

# 利率下行 银行理财密集上调募集上限“吸金”

本报记者 秦玉芳 广州报道

进入四季度,逾百只银行理财产品宣布调整资金募集上限,其中不少存单存款或现金管理类上调募集规模达数倍。

## 产品募集上限密集调整

上调募集规模上限的理财产品主要是固收类的开放式产品,这类产品收益相对稳定、流动性较好。

近期,越来越多银行理财产品宣布调整资金募集上限。

其中,多数产品大幅上调资金募集规模。光大理财计划对阳光安心计划(存单存款策略)14期理财产品的募集规模上限进行上调,由10亿元调整为32亿元。交银理财于2023年11月21日将稳享固收精选日开8号(150天持有期)理财产品规模上限由40亿元上调至70亿元。

不过,也有少数理财产品对资金募集规模进行了下调。交银理财近日公告明确,计划于2023年11月21日调整交银理财稳享灵动慧利日开3号(180天持有期)理财产品规模上限,由此前的21亿元下调至5亿元。

此外,也有不少产品对单一投资者持有份额上限进行了上调。平安理财此前宣布,自2023年10月13日起,对平安理财灵活成长添利固收类(60天持有)理财产品B类份额单笔认购/申购上限及单一投资者持有上限进行调整,由200万元上调至1000万元。

Wind数据库统计显示,仅10月以来,就有106只银行理财产品发布调整资金募集规模的公告;有数十只产品对单个投资者申购认购或持仓上限进行了调整。

融360数字科技研究院分析师刘银平认为,上调募集规模上限的理财产品主要是固收类的开放式产品,其中定期开放式产品居多,封闭期大多在1年及以内,这类产品由于收益

与此同时,部分银行理财产品的“吸金”能力也大幅上升,尤其存单存款类产品更受投资者青睐,部分产品发行当天募集规模近30亿元。

分析认为,近来随着存款利率持

续下降和经济形势出现好转,投资者对一些相对稳健的银行理财产品配置热度上升,理财公司也在适时调整产品策略,上调部分理财产品募集规模及调整配置策略,以满足投资者需求。



相对稳定、流动性较好,受到稳健型投资者的青睐。

普益标准研究员陈雪花指出,上调募集规模上限的产品均为固收类产品。“从产品运作模式来看,开放式产品占比81.74%;其中每日开放的产品占比为20.87%,最小持有期产品占比21.74%,定开型产品占比39.13%。从资产配置来看,大部分产品的投向均以货币类、现金及银行存款等高流动性低风险资产为主。”

从产品来看,存款存单及现金管理等银行理财产品资金募集规模上调节奏更为密集。交银理财、平安理财、信银理财、广银理财、徽银理财等多家理财公司相关系列理财产品对募集规模或单个投资者申购、持仓上限进行了上调。

在陈雪花看来,这些产品流动性较高,风险相对更低,受到投资者的欢迎,机构为了满足投资者的需求,进而上调部分产品规模上限。

投资者的青睐,使得这类产品的“吸金”能力快速提升。在此背景下,越来越多相关产品纷纷上调资金募集上限,银行理财规模也在逐步回升。

国信证券最新研报显示,截至2023年11月19日,理财子公司理财

产品存续总规模为22.68万亿元,环比上升0.27%。从不同类型理财子公司来看,国有银行理财子公司、股份制理财子公司、城商行理财子公司、农商行理财子公司、合资理财子公司存续产品规模分别环比变化+0.22%、+0.32%、+0.19%、+0.15%、+0.01%。

根据国信证券研报,从产品的结构来看,理财子公司存续理财产品中,现金管理型、固定收益类产品规模上升,权益类、混合类产品规模收缩。

刘银平认为,近期理财产品规模略有回升,一方面是因为理财市场整体运行平稳,投资者信心得到恢复,另一方面存款利率持续走低,部分存款资金可能流向低波动的理财产品之中。

不过,理财产品规模增速正在放缓。广发证券在最新研报中指出,银行理财存量规模延续10月以来整体回升趋势,11月第三周增长611亿元至27.62万亿元,但周环比增速放缓(11月前两周均在千亿元水平)。

招商证券银行团队在研报中分析指出,由于存款利率明显下调提升了理财的吸引力和理财对存款力度较弱等因素影响,预计11月理财规模平稳增长。根据招商证券研报估算,11月中旬理财规模约27.6万亿元。

