 9.05 亿元，较上一年小幅增长，继续领跑城商行理财公司。

17. 徽银理财

徽银理财有限责任公司是徽商银行全资子公司，徽银理财的成立，不仅对安徽省内创新金融产品、优化金融服务、提升金融发展具有重要的意义，同时对于促进金融与实体经济更紧密结合，更好满足安徽省内乃至长江经济带的资金融通、投资理财、资产管理等需求，也将发挥积极的引领和协同作用。

2024 年以来，公司产品净值稳定，收益表现良好。七款产品荣获中国投资协会金融业资产管理专业委员会五星产品，两款添盈产品获得纯固收公募理财产品夏普比率榜单双冠军，一款产品获得理财产品金牛奖。公司在普益标准第四届金誉奖评选中荣获“卓越投资回报理财公司”和“优秀固收类银行理财产品”称号，荣获介甫奖评选“优秀银行理财子公司”和“优秀投研团队”称号，获评“第六届中国银行业理财英华示范案例”之“优秀银行理财公司”，荣获上证“年度资产管理奖”。

18. 南银理财

南银理财有限责任公司于 2020 年 8 月设立，是南京银行股份有限公司旗下专业从事理财产品发行、投资管理、理财顾问和咨询服务等业务的全资子公司，注册资本金 20 亿元人民币。公司严格遵守《中华人民共和国公司法》等法律法规，及时完善公司治理制度，健全公司治理结构，不断提高公司治理的科学性与有效性，促进公司合规经营和持续稳健发展。公司通过建立董事会、监事会和经营层长效沟通机制，确保公司重大经营决策流程有效运转。

公司围绕“成为国内一流的全能型资产管理机构”的战略愿景，坚守“抱朴守真，超越变化，时间成就价值”的投资理念，以服务实体经济为己任，不断满足客户对美好生活向往的需求。2024 年以来，取得了较好的发展成效：一是规模效益稳步增长，截至 2024 年末，公司理财产品规模 4735 亿元，较年初增长 995 亿元，增幅 26.6%，规模增幅好于行业平均。二是代销渠道持续拓展，2024 年新增落地了 20 家代销机构，特别是国股行拓展取得突破，成功落地了招行、交行等人行渠道。三是产品保持竞争优势，积极打造拳头产品，封闭式“鑫逸稳”系列产品规模达到了 1200 亿元，“悦稳”持有期系列产品规模达到了 950 亿元；产品收益保持优势，理财产品月度平均年化收益率达 2.92%，高于全市场平均水平 28 个 BP，全年累计为投资者创造收益超 100 亿元，连续 6 年稳居普益标准城商系理财机构收益能力第一。四是

科技赋能持续深化，持续加大科技资源投入，推进信息科技基础设施建设和重点系统运维，不断夯实科技基础底座，数字化转型进程不断加快，并积极研究探索 AI 应用路径。五是发展成就获得外部认可，2024 年先后获得了财视中国（介甫奖）优秀银行理财子公司、21 世纪经济报道（金贝）卓越银行理财公司、银行业理财登记托管中心年度理财信息登记优秀机构等 27 个奖项。

19. 苏银理财

苏银理财于 2019 年 12 月获准筹建，2020 年 8 月正式开业，成为江苏省首批银行理财子公司。

截至 2024 末，苏银理财产品规模达 6,331.85 亿元，较年初增加 1,128.11 亿元，其中固定收益类产品占比较高，余额 6,265.59 亿元，占全部理财产品总量的 98.95%；现金管理类产品余额 1,245.03 亿元，较年初增加 5.54%。公司存续产品 497 只，全年新发产品 211 支，其中一年期及以上产品发行占比 78.8%。公司连续 36 季度位居普益标准城商行综合理财能力第一。

20. 北银理财

北银理财有限责任公司（以下简称北银理财）是北京银行股份有限公司的全资子公司。北银理财将始终专注于服务客户需求，秉承“特色鲜明、管理规范、科技引领、产品丰富、专家经营、业绩领先”的经营理念，以构建数字化资管平台为基础，资产管理和财富管理双轮驱动，不断提升投资

研究能力、风险控制能力、产品创新能力、数据应用能力和高效运营能力等专业能力，实现品牌价值、财富价值、资本价值、社会价值、人才价值和协同价值等核心价值，以打造“专注、专业，值得信赖”的一流资产管理机构为目标，切实服务实体经济，更有效为客户创造价值，助力实现共同富裕。

21. 浙银理财

浙银理财有限责任公司成立于 2025 年 1 月，是由浙商银行全资发起设立。浙银理财作为集团多牌照综合化经营的重要力量、大资管板块的核心平台，深入践行金融的政治性和人民性，秉承母行善本金融理念，坚持投资者利益优先，以稳健低波和长期回报为导向，通过投研驱动和数字化赋能，提升智慧经营能力，致力于为包括母行在内的全市场客户，提供“稳健、普惠、多元”的资管产品和财富管理服务，助力集团财富管理全新启航战略，并通过市场化自主经营，汇聚专业高端人才，努力将公司打造成为一家代表投资者利益、服务实体经济、经营风格稳健、弘扬善本金融、数字科技引领的一流理财公司。

（二）发展战略及领先特色

1. 工银理财

2024 年工银理财发展战略如下：

一是站位国之大者，以创新实践服务“五篇大文章”。服务科技金融，成立“北京金融街新质生产力联合研究中

心”，发布同业首只“科技金融债券指数”，发行科创主题理财产品近 20 亿元。服务绿色金融，绿色债券投资规模较年初增长超 50%，覆盖 200 多家绿色债券发债主体，新发行绿色金融主题理财产品规模超 13 亿元。服务普惠金融，具有普惠特征的现金及“现金+”理财产品年度规模峰值突破 1 万亿元，县域机构理财销售规模突破 4900 亿元。服务养老金融。11 只养老理财产品已惠及超 8 万客户、实现现金分红 6 亿元，个人养老金产品供给超市场总量 1/3，针对养老客群的“如意人生”系列产品管理规模超 900 亿元。服务数字金融。打造理财多领域跨平台用数赋智体系，获首届“产融合作数据模型算法大赛”卓越方案奖。

二是夯实投研基础，以稳健业绩保障客户满意。持续完善多资产研究分析框架，抓住利率整体下行机遇，结合市场阶段波动合理摆布投资结构，信用债、股票基金、美债等投资收益优于市场可比指数。年内有 474 只产品为客户创造超额收益、数量居四行首位，其中非现固收 PR1、固收纯债 PR2 产品到期达基率分别为 99%、93%，均居同业前列。

2. 农银理财

2024 年农银理财发展战略如下：

（1）投资管理稳中求进

一是优化策略制定，2024 年稳步加大债市配置力度，抓住利率调整窗口适度拉长久期，灵活摆布权益仓位并把握结构性、阶段性机会，每月、每季开会复盘策略并明确下一步

方向，确保投资策略制定科学、执行到位。二是稳定产品净值，积极布局各类低波资产，抓住阶段性市场利率波动机会，在二永债、利率债的波段交易中赚取超额收益，盘活存量优先股资产。三是提高交易效率，破冰开展 X-Bargain、X-Bond 等创新交易机制，提升价格发现能力；成为四大行理财子公司唯一线上同业存款参与主机构，获得资质后同业存款价格较前期实现提升。

（2）产品供给不断丰富

一是持续加大低波稳健产品供应，推出“零回撤”低波系列产品，规模突破 1200 亿元；存单存款增强、优先股、非标投资、美元系列等低波产品规模突破 3300 亿元。二是积极推进产品创新研发，成功发行首期目标盈产品，募集规模超 8 亿元；首次发行“理财夜市”产品，为支持 7×24 小时申赎的现管类产品；创新推出首款挂钩乡村振兴债券指数主题产品；结合非标业务收益高、估值稳定的优势，发行多只对公、对私定制及区域定制产品，主要投资分行辖内非标资产。

（3）多措并举推动渠道“补短板”

一是巩固零售客户基本盘，每季举办“农银财富季”“理跃龙门”系列理财营销活动；联合母行制定规模目标并对分行通报督导，理财营销活动覆盖全年。二是成立专门团队发力对公客户，全年参与对公理财报价 300 余次，发行对公专属产品 80 余期，规模近 2800 亿元；年内到期的二十余

期私募定制产品业绩全部达标 三是积极拓展机构客户理财，加速开拓行外渠道，持续丰富多策略产品布局，行外代销渠道数增至 19 家，其中招行、建行、平安、中信四家银行代销规模突破 100 亿元。

3. 中银理财

中银理财持续推进产品体系建设，积极做好绿色金融的良好实践。2024 年市场利率下行及资本市场不断规范的背景下，理财行业面临着更高的要求。中银理财有限责任公司（以下简称“公司”）积极践行金融工作的政治性人民性，以服务实体经济为价值取向，以满足客户多样化的财富管理需求为目标构建多层次产品体系。现已构建涵盖现金管理类、固收类、项目投资类、股债混合类、权益类等多种产品类型，多形态、多币种的产品体系。公司秉承中国银行全球化优势，拓展境内外资产，积极发展跨境金融主题产品。围绕“五篇大文章”发展绿色、普惠、养老等特色主题产品，积极服务国家第三支柱养老保险体系建设，发展个人养老金理财产品。2024 年上半年，公司进一步丰富产品线，发展红利策略、优先股策略等多样化产品谱系，多方位、多角度服务客户的理财需求。不断完善产品功能，推出理财夜市产品，提升赎回款清算效率，优化客户持有体验，推动理财业务高质量发展。

公司成立近五年来，积极践行绿色发展理念和环境（气候）、社会和治理（ESG）负责任投资理念，在产品设计、自身运营等多方面取得良好实践。产品设计方面，公司积极

构建绿色理财产品体系，研发“ESG 优享”系列理财产品。该产品秉承负责任投资理念，结合 ESG 评分体系，采用负面筛选或正面优选等方法进行组合管理。日常经营方面，公司对业务活动中产生的碳排放进行精细化管理，通过实施减排措施等方法，加强公司整体管控能力，近三年连续实现碳中和，并在 2024 年初取得生物多样性标签。

4. 建信理财

建信理财以市场和客户为导向，结合宏观市场情况、投资者画像，不断优化产品体系。进一步巩固银行系理财产品优势，坚持稳字当头，稳中求进、以进固稳，围绕银行理财客户中低风险偏好，重点满足当前以稳健型为主的个人客户投资需求。将产品线分类低波稳健型产品和中高波动收益型产品两大类进行布局。衍生各类细分产品子系列，不断细化明确产品定位，推动理财产品投资工具多样化。

5. 交银理财

2024 年，交银理财坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，积极践行金融工作的政治性、人民性，聚焦“五篇大文章”，持续推动党中央重大决策部署落地落实，整体发展提质增效。截至 2024 年末，公司产品规模 16,180 亿元，较年初增幅 31.39%，市场占有率由年初 8.14% 升至 9.46%。纯固收产品收益率保持在市场上半区，产品回撤水平继续保持市场领先。

一是加强 ESG 风险管理，将 ESG 风险纳入全面风险管理

体系，强化客户 ESG 风险授信全流程管理。在集团统一风险偏好框架下，制定气候风险指标，按月监测指标执行情况，探索将气候风险纳入新产品新业务风险评估流程，加强气候风险的识别与评估，气候风险管控总体得当。依托中债 ESG 评分和舆情预警系统，将 ESG 评分纳入相关行业主体内评模型、将客户 ESG 表现纳入存续期管理范围，强化授信客户投前、投中、投后全流程 ESG 风险管理。

二是创新业务品种和交易方式，拓展资产来源。创设“中信证券-交银理财科创票据债券篮子”，丰富科创发展主题的投资选择，并提升了多元化资产配置能力和效率，以实际行动做好科技金融大文章。

三是服务高水平对外开放，探索跨境投资业务。完成首单资产管理公司 ABS 跨境转让业务，引领金融创新实践。

四是积极推进资产端创新业务发展，研究部署持有型不动产 ABS（又称私募 REITs）。从投资角度来看，私募 REITs 通过资产支持证券和项目公司来取得基础设施项目所有权或经营权利，并获得项目租金、收费等稳定现金流。采用第三方机构模型给出 ABS 估值，波动远低于公募 REITs，适合机构投资者长期配置。从服务实体经济角度来看，该品种在产品治理与激励机制方面做出更多探索，弱化主体信用支持，强调维护和提升底层资产运营效率，创新二级市场活跃机制，是以金融“活水”为高质量发展注入新动能的又一重要尝试，为国有企业、民营企业甚至外资企业打通资产资本转化通道

打造了新的范本。公司在同业中率先完成业务管理办法撰写，并与上交所和各发行人建立沟通联系长效机制，积极探索实践业务机会。

五是对多资产产品开展精细化管理。交银理财按照波动性，将多资产产品分为特定策略（不含权）、转债+、全球+、均衡+、被动+、主题+等不同系列，产品形态覆盖日开、定开及封闭等。同时，严格按照“五步四化”规则开展含权产品管理，即设定合理目标、资产工具化、资产配置比例化、投资规则化和交易纪律化，采用集体决策和个人判断相结合的方式，在保持产品一致性和下限的基础上，提供充分的弹性，满足不同渠道及客户的投资诉求，真正做到为人民谋福祉。

6. 中邮理财

2024 年中邮理财发展战略如下：

一是深化落实“1+N+3+6”协同体系，高强度、多层次、全方位贡献协同价值。客户协同方面，理财渗透率逐年提高。截至 2024 年年末，邮银零售累计客户数达 1611 万户，年增 356 万，增幅 28%，机构累计客户数达 3.3 万户，年增 1.3 万户，增幅 66%。资产协同方面，截至 2024 年末，投标母行投行承销债券 875 亿元，中标 273 亿元；投资分行债券 566 亿元和非标 651 亿元，为母行引进存款 861 亿元、贷款 240 亿元；新增投资他行永续债 73 亿元，形成良好合作关系，引导他行投资永续债 130 亿元，护航母行永续债成功发行。

二是聚焦提升收益，多资产多策略创新成果突出，实现

投研体系化管理的新突破。围绕投资经理负责制，依托科技赋能，打造“大平台、小团队”投研体系。大力发展多资产多策略，债券加强信用挖掘，2024年末非金融信用债在债券中占比81%。开发策略48种，其中指数，量化，衍生品等复杂类策略8种，实现ETF、黄金、衍生品、REITs等多元化资产配置。

三是以客户清单法、数字网格法为牵引，实现营销体系改革新突破。深化渠道服务，聚焦重点省份打造专属协同发展方案，创新打造“走进理财子，财富伴你行”系列活动密切渠道互动协同；强化基层赋能，队伍培训与客户投教范围更广、层级更深；实现广覆盖、强下沉、高精准、新形式的营销体系。

7. 光大理财

2024年光大理财发展战略如下：

产品方面，2024年光大理财研发推出了自选周期型产品。流动性管理是投资者在财富管理中首先关注的方向，光大理财在2024年推出“阳光金自选计划”，该产品作为理财行业首支客户自选周期型产品，定位于满足投资者灵活且具有明确投资期限规划的需求，充分考量资金管理的流动性，在投资策略上，锚定低波稳健策略，为投资者带来全新、安心的理财体验。自选周期型产品也将是光大理财后续重点布局系列产品。

资产配置方面，进入低利率时代以后，投资者对于固收

类产品在收益和安全之间的权衡更为审慎，未来固收+成为提高收益的重要途径。理财产品的定位可能要从低波动稳健收益转向合理波动下的合理回报。从理财前十持仓的大类资产配置看，2024年四季度以来，理财显著加大了对权益类、衍生品类及货币市场类资产的投资。具体来看，理财在可转债、黄金和权益型被动产品的多资产投资上已有所行动。我们认为，可转债、黄金及权益型被动产品是理财未来可以考虑加大配置的方向。

8. 招银理财

2024年招银理财发展战略如下：

招银理财基于自身发展定位确立了战略重点：以绝对收益目标为主，相对收益目标为辅，与公募基金形成差异化竞争优势；以银行客群为主，其他客群为辅；坚持国内外资管机构普遍发展规律，构筑适应银行理财业务的投资文化，走出一条“专业化、规范化、市场化、国际化”的发展道路。

构建定位清晰的产品策略。发挥多资产多策略优势，构建“全+福”含权策略体系。2022年市场低位以来，公司持续布局新产品新策略，2024年1月，招银理财推出“全+福”含权策略品牌系列，成功构建以“价值+、红利+、量化+、黄金+、债券+、结构+、全球+、多元+”为代表的“全+福”八大含权策略体系，涵盖20多个细分子策略，在内的八大系列含权产品线，充分利用低估值/高股息股票、优先股、量化中性、黄金、衍生品、海外权益和债券等资产，多元化

收益来源，通过优选 BETA、多资产多策略配置实现稳健收益，成为渠道认可度高、持营规模持续增长的拳头产品品牌和“调结构”的稳定基石。

图：招银理财推出“全+福”含权策略体系



主动把握市场机会，提升产品业绩表现。招银理财坚持布局权益投资，通过资源的持续投入、能力的持续培养，含权产品整体取得了较好的业绩表现，其中混合类产品收益保持同业领先。偏债混合型、偏股混合型产品平均年化收益率分别为 4.52%和 5.32%，在理财同业中分列第 1 和第 3，分别较同业平均值高 1.32 个百分点、1.15 个百分点。纯权益产品方面，R5 主动股票投资产品均实现正收益和正超额，“招卓价值精选” 2024 年年化收益率 29.02%，超额收益率 11.31%。另类产品方面，2024 年全年共敲出 88 只雪球产品，平均敲出用时 13.7 个月，平均年化兑付收益率 5.64%。

推进功能模式创新，不断提升客户获得感。2024 年持续

丰富现金理财快赎及“理财夜市”24小时营业产品范围，成功落地理财定投与“随心投目标盈”等创新模式，打造差异化优势，切实提升投资者收益获得感；持续探索理财新应用场景，优化持有体验，2024年12月协同母行推出“零钱宝”“月月领”，在为理财客户提供稳健收益的同时，持续优化持有体验。

9. 兴银理财

以客户为中心，构建稳健型产品体系。兴银理财始终坚持“以客户为中心”创设理财产品，全面开展产品体系建设，目前已形成“八大核心、三大特色”产品体系，力求实现客户类型全覆盖、投资市场全覆盖、主流策略全覆盖。兴银理财坚持“三适”原则，围绕客需开展产品创设。在理财产品创设上，兴银理财坚持“适销性、适当性和适配性”原则，理财产品创设围绕客户需求开展。银行理财的客户以低风险偏好为主，兴银理财在发展中逐渐形成了稳健型产品为主的产品结构。经过数年的运行，兴银理财已形成一系列有市场竞争力的产品线，深受市场和客户的认可。例如，固定收益类产品“稳利恒盈”和现金管理类产品“添利”历史业绩良好、投资策略稳定，赢得渠道和客户的广泛认可，较好满足了客户差异化的财富管理需求。

渠道布局持续扩面，将农村机构理财服务作为助力乡村振兴、践行普惠金融的主阵地，加强“兴普惠”定制产品上线发行，累计开拓中小银行代销合作机构超500家。

10. 信银理财

信银理财的发展战略，可以用三个字概括 “稳” “融” “特”。

（1）始终把“稳”字作为核心要求

信银理财始终把“稳”的核心定位全面贯穿于经营理念、产品设计、资产配置、考核评价、人才培养、系统开发之中，并逐步构建起“投资稳健、风格稳定、收益稳当、消保稳妥、体系稳固”的“五稳”经营体系。

一是在理财产品的投资策略上不以过度追求理财高收益为目标。信银理财始终坚持市场中性的投资风格，追求在风险可控前提下实现持续稳定的收益。依托自主研发的资产配置投研系统，合理确定每一类理财产品的基准组合和目标收益，并以系统明确设定的目标风险阈值严控投资边界。同时，通过对产品业绩进行严格的逐日跟踪扫描，实现快速预警、及时纠偏，迅速改善资产配置修复净值。在确保产品流动性基础上加强对优质产业类项目资产的配置力度，加大对类 REITs 等创新资产的组织和获取，为投资者提供长期稳定的收益。

二是在理财产品的发行上不以做大规模为目标，更重视产品的结构和资金的稳定性。积极响应国家引导理财向中长期转型的导向，积极引导理财客户关注长期投资、价值投资，持续为市场提供长期资金、耐心资本。截至 2024 年末，信银理财的一年期及以上期限理财产品的规模及占比均排名

同业前列。

三是在消保工作上狠下功夫。信银理财在全行业率先成立消保一级部门，将产品全生命周期纳入消保审查管理范围，落地建成行业内首个投教阵地，圆满完成第一个五年百场“万里行”的投教活动，累计举办 143 场活动，覆盖全国 100 个城市。

（2）始终把“融”作为核心优势

融入母行“价值循环链”，在严格做好风险隔离背景下，建立高效的协同机制。同时，构建了与财富管理端的高效对接机制，实现母行渠道代销规模增量位居股份行第二。融入中信联合舰队，与集团内各金融子公司形成良好的合作关系，集全集团之力制定理财产品的投资策略、开展市场研究，为理财产品提供投研支持。融入大财富管理生态，积极打造大资管产业链开放合作平台，广交同业中优秀朋友，以开放的合作心态集全行业的优秀能力打造优质理财产品。

（3）始终把“特”作为核心标识

打造特色产品，围绕小暖象品牌鲜明特点，体现信银理财鲜明特征，牵头创设了慈善、ESG、绿色、共同富裕、区域经济等一系列主题“中信创品”，获得良好的社会反响，为业务发展注入新的动力。特别是创新了“慈善+金融”模式，行业内首发“温暖童行”慈善理财产品，获得国家部委和重点省市的高度关注，彰显理财助力共同富裕的初心。

11. 平安理财

平安理财发展战略及领先特色如下：

（1）科技应用——以 AI 原生的金融数字员工生态平台为例。平安理财 AI 原生的金融数字员工生态平台已成功在风控、投研、运营、营销四个场景落地。平台基于 PinganGPT (包括千亿级底座及领域知识增强的平安金融大模型)、知识图谱、多模型交互协同决策、RAG、大数据、RPA 等技术，打造了金融垂直领域的数字员工“Copilot”助手，实现了领域知识快速迁移、7*24 小时自动化运营作业、业务-研发联合共建，创新性地解决了银行理财“资产管理+财富管理”业务模式下的产品多、能耗高、无法通过人力实现可持续发展的行业痛点，在理财行业首创金融数字员工生态，助力实现企业数字化发展。

AI 原生的金融数字员工生态平台获选第九届融城杯金融科技创新奖，同年获选第四届香蜜湖金融科技创新奖优秀项目奖，在行业内处于领先水平。

（2）特色产品——被动债券指数理财产品。平安理财于 2024 年 5 月 23 日成立“平安理财 CFETS5-10 年期国债活跃券指数固收类理财产品”，该产品定位为被动债券指数理财产品，采用指数化投资策略，紧密跟踪“CFETS 5-10 年期国债活跃券指数”，以实现对标的指数的有效复制和跟踪。该产品每日开放，风险等级为 R2。自成立以来，该产品表现稳健，截至 2024 年 12 月末，产品成立以来年化收益达

8.30%，最大回撤为-0.91%，为投资者提供了优质的固收类理财选择。

（3）资产配置体系。平安理财于2021年中成立量化投资部，通过资产配置周报和资产配置月度策略会为公司提供大类资产配置方案的决策参考，于2022年底基本建立国内外领先的SAA+TAA资产配置体系、私募基金信息库和多资产配置平台（MAP），统筹公司混合类和“固收+”类产品的设计及投资。2024年，平安理财引入Adaptive TAA模型强化对“固收+”理财产品尾部风险的控制，完善行业配置模型，同时研发和布局一系列股票风格指数策略，获取显著的SmartBeta收益。平安理财也将进一步推动理财产品净值化、投资标的标准化和资产波动加大化，重点建设多资产配置和混合类及“固收+”类产品投资能力。

