

渠道广撒网 规模涨不动 理财代销遭遇“签约易、销售难”困局

2026年以来，全市场理财跨行代销机构数量稳步增长,理财公司纷纷将城商行、农商行乃至国有大行纳入渠道布局版图。然而渠道签约热潮之下,“签而不销”“签约易、销售难”等问题凸显,渠道扩张速度与规模增长速度渐渐拉开差距。

业内人士认为,“签而不销”难题背后,存在着客群错配、销售动力不足、产品同质化等多重痛点,行业需摒弃浅层导流合作,构建长期利益绑定的共生机制,依托渠道深耕实现有效业务放量。

● 本报记者 李蕴奇

理财机构发力扩代销

今年以来,理财公司持续拓展母行以外的代销渠道。银行业理财登记托管中心7月28日发布的《中国银行业理财市场半年报告(2026年上)》显示,2026年6月末,理财公司合作代销机构数量较年初有所增长,除母行代销外,2026年6月全市场有656家机构跨行代销了理财公司发行的理财产品,较2025年12月增加63家。

上半年,理财公司大力拓展代销渠道,将各地农商行、城商行、民营银行列为重点合作机构;销售能力突出的国有大行,则主动扩容同业理财产品交叉代销合作版图。

信银理财代销业务今年以来的发力重点是陕西和江苏两省的中小金融机构。7月16日和23日,信银理财密集发布公告,该公司将与70余家陕西省农村合作金融机构开展理财产品代销业务合作。此外,今年1月至5月,信银理财还与17家江苏省农商行建立了代销合作关系。

浙江省多家农商行成为理财公司角逐的目标。浙银理财、北银理财、上银理财今年以来均发布多条公告,宣布与浙江省多家农商行开展理财产品代销合作业务。

“各家理财公司对于代销行的竞争激烈,代销行也担心大规模引进外部产品后会冲击自营理财产品的规模。一般而言,某家城商行或农商行自营理财规模超百亿元后,便只愿意与五六家外部理财公司开展代销合作。”一位中型理财公司投资负责人表示。

国有大行代销产品扩容值得关注。杭银理财7月22日发布的理财产品代理销售机构名单中新增中国银行。上银理财5月9日发布公告称,新增交通银行作为该公司理财产品代销机构。

一位国有大行理财公司人士告诉中国证券报记者,目前,国有大行理财公司对母行渠道的依赖程度仍然较高,但商业银行代销理财产品扩容的趋势难以改变。因此,各家理财公司都在积极布局行外渠道,增强产品竞争力,减少对母行渠道的依赖,避免母行大量引入同业理财产品分流自有产品客户,拖累自身规模增长。

金融与城市发展共生共荣。早在上世纪90年代,金圆集团旗下厦门国际信托早期作为厦门市唯一对外融资窗口,发挥“外引内联”作用,为厦门大桥、高崎机场二期、厦门嵩屿电厂、厦华电子等重大项目提供金融支持。

金圆集团成立以来,积极探索“金融赋能+产业兴城”的可持续发展模式,2024年成立市级产业投资平台——厦门市产业投资有限公司,注册资本近300亿元,实施“重大项目

布局行外代销渠道,已成为各家理财公司增加规模的核心战略抓手,这一发展路径对中小理财公司而言至关重要。据上海银行2025年年报披露,上银理财积极拓展外部代销机构,2025年末外部渠道代销规模增加248.08亿元,占全部渠道代销规模增量的比重较2024年末提升5.7个百分点。另据渤海银行2025年年报,渤银理财拓展行外代销渠道成效显著,截至2025年末,行外代销理财产品规模748.07亿元,较上年末增加506.56亿元,增长209.75%。

尽管代销渠道不断拓展,但理财产品的规模增速呈现放缓趋势。中国理财网数据显示,截至2026年6月末,存续理财产品规模33.66万亿元,较年初增长1.11%。而2025年上半年末和2024年上半年末存续理财产品规模较当年年初的增速分别为2.38%和6.43%。总体而言,理财产品的规模增速不及行业代销渠道数量增速。

