

# 审慎“挑伙伴” 信托公司加码消费金融

近日，中国证券记者在浏览抖音“放心借”产品协议及相关信息时注意到，除银行、消费金融公司外，该产品背后的放款机构还有信托公司，例如渤海信托、云南信托。今年以来，在金融提振消费的政策引导下，不少信托公司积极参与消费金融市场，将其与普惠金融业务相结合，作为公司业务转型的重要方向。

值得注意的是，在助贷新规的威慑之下，信托公司开展消费金融业务面临风控合规趋严、行业竞争加剧等挑战，信托公司在选择合作机构时更加审慎。受访人士表示，未来信托公司应在加强合规经营的同时，强化合作生态建设与客户经营，积极运用大数据等技术赋能业务发展。

●本报记者 吴杨 石诗语



视觉中国图片

## 加码消费金融业务

“放心借”产品协议信息界面显示，借款人通过“放心借”向贷款人（云南信托等）申请个人贷款，贷款人有权自主审核并决定是否同意。借款人最终所获得的贷款金额、利率、期限等取决于贷款人的审核结果。记者申请额度后，发现可借额度33000元，年利率（单利）19.8%。

据中国信托业协会微信公众号披露，通常来说，消费金融信托主要包括“助贷”、“流贷”、资产证券化三类模式。

“所谓‘助贷’模式，即信托公司与银行、消费金融公司、互联网平台等联合放款，由互联网平台负责获客，初步风控，信托公司参与出资并承担部分信用风险。”上海金融与发展实验室主任曾刚介绍，还有信托公司扮演“资金方+风险控制”的双重角色，这种灵活多样的经营模式，有力推动了消费场景广泛渗透。

益信托研究员喻智表示，受非标业务受限以及监管部门提升对消费金融业务合规要求的影响，目前信托公司消费金融业务主要朝着非标转标方向布局，主要模式包括信贷资产收益权转让等。

聚焦消费金融领域，不少信托公司累计放款达千亿元级别。例如，截至2025年6月末，华鑫信托服务普惠金融累计为个人放款6500亿元；服务小微企业800万户，累计放款570亿元。国民信托2024年通过普惠金融项目累计触达个人与小微客户1963万个，2024年末存续规模261.51亿元；中诚信托持续深

化与互联网头部机构合作，不断丰富业务模式，提升自主风控能力，截至2024年末，累计向自然人发放贷款近3900亿元，累计服务2.66亿人次。

## 资源互补下的合作逻辑

其实，信托公司并不是消费金融领域的新人。近年来，随着监管政策与行业转型方向的调整，信托业一改此前对消费金融业务的布局逻辑，在符合转型要求的同时，将其作为探索普惠金融业务发展的重要方面。整体上看，如今信托公司对助贷公司的选择更加“挑剔”，例如对助贷机构的资产规模、利润率等均提出了更高要求。

“我们目前对合作机构实行名单制管理，与在股东背景、经营行为、内部管理、管理规模、公开市场美誉度方面具备领先优势的持牌主体展业合作，包括美团等互联网平台。”华鑫信托相关业务部门负责人表示，在打造普惠金融优质资产池的基础上，公司通过发行普惠资产证券化产品，引导低成本资金投入普惠金融领域。

2024年，华鑫信托发行普惠金融资产证券化产品的加权平均优先级资金成本低至2.3%。

“有的信托公司选择与互联网大厂合作，更多是基于生态圈的思维逻辑，倘若能找到合适的介入途径，大家各自发挥所长，还是有很多事情可以做。我们非常看好消费金融业务。”北方地区

某信托公司高管表示。

多位受访人士认为，今年以来，促消费政策密集出台，信托公司发展消费金融业务是当前政策的积极响应。例如，今年6月，为推动大力提振消费，完善扩大消费长效机制，更好满足消费领域金融服务需求，中国人民银行等六部门联合印发《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》。

此外，伴随科技能力迭代、对行业资源把握能力提升，信托公司将消费金融业务作为重点发展的业务之一变得水到渠成。

“早期，在消费金融领域，信托公司to B业务做得很成熟，与消费金融公司、互联网大厂等均有合作。后来随着行业变迁、技术迭代、政策引导以及信托公司自身专业能力提升，信托公司逐渐具备了to C端的运营能力。普惠金融业务对信托公司来说也意味着从传统的to B模式转向to C模式。”前述北方地区某信托公司相关业务部门负责人说。

