

财金纵横

理财市场多元布局稳健增长

随着居民财富管理需求不断升级和实体经济融资需求多元化,银行业理财市场在2024年迎来重要发展。《中国银行理财市场年度报告(2024年)》(以下简称“年报”)显示,截至2024年末,银行理财市场存续规模为29.95万亿元,较年初增长11.75%,存续产品数量4.03万只,较年初增长1.23%。在净值化转型、产品创新和资金投向实体经济等领域,银行业构建起多层次、广覆盖的理财服务体系。

适应新环境转变旧观念

2024年成为资管新规过渡期结束后的首个完整年度,净值型产品存续规模攀升至29.50万亿元,占比提升至98.5%,非净值型产品仅存4500亿元。理财公司市场份额持续扩大至87.85%,形成“专业机构主导、母行协同”的新格局。

净值化转型的核心在于打破刚性兑付,实现理财产品的真实价值反映。数据显示,截至2024年末,理财公司存续产品规模占全市场的87.85%,市场份额持续提升。与此同时,市场格局也发生了显著变化。大型银行、股份制银行、城商行和农商行的市场份额逐年萎缩,而理财公司则成为市场的主导力量。监管部门对未成立理财公司的城商行和农商行提出了压降理财规模的要求,进一步规范了市场秩序。

净值化转型的完成,标志着理财产品彻底告别“保本保收益”时代。然而,长期以来,许多投资者对净值型产品的波动性和风险认知不足。过去一年,在存款利率下行和资本市场波动的双重影响下,投资者风险偏好更趋保守。年报显示,中低风险(二级及以下)理财产品存续规模占比95.69%,较2024年年初增长2.89个百分点;高风险产品占比不足0.3%。

在净值化机制下,理财产品的收益率随底层资产实际价值的变化而波动。这要求投资者必须逐步转变过度依赖稳定预期收益的传统观念,更深入地理解产品预期收益率与最终实际收益率的本质差异及风险。因此,投资者教育变得尤为重要。2024年,行业加速投资者教育体系建设,全年开展投教活动超12万场次,覆盖投资者1.8亿人次。银行及理财公司通过广泛的投资者教育工作,提升投资者的金融素养和风险意识,帮助他们树立正确的理财观念,理性看待净值波动,从而适应新的市场环境。

2023年以来,中国人民银行连续下调政策利率,理财产品投资者偏好通过拉长定期存款期限、购买较高收益理财等多种方式提升投资回报。“理财客户具有投资收益和净值稳定双重需求特征。”招银理财总裁钟文岳在中国财富管理50人论坛2024年会上表示,理财公司应积极把握行业机会,通过多资产多策略提升产品收益:一是积极布局“固收+”产品;二是持续丰富国内权益类投资品类,更多关注符合绝对收益目标、资产价格波动相对稳定或分红率较高的资产;三是把握海外市场投资机遇期,提高对部分收益表现较好品

截至2024年末

银行理财市场存续规模为

29.95万亿元

较年初增长11.75%

存续产品数量

4.03万只

较年初增长1.23%

2024年

净值型产品存续规模

攀升至29.5万亿元

占比提升至98.5%

非净值型产品

仅存4500亿元

银行业加速投资者教育体系建设

全年开展投教活动

超12万场次

覆盖投资者

1.8亿人次

种的投资力度;四是加大产品策略创新,打造适合客户群体的稳健低波投资策略;五是推动产品功能创新,实现居民资产安全性、流动性、功能性再平衡。

权益类资产受关注

在2024年的中国银行理财市场中,固收类理财产品继续保持了主导地位。年报显示,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%。混合类产品存续规模为0.73万亿元,占比为2.44%。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。

与此同时,理财非标资产规模持续下降。华夏理财董事长苑志宏表示:“在高收益资产减少的情况下,理财公司需要寻找其他替代资产,而权益类资产就是一个较好的选择。”

从2024年9月24日开始,央行首次将资产价格的表现纳入货币政策目标中,意图通过维持低利率来促进经济增长,同时力促资产价格保持回升。“在资产价格回升周期中,我国权益市场表现更好,理财公司须加大权益资产配置,提高资产端同权益市场的关联度,从而提高投资收益率,力争为投资者创造更好的回报。”苑志宏说。

在权益类产品体系建设方面,华夏理财推出高透明、费率低、客户更容易接受的指数型权益产品。“指数型权益理财产品是促进理财资金入市最好的切入点。”苑志宏表示,相较于主动权益、混合型、“固收+”等产品,指数型权益理财产品高度透明使投资者更易于接受其净值表