## 新品发行增速趋缓

从投资者角度来看,拉长投资期限,是当前环境下降低风险、稳健投资的有效策略。

产品资金募集上限密集调整的同时,新发理财产品数量则逆势下调。

刘银平指出,近两年,开放式产品增多,存续规模不断增长,单只产品募集规模也在随之上升,不过新发理财产品数量呈下降趋势。

根据普益标准数据统计,今年8月新发产品数量达到2543只,达到今年下半年以来的最高点;7月和9月保持在2300只左右;而10月一定程度受国庆因素影响,银行及理财公司整体减少了产品发行,共2102只。

易观金融高级分析师苏筱芮指出,公开数据显示,在10月银行理财市场中,共新发2237只银行理财产品,发行量同比增加546只,环比减少234只。

不过,普益标准研究员李霞指出,从新发数量和募集规模来看,固定收益类产品仍占据主导地位;现金管理型产品虽新发数量有所减少,但所募集规模未出现下降趋势。

新发产品数量减少,总体规模回升的同时,银行理财产品收益表现也在回暖,理财产品净值环比提升,累计净值破净率下降。

国信证券在研报中指出,截至11月19日,理财子公司单位净值为1.038,环比上升0.05%;累计净值为1.042,环比变化0.08%。“从月度破净率来看,截至今年10月,理财子公司单位净值破净数量达到2135只,破净率为6.95%;累计净值破净率数量为1704只,破净率为5.76%。”

不同类型产品在业绩表现

上正在分化。苏筱芮表示,11月,银行理财产品有所回暖,在整体收益表现上因产品类型不同出现了部分分化。“具体而言,固收类理财产品表现较好,得益于债市企稳向好,出现了整体收益表现的回升,但权益类理财产品表现一般,仍有产品处于持续‘破净’状态。”

刘银平也指出,今年以来,固收类理财产品整体业绩表现良好,9月底以来债市震荡导致理财产品净值有所回撤,不过影响不及去年年末;从全年表现来看,今年固收类理财产品业绩表现要明显优于去年。“不过,股市持续低迷,今年混合类、权益类理财产品业绩普遍不理想。”

在此背景下,投资者风险偏好持续下行,资产配置趋于保守。刘银平强调,由于投资环境不佳,今年居民投资风格整体偏向于保守,倾向于投资稳定性较高的金融产品,尽管存款利率不断下跌,但居民配置存款热情一直较高,对理财产品也是更加青睐净值波动较小的固收类产品。

苏筱芮认为,从投资者角度来看,当前投资者投资仍趋于保守,这就要求银行关注选品的策略以及资产的分散,以低波动为主旨来吸引这部分投资者。

普益标准研究员杨国忠指出,虽然各理财公司和银行仍有一些高风险产品可供选择,但这类产品目前数量较少,尚未成为主流,目前银行理财市场仍以固收等稳健投资为主导;在资产配置策略上经常围绕稳定收益做文章,例如部分产品会强调投资于同业存单或

者国债,还有一些产品则强调对资产使用摊余成本法估值。

不过,新金融专家余丰慧指出,投资者对配置的需求主要体现在稳健的投资回报、多元化的资产配置和个性化的理财服务等方面,这就需要理财机构进一步强化理财产品的创新和完善,以满足投资者多元化的需求。

“今年以来已有很多理财公司提出银行理财应以绝对收益为导向,在以净值核算的前提下,向投资者提供稳定可靠的收益,与其他资管产品进行差异化竞争。”杨国忠说。

整体来看,固收等稳健型理财产品依然是低风险偏好背景下投资者资产配置的主流趋势。不过,从投资者角度来看,拉长投资期限,是当前环境下降低风险、稳健投资的有效策略。

招商证券银行团队在最新研报中分析指出,由于开放式理财(不含现金类)采用市值法估值,理财净值波动加大,民众理财投资的难度上升。“我们认为,民众应选择投研实力较强的理财公司所发行的理财产品,并尽量拉长投资期限,以降低净值波动对投资收益的影响。”

此外,招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼指出,理财机构需要加强基础能力建设,提升投研能力和培养投研人才,提升对宏观形势和金融市场研判水平,使投研能力更好地与市场变化和投资者需求相匹配;同时应进一步做好投资者分层服务,在加强风险评测的基础上,向不同投资者提供不同风险等级、期限的理财产品。