曾刚认为，信托公司布局消费金融业务可进一步扩大客户基础，优化资产结构。由于消费金融领域风险定价水平较高，净息差通常大于传统企业贷款业务，这有助于提升信托公司综合盈利能力。

## 提防风险 重视客诉问题

“在市场利率不断走低的背景下，继续做下沉市场的消费金融业务较难把控风险。当前，消费金融业务面临风控合规压力和投诉量高企等问题。”南

方地区某信托公司人士表示。

不少信托公司在定期报告中透露了业务投诉情况。例如，国民信托在2024年年报中提到，公司2024年接到消费者投诉事件共计9897例，投诉主要集中在消费金融业务领域。天津信托2024年共受理监管部门转办的1305件消费者投诉，494件自收投诉，涉及人数1231人，所涉投诉业务均属于消费金融业务贷款类客户投诉，自主发行的信托产品客户投诉数量为零。

除消费者权益保护压力外，消费场景拓展困难且产品同质化带来的流量侧竞争也是消费金融行业普遍面临的挑战之一。目前头部平台重点布局的消费金融业务场景集中在线上商城、家装等领域，流量争夺激烈，产品趋于同质化，中小机构获客成本攀升，且用户转化、留存率偏低。华鑫信托相关业务部门负责人认为，信托公司破局的关键在于强化合作生态建设与客户经营，与普惠金融生态服务商形成优势互补，达到精准触达客户、促进资产生成和流转、强化风险防控的效果。

曾刚认为，伴随监管趋严，信托公司在与助贷机构合作以及产品设计过程中，在警惕变相突破资金用途、穿透底层资产合规等边界的同时，应强化科技赋能，加大风控系统建设。

复旦大学信托研究中心主任殷醒民表示，当包括智能投顾在内的人工智能技术渗透率加速提升，使更能切实地适应不同客户群体需求的创新产品和服务成为可能时，新型交易业务必然激增，信托业要学会通过通讯网络平台提供信托产品、交易信托产品以及从事风险管理。

## 上半年理财产品月度榜单回顾： 定开混合类产品收益表现出色

### 各类银行理财产品上半年表现

分类	收益率 (%)	波动率 (%)	夏普比率	平均最大回撤(%)
定开“固收+”类	市场均值	1.25	1.29	0.85
	上榜产品	2.63	1.7	-0.78
定开纯债固收类	市场均值	1.89	1.63	1.05
	上榜产品	2.17	0.57	1.59
定开混合类	市场均值	2.69	1.98	-1.01
	上榜产品	4.63	3.28	-1.65
最短持有期“固收+”类	市场均值	2.14	0.55	1.56
	上榜产品	2.98	1.11	-0.42
最短持有期纯债固收类	市场均值	1.96	0.47	1.57
	上榜产品	2.05	0.54	-0.13

注：统计期间为2025年1月-6月。夏普比率采用1年期国债收益率作为无风险收益率。

数据来源/聚源数据库，金牛资产管理研究中心整理 制表/李静

●本报记者 李静

些频登榜单的理财产品业绩表现优于榜单平均水平。

在定开“固收+”类产品中，“北银理财京华远见基础设施公募REITs京品1号理财管理计划”4次进入上半年理财产品月度榜单，该产品年化收益率高达9.88%，波动率与夏普比率均优于榜单平均水平。

在定开纯债固收类产品中，“农银理财‘农银安心一年半开放’（信用策略优选）第2期人民币理财产品”“圳元金周盈定期开放式（2M）净值型理财产品12期”均有5次进入上半年理财产品月度榜单。

