

净值平滑又添新操作:投顾成为“净值美容”助手?

“我们正准备起量,直接就被公司领导按住了。”某信托公司业务人员5月20日向中国证券报记者表示。

他所说的是近期信托公司在与理财公司合作中新推出的一项业务,其核心是“投顾让利回补净值”模式。记者日前独家报道,在理财委外业务中,部分信托公司聘请券商担任投顾,通过让券商主动放弃浮动报酬来回补产品净值,从而降低净值波动对理财产品的冲击。

事实上,从最早的信托平滑机制、收盘价估值服务,到自建估值模型,每一种理财产品净值平滑方式被叫停后,总会有新的“替代品”迅速补位——如今“投顾让利回补净值”这一新的方式已浮出水面。当然,也有信托公司人士坦言:“能衍生出各种花活的只是少数公司,理财与信托正常合规业务合作态势没有改变。”不过,监管部门近日已下发通知,要求排查净值化管理不到位等问题。

●本报记者 吴杨

北方地区某信托公司标品业务负责人向记者详细拆解了“投顾让利回补净值”模式的操作链条:信托产品聘请券商担任投顾,双方约定固定及浮动投顾报酬,信托公司每日计提浮动报酬,定期给投顾“打分”,若当天净值下跌,就给出一个低分,券商据此主动放弃已计提的浮动报酬,将资金回补至信托资产中,从而修复当日净值。“目前的固定投顾报酬大多在万分之五,浮动报酬则根据当日行情计提。”该负责人说。

券商为何愿意主动放弃这部分浮动报酬?

理财产品对稳定净值的强烈诉求,不断催生出的净值平滑手段,而监管的尺度也在不断收紧。

近年来,从收盘价估值到各类“隐蔽魔术”,理财资金对低波动资产的渴求未曾减弱。中国理财网数据显示,截至一季度末,理财产品存续规模31.91万亿元,同比增长9.51%。中金公司研究部银行业分析师王子瑜表示,今年一季度,理财产品延续了2025年大幅增配公募基金的趋势,配置公募基金产品规模升至1.9万亿元,仓位占比5.7%。“较为强劲的配置需求,反映出多数理财机构在面临

目前,信托业管理资产规模已突破32万亿元,但不少信托公司利润不升反降。

“虽然行业总体营收和利润有所回暖,但目前仍主要依赖固有业务和资本市场正向收益,信托业务本身尚未形成可持续的盈利模式,年度经营收入表现出不稳定性。”北方地区某信托公司财富管理总监称,核心挑战在于,标品信托的主动管理能力尚未真正兑现为

表面上看,这似乎有损券商利益。“赚到固定报酬就好,现在大家保规模的诉求很强烈。”上述负责人表示。

某信托公司同业金融部人士从另一个角度分析了券商让利的逻辑,券商通过合作对接了巨大的交易体量,衍生出交易佣金等收益。“底层资产配置债券,券商做投顾,而且交易端放在券商那里,交易体量非常大。”他说。

据前述北方地区信托公司标品业务负责人介绍,此类业务一旦跑通,上量极为迅速。净值平滑主要依托收益回补与调整估值两类方

资产荒压力、净值平滑手段退出背景下趋同的选择”。

记者获悉,针对信托公司与理财公司开展的债权投资业务、估值管理等方面问题,监管部门近日向多家信托公司下发《关于转发资管公司2025年四季度通报内容的通知》,指出信托行业存在债券交易管理不规范、私募基金合作管理不到位、低质低价内卷式竞争等问题。部分信托公司已启动对照排查,并针对自查发现的问题着手制定整改计划。

据知情人士透露,一份信托公司内部风险排查材料列出了多项重点风险隐患。例如,信

定价权,大量标品业务侧重规模扩张而非收益创造,费率低且同质化竞争严重。

告别了以房地产、政信、通道为代表的“三驾马车”,信托业正在资产服务、资产管理、公益慈善的三分类中重新寻找定位。随着内卷加剧、费率走低,一个根本性问题浮出水面:信托公司靠什么活下去?记者了解到,有的公司积极围绕股东资源禀赋开展业务,有的公司关

大银行发布公告称,该行自5月21日起,为代销的光大理财“阳光乐活228号”理财产品提供“T+0.5”赎回资金到账服务,赎回资金于“T+1”日(交易所工作日)中午12点前到账。此前光大银行已为“阳光乐活128号”产品提供同样的增值服务。

此外,平安银行App设置了“赎回最快8点到账”服务专区,有超10只平安理财的产品支持赎回份额次日交易日早8点到账。工银理财、信银理财、北银理财等也已推出支持“T+0.5”功能的产品。

“相较于传统‘T+1’交易日下午到账模式,‘T+0.5’功能将资金到账时间提前了半天,提升普通赎回的便利性,让投资者在‘T+1’交易日上午即可灵活支配资金,更好适配日常消费、应急周转等场景。”某股份行个金业务负责人表示。

