

理财产品“挑花眼”背后暗藏同质化内卷

“现在的理财产品数量实在太多了，产品系列也多，别说是投资者，有时候连银行的客户经理都搞不清楚！”某城商行理财公司首席投资官向中国证券报记者直言。11月25日，记者在中国理财网搜索发现，全市场存续理财产品已超3.8万只，仅11月以来新发的理财产品就超过1900只。

此外，部分理财产品名称超过20个字，“瑞盈”“美好”“锦上添花”等吉祥词汇高频出现。有的理财产品还下设多个子份额，投资者直呼“挑花眼”“看不懂”。记者调研发现理财产品数量庞大、名称雷同，使得投资者对其特点、未来表现等难以琢磨，只能靠历史收益率或业绩比较基准来排序挑选。

● 张佳琳 李蕴奇



视觉中国图片

投资者直呼“挑花眼”

“想通过银行App购买理财产品，结果在产品一栏翻了好几页都看不到底。理财产品名称都差不多，有些会把最短持有期融在名称里，这样还能好一些。仅看手机页面，那么多产品根本分不清。我一般都点‘收益率从高到低’按钮，选收益率最高的几款产品。”北京投资者李女士的困扰是不少投资者的共同感受。

面对数万只理财产品，多位受访者表示，自己犯了“选择困难症”。投资者往往很

影响理财服务透明度

“各家理财机构为了争夺代销渠道的产品排期资源绞尽脑汁。从好的方面看，客户的选择变多了；从不好的方面看，这会让行业陷入无序竞争。理财机构内部专业性分工不明确，导致资源浪费，投资者并不知道产品背后是哪个团队在管理，很难做出选择。”某国有大行理财公司人士告诉记者，现在市场上发行这么多产品，一个重要原因就是理财公司内卷严重。

事实上，在资产荒背景下，优质高息资

从做大货架到做强策略

业内人士认为，要解决产品数量过多且高度同质化的问题，理财机构需要从做大货架转向做强策略，并从产品销售转向投顾服务。多位理财公司人士表示，未来行业的发展趋势是资产配置与投资策略持续优化。

“理财行业的优势是立足于绝对收益，控制产品净值波动，并在此基础上给投资者带来高于存款利率的收益水平。未来，各家理财机构将回归到投资策略上，在对投资者

难通过理财产品名称来判断其具体特征。类似“添利”“增利”“幸福”等寓意吉祥的词汇，高频出现在多家理财机构的产品名称中，这样虽能描绘出收益愿景，但无法展现投资策略、风险属性，难以辅助投资者进行初步筛选。

“目前，理财产品的分类不够细，主要是依靠银行或银行理财公司品牌，以及风险等级来区分，不同公司的产品名称和风险特征较乱。”某股份行理财公司人士告诉记者。

产难寻，绝大多数理财产品主要投向债券、货币市场工具等固定收益类资产。往往采取相似的“固收+”策略，导致产品风险收益特征趋同。机构在产品命名和营销方面又习惯堆砌专业术语，导致产品名称高度相似，让投资者难以一眼就区分出理财产品之间的核心差异。

不仅如此，部分理财产品下设A款、B款、C款等多个子份额。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏告诉记者，此举主要是理财机构针对不

进行分类分层的基础上，以大类资产配置来实现不同风险偏好及投资期限的投资者期望的收益目标。”上述国有大行理财公司人士表示。

在北银理财多资产配置部总经理林彦博看来，理财公司应突破对传统固收类资产的依赖，深挖项目类资产价值，重点布局基础设施REITs等具有稳定现金流的资产；捕捉权益市场结构性机会，通过量化指数增强策略、券商浮动收益凭证、FOF

业内人士表示，理财产品名称与产品具体特征关联度弱化，使得产品名称本身所承载的信息量有限，投资者难以通过名称对产品的风险收益特征、投资策略等有初步了解。

某城商行理财公司人士告诉记者：“实际上，理财公司内部对产品有很多细分定位，并不局限于风险等级、投资性质等指标。例如，公司会根据不同的投资策略、资产配置、仓位、久期等对理财产品进行分类，对外

同客户类型、起购金额或费率结构进行分层，通过差异化的业绩比较基准或费率来吸引不同客群，本质上是一种对商业效率的考量。

同时，代销银行可能会要求理财机构定制不同份额来匹配本地客户的需求。业内人士表示，通过设置不同份额，理财产品管理人可以在同一个产品“外壳”下，根据不同渠道的销售成本和客户的议价能力，精准设定不同的费率。这样既能满足客群的需求，又能避免频繁设立新产品增加运营成本和

投资等工具化产品抓住市场红利；开拓跨境投资渠道，通过多种策略配置海外高息资产。

曾刚建议，理财机构应进行产品“瘦身”与整合，对于策略雷同的迷你型产品，应建立常态化的清退或合并机制。在产品布局上，应避免单纯通过微调期限或起购金额来新发产品，而应真正基于投资策略，如纯债策略、混合策略、挂钩衍生品等，构建清晰的产品线，打造辨识度高的品牌系列。