现跟随标的指数波动且是相对收益型产品的特性。基于股票指数、黄金指数和固收指数构建的投资组合,能在相当长时间范围内获得良好的绝对收益体验。

近年来,公募基金基金发行数量和总体规模持续创新高。截至2024年末,我国被动指数型基金权益基金共有1800只,管理规模达到4万亿元。其中,境内交易所挂牌上市的权益ETF(交易型开放式指数基金)共有850只,资产管理规模达3万亿元,创下历史新高。尽管起步较晚,但被动指数型基金在中国已展现出强劲的增长势头,其工具属性和配置价值得到市场广泛认可。

“下一阶段需要重塑理财的投资范式,实现理财新一轮转型。”兴银理财总裁汪圣明表示,2018年打破刚兑走向净值化,下一次转型将是2023年开始的净值化转型的深化,最主要的是要实现投资范式的转变重塑,要从重视资产到重视策略,从单一资产、单策略到多元资产、多策略。

谈及转型的关键,汪圣明认为是对权益资产的投资或者权益策略的运用。“理财不能局限于固收,我们要走向权益市场。下一阶段我们要充分运用ETF场内交易的指数工具,改进和提高理财大类资产配置中权益配置的效率,提升大类资产配置实效。”汪圣明表示,总体上对2025年的市场比较乐观,对理财转型也比较乐观。

特色产品矩阵成型

产品结构的深度细分,是2024年银行业理财市场最显著的变化之一。传统“一刀切”的理财产品逐渐退出市场,取而代之的是针对不同客群、不同场景、不同风险偏好的特色产品矩阵。年报显示,截至2024年末,银行理财市场

特色产品规模占比达42%,较2023年提升10个百分点。

老龄化趋势下,养老第三支柱发展前景广阔。2024年9月落地的延迟退休政策以及2024年12月16日正式推广全国的个人养老金制度,都将对财富管理行业的规模产生影响。中银理财总裁宋福宁认为,人口老龄化导致财富管理需求的增加,但同时也面临低利率下资产收益和费用下降等挑战。针对这一现状,理财公司应坚持以人民为中心的发展理念,设计稳健收益的养老理财产品。他表示:“产品设计和投资策略应以稳为主,在平衡收益性、流动性和安全性的同时,满足多样性需求。”

与此同时,环境、社会和公司治理(ESG)投资成为理财市场的新热点。上海、北京、苏州等城市相继出台了地方性ESG配套激励措施与行动方案,ESG资管产品谱系也不断丰富。信银理财有限责任公司总裁董文颢表示,银行理财在ESG投资和体系构建方面处于起步阶段,需要从顶层设计、公司治理、投资研究、策略开发与产品创新等多个维度有效推动ESG能力建设。数据显示,截至2024年末,ESG主题理财产品存续余额已达到近3000亿元,同比增长迅速。董文颢说,信银理财已将ESG作为实现公司高质量发展可持续发展的重要抓手,通过打造涵盖ESG、绿色两大主题的理财产品谱系,践行“双碳”目标,推动产业低碳转型。

在普惠金融领域,理财产品同样发挥着积极作用。为打破理财服务的“地域鸿沟”,银行业通过“科技赋能+渠道下沉”双轮驱动,将理财服务延伸伸至县域、农村及偏远地区。2024年,农村地区理财投资者数量达4800万人,同比增长28%;智能投顾服务覆盖用户数突破1.2亿人,占理财投资者总量的35%。针对农村居民理财意识薄弱的问题,中国农业银行推出“惠农宝”系列产品。2024年,“惠农宝”覆盖全国98%的县域,销售额突破500亿元,惠及超600万农户。中国邮政储蓄银行则创新“乡村振兴收益凭证”,将理财产品与当地特色产业收益挂钩,在贵州、云南等地的试点规模超30亿元。

为保障金融服务的公平性,部分银行推出差异化产品。中国光大银行针对残疾人投资者推出“无障碍理财APP”,支持语音操作和盲文界面,2024年服务用户超10万人;中信银行则为快递员、网约车司机等新市民群体设计“灵活申赎”产品,支持按日计息、随时赎回,2024年内规模突破200亿元。

作为金融体系的重要组成部分,理财通过汇集居民闲置资金并投资实体经济,为实体经济提供了重要的资金来源。2024年,理财资金投向实体经济的规模达25万亿元,占比超70%,重点聚焦科技创新、中小微企业和绿色低碳领域。理财资金投向科创企业规模达3.8万亿元,同比增长50%。中小微企业通过理财融资渠道获得资金1.2万亿元,平均融资成本下降0.7%。

2024年,银行业理财市场交出了一份亮眼答卷。未来,随着资管新规的深化落地和金融科技的持续赋能,理财市场有望在“稳增长、惠民生、促转型”中发挥更大作用,真正成为连接居民财富与实体经济的“金色桥梁”。

