

近3个月调研超400家 理财资金加仓科创上市公司

本报记者 秦玉芳 广州报道

理财产品调研上市公司的力度持续增强，尤其针对科创型企业调研频次激增。

据Wind数据统计，仅2月份以来，就有25家理财公司调研上市公司总计近千次，调研个股个数达866家，其中科创类企业呈现明显增加的趋势。

与此同时，2025年一季度以来，理财产品权益资产布局持续加码，存续理财规模中权益类产品规模

增长的同时，持有权益类资产规模也在稳步增长。

理财业务人士分析指出，近来受“提高直接融资比重”“引导长期资金支持科技创新”等政策驱动和市场对科创企业成长性预期的影响，理财资金对权益资产布局意愿持续提升。从产品策略来看，“固收+”类、混合类与权益类理财产品创下2024年下半年以来新高，尤其“固收+科创权益”混合类产品正在成为理财机构布局的重点方向。

理财产品密集调研

理财产品密集调研科技型上市企业，核心驱动力来自政策引导与市场环境的双重作用。

中科海讯(300810.SZ)披露的接待调研公告显示，公司于5月14日接待长江证券、鹏华基金、前海开源、信达澳亚、宁银理财等7家机构调研。弘景光电(301479.SZ)5月12日发布的投资者关系活动记录表也显示，包括兴银理财在内的31家机构对其进行了现场调研。

据Wind数据统计，2025年2月至5月15日，25家理财公司对上市公司调研总次数达992次，调研个股个数达866家，其中创业板、科创板企业调研个数合计超430个。上述25家理财公司中，宁银理财、兴银理财、招银理财调研次数均超120次，兴银理财、招银理财调研创业板、科创板上市企业个数占调研个股总数比均超过50%。

济安金信基金评价中心研究员王昊宇认为，理财产品密集调研科技型上市企业，核心驱动力来自政策引导与市场环境的双重作用。王昊宇指出，监管层明确提出“提高直接融资比重”“引导长期资金支持科技创新”，例如《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》允许银行理财产品以战略投资者身份参与定增，并给予与公募基金同等政策待遇，这一政策红利为理财资金进入权益市场提供了制度保障。

广州眺远营销咨询公司总监高

承飞也强调，监管层推动“提高直接融资比重”“引导长期资金支持科技创新”的政策导向，为理财产品指明了方向，提供了政策支持与保障，促使理财产品将目光聚焦于科创企业，积极调研以挖掘投资机会，助力企业融资发展，实现资金与实体经济的良性循环。

邮储银行(601658.SH)研究员娄飞鹏表示，理财产品是服务实体经济的一支有生力量，政策也积极鼓励支持理财产品资金入市，丰富资本市场耐心资本来源，理财产品积极调研上市企业，有助于推动资金入市，更好地服务实体经济。

与此同时，近来科创类上市企业业绩表现突出，也成为推动理财产品积极参与调研及投资的关键。

易观千帆银行业务咨询专家王玺指出，近一年来科创板和创业板的活跃表现吸引了资金流入，且近期科技型企业在人工智能、生物医药等领域突破也进一步增强了市场对其成长性的预期，理财产品通过调研可助力其筛选具备高回报潜力的标的。

从指数表现来看，根据Wind数据，2025年一季度科创50涨幅3.42%，成交额2.36万亿元，指数区间涨幅大幅跑赢其他指数。高承飞表示，科技型上市企业作为经济转型与创新发展的前沿力量，具有高成长性



数据来源：理财产品2024年下半年报告

与巨大发展潜力，这也进一步刺激了理财资金的投资布局的积极性。

国际注册理财师学会讲师王诗文也强调，随着科技创新不断涌现，大幅提升了相关企业在全球的市场竞争能力，投资者重新评估中国科技相关企业的估值和投资潜力。同时，多地政府将人工智能、生物医药、高端装备等列为重点发展领域，相关企业发展前景良好。在监管部门加强理财、保险等长期资金入市管理，多种因素叠加下，理财产品对科创类上市企业调研的热情正在不断上升。

尤其在当前低利率环境下，理财产品通过优质权益资产配置提升理财产品收益的意愿更加凸显。王昊宇表示，低利率环境下固收类资产收益持续承压，理财产品亟须通过权益投资增厚收益，而科技型企业作为“新质生产力”代表，具备高成长性和政策支持优势，成为重点布局方向。2025年理财产品调研次数较2024年显著向科技、医药等领域倾斜，宁银理财等机构明确将科技板块作为核心配置方向，反映出政策导向与市场化需求的共振。