往往会以不同的产品系列名称来标示，但各家理财公司的分类及命名标准不一致，有时会让投资者感到困惑。”

业内人士表示，部分产品名称雷同，也在一定程度上反映了理财机构产品设计同质化、品牌特色缺失的现状。当产品名称无法提供有效信息时，投资者便只能转向篇幅较长、专业性较高的产品说明书等文件获取信息，无形中增加了投资者的信息获取难度。

监管报备负担。

然而，种类繁多的子份额给投资者带来了困扰。上海金融与发展实验室首席专家、主任曾刚表示，目前行业对于理财产品下设子份额的命名缺乏统一标准，导致投资者不仅难以横向对比不同理财机构的产品，甚至面对同一家理财机构的产品也容易犯“选择困难症”。这种复杂的份额设置提高了投资者的认知门槛，客观上降低了理财服务的透明度和友好度。

此外，曾刚建议，理财机构应将工作重点从卖产品转向卖服务，根据客户的实际风险承受能力，帮助他们在复杂的产品货架中筛选出最为合适的产品，而非仅仅把上新多少产品作为业绩指标。

专家还表示，理财行业应强化信息披露的易读性与标准化。监管部门或行业协会可推动建立统一的产品命名与份额编码规范，理财公司也应对产品的设计等信息披露得更详细，避免使用模糊的“固收+”标签。

银行股增持潮起 股东用资本投票

● 本报记者 石诗语

近期A股银行板块再现股东与高管“真金白银”增持热潮，南京银行、成都银行等城商行接连披露大额增持公告。业内人士认为，银行股在震荡市中展现出强劲韧性。这场覆盖多家中小银行的增持行动，既传递出银行对自身基本面的坚定信心，也折射出市场资金对高股息资产的配置偏好。

内外资同步发力

11月下旬，上市银行增持公告密集落地，内外资大股东与核心管理层形成增持合力。11月21日，南京银行公告显示，法国巴黎银行（QFII）9月29日至11月20日，以自有资金通过上海证券交易所交易系统以集中竞价交易方式增持该行股份1.28亿股，占该行总股本的1.04%。增持后，法国巴黎银行及法国巴黎银行（QFII）合计持股比例由17.02%增至18.06%。

值得注意的是，这已是法国巴黎银行今年以来第二次增持南京银行。9月法国巴黎银行通过QFII渠道增持南京银行1.08亿股，今年的两次增持合计超2.36亿股。除法国巴黎银行外，今年下半年以来，南京银行还获得南京高科、紫金集团等股东的增持。

成都银行近期披露的股东增持进展也颇为亮眼。该行两大股东成都产业资本集团与成都欣天颐在8月27日至11月21日期间，合计耗资6.11亿元增持该行3424.7万股，其中成都产业资本集团增持1404.48万股，成都欣天颐增持2020.22万股，目前持股比例分别达6.06%和4.27%。公告明确此次增持计划尚未实施完毕，两大股东将按照增持计划以自有资金继续增持成都银行股份。

中小银行的管理层自掏腰包增持同样引人注目。11月20日常熟银行公告称，该行行长陆鼎昌等6名高管拟在未来6个月内增持该行A股股份不少于55万股；沪农商行则于11月18日披露，该行行长汪明等5位高管已于11月13日至17日合计增持25.91万股，成交价格9.02元至9.08元之间，且承诺锁定两年。

基本面企稳与估值优势共振

业内人士认为，近期银行股东的密集增持并非偶然，而是由经济复苏预期、业绩改善与估值修复逻辑共同作用的结果。

记者统计发现，截至11月25日收盘，今年以来，在42家A股上市银行中，38家股价上涨，23家股价实现两位数涨幅，业绩回暖与分红次数增加形成良性循环，但板块整体市净率仍处于历史低位区间。

苏商银行特约研究员薛洪言向记者表示，此次增持潮主要集中于经营稳健、所处区域经济韧性较强的城商行和农商行，增持主体包括外资机构、地方国资和银行董监高，这传递出内外部资本对区域性银行经营韧性的认可。在当前银行股整体估值处于历史低位的背景下，四季度以来上市银行获自家大股东及董监高密集增持，反映出大股东及管理层对银行长期投资价值的信心，这不仅是对银行内在价值的肯定，更为市场提供了明确的估值参考。

值得注意的是，此次增持潮呈现出一定程度的策略转变。业内人士表示，与此前股价低位时的防御性增持不同，近期增持多发生在股价上涨期，反映出股东从被动护盘到主动引导估值修复的转变，核心逻辑是对经济复苏与息差企稳的长期预期。