12. 华夏理财

近年来，华夏理财在ESG投资和科创投资领域持续发力，取得了显著成效，形成了发展特色。

（1）ESG 领先特色

作为国内第一家加入联合国“负责任投资原则组织”的银行系资管机构，华夏理财精耕细作ESG业务，取得了系列重要成就，

一是夯实理财业务ESG发展基础。建立科学的ESG资产和ESG产品认定规则，引入权威第三方数据，对包括债券、股票等标准化资产开展ESG评分，将ESG资产认定嵌入非标

准化资产线上化流程，实现了理财业务 ESG 全融合。

二是创新理财业务 ESG 发展实践。发行行业内第一只 ESG 主题银行理财产品、发布市场第一支 ESG 债券指数、行业内率先开展资产组合碳排放盘点、行业内率先披露经权威第三方鉴证的 ESG 投资年度报告、行业内率先在绿交所开立全国温室气体自愿减排账户。

三是持续扩大 ESG 品牌市场影响力。累计发行 ESG 理财产品超过 310 亿元，连续 6 年举办“中国资管行业 ESG 投资高峰论坛”，连续 5 年发布“中国资管行业 ESG 投资白皮书”，连续 2 年披露《华夏理财 ESG 投资年度报告》，荣获包括“ESG 投资金牛奖”在内的多项行业重磅 ESG 奖项。

（2）科创投资特色

华夏理财扎实做好科技金融大文章，积极支持科创企业高质量发展，创新理财资金股权投资路径，在行业内，华夏理财股权投资业务取得了实践突破。

一是有力支持北京国际科创中心建设。2021 年华夏理财在中关村论坛发布业内首支银行理财支持北交所拟上市企业股权投资基金，投资北京区域内超过 10 家“专精特新”科创企业，行业涵盖商业航天、生物医药、高端制造、新能源、信息技术等重点产业。

二是创新理财资金科创股权投资模式。2024 年华夏理财创新“S 份额受让+业绩对赌”模式，有效克服理财资金期限、风险偏好等短板，打通理财资金和私募股权投资高效循环通

道，服务 15 家半导体、生物医药领域优质中小企业。

三是积极支持科技园区提质升级。2022 年发行苏州工业园区厂房提质升级 Pre-REITs 基金，支持苏州园区基础设施提质升级。

13. 广银理财

广银理财坚持普惠金融的稳健型产品定位，不断丰富理财产品的功能便利性，提升产品和服务竞争力。以客户需求为导向，不断优化产品体系，逐步打造出风险收益特征清晰、具有阶梯层次、覆盖面较广的产品体系，包括现金及类现金、固收、非标+、含权等。产品存续管理方面，年末存续产品只数 208 只；产品期限方面，结构日趋完善，覆盖每日开放至三年期，满足客户主要理财期限需求；风险评级方面，中低风险、低风险等级的产品规模占比 98.09%，积极发挥银行理财普惠优势；产品服务方面，年初在同业内率先推出“理财夜市”现金管理类产品，被央视财经频道《经济信息联播》栏目重点报道及多家媒体转载，升级理财产品快赎及交易日上午到账功能，支持产品超过 30 只，为投资者实现正收益的产品（年度累计单位净值增长）规模占比 99.98%。

14. 浦银理财

浦银理财围绕国家重点发展方向，积极响应“五篇文章”，做深特色主题产品。公司于 8 月联合中债金融估值中心，发布中债-浦银理财新质生产力发展债券指数，旨在拥抱政策导向，引导资金流向相关领域，助力金融与科技、绿

色、数字等创新产业的融合发展，并率先启动将指数作为业绩比较基准的主题产品发行，累计规模超 10 亿。同步，加速落实“三五专项工程”专题产品，发行主题涉及绿色、普惠、科技、养老、援疆、上海中心建设、西部金融建设等方面，市场反响热烈，口碑传播效应显著。

2024 年度，我司首先判断出债券市场的机会主要来自久期，故在 2024 年初通过适度拉长债券久期的方式，获得“票息+久期”的综合收益，提升我司产品收益的竞争力。

15. 民生理财

民生理财构建“一体两翼”产品格局，以“固收及固收+”为主体产品线，以“混合及权益产品”和“另类产品”为两翼驱动，并持续完善产品系列定位，根据“活钱”“安心”“稳健”“进阶”四大类九系列的产品定位，构建了覆盖现金管理、纯固收、固收+、结构化、偏债混合、权益、私募另类投资等产品谱系和多种产品类型，着力满足不同客户群体差异化的理财需求，努力为百姓创造长期稳健的理财回报。

民生理财坚持“长期稳健、绝对收益”的投资理念，坚持以“稳现金、优结构、布含权、增长期”为核心思路进行产品布局，致力于为百姓创造长期稳健的理财回报。一是重新审视产品谱系，明确各系列产品投资目标，强化投资纪律。针对不同类型、不同期限、不同形态的产品，分别设定风险敞口暴露水平，在权益敞口、久期策略、建仓节奏等方面提

出标准化要求，强化投资纪律管理。二是加强产品过程管理，明确执纪规则，形成三级预警体系和响应处置机制严肃执行效力，保障投资运作平稳。根据不同的产品预警等级，形成从部门负责人，到分管高管，再到公司投决会的分层决策体系。三是建立科学的考核评价体系，形成以综合良品得分为考核目标的投资经理考核机制，坚持长期稳健回报的考核导向，引导投资重视产品投资的安全性与稳定性，根据投研团队的特色、优势，提高产品投资管理的适配性与专业化水平。

16. 杭银理财

杭银理财发展战略及领先特色如下：

产品体系方面，公司秉承杭州银行“幸福 99”品牌文化，融入以合为本、合家欢乐、共同富裕概念，形成独具特色的幸福 99 “六合·日益丰，越精彩”产品体系，寓意物质日益丰富、生活日益精彩。“六合”分别对应现金管理类、开放式固收类、封闭式固收类、混合类、权益及另类、私募类六大产品类型，共 600 余支产品，形成架构清晰、需求多维、市场匹配的产品布局。

渠道建设方面，公司是业内较早开展理财代销业务拓展的机构，当前已建立涵盖国有行、股份行、城农商行、民营银行、外资银行等的立体化代销体系，覆盖国内绝大多数省市地区。公司坚持“母行代销+行外代销”双轮驱动渠道拓客的策略，同时加强直销渠道的建设。2024 年末公司签约代销机构为 238 家，较上一年增长 39 家，增幅 20%。截至 2024

年末，公司理财产品行外代销规模为 1,754 亿元，较年初净增 588 亿元，余额及增量均位居城商行第 1 名。

服务区域经济方面，在客户端，公司积极服务杭州区域客户，为居民财富管理、资产保值增值提供了坚实保障，其中杭州区域、浙江省内（除杭州）客户数分别达到 47 万户、51 万户，持有金额分别超过 2,000 亿元、900 亿元；在资产端，公司秉持了杭州银行“科创”基因，在业内较早发行 PEVC 科创类理财产品。公司积极服务杭州区域数字经济发展，聚焦硬科技，投资国家战略新兴产业，加大对专精特新企业融资支持力度，通过“募投管退”全周期服务，共筑科创企业成长之路，为区域产业向新发展注入了澎湃动能。

17. 徽银理财

徽银理财发展战略及领先特色如下：

（1）理财产品收益持续向好

2024 年以来，公司产品净值稳定，收益表现良好。七款产品荣获中国投资协会金融业资产管理专业委员会五星产品，两款添盈产品获得纯固收公募理财产品夏普比率榜单双冠军，一款产品获得理财产品金牛奖。公司在普益标准第四届金誉奖评选中荣获“卓越投资回报理财公司”和“优秀固收类银行理财产品”称号，荣获介甫奖评选“优秀银行理财子公司”和“优秀投研团队”称号，获评“第六届中国银行业理财英华示范案例”之“优秀银行理财公司”，荣获上证“年度资产管理奖”。

（2）产品谱系全面焕新

聚焦“新策略、新产品”，对现有产品谱系和结构进行全面升级和创新。一是对现金管理类产品进行扩容，在加大发行力度的基础上，研发了“徽财宝”20万快赎功能，实现了客群专属分层。创新性地推出了2只银行间日历现金管理产品，提高资金使用效率，同时上线夜市理财，提升现管类产品客户体验，夯实“徽安”品牌影响力。二是推出全新“丰盈”系列产品，丰富公司“多策略多资产”产品线。三是丰富客户周期产品线，开发“日申季持”产品，优化资金确认效率，提升投资者体验，实现客户周期产品线对关键期限的全覆盖。四是突破公募主题产品，新开发“智盈”红利价值主题系列产品，填补公司在公募主题产品上的空缺。

（3）服务客户数持续新高

坚持“母行、行外代销、机构直销”的“一体两翼”销售策略。2024年，服务客户数量保持较高增长态势；深化与多家新机构的合作，代销机构拓展至22户；成为少数直销渠道取得突破的理财子公司之一，全年累计直销规模97.5亿元，整体行外渠道销售规模余额297亿元。

（4）贯彻“全投研”理念，投研体系全新重塑

坚持专业主义和长期主义，确立“研究即投资，投资即研究”的全投研理念，加快投资决策“参谋部”的建设。一是MOM投资管理核心架构落地，外部借助先进资管机构优势，扩展公司投资边界，提升投研能力；内部重建“投决会-大M-

小 m-投资助理”的多层次投资体系架构，实现一个领导核心、多级分层配合，快速提升公司大类资产配置能力。二是升级标准化资产信用研究框架，在宏观经济和行业周期研究的基础上，从“主体信息收集与整合、信用评级与监控、风险预警与应对”三大维度对标准化资产的信用研究体系进行升级，深度挖掘价值，城投债、产业债资产质量有效提升，金融债储备基本实现国股行、较高等级城农商行全覆盖。三是优化项目类资产业务架构，拓展资产类别，将其打造为服务企业客群和项目类资产创新的重要平台。四是投资策略持续多元化，投放美元债基金、含权债基等资产，完成双债增强、低比例含权策略等新策略研发。

（5）优化“三位一体”风控体系

紧扣“建好制度、管好业务、管好人员”三个核心环节，构建了合理制约、相互监督、切实有效的“公司—产品—人员”三位一体的风险内控体系，建立起“职责清晰、重点突出、补位充分、合力监督”的全流程风险防控架构。持续完善“大风险+大审批”集约化风险管理机制。推进产品全生命周期流程梳理，全面梳理优化业务流程，释放业务潜能。

18. 南银理财

南银理财围绕金融“五篇大文章”，聚焦银行理财主责主业，积极为江苏因地制宜发展新质生产力贡献金融力量。

在科技金融方面，公司高度重视科技创新领域的投资机会，加大对科创领域相关资产的投资配置力度。一是积极支

持科创产业主体的债券融资。2024 年，公司科创票据一二级市场落地 12 笔。二是权益方面，积极投资国产算力、半导体、机器人、创新药等科创产业。三是以消费金融为切入点支持平台类科技企业发展，比如字节跳动和蚂蚁集团等。

在绿色金融方面，公司从资产投资和主题产品创设两方面，支持绿色金融发展。一是加大对绿色低碳领域的投资力度。2024 年，公司一二级市场合计落地绿色债券 20 笔；权益端积极投资包括新能源汽车、新型电力系统、新质生产力等产业。二是积极研发绿色主题理财产品，截至 2024 年末，包括 ESG、绿色金融、社会责任、长三角绿色金融主题产品等共 5 只，累计募集规模近 30 亿元。

在普惠金融方面，公司围绕服务和客户陪伴等方面积极践行普惠金融。一是致力服务广大个人客户，截至 2024 年末，公司合作代销的银行机构超百家，累计服务客户数量超 500 万户，其中个人投资者占比超 99%。二是保持较低的产品购买门槛，截至 2024 年末，公司公募产品规模占比达 95% 以上，大部分理财产品的起购金额降至 1 元。三是为客户创造稳健回报，截至 2024 年末，南银理财开业以来累计为客户实现收益超 420 亿元，2024 年为客户创造收益超 100 亿元。

在养老金融方面，公司积极筹备养老理财和个人养老金业务资格申报，公司董事会于 2024 年 1 月就已审议通过了关于开办养老理财业务的议案，并成立了资格申报工作领导小组，统筹开展养老业务资格的申报工作。同时，公司从投

资策略、产品研发、服务优化等多维度推进养老金融工作。一是以投资目标为指引，形成完善的投资方案，为后续公司产品落地打好基础。二是积极聘请外部专家以及组织专业团队深入研究养老金相关政策法规与市场情况。三是持续提升适老化服务水准，线上和线下结合开展老年人反诈公益讲座，积极推进官网适老化改造工作。

在数字金融方面，积极推进 DeepSeek 模型的本地化部署，通过 AI 赋能金融创新。一是积极推进新技术的应用，推广 AI、大数据等能力应用，助力公司降本增效。全年累计建设了研报解析、询价解析等 68 个业务场景，等效替代人工超八千小时，等效节约人力成本 141 万。二是有序推进数据治理工作。在主数据建设方面，完成产品主数据的全面落标和共享同步，实现公司全域系统间产品主数据的一致性和准确性；在数据质量优化方面，开展了监管报送、信息披露和产品销售三大领域的 data 质量专项提升行动，全年新增 300 多条具有高业务价值的 data 质量稽核规则，使得 data 准确性、一致性得到大幅提升。

此外，公司创新产品形态和产品模式，形成特色化优势。一是积极创设服务于绿色低碳、专精特新等实体领域的主题产品，为经济发展和社会民生提供有力支持。二是积极参与慈善事业发展，发行公益主题产品，捐赠该主题产品的部分固定管理费，专项用于南京市慈善总会东西部合作慈善助困项目。三是创新产品形态模式，提升投资者获得感。创新推

出“悦稳红利”“悦稳灵活分红”系列最低持有期型理财产品，重点聚焦老年群体，建立月度/季度分红机制，在长期投资的基础上提供流动性便利。截至 24 年末，该系列存续规模 20.23 亿。

19. 苏银理财

针对不同的客户画像，苏银理财构建以客户需求为核心的产品体系。苏银理财以“源”来命名产品系列，发行启源现金类、恒源固收类、聚源混合类、睿源权益类产品，投资范围覆盖货币市场工具、债券、股票、股权等，以多元化的资产配置策略，构建多资产、多策略、多维度的产品体系，满足不同客户、不同期限的理财需求。

产品策略方面，苏银理财产品按照波动性维度划分为五类，分别为超低波、低波、中低波、中波、高波；按照产品形态维度划分五类，分别为现金管理类、客户周期型、定期开放型、最短持有型、封闭式。丰富的产品种类满足投资者在安全性、收益性、流动性等方面的均衡投资需求。

20. 北银理财

北银理财 2024 年不断细化产品体系颗粒度，精心设计“京华四季”十六大产品标签，清晰产品定位，匹配目标客户。产品体系涵盖全投资品类及各类型理财产品，区分不同风险收益特点，让客户明确了解购买的产品，合理配置资产，为客户资产保值增值。

21. 浙银理财

2024 年，银行理财市场受益于高息存款严监管和债市行情，理财规模收复高增长。受存款利率下行、资本市场波动等因素影响，理财客户对收益稳定性和流动性需求更加突出，行业内部竞争愈发激烈。

浙商银行理财业务始终秉承善本金融理念，树立“守正、稳健、规范、专业”的经营理念，坚守“受人之托，代客理财”的业务本源，坚持服务实体经济和投资者利益至上，顺利实现理财业务净值化转型，产品体系、投研能力、风险防控、金融科技等工作取得了进一步提升。同时，严格对照监管要求高标准推进各项理财公司筹建工作，目前，浙银理财已实现独立运营管理。

二、服务特色

（一）理财产品模式、理财产品体系转型的业务开展情况

1. 工银理财

2024 年，工银理财坚定践行“以客户为中心”的经营理念，立足市场趋势与客户需求，打造了有竞争力有口碑的理财货架，有效服务客户财富管理需求。

一是升级“稳鑫智远”产品体系。致力于为投资者提供兼具稳健性、适配性和创新性的综合理财解决方案，新推出鑫悦、智悦、智益、智丰等子系列，主打含权多策略，其中混合优先股、红利策略等广受客户认可。

二是做深做细普惠金融大文章。结合地级市政府“三资平台”（资金、资源、资产）搭建及农村集体资金盘活需求，成功完成村集体资金在工银理财的首次破冰，为公司赋能基层、服务实体、践行乡村振兴战略提供新支点。

三是深度下沉赋能渠道销售。公司高管带队，渠道经理全员下沉，为针对性做好渠道营销服务提供有力支撑。年内渠道经理服务渠道机构逾 2500 次、县域基层近 250 次，在解决基层诉求中推动理财服务高质量发展。

2025 年，工银理财将继续深入推进产品体系迭代，丰富产品货架，升级品牌体系，完善场景融入和功能创新，增强销售赋能，持续推动客户持有体验和投资满意度提升，努力打造更加科学均衡的产品布局结构。

2. 中银理财

中银理财坚持以人民为中心的价值取向，有效满足多层次财富管理需求。根据客户差异化需求，做大低波动产品体系，服务好存款类客群资产保值“稳”的需求；做优多策略产品体系，服务好投资类客群财富增值“增”的需要。支持提升农民财产性收入，创新推出面向县域客户的费率优惠专属产品，加大个人养老金、绿色等特色产品推广力度。

积极开拓渠道并服务客户。一是深耕母行渠道，对私方面聚焦代发薪客群，配合军人、高校等客群拓展，积极做好专属产品推广和分层营销服务。发挥中行外币特色优势，产品货架进一步丰富，涵盖美元、港币、英镑、欧元。对公专

户理财形成品牌特色，加大重点机构客户深耕维护，助力更多区域龙头及地方民营企业实现净值化转型。二是持续发力行外代销渠道拓展。优化乡村振兴金融服务，将城农商行渠道拓展作为战略方向，年内推动 70 余家渠道上线产品，行外代销渠道数量成功破百，渠道数量位列六大行理财公司之首。持续加大行外渠道特色产品与固收增强策略产品推广力度，不断丰富行外代销产品货架。截至 2024 年末，我司理财客户数约 1,100 万，增速 9%；积极拓展第三方渠道，在行外 90 余家机构、100 余个渠道上线产品，行外代销总规模约 4,400 亿元，增幅 24%；对公净值型产品规模约 4100 亿元，保持市场第一的领先优势。

3. 建信理财

2024 年建信理财扎实优化产品体系结构，精细化产品风险收益分层，明确产品策略，绘制产品图谱。针对低波稳健类产品推出“稳利”子品牌，进一步打造稳健低波的品牌形象。2024 年建信理财积极围绕“五篇大文章”在理财业务中的实践以及客户多样化投资需求，研发创新理财产品，如加快养老金融布局，发行银发优享理财产品，助力完善养老金融服务体系；助力金融数字化转型，创新发行数字人民币理财产品；发行目标止盈和自选持有期理财产品，满足客户灵活性、个性化理财需求。

2025 年，建信理财将进一步精准把握客户需求，精细化做好产品画像；持续加强产品与银行业务场景的融合及产品

组合，提升综合金融服务水平。持续推动绿色金融主题、科创主题等定制化产品创设发行，以实际行动助力做好“五篇大文章”。

4. 交银理财

2024 年，交银理财聚焦业务重点，不断丰富理财产品货架。一是践行金融“五篇大文章”，助力国家重大发展战略。全年发行“ESG 科创主题特色产品”20 支，对公渠道发行公司首款民营科创主题产品。打造适老化产品货架，发行 11 款养老客群尊享三年期分红型理财产品，总规模达 45.62 亿元。二是发行定向专项产品，提升产品适配性。如，公司发行“军人专享”“教师专享”等主题产品，面向代发客群发行“新薪宝”专属资源产品，助力母行客群多元化发展的同时，为普惠客群提供多样化产品选择。三是发行公司首款慈善理财产品，着力打造财富向善服务生态圈。

2025 年，交银理财一是发挥渠道牵引作用，做好产品发展引领。在巩固纯固收产品和策略优势的基础上，加大多资产、多策略产品的发行和营销推动，实现产品的有序布局。二是持续做好渠道画像，精准适配渠道发展。精细现有渠道画像，深耕头部重点渠道。三是进一步转变营销拓展方式，强化专业能力塑造，提升渠道与客户服务的精准度与及时性。

5. 中邮理财

2024 年，中邮理财持之以恒打造“六大能力”，产品竞争力显著提升。“721”产品布局、产品结构进一步优化。

非现金产品占比提升 18 个百分点达 72%，一年及以上产品占比提升 5 个百分点达 27%，三年及以上产品占比提升 4 个百分点达 13%，均位于市场前列；混合产品占比 3.72%，高于同业均值 2.71%，居行业第三。坚持“低波稳健”定位，产品平均收益率、波动率、达基率行业领先。截至 2024 年末，公司现金类产品平均年化收益率 1.96%，纯固收类产品 3.28%，均居国有行第一；已兑付封闭式产品达基率 99.01%，居行业第一；纯固收类产品波动率下降到 2.06%，固收+类产品波动率下降到 4.29%，居国有行第一。

2025 年，中邮理财将主动作为、提升核心竞争力，力争从行业同质化竞争中努力争先突围。

第一，提升传统业务能力，加快资产创新和多元投资策略开发。近年来，公司投资业绩、达基率在市场同业中名列前茅，开展大类资产配置取得了一定成果，CRMW 等创新策略、美的港股 IPO 投资等既提高了收益又带来了行业影响力，要再接再厉持续突破多元化投资能力圈。一是固收传统业务要做“精”。信用管理和配置能力要进一步增强，要提升通过交易、杠杆、久期等策略获取收益的能力，要提升市场敏感度，抢抓相对稳定的较高收益资产，增强转债、REITs 等多品种的投资能力。二是多资产要深耕“固收+”，更好配合产品端弹性和正收益要求，增强体系化和多策略能力，积极补齐投研短板，加快含权、海外、衍生品等多策略的研发和创新。要高度重视权益投资的战略价值，从中长期实际表现

看，资本市场依然为投资者创造了较高的投资收益，国际国内实践经验证明，采用合理的股债配比能提供较好的长期绝对收益回报。但理财行业普遍的权益投资能力尚在建立初期，需要持续的投入和较长时间的沉淀，投资和业务策略要稳妥有序推进。现阶段，权益投资要发挥在传统战略配售、定增项目上的一定优势，服务企业的多元融资需求，积极为多资产实现收益增厚。三是另类投资要坚定推进与公司、投行以及分行的协同发展，优化非标资产母行协同机制，抓住时机扩大消金、城投类资产规模，围绕重大政策落地、重点区域、重点行业开拓新型另类资产，捕捉科技金融、国企存量资产盘活、资本市场并购重组等领域创新机会。

第二，以客户为中心，立足低波稳健，推动产品布局进阶，全面提升产品管理精细化水平。去年以来，公司产品布局更加多元均衡，但仍需要继续努力。产品结构决定辐射客群广度，也决定理财机构的费率和收入水平，要把握好长期和短期、转型和稳定的平衡。一是基础产品线坚守稳健定位，持续推动“一短一长”均衡布局。其中现金产品是我们当前稳规模的突出矛盾，要通过场景体验拓展客户和更有效的渠道管理实现突破；现金替代产品要配合监管要求适度稳健发展；2-3年期产品是我们独特的差异化竞争优势，要守住阵地，通过加大资产挖掘力度与优化资源配置模式来保证新产品的供给规模和存量产品的达基率。二是培育增长动能，精选正收益与弹性产品线加大布局力度，产品策略要从“市场

追随”向“市场领先”转变，要改变产品发行的粗放管理模式。三是焕新产品体系，从客户视角按照客户需求简化产品系列。从客户画像、产品画像、投资经理画像出发实现相互匹配，标识化和层次化产品风险收益属性和投资策略，进一步量化客户的波动、回撤等风险特征和约束条件下的目标收益率，为不同客户提供精细化、差异化解决方案。要持续完善产品功能体验。要打造具有竞争力的拳头产品和明星产品线，要根据资产稀缺性、投研能力、产品收益定位，精细化管理费率水平。