投资者流动性偏好提升

资金到账效率的提升优化了投资者使用体验。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为,“T+0.5”赎回模式,将到账时间缩短近半天,可有效提升资金流动性,满足投资者对短期

式,后一种方式已被监管部门叫停。

“投顾让利回补净值”模式本质上不利于净值化管理和投资者教育。前述信托公司同业金融部人士表示,这种做法存在合规风险,通过考核打分、与券商约定计提报酬回流信托产品,实质上是人为抹平产品净值波动,偏离底层资产真实收益表现,违背资管新规净值化管理等要求,“此前的净值平滑方式被叫停,核心原因在于存在投资者公平性问题”。

“投顾让利回补净值”模式背后,折射出理财资金巨大的净值平滑需求。银信合作仍是

托公司与理财公司合作的债券投资业务存在净值化管理不到位,估值原则、方法等未严格遵循相关规定,可能引发偏离公允价值、掩盖资产真实风险收益、调节产品收益、不公平对待投资者等问题。

不过,理财机构与信托公司正常的委外合作并未受到影响。“理财产品委外信托的规模仍在增加,一定程度上说明更多不以净值平滑为目的的委外业务出现。例如,有的理财产品凭借现有资源,难以覆盖足够多的资产,便将理财资金配置信托产品,产品由信托公司主动管理。”某信托公司北京地区负责人表

注地方政府债务化解中的信托机会,还有的公司试图嵌入金租业务,寻找新的业务增长点。

前述信托公司北京地区负责人表示,其他资管领域均已实现面向客户收取管理费或者服务费,但是信托产品业务逻辑仍停留于信贷模式,赚取中间利差。“不过,资产管理信托管理办法征求意见稿已发布,正式文件落地后,将推动组合投资模式转变,资产管理信托有望

资金周转的迫切需求,同时进一步增强了理财产品的便利性与竞争力,有助于改善投资者体验。

谈及理财机构与代销银行优化赎回服务的原因,业内人士认为,理财规模承压与投资者偏好变化是主要驱动力。

《中国银行理财市场季度报告(2026年一季度)》显示,截至2026年一季度末,全市场理财产品存续规模31.91万亿元,同比增长9.51%,但较上年末减少1.38万亿元,环比下降4.15%。

招联首席经济学家董希淼分析称,当前,保守型投资者对理财产品的流动性偏好有所提升,缩短赎回时间成为机构吸引资金回流、缓解规模下滑的重要手段。

需要注意的是,“T+0.5”模式在提升理财产品竞争力的同时,也放大了流动性管理压力。

“虽然只提前了半天,但后台部门要对产品多个环节进行重构,同时理财公司、托管银行、代销银行等相关方的清算系统需高效协同配合。”上述股份行个金业务负责人说。

董希淼表示,日间垫资会产生资金拆借成本,若机构过度依赖垫资而非真正提升清算效

资管行业的重要板块。中金公司近日发布的研报显示,理财产品主要通过资管产品进行间接投资,信托占比仍然较高且继续边际增长。从理财产品前十大持仓资产来看,信托产品的占比最高,去年四季度末环比小幅下降,但今年一季度末回升至80.4%。

记者采访了解到,衍生出各种“花活”为理财产品平滑净值波动的信托公司仍属少数。综合来看,得益于信托工具申赎灵活的特性,以及信托公司在债券交易账户与运营管理上的便利,理财公司与信托公司的合作仍在持续。

示,近年来,这类合作越来越多,但规模占比还不高。

与此同时,也有信托公司人士向记者表示,从市场实践来看,投资者对标品信托的认可度正稳步提升,“固收+”、TOF等稳健型标品产品,凭借风险收益特征清晰等优势,已成为高净值客户资产配置的重要选择。

“在行业转型的背景下,我们会积极寻求与理财公司合作,毕竟它们的资金体量大,对投资、运营等方面的需求也大。”前述信托公司北京地区负责人表示。

回归资管业务本源逻辑和商业模式,未来将逐步实现商业模式的根本性转变。”

“请给信托公司发展标品信托,培育自身的主动管理能力以及投研能力多一点时间。毕竟在此前很长一段时间里,信托公司的业务都是以非标融资为主。”前述北方地区信托公司标品业务负责人表示,不应谈“银信合作”色变,目前信托公司更多承接的是正常理财委外业务。

率,可能面临监管约束。一旦遭遇突发性大规模赎回,较短的清算窗口将放大机构日内资金周转压力,甚至引发集中赎回的负向螺旋。

提升长期竞争力

从行业发展来看,赎回效率的提升只是一种短期竞争手段,理财公司长期发展仍需深耕产品策略创新与投研体系建设。

苏商银行特约研究员薛洪言建议,一方面,理财公司应加大对低波动、绝对收益策略产品的研发力度,通过多资产配置和结构化设计,在控制产品净值回撤前提下挖掘稳健的超额收益来源,以实实在在的业绩吸引投资者;另一方面,需深化投研数字化转型,利用智能技术提升宏观研判与信用评估的精准度,敏锐捕捉市场错配机会。同时,通过提供个性化资产配置建议和透明的运作披露,引导投资者从追逐短期收益率转向关注长期复利效应。

