

止盈潮起 费率探底

理财公司抢“储蓄搬家”红利

截至一季度末,理财市场存续规模达31.91万亿元,在分析人士看来,储蓄搬家的红利将成为理财行业增长引擎



一边是提前止盈潮汹涌而来,一边是费率战硝烟四起,在天量存款到期、居民财富再配置的窗口下,理财行业正加码产品策略与价格策略,争夺资金的配置话语权。5月以来,中银理财、华夏理财、招银理财等机构,连同青岛农商行、广州银行等中小银行旗下理财产品,密集触发止盈条款。止盈潮起的同时,费率底线亦持续下跌,据Wind数据,超700款理财产品推出阶段性优惠,行业“以量补价”步伐提速。截至一季度末,理财市场存续规模达31.91万亿元,在分析人士看来,储蓄搬家的红利将成为理财行业增长引擎。

提前止盈原因几何?

近段时间,理财市场掀起一波提前止盈潮。5月19日,中银理财发布公告称,旗下“中银理财-稳富固收增强目标盈封闭式2025年33期”原预计到期日为2026年10月22日。因达到止盈条件,即:止盈观察期内,产品首次连续两个估值日的成立以来年化收益率均不低于止盈目标收益率2.30%(年化),因此将于5月21日提前终止。同日,华夏理财“固定收益增强型封闭式理财产品164号”原定到期日为2028年3月29日,同样在观察期内,达到止盈条件,将于5月22日提前终止。华夏理财称,由于资产价格变动、资产变现损失和扣除应由理财产品承担的各项税费及费用等原因,投资者最终收益与止盈目标收益率之间可能存在差异。更早前,招银理财发布公告,旗下“招睿目标盈安盈优选4号固收增强理财计划”,原预计2027年2月1日到期,因达到止盈条件,于5月13日提前终止。光大理财“阳光橙鑫盈打新策略优选目标盈3期”,也因触发止盈条款,于5月8日提前终止。中小银行亦纷纷跟进,青岛农商行发行的“创富优选812号理财产品”原预计到期日为2026年11月11日,因触发止盈条款,将于5月22日提前终止。无独有偶,广州银行发行的“红棉丰盈均衡目标盈理财产品(封闭式私享款)”同样达

到止盈条件而提前终止,原产品终止日为2027年8月18日。东莞农商行“荔盈系列封闭式7号混合类理财(目标盈)”满足止盈条件,于5月12日提前结束。据不完全统计,5月至今,已有超50款理财产品因触发止盈条件而提前退场。近日,平安理财也推出“鑫享指增策略目标盈封闭第1期”,以3.5%年化止盈目标、R3中风险定位,适配当前市场投资逻辑。产品设置明确止盈规则,观察期内若成立以来年化收益率达标且指数点位满足条件,将在3个交易日日内提前终止。

据了解,提前止盈兑付收益,更多建立在“收益达标即终止”的原则上,在产品运作期间,实际年化收益率达到预设目标会触发止盈,为投资者及时锁定收益,避免后续市场波动让投资收益回吐。一位理财公司相关人士在接受记者采访时指出,市场上主流的止盈类产品分为两类:一类是挂钩止盈目标收益率产品,当产品净值增长达到预设目标时,就止盈退出,如平安理财发行的“鑫享指增策略目标盈封闭”产品,其年化止盈目标收益率为3.5%;另一类是结构性理财产品,产品收益挂钩中证1000指数、黄金等标的,当标的资产价格达到约定水平就会触发提前终止,实现“敲出止盈”。

在苏商银行特约研究员高政扬看来,在产品层面,部分产品达到收益率止盈线后选择清盘,将浮盈转化为确定性收益,实现落袋为安。在市场环境层面,权益市场结构性走强,部分固收增强策略中的权益类资产贡献超额收益,促使产品提前触及止盈线,为规避后续市场风险,部分产品选择提前止盈。

新一轮降费浪潮来袭

在止盈频发的同时,理财行业新一轮降费浪潮也接踵而至。5月20日,招银理财发布公告,明确拟对“招赢日日金75号现金管理类理财计划”给予阶段性费率优惠。调整前的固定投资管理费率为0.2%,调整后的费率为0.1%,优惠起始日为5月22日。同日,建信理财也表示拟对两款产品进行费率