第三，围绕做大客户规模，深化“两法”应用实现全渠道、全客户精准营销。过去五年，我们通过多元化拓展和深化渠道赋能，累计零售客户数超1600万，机构客户数超3.2万户，成果来之不易，但我们的客户渗透率仍然偏低，三方、机构规模较同业仍然较小，仍有巨大的行业富矿亟待挖掘。一是邮银渠道要聚焦做大客群规模，以“两法”完善客户营销体系和分层分类管理体系。一要深耕总行三农金融、普惠金融、个人金融长板，积极配合营销政策和重点工程，精细化设计和管理产品营销策略，持续提升综合化营销服务，引导渠道向投顾模式转型，继续优化“一省一策”，输出“产品方案+培训赋能+科技支撑+营销活动”定制化服务，打造“走进理财子”讲师团队伍，更充分赋能渠道、强化渠道链接；二要持续深耕线上线下投资者陪伴，积极协同总行“手机银行全面赶超工程”抓好客户触达，灵活运用直播互动、

创新外部合作等方式，完善平台陪伴内容，联合渠道持续深入开展“投教万里行”等线下投资陪伴活动，扩大覆盖地域和客群。二是三方渠道要采取差异化渠道策略。从中长期看，具有影响力的资管机构必须实现母行渠道与外部渠道的有机补充，辐射更广泛的客群，才能实现可持续发展。一要全面打开国有行渠道，深化总分行合作。借助同业条线及外部合作机构力量，择优开展中小城农商行代销合作，挖抢自营理财压降资金，寻找友好股份行开展定制化产品设计，进一步丰富特色化产品线；二要进一步优化三方业务流程分工，强化中台建设。提升对外反应敏捷度；三要积极准备互联网渠道、券商渠道的拓展机会。三是机构理财要力争跨越式发展。成熟的资管机构客户产品规模基本占40%-50%，机构理财仍然要积极主动、加速超越。一要积极协同总行做大邮你同赢平台、公司金融“增户拓客工程”“城市业务攻坚工程”，强化服务支撑，完善差异化服务体系，构建以招行为主的“一主多辅”渠道体系，力争客户翻倍增长；二要坚持大客户发展战略，加强行业分析，总结客户特征，强化精细化管理，以定制化产品和服务由点带面纵向拓展客户；三要加强品牌建设，提升口碑效应，珍惜核心客户的高度认可，持续扩大影响力。

6. 光大理财

2024年光大理财通过投资债券、货币市场工具、非标债权、优先股、资本中介项目等，匹配资金需求，通过产品创

新，持续将理财产品融入各类财富管理场景，从产品端落地财富管理方案，在产品端提供综合解决方案，为投资者带来了更便利的资产配置工具。在具体产品层面，光大理财研发拓展了相关产品系列。

（1）目标盈系列产品。面对着净值波动的不确定性，当出现浮盈时，越来越多的投资者选择将其兑现为收益。为了满足投资者及时“落袋为安”的需求，光大理财创新推出了“目标盈”理财产品。相比于普通理财产品，引入了投顾理念，设置了“最低运作期”、“止盈观察期”、“止盈目标收益率”等。光大理财将聚焦投资者需求，持续推动“目标盈”系列产品迭代升级。

（2）投资者体验优化。传统的银行理财购买方式，光大理财持续探索在支付消费、薪资理财、24小时理财、现金流管理等场景开展产品研发创设，提升理财综合体验，致力于为投资者提供“唾手可得的理财”，将金融服务融入每一位投资者的衣食住行、文化娱乐等日常活动中。

2025年光大理财在加快“固收+”系列产品投放，将于近期推出光大理财专有“固收+”品牌系列产品，通过“多元+、REITs+、指数+、量化+、衍生品+、海外资产+、主题+、FOF/MOM+”等不同策略增强产品，通过多样化资产配置，实现略有弹性的目标收益。

7. 招银理财

招银理财坚持“以绝对收益目标为主，相对收益目标为

辅”的产品理念，构建了“招赢、招睿、招智、招卓、招越”五大产品品牌，分别对应现金管理类、固定收益类、多资产类、权益类、另类产品及其他共五大系列，目前按照资产和策略、客户需求和风险收益等多个维度创设了 120 余个产品子系列，140 余项产品策略，打造纵向梯度清晰、横向策略多元的产品线。2024 年推出明睿、明裕、安鑫、安悦、增鑫、增盈、嘉悦、慧盈、美元/澳元每日金（QDII）、量化稳健多策略、招智价值精选及 DCN/FCN 等结构化产品线等多个新品牌、新策略，充分发挥理财公司多元配置优势，横纵双向持续丰富产品体系，满足不同理财客群的差异化投资需求。此外，坚持做好金融“五篇大文章”，提高金融服务实体经济的质量和水平，持续推进重点战略产品的筹备与发行，全年新发 ESG 科技主题产品 4 只，募集规模 39.31 亿元。

2025 年业务发展思路：

一是做稳做大基本盘，扎实做好现金、短债、低波动固收等风格稳健、普惠性强的产品，满足老百姓在低利率环境下的稳健投资需求；二是延长产品线，依托此前在权益、海外策略、黄金等领域累积的经验与投研框架，大力推动波动较小、回撤可控、收益较好的固收+含权产品业务，并倡议理财行业积极响应国家号召，在监管支持下共同加大对权益等战略资产及多元策略的投入力度，群策群力打开理财发展新格局；三是大力推进产品功能模式创新，根据产品的应用场景开展功能、机制、服务创新，如预约申购、定期支付、

目标盈等，让投资者感受到产品的“温度”；四是坚持合规经营，全面加强风险管理，坚持科技赋能，持之以恒强化信用风险管理，加强市场风险联防，加强监测与预警流动性风险，有力支撑业务发展；五是坚持履行社会责任，传播社会正能量，做好五篇大文章细分领域工作，以高质量党建引领高质量发展。

8. 兴银理财

2024 年，面对理财客户风险偏好较低，呈现低波化、短期化发展的趋势，兴银理财顺应市场趋势和客户需求，完善产品布局，稳步推进产品创新，强化产品供销适配。

一是完善“超低波、低波、中波和高波”产品体系。兴银理财进一步精细化管理产品画像，根据客户风险偏好及产品波动性对存量产品进行分类，分为超低波、低波、中波和高波四大类产品。一是投资策略标签，每类产品画像清晰对应差异化的投资策略。二是风险标签，设置目标业绩达标率目标，规定更加细化的风险预算指标，全流程监控产品投资运作，确保风格不漂移。

二是稳步推进产品创新。创设推出涵盖不同投资领域和策略类型的创新产品，并开发功能性产品满足客户需求。在策略创新方面，主要推出北交所打新策略、量化+转债策略、量化+红利策略、阿尔法策略、黄金固收增强策略、红利策略、固收+REITs 配置策略以及挂钩美债、上海金、美元兑日元、全球大类资产指数结构性理财等产品。在产品结构创新

方面，推出日申定赎、夜市理财等新型理财产品，提高投资者资金使用率，满足投资者的差异化流动性需求。

2025 年，兴银理财将结合市场和客户需求变化，进一步聚焦特定时间段、特定客群需求集中的特定产品，深入强化产品供应和服务。

一是围绕客需明晰重点产品布局，2025 年兴银理财将围绕“存款替代、低波承接和低波进阶”的客户需求，结合公司业务转型的经营需要，重点突出“现金、固收、固收+、混合权益产品和指数产品”五大产品布局。

二是针对不同客户及渠道类型特征精细化施策，持续优化产品经营策略。针对一般零售客户，持续做好低波稳健产品压舱石，客群营销场景丰富理财功能，如夜市理财、预约赎回功能、余额理财、长期限理财转让等。同时加大存款+产品创设发行，满足客户低波稳健需求。在此基础上进一步聚焦绝对收益策略的适量含权产品，并拓展跨境投资理财产品。针对私行客户，丰富私行专属产品线，同时与销售渠道建立“协同经营机制”，提供综合服务方案，包括日常跟踪维护、客户面对面活动、专属一对一定制等。针对机构客户，持续丰富产品货架。一是巩固现金、类现金基本盘，满足机构客户资金流动性管理需求，与企业资金周转、申赎便利相匹配。二是聚焦短周期（6 个月内）需求创设产品，研究企业财务账期、收支付特征和富余资金投资偏好，利用好短持产品、定开、定制产品，树立“稳健型”的产品风格，满足

不同期限理财投资需求。三是深化和丰富重点客户定制需求，结合客户个性化需求，前瞻性、灵活性的创设产品服务客户资金差异化需求。

9. 信银理财

2024 年，信银理财围绕理财产品投资者的需求偏好，继续坚持以“稳健”定位为主、风险收益梯度清晰的“6+2+2”理财产品体系，即六大赛道（货币、货币+、固收、固收+、混合、权益）、两大特色（项目、股权）、两大特定对象（私募定制、养老主题），为投资者提供稳健、温暖、多元的财富管理服务。同时，信银理财坚决推动“五篇大文章”相关主题产品发行，布局 ESG/绿色、慈善等主题产品，践行金融工作的政治性、人民性要求，积极做好国家战略承接。

公司始终秉承“守正创新”的发展理念，从贯彻落实“五篇大文章”出发，积极提升产品创新能力，成功研发了“温暖童行慈善理财”“青绿共绘 ESG 理财”“信颐系列”养老品牌等一系列优秀创新产品。其中，“温暖童行慈善理财”产品，捐赠款项全部用于上海、云南、西藏等地儿童健康和项目，改善弱势儿童生活困境，产品创新模式得到了社会的广泛认可，成为上海市人大第十六届一次会议有效提案，先后荣获中华慈善总会“年度慈善品牌项目”、第一财经金融价值榜“最佳慈善金融机构”、第十三届公益节“2023 金融业年度社会责任奖”、中信财富杯银奖、总行产品类创新三等奖等多项慈善公益、社会责任和创新案例大奖，

擦亮了中信金融向善的金字招牌，向全社会充分展示了公司统筹社会责任与盈利责任的国企担当。

为积极服务实体经济，培育投资者长期投资理念，信银理财持续推动一年及以上期限中长期产品布局。截至 2024 年末，信银理财中长期产品规模及占比均位居同业前列。相较短期产品，中长期产品对利率波动敏感度较低，信银理财大力推动中长期产品布局，也保证了市场波动环境下基本盘的稳定，有助于产品规模的合理增长与可持续发展。2025 年，信银理财仍将持续大力推动中长期产品布局。同时，为积极践行“提振资本市场”的监管导向，信银理财将积极研发不同策略的含权产品，为投资者提供多元化的产品投资品种。

10. 平安理财

平安理财具备全谱系的理财产品体系，已实现了现金管理类、固定收益类、混合类和权益类产品的全面布局。现金管理类产品主要投资于现金类资产、货币市场工具和标准化固定收益类资产，具有低风险、高流动性、申赎灵活的特点，可满足个人和机构投资者短期限、高流动性资金理财需求。非现金固定收益类产品通过发挥银行理财在固收类资产上的投资优势，在维持稳定收益的同时，叠加其他绝对收益或相对收益策略，丰富投资选择并增厚收益，为各类型投资者提供不同产品类型、期限、风险等级、投资策略的理财产品选择。而风险和收益更高的混合类和权益类，则可以满足高

风险承受能力和定制化客户，例如私人银行高净值客户、机构客户等的投资需求。

产品策略方面，公司把理财产品定位于“守护老百姓的钱袋子”，坚持以客户为中心，充分发挥投研优势，构建以“稳”为特色，以绝对收益为目标的产品体系，通过投资策略、产品期限、产品形态的细分，形成风险收益梯度丰富的产品图谱。公司为客户提供“多场景解决方案”，追求在“产品定位、投资策略、客户认知”三方面的一致性，满足客户在不同市场条件下理财稳健增值的需求，切实增强客户投资理财的安全感和获得感。通过科学的资产配置方案和投资管理理念，将多种策略有效地组合起来，力争为零售、私行、机构等不同客户提供符合预期的理财产品和投资体验。

2025年，平安理财将继续坚持绝对收益的目标，借助自主开发的大类资产量化分析框架，通过结合宏观市场环境设定战略及战术配置方案，将资产配置的投资理念和方法论赋能到各类资产。继续以“坚持多资产多策略、追求绝对收益”为投资理念，将量化模型和主观分析相结合，打造多资产配置平台，不断丰富产品类型和投资策略。一方面，将做好资产配置，围绕每一类产品的定位、目标收益、目标回撤，尽可能量化地描述投资组合目标，在目标基础之上，用相应的各类资产策略做投资组合；另一方面，要构建丰富的策略库，实现打造底层策略模块化生成、顶层根据投资组合目标进行科学封装的平台化、模块化生产模式，构建差异化竞争优势。

11. 华夏理财

华夏理财始终将产品体系建设作为业务发展的重要基础，根据客户需求和市场趋势不断优化完善理财产品全生命周期管理。一是以绝对收益产品线为主，持续完善产品体系。公司锻造投研核心能力，基于对各类资产的深入研究，重点布局绝对收益产品线，满足理财客户在不同市场条件下“稳健增值”需求，构建多元价值坐标系。二是高度重视理财产品功能创新和场景创新，持续满足市场和投资者多元化需求。三是华夏理财下大力气推动“五篇大文章”主题产品创新走实走深、落地落细。

在权益类产品体系建设方面，华夏理财在业内首创推出了“天工”指数型权益理财产品，该系列产品对标国际经验、把握行业趋势，具备投资运作高度透明、费率低、业绩解释性强的优势，重点投资于国家战略性新兴产业、聚焦新质生产力、支持实体经济发展，为理财投资者提供了优化资产配置和长期参与资本市场的优质投资工具。

2025 年，华夏理财将坚守绝对收益产品线的定位，优化定制化生产模式，强化权益相对产品线的打造，为居民百姓提供更加丰富的产品选择。

12. 广银理财

广银理财 2024 年以来根据市场情况及渠道端需求，面对不断变化的市场环境和理财客群追求低风险、稳健收益的投资要求，持续以客户需求为导向，不断优化产品布局和策

略，持续丰富产品类型，逐步打造出风险收益特征清晰、具有阶梯层次、覆盖全面的以现金管理及类现金、固收、非标+、含权四大类别作为拳头产品，多资产类为特色产品的理财产品货架体系。其中现金管理类产品较年初新发 13 只，类现金产品规模较年初增长较快，是稳定规模的“基本盘”，公募封闭式产品规模较年初增长 21 亿元，固收类持有期型产品规模较年初增长 394 亿元，是今年规模增长的“主力军”，同时含权类产品强力把握市场节奏，过半含权产品今年以来年化收益率超过 3%，睿益系列的部分产品今年以来年化收益大于 4%。

13. 浦银理财

浦银理财基于“大、全、特”的货架要求与布局，建立了以“日、鑫、悦、益”为主干、另类特色产品为侧枝的品牌体系。通过品牌名称与资产配置组合的对应，形成了公司产品品牌与策略的辨识度与区分，加深了渠道及投资者的记忆与对浦银产品品牌的认知。另外，从风险收益特征、大类资产配置维度，基于不同投资配置安排，形成低波、中低波、中波、高波等多个风险收益特征的子品牌，通过阶梯型产品货架安排，实现投资者与产品风险收益的适配。

另外，在产品功能方面，公司积极拓展场景化理财，落实理财的“普惠性”“人民性”，推进“现金与非现”的理财夜市上线，累计销售规模近 120 亿，后续在监管闭门会议指导要求下，于 11 月 18 日正式下架非现产品的夜市功能，

仅保留现金产品的夜市货架。

14. 民生理财

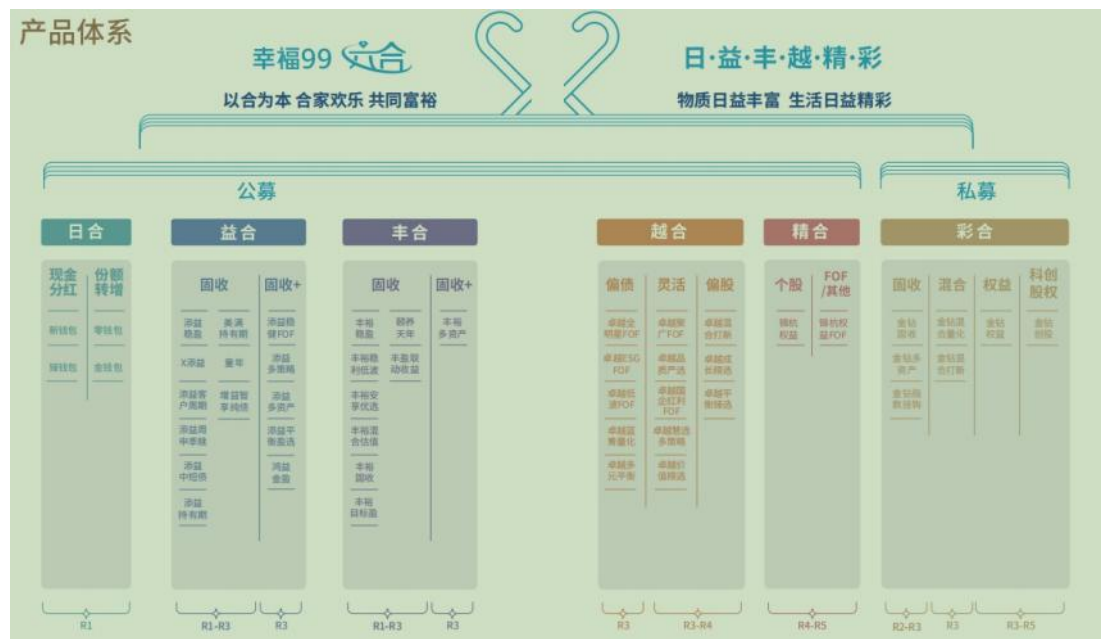
产品业务开展情况方面，民生理财一是做大稳健产品，丰富产品谱系，强化母子协同。二是提升要素管理，加强制度建设，完善产品管理流程。强化产品品质管理，制定《管理费定价管理实施细则》，持续修订《投资纪律操作规程》。三是优化产品功能，推动产品创新研发。四是，充分配合行内外产品输出，加速产品布局。协助母行分行完成资产联动、战客营销、私行引新等重要目标，累计发行 16 只重点区域理财产品，存续规模 120 亿元。五是作为银行业协会行业标准《理财产品净值指标指引》牵头单位，协同各理财公司，结合理财产品业绩展示情况，针对理财产品价值指标、现金管理类产品收益率指标、非现金管理类产品收益率指标、非现金管理类产品风险指标作出了明确的计算标准。

理财产品创新案例方面，民生理财创新产品模式，丰富产品形态。一是响应渠道客群需求，发行夜市理财产品，进一步满足客群对现金管理产品流动性的需求；二是围绕国家政策导向积极捕捉市场机会，发行行业龙头、高股息、抗通胀等主题产品；三是首发翠竹私募股权投资产品，投资于 PPP 项目的私募股权基金和非上市公司股权。

15. 杭银理财

杭银理财持续传承“幸福 99”品牌文化，融入以合为本、合家欢乐、共同富裕概念，形成独具特色的幸福 99 “六

合·日益丰，越精彩”产品体系，寓意物质日益丰富、生活日益精彩。“六合”分别对应现金管理类、开放式固收类、封闭式固收类、混合类、权益及另类、私募类六大产品类型，共 600 余支产品，形成架构清晰、需求多维、市场匹配的产品布局。



2024 年，公司从金融做好“五篇大文章”为重点，发挥自身区域创新禀赋，顺应市场变化，紧跟客户需求，创设发行系列新产品。

科技金融产品方面，截至 2024 年底，公司发行金钻创投产品 13 只、共募集资金规模 7.5 亿元，协同其他社会资本 378 亿元，共同为超过 1,400 家科技中小型企业提供股权直接融资。

绿色金融产品方面，公司不断创新绿色金融产品服务，深化 ESG 理念，积极探索和创设绿色金融相关理财产品，行

业内首发上线杭银理财幸福 99 卓越混合偏债 ESG 系列产品，产品主打碳中和概念，通过产品化设计挂钩低碳减排、碳中和相关指数，积极响应国家低碳减排战略方针。此外，公司还积极参与绿色债券投资，五年累计参与绿色金融债券投标金额 112.4 亿元，完成投资 48.3 亿元。



普惠金融产品方面，公司不断扩大理财业务半径，五年来累计签约行外代销机构超过 230 家，为全国超 600 万客户提供理财服务，大部分产品均为 1 元起购，累计为客户创造

财富管理收益超过 800 亿元。2022 年 4 月，成功发行省内首只“共富主题”理财产品，定向参与省慈善总会“善居工程”，改善贫困山区居住环境，后续累计共发行共富主题产品 4 期，募集金额 33 亿元。

养老金融产品方面，公司聚焦“养老金融”不断扩充产品线，丰富投资者产品选择，为中老年投资者创设颐养天年理财产品，服务 50 岁以上投资者占比达 71%，累计为客户实现分红超过 5 亿元，满足人民日益增长的多层次养老保障诉求，在养老金融的文章答卷上持续努力，助力“老有所养”。

多元金融产品方面，2024 年公司积极跟进黄金市场热点、美元投资热点，在今年较早进行了产品布局，取得了不错效果。产品布局上优化了产品矩阵，重塑了产品品牌，重点补充了中波产品系列，为后续多元配置产品发行打下了基础。

2025 年，公司将以“产品创新”为引擎，坚持六合产品体系迭代升级。在市场调研的基础上，根据客群的分层需求和风险管理特点，以前瞻的布局打造创新产品、特色产品，提升产品标识性和品牌竞争力。一方面，有序加大中长期限产品、含权类产品布局力度，围绕“固收+”理财产品探索新策略，继续研发与权益投资等长期投资相适应的理财产品，真正将客户多元化资金需求与多资产多策略配置相匹配。另一方面，进一步清晰刻画产品品牌。在同质化产品生态下，品牌建设的本质是突出理财产品核心特色，需要结合市场的变化、客户需求的调整，对产品线做进一步优化，厘清产品

风险收益特征定位，更加突出产品的核心优势。

16. 徽银理财

2024 年，公司聚焦“新策略、新产品”，对现有产品谱系和结构进行全面升级和创新。一是对现金管理类产品进行扩容，在加大发行力度的基础上，研发了“徽财宝”20 万元快赎功能，实现了客群专属分层。创新性地推出了 2 只银行间日历现金管理产品，提高资金使用效率，同时上线夜市理财，提升现管类产品客户体验，夯实“徽安”品牌影响力。二是推出全新“丰盈”系列产品，丰富公司“多策略多资产”产品线。三是丰富客户周期产品线，开发“日申季持”产品，优化资金确认效率，提升投资者体验，实现客户周期产品线对关键期限的全覆盖。四是突破公募主题产品，新开发“智盈”红利价值主题系列产品。五是推出“添盈”长三角一体化主题、“安盈”皖美双债主题理财产品，切实为服务实体经济添砖加瓦，发行“智盈”红利价值主题系列产品和智盈添金目标盈产品，进一步丰富公司含权产品线。

2025 年，公司将继续以具有“徽银”特色的产品谱系，动态调优产品结构，适时调整供给策略，在夯实稳健型产品优势的基础上，打造一批主题明确、受众清晰、功能便利的特色产品，进一步增强客户获得感。一是持续深耕产品体系，使其愈发丰富多元。在稳固理财产品普惠性、公募性、偏向绝对收益这些基本特性的基础上，提供更为多样的产品种类，从期限维度引入长期资金，于品种范畴多开展混合类、权益

类、股权类产品的探索尝试，旨在为客户缔造长期、稳健的理财收益，全方位满足客户多元化的理财诉求。二是拓展多资产的广度与深度。大力发行微含权产品，并在微含权产品的基础上逐步向偏股、权益类等高波动产品延伸探索，主动适配不同风险偏好投资者的切实需求。三是深度推进产品创新，重点围绕“绿色金融、普惠金融、养老金融”三大领域开展产品创新攻坚，结合投资策略的丰富，根据市场情况适当增加优先股、高股息策略的运用，丰富公司含权产品和投资策略布局，以满足不同投资者的需求。四是着力提升中长期产品占比，优化存量产品存续期管理优化。

17. 南银理财

2024 年市场复杂多样，南银理财持续布局和完善“瑞”系列产品品牌，以匹配客户需求、提升投资体验，同时逐渐梳理和明确产品定位及特征，树立客户认知。公司注重客户陪伴相关工作的开展，在市场化进程中全方位锻造和提升综合实力，陪伴客户共同成长。