“固收+科创权益”布局积极

从产品角度来看，当前银行理财资金对科创权益类资产的配置倾向呈现“总量提升、结构优化”特征。

在加大科创型企业调研的同时，理财产品对权益类资产的配置力度也在明显加强。银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场季度报告(2025年第一季度)》(以下简称《一季度报告》)显示，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、未上市股权等资产，支持实体经济资金规模约20万亿元。

从存续理财规模的权益资产规模来看，一季度权益类产品存续规模也在明显增加。根据《一季度报告》，截至2025年一季度末，全市场银行及理财产品合计持有的权益类产品存续规模0.08万亿元，虽然占总存续理财规模比重仍然较小，但在总体规模较年初下降8100亿元的情况下，权益类产品存款规模仍较年初增加0.02万亿元。

从理财产品近期陆续披露的理财业务报告看，截至2024年年末，20家已披露了期末存续理

财产品投资资产情况的理财产品，穿透后持有权益类资产规模约5000亿元。

多位理财产品业务人士透露，目前各家机构都在积极寻找机会进行权益资产配置，重点投向新质生产力领域和内需板块，尤其在“穿透底层”视角下，科创类企业(如科创板、创业板、北交所上市企业，以及未上市的“专精特新”企业)是我们重要布局的方向。

从产品角度来看，当前银行理财资金对科创权益类资产的配置倾向呈现“总量提升、结构优化”特征。

济安金信基金评价中心研究员王昊宇指出，2025年1月新发理财产品中，“固收+”类、混合类与权益类产品占比超76%，创2024年下半年以来新高，部分头部机构如中银理财对科技企业累计投资规模已超2000亿元。

易观千帆银行业务咨询专家

王玺指出，目前理财机构对“固收+科创权益”类的混合类产品布局较为积极，权益类产品发行整体提速。

王昊宇强调，“固收+科创权益”混合类产品已成为重点布局方向。在产品设计上，多数混合类产品采用“固收底仓+科创权益增强”结构，以权益资产为基础，辅以债券资产，并引入衍生品对冲风险。业绩表现方面，含权产品收益率随权益市场回暖有所改善，但整体仍以稳健为主，部分产品通过量化模型和动态仓位管理实现低回撤。

奥优国际董事长张琪进一步表示，目前，理财机构正在积极布局“固收+科创权益”类的混合类产品，这种产品在产品设计上注重风险和收益的平衡，在业绩表现上追求稳定性和增长性，同时也在配置策略上根据市场环境和投资目标进行灵活调整。整体来看，相关产品在市场上得到了不错的反响，也有一定的发展空间。

市场分析人士认为，尽管理财在权益配置策略上已经出现了渐进式转型，尤其对科创型企业为标的的权益类资产配置倾向明显增强，但在相关权益类资产的配置方面仍面临多重挑战。

王昊宇指出，一方面，投资者风险偏好较低，对权益类产品接受度有限，部分理财产品客户仍存在“保本”预期；另一方面，科创企业估值波动大、投研难度高，理财产品投资能力尚处培育阶段，专业人才储备不足。为此，理财产品在策略上采取“防御+收益捕捉”模式，通过引入衍生品对冲风险，动态调整行业权重，并探索多资产多策略组合以降低波动。

在王玺看来，科创板是具有较高流动性的权益品种，上市公司的投资回报周期更长，收益不确定性更大，这对理财产品管理人进行资产配置时的风险管理和分散投资提出了更高要求。“对于理财机构来说，需要从多个方面努力：一是要增加权益类资产配置比例，二是多元化投资，三是梯级开放科创理财产品。”王玺指出。

互联网贷款市场洗牌：平台或“提价”挤压银行利润

合作机构“名单制”

本报记者 杨井鑫 北京报道

万亿互联网贷款市场正在经历一次前所未有的大洗牌。

按照国家金融监督管理总局4月1日发布的《关于加强商业银行互联网贷款业务管理提升金融服务质效的通知》(以下简称“新规”)相关规定，商业银行在今年10月1日前要对互联网助贷业务中的平台运营机构和增信机构实行名单制管理。其中，监管明确规定了“商业银行通过官方网站、移动互联网应用程序等渠道披露名单，及时对名单进行更新调整，不得与名单外的机构开展互联网助贷业务合作”。

自新规发布短短一个多月来，广州银行、承德银行、亿联银行等多家商业银行陆续公布助贷合作机构名单。

据《中国经营报》记者了解，新规出台“剑指”当前银行互联网贷款中权责收益不匹配、定价机制不合理、业务发展不审慎、金融消费者权益保护不完善等问题，尤其是增信服务收费不规范和高息陷阱等行业乱象。金融机构网络贷款落实名单制有利于提高准入门槛，以加强对金融消费者权益保护。然而，业务的进一步规范也会让银行合作“扎堆”在头部互联网平台，高风险平台将遭到大批清退。