优惠,具体来看,“嘉鑫(增利)固收类最低持有90天产品第16期”“嘉鑫(稳利)固收类最低持有7天产品第50期”,优惠后的管理费率、销售费率均为0.1%/年。5月21日起,上银理财对“添富盈”系列开放式理财产品费率进行下调,固定投资管理年化费率由0.60%降至0.01%,销售管理年化费率由0.60%调整至0.15%,浮动投资管理费率收取比例从50%下调至20%。

据Wind数据,5月至今,已有700余款理财产品费率进行了阶段性优惠。覆盖理财公司包括民生理财、渤海理财、兴银理财、浦银理财、广银理财等多家机构。一位理财公司人士坦言,本轮理财产品集中降费,一方面市场处于低利率环境,降费能够直接让利投资者、缓解收益下行压力;另一方面储蓄存款持续搬家,资管行业存量竞争日趋激烈,银行理财为抢占市场份额、稳住理财规模,主动下调各类产品管理费率。降费成为当前理财公司稳固客源、提升产品吸引力的选择。

随着投资者对收益率敏感度日益提升,费率成为影响资金流向的重要因素。高政扬进一步指出,低费率策略有助于快速扩大管理规模,实现以量补价,因此行业费率中枢可能长期下移。特别是在现金管理类、纯固收类等同质化程度较高的产品领域,低费率化现象也越来越普遍。

从长期来看,或将倒逼行业加速分化。高政扬强调,一方面,机构通过以量补价,借助规模效应摊薄运营成本。另一方面,盈利重心可能从固定管理费逐步转向超额业绩报酬、综合金融服务等多元化收入来源。未来,行业竞争格局有望从费率竞争逐步转向投研能力与资产配置能力的竞争,推动服务能力转型升级。在此过程中,大型头部理财公司凭借渠道优势、投研实力和客户基础,有望保持规模优势;而中小机构则需通过差异化定位或特色服务寻找生存发展空间。

发展“固收+”产品

止盈常态化与费率下调,本质

是理财行业在储蓄搬家红利期的主动求变。2026年天量定期存款集中到期,叠加存款利率下行带来的配置需求,理财成为承接资金的核心阵地。

从规模来看,4月17日,银行业理财登记托管中心发布《中国银行业理财市场季度报告(2026年一季度)》内容显示,截至2026年一季度末,全市场共存续产品4.8万只,同比增长18.23%;存续规模31.91万亿元,同比增长9.51%。分机构类型来看,截至2026年一季度末,理财公司存续产品3.57万只,存续规模29.4万亿元,同比增长14.22%,占全市场的比例达到92.13%。

对理财公司而言,核心竞争力已从渠道优势转向投研能力与产品布局。平安理财混合投资部总经理唐沪军在接受记者采访时重点强调了估值与盈利的匹配度。他认为,部分周期行业对供给出清的预期过于乐观,部分科技板块则过早定价了盈利前景,需防范预期落空后的回调风险。目前来看,AI算力相关的科技产业链、海外能源短缺驱动的出口制造业,以及部分周期红利资产较为具备吸引力。长期来看,与内需相关的消费与公共事业的配置价值正在显现,不过基本面的改善仍需政策的进一步发力。

唐沪军表示,今年投资环境较以往更加复杂,资产之间相关性、波动性明显上升,地缘风险对资产逻辑、价格和波动等产生短期扰动,理财公司大力发展多资产、多策略配置型“固收+”产品,能更大程度地分散投资,帮助投资者抵御投资环境或单一资产的不利变化。

另一位理财公司人士也强调,2026年整体投研与产品布局将围绕固收为底、多元增配、投研深耕、风控前置展开,核心向多资产多策略、含权理财与长期资金解决方案倾斜。

高政扬进一步指出,在规模稳步回升的过程中,理财公司的产品策略将持续向“固收+”、多资产等多元化方向发展,能够兼顾收益与波动控制的产品或将更受市场青睐。

(宋亦桐)