产品研发及转型方面：在做好产品研发的同时匹配客户的转型进度，引领客户适应新的市场环境。面对客户趋低的风险偏好和不断下行的市场利率，公司一方面加大对短期、稳健型产品的研发力度，另一方面持续规划长期产品，以产品实际表现增强客户长期持有的信心，提升负债端的稳定性，引导中长期投资理念，为客户创造长期价值。同时，协助代销机构共同提升客户对产品净值化的理解、对投资策略

的认知，在投前、投中、投后做好客户的预期管理和维护。

产品创新方面：主要围绕产品形态的差异化竞争方向开展工作。产品形态上 2024 年创设了固收+目标盈系列产品线，瞄准目标进行运作，帮助客户锁定合意的收益落袋为安。针对老年客户的需求，南银理财创新推出“悦稳红利”“悦稳灵活分红”系列最低持有期型理财产品，重点聚焦老年群体，根据养老资金的使用周期特点设置 1 年/3 年较长封闭期，同时建立月度/季度分红机制，在长期投资的基础上提供流动性便利。这种“较长封闭期+定期分红”的模式设计，较好地契合了银发客群的财富管理需求。

2025 年理财市场规模增长和结构变化呈现三方面的特征：一是随着估值整改全面落地，市场波动成为常态，现管类产品可能成为保守型客户的首选；二是为获得更高收益，产品端和资产端都必须拉长久期，6 个月及以上期限的产品可能更受市场青睐；三是在固收类资产静态收益走低且行情震荡不断的背景下，多资产产品可能迎来发展的春天。基于以上判断，公司将在现管类、中长期产品线和特色弹性产品线重点规划，分别对应保守型客户、稳健型客户和稳中求进客户的需求，助力不同风险偏好的客户实现财富增值与多元化配置。

18. 苏银理财

苏银理财紧密围绕客户需求创设理财产品。一是持续完善理财产品体系，配合公司资产投放。加大日开和最短持有

期产品的发行和宣传，目前已经成为客户短期投资的重要选择，降低了对现金产品的依赖。二是根据市场研判，投资策略进行产品分层，构建不同波动性的理财产品，以适应不同的市场环境。在不同市场阶段，重点营销不同波动性的产品。三是坚持含权、含衍生品产品发行，抢抓市场机会。我司成功落地衍生品对冲策略理财产品；推出微含权的恒源鑫安最短持有 180 天，降低产品净值波动，提高含权产品的客户接受度。四是持续发行特色理财产品，发行 ESG、科技创新等主题产品，发行 50 岁以上客群、高管客群与代发薪客群等重点客群专属份额。

2025 年，苏银理财将继续强化金融担当，以服务实体经济、共谋绿色发展、助力共同富裕为核心，持续推动产品发行。一是落实普惠金融要求，加强低波稳健产品发行力度，持续完善产品体系布局；二是落实绿色金融，完善公司 ESG 理财产品投研体系，丰富产品形态，继续扩大 ESG 绿色产品规模；三是提升老年客群服务能力，构建中低风险投资策略，发行具有长期投资价值、符合养老客户需求的理财产品；四是丰富含权产品，计划持续上线更多期限的含权最短持有产品（如 30 天、60 天），以及挂钩黄金、股票指数等的结构化理财产品。

19. 北银理财

理财产品模式方面，2024 年北银理财深入洞察理财市场动态与客户预期，基于产品风险收益特征、底层资产构成及

投资者偏好，精心设计“京华四季”十六大产品标签，清晰产品定位，明确宣传目标，提升客户识别度。公司依据分类定位与发行节奏，2024年累计新发产品390只，产品类型涵盖春系列天天金、固收封闭式；秋系列多元配置、瑞盈封闭式；冬系列私募定制等。

产品转型及创新方面，多渠道发展营销。北银理财深耕与母行联动机制，在营销服务体系建设上形成发展合力，同时开拓多家三方渠道，提升产品竞争力。9月，牵头举办“蓄力北银 共赢未来”中小银行理财业务研讨会，邀请40余家中小银行探讨理财业务转型升级及可持续发展之道，扩大公司品牌影响力，储备中小银行合作资源。科技赋能业务创新发展。2024年通过产品端、销售端及外部分析数据引进等多个系统功能落地，开启产品研、创、投全生命周期的线上化管理，实现流程与监控的全面贯通，构建起数据集中管控与统一监测的坚实架构，推动产品参数集中化管理，大幅提升业务管理效率及效果。

2025年北银理财坚持产品转型战略，规模导向转向结构优化，大力打造重点特色产品。一是优化类型结构，契合监管要求，加速估值转型进程，着力加大固收弹性产品的转型力度。重点向固收+策略倾斜，提升含权产品规模占比，加大长期资金布局，优化客群结构，提高机构理财规模占比。二是筑牢内部协作根基，延展外部代销版图。始终以母行作为公司的基本盘，释放合作效应，驱动业务转型。把握代销

扩展总体战略，针对不同渠道特点，积极丰富产品种类，通过优化产品结构，推动代销产品向长期限、多元化方向转型。三是创新宣传营销新阵地，深度构筑消保防护网，同时提升专属服务需求，助力高净值财富增值。北银理财通过丰富“京华四季”产品体系，搭建养老、教育、消费、创业等多场景生态圈，加强客户细化管理，持续做好投资者陪伴。以客户为先，完善客户投诉处理机制，落地北银理财客服热线，力争给消费者带来更好的服务体验。针对高净值客户，打磨产品收益模式、风险特征和附加服务，提升客户投资体验与忠诚度。四是科技领航数字转型，平台赋能价值增长。坚持“科技引领”战略，将数字化转型作为核心发展引擎，持续打造提升业务发展的各类系统。

20. 浙银理财

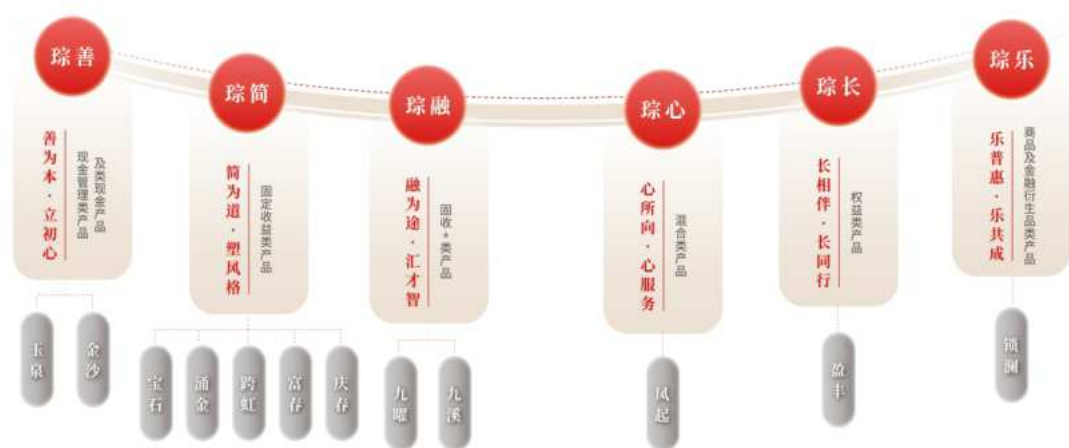
2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。2024 年，浙商银行理财业务严格遵循资管新规和理财新规的指导原则，对标先进同业最优实践，以客户需求为导向，不断完善全系列产品体系，加强产品创新，稳步推进理财业务净值化转型。

一是发行创新型产品，丰富理财产品品类。今年以来，创新发行以公募 REITs 为主要标的的权益类净值型人民币理财产品，首发类现金管理日开型理财产品，首发含可转债增强策略的“固收+”产品。通过创新产品发行，增加产品服务品类，扩展理财产品风险收益类别，延展产品市场覆盖面。

二是客户服务精细化水平不断提升。以客户需求为核心，实施精细化客户分层管理策略，不断完善理财服务机制。根据重点客户大额资金认购意向，结合资产端投放安排，开展产品预约服务，缩短客户不同产品间切换的资金空窗期，保证产品募集率的同时，有效提高客户资金使用效率。

三是市场竞争力不断增强。2024 年，涌薪添利安享 23 号人民币理财产品荣获中国证券报“银行理财产品金牛奖”；升鑫赢 B-1 号人民币理财产品荣膺“2024 年金理财年度现金管理类产品奖”；聚鑫赢 B-180 天型 1 号人民币理财产品荣获中国证券报“优秀半开放式固收+类银行理财产品”；鸣泉稳健同享 6 号(180 天续投)理财产品荣膺普益标准“优秀创新银行理财产品”；昕泽稳健同享 3 号（最短持有 360 天）人民币理财产品荣膺财联社“固收最佳回报金榛子奖”。

2025 年，浙银理财将致力于打造“善数为本，理财有道”的财富品牌，做出差异化产品品牌特色，传承母行品牌核心“玉琮”，结合“杭州”元素，突出“浙江”元素，形成浙银理财独特品牌风格。浙银理财将不断完善客群分层，根据客户差异化需求提供多元化的资产配置方案，打造覆盖现金管理类、纯固收、固收增强、混合类、权益类等立体有效的产品服务体系。



（二）资产配置总体思路和具体情况

1. 工银理财

2024 年，工银理财以大类资产配置和多元策略投资“双轮驱动”，不断提升对政策影响、市场走势、机构行为的研判水平，加大稳定高性价比资产挖掘，加强稳健均衡资产组合配置。

一是持续巩固领先优势。强化投研联动，完善健全债券、信用、行业等分析框架，灵活运用票息、骑乘、杠杆、久期、交易各类策略。准确把握全年利率整体下行行情，在利率回调过程中，充分抓住信用债、二永债、城投债等重要投资机会，较好地实现了复杂市场环境中的流动性、安全性和收益性平衡。

二是积极拓展全天候多资产配置。积极开展跨市场多策略布局，权益投资上准确把握市场快速反弹行情，持续加强实地调研和成果转化，行业、标的的覆盖度不断提升；跨境

投资上持续着力，积极增配黄金、美股、美债等资产，有效捕捉趋势性行情机会，增强全天候资产配置能力，在有效增厚产品收益的同时，提升产品净值稳定性。

下一步，工银理财将持续加强投资研究及资产配置的精细化管理水平，以更均衡更稳健的资产组合匹配绝对收益需求，积极拓展更多服务实体经济的投资路径及特色品种。

2. 中银理财

长期以来，投资者对于银行理财产品有着较低的风险偏好和较高的收益预期，更加偏好短期限、低波动的理财产品。受限于资金端的风险偏好，中银理财产品整体资产配置结构呈现以存款、存单、债券、非标等传统固收类资产为主的典型特征，投资相关资产的比例在 95%左右，其余 5%主要是部分股票、基金和少量商品、衍生品。

为有效应对利率下行、低波资产供给受限等外部市场环境，公司从以下几方面重点发力，做好当前阶段的理财资产配置：一是扎实做好存款类资产拓展，挖掘股份制、城商行等同业机构的配置机会，充分发挥存款稳定低波、作为理财“打底”资产的作用；二是盯住当前资金市场紧平衡环境下的投资窗口，把握回购利率阶段性抬升的市场机会；三是继续做好债券资产投研，加大对 ABS 的拓展力度，挖掘资产信用溢价、流动性溢价，增厚固收类产品投资收益；四是充分发挥中银集团特色优势，用好用足跨境人民币投资工具，积极参与离岸市场投资，抓住境外高息资产配置机会；五是加

加大对权益、REITs、商品和衍生品等资产的资源投入，加强投资研究、提高配置力度，丰富产品收益来源，做出“固收+”产品特色。

3. 建信理财

2024 年，建信理财坚持低风险偏好和高信用等级的投资标准，持续优化资产结构，资产资质持续提高。着力增强投资交易紧迫性和主动性，交易能力得到提升。严格贯彻落实中央要求，统筹推进做好“五篇大文章”，制定公司层面整体方案，在严控风险的基础上推动加大对“五篇大文章”重点领域支持力度，重点加大对科创票据、科技创新债、绿色债券等资产的拓展与投资，同时努力提高养老产品收益，培育未来长期竞争力。

2025 年，建信理财将继续按照资管行业的规律，着力提高投研专业能力。进一步增强研究深度广度，做好宏观策略研究和大势研判。吸收市场先进经验，把握市场投资动态，完善丰富投资策略。加强对市场走势的预判，增强交易执行能力与组合管理能力。继续贯彻落实中央要求，在严控风险的基础上，持续做好“五篇大文章”。

4. 交银理财

2024 年，交银理财践行普惠金融的服务理念，大类资产配置策略注重稳健性和安全性，以满足客户对理财产品稳定性的要求。交银理财将所有产品根据波动属性细分策略，建立理财产品的一致性管理框架。全年来看，交银理财资产比

例维持平稳，投资信用债、资产支持证券等债券类资产占比提升，此外多元化配置绝对收益类资产，如商品，黄金，权益和衍生品。服务实体经济、中小微企业、战略性新兴产业等重点领域投资余额稳步抬升。2024 年在存款利率下行的背景下，理财产品的存款替代效应愈发明显。在资产配置端，低利率环境叠加复杂的外部环境，资产的波动性预期加大。公司更注重低波动性资产的丰富和结构优化、多元化资产的对冲效应以及衍生品资产的配置。

5. 中邮理财

2024 年，中邮理财始终心怀“国之大者”，坚决把“五篇大文章”的战略部署落到实处。中央金融工作会议后第一时间制定并落实“五篇大文章”行动方案，健全激励约束并纳入考核机制，全面提升金融服务高质量发展质效。一是助力科技金融，科创类债券占比达 3.52%，科技主题产品增长 20 亿，实体经济投资规模达 4794 亿元，同比增长 115.22%；积极服务资本市场，参与上市公司定增 150 笔，助力电子、半导体、新能源等高新技术产业转型升级；参与美的港股 IPO 基石投资，基石投资浮盈 41.29%，战略配售华夏大悦城商业 REIT，上市以来涨幅 17.06%，首次分红年化收益率 5.45%，开创行业先河；“中邮理财陆港红利 50 指数”2024 年累计上涨 32.45%，年化收益 33.84%，“防御 100 股票指数”2024 年全年年化收益 31.95%，形成行业影响力。二是大力发展绿色金融。推出绿色风电股权项目，创设“中信证券-中邮理

财绿色债券篮子”指数；绿色债券占存量债券余额约 3.25%，绿色权益资产占权益资产（不含优先股）约 12.9%，持续发行 ESG 主题产品，业内首家连续三年实现运营碳中和。三是发展普惠金融。持续创新普惠系列理财产品，2024 年全年新发普惠系列产品 112 只，金额 1146 亿元，新发“惠农”产品 14 只，金额 467 亿元。四是深化养老金融。养老理财和个人养老金理财产品规模 153 亿元，成立以来平均年化收益分别为 3.77%、4.21%，均居行业前列。五是发力数字金融，全面推进“数智一体化”IT 规划，满足业务流程端到端线上化管理，“SUPER-ME”的数字化转型成效日益凸显。

2025 年资产配置思路：2025 年外部看全球各大市场不确定性加大，内部看高收益资产较多到期，资产端监管规范化加强，产品业绩面临一定挑战。在此情况下，一是债券投资稳中求进，当前贸易战对经济产生拖累，货币政策保持适度宽松，机构配置需求形成支撑，债市确定性较强。利率债可以波段操作，信用债可以保持中性以上久期，继续加大实体经济债券挖掘力度。二是积极发掘稳定收益资产。当前资本市场受贸易战等外部因素影响下波动加大，可以在收益率相对高点增加存款等稳估值资产平滑波动性，为市场冲击准备好安全垫。从国家重点支持的科创类上市公司股权、创新型另类资产等方面寻找投资新机会。三是择机配置权益类资产。股市年内政策支持力度较强，中长期看配置机会可能显现。贸易战下国内消费、科技、医药、公共事业、国防军工

等板块影响相对较小，可以在相对低位进行配置。四是加强大类资产配置能力，加大策略开发力度。在全球市场波动加大情况下密切追踪海外股债资产走势，择机配置黄金等避险资产。利用股债中性、衍生对冲等策略降低波动稳定收益。

6. 光大理财

基于对 2024 年内理财市场出现的两轮扩容机会和两轮赎回风险的回顾，在当前模式下，仅利率扰动和债市短期回调，对理财净值波动影响较小，进一步演变为产品赎回的可能性已较为有限，不具备引发大规模赎回潮的条件。

在政策未出现较大幅度的超预期转向和投资者风险偏好未持续修复的情况下，光大理财“低波、稳健”经营模式仍有助于理财机构实现平稳扩容。后续来看，在基本面未明显反转情况下，利率下行趋势仍将延续，2025 年降准、降息等力度依然可期，预计直接利好固收类理财短期内的净值提升。理财相较于存款的比价效应持续存在，仍将是驱动规模增长的主要因素，预计持续带动存款脱媒流向理财市场。

7. 招银理财

招银理财以追求长期稳健收益为总体导向，在产品结构层面，稳定传统固收基本盘、提升含权产品占比。在投资策略层面，固收类资产配置为主，提高多元化配置能力，增加投资类型多样性，提高投资策略丰富度。一方面，丰富国内资产投资品类。做优做精国债期货等衍生品对冲策略；提高权益及类权益资产投资能力，探讨更多样化、特色化、

主题化的权益投资策略，丰富权益投资工具，作为固收+类产品收益的有力补充；关注转债市场，除传统低波、高价等策略外，进一步加大对量化策略的开发。另一方面，提高海外走势研判，把握美债、美股等资产的投资时机，提高跨境类产品投资收益；此外，还需加强商品研究，储备相关策略，寻找投资机会。

8. 兴银理财

2024 年，兴银理财资产配置的总体思路具有以下特征：

第一，坚守绝对收益定位，以低波稳健产品和资产构建为重点发力方向，积极加大高流动性、低波资产构建力度，较好地满足客户流动性管理和稳健增值需求。

第二，转变权益“熊市思维”，大类资产配置更加重视权益资产。加大权益、衍生品资产布局，把握指数化、跨境投资机遇，为公司大类资产配置实现收益增强。

第三，在养老金融领域，兴银理财深入贯彻落实党中央、国务院关于发展第三支柱养老保险决策部署，高度重视养老理财和个人养老金理财业务发展，稳妥有序开展相关业务，投资运作稳健。兴银理财致力于增强对中长期理财产品的投资能力，不断丰富养老理财产品线，与集团合作共同打造“安愉人生”养老品牌。在资产配置方面，兴银理财采取多元化策略，综合运用股票、债券、非标准化债权资产以及房地产投资信托（REITs）等多种投资工具，以支持养老基础设施建设和健康消费、医养结合等养老产业的发展。

第四，持续践行绿色金融，积极探索 ESG 投资。兴银理财在债项评级、投资决策、风险控制中全面融入 ESG 评价，有效引导资金投向绿色金融领域。在投资决策过程中灵活运用整合策略、主题投资、正面筛选、负面筛选等多种 ESG 策略，公司现有债券库已应用 ESG 评分，同时构建发债主体的负面清单，加大对 ESG 优质主体的投资力度。绿色（ESG）资产构建方面，兴银理财精选融资主体，积极挖掘优质 ESG 资产。一是加大对绿色债券的投资力度，落地了多笔绿色股权业务，服务了绿色企业的融资需求；二是引入对融资主体和项目在环境、社会、治理等方面的考量，前期发行的股权产品陆续投资中。三是研究创设 ESG/绿色资产指数，为投资决策提供依据。

2025 年，兴银理财将加强贯彻落实党中央的战略部署，遵循国家宏观经济发展趋势和产业政策，坚持服务实体经济目标，优化资产配置，提升金融服务质效。

第一，聚焦实体需求，提升金融服务质效。兴银理财将坚持以金融服务实体为根本宗旨，深入贯彻落实中央金融工作会议精神，以金融“五篇大文章”为纲，加大对科技创新、绿色低碳、乡村振兴、养老产业、数字化转型等领域的投资力度，提升理财服务实体融资需求的能力。在科技金融领域，要迎难而上、聚焦重点，引导理财资金投向助力现代化产业创新的领域，促进新质生产力发展。在绿色金融领域，要乘势而上，助力经济社会发展全面绿色转型。在普惠金融领域，

要通过多样优质的理财服务来助力共同富裕，让理财产品“飞入寻常百姓家”。在养老金融领域，要积极适应老龄化社会发展要求，通过养老金融服务完善和养老产业投资来助力国家养老体系健全。在数字金融领域，要把握机遇、重视安全，重点提高理财服务的便利性和竞争力。

第二，加快产品转型，丰富投资策略与产品货架。一是固收产品加强细分策略的结构调整，针对短期限现金和固收产品，进一步明确低波属性；对于长期限固收产品，根据负债属性适当提升净值波动的容忍度，构建有序的收益梯度，加大对大类资产配置策略的运用，加强非标驱动型长期限产品发行。二是积极发行固收+产品，按权益仓位的梯度分布，构建不同风险收益特征的产品线。三是加大中高风险产品、含权产品、指数产品的布局，积极参与资本市场，一方面加大主动管理含权产品的发行，围绕红利、价值、成长、港股、转债、打新等策略进行产品化落地，另一方面，加大指数产品尤其是策略化指数产品的创设发行，积极发行大类资产配置指数、固收+多元资产策略指数、权益主题指数等，帮助客户通过指数投资实现多元资产配置。

第三，积极布局权益资产，加快资产构建转型。长远看，资管机构要取得长跑冠军，权益资产和主动管理能力在投资组合中具有不可替代的作用。兴银理财将抓住权益产品布局的时间窗口，不断提升权益投研能力，加大含权产品发行。一是稳妥加大对权益资产的配置比例，把握权益、转债的波

段机会，增厚产品收益；二是重视与资本市场相关的上市公司股票与转债质押融资、配售融资、市值管理、并购重组等新型非标资产业务机会，加快资产构建转型。三是加大被动化、指数化工具的投资、产品创设。

第四，适度加大境外资产投资。加大境外投资是海外资管机构应对长期利率下行的重要措施，一方面帮助客户实现资产配置的多元化和分散化，另一方面，挖掘海外优质资产的投资机会，弥补国内高收益优质资产供给不足的现状。一是加大对于美元存款、存单、短债等海外固收类资产的配置，把握海外降息周期，当前收益率水平具备较好配置价值。二是适度加大对境外优质权益资产的配置，抵御单一市场的周期波动，积极布局具有全球竞争力的上市公司等全球“核心资产”。三是加大对于港股高股息股票的投资，优化权益持仓结构。

9. 信银理财

2025 年，信银理财将把握股债等大类资产配置机会，在夯实固收投资优势基础上，提升多资产多策略能力，增厚产品收益。一是做好固收投资交易，动态捕捉交易机会，灵活运用择时和择券策略，把握市场波动带来的契机，逐步提升投资交易的收益贡献。二是优化信用债投资，围绕服务实体经济发展，提高产业类债券投研能力，优化信用债投资结构，提高信用债的投资质量和效率。三是做优权益及策略投资，通过多资产多策略组合投资，降低相关性、控制极端化、有

效增厚收益，加快布局权益资产的投资能力，高标准发行含权产品和固收+产品。

10. 平安理财

2024 年，平安理财持续提升资金配置能力、丰富投资策略、拓展投资渠道、缩短投资链条，更加精准高效支持实体经济，践行社会责任。

平安理财投资部门采用宏观经济形势的研判，结合行业配置及个券精选的研究方法，定性与定量分析方式相结合，已形成以风险匹配的资产配置为基础，多元资产和精选策略为增强的投资理念。在投资价值和风险防范上，平安理财遵循国家宏观经济发展趋势和产业政策，坚持服务实体经济目标，提高绿色金融资产投资比例，优化资源配置，支持国家宏观调控和资本市场高质量发展。

截至 2024 年末，平安理财的理财产品资产配置以债券、现金及银行存款、同业存单为主，占比分别为 41%、25%和 20%。此外，非标准化债权类资产、权益类资产和公募基金占比分别为 2%、1%和 1%。

