

# 一季度理财基金规模双降，钱去哪了



热评  
时代

谢瑶

师傅

吗

连续11个月刷新历史纪录之后，公募基金总规模在今年3月首次出现环比回落。中国证券投资基金业协会发布的数据显示，截至3月底，我国境内公募基金管理公司共165家，其中基金管理公司150家，取得公募资格的资产管理机构15家，以上机构管理的公募基金资产净值合计37.53万亿元，较2月末的38.61万亿元减少2.78%，较2025年末也有小幅下降。

银行业理财登记托管中心日前披露的数据显示，一季度末全市场理财产品存续规模31.91万亿元，较2025年末缩水超万亿元。理财、基金规模双降的原因是什么？资金流向了哪里？

## 多重因素导致双降

“一季度股票市场因地缘政治等因素出现波动下行，基金净值下降或成公募基金规模下降主因；银行理财规模下降可能由季节性因素、市场波动等多重因素导致。”国金证券非银行分析师洪希柠说。

山西证券股份有限公司研究所所长助理刘丽认为，一季度理财和基金的双降本质上是负债端季节性回表与资产端净值波动共振的结果。理财规模回落主要受限于季末流动性考核压力及春节取现效应，导致资金阶段性回流表内；而公募基金遇冷则是由于3月海外通胀与地缘冲突预期升温，引发A股风险偏好收敛，权益类产品遭遇净值与赎回的双重压力。

上海金融与发展实验室副主任、招联首席经济学家董希淼分析称，一季度银行理财存续规模较去年年底下降1.38万亿元，虽有季末回表的季节性因素，但降幅高于往年，更深层原因在于：一是全球大类资产同步调整，A股回调，“固收+”产品净值回撤，赎回压力加大；二是部分理财产品自身收益率下降，吸引力减弱；三是监管部门加强对季末冲量、虚增规模等乱象的治理。“不过，理财产品存续规模同比增速仍达9.51%，投资者数量同比增长17.46%，‘存款搬家’的大逻辑并未改变，只是阶段性资金流向了其他渠道。”董希淼说。

关于一季度理财市场存续规模下降，中信建投证券银行资深分析师杨荣认为，主要原因是3月理财产品规模显著下降。3月美伊冲突导致风险资产价格下降，避险资产价格回升，多家理财子公司在去年加快了“固收+”产品布局，净值显著下降，虽然被净率依然维持在低位，但是净值下行推动部分投资者赎回理财，导致理财规模环比大幅减少。另外，如果没有3月权益市场波动加剧，一季度理财产品规模本应环比增长，但却出现环比减少，表明3月理财规模下降程度更大。“不过，这应是短期扰动因素导致的。”杨荣说。

值得注意的是，在理财产品存续规模下降的同时，投资者数量却有所上升。截至2026年一季度末，持有理财产品的投资者数量达1.48亿个，同比增长17.46%。

“这反映新增投资者多为小额配置，人均持有金额减少，背后是居民理财意识普及、银行渠道下沉及低门槛产品推广带动散户入场；原有大额资金则因市场不确定性选择暂时退出或分散配置。”博通咨询首席分析师王蓬博表示，理财产品规模下降还与利率走低、债市波动、净值化转型后收益波动加大，以及现金管理类理财整改持续推进有关；公募基金规模环比回落则与权益市场震荡、新发基金遇冷有关。



## 资金分流多元配置

从金融统计数据来看，一季度居民存款同比少增加1.54万亿元，非银行金融机构存款同比多增加1.72万亿元，可见，部分居民存款流向了非银体系。洪希柠分析，从保险数据来看，金融监管局披露的一季度寿险原保费收入同比增长了9%至1.5万亿元，保险产品凭借具备吸引力的分红险，承接了部分资金。

不过，缩水的资金并未完全离场。王蓬博指出，部分资金流向保险产品、黄金及存款等避险资产，还有部分资金转向货币基金、同业存单指数基金等低风险品种。

另外，从股票市场数据看，一季度市场日均成交额较2025年一季度增长79%，较2025年四季度增长28%；上交所新开户数1204万户，同比增长61%，环比增长65%，判断亦有部分资金直接进入股票市场。