“当前理财市场固收类产品占比过高,机构应加快拓展含权产品,丰富产品矩阵,同时下沉布局三四线城市普惠财富管理市场,挖掘增量空间。”董希淼说。

“省超”热浪席卷全国 银行冠名卷出新高度

●本报记者 张佳琳

1元看球、4秒售罄、上万人助威……今年以来多个省份的城市足球联赛相继揭幕,绿茵场上的欢呼声浪席卷全国。

赛场上球员们激烈角逐,观众席旁的广告牌同样引人注目。如今,各大“省超”的赛事冠名权被商业银行密集抢占——从深耕地方的城商行到全国布局的股份制银行,再到实力雄厚的国有大行,“省超”赛场成为银行跨界竞争的新战场。这里见证着银行品牌战略的深刻转向:银行赞助告别了过去“单纯给钱”的粗放模式,已深度嵌入赛事引育、场景融合及区域文旅消费的全周期。

足球盛宴背后的银行身影

没有大牌球星,赛事门票却秒售罄。自去年以来,“省超”赛事伴随着出圈热梗,频频成为流量担当。一场场足球盛宴的背后,少不了银行的身影。

“江苏银行赢麻了!”“苏超”爆火后,不少网友如此调侃。从联赛初创时的默默保障,到热梗出圈后的深度谋划,江苏银行作为赛事总冠名商,推动“苏超”由体育赛事升级为激活文旅消费融合的新风口。

今年4月,“闽超”新闻发布会宣布兴业银行成为赛事独家冠名商。“此次冠名福建城市足球联赛,是兴业银行深入践行金融工作的政治性和人民性,落实国家足球振兴战略、服务福建体育强省建设的重要举措,也是完善消费场景生态、推动福建文旅融合发展、助力扩大内需的创新实践。”兴业银行相关负责人表示。

“支持‘赣超’联赛,既是落实金融支持体育产业政策的务实之举,也是助力江西体育强省建设的应有之义。”日前,建设银行江西省分行机构业务部负责人表示,作为赛事总冠名方,该行将金融活水精准注入赛事全链条,着力构建“金融+体育+文旅+消费”融合生态,以赛事流量激活消费增量。

银行深度嵌入赛事全周期

“这个520,带上你的看球搭子,拿着官方发的打车券,去喝一杯黄酒奶茶,吃一笼小笼包,最后到上虞体育中心吼一嗓子。这不仅是一场球赛,更是一次深度的越地文化之旅。”2026浙商银行浙江省城市足球联赛(“吴越杯”)如此宣传。

赛事搭台,金融助力。作为赛事总冠名商,浙商银行表示,该行依托“吴越杯”,通过“线上+线下”的方式探索打造消费新场景。为丰富消费者的观赛体验,该行App同步推出“浙里足够燃”专属赛事专区,集惠民福利、赛事互动、资讯服务于一体,让球迷指尖轻点,即可畅享“观赛+消费+金融”的便捷体验。

“浙里足够燃”专区打造了全链路赛事互动体系,让球迷从旁观者变身参与者。除了联合大麦网推出“1元观赛”专属活动外,球迷在专区还可参与“吴越杯”赛事门票免费抽取、一键领取线下商户消费券等活动。

将赛事热度转化为经营流量

银行扎堆冠名“省超”并非一时跟风,背后是对零售业务转型的深层焦虑以及拓宽获客渠道的现实需求。业内人士表示,“省超”的参赛队伍本地化,球迷大多是土生土长的当地人,自带强烈的地域归属感 and 情感联结,这为银行精准触达当地客户提供了绝佳场景。

日前,江苏银行高管在业绩说明会上直言:“2025年冠名的‘苏超’深受大家喜爱,去年全年总曝光量超过20亿次,为我们在场景流量经营上的探索开辟了新空间。”江苏银行不仅深度参与“苏超”每一场比赛的服务保障工作,更以此为契机,积极探索“金融+体育”创新模式,实现了品牌声誉与业务价值双提升。

江苏银行表示,该行以“苏超”赛事为重要支点,探索从赛事冠名赞助商到金融产品供给者,再到赛事生态共建者,三重角色迭代转型。在手机银行端打造流量承载和资源整合平台,设立“苏超”专区,通过线上抽取门票活动提升公众观赛参与度。打造“跟着苏超去狂欢”促消费主题活动,携手餐饮、演艺、出行、文旅、购物等品牌商户,发放消费优惠券,将赛事热度转化为经营流量。

事实上,对银行尤其是城商行而言,其核心诉求在于扎根本地、做深做透本地客群,带有地方属性的足球赛事自然成为银行最具针对性的赞助选择。包括浙商银行在内的多家银行都打造了“绿茵金融”特色板块,整合旗下理财产品优质金融产品,将金融服务融入赛事场景,让球迷在观赛互动的同时,能便捷获取专业金融服务。