在“五篇大文章”布局方面，2024 年，平安理财围绕金融“五篇大文章”强化自身的能力建设与提升服务实体经济的质效，聚焦绿色金融、科技金融等领域展开一系列有益的探索。绿色金融方面，平安理财将绿色金融和 ESG 理念有机融入公司战略、企业文化、治理架构和产品体系中，积极布局绿色金融和 ESG 投资，公司携手工商银行接连发行了绿色

金融、ESG 等主题理财产品，并作为国内首家理财公司率先参与中欧《共同分类目录》主题绿色债券基金的投资，在引导理财资金流向绿色产业的同时，也为广大投资者提供了多元稳健的绿色主题理财标的；科技金融方面，平安理财携手华泰证券、徐工集团推出服务高端制造产业的债券篮子，推动研发活动和科技成果的转化，推动“科技-产业-金融”良性循环不断深化，为发展新质生产力贡献金融力量。

2025 年，平安理财将进一步完善多资产配置平台(MAP)，通过引入的 Adaptive TAA 强化对“固收+”理财产品尾部风险的控制，完善股票行业配置模型，增加资产配置的颗粒度。平安理财也将进一步推动理财产品净值化、投资标的标准化和资产波动加大化，重点建设多资产配置和混合类及“固收+”类产品投资能力。

11. 华夏理财

2024 年度，在“理财工厂 2.0”的总体思路指导下，华夏理财资产配置工作以配置中台建设为核心，以着力做好“五篇大文章”为引领，以“四位一体”的投资研究体系为抓手，不断推进研究成果向投资策略的转化，持续丰富资产配置品类。在宏观研究方面紧跟市场要点，把握大类资产配置总体方向，探索多资产配置机会；债券投资方面筑牢信用风险防火墙，强化信评保障，深化价值挖掘；在基金投资方面持续完善基金投资方法论，提升公募基金可投库的科学性与实用性；持续推动配置中台建设，以“产品标签化”、

“策略标签化”为工具，提升同类理财产品资产配置、业绩表现的一致性，推动“自上而下”的统一投资决策体系落地见效。

2024 年度，华夏理财围绕金融“五篇大文章”建设工作，不断强化自身投研能力，提升服务实体经济质效，多措并举，展开了一系列工作。科技金融方面，年末科创债券余额 170.31 亿元，科创类非标债权余额 36.58 亿元；创新开展“份额受让+业绩对赌”科创股权投资，年内投资“专精特新”企业金额 1.7 亿元，有效打通理财资金股权投资堵点。绿色金融方面，年内发行 ESG 产品规模超 10 亿元，举办第六届资管行业 ESG 投资峰会，发布公司年度 ESG 投资报告和资管行业 ESG 投资白皮书；年末投资绿色债券余额 128.01 亿元，绿色非标债权余额 33.59 亿元。普惠金融方面，不断优化资产配置，增强产品低波稳健属性，提升客户获得感和体验感，全年为客户分配收益 163.57 亿元；年内创新发行童心筑梦公益理财、和美乡村惠农理财，上线快递小哥专属理财等普惠产品和服务，拓展省联社渠道覆盖县域普惠客群。养老金融方面，年内创新发行中老年专属产品，积极推进养老理财资质申请，不断增强产品销售文书、产品功能界面对老年客群的友好性。数字金融方面，聚焦打造投资管理、产品运营管理、客户服务管理三大数字化转型重点系统群，提升数字化运营能力，释放数字资产效能。

2025 年，华夏理财将继续保持更加积极的资产配置策略。

一是权益市场投资价值提升，把握年内结构性配置机遇，做好权益投资集中管理配置，持续推进公募基金库优化。二是债券市场配置保持稳健，重视利率风险管控，持续优化 1+3 白名单管理体系，扎牢信用风险防线，深化价值挖掘和风险定价。三是非标资产配置保持合理强度，兼顾结构调整和策略拓展，重点关注城市更新、传统产业改造提升带来的投资机会。四是股权投资立足集团化发展，聚焦国家战略和新质生产力领域，坚持创新驱动和价值贡献。

12. 广银理财

广银理财坚定落实金融“五篇大文章”政策导向，发挥理财资金活水作用，做好支持金融服务实体经济工作，加强对科技、小微、绿色等实体领域的投融资支持。按理财登记中心统计口径，我司服务实体经济投资占比从 2023 年末的 64.3% 提升至 2024 年末的 76.5%，投向绿色债券规模较年初增长 38.6%。践行可持续发展战略，将社会责任纳入投资决策考量，持续运作 ESG 主题理财产品。

2025 年度，广银理财将进一步找准功能定位，着力发挥优势专长，走好差异化发展路径，构建自身的核心投研能力和投资策略，践行长期价值投资，满足市场多偏好、多层次的资金需求。

一是提升整体投研能力，特别是利率交易能力，加强市场主体行为分析和技术指标分析。在低利率环境下，银行理财传统的配置策略和趋势交易策略效果弱化，需要通过高频

的波段操作提供超额收益。二是多元化配置产品底层资产，包括所配置资产类别的多元化和投资地域的多元化。根据市场情况，结合产品特性，积极参与权益市场、另类资产、海外市场，弥补境内低利率环境的不足。三是产品管理上区分差异化投资策略。现金管理类产品优化资产摆布，提高活期约期存款等期限节约型资产的占比，配比坚持存款、同业存单、债券四四二的占比。类现金、短期持有期产品，针对以净值稳健、回撤控制优先的产品，主要配置以存款、逆回购、超短久期的债券等资产；针对具有一定的波动性和进攻性的产品，在市场确定性较强时，市值仓位占比允许提高至 50% 以上的水平，通过久期交易和利差挖掘等策略来提高整体组合收益水平。固收类产品，根据不同客户对风险和收益的诉求，形成“稳享”“持有期”“周期”等产品子系列，并制定差异化的投资策略，实现投资者适当性管理和客群的分层次经营。同时，择时发行封闭式产品，特别是长期限封闭式产品，充分发挥非标配置的优势，从产品运作技术面实现产品净值的稳健增值。多资产类产品，发挥投资广度优势，在不同市场环境下，选择适合理财客户的“+”策略，继续按照固收打底+多 beta 工具策略的投资框架投资，同时丰富“+”的品种与策略类型，如低波动+稳健权益、高弹性+指数增强、低相关+量化中性等。同时，在现有的资产池建设的成果上，持续挖掘具备低相关性的投资品种，丰富可投资资产的储备。

13. 浦银理财

2024 年，推出针对小微对公客户专属的普惠现金管理产品。2024 年末，投资绿色和 ESG 债券约 30 亿，投资民营企业债券约 54 亿元。

2025 年，针对债券市场波动性增加的特点，现金管理产品将动态储备足够的高流动性资产，控制组合的流动性风险敞口，预留应对流动性风险的空间。

2025 年度，浦银理财将加大在绿色金融、科技金融等主题资产的布局，涵盖标准化债券、非标、股权类资产等。2025 年度，我司在投资策略上仍将以标准化资产作为大类资产配置品类，但考虑当前债券市场收益率处于历史较低分位数，故将通过配置非标、存款等稳定资产来平滑净值，同时，为确保产品收益的竞争力，需要在市场波动趋势较为明朗的节点，通过利率债波段操作等方式增厚理财收益。

14. 民生理财

民生理财 2024 年理财业务资产配置的总体思路和配置情况如下：

固收投资方面，积极投资债券及项目类资产，为区域经济发展、企业创新升级、基础设施建设提供资金支持，多维并举积极支持实体经济发展。积极响应国家绿色发展号召，以绿色金融为战略核心，构建多元化产品服务体系，全力助推实体经济低碳转型。2024 年底，绿色债券投资规模超过 170 亿元，覆盖 70 余家主体。

权益投资方面，以稳收益控风险为主要资产配置目标，积极拓展多元投资策略，平衡和分散组合在剧烈市场活动下的波动。根据产品市场表现和投资纪律要求，主动控制产品的权益风险敞口，布局市场机会，确保在绝对收益的基础上获取更好的业绩。

另类投资方面，大力支持普惠金融、服务实体经济。民生理财联合头部科技金融平台企业，通过资产和产品创新，使得理财汇聚的资金在科技金融手段之下转化为信贷资源反哺普惠群体，精准投放到传统金融服务较难覆盖的零售及小微企业客群，通过科技金融手段服务普及到长尾客群，产品服务方式包括标准资产证券化产品投资和非标准化信贷资产转让模式。

项目投资方面，坚持服务实体经济、服务国家重点战略目标。服务重点区域，项目投资聚焦围绕京津冀、长三角、大湾区、成渝、福建，加大投融资服务支持。坚持做好五篇大文章，全年支持绿色金融项目金额 80 亿元，积极探索科技金融项目落地。支持民营企业发展，围绕优质民营企业龙头上市公司资本市场业务需求助力发展。充分发挥理财资金优势，综合运用非标债权、权益投资、资产证券化等各类工具，为全面促进实体企业投融资业务与发展需求提供支持。

民生理财 2025 年资产配置思路和总体计划如下：

固收投资方面，围绕客户对投资理财的分层需求，民生理财坚持以稳健低波产品为基石，构建了丰富的产品体系。

在理财行业净值化改革的浪潮中，未来我们将迎难而上，更加重视投资策略的设计，更加重视产品负债和期限结构的匹配性，以“期限匹配、适度错配”等有较高收益可测性的策略为主进行产品规划，以更好满足理财客户追求稳健回报的基本需求。

权益投资方面，受国内外货币政策及经济周期影响，权益市场有望持续回暖。权益资产要持续加强研究，加大对港股、科技等相关板块的配置。同时要继续加强多资产、多策略的研究和布局，利用资产价格的负相关性减少理财产品的净值波动。

另类及项目投资方面，资产配置继续以风险可控低波稳健期限匹配非标融资资产为主，包含主力品种为消费金融类资产、保险债券计划、信托贷款、股票质押融资等，同时辅以多样化的资本市场投资品种。

15. 杭银理财

2024 年，在信用利差收窄环境下，公司在持续提升存单、金融债、高等级信用债，及高流动性资产占比。同时，在股票市场波动较大、大部分时间缺乏机会的情况下，公司在权益资产投资方面相对谨慎。2024 年资产配置重点如下：

一是践行“绿色金融”，积极参与绿色金融投资。公司始终坚持以绿色金融项目投资为锚点，努力加大绿色资产的配置比例。自年初以来，公司积极参与绿色金融资产的投标和投资。这些投资不仅为环保项目和企业提供了资金支持，

同时也致力于根据不同地区的特色和需求，制定符合实际的绿色金融策略，彰显杭州的地域特色和绿色金融发展的“本色”。积极参与绿色资产证券项目，投资乡村振兴中期票据、公司债等债券，助力乡村振兴。

同时，公司于 2024 年与多家上市公司股东开展融资业务，大股东所融资金用于盘活资产、增加投资、发展生产经营。上述企业分别在绿色建筑幕墙领域、新能源汽车领域、风力发电领域引领行业发展。其中 A 公司积极推动珐琅板绿色建筑幕墙在外幕墙领域的应用；B 公司致力于不断改进新能源汽车电池动力解决方案，提升相关材料的安全性及可循环性；C 公司作为风力发电设备的生产商，具有国内领先水平产品生产线，形成了风电关键零部件模具、铸造、加工、涂装一条龙配套生产能力。

二是传承“科创”基因，服务双创企业。作为一家具有“科创”基因的资产管理机构，公司在服务双创企业方面积极作为，致力于助力实体经济的转型升级。2024 年，公司积极参与科创债券投资。通过这些资金的注入，为众多创新型企业提供了必要的金融支持，为推动产业创新和经济发展注入新的动力。公司通过与某市场知名创投机构合作，由母基金投资子基金方式参与科创投资项目，上述项目主要布局储能、纯电力汽车电池解决方案等。

2025 年，公司将持续做好市场研判和资产结构调整。公司将根据市场环境变化梳理产品风险收益特征并动态调整

资产的配置结构，同时积极推进产品及客户的分层分类。在产品与资产策略端，以波动特性为维度进行理财产品风险特征的重新梳理和分类。在投资端，根据产品风险特征，积极研究适应风险特征的投资策略，探索适合的资产类别，并进行有效的资产结构调整，刻画不同风险收益特征理财产品的“波动风险-收益”曲线，通过积极的市场研判和底层交易，力争将产品实际表现提升至曲线上方。

以“投研能力”为支点，坚持权益、多资产能力建设构建差异化竞争。坚持做“难而正确”的事，保持以“绝对收益”为核心目标的投研能力建设，在固收产品基本盘长期稳固的基础上，增加多元化资产配置。一方面，在固收资产收益持续下降的背景下，权益类资产可以发挥高收益资产的替代功效；另一方面，权益类资产能够有效对冲利率风险，利用资本市场机会为客户创造更高收益，平衡产品整体风险收益率水平。这就要求加强资产配置研究，逐步培育自身在资本市场直接投资、全球化资产配置等方面的能力，逐步调整负债来源结构，优化投资策略，提升收益弹性。

16. 徽银理财

2024年，公司坚持安全稳健的投资策略，持续完善“多资产、多策略”的配置体系，以固收类资产作为压舱石，在保持理财产品流动性充裕的基础上增加净值稳健性，通过绿色债、科创票据等形式支持国家重点战略发展，通过公募基金等形式丰富资产类别，积极探索权益类资产和海外资产的

配置，总体资产配置涵盖银行存款、同业存单、债券、股票、非标准化债权、公募基金等各类资产。

2025 年，公司将继续坚持高质量发展方向，认真贯彻集团统一风险偏好，持续完善投研体系，拓展低波动资产获取来源，降低理财产品波动，借鉴公募短债基金净值化投资经验，以短债指数或同业存单指数为参考开发短久期低波动债券投资策略，进一步扩大投资范围，通过跨资产、跨地域的多元配置，降低单一市场和资产的波动风险，做好对“五篇大文章”的支持，持续提升资产配置能力。

17. 南银理财

2024 年南银理财围绕金融“五篇大文章”，聚焦银行理财主责主业，积极为新质生产力发展贡献金融力量。

第一，以服务实体经济为己任，持续加大对实体经济的支持力度。公司成立以来累计投资于实体经济的债券规模 5000 亿元，为地方企业融资提供了有力的支持。

第二，高度重视科技创新领域投资，积极支持科技创新企业发展。在固定收益投资方面，持续关注科创类债券的投资机会，积极支持相关科创产业主体融资，2024 年全年共参与 12 笔科创票据的一二级市场发行与投资；在权益投资方面，持续加强科技资产的投研能力建设，深入挖掘具备长期投资价值的科创领域细分方向，如国产算力、半导体、机器人、创新药等，并进行积极配置，同时密切关注 AI 应用、商业航天、智能驾驶等产业的机会。

第三，积极践行绿色发展理念，加大对绿色低碳领域的投资力度。公司将 ESG 评价纳入投资决策体系，为绿色低碳产业长期发展提供稳定的资金支持。一是积极投资环保、节能、清洁能源等绿色产业债券。2024 年，积极参与乡村振兴和低碳发展等领域项目，一二级市场合计落地绿色债券 20 笔。二是权益资产端积极投向绿色能源领域，包括新能源汽车、新型电力系统、新质生产力等产业，顺应全球低碳发展趋势，致力于为节能减碳贡献力量。

2025 年，面对全球经济复苏动能分化与不确定性交织的格局，在理财行业净值化全面转型的背景下，公司将继续围绕金融“五篇大文章”加强资产投资和配置力度，持续拓宽自身能力边界，系统打磨多元化投资策略，从固收打底迈向多元配置，从主观投资迈向兼顾量化，从持有为主迈向积极交易，建立跨资产类别、跨市场区域、跨经济周期的动态配置体系，注重股债等大类资产的性价比轮动，力求在复杂市场中实现风险可控的长期价值积累。

18. 苏银理财

2024 年资产配置思路方面，苏银理财一是围绕做好金融“五篇大文章”，加强科技、绿色、普惠等领域资产投资，进一步提升服务实体经济质效。二是强化优质资产获取能力。加强信用挖掘能力，持续挖掘优质发债主体。三是重点打造多资产多策略的投资体系。加大多元资产配置力度，不断寻找潜在收益增厚机会。

2025 年资产配置思路方面，苏银理财一是优化资产配置结构，把握结构性机会，提升资产组合的抗风险能力和收益稳定性；二是强化风险与净值管理，面对资产波动加大的市场环境，实时追踪理财产品净值变化情况，根据市场情况及时调整投资策略；三是重点打造多资产多策略的投资体系，并通过多元化的投资策略和精细化的资产配置，挖掘潜在投资机会，提升资产组合的整体收益水平。

19. 北银理财

北银理财一方面强化投研驱动。把握利率下行趋势，加强多元化配置，2024 年公司产品收益比理财公司平均水平高 5BP，天天金系列 PR1 级产品保持无回撤，固收封闭式产品到期兑付 100%达基，含权产品多次登上金牛榜单，境内美元产品表现居市场前列。同时，以投研助力自营投资实现较好收益。强化研究支撑，备选库在库主体数量达较年初增幅近 80%，建立同业白名单，基金池、股票池、可转债池、交易对手库不断增长，为投资交易提供有力支持。

另一方面，强化资产挖掘及配置。加强优质资产投放，制定“应投尽投”策略，适度拉长久期，获取利率下行周期的收益增厚。同时增配存款及报价回购，加大外币资产获取力度。扩充创新资产类型，新增住房持有型不动产 ABS、银登收益权资产、中保登资产支持计划、保险债权计划四类新品种，提供高收益、多策略资产篮子。建立多元化策略库，深化货币增强、北交所打新、定增对冲、合成期权等投资策

略运用，实现业绩提升。构建“央企股债混合指数”等指数，进一步丰富资产配置主题和策略选择。

20. 浙银理财

在标准化资产配置方面，加强信用研究和挖掘，提升信用择券能力，充分挖掘标准化固收资产市场机会，总体以信用债为底仓，重点配置 AA+及以上的中高等级信用债，兼顾收益与流动性；持续拓展高性价比货币类资产渠道，积极获取低波稳健资产，加大净值稳定型资产的配置，提高短债类产品的存款占比，打造低波稳健类产品线；加强债券市场研判，把握行情机会，适度参与利率债波段交易增厚收益。

围绕绿色金融，充分挖掘在环境保护和低碳生产方面表现优异的行业和公司的投资机会，引聚绿色理财“活水”，优先投资于清洁能源、防治污染、生态保护、应对气候变化等绿色产业债券。2024 年，共投资绿色债券 13.15 亿元，占总投资组合规模的比例约 3.23%。

在非标准化债权类资产配置方面，严格按照监管指标要求，围绕本行优质的企业和同业基础客户，重点防范信用风险及合规风险，优选标的资产，做好资金用途监测和投后管理，通过非标资产估值稳定、收益良好的特点，努力为投资者创造价值。

在衍生品资产配置方面，通过场外期权等衍生品类资产拓宽大类资产配置，间接参与黄金标的投资，在风险可控前提下，为投资者提供多元化配置机会。

2025 年，面对机遇与挑战并存的银行理财市场，浙银理财将注重多元配置与长期能力建设，做好中低风险、固定收益类资产基本盘，把握居民财富再配置的机遇，重点关注现金管理类、短债类、低波“固收+”等类型的产品；充分利用母行基础客群优势，精选优质标的，在风控可控的前提下，开展项目投资，积极支持实体经济、民营经济及区域经济发展；着眼长远，适度前瞻布局，加强对权益投资、另类投资、海外配置的研究探索，扬长补短，在低利率、资产荒的环境下，探索浙银理财的高质量发展之路。

三、年度纪事

（一）公司取得的主要成绩

1. 工银理财

2024 年，工银理财深入践行金融工作政治性、人民性，有力服务实体经济，有效服务广大投资者财富保值增值，荣获行业协会、媒体和集团的奖项共计 30 余项。公司“财明白”投教案例入选中银协“互联网投资者同行陪伴基地特色案例”，为国有理财公司中唯一入选的机构；获评中国证券报颁发的“银行理财公司金牛优胜奖”和“银行理财产品金牛奖”；“五方共建 践行普惠”案例入选新华网颁发的《负责任金融蓝皮书（2023）》；获评人民网颁发的“人民匠心品牌奖”；获评中国网颁发的“持续打造人民满意理财公司”奖；获评 21 世纪经济报道颁发的“2024 卓越至臻银行理财公司”奖；获评经济观察报颁发的“值得托付金融机构”奖

和“2024 年度卓越银行理财子公司”等。

2. 农银理财

一是荣誉满载彰显实力。2024 年农银理财荣获“金理财”“金牛奖”“金贝奖”“天玑奖”等多个资管行业奖项，公司发展成效得到高度评价。二是客户关注成为焦点。2024 年通过主流媒体发布近 40 篇宣传稿，发布自媒体图文、视频超过 600 条，累计阅读量近 350 万次；全年微信公众号发布重点产品、活动宣传推文超 500 篇，日均点击量近 8000 次。三是口碑相传引领舆论。凭借卓越的产品质量和贴心的服务水准，赢得了广大客户的一致好评，全年无重大舆情风险事件。

2024 年获得的主要荣誉：

- 在中国网主办的“中国鼎优秀案例征集活动”中荣获“年度金融消费权益保护优秀案例”
- 在东方财富主办的“东方财富风云际会”中荣获“年度银行理财子公司风云奖”
- “同心灵珑 FOF 策略第二期”在中国证券报主办的“2024 银行业理财金牛奖”中荣获“银行理财产品奖”
- 在上海证券报主办的“金理财”中荣获“年度银行财富管理品牌奖”
- 在上海证券报主办的“金理财”中荣获“年度资产管理奖”
- “顺心灵动 365”在上海证券报主办的“金理财”中荣获“年度特色产品奖”

- 在经济观察报主办的“2024 年度卓越金融企业盛典”中荣获“年度卓越银行理财机构”
- 马曙光董事长在证券时报主办的“2024 天玑奖”中荣获“年度银行理财领军人物天玑奖”
- 在证券时报主办的“2024 天玑奖”中荣获“年度杰出银行理财子公司”
- 在财联社主办的“ESG 金融论坛暨绿水金山奖”中荣获“ESG 金融创新奖”
- 在普益标准主办的“2024 中国资管行业金誉奖”中荣获“社会责任理财公司”
- 在普益标准主办的“2024 中国资管行业金誉奖”中荣获“卓越理财公司奖”
- 在中国基金报主办的“银行理财英华奖”中荣获“优秀混合类理财公司”
- 安心天天利在中国基金报主办的“银行理财英华奖”中荣获“优秀固收类理财产品”
- 在财联社主办的“2024 上海全球资产管理年会暨“金榛子”卓越案例发布会”中荣获“最佳理财公司金榛子奖”（全国性）
- 在经济观察报主办的“值得托付金融机构”中荣获“年度银行理财子公司”
- 马曙光董事长在 21 世纪经济报道主办的“2024 金贝资产管理竞争力案例”中荣获“年度理财人物”

- 在 21 世纪经济报道主办的“2024 金贝资产管理竞争力案例”中荣获“2024 卓越至臻银行理财公司”
- 在中央国债登记结算有限公司主办的“2023 年度中债成员业务发展质量评价”中荣获“ESG 业务卓越贡献机构”
- 在中国网主办的“中国鼎”中荣获“优秀案例奖”
- 在银行间同业拆借中心主办的“银行间本币市场成员业务高质量发展评价”中荣获“市场创新业务机构”
- 在银行间同业拆借中心主办的“银行间本币市场成员业务高质量发展评价”中荣获“年度影响力机构”
- 马曙光董事长在《金融理财》主办的“2023 年度金貔貅奖”中荣获“年度金牌银行资产管理杰出成就奖”
- 在《金融理财》主办的“2023 年度金貔貅奖”中荣获“年度金牌品牌力金融机构”
- 在联合智评主办的“第二届金蟾奖”中荣获“卓越机构奖”
- （时时付 6 号）在联合智评主办的“第二届金蟾奖”中荣获“理财吸金奖”
- 在金融时报主办的“2023 年中国金融机构金牌榜·金龙奖”中荣获“年度最佳理财公司”