中国证券投资基金业协会数据显示，3月，债券基金和FOF(基金中基金)实现了规模和份额的双增长。受避险情绪驱使，债券基金单月规模逆势增加了1388亿元。刘丽表示，从资金流向看，呈现出明显的避险结构性迁移。大量低风险偏好资金转向具有预定利率优势的保险产品；资金在公募体系内部进行了防御性调仓，由权益类产品切换至长期债券基金及货币市场工具，以寻求确定性票息。

“一季度公募基金总规模首次环比回落，理财产品规模同步缩水，资金主要流向3个方向。”董希淼分析，一是保险产品成为资金“蓄水池”。同期非银行金融机构存款新增2.03万亿元，居民存款同比少增1.54万亿元，人身险保费收入同比增长7.89%，银保渠道的分红险、万能险等受到青睐。二是债券市场获得资金涌入。虽然公募基金总规模下降，但债券型基金逆势增长。3月单月债券型基金规模环比增幅达1.29%。三是部分资金流向私募基金及股票账户，形成“多点开花”的格局。

总体而言，居民财富配置的诉求开始从稳健保本转向追求稳健收益。

## 市场积极企稳可期

进入二季度，市场已出现积极变化。“当前市场风险偏好已有所回升，4月末公募基金规模较3月末有所增长。”洪希柠预计，二季度公募基金份额、净值均有望实现增长。二季度进入冲量期后，银行理财规模或将实现回升。

王蓬博认为，若债市企稳、权益市场回暖，或带动部分资金回流，但投资者风险偏好修复需要时间，整体仍将呈现结构性调整，看好低波动稳健类产品受青睐。

刘丽预测，公募基金有望重回增长轨道，结构分化加剧。考虑到4月以来A股市场已出现回暖迹象，公募基金总规模有望重拾升势。但在海外不确定性依然存在的背景下，预计债券基金等避险品种仍将受到青睐，而权益类基金的复苏则高度依赖股市的持续赚钱效应。

“二季度，理财和基金市场大概率将迎来修复与分化并存的新局面。银行理财规模有望企稳回升，但收益压力仍存。随着季末考核时点过去和春节因素消退，理财资金回流的季节性压力将明显缓解，二季度规模有望迎来企稳反弹。但长期来看，在低利率环境和债市收益率下行的背景下，如何重塑产品的收益吸引力，将是理财公司必须面对的挑

战。”刘丽说。

数据显示，4月银行理财新发规模达8591.45亿元，环比大幅增长39.9%。董希淼认为，1年期定期存款挂牌利率低于1%，大量资金仍需寻找更高收益，理财、保险、债券型基金将继续承接“存款搬家”的需求。二季度理财市场将实现温和回升。

“随着短期扰动因素的消除，风险资产价格回升，理财净值回升，理财规模仍将回归增长路径。”杨荣说。

董希淼建议，下一步，理财公司和商业银行要继续优化产品和服务，进一步增强对投资者的吸引力。当前，固定类理财产品存续规模占比高达96.65%，产品结构较为单一。理财公司应加快推出含权益类理财产品等，通过多资产、多策略寻求收益增强和结构优化。

另外，行外代销正成为理财产品存续规模增长的重要增量。目前，居民可投资资产总额已突破300万亿元，但三四线城市及县域市场尚未被充分渗透，具有巨大的增长潜力。理财公司和商业银行应加快布局普惠财富管理市场，与更多中小银行合作，形成差异化的渠道覆盖和投资者服务。

“展望二季度，随着季节性因素消退以及新投资者入场，预计理财产品存续规模将恢复增长。”董希淼说。

# 多元融合激发文化产业新动能

## ——文博会平台能级再攀新高

本报记者 杨阳腾

5月25日，第二十二届中国(深圳)国际文化产业博览交易会闭幕。本届文博会持续提升“专业化、市场化、数字化、国际化”水平，着力深化文化与科技融合，推动文化产业数字化转型，培育新型文化业态，展会规模、交易实效、平台能级再攀新高，为建设文化强国、提升国家文化软实力注入强劲动力。