从“放得快”到“陪得久”

银行探索普惠小微业务新打法

有利于“反内卷”

从“放得快”到“陪得久”,银行开始探索普惠小微业务新打法。谈及小微信贷增速指标“松绑”后的发力点,受访人士表示,核心在于提高服务能力、控风险和优化信贷结构等。

华南地区一家国有大行支行的赵乐(化名),前年还是行里的“小微放款标兵”。从2025年开始,他的工作重心从冲指标变成了忙清收。“以前怕没规模,现在更重视客户质量。”他说。

银行普惠小微业务正在经历一场经营逻辑转向——从“规模驱动”转向“质量优先”。日前,金融监管总局印发《关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知》,不再设定贷款增速要求,而是更强调信贷结构优化和业务可持续发展。多家银行已快速响应,银行一线人士表示“不用为冲规模卷价格了”。

小微贷款考核导向变化

监管导向的变化,迅速传导至银行一线。

记者获悉,有银行连夜召开内部会议,要求普惠小微业务注重信贷结构优化和业务可持续发展。一家城商行的公司业务负责人透露:“行里已开会传达监管要求,以后会更注重质量,规模和数量往后放一放。”

赵乐告诉记者,从今年“开门红”开始,其所在银行的内部考核导向已有所调整。“无论是项目储备还是贷款投放,行里反复要求严控风险,注重客户质量。”他认为,监管部门明确求后,银行“提质”的方向会更加清晰。

据央行统计,截至今年一季度末,人民币普惠小微贷款余额为38.38万亿元,同比增长10.3%,增速比各项贷款高4.6个百分点。尽管普惠小微贷款仍实现较快增长,但监管部门已着力推动普惠金融往提质方向逐步转型——2025年,在小微企业金融服务的总体发展目标中新增了“提质”一项,今年则进一步细化为“提质量”和“可持续”两个层面。

“淡化指标”并不意味着“弱化普惠”。“普惠业务本身还是以单独考核的,战略地位不会下降。”上述城商行的公司业务负责人说,会更加看重客户长期价值,比如结算、代发、供应链等综合收益,而不是单纯拼贷款规模和增速。

苏商银行特约研究员薛洪言表示,此次调整的核心,不是简单的“减任务”,而是推动银行从被动完成指标转向主动战略调整。“银行可加大内部资金转移定价优惠力度,以及对普惠小微贷款风险管控较好分支机构的考核权重,并鼓励增加首贷、信用贷、中长期贷款投放。”薛洪言说。

多位受访人士认为,普惠小微贷款增速指标取消,有利于银行“反内卷”、控风险和提升信贷资产质量。

近年来,在普惠小微贷款冲量压力下,银行业上演了激烈的“价格战”。华东地区一家头部城商行的相关负责人告诉记者,此前,任务层层分解后,部分基层机构容易陷入“为完成指标而完成指标”的情况,“特别是到了考核节点,大家为完成任务,会压低价格、降低标准,更有甚者会找贷款中介合作”。

在他看来,取消“一刀切”的硬性指标,本质上有利于缓解行业长期存在的“内卷式竞争”,贷款中介乱象也将得到遏制。

普惠小微贷款资产质量压力也将得到缓解。薛洪言表示:一方面,部分中小银行面临资本充足和风控能力硬约束;另一方面,部分传统行业小微企业承压,且面临延期还本付息政策到期后的潜在风险。“增速指标要求取消后,普惠小微贷款会更看重风控”。

此外,银行为完成指标而虚增数据的现象也将减少。2025年末,重庆三峡银行因虚增普惠金融数据等违法违规行为,被罚款890万元。“此前,在指标压力下,部分机构为了完成考核,存在虚增规模、包装贷款、重复统计等问题。”薛洪言说。

核心在于提高服务能力

谈及小微信贷增速指标“松绑”后的发力点,多位受访人士告诉记者,核心在于提高服务能力、控风险和优化信贷结构等。

在浙江,专精特新“小巨人”企业禾川科技长期深耕工业自动化与机器人领域,随着企业快速发展,资金结算分散、业财协同效率不高等问题逐渐显现。对此,宁波银行衢州分行帮助禾川科技搭建了数字化资金管理体系。