本报记者 赵东宇

今年春节后首个工作日,国家税务总局就发布了一组增值税发票数据,从家电家居类商品消费、旅游服务消费、文化艺术体育服务等多方面细致呈现春节假期消费市场情况,为各界及时掌握最新消费趋势提供了重要参考。运用增值税发票数据覆盖面广、及时性强、颗粒度细等优势开展经济分析,只是当下税收大数据应用的一个层面。在推动政策精准落地、提升税费管理和服务效能、助力中小企业发展等多方面,税收大数据正持续发力,已成为优化税收营商环境、增强数字政府效能的一个重要抓手。

董碧娟

应用基础不断巩固。政策层面,2021年 中办、国办印发的《关于进一步深化税收征管改革的意见》中明确提出“深化税收大数据共享应用”,并部署不断完善税收大数据云平台等多项具体任务,用好税收大数据指明方向。税务部门也将“以数治税”与“依法治税”“从严治税”并列作为深化税务领域改革的重要指导理念,足见其重视程度。机制层面,国家税务总局与海关总署、国家医保局、教育部签署深化数据共享合作备忘录,扎实推进与证监会等24个部门的常态化数据共享,不断夯实“以数治税”基础。技术层面,税务部门已建成并推广上线全国统一规范的新电务税务局,并在全国正式推广应用全面数字化电子发票,为税收大数据分析利用搭建了更好平台、开拓了更大空间。

应用潜力加速释放。无论是对企业进行“标签画像”实现“政策找人”,还是通过跨部门跨区域数据共享推动更多税费业务一站办、一网通办、跨区办,抑或是为产业链供应链不畅的企业牵线搭桥、帮助企业融资等,税收大数据日益显现出巨大的应用潜力。各地结合区域实际,积极研究探索税收大数据应用新模式,成效持续显现。比如,贵州税务部门建立“税眼CT”快查实帮机制,运用税收大数据构建税收经济分析指标,多维度为企业“画像”,更好实现“政策找人”和定向帮扶。成都税务部门深化“银税互动”,2024年为5.6万户企业授信500亿元。

有基础有潜力更需合力推进、持续深耕。用好税收大数据是一项全链条、系统性的工作,不可能靠税务部门“单打独斗”,而是需要多部门的协同配合。信息共享是否及时充分、合作机制是否畅通高效从根本上决定了税收大数据的应用效能。相关部门要进一步健全常态化、制度化数据共享协调机制,依法保障涉税涉费必要信息获取,完善税收大数据安全管理制度,确保数据安全生命周期安全。

更好发挥税收大数据价值,需要更深入的“链接力”:与高质量发展目标任务精准链接,推动政策更好更快落地;与企业群众需求紧密链接,探索更多惠企利民好方法;与新技术方式积极链接,不断提升数据开发利用水平。相信通过更强合力、更深“链接”,税收大数据这个“金山银库”一定能更好服务经济社会发展大局。

本版编辑 于泳 武亚东 美编 倪梦婷

流动性充裕有支撑

中国人民银行2月25日公告显示,为保持银行体系流动性充裕,2月25日中国人民银行以固定利率、数量招标方式开展了3185亿元7天期逆回购操作。中标利率为1.5%,与此前持平。

同日,央行开展3000亿元中期借贷便利(MLF)操作,期限1年,最高投标利率2.2%,最低投标利率1.8%,中标利率2%。操作后,MLF余额为40940亿元。

“2月MLF到期量为5000亿元,2月25日续做3000亿元,相当于2月MLF缩量2000亿元。”东方金诚首席宏观分析师王青表示,考虑到央行已在1月开展17000亿元买断式逆回购操作,相当于为应对2月MLF大额到期,已提前释放大规模中期流动性。这也意味着尽管2024年10月以来MLF持续缩量,但央行并未缩减中期流动性投放。

民生银行首席经济学家温彬认为,随着央行工具箱进一步扩充,尽管连续缩量续做MLF,但从去年四季度以来,央行通过国债买卖、买断式逆回购操作投放中长期资金,保障了市场流动性充裕。数据显示,2024年10月至2025年1月,央行分别通过买断式逆回购投放了5000亿元、8000亿元、1.4万亿元和1.7万亿元,合计4.4万亿元;2024年8月至12月,买入国债操作合计1万亿元。

公开市场买断式逆回购是央行于2024年10月推出的新工具。具体来看,央行向市场上投放流动性时,会向一级交易商购买有价证券,并约定一个期限,让一级交易商再把有价证券买回去。买断式逆回购“买断”了有价证券再行回购或另行卖出的