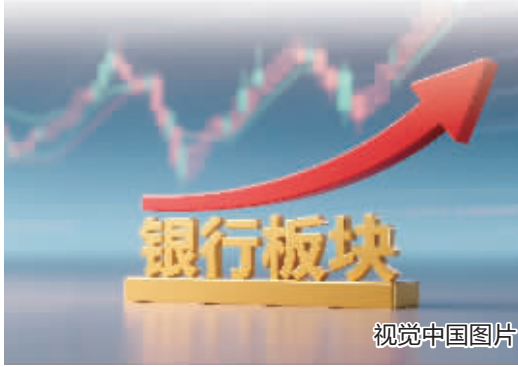
估值修复可期

对于后续增持趋势与银行股走势，机构态度乐观。展望四季度银行股投资机会，光大证券金融业首席分析师王一峰认为，银行板块再配置的时间窗口已打开，进入“顺风期”。

他表示，从基本面角度看，银行经营业绩韧性较强；从板块估值角度看，经过三季度阶段性调整，银行板块“高股息、低估值”属性再度凸显；从资金配置角度看，银行板块防御属性对资金吸引力增强。同时，保险机构、AMC、产业资本等投资者对银行股仍有持续配置诉求。

中泰证券银行业首席分析师戴志锋认为，经济偏平淡期间，银行股的高股息会展现出较强的吸引力，继续看好银行股。可关注银行股两条投资主线：一是拥有区域优势、业绩确定性强的城农商行，区域包括江苏、上海、成渝、山东和福建等；二是高股息稳健的逻辑，重点推荐国有大行以及股份行。

王一峰建议，关注基本面稳健且具有较好分红水平的国有大行，以及区域经济韧性强、经营业绩确定性较高，兼具估值性价比的银行。



视觉中国图片

银行理财加速“入圈” 资管协会更名开启行业协同新篇章

● 本报记者 程竹 吴杨

中国证券报记者近日发现，中国保险资产管理业协会官方微信公众号已正式更名为中国银行保险资产管理业协会。早在今年8月，就有相关人士透露，协会已召集会员审议通过更名议案，10月完成工商信息变更，目前协会网站尚未完成更名。

与此相应，银行理财公司融入统一行业自律体系也进入尾声。在全国32家银行理财公司中，已有30家成为协会会员。在银行理财市场规模突破32万亿元的背景下，此次更名标志着资管行业将在统一的自律框架下协同发展，有助于消除行业壁垒、规范信息披露并保护投资者权益。

官微更名落地

协会官微简介显示，中国银行保险资产管理业协会是由银行理财及保险资产管理行业自愿结成的全国性、行业性、非营利性社会组织，接受国家金融监督管理总局和民政部的业务指导和监督管理，认真履行自律、维权、协调、服务职能，发挥服务会员、辅助监管的作用，推动行业高质量发展。

此次更名并不突然。8月，某保险资管公

司人士就曾透露，协会已召开会员审议表决会敲定更名事宜。天眼查信息显示，10月协会完成工商信息变更，从法律层面完成主体身份更新。而近期协会官微名称切换，或标志着更名工作步入收尾阶段。

会员扩容速度印证了行业对此次整合的积极响应。协会网站8月19日披露的信息显示，农银理财、中银理财、华夏理财等30家银行理财公司已加入协会。在全国32家银行理财公司中，仅信银理财和汇华理财尚未入会。事实上，部分银行理财公司早在今年7月就主动融入协会，赴京接受相关业务培训。

此外，协会4月更新的第二届公开市场投资专业委员会成员名单中，消银理财、招银理财、民生理财等机构的高管已担任特别委员。据协会网站8月19日披露的信息，协会成员共有552名，覆盖公募基金、证券公司、银行理财公司等领域。

多重因素驱动

这场行业组织的重构是监管政策导向与市场发展需求共同作用的结果。

2023年11月，金融监管总局资管机构监管司正式成立，将信托公司、银行理财公司、保险资产管理公司纳入统一监管范畴，目前

三类机构管理和服务的资产总规模已超100万亿元。“监管层面已实现同类业务统一监管，自律组织要跟上步伐，形成监管与自律的协同。”某银行理财公司高管的观点道出了行业共识。

庞大的市场规模与行业地位，让银行理财公司的全面融入具备了现实基础。银行业理财登记托管中心数据显示，截至2025年三季度末，银行理财市场存续规模32.13万亿元，创历史新高，其中银行理财公司发行产品规模占比91.13%。从经营表现看，银行理财行业活力持续提升，截至6月末，已有十余家银行理财公司管理规模突破万亿元，多家披露业绩的银行理财公司实现净利润正增长。一家国有大行理财公司人士表示，如此体量的市场主体，亟须专业的全国性自律组织进行规范引导，协会更名扩容正是为了适应这一需求。

协同发展迈向纵深

统一自律框架的搭建或为银行保险资管行业带来多重利好，不仅将优化机构经营逻辑，更将惠及投资者与实体经济。在机构层面，银行理财公司与保险资管机构的优势互补有望深入实践。业内人士表示，银行理财公司依托渠道优势拥有庞大客户基础，擅长运