# 示范打造强品牌 清廉达行意正浓

## 达州银行多措并举推进清廉金融文化建设

2023年以来,达州银行为进一步加强清廉金融文化建设,通过印发《2023年清廉金融文化建设实施方案》,明确“清廉政治、清廉经营、清廉品牌”三大建设目标,压紧压实各级责任,统筹推进清廉金融文化建设示范点打造,让清廉金融文化融入领导干部工作、融入银行业务经营发展、融入员工生活日常,有力涵养金融领域新风正气,扎实有序推进了清廉金融文化建设走深走实。

### 清单明责,一行一单种好“清廉金融”责任田

达州银行建立健全清廉金融文化建设领导机制,统揽担责、清单明责、履职尽责,确保清廉金融文化建设组织到位、推进到位、落实到位。坚持抓领导、领导抓,成立清廉金融文化建设领导小组,

一把手和班子成员带头示范,按照一级抓一级、层层抓落实的工作原则,建立完善权力清单一览表,推动清廉金融文化建设责任一贯到底。坚持工作清单化、清单具体化,印发《2023年清廉金融

文化建设实施方案》,制定《清廉金融文化建设工作清单》,对清廉金融文化建设工作进行量化细化,各支行一行一单动态更新,有力确保了清廉金融文化建设各项任务落地见效。

### 创点强链,一行一点打造“清廉金融”文化链

清廉金融文化建设以来,达州银行坚持创先示范,采取创点强链、以点带面的方式,全方位、深层次推进清廉金融文化建设在达州银行落地生根。2022年6月,率先启动行内清廉金融文化示范网点打造,以培育廉洁从业理念为核心,以建设企业清廉金融文化基层品牌为抓手,以丰富廉洁

文化要素为载体,确定总行营业部先行先试开展标准化创建、项目化推进、品牌化塑造。2023年3月,总行营业部被授予“清廉金融文化示范网点”。同年5月,组织召开全行清廉金融文化建设工作推进会,全面实施“清廉达行”建设工程,辖内支行(含异地支行)坚持一行一点,着力打造基层清

廉金融文化品牌,构建完善“清廉达行”文化链,切实增强新时代廉洁文化建设源动力和带动力。截至目前,达州银行通川区支行、达州银行达川区支行等11个支行已顺利完成清廉文化阵地建设,并创建“朗朗巴山、清渠如许”“清廉达行·廉润通川”“红色巴中·清廉达行”等“清廉达行”子品牌。



清廉金融文化建设推进会

### 深耕厚植,一行多举铸就“清廉金融”根基石

知常明变者赢,守正创新者进。达州银行锚定“清廉政治、清廉经营、清廉品牌”三大建设目标,通过一系列创新举措,让清廉金融文化建设有声、有色、有形、有味,打造出了全行共建、全员共享的“清廉达行”品牌,不断深化了清廉金融文化建设的渗透力和影响力,筑牢了廉洁从业、合规经营建设基石。一是搭建学廉阵地。充分利用现有官方宣传媒介,通过微信公众号、钉钉、办公内网学习专栏、《清廉金融》教材等,积极搭建“线上+线下”全方位、立体化的学廉阵地。建立“廉政建设”工作群,不定期交流工作

动态、政策传导、案例剖析等,持续不断增强全员清廉意识。二是践行清廉理念。坚持清廉金融文化建设与银行业务经营发展同向发力,组织开展“五个一”活动,通过“一场宣誓、一封倡议、一份告知、一份承诺、一份文明”等行动,切实把准摸透清廉金融文化建设与银行发展的内在关系,有效杜绝清廉金融文化建设是“软任务”、是“身外事”的错误思想。三是丰富倡廉活动。组织干部员工观看《“企”途》《迷失的代价》等警示教育片6部,参加现场庭审旁听3次,实地参观万源保卫战战史陈列馆等红色教育基地5处、

法纪教育基地2处,同步组织观看“阳光问廉”节目3期700余人次,观看红色电影2部840余人次,撰写观后感、心得体会共计200余篇。开展“好风传家”主题讲座、清廉金融文化知识考试、清廉合规高管大讲堂,以及清廉金融文化主题演讲、征文和“清廉达行‘你我共建’”微视频比赛、书写廉洁家书、绘制廉洁作品、录制清廉视频、多层次开展清廉金融文化进社区、进校园、进企业等宣贯活动,不断提升干部员工倡廉宣廉参与度,进一步增强了银行清廉金融文化感染力、影响力。 广告



达州银行网点员工清廉承诺宣誓