3. 中银理财

2024 年，中银理财屡次荣获业内多项权威奖项：

- 《中国证券报》“投资者陪伴金牛奖”“银行理财产品金牛奖”；
- 《21 世纪经济报》“2024 卓越至臻理财公司金贝奖”；

- 《证券时报》“2024 年度金质银行理财产品天玑奖”；
- 《普益标准》“卓越渠道能力拓展理财公司金誉奖”“优秀创新银行理财产品金誉奖”“优秀固收类银行理财产品金誉奖”；
- 《上海证券报》“年度资产管理金理财奖”“年度特色产品金理财奖”；
- 《经济观察报》“2024 年度银行理财子公司”；
- 《财联社》“最佳理财公司金榛子奖”“最具特色产品金榛子奖”；
- 《中国基金报》“优秀银行理财公司英华奖”“优秀权益类理财公司英华奖”“优秀固收类理财公司英华奖”。

4. 建信理财

2024 年，建信理财获得主流媒体、专业机构等颁发的荣誉奖项共 18 项，其中建信理财奖 8 项，产品奖 10 项。连续 5 年荣获《中国证券报》颁发的“银行业理财金牛奖”系列奖项，获得公司奖 1 项，产品奖 2 项。获得《上海证券报》颁发的“金理财奖”，《证券时报》颁发的“天玑奖”，荣获业内主流荣誉“大满贯”，充分展现出市场对建信理财及产品的信赖与认可。

5. 交银理财

2024 年全年，交银理财通过积极参与，成功获评 22 个行业奖项。除了金牛、金贝、金理财等由全国性主流财经媒体颁发的奖项外，交银理财还积极申报多个由行业协会、机

构、专业财经媒体评选的奖项。2024 年 5 月 9 日，《中国银行保险报》将“金诺·金融品牌年度社会公益项目”授予交银理财，以表彰交银理财“书送光明-交银理财向困难学生捐赠项目”。10 月 18 日，交银理财稳享智选 ESG 主题策略 14 个月封闭式 2 号产品获得普誉奖·优秀社会责任产品。

6. 中邮理财

2024 年中邮理财荣获奖项如下：

所获奖项	颁奖单位
2024 年度理财信息登记优秀发行机构	银行业理财登记托管中心有限公司
2024 卓越至臻银行理财公司	21 世纪经济报道
优秀银行理财公司（国有大行）	中国基金报
优秀固收类理财产品	中国基金报
卓越理财公司	普益标准
优秀创新银行理财产品	普益标准
2024 年度数字财富管理创新优秀案例	银行家
2024 年度金质理财品牌天玑奖	证券时报
年度理财子公司风云奖	东方财富
年度创新银行理财投资管理团队奖	东方财富
行业优秀投资机构奖（优先级）	中国资产证券化分析网-CNABS
年度卓越银行理财子公司	经济观察报
年度卓越投资管理团队	经济观察报
2024 年度金融科技·金融机构最佳应用奖	中国计算机学会 CCF 数字金融分会
年度投资管理团队	上海证券报
投资者陪伴金牛奖	中国证券报
银行理财产品金牛奖	中国证券报
银行理财产品金牛奖	中国证券报

7. 光大理财

2024 年以来，光大理财获得以下荣誉：

5 月 9 日，在《中国银行保险报》组织的金诺·第八届金融品牌影响力论坛上，光大理财四周年宣传片《FOR U》入选“2024 金诺·金融品牌年度宣传片”。

8 月 29 日，《经济观察报》第十届资产管理高峰论坛，光大理财荣获“年度银行理财子公司”。

9 月 20 日，《财联社》组织的 2024 上海全球资产管理年会上，光大理财荣获“最佳理财公司金榛子奖（全国性）”，阳光金 24M 添利教育成长计划荣获“固收最佳回报金榛子奖”。

9 月 25 日，《中国基金报》举办的 2024 中国机构投资者论坛暨中国基金报十周年庆上，光大理财荣获“优秀银行理财公司”“优秀混合类理财公司”“优秀固收类理财公司”。

10 月 18 日，普益标准 2024 资产管理与财富管理行业发展大会暨第四届“金誉奖”颁奖典礼，光大理财荣获“卓越理财公司”。

11 月 28 日，《证券时报》举办的 2024 中国金融机构年度峰会暨 2024 中国银行业年会上，光大理财荣获“2024 年度杰出银行理财子公司天玑奖”。

12 月 6 日，华夏时报组织“金蝉奖”评选，光大理财荣

获“2024 年度影响力财富管理公司”。

12 月 18 日，《经济观察报》“2024 年度金融发展论坛暨第十三届卓越金融企业盛典”，光大理财荣获“2024 年度卓越金融企业年度卓越银行理财子公司”。

12 月 21 日，《上海证券报》举办上证·金理财评选榜单，光大理财荣获“年度资产管理奖”，阳光金美元天天盈、颐享阳光金日开 2 号分别荣获“年度固收类产品奖”和“年度特色类产品奖”。

12 月 24 日，《中国证券报》举办“首创证券杯·第五届银行业理财金牛奖颁奖典礼”评选，光大理财荣获“银行理财金牛优胜奖”，阳光橙量化对冲 1 号荣获“银行理财产品金牛奖”。

12 月 31 日，在环球网年度 ESG 发展优秀案例评选中，光大理财荣获“年度 ESG 发展优秀案例”。

8. 招银理财

2024 年招银理财主要荣誉如下：

2024 年 1 月，招银理财在中国外汇交易中心组织的 2023 年银行间本币市场成员业务高质量发展评价中被评为“年度市场影响力机构”和“市场创新业务机构”，并首次荣登资管机构榜首。这也是我司连续第 7 年和第 3 年分别获得该两项奖项。

2024 年 1 月，由联合智评主办的 2023 年度第二届“联合智评·银行理财金蟾奖”获奖名单揭晓，我司凭借在收益

表现、风险控制、投资策略等多维度的综合实力，荣获金蟾奖“卓越机构奖”“理财风控先锋奖”（混合类），两款理财产品“招卓沪港深精选周开一号权益类理财计划”“招智无忧目标 2035（两年持有）混合类理财计划”分别获评“2023 年理财风云奖”。

2024 年 2 月，招银理财获评深圳证券交易所债券市场“2023 年度优秀债券投资交易机构-银行理财类”奖。

2024 年 3 月，招银理财获评上海证券交易所债券市场 2023 年度“优秀债券交易机构”“优秀债券投资机构（银行理财类）”“服务国家战略优秀投资机构”“产业债券优秀投资机构”四项荣誉。

2024 年 4 月，在 2023 年度南山区经济突出贡献企业 TOP 峰会上，招银理财凭借优异的经营业绩再获“2023 年度南山区金融业贡献十强”荣誉。

2024 年 9 月，招银理财荣获财联社主办的第二届“金榛子”资管机构卓越案例“最佳理财公司金榛子奖（全国性）”，“招智睿和稳健（安盈优选）360 天持有 1 号”（销售代码 100816）荣获“混合最佳回报金榛子奖”。

2024 年 9 月，财联社第二届中国金融业“拓扑（TOP）奖”评选结果揭晓，招银理财荣获“2024 年银行理财公司拓扑奖”“2024 年数字金融机构拓扑奖”。

2024 年 9 月，由中国基金报主办的第六届中国银行业理财英华示范案例正式揭晓，招银理财获评“优秀银行理财公

司（股份行）” “优秀现金管理类理财公司”，“招睿天添金稳健型固定收益类理财计划 9205”获评“优秀固收类理财产品”。

2024 年 9 月，在国家金融与发展实验室金融科技研究中心主办的“2023 年第四届金融科技创新案例”评选中，招银理财“智能投资交易平台”入选“NIFD-DCITS 第四届金融科技创新案例库”，并通过《人民日报》出版社出版《数字金融+新质生产力：金融科技创新实践》书籍。

2024 年 10 月，招银理财在普益标准第四届“金誉奖”评选中获评“卓越理财公司”“卓越科技实力机构”两项荣誉，“招智双利（尊享）12 个月持有期 1 号混合类理财计划”获得“优秀混合类银行理财产品”。

2024 年 11 月，招银理财在证券之星主办的第十二届资本力量年度品牌活动中荣获“最具社会责任银行理财子公司奖”。

2024 年 11 月，由每日经济新闻主办的第十五届中国金鼎奖（金融）榜单揭晓，招银理财荣获“年度卓越银行理财子公司”奖项。

2024 年 11 月，在财联社举办的“2024 财联社绿水金山奖”评选中，招银理财“统一清算结算系统（UCS）”荣获“ESG 金融创新奖”。

2024 年 11 月，2024 年东方财富风云际会风云奖评选结果正式揭晓，招银理财荣获“年度银行理财子公司风云奖”，

招银理财多资产投资团队、现金管理团队获评“年度创新银行理财投资管理团队”。

2024 年 11 月，由证券时报主办的“2024 中国银行业天玑奖”评选结果揭晓，招银理财“招智睿和稳健（安盈优选）360 天持有 1 号”荣获“2024 年度金质银行理财产品天玑奖”，招银理财现金管理团队荣获“2024 年度杰出银行理财团队天玑奖”。

2024 年 11 月，招银理财“银行理财风险量化分析系统”“银行理财统一清算结算平台”分别被审定第三十二届广东省企业管理现代化创新二等成果、三等成果。

2024 年 12 月，由上海证券报主办的“2024 年上证·金理财奖”评选结果揭晓，招银理财荣获“金理财”年度资产管理奖，“招卓价值精选权益类理财计划”荣获“金理财”年度权益类产品奖，“招睿嘉裕日开 360 天持有期 1 号”荣获“金理财”年度固收类产品奖。

2024 年 12 月，由中国证券报主办的“首创证券杯·第五届银行业理财金牛奖”榜单揭晓，招银理财连续第五年荣获“银行理财公司金牛奖”，“招智睿和稳健（安盈优选）360 天持有 1 号”荣获“银行理财产品金牛奖（混合类）”，“招睿鑫鼎日开三个月滚动持有”荣获“银行理财产品金牛奖（固收类）”。

2024 年 12 月，由经济观察报主办的“2024 卓越金融企业”榜单揭晓，招银理财获评“2024 年度卓越银行理财子公

司”。

2024 年 12 月，中国网财经主办的“2024 年中国鼎金融业优秀案例”结果揭晓，招银理财入选“年度金融 ESG 优秀案例”。

9. 兴银理财

截至 2024 年末，兴银理财开业以来累计荣获资产管理领域奖项超过 150 项，综合理财能力累计 28 个季度排名普益标准“全国银行理财能力排行榜”全国性理财机构榜首，多次荣获“金贝奖”“金牛奖”“金理财”“天玑奖”等行业重要奖项，荣获社会责任相关荣誉 16 项、金融科技相关荣誉 10 项。2024 年，兴银理财共荣获 43 个奖项，其中公司奖 28 个、产品奖 11 个、个人及团队奖 4 个，涵盖“金牛奖”“金理财”“天玑奖”“金贝奖”“金誉奖”“英华奖”等行业重要奖项，包括 5 个社会责任奖项、6 个金融科技奖项。

10. 信银理财

2024 年信银理财荣获奖项如下：

时间	主办方	奖项	名称
2024 年 1 月 11 日	联合智评	联合智评理财“金蟾奖”	理财卓越机构奖
2024 年 1 月 11 日			理财风云奖
2024 年 1 月 18 日	中信集团	中信金控的年度工作会优秀表彰	中信金控财富管理委员会优秀工作室主任
2024 年 1 月 24 日	第 13 届中国公益节	2023 金融业年度社会责任奖	2023 金融业年度社会责任奖
2024 年 3 月 14 日	中国银行保险报	2024 金融消保与服务创新评选	2023 年度金融消保与服务创新优秀案例

2024 年 5 月 1 日	中国银行保险报	2024 金诺·金融品牌年度评选	2024 金诺·金融品牌年度社会公益项目
2024 年 4 月 1 日	上海黄浦区政府	2024 年黄浦区重点企业恳谈会暨投资黄浦推介会活动	上海市黄浦区年度百强企业第二名
			企业社会责任卓越贡献奖
2024 年 5 月 1 日	上海清算所		2023 年度特别贡献奖
2024 年 5 月 22 日	银行业理财登记托管中心有限公司		2023 年度理财信息登记优秀机构
2024 年 6 月 17 日	欧洲投资与养老金（IPE）出版集团	2024 年全球资管 500 强	2024 年全球资管 500 强第 114 位
2024 年 8 月 17 日	21 世纪经济报道	2024 资产管理年金贝奖评选	2024 年卓越社会责任银行理财公司
			2024 年年度理财人物
2024 年 8 月 29 日	经济观察报	2024 资产管理高峰论坛	2024 年度银行理财子公司
			2024 年度公益慈善理财子
2024 年 9 月 13 日	财联社	财联社 2024 中国金融业年会	2024 年银行理财公司“拓扑奖”
			2024 年普惠金融机构“拓扑奖”
2024 年 9 月 14 日	蓝鲸财经	2024 第五届鲸潮奖颁奖典礼	2024 年度 ESG 领军企业
2024 年 9 月 20 日	财联社	财联社全球资管年会	最佳理财公司金棒子奖
			卓越社会责任金棒子奖
			卓越金融科技实力金棒子奖
2024 年 9 月 25 日	财视中国	第十届结构性融资与资产证券化论坛暨第十届资产证券化与债券·介甫奖	ABS 年度杰出贡献奖
			优秀 ABS 投资人
2024 年 9 月 25 日	中国基金报	2024 中国机构投资者论坛暨中国基金报十周年庆典 第六届中国银行业理财英华示范案例	优秀权益类理财产品
			优秀固收类理财产品
			优秀银行理财公司（股份行）
			优秀固收类理财公司
			优秀权益类理财公司
2024 年 10 月 5 日	上海资管协会	2024 上海全球资产管理中心建设报告	“理财投资者同行陪伴基地”入选报告案例
2024 年 10 月 15 日	普益标准	2024 年第四届中国资产管理与财富管理行业“金誉奖”	年度社会责任理财公司
			优秀社会责任产品
			最佳投资者教育成就机构
2024 年 10 月 23 日	慈善公益报	2023 年度全国各级慈善会慈善工作范例·慈善品牌项目	2023 年度全国各级慈善会慈善工作范例·慈善品牌项目

2024 年 11 月 8 日	证券之星	第十二届资本力量年度品牌活动 新质·启航 金融机构篇	最受青睐银行理财子公司
			最具社会责任银行理财子公司
2024 年 11 月 22 日	时代金融	金桔奖	高质量发展金融机构奖
2024 年 11 月 25 日	南方周末	2024 筑梦者公益大会	年度公益贡献
2024 年 11 月 28 日	第一财经	2024 年第一财经金融价值榜·金融峰会	年度理财子公司
2024 年 11 月 28 日	证券时报	2024（第六届）中国银行业天玑奖	2024 年度金质理财品牌天玑奖
			2024 年度金质银行理财产品天玑奖*权益类
2024 年 11 月 28 日	财联社	2024 年第五届财联社企业 ESG 论坛	“致远奖”-社会责任（S）先锋企业奖
2024 年 11 月 28 日	财联社	2024 年第四届财联社 ESG 金融论坛	“绿水青山”奖-ESG 社会责任奖
2024 年 11 月 30 日	东方财富网	2024 东方财富风云际会	年度品牌形象银行理财子公司
			年度银行理财子公司风云奖
2024 年 12 月 6 日	每日经济新闻	2024 年度第十五届金融金鼎奖	年度卓越银行理财子公司
2024 年 12 月 6 日	华夏时报	2024（第十八届）华夏机构投资者年会金蝉奖	2024 年度 ESG 投资实践优秀机构
2024 年 12 月 6 日	绿色金融 60 人论坛	2024 年度 GF60 绿色金融案例	最佳金融机构
2024 年 12 月 13 日	第一财经	善商业论坛暨中国企业社会责任榜	战略慈善典范奖
2024 年 12 月 18 日	界面	“优金融”	综合类-年度理财子公司
		2024ESG 先锋 60	年度 ESG 绿色金融奖
2024 年 12 月 18 日	经济观察报	2024 金融发展论坛暨卓越金融企业盛典	2024 卓越金融企业-年度卓越银行理财子公司
			年度卓越社会影响力企业
2024 年 12 月 21 日	上海证券报	2024 年上证·金理财评选	“金理财”年度银行财富管理品牌奖
			“金理财”年度固收类产品奖
			“金理财”年度混合类产品奖
2024 年 12 月 24 日	中国证券报	第五届“银行业理财金牛奖”	银行理财公司金牛优胜奖
			银行理财产品金牛奖
2024 年 12 月 25 日	人民网	第十八届“凝聚改革共识 彰显奋进担当——2024 人民企业社会责任优秀案例评选”	信银理财【温暖童行】慈善金融实践

2024 年 12 月 27 日	财联社	2024 财联社第七届投资年会资本市场最具价值影响力榜单评选	年度领军机构榜单-最佳财富长青奖(财富管理机构)
---------------------	-----	--------------------------------	--------------------------

11. 平安理财

2024 年平安理财荣获奖项如下：

奖项名称	颁发机构
金蟾奖-理财收益先锋奖	联合智评
金蟾奖-卓越机构奖	联合智评
金蟾奖-理财风云奖	联合智评
金领带—2023 年度卓越财富管理机构	华尔街见闻
年度市场影响力-资产管理机构	全国银行间同业拆借中心
年度市场影响力-市场共建机构	全国银行间同业拆借中心
年度金融支持产业高质量发展奖	南方日报
“最佳管理人” —理财子公司	《欧洲货币》旗下"SRP 中国"
“年度新星” —创新及教育类别	《欧洲货币》旗下"SRP 中国"
第十届“金松奖” —AI 科技进步奖	移动支付网
2022 年度深圳市金融创新奖—优秀奖	深圳市金融委员会办公室
金贝奖—2024 卓越至臻银行理财公司	21 世纪经济报道
金贝奖—2024 卓越固收+理财产品	21 世纪经济报道
值得托付金融机构—2024 年度银行理财子公司	经济观察报
IDC 中国未来企业大奖优秀奖—数字创新特别奖	IDC
第四届香蜜湖金融科技创新奖—优秀项目奖	深圳市福田区人民政府
第四届香蜜湖金融科技创新奖—特色项目奖	深圳市福田区人民政府
拓扑奖—2024 年银行理财公司	财联社
拓扑奖—2024 年绿色金融机构	财联社
英华奖—优秀银行理财公司（股份行）	中国基金报
英华奖—优秀固收类理财公司	中国基金报
英华奖—优秀现金管理类理财产品	中国基金报
金棒子奖—最佳理财公司（全国性）	财联社
金棒子奖—现金管理最佳回报	财联社
第五届深圳国际人工智能展—最佳行业标杆应用奖	深圳国际人工智能展组委会
金誉奖—卓越理财公司	普益标准
金誉奖—最佳投资者教育成就机构	普益标准

金誉奖—优秀固收类理财产品	普益标准
2024DAMA 中国数据治理奖—数据治理最佳实践奖	DAMA 中国数据管理峰会
金融“金鼎奖”—年度卓越银行理财子公司	每日经济新闻
21 世纪金融竞争力优秀案例—年度卓越理财子公司	21 世纪经济报道
天玑奖—2024 年度杰出银行理财子公司	证券时报
天玑奖—2024 年度杰出银行理财团队	证券时报
2024 银行家—年度金融科技产品创新优秀案例	《银行家》杂志
2024 银行家—年度数字财富管理创新优秀案例	《银行家》杂志
2024 年亚洲 G3 债券顶尖投资机构—最佳私人银行与理财公司	《财资（The Asset）》
2024 年度金融消保先锋奖	《南方都市报》
第四届“金信通”—金融科技创新应用卓越案例	中国信息通信研究院
2024 南财数字金融—运营流程数智化领航者	21 世纪经济报道
东方财富风云际会—年度银行理财子风云奖	东方财富网
东方财富风云际会—年度创新银行理财投资管理团队	东方财富网
金牛奖—银行理财子公司金牛优胜奖	中国证券报
金理财—2024 年度资产管理奖	上海证券报
金理财—年度投资管理团队奖	上海证券报
金理财—年度固收类产品奖	上海证券报
年度“五篇大文章”金融发展创新奖	《南方日报》

12. 华夏理财

2024 年，华夏理财荣获 28 项奖项，包括第五届银行业理财金牛奖 ESG 投资金牛奖和银行理财产品金牛奖（中国证券报）、2024 上证金理财评选年度企业社会责任奖和年度投资管理团队奖（上海证券报）、2024 卓越品牌建设理财公司金贝奖（21 世纪经济报道）等。

13. 广银理财

2024 年广银理财先后获得《联合智评》“2023 年优秀产品奖”“2023 年理财收益先锋奖（定开-纯固收类）”金

蟾奖；《财视中国》“优秀银行理财子产品创新奖”“优秀固定收益理财产品”介甫奖；《21 世纪经济报道》“2024 卓越稳定性固收理财产品”金贝奖；《普益标准》“2024 优秀固收类银行理财产品”金誉奖；《东方财富》“年度影响力银行理财子公司”、“年度创新银行理财子公司”；《上海证券报》“年度固收理财产品”金理财奖；《上海现代服务业联合会》“ESG 可持续发展领导力奖”金翼奖。

14. 浦银理财

公司/团队奖项：

浦东新区“经济突出贡献企业表彰活动”：年度“浦东新区金融业突出贡献 20 强企业”

中国银行业协会“理财业务投资者同行陪伴基地案例选编”：“互联网特色案例”（聚焦百姓需求 打造有温度的投教陪伴）

上海资产管理协会“理性投资、价值投资、长期投资”（简称“三投资”）理念优秀实践展示机构

2024 资产管理年会暨“金贝-资产管理竞争力研究”（金贝奖）评选：“卓越至臻理财公司”奖

第四届普益标准主办“金誉奖”评选：“卓越理财公司”、“年度社会责任理财公司”奖

2024 证券时报主办“天玑奖”评选：“杰出银行理财团队”奖

第十五届每日经济新闻主办“金鼎奖”评选：“年度卓

越银行理财子公司” 奖

2024 证券时报·“新财富” 评选：“2024 新财富最智慧投资机构” 奖

产品奖项：

2024 资产管理年会暨“金贝-资产管理竞争力研究”（金贝奖）评选：“最具人气理财产品”（悦丰利系列）

2024 财联社主办“金榛子奖” 评选：“固收最佳回报” 奖（鑫系列最短持有期）、“现金管理最佳回报” 奖（天添盈系列）

第二届中国基金报主办中国银行理财“英华奖” 评选：“优秀现金管理类理财产品”（天添利进取 1 号）

第四届普益标准主办“金誉奖” 评选：“优秀现金管理类银行理财产品”（天添盈系列）

第十五届每日经济新闻主办“金鼎奖” 评选：“年度优秀绿色金融案例”（浦银理财新质生产力发展债券指数和主题产品）

2024 上海证券报金理财评选：“年度现金管理类产品”（天添盈系列）、“年度固收类产品”（悦丰利系列）

15. 民生理财

2024 年民生理财荣获奖项如下：

颁奖机构	论坛/奖项名称	获奖类目	获奖对象
21 世纪经济报道	2024 “金贝” 资产管理竞争力研究案例发布盛典	卓越银行理财公司	公司
财联社	2024 上海全球资产管理年会暨“金榛子” 资管卓越案例	混合最佳回报产品	荣竹大金融优选半年定开 2 号理财产品

财联社	2024 上海全球资产管理年会暨“金榛子”资管卓越案例	现金管理最佳回报产品	天天增利现金管理灵动款理财产品
经济观察报	2024 资产管理高峰论坛	年度银行理财子公司	公司
中国基金报	第六届中国银行业理财英华示范案例	优秀现金管理类理财产品	公司
中国基金报	第六届中国银行业理财英华示范案例	优秀混合类理财产品	公司
普益标准	2024 资产管理与财富管理行业第四届金誉奖	卓越理财公司	公司
普益标准	2024 资产管理与财富管理行业第四届金誉奖	卓越投资回报理财产品	公司
证券之星	2024 资本力量年度评选	最佳投资者教育奖	公司
证券时报	2024 中国银行业天玑奖	金质银行理财产品	天天增利现金管理理财产品
华夏时报	第十八届金蝉奖	年度优秀资产管理公司	公司
上海证券报	2024 “上证·金理财”评选	年度投资管理团队奖	固定收益投资团队
上海证券报	2024 “上证·金理财”评选	年度投资管理团队奖	FOF 及权益投资团队
上海证券报	2024 “上证·金理财”评选	年度现金管理类 产品奖	天天增利现金管理 机构款理财产品
中国证券报	第五届银行理财金牛奖	银行理财公司金牛 优胜奖	公司