4月30日，广州银行发布了互联网贷款业务合作机构名单，披露的18家贷款合作机构中涉及10家合作互联网合作平台和8家增信机构。其中，合作平台机构包括前海微众银行股份有限公司、重庆蚂蚁消费金融有限公司、支付宝(中国)网络技术有限公司、浙江网商银行股份有限公司等。

从名单中不难看出，广州银行网络贷款合作机构已全部集中在清退高风险平台。

“我们会定期清理一些平台，在监管规定的时间内披露相关合作机构信息。”一家头部城商行人士回复记者采访时称。

该人士表示，银行在拓展互联网贷款业务时，并不会局限在大平台或者小平台，而是要综合看业务的收益、风险和稳定性。“有的互联网平台坏账高，但是利润也高，这就要看银行的选择了。”

据了解，此前有城商行在风控上有较强优势，会选择细分领域的头部平台合作，以提升业务的利润率。但同时，也有部分银行通过提升贷款利息的方式覆盖坏账，短时间取得不错的收益。

“扎堆”大平台

作为头部互联网大平台，微众银行、蚂蚁集团、京东金融、度小满和抖音金融是当前互联网消费信贷的支柱，也是各家银行信贷投放的重要合作平台。

公开信息显示，从合作机构数量上看，抖音金融合作的银行和消费金融公司数量超过60家，蚂蚁和京东合作机构数量则都在40多家。平安银行(000001.SZ)、江苏银行(600919.SH)、宁波银行

头部大平台，合作对象包括腾讯旗下的微众银行，阿里旗下的网商银行、支付宝、消金公司及科技公司，360借条、分期乐和马上消费金融。

4月29日，承德银行亦公布该行数字信贷业务合作机构名单，其简单地划分为“蚂蚁集团旗下部分公司”和“京东集团旗下部分公司”两大类。

4月10日和4月11日，亿联银行在官网将网络贷款合作平台分

为“导流获客”和“融资担保”两类予以公示。其中，导流获客平台有59家，包括美团、度小满、分期乐等。

针对银行互联网贷款的准入门槛，亿联银行相关负责人表示，该行根据互联网贷款业务合作机构特点、业务模式及业务风险实质不同，会对互联网贷款业务合作机构开展准入前评级，可实现评级结果有效指导平台准入评审工作，评

险格外重视。

例如，北京银行(601169.SH)方面表示，2024年该行加大了房地产、融资平台、中小金融机构、产能过剩、互联网贷款等重点领域管控力度，有效控制互联网贷款资产质量，新发生不良金额呈下降趋势。

杭州银行(600926.SH)则在2024年年报中解释称，个人消费贷款受互联网贷款风险增加影响，报告期内该行个人消费贷款不良贷款率有所上升。对此，杭州银行采取审慎控制业务规模和增速、调整优化客群和产品结构、加大线下人工风控介入等措施，控制不良贷款过快生成。

天津银行(01578.HK)方面表

示，截至2024年末，该行个人消费贷为421.7亿元，较上年年末减少62.8亿元，降幅为13%，主要是由于银行持续优化互联网贷款规模。

此外，莱商银行、石嘴山银行等城商行的互联网贷款在2023年就已经出现了“断崖式”下跌。这些银行互联网贷款规模高峰期均逼近近百亿元，而今已回落到存量十几亿元甚至几亿元的规模。

对于银行年报减少披露互联网贷款的情况，一位业内人士向记者表示，互联网贷款的客户质量有恶化趋势，而银行压缩该业务规模的同时，不良率也在上升。“个人经营贷的资产质量恶化更严重，消费

类贷款情况稍好一些。”

该人士对记者表示，由于风险的暴露，银行在合作机构的选择上会更谨慎，这也让头部平台的优势凸显出来。互联网贷款业务向头部集中是行业趋势，这已是当下行业共识。

记者还发现，部分城商行已在互联网贷款业务上尝试转型。青岛银行(002948.SZ)2024年年报披露，该行在个人消费贷款方面积极开展互联网贷款战略转型，依托金融科技和大数据风控手段进行产品创新，推出特色自营互联网消费贷款产品“青易融”。同时，个人互联网贷款省内投放占比进一步提升。

5%~6%的，那么银行通过联合贷款在中间的利润就很有限。”

他认为，对于一些小银行而言，未来还是需要做一些差异化的定位。在选择客户上，可能会选择一些“腰部”客户，提升利润空间保证业务的可持续性。“当前，监管规范该业务打击高息贷款，针对的是年化利率超过24%的部分。但是，从业务合作看，年化10%~24%的定价仍是合规的，也会有市场需求。”