

13家理财公司中报出炉：光大理财存续规模居首

中经记者 张漫游 北京报道

2025年上半年，银行理财市场在震荡与回暖中走出了分化的路径。

《中国银行业理财产品半年报告(2025年上半年)》(以下简称《报告》)数据显示，2025年6月，银行理财市场存续规模近31万亿元，较年初增加2.38%，同比增加近8%。

截至8月21日，13家理财公司披露2025年上半年业务报告：

8家理财产品存续规模正增长，其中光大理财以1.79万亿元的存续规模暂居首位，较去年年底增长13.51%。另5家理财产品存续规模缩水。

业绩分化背后，既折射出市场利率波动、债市震荡的外部影响，也凸显了机构在产品结构、投研能力、渠道布局等方面差距，行业“头部集中、外资崛起、区域分化”的格局正加速形成。

规模分化加剧

上半年理财行业在债市波动中加速分化，行业竞争格局呈现“头部集中、外资崛起、区域分化”的特征。

2025年上半年理财产品规模持续增长。《报告》显示，截至6月末，理财产品存续规模27.48万亿元，较年初增长4.45%。

具体到理财公司的情况，在已经公布2025年上半年报的13家理财公司中，法巴农银理财6月底存续规模487亿元，较去年年底增长64.82%；光大理财以1.79万亿元的存续规模暂居第一，较去年年底增长13.51%；此外，恒丰理财、华夏理财、苏银理财、杭银理财、上银理财、浦银理财存续规模亦较去年年底上涨。与之形成鲜明对比的是，5家理财公司的存续规模出现缩水。

除浙银理财因2025年初开业尚处于起步阶段外，普益标准研究院崔盛悦向《中国经营报》记者分析到，另外4家理财公司理财产品存续规模下降有一定共性。“2025年市场利率下行对现金管理类产品形成持续压制，4家理财公司的现金管理类产品大多有一定程度萎缩或涨势稍显乏力，这是规模下滑的基础因素。2025年，虽然一季度在债市震荡的环境下银行理财市场规模有所萎缩，但二季度在存款利率持续走低催生‘比价效应’的影响下，大部分理财公司固定收益类产品有所恢复。上述4家理财公司中有3家的固定收益类产品规模仍未回升至2024年末水平，进一步加剧了规模压力。”

今年以来，现金管理类产品呈现规模与收益双降态势。普益标准统计数据显示，截至今年7月末，现金管理类产品存续规模为6.78万亿元，较去年年底的7.31万亿元减少超0.53万亿元；在收益方面，截至7月31日，全国现金管理类产品的平均近7日年化收益率为1.35%，较6月30日环比下降10BP。

与此同时，固定收益类产品依然是理财市场的绝对主力。《报告》显示，截至2025年6月末，固定收益类产品存续规模为29.81万亿元，占全部理财产品存续规模的比例达97.20%，较年初减少0.13个百分点，较去年同期增加0.32个百分点。在已经披露了2025年上半年业绩报的13家理财公司中，固定收益类产品占比均超90%，其中浙银理财、法巴农银理财达到100%，平安理财、华夏理财等多家机构占比99.5%。

这种产品结构特征与市场环境密切相关。惠誉评级亚太区金融评级董事薛慧如指出，截至2025年上半年末，理财产品资产配置以固定收益类为主，债券类资产占比56%。

东方金诚金融业务部高级副总裁潘姝月向记者分析称，受理财产品净值化后的投资者价格敏感度提升影响，债市波动通过“净值下跌—赎回—被动减持”的负反馈链直接冲击理财规模，同时机构间产品结构和负债端稳定性的差异放大了这一影响。

潘姝月认为，2025年上半年理财行业在债市波动中加速分化，头部机构凭借多元资产配置、负债渠道优势和对冲工具应用缓冲冲击，尾部机构则因产品单一、负债不稳陷入恶性循环，行业竞争格局呈现“头部集中、外资崛起、区域分化”的特征。核心竞争力的差距主要体现在三个方面：一是产品体系丰富度，大型理财公司产品覆盖全品类，满足不同风险偏好需求；中小型理财公司产品相对单一，多集中在固定收益类；二是投研能力与资产配置，头部机构有独立信用评级团队，尾部机构依赖外部估值，风险定价滞后；三是渠道建设与客户覆盖，头部机构有母行渠道优势，而尾部机构依赖同业代销。