16. 杭银理财

公司 2024 年美誉度进一步提升，年度荣获区突出贡献企业、创新领跑企业、金牛奖银行理财公司优胜奖、金理财年度资产管理奖、英华奖优秀银行理财公司奖，以及金蝉奖、介甫奖、金誉奖、金榛子奖等 26 项荣誉。其中重要奖项如下：

颁奖单位	奖项	荣誉称号
联合智评	金蟾奖	卓越机构奖、理财惊喜奖、优秀产品奖
财视中国	介甫奖	优秀银行理财子公司、优秀固定收益理财产品、财富管理领袖奖
阿尔法智库	中国资管 2023 领军榜	卓越机构最具综合实力奖 领军人物优胜奖，最具领导力奖。
财联社	金榛子奖	2024 年度最佳理财公司（区域性）
中国基金报	英华奖	优秀银行理财公司
普益标准	金誉奖	2024 “金誉奖”卓越渠道拓展能力理财公司奖 优秀固收类银行理财产品

北大金融评论	北大汇丰·银行理财公司竞争力排名	2024 年上半年度综合竞争力排名前十银行理财公司第六、城商行理财子第一；产品收益竞争力第一
东方财富网	风云际会	2024 年度影响力银行理财子公司 年度创新银行理财投资管理团队
上海证券报	金理财	2024 “上证·金理财”年度资产管理奖
中国证券报	金牛奖	银行理财公司金牛优胜奖

17. 徽银理财

- 安徽省合肥市庐阳区府一庐阳区金融业十强企业；
- 中证·金牛奖一产品金牛奖；上证·金理财奖一年度资产管理奖；
- 普益标准·金誉奖一卓越投资回报理财公司；普益标准·金誉奖一优秀固收类银行理财产品；
- 财视中国·介甫奖一优秀银行理财子公司；财视中国·介甫奖一优秀投研团队；
- 中国基金报·英华奖一优秀银行理财公司；
- 联合智评·金蝉奖一卓越机构奖；联合智评·金蝉奖一理财惊喜奖；
- 上海金融与发展实验室·济安群星汇—2024 现金类理财管理奖。

18. 南银理财

2024 年，公司屡获嘉奖，获得了财视中国（介甫奖）优秀银行理财子公司、21 世纪经济报道（金贝）2024 卓越银行理财公司、财联社固收最佳回报金棒子奖、中国基金报（英华奖）优秀银行理财公司（城商行、农商行）、普益标准（金誉奖）卓越投资回报理财公司、证券时报 2024 年度

杰出银行理财子公司天玑奖、上海证券报（金理财奖）年度资产管理奖、中国证券报投资者陪伴金牛奖、银行业理财登记托管中心年度理财信息登记优秀机构等 27 个奖项。

序号	荣誉名称	颁发单位
1	第十六届基金与财富管理介甫奖-优秀银行理财子公司	财视中国
2	第十六届基金与财富管理介甫奖-财富管理领袖奖	财视中国
3	第十六届基金与财富管理介甫奖-优秀净值型理财产品	财视中国
4	2024（第十七届）21 世纪“金贝”资产管竞争力-2024 卓越银行理财公司	21 世纪经济报道
5	2024（第十七届）21 世纪“金贝”资产管竞争力-2024 卓越固收理财产品	21 世纪经济报道
6	2024 上海全球资产管理年会金-最佳理财公司金榛子奖（区域性）	财联社
7	2024 上海全球资产管理年会金-固收最佳回报金榛子奖	财联社
8	英华奖-优秀银行理财公司（城商行、农商行）	中国基金报
9	英华奖-优秀固收类理财产品	中国基金报
10	2024 年度 GRA 金誉奖-卓越理财公司	普益标准
11	2024 年度 GRA 金誉奖-卓越投资回报理财公司	普益标准
12	2024 年度 GRA 金誉奖-优秀固收类银行理财产品	普益标准
13	第十五届金鼎奖-年度卓越银行理财子公司	每日经济新闻
14	2024 中国银行业天玑奖-2024 年度杰出银行理财子公司	证券时报
15	2024 中国银行业天玑奖-2024 年度杰出银行理财团队	证券时报
16	2024 东方财富风云际会-年度银行理财子公司风云奖	东方财富
17	2024 东方财富风云际会-年度影响力银行理财子公司	东方财富
18	2024 “上证·金理财”评选-年度资产管理奖	上海证券报
19	2024 “上证·金理财”评选-年度投资管理团队奖	上海证券报
20	2024 “上证·金理财”评选-年度固收类产品奖	上海证券报
21	第五届中国银行业理财金牛奖-投资者陪伴金牛奖	中国证券报
22	2024 济安群星汇综合五星奖	济安金信
23	2024 年度最具市场创新力机构奖	北京金融资产交易所
24	2024 年第三届联合智评金蟾奖-年度优秀管理人	联合智评
25	2024 年第三届联合智评金蟾奖-数字科技创新奖	联合智评
26	2024 年第二届联合智评金蟾奖-优秀产品奖	联合智评
27	2024 年度理财信息登记优秀机构	银行业理财登记托管中心有限公司

19. 苏银理财

- 苏银理财公司荣获联合智评“金蟾奖”卓越机构奖、优秀产品奖；

- 苏银理财公司荣获扬子晚报品牌价值奖、社会担当奖；
- 苏银理财公司荣获欧洲投资与养老金（Investment & Pension Europe, IPE）全球资管 500 强（第 281 名）；
- 苏银理财公司荣获 21 世纪经济报道“金贝奖”2024 卓越银行理财公司、2024 卓越风控理财公司；
- 苏银理财公司荣获财联社“金榛子奖”最佳理财公司（区域性）、卓越金融科技实力；
- 苏银理财公司荣获中国基金报“英华奖”优秀银行理财公司（城商行、农商行）；
- 苏银理财公司荣获普益标准“金誉奖”卓越理财公司、卓越科技实力机构、优秀固收类银行理财产品；
- 苏银理财公司荣获每日经济新闻“金鼎奖”年度卓越银行理财子公司；
- 苏银理财公司荣获证券时报“天玑奖”2024 年度金质银行理财产品；
- 苏银理财公司荣获东方财富“2024 东方财富风云际会·中国资产管理论坛”年度品牌形象银行理财子公司；
- 苏银理财公司荣获“金理财”年度资产管理奖 上海证券报
- 苏银理财公司荣获上海证券报“金理财”年度固收类产品奖、年度现金管理类产品奖 上海证券报；
- 苏银理财公司荣获中国证券报“金牛奖”银行理财公司金牛创新奖、银行理财产品金牛奖。

20. 北银理财

公司揽获行业荣誉与奖项近 20 项，主要包括其中由中国证券报“金牛奖”、上海证券报“上证·金理财”奖、联合智评“金蟾奖”、每日经济新闻“金融金鼎奖”、财联社发起的“金榛子奖”，以及《当代金融家》杂志“中国资产管理 2023 卓越机构-最佳社会责任奖”等。

（二）公司年度重要工作纪事

1. 工银理财

服务“五篇大文章”重要活动

2024 年 6 月，工银理财举办“银行理财服务新质生产力研讨暨科技金融创新成果发布会”，围绕服务实体经济主题主线，与行业共享工商银行和工银理财在助推新质生产力发展方面的前沿研究和创新举措，形成了“六个一”工作成果。来自政府部门、行业主管部门、知名学者、同业机构、科技企业和重要客户共同参会。新华网、人民网、中国网、中国证券报等中央主流媒体对会议情况进行了宣传报道。



2024年6月26日，工银理财在北京举办银行理财服务新质生产力研讨暨科技金融创新成果发布会

在活动现场，北京金融街新质生产力联合研究中心正式揭牌成立。该中心由公司与北京资产管理协会、北京金融街合作发展理事会资管专委会、北京金融街研究院共同发起成立，旨在汇集多样化金融机构力量，为科技型企业全链条、全生命周期金融服务出谋划策。同时，公司还联合上海清算所共同发布了“上海清算所工银理财科技金融债券指数”。作为首只由资管机构发布的定制化科技金融债券指数、首只涵盖行业维度的科技金融债券指数、首只在上海清算所发布的定制化科技金融债券指数，该指数的发布不仅弥补了市场空白，还在提供市场基准、构建投资组合、发行挂钩产品等方面具有广泛的应用前景。

服务公益事业

工银理财聚焦“地方所需、金融所能、理财所长”，与各类社会机构携手合作促进社会和谐共融，开展了一系列服务公益、助力慈善的金融与非金融工作。一是开展“童心港湾”公益行。自2021年起，将万源市白沙镇荆桥铺村“童心港湾”作为教育帮扶站点，连续四年投入资金改善学校基础设施建设和教学环境。2024年，赴对口支持学校实地调研考察，捐赠公益资金近10万元，组织爱心义卖、讲授财商课等各项活动，切实将“童心港湾”打造成乡村留守儿童生活、学习、娱乐的温馨港湾。二是开展系列志愿公益活动。组织公司青年志愿者开展“爱目行动”，联合其他机构志愿者为近三千名小学生进行视力筛查等项目检查。结对西城什刹海街道开展公益联建，组织员工开展街道街巷环境治理志愿活动，为美丽首都和人文西城贡献青春力量。三是发行慈善主题理财产品。将慈善理念与理财业务结合，发行慈善主题理财产品，产品到期后实现的16万余元的超额收益全部交付至“君子伙伴慈善信托”，用于开展扶贫济困、助医助学、养老助残等各类慈善活动，实现财富保值增值与社会公益慈善的双重目标。



2024 年 7 月 24 日，工银理财一行赴四川省万源市白沙镇荆桥铺小学，开展“情牵留守·爱暖童心”捐赠活动暨“工银理财智慧教室”揭牌仪式

2. 农银理财

2024 年 11 月 15 日，由农银理财有限责任公司与智能财富管理论坛、北京市东城区立鼎金融与发展研究院联合主办的“2024 智能财富管理论坛秋季研讨会暨《理财行业高质量发展白皮书》发布”在北京市东城区隆福文化中心成功举办。会议由金融监管总局资管机构监管司副司长郝永春及北京市东城区副区长曹志平作开场致辞。会议邀请中国人民大学原副校长、国家金融研究院院长吴晓求和中国银行业协会首席信息官高峰，以及中国社会科学院世界经济与政治研究院副所长张斌作主旨演讲。农银理财有限责任公司总裁毛焱就《理财行业高质量发展白皮书》的主要构思及农银理财的转型实践进行分享。



3. 中银理财

2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。



中银理财召开全体员工警示教育大会



中银理财参加亚洲金融论坛京港资产管理圆桌会议



中银理财、中银基金联合开展党员干部党建能力提升培训班



中银理财开展“迎新春送祝福”活动



中银理财与总行、分行及银行业机构积极联动，落实消保工作。

4. 建信理财

建信理财致力于创新消费帮扶举措，积极支持脱贫地区特色产业发展，对陕西安康开展消费帮扶，激发脱贫地区和脱贫群众内生发展动力。建信理财联合建行驻安康定点帮扶工作专班共同举办旧书捐赠活动，组织员工向陕西省安康市汉滨区县河镇财梁九年制学校捐赠儿童文学等主题图书，充实学生阅读文化生活，推动学校书香文化理念建设。

5. 交银理财

2024 年，交银理财积极践行企业社会责任。一是与平安信托合作成功设立“平安骄子慈善信托”项目。2024 年 9 月，交银理财携手平安信托积极联系理塘县，了解到当地面临优质教学资源缺乏、教师队伍培训不足、陈旧校舍面临翻新、寄宿学生生活物资匮乏等实际情况，成功设立“平安骄子慈善信托”，初始规模 25 万元，用以支持当地青少年儿童成长和教育发展，为其提供教育、助困、助学、奖学等公益资助；同时关爱当地生活困难家庭、老年及弱势群体。二是持

续开展“书送光明——交银理财向困难学生捐赠活动”。从2020年开始,交银理财有限责任公司连续五年举办“书送光明——交银理财向困难学生捐赠活动”，发动全公司员工向四川凉山、甘孜州的贫困儿童进行爱心捐赠。2024年2月20日，交银理财启动“我为群众办实事——第四届‘书送光明’交银理财向困难学生捐赠活动”。活动启动以来，公司爱心志愿者共计收到来自公司各部门员工捐赠的捐赠品356件套，其中书本103册，文具32套，玩具32套，衣物189件，相关物资分两批，分别于3月和9月寄送到四川盐源和理塘两地，并于当月分发到困难学生手中。三是主办“星星相约音乐会·交银理财关爱自闭症儿童主题活动”。3月29日，第36期星星相约音乐会·交银理财关爱自闭症儿童主题活动在金砖大厦举行。本次活动由交银理财工会主办、上海彩虹雨儿童智能训练中心协办。星星相约音乐会是面向全国心智障碍群体的系列音乐会项目，演出曲目以西方古典音乐和经典中国乐曲为主，目前已经举办了36期。

2024年，交银理财致力健全教育培训体系，建强干部人才队伍。一是金融科技培训方面，围绕推动业务发展战略及实现基础设施、基础软件、应用体系、安全领域信创建设等目标，组织开展信息技术能力提升、信息安全宣贯教育、信息系统使用实操等3大类12期培训，合计培训逾420人次，从IT专业技术、信创建设、生态云建设等多个维度，全方位提升信息科技人才专业能力。二是投研人才培养方面，充

分利用集团丰富的投研资源，借鉴外部优秀研究成果，以“固收、权益”相结合为重点，每周高频次开展日常研讨交流，及时把握市场风向，全面提升投研人员的宏观、策略、行业及市场研究能力；开展授信纲要与行业/区域政策解读、投资监督宣讲、产品估值规则等专项培训，帮助投研人才熟悉区域债务风险和行业政策，寻找风险可控的投资机会，提升产品投资策略规划能力。三是合理运用培训资源，推动优秀人才上讲台。全年组织开展新员工入职培训1期，通过“内部教育+外部授课”“课堂学习+团队实践”的多样形式，帮助员工加深对职场团队、沟通协作等方面的理解与认知，多方位提升员工职业素养；针对优秀骨干员工开办数字化转型培训，提高数字化理念和认知水平，促进复合型能力提升，助力公司数字化转型升级。

2024年，交银理财持续以金融消费者需求为导向，深耕投资者教育与陪伴工作，先后前往上海市金山区亭林镇后岗村、豫园街道恒安坊社区、上海市金山区老年大学开展“担当新使命 消保县域行”、“理财知识进社区”等投资者教育活动，构建和谐健康的金融消费环境。

6. 中邮理财

（1）“理财业务立法体系研究”课题评审会议在中邮理财顺利举行

2024年12月24日，“理财业务立法体系研究”课题评审会议在中邮理财召开。会议邀请了国务院发展研究中心、

人民银行、证监会、理财托管中心、基金业协会的领导和专家担任评审委员。中邮理财坚持高标定位、守正创新，以合规引领公司发展，成立五年来始终坚守中国邮政市场化改革的试验田、锐意进取的排头兵、创新转型的先行者定位，扎实推进体制机制改革与创新，打造公司发展的核心竞争力。早在 2022 年，在监管相关部门指导下自发成立“理财业务立法体系研究”课题组，包括中邮理财、湖南大学、农银理财、华夏理财、通力律师事务所、西盟斯律师事务所、方达律师事务所等机构。

课题评审专家对“理财业务立法体系研究”课题做了专业、全面、深入的点评，结合监管思路、自身经验和行业趋势，对课题研究成果在全面性、前瞻性和可落地性等方面做了高度评价并发表了专业见解和建议，指出其对我国理财业发展情况与完善监管规制的意义、理财业发展面临的问题等进行了系统研究，所提出的完善监管规制总体思路与具体的建议，具有一定参考价值。该课题不仅是对课题组两年来研究工作成果的回顾，更是对未来理财行业发展蓝图的一次深入研讨与规划。

（2）“数智一体化”IT 规划 2.0 通过评审

2024 年 9 月，中邮理财“数智一体化”IT 规划 2.0 通过了由监管机构、银协、总行相关部门、行业专家组成的专家委员会的评审，明确七大维度“SUPER-ME”数字化转型方向。全年荣获第二十届全国邮政企业管理现代化创新成果三

等奖、邮储银行第五届数据建模大赛二等奖等 5 项表彰奖励。

（3）举办“走进理财子，财富伴你行”系列活动

2024 年，中邮理财创新打造“走进理财子，财富伴你行”系列活动，邀请代销渠道人员走进理财子，通过面对面的深度交流加深双方共识，密切沟通协同，共谋转型发展。活动开展以来渠道响应热烈，踊跃参与，中邮理财将以走进活动为出发点，不断深化渠道服务能力，与代销渠道携手迈向理财业务高质量发展新征程。

7. 光大理财

一是创新科技金融服务方式，以认股权业务为切入构建综合金融服务模式，在产品设计中充分融合科技金融理念，打通了科技金融、资产管理与财富管理间的良性循环，成为国内认股权业务的先行者，重点覆盖半导体、人工智能、智能制造、新能源汽车和生物医药等新质生产力领域，打通了个人客户和机构客户的双渠道服务体系，既拓宽了科创企业融资渠道，引财富“活水”润泽科创企业，更满足了广大投资者多元化的资产配置需求。

二是提升绿色金融支持能力，加强对传统能源企业绿色升级和清洁能源企业产线改扩建的投资支持，成功落地全市场首单长江经济带能源基础设施类 REITs，积极参与认购碳中和绿色科技创新乡村振兴债、绿色中期票据，参投全球首支获得气候债券认证的电动汽车电池绿色债券，引导和撬动更多社会资金支持绿色低碳发展和乡村振兴产业。

三是优化普惠金融服务体验，进一步践行普惠金融理念，新发行普惠金融主题产品“阳光金普惠日开(90天最低持有)A”，1分钱起购、1分钱递增，充分减费让利投资者，并将募集到的资金优先投资于国家战略部署的小微企业、供应链金融、专精特新以及乡村振兴等普惠金融领域的资产和项目。

四是丰富养老金融产品供给，坚定执行多资产、多策略的投资安排，在强调投资安全性的同时，兼顾良好的投资弹性，抓住确定性的获取绝对收益的机会，实现了较好的净值表现，多只养老理财产品业绩表现同业靠前。根据光大理财数据统计，对全国51只养老理财产品按照成立以来年化收益率排序，截至2024年末，排名前10的产品，6只来自光大理财。

五是加快资管机构数字化转型，光大理财关注数字金融，科技与金融业态相结合，加强数字化能力建设，持续完善“四横四纵”科技体系，提升工作效率，推动工作机制优化，前台业务部门与科技部门协同开发，比如基于python开发一级市场投资标的筛选和定价。2025年，DeepSeek大语言模型引爆新一轮创新浪潮，光大理财迅速评估已有智能化项目，综合考量数据安全要求及应用场景特征，选取质效提升效果俱佳、具有长远价值的典型业务场景，引入DeepSeek助力。

8. 招银理财

大力发展普惠理财：在做好五篇大文章的实践方面，一

是低利率环境下，借助大类资产之间的低相关性，通过多资产、多策略组合配置，为产品寻求多元化收益来源并降低波动，构建了以“价值+、红利+、量化+、黄金+、债券+、结构+、全球+、多元+”为代表的“全+福”八大含权策略体系，将传统股债外表现普惠大众。截至2024年末，“全+福”累计募集规模已超千亿。二是为满足更广泛的客户群体对闲钱打理的需求，推出“短债三宝”系列产品。其中，活钱宝：随时申赎，适合零钱随心花。开支宝：期限在1个月以内，适合小钱聪明投，短期配置小开支也能做投资。掌钱宝：期限在1个月及以上，适合余钱轻松理，是短周期投资理财“新路子”。自推出以来，短债三宝已经累计服务客户超过2000万。

推出“理财夜市”受热捧。传承招商银行“储蓄夜市”的服务创新精神，招银理财主动践行金融惠民理念，运用科技金融手段，创新推出“理财夜市”服务，满足客户对理财产品的夜间投资需求。理财夜市是指将理财产品的日切时间从传统的15:30



等时间延长至24:00，支持客户在工作日晚上进行申购和赎回，起息时间更早、到账时间更快，大大提升了客户资金使用效

率，同时为客户争取了更多收益，充分彰显理财普惠属性。

“理财夜市”解决了投资者白天忙于工作而无暇投资的烦恼，客户申赎体验得到巨大提升。服务自推出以来，深受市场欢迎，目前招银理财开放“理财夜市”服务的产品规模已超7000余亿元，累计持仓客户数近3000万户。

助力乡村振兴，传递青春正能量。招银理财连续四年开展云南教育帮扶活动，过往招银理财“走出去”，来到云南武定开展教育帮扶，2024年以“请进来”形式，邀请武定县师生代表来深参与招商局博物馆研学，青年团员们带领王校长一行参观介绍了招商局历史博物馆，拓展了乡村小学生的视野与阅历，再续乡村教育振兴的深情篇章。



9. 兴银理财

做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章，是金融服务实体经济高质量发展的重要着力点。兴银理财深入贯彻落实中央金融工作会议精神以及《金融监管总局关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的指导意见》，明确公司认真做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融的业务方向、策略安排和组织

推动的工作思路。

兴银理财将以金融服务实体为根本宗旨，以金融“五篇大文章”为纲领，坚持“稳中求进稳大盘，积极进取促发展”的经营导向，以加强长期能力建设为主线，加大对科技创新、绿色低碳、乡村振兴、养老产业、数字化转型等领域的投资力度，提升公司服务实体融资需求和居民财富管理需求的能力。

传递绿色环保理念，手植春光共添兴绿。兴银理财于2023年植树节正式启动植树育林项目，在福州长乐种植一片山樱花树，命名为“兴财林”。2024年，兴银理财继续组织员工前往“兴财林”，进一步拓展林地规模，开展“手植春光，共添兴绿”植树活动，在福州长乐的“兴财林”栽种树苗。

10. 信银理财

（1）信银理财开展义务植树志愿活动。2024年3月，信银理财开展“312”义务植树志愿活动，以播种新绿践行绿色发展理念，厚植金融为民服务情怀。



（2）信银理财参加全国首个 ESG 主题马拉松赛。2024 年 4 月，信银理财参加全国首个 ESG 主题“上海国际企业四分马拉松赛”，参赛队伍取得团体第八的好成绩，以企业社会责任为凝聚力，弘扬了 ESG 环保理念，助力绿色金融形成更大的社会效应。



（3）信银理财开展“捡行美好”志愿活动。2024 年 5 月，信银理财开展“寻找美 记录美 争做最美劳动者”徒步“捡行”青年志愿活动，40 余名青年志愿者们对上海市世纪

公园进行了垃圾清理工作，以实际行动开展环境清洁，身体力行践行绿色发展理念。



（4）信银理财参加“彭博一英里接力赛”公益活动。

“彭博一英里接力赛”是一项全球公益赛事，各城市顶级金融机构作为参赛队伍，通过接力跑的形式，以奔跑里程积累善款，每跑一英里所在城市合作的慈善机构将获捐 3 万美元。2024 年 10 月，信银理财参加上海站“彭博一英里接力赛”，斩获女子组第一名和男子组第三名，通过奔跑的速度，传递慈善的温度，切实践行国企社会责任。



（5）信银理财推出“童心同行”校园财商系列万里行活动。2024 年，信银理财创新推出以儿童财商、慈善金融为基础的“童心同行”校园财商系列万里行活动，以儿童视角开发卡通、精美的金融知识教育素材，培养少年儿童正确的财富观念。2024 年，“童心同行”校园财商活动共举办 20 场，累计赋能 1300 人次。



（6）信银理财面向银发群体开展金融知识教育。2024年，信银理财携手中信银行上海古北支行前往浦东由由信富养老院开展“金融知识课堂”专项活动，向银发群体进行养老防诈宣教。