在定开混合类产品中，“阳光橙溢量化对冲1号理财产品”5次上榜，年化收益率高达7.34%，夏普比率为2.62。

在最短持有期“固收+”类产品中，“宁银理财宁享转债增强固定收益类理财产品2号（最短持有100天）”4次上榜。

在最短持有期纯债固收类产品中，“施罗德交银理财得润固收金选21持有期理财产品”5次上榜，收益率、波动率、夏普比率均优于榜单平均水平。

## 机构上榜频次分化

上半年，系统重要性银行及其理财子公司的产品规模及数

量居所有类别首位，其次是城商行及其理财子公司，最后是农村金融机构及其理财子公司，这一梯队分布同样体现在产品上榜频次上。

截至6月30日，在系统重要性银行及其理财子公司中，就综

合收益、风险管理、产品规模等指

标进行考量，招银理财表现突出，

名列首位，上半年公司旗下产

品上榜次数达9次；紧随其后的是

兴业银行，旗下产品上半年上

榜次数高达31次。此外，中银理财

也表现亮眼，旗下产品上半年上

榜次数达10次。

在城商行及其理财子公司中，杭

银理财在收益、风险管理及

产品规模等关键指标上表现突

出，名列首位，上半年公司旗

下产品上榜次数达10次；青银

理财排名第二，上榜次数为6

次；微银理财排名第三，上榜次

数为5次。

在农村金融机构及其理财子

公司中，就综合收益、风险管理及

产品规模等指标考量，渝农商理

财表现优异，名列首位，上榜次数

达12次。

注：本报告原始数据来源于

市场公开信息，所有分析均基

于公开信息，本公司对这些信息

的准确性及完整性不做任何保

证。在任何情况下，本报告所载

的信息或做出的任何建议、意见及推

测并不构成任何投资建议。过往

业绩不代表未来表现，投资者应

自行决策，自担投资风险。

# 非持牌银行自营理财“撤退” 理财公司份额已近九成

●本报记者 吴杨

日前，银行业理财登记托管中心发布《中国银行业理财市场半年报告（2025年上半年）》。截至6月末，在30.67万亿元理财产品存续规模中，32家理财公司产品存续规模为27.48万亿元，较年初增长4.44%，占全市场的比例为89.61%，较年初提升1.28个百分点。

此外，部分未设立理财公司的中小银行（简称“非持牌银行”）与理财公司近日披露了2025年上半年理财业务报告。数据显示，今年上半年非持牌银行自营业务规模压降明显，有的银行自营业务规模甚至清零。业内人士认为，一些理财规模小以及获批理财公司牌照可能性不大的银行将加快布局理财代销业务，理财市场集中度有望提升。

## 5家理财公司业务报告出炉

目前，浦银理财、华夏理财、苏银理财、恒丰理财、青银理财5家理财公司披露了2025年上半年理财业务报告。截至6月末，除青银理财外，4家理财公司理财产品存续规模较2024年末出现正增长；固收类理财产品仍是主要的理财产品品种。

数据显示，截至6月末，恒丰理财、华夏理财、苏银理财的理财产品存续规模较2024年末增幅较大，分别增长

### 部分理财产品存续规模

2025年6月末产品规模(亿元)	2024年末产品规模(亿元)	较2024年末变动幅度
浦银理财 12948.23	12705.56	1.91%
华夏理财 9931.11	8332.93	19.18%
苏银理财 7453.84	6331.85	17.72%
恒丰理财 2075.41	1659.31	25.08%
青银理财 1894.80	1993.26	-4.94%

数据来源/理财公司理财业务报告 制表/吴杨

25.08%、19.18%、17.72%，增至2075.41亿元、9931.11亿元、7453.84亿元；浦银理财产品存续规模实现小幅增长（较上年末增长1.91%），至12948.23亿元；青银理财产品存续规模下降4.94%，至1894.8亿元。

上述5家理财公司均发行了固收类、混合类理财产品。除恒丰理财外，它们都发行了权益类理财产品。不过，总体来看，固收类理财产品仍是大头，规模占比普遍超99%。

## 稳妥推进自营理财压降

2024年以来，监管部门加强窗口指

导，要求非持牌银行压降自营理财规模。此类银行中的大部分根据自身资源禀赋，稳妥推进理财产品压降。

《报告》显示，截至6月末，有存续理财产品的银行机构共计194家，较今年一季度末减少21家。

不少非持牌银行近期公布的2025年上半年理财业务数据显示，它们的自营理财规模压降明显，有的银行自营业务规模甚至清零。

例如，截至6月末，浙江海宁农商银行自营理财产品已全部压降完毕，存续理财产品0期，资产余额0亿元。该行3月末的理财产品余额为0.12亿元。

截至6月末，汉口银行理财产品存续

规模385.23亿元，全部为固收类理财产品，相较上年末，规模减少超60亿元，固收类理财产品数量减少40余只。

截至6月末，台州银行存续理财产品6只，存续规模24.08亿元，全部为公募、固收类理财产品，规模较2024年末下降48.48%；河北银行理财产品存续规模119.98亿元，较2024年末下降45.05%。此外，湖南银行、上饶银行等银行的自营理财规模下降幅度也较为明显。

## 积极做好多手准备

压降自营理财规模已成为不少非持牌银行不得不面对的现实。