本届文博会继续采用线下为主、线上同步展示方式，共吸引6312家政府组团、文化机构和参展商，展出文化精品超12万件。其中，线下共3306家展商参展，包含397家头部品牌企业、343家文化科技新势力企业，以及近300家首次参展企业。主会场、分会场、各相关活动总参与人次突破280万，产业辐射力与平台影响力持续扩大。

本届文博会最受关注的，当属各类文创潮玩。展会现场，文创中国主展区集聚46家头部企业、近2000件精品；展出200余件文博礼物、70余件城市礼物。博物馆文创展区汇聚故宫、国博、三星堆等30余家顶级文博单位，“文创里的古代中国”专题展汇集22家国内重点博物馆的800余件(套)文创精品。数百个文化新项目、新产品、新品牌实现“首展”“首发”“首秀”“首演”，涵盖AI文创产品、数字演艺项目、潮流文创IP等。从文旅景区、传统非遗、文博文创到前沿科技

与文商旅的深度融合，多元文化新业态在此交织碰撞，让现场观众一日览尽世界文化精品。“非常热闹，有很多人来咨询、下单。”首次跟随江西展团来到文博会现场的景德镇朴微堂主理人、粉彩扒花非遗代表性传承人伍凤英介绍，粉彩扒花瓷是景德镇传统四大名瓷之一，这几天，借助文博会平台，更多人增进了对粉彩扒花技艺的了解。

“这是安徽凌家滩国家考古遗址公园重磅首发的《远古探秘》凌家滩×AJIOO联名潮玩盲盒。展会开幕当天，就卖出去200只。”安徽星图智汇文化科技有限公司副总经理徐建中介绍，此次公司带来了18款文创产品，旨在通过现代潮流美学设计让史前文明“活起来”。

“我们带了百余款文创产品及金属工艺品，涵盖文博主题IP、城市文旅文创、潮玩二次元等领域。”深圳市创新微越工艺礼品有限公司总经理韩万里表示，公司已深耕文创领域20余载，先后为故宫博物院、哈尔滨冰雪大世界等超百个国内博物馆、文旅项目打造文创产品。希望借助文博会，链接更多优质资源，促成全方位、深层次的产业合作。

本届文博会着力推动数智技术与文化产业全链条深度融合，人工智能、数字演艺、未来科技、AI切磋大会、跨境电商等新展区全面落地。腾讯将“导播室”搬到现场，让观众直观感受“从灵感

到成片”的完整AI内容生产链路。“今年，AI已从‘工具辅助’进入‘智能协作’阶段，腾讯也先后发布数十款Agent，让AI智能体成为新的文化生产工具。”腾讯集团副总裁、总编辑朱殿君表示，希望借助文博会推动文化“新三样”走向品牌“出海”与生态输出。

分会场也在深圳全城掀起新一轮文博热。本届文博会期间，深圳古玩城分会场以“智链古今 AI上传承”为主题，通过人工智能等前沿科技，赋能藏品复刻、非遗传承与沉浸式展陈，让文化瑰宝“活起来”；深圳·新桥影视产业基地分会场依托“内容+科技”双轮驱动模式，打造集产业对接、技术研讨、文旅体验、非遗鉴赏于一体的文化盛宴；深圳华侨城创意文化园分会场举办“2026年全国科技活动周”系列活动，围绕“科技向善·自然共生”，将前沿科技展示与低碳生活理念深度融合。

锚定“交易力即生命力”，本届文博会全方位完善交易服务链条，主会场举办260余场供需对接、路演及新品推介活动，较上届增加80余场；超过13万名专业采购商从世界各地前来参会，现场拼订单、谈项目、觅商机，实现一站式“买全球、卖全球”。一批优质项目集中亮相，11个重点项目现场签约，涵盖文旅开发、数字科技、文化贸易、城市更新等领域。



近日，安徽省芜湖市繁昌区平铺镇新塘村，农民在捕捞小龙虾。近年来，当地利用水网湿地水质充足良好的特点，将小龙虾养殖与水稻种植有机结合，发展“稻虾轮作”绿色生态农业，实现“一水两用、一田双收”。肖本祥摄(中经视觉)