（7）信银理财面向基层群众开展金融知识教育。2024年，信银理财携手中信银行上海分行前往奉贤区拓林镇海湾村开展“为群众送知识”消保县域行活动，向基层群众进行防范金融诈骗专题教育。



（8）“温暖童行”慈善品牌开展爱心包裹捐赠。2024年11月13日至14日，信银理财“温暖童行”慈善品牌携手爱心包裹项目发起方中国乡村发展基金会，先后向元阳县民族小学、屏边县半坡中信希望小学等学校发放10,000份美术书包，启动“暖象画室”美育课堂，激活农村孩子的彩色梦想。



(9) 信银理财开展“阳光互助 中信同行”爱心捐赠活动。2024 年 12 月，信银理财开展“阳光互助 中信同行”爱心捐赠活动，公司职工积极参与活动，捐赠保暖衣物 800 余件。爱心衣物分别通过公司与屏边县基层党组织结对共建渠道、西盟佤族自治县红十字会进行捐助，面向集团对口帮扶对象——云南省屏边县，以及公司对外捐赠对象——云南省西盟县的贫困乡村地区，践行企业社会责任，为乡村振兴贡献力量。



11. 平安理财

(1) 党建团建活动——“雄关再越 启新篇”主题党建活动。

2024 年 9 月，平安理财党委组织公司党员、干部共计 50 余人，前往遵义展开“红色之旅”。我们走进了娄山关战斗遗址、瞻仰遵义会议会址、围绕“遵义会议精神”组织专题党课，感受长征文化；召开党业融合座谈会，凝聚发展共识。



（2）党建志愿活动—“润心·幸福”之流动儿童关爱帮扶。

为贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，践行“金融为民”理念，同时积极引导公司广大党员“当先锋，做表率、讲奉献”，激发党员先进性。公司党委联合华润信托、深圳市幸福基金会于2024年8月17日共同开展“润心·幸福”之流动儿童关爱帮扶活动。本次活动总计有17名残障流动儿童及其亲属参加，

现场组织开展了课程讲授、手工制作等融合活动，志愿者与残障儿童家庭以“一对一”结对的形式，帮助每一个孩子参与到活动的全过程。并且在活动最后给孩子们送上了精心准备的心愿礼物。活动的开展促进了残障流动儿童与社会的交流及融合。



（3）宣传活动—“金融为民谱新篇 守护权益防风险”

金融消保宣传活动之走进深大“开学金融第一课”。

2024年9月，金融监管总局、人民银行、证监会联合开展“金融教育宣传月”活动。平安理财联合深圳市银行业消费者权益保护促进会、深圳广电集团等机构围绕“金融为民 谱新篇 守护权益防风险”主题，开展金融知识进校园活动，通过“新生金融知识校园 WALK”、“开学金融安全第一课”等创新特色活动，为近500名新入学的大学生们送上一份金融安全的“开学大礼包”，寓教于乐，融学于趣，引导他们树立正确的金融观念，提升金融素养，共同构建安全、和谐的金融生态环境。



（4）承办深圳市财富管理协会“做好五篇大文章：养老金融的机遇与挑战”主题论坛。

平安理财作为深圳市财富管理协会的发起兼副会长单位，于9月20日，在协会成立大会之日，携手建信理财共同承办了协会“养老金融”专业论坛。本场专业论坛聚焦

“做好五篇大文章：养老金融的机遇与挑战”主题，多位与会专家深入探讨银发经济下养老金融的发展机遇和巨大潜力。



12. 华夏理财

2024年，华夏理财深入学习贯彻中央金融工作会议精神，认真落实华夏银行工作会部署，加强组织领导，强化顶层设计，加大战略布局和资源倾斜。一是明确将“五篇大文章”列入公司重点工作专班推进，以做好“五篇大文章”为抓手，加快推动公司业务结构调整。二是成立华夏理财“五篇大文章”工作小组，加强组织领导，统筹协调工作开展。三是开展“五篇大文章”调研，2024年度共计开展相关机构调研6次，覆盖同业机构、科技企业、养老机构等各类相关机构，为“五篇大文章”相关业务开展开拓了思路，提供了借鉴经验。四是制定“五篇大文章”专项实施方案，进一步细化在理财子公司的落地形式、实施路径和工作措施等。五是成功发行“童心筑梦”公益理财产品，践行“理财+慈善”金融业务模式创新，产品年化收益超出业绩比较基准的部分（如有）将以投资者名义捐赠至中国儿童少年基金会用于慈善目

的。六是创设“和美乡村”惠农理财综合服务方案，重点覆盖城商行、农联社等渠道，进一步提升理财服务的普惠性。七是“天工”系列权益类理财产品持续扩容，作为理财行业权益指数投资的开拓者，深耕权益投资赛道，促进理财资金入市，为中国资本市场健康发展贡献力量。八是落地中老年专属理财产品，为中老年客群提供针对性的理财服务。

本年度华夏理财举办第六届 ESG 投资峰会，参加多项 ESG 重磅论坛，连续发布公司 ESG 投资年度报告和资管行业 ESG 投资白皮书，开立绿交所 CCER 账户，发布多份 ESG 业务研究报告，获得 ESG 产品金牛奖，有效巩固和提升了公司在 ESG 领域的创新引领力。

13. 广银理财

3 月 28 日，广银理财党委组织各党支部书记、党员代表走进宝山烈士陵园、上海解放纪念馆，开展“缅怀英烈承先志、踔厉奋发跟党走”主题教育现场研学活动。

4 月 9 日，广银理财党委联合交银理财审计部前往中国证券博物馆，开展“强化监督执纪，弘扬金融文化”党建共建活动。

5 月 21 日，广银理财党委组织各党支部纪检委员、纪律检查员以及联合监督成员部门相关党员开展旁听金融刑事案件庭审暨党纪学习教育活动。

5 月 28 日，广银理财党委组织各党支部书记、党员代表前往上海市爱国主义教育基地三山会馆，开展“忆史守初心，

笃行担使命”党史学习教育活动。

5月29日，广银理财党委组织各党支部纪检委员、纪律检查员参加上海市委讲师团线上举办的党纪学习教育基层理论宣讲骨干培训班。

6月28日，广银理财党委组织各党支部党员代表开展“传承红色基因，赓续红色血脉”党建微电影观影活动。

7月4日，广银理财党委组织党员代表、职能部门员工开展“旁听庭审知敬畏，以案为鉴驻防线”党纪学习教育活动。

7月5日，广银理财党委组织各党支部书记赴中共二大会址纪念馆，参观“党章中的纪律”主题展。

7月12日，广银理财开展案件防控与金融反腐风险警示教育专题讲座，全体员工参加。培训以“案件防控、金融反腐”为主题，结合资管机构常见刑事犯罪案件对案防管理的监管体系、监管要求、金融反腐与案防的“纪法衔接”等内容进行了深刻阐述。

8月12日，广银理财党委组织各党支部党员代表开展“举旗定向新使命，砥砺奋进新征程”党建活动，观看党的二十届三中全会纪录片《领航新征程》。

9月14日，广银理财党委组织各党支部党员代表开展“深化改革谱新篇，争创一流再起航”党建活动，集体学习党的二十届三中全会精神权威解读。

10月11日，广银理财党委组织各党支部党员代表前往

上海历史博物馆参观“光荣之城”上海市革命场馆联盟红色文物史料展，开展“学党史担使命，悟思想谱新篇”党建活动。

11月8日，广银理财开展2024年度声誉风险管理培训，围绕舆情风险的成因、舆情危机管理、风险应对策略等方面展开授课。

11月28日，广银理财党委组织党员代表前往中共三大后中央局机关历史纪念馆，开展“探源党史本源，回看峥嵘岁月”党建活动。

12月12日，广银理财党委组织党员代表走进中共中央政治局机关旧址，开展“探访革命中枢，重温红色往事”党建活动。

14. 浦银理财

2024年，在监管机构悉心指导和上级党委的坚强领导下，公司围绕“做好五篇大文章”、服务上海“五大中心”建设和浦发银行“五大赛道”经营，全面制定实施公司“三五专项工程”，该类别的资产在年内增速达到30%。在绿色金融领域，2024年6月公司成功发行首款ESG主题理财产品；至年末，理财资金投资“绿色金融”标识的资产余额超过250亿元。在普惠金融领域，通过建设投资者教育陪伴实体基地、消保县域行、线上宣教等模式，为投资者普及理财知识，提供一路同行的服务陪伴；至年末，理财资金投资“普惠金融”标识的资产余额超200亿元。在科技金融领域，公司通过双

创债、科创债、科创票据、股权业务等支持科创资金募集，引导和培育更多长期资本、耐心资本；至年末，理财资金投资“科技金融”标识的资产余额超过 400 亿元。2024 年 8 月，公司与中债金融估值中心共同编制发布“中债-浦银理财新质生产力发展债券指数”，底层资产主要选取“科创、供应链、绿色、战略新兴产业、数字”五大主题的债券，并以指数作为理财产品业绩比较基准发行多款理财产品，在追求产品稳定增值的同时，更大力度支持国家高质量发展战略。



公司联合中债金融估值中心发布指数



公司举行“担当新使命 消保县域行”活动



公司携手浦发银行共同打造投资者同行陪伴基地



迎接上级机构的调研检查

15. 民生理财

做好“五篇大文章”情况：

（1）通过总分协同营销机制，民生理财在2024年内对接服务30家分行的逾60家优质属地银行，新增新疆银行等28家城农商行代销合作机构，将理财服务带到广大城乡居民身边，助力实现共同富裕。

（2）民生理财与网商银行合作开发多款适合小微客群的投资理财产品，为小微商户提供流动性高、收益稳健的投资产品。公司与网商合作规模超200亿，服务客户超过140万户。

（3）民生理财配合民生银行总行开展覆盖全国的“园区万里行”大型活动，现场解答园区内中小微企业及其员工

对于理财投资过程中遇到的问题，提供专业财富管理建议和策略。

（4）民生理财联合母行及各代销渠道，通过多样化的形式与内容，向广大客户提供便捷可及的投资者教育服务，帮助投资者树立正确的理财观念，提高风险意识，培养长期投资的理念。

（5）民生理财联合头部互联网平台企业、消费金融公司，通过资产和产品创新，使得理财汇聚的资金，在金融机构内部整合调配，转化为信贷资源反哺普惠群体，精准投放到传统金融服务较难覆盖的个人消费者、小微企业客群。

（6）2024年10月，民生理财与民生银行银川分行通力协作，成功投资国家电投-铝电公司类REITs项目1.6亿元，助力企业绿电替代绿色碳中和乡村振兴资产支持专项计划（革命老区）12.37亿元成功设立。该项目为全国首单降碳减排绿电替代光伏类REITs项目。

（7）民生理财加大绿色金融相关债券的审批和投资力度，2024年先后审批多笔国家电力投资集团、华能国际电力股份有限公司等公司发行的资产支持专项计划（类REITs），审批业务规模合计接近160亿元。

重要领导视察情况：

（1）7月11日，金融监管总局资管机构监管司副司长郝永春一行来民生理财开展专题调研。郝永春副司长对理财公司的投研、资产、产品、风控、数字科技等核心能力建设

提出了指导意见，特别是对投资能力和风险管理能力建设提出了很多深刻见解。公司党委书记丛军阐述了本次调研对公司的深刻意义和指导作用，并就理财行业规模、资产业务、核心能力建设以及未来发展方向等与郝永春副司长进行了充分交流。

（2）8月23日，中国银行业协会自律督查组一行到民生理财召开现场督查启动会。自律督查组组长侯哲肯定了我司近年来各项自律工作，就现场督查工作提出了具体要求，要求公司提供必要督查保障、及时全面准确提供督查资料、认真做好访谈配合、积极执行整改措施。公司党委书记丛军就本次督查工作作表态发言：公司要高度重视，积极配合，在接受访谈时要真实客观地反馈相关情况，材料提供要及时完整，对提出的建议要虚心接受，对存在的问题要及时整改。

参加扶贫等公益活动情况：

（1）2024年民生理财为河南滑县或封丘县引入无偿帮扶资金20万元，作为第三方资金，引入到当地公益项目“非遗宋绣工程扫描仪项目”，为河南相思宋绣艺术品有限公司引入资金购置扫描仪，助力促进当地农户就业与增收、提升公司效益、加强产权保护、推广宋绣非遗文化。定点扶贫消费帮扶方面，公司购买农特产品金额37.31万元。

（2）2024年初，包括民生理财在内的多家国内金融机构与基煜基金、中国绿色碳汇基金会共同发起“生态碳中和林”联合倡议，这是国内机构投资者首次联合发起“生态碳

中和”公益项目。9月21日，公司相关领导赴延川县参加“生态碳中和林”公益项目暨“绿色金融·共植未来”首届植树活动。

组织参观、学习、培训活动：

（1）3月21日，民生理财联合总行交易银行部举办全行机构理财培训会。会议针对公司产品体系、重点对公理财产品、理财销售管理及数据支持、产品投资策略等内容进行系统培训，北京、宁波、苏州三家分行进行了经验分享。

（2）为推进党纪学习教育走深走实，持续加强党风廉政建设，增强党员干部纪律意识，6月18日，公司党委书记丛军带领班子成员、全体中管及党支部书记开展“光影映初心、奋进新征程”廉政教育活动。全体党员跟随讲解重温中国电影百年发展史中的红色经典，感悟党在各个历史时期加强党的纪律建设的重大考量和深远意义，学史话廉、以史鉴今，进一步增强了学纪、知纪、明纪、守纪的政治自觉。

（3）为热烈庆祝中国共产党成立103周年，6月26日，民生理财开展“庆七一”主题党建活动。公司党委书记丛军书记以《践行企业文化、筑牢党纪底线，谱写公司高质量发展新篇章》为题讲授了专题党课。他指出，学习企业文化要心至，要潜心领悟、内化于心，掌握理解新版企业文化的丰富内涵；落实企业文化要行至，要以行践学、知行合一，贯彻落实新版企业文化的实践要求；推广企业文化要身至，要身传其道、以身作则，丰富拓展新版企业文化的传播路径。

他强调，公司广大党员同志要真正把纪律规矩转化为政治自觉、思想自觉、行动自觉；要对标对表，见效于行，准确把握“六项纪律”的主旨要义和规定要求；要坚持干对的事情、找对的路径、用对的方法，确保党纪学习教育不断走向纵深、取得实效。

（4）为做好公司人才培养和人才梯队建设工作，以全体干部管理能力提升带动全体员工凝心聚力，民生理财于10月12、13日组织中管及后备人才开展了“打造领导力驱动型管理团队”专项培训；11月29至30日，组织青年员工开展了“4D打造高效能职场精英”专项培训。培训围绕“4D领导力模型”进行主题授课，帮助对照领导力模型找偏差、补短板。学员跨部门分组学习研讨，结合日常工作实践，现场展示分享培训成果，有效提升学习效果。

16. 杭银理财

杭银理财深刻把握自身在中国特色现代金融体系中的职能定位，做好金融强国建设者、共同富裕实现者和改革创新助力者。公司在筑牢理财业务高质量发展的基石，不断满足客户日益增长的财富管理需求的同时，勇担社会责任，践行金融行业“五篇大文章”。

（1）科技金融

公司秉承杭州银行优良的科创金融基因创新业务模式，行业内首发含有认股权资产的理财产品，为投资者和融资企业之间搭建起了新的桥梁，投资者得以共享科创企业在成长

和发展过程中的红利，科创企业获得源源不断的资金活水。截至 2024 年底，公司发行金钻创投产品 13 只、共募集资金规模 7.5 亿元，协同其他社会资本 378 亿元，共同为超过 1,400 家科技中小型企业提供股权直接融资，其中有 106 家企业已实现资本化路径。

（2）绿色金融

公司不断创新绿色金融产品服务，深化 ESG 理念，积极探索和创设绿色金融相关理财产品，行业内首发上线杭银理财幸福 99 卓越混合偏债 ESG 系列产品，产品主打碳中和概念，通过产品化设计挂钩低碳减排、碳中和相关指数，积极响应国家低碳减排战略方针。此外，公司积极参与绿色债券投资，五年累计参与绿色金融债券投标金额 112.4 亿元，完成投资 48.3 亿元。

（3）普惠金融

公司不断扩大理财业务半径，五年来累计签约行外代销机构超过 230 家，为全国超 600 万客户提供理财服务，大部分产品均为 1 元起购，累计为客户创造财富管理收益超过 800 亿元。2022 年 4 月，成功发行省内首只“共富主题”理财产品，定向参与省慈善总会“善居工程”，改善贫困山区居住环境，后续累计共发行共富主题产品 4 期，募集金额 33 亿元。

（4）养老金融

公司聚焦“养老金融”不断扩充产品线，丰富投资者产

品选择，为中老年投资者创设颐养天年理财产品，服务 50 岁以上投资者占比达 71%，累计为客户实现分红超过 5 亿元，满足人民日益增长的多层次养老保障诉求，在养老金融的文章答卷上持续努力，助力“老有所养”。

（5）数字金融

在数字分析方面，公司在行业内前瞻性布局“湖仓融合数据”数据应用平台，从产品、资产、客户、风险、运营、组合管理等视角提供专项分析，实现多功能支持和多场景应用；在数字营销方面，通过客户标签画像与智能化营销策略，精准对接客户的需求，持续协同代销机构推进与理财登记中心交换平台的对接上线，构建服务线上线下一体化的数字营销平台；在量化投资方面，初步构建了涵盖债券、权益和黄金等各类资产的 SAA 和 TAA 量化策略池，产品管理和策略建设相辅相成，取得较好效果；在数字风控方面，深耕“数智风控”，构建公司级统一风控管理中台，实现产品募集至投资全流程的风控管理和预警。

17. 徽银理财

（1）重要领导视察

2024 年，金融监管总局安徽监管局赵樾副局长赴公司调研，在听取公司经营情况汇报后，充分肯定了公司近年来取得的成绩，并叮嘱公司未来继续做好在党建引领、风险防控、合规经营方面的工作。徽银理财公司将以本次监管局领导视察为重要契机，持续完善公司治理，坚守风险

合规底线，以更有成效更高质量的发展，擦亮徽银理财这颗闪亮的安徽金融品牌。

（2）开展扶贫公益

情暖寒冬送关怀，真情慰问暖人心。2024 年，徽银理财公司党委深入贯彻“以人民为中心”的发展思想，组织所辖党支部在春节前开展了一场意义非凡的“送温暖 献爱心”活动，向 9 个困难家庭送上节日问候、爱心物资和资金帮助，把党的关怀和爱的温暖送到群众心坎上，切实践行社会责任。

18. 南银理财



2024 年公司开发“五篇大文章”专题课程并组织培训



2024 年 9 月，公司赴陕西商洛市开展“鑫益相融 暖心同行”慈善公益活动



2024 年 3 月，公司参加 2024 年江苏省暨南京市青年志愿者服务日活动



2024 年 6 月，公司组织无偿献血活动



2024 年 7 月，公司开展“虎凤蝶行动”环保志愿服务活动

19. 苏银理财

（1）做好“五篇大文章”相关工作

苏银理财深入贯彻落实中央金融工作会议关于做好金融“五篇大文章”的决策部署，充分发挥理财公司独特优势，

切实提升服务实体经济水平，为江苏走好高质量发展之路蓄力赋能。一是完善顶层设计。成立跨部门行动小组，统筹推进公司“五篇大文章”工作；建立协调推进机制，明确“五篇大文章”牵头部门和配合部门职责，促进形成整体工作合力。二是发力科技金融。持续加大对科技型企业的服务力度，2024年我司在一级市场累计投标科技创新主题债券97.2亿元、中标34.4亿元。年末科创债券余额61.28亿元，较去年末增加32.82亿元，增幅达到115%。三是发展绿色金融。2024年公司共新发绿色ESG理财产品9期，目前存续绿色ESG理财产品共14期，存续规模41.22亿元，较年初新增26.98亿元。四是践行普惠金融。截至2024年末，公司签约客户数近460万，其中99.23%为个人客户，60岁以上个人客户占比达20.19%，成立以来累计为投资者兑付收益超787亿元，签约农商行数量超百家，农商行代销规模超500亿元，农商行代销在外部代销规模中占比达37.16%，有效满足广大农村客户的理财投资理财需求。五是探索养老金融。成立养老理财研究课题组，深入研究老年客群及养老理财产品特征；与政府部门、金融机构、高校、主流媒体等多家机构共同发起设立“思源”养老金融党建共同体，探索和实践服务养老金融的新模式和新路径；积累“类养老理财”产品创设经验，与国际顶尖养老机构深度交流养老金融投资理念、投资策略和风控体系，多措并举积极开展养老理财发行筹备工作。六是拥抱数字金融。实施敏态开发，深入挖掘数据价值，2024

年新增数据报表及看板超百张；构建营销画像体系，实现渠道、客户、产品的整合分析；完善同业竞品数据跟踪体系，灵活调整产品策略；上线数据稽核项目，及时发现并整改数据差异。

（2）公益活动

2024年4月17日、5月24日，公司分两批前往南京市血液中心进行献血，共有40名员工报名献血，成功献血32人，共献血7200毫升。

2024年1月，组织开展“慈善一日捐”活动，捐款人数174人，捐款金额14250元。

2024年2月，赴香山社区开展困难群众走访慰问，为困难群众送去米、油等生活物资。

2024年9月，组织开展“慈善一日捐”活动，捐款人数186人，捐款金额14500元。

（3）参观学习培训活动

2024年3月18日，组织开展题为“加快构建新发展格局 着力推动高质量发展”的专题党课活动，公司全体党员干部参加。

2024年5月21日，组织公司部门负责人及部门保密员、新员工代表等赴江苏省保密教育实训平台开展保密培训。

2024年6月21日，公司党委书记、董事长柯振林及党委委员、总裁杨涛共同带队前往杭州恒生电子公司总部开展“走近先进、学习先进”活动，公司党群工作部、信息科技

部负责人及业务骨干参加。

2024年6月26日上午，公司领导班子、中层干部、部分党员代表共同赴省级机关党风廉政警示教育基地（江宁监狱）开展现场学习。

2024年6月26日下午，公司组织年轻干部、新提拔干部、关键岗位干部赴南京市鼓楼区人民法院旁听某国有企业人员失职案。

2024年10月21日，苏银理财公司组织开展题为“学习二十届三中全会精神 推动经济高质量发展”的学习贯彻党的二十届三中全会精神专题党课活动，公司全体党员干部参加。

2024年10月29日，组织开展“致敬英雄、感知国防、凝聚力量”主题活动，公司领导、党支部书记和党建工作者一行20余人共同来到颐和路社区将军馆和海洋国防教育馆参观学习。

20. 北银理财

（1）聚焦国家战略，践行金融“五篇大文章”

发力科技金融。投资“中移数字化转型基金”，联合发起设立“认股权基金”，打造私募股权投资特色；研发“央企应收账款资产支持证券指数”，创新金融工具和服务模式。构筑绿色金融。创设“绿色发展京品”系列，丰富ESG理财产品线；构建“绿色普惠债券篮子”指数策略，加强绿色领域投资。书写普惠金融。创设“惠民理财”产品，投教、消

保、营销齐推进；成为全市场唯一实现首批 4 单消费 REITs 投资全覆盖的理财公司；落地国债期货对冲策略，丰富风险对冲手段，创造稳健回报。耕耘养老金融。积极探索和筹备养老金融领域的产品创设与策略研发，布局以 3-5 年为主的银发客群专属理财，深耕非金融养老生态圈。创新数字金融。全力建设智能化、全流程系统，搭建企业级全量数据平台，借力 AI 赋能，为打造一流资产管理机构夯实重要基础。

（2）聚焦品牌建设，以宣传促进业务发展

积极共建，将好的经验“引进来”，深入参与服贸会、中关村论坛、金融街论坛、财富管理论坛等重要活动 40 余次，筹备通州区调研以及与城市副中心分行联学共建，以党建促业务，践行金融企业社会责任。强化宣传，推动好的故事“讲出去”，围绕政策导向，加大特色业务宣传力度，提炼发展大事记，建设企业文化墙、制作企业文化宣传手册，荣获各类奖项 20 余项，以提升品牌质效为抓手，深化服务国家战略成效。