权利,实现了债券押品的过户,有助于提升银行间市场的流动性。央行行长和副行长在央行正逐步优化货币政策工具箱的品类和期限结构,进一步提升调控的灵活性和精准性。央行近日发布的2024年第四季度中国货币政策执行报告提出,实施好适度宽松的货币政策,根据国内外经济金融形势和金融市场运行情况,择机调整优化政策力度和节奏。对此,温彬认为,2025年以来,在外部不确定性上升、内部政策效果观察期、整体政策空间有所约束的环境下,在适度宽松的总基调下,货币调控“相机抉择”特征更加突出,兼顾经济增长、通胀回升、汇率稳定和金融稳定多目标平衡。

政策工具箱持续丰富,货币政策功能也会继续拓展。业内人士表示,除降准降息外,其他货币政策工具同样有效体现了宏观调控的意图和成效。同时,货币政策工具箱不断发展演变,对央行货币政策工具也要动态观察。不同情形下,央行会有不同的工具应对,甚至是创新实施一些新的工具。而且危机应对期间和常规时期的工具运用也会有不同。总体看,整个工具体系会朝着更适应宏观调控需要和金融市场发展的方向完善。

专家认为,尽管近期央行暂停二级市场国债买入,但预计仍会通过较大规模的买断式逆回购来保持中期市场流动性处于相对合理水平,以此支持年初银行加大信贷投放,支持政府债券发行,稳定市场预期。

金融助力冰雪产业增实力

本报记者 勾明扬

《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》提出

到2027年

冰雪经济总规模达到

1.2万亿元

到2030年

冰雪经济总规模达到

1.5万亿元

更丰富的新业态,创造更强劲的新动能。

“当前冰雪经济的持续发展需要强有力的金融支持,这是由其发展阶段和产业特征所决定的。我国冰雪运动产业正处在快速发展的初期阶段,面临快速投入和建设的繁重任务,资金需求巨大。”中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄表示,冰雪经济中一些基础性核心业态存在几个显著特点,即资产重、周期长、运营成本高,这种产业特征与发展阶段特点的叠加意味着即便完成了投资建设进入运营阶段,很多冰雪企业依然面临很大的资金需求,能否顺利获得较低成本的融资对这些企业来说非常重要。

为有效满足冰雪产业多样化融资需求,金融机构纷纷加大了支持力度。例如,地处2022年冬奥会主办城市的光大银行张家口分行积极服务当地冬奥会后经济发展,主动对接冰雪企业,加大服务支持力度,在2024年末向张家口市万龙运动旅游有限公司审批流动资金贷款5500万元,助力冰雪企业蓬勃发展的。

“针对冰雪景区、冰雪赛事承办、冰雪装备制造等企业,我们积极给予金融支持,精准滴灌推动冰雪经济产业升级。”中国农业银行相关负责人介绍,农业银行以信用方式为沈阳东北亚景区经营管理有限公司提供1000万元授信,用于支持东北亚滑雪场日常经营建设。同时,为东北亚滑雪场提供全渠道结算服务,持续推进“金融+文旅”服务模式,助力东北三省文旅产业高质量发展。

各家银行也在不断优化金融服务支持方式,加大对地方个体工商户、小微企业主的金融支持力度,以满足其冬日冰雪季节期间的短期资金需求。比如,农业银行为辽宁、吉林和黑龙江的旅游行业个体私营业主提供“文旅e贷”专属信贷产品,2025年以来已累计投放金额超过5000万元;为新疆乌鲁木齐南山度假区滑雪场、农家乐、民宿等180户商户办理POS机及收款码,提供信贷支持超2600万元,大力支持商户文旅旺季经营。

王裕雄表示,截至目前,传统融资渠道特别是金融机构贷款是很多冰雪企业最主要的融资方式,在未来较长一段时间银行等金融机构贷款还将是多数冰雪企业主要的融资来源。因此,金融机构需要在依法合规、风险可控前提下,创新金融产品,加大对冰雪企业信贷投放,优化评级、授信、审批、贷后等信贷流程管理。

业内专家分析,商业银行可以从以下方面挖掘冰雪产业的发展机会。例如,为冰雪产业高科技装备的生产提供知识产权质押融资、投贷联动等金融服务;以优质冰雪旅游项目贷款支持为切入点,升级场景化数字金融服务;对接各地扶持文旅产业的政策,设计风险防控与缓释措施,提供针对文旅开发项目的信贷支持。

除了强化和优化信贷融资服务外,王裕雄认为,接下来还可以从支持冰雪企业上市和再融资、支持冰雪企业资产证券化融资、加强融资过程中的财政政策支持等方面,不断加强冰雪经济的金融支持。