记者调研发现,虽然理财公司外部代销渠道数量不断增加,但各个渠道对于理财公司的贡献程度

邮储银行研究员姜飞鹏表示,部分他行渠道销售动能不足,主要原因是机构间产品机制和销售模式存在差异。一些银行对外部理财公司产品准入相对严苛,导致产品货架上外部理财产品的数量较少。

前述中型理财公司投资负责人补充道,不同银行的客群和销售重点有所不同,理财公司的产品可能在其他银行遭遇“水土不服”。如国有大行面对很多老年客户,旗下理财公司在产品设计上注重收益稳健、控制回撤;部分股份行理财公司的产品创设机制较为灵活,产品含权比例较高,可能超出老年客户的风险承受能力。

姜飞鹏建议,理财公司应进一步优化产品结构,针对渠道客群特点进行联合开发,增强渠道归属感与

存在明显差异,部分渠道“签而不销”的现象较为明显。记者查询某国有大行App发现,该行已与多家城商行理财公司建立代销业务合作,但是货架上难觅这些理财公司发行的产品。

此外,记者在另一家国有大行App看到,自家理财公司发行的产品与他行理财公司的产品在展示位曝光权重、上架数量上明显失衡,自家理财公司发行的产品占据了“活钱管理”“低波稳健”“收益进阶”三个栏目的全部9个醒目位置,只有点击“更多”选项并下拉页面后才能看到他行理财公司的产品。

国家金融与发展实验室副主任曾刚表示,理财产品销售渠道快速扩容,规模增速却在放缓,反映出代销市场存量博弈正在加剧。部分渠道拓展属于“广撒网”式的资质签约,并没有真正激活销售能力。如此一来,部分新增渠道贡献的增量有限,难以对冲母行渠道规模的流失。另外,理财产品收益率的比较优势弱化,行业整体面临资产吸引力下降的压力,渠道数量的扩张弥补不了产品核心竞争力偏弱这一短板。

销售动力,并在代销合作时提供场景化活术支持等。另外,优化利益分配机制,对长期持有客户较多的代销银行给予额外奖励,实现利益绑定与增量共赢。

曾刚认为,释放渠道增量的关键在于把合作从形式对接转向利益共生。理财公司应减少对母行渠道的依赖,加快向股份制银行、城商行、互联网代销平台等多元渠道拓展,用差异化产品和更有竞争力的费率换取代销行的真实推荐意愿;同时建立联合运营机制,包括数据共享、客户画像联动、销售业绩定期复盘等。理财公司应着力提升投研能力和产品竞争力,只有用业绩说话,才能从根本上破解代销渠道“重签约、轻销售”的困局,完成从渠道签约数量到渠道运营质量,再到实际业务规模增量的有效转化。

金圆集团:打造一流科创金融投资集团



金圆大厦(林铭鸿 摄)

直投+参股基金引导”双轮驱动,直投引入天马显示、中创新航、士兰微等13个具有强磁吸效应的重大产业项目,总投资超330亿元。近三年来,这些项目累计产值超千亿元,贡献税收超18亿元。

围绕现代化产业体系建设,金圆集团先后与宁德时代、厦心医院、优迅股份等产业链主在新能源、生物医药、集成电路和半导体等领域合作设立产业投资基金。截至目前,集团受托管理的市级产业投资基金在厦注册基金规模近2000亿元,链接全国超80家优秀私募机构;基金投厦项目315个,投厦金额超300亿元。今年3月,金圆集团依托多牌优势,通过“股贷债担保”一体化联动,助推全球碳化硅龙头企业瀚天天成在港交所上市。

在厦门市财政局指导下,金圆集团作为受托管理单位,系统运用“投、补、贷、保”,创新设立并管理城市建设投资基金、技术创新基金、增信基金等政策性金融工具,为近2万家企业提供超1900亿元金融服务。