在资金管理服务基础上,宁波银行衢州分行围绕禾川科技研发攻关、产能扩张、供应链协同等需求,提供1.5亿元专项授信支持。“这不是简单的放贷,而是通过系统和深度嵌入企业经营。”宁波银行衢州分行相关负责人说。

除了提升服务能力,部分银行也在优化信贷结构和强化风险管控。“没有增速指标压力,我们就不用为冲规模而卷价格了,也不用找更下沉的高风险客户。我们专注于服务科技型小微企业,并且强化贷前、贷中、贷后的风险监测。”一家股份行的公司业务条线人士告诉记者。

(黄坤)

财险公司一季度车均保费出炉,46家低于2000元

车险市场从规模扩张向效率提升转型

注。从上述已公布一季度车均保费的69家财险公司的情况来看,其中有8家险企的车均保费高于3000元,15家险企的车均保费在2000元(不含)一3000元(含)之间,38家险企的车均保费在1000元(不含)一2000元(含)之间,8家险企的车均保费低于1000元。

爱和谊日生同和财险、北京法巴天星财产保险股份有限公司(下称“法巴天星财险”)、苏州东吴财产保险股份有限公司和久隆财产保险股份有限公司(下称“久隆财险”)4家财险公司因新成立或信息披露原因等,无去年可比数据。剔除上述4家财险公司后,从

可比口径来看,其余65家财险公司中,42家公司的车均保费同比下降。

对此,北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对记者表示,今年一季度多数财险公司车均保费下降,主要是车险综改深化与市场存量博弈叠加的结果。一是随着车险自主定价系数浮动范围全面放开,市场竞争加剧,险企普遍采取了降价促销策略。二是汽车消费结构向中低价位车型倾斜以及新车降价潮的传导效应,降低了新车整体投保基数。三是险企基于大数据的精细化定价能力不断提升,也进一步推动了车均保费的回落。

新能源车险保费较高

值得注意的是,经营特殊车辆保险和新能源车险等业务的中小型财险公司车均保费相对较高。

具体来看,一季度,车均保费高于3000元的8家险企分别是爱和谊日生同和财险、久隆财险、北京法巴天星财险、现代财险(中国)有限公司(下称“现代财险”)、日本财产保险(中国)有限公司、深圳比亚迪财产保险有限公司(下称“比亚迪财险”)、京东安联财险(中国)有限公司(下称“京东安联财险”)和中银保险有限公司。

其中,久隆财险的业务范围主要包括特种车辆财产保险业务、货物运输车辆保险业务等,保额基数通常远高于普通家用车;北京法巴天星财险、现代财险、京东安联财险和比亚迪财险均以新能源车险作为主营业务之一。

受高维修成本及定价数据匮乏等因素影响,新能源车险保费高、赔付高是行业面临的公认难题,尽管已有部分头部险企表明经营进入盈利拐点,但行业整体尚未迈入盈利区间。

车车科技创始人兼CEO张磊告诉记者,目前行业在新能源车险经营上面临两个主要困难:一是新能源车车的核心技术高度集成,同时很

多核心配件的供应和维修技术被主机厂高度掌控,社会化维修厂难以进入,增加了维修成本,从而直接推高了险企的赔付成本。二是高风险用户和低风险用户无法区分。新能源网约车的出险频率远高于普通私家车,但在实践中险企缺乏明确的区分依据,导致无法在保费上区分上述两类用户,易出现赔付亏损。

展望未来,张磊认为,在车险市场,核心不再是“做大做强”,而是“提升经营效率”。一方面,燃油车保险领域已经是高度成熟、标准化的业务领域,行业很难再通过简单扩张实现增长,竞争重点会转向费用率、客户留存率和风险筛选精细度等。另一方面,新能源车的加入,让车险开始从“静态定价”走向“动态经营”。财险公司未来要更加注重新车生态接入、驾驶员行为精细化定价和维修网络管控的能力。(杨策寒)