聚焦城市发展所需,金圆集团创新金融工具,设立并管理厦门规模50亿元的产业并购基

金、首期规模50亿元的厦门市盘活存量基金、规模55亿元的厦门基础设施REITs投资基金,成为落实厦门投融资体制改革、服务城市能级跃升的创新实践。

着眼集聚长期耐心资本、赋能前沿科技创新,金圆集团主动对接国家级长期资金,围绕重点产业链强链补链、壮大科技产业集群,发挥基金引导作用。设立并管理福建(厦门)社保科创基金,规模200亿元,引入社保资金服务厦门科技创新发展,助力厦门成为社保基金在六大国家级科创中心之外合作的首个城市;设立并管理工银、中银、建银、农银4家AIC基金,规模总计220亿元,助力厦门成为全国首批AIC股权投资试点城市;设立并管理金圆产业链创新基金,规模10亿元,为科技创新发展注入资本动能。

面向科创企业发展需求,金圆集团通过增设科创增信子基金、设立民间投资担保专项计划、设立“专精特新”专板、发行省内首单科创投资类公司债等一系列举措,汇聚资本支持科创企业高质量发展。

15年来,集团围绕两岸共同市场、共同产

业、共同家园建设先行先试,两岸合资金融牌照数量稳居全国前列,成立全国首家两岸合资证券公司金圆统一证券、全国首家两岸合资消费金融公司金美信消费金融、福建首家两岸合资公募基金管理公司圆信永丰基金,成为大陆首家具有台资背景的城商行厦门银行的第一大股东。截至目前,集团累计引入台湾头部金融机构资本金近20亿元,服务台胞客户超10万人、台企近5000家,设立总规模近60亿元的涉台参股基金,运营全国首个两岸资本市场服务基地,加快打造“台资创新板”,持续构建两岸合作生态圈。

“我们始终牢固树立和践行正确政绩观,支持实体经济、推动科技创新,朝着‘服务产业、融合两岸的一流科创金融投资集团’阔步前行!”金圆集团负责人表示,集团将紧扣优化布局、深化改革、创新驱动三条主线,聚焦核心赛道,以产业研究为引领,以专业投资为引擎,以资本运作为驱动,以综合金融为支撑,争取在“十五五”期末成为产业特色鲜明、经营质量优异、管理效能卓越的一流科创金融投资集团,为厦门努力率先实现社会主义现代化贡献金圆力量。

“个贷融资成本明示”即将实施 多家机构提前完成合规布局

● 本报记者 李静

《个人贷款业务明示综合融资成本规定》8月1日起施行,相关机构加速系统改造、完善协议文本。中国证券报记者调研发现,部分商业银行、消费金融公司已发布明示贷款成本方案并上线综合融资成本明示相关流程,部分助贷机构也在探索与放贷机构新的合作模式,以适配监管新规要求。

机构分批推进合规改造

7月28日,记者实测了中邮消费金融的微信小程序借款流程。在申请贷款过程中,系统依次弹窗展示个人征信查询报送授权书、客户知情确认书及授信合同。其中,客户知情确认书专门设置收费项目确认条款:“本人申请贷款过程中,已经清楚知晓贷款人《综合融资成本明示表》所列的收费项目【包括但不限于贷款人收取利息、罚息、提前还款违约金(如有)等】,知晓贷款人不收取除约定的收费项目以外的任何费用,并禁止其他第三方合作机构以任何理由、任何形式向本人收取息费,本人接受、使用贷款的,即视同本人对收费项目无异议。”

中邮消费金融7月23日在其网站公告,已印发《综合融资成本明示表》,即日起生效。表格中包含贷款本金金额/剩余本金金额/延期金额/展期金额、贷款利息、增信服务费等项目,并将收取方式、收取主体一一对应,最终计算出“正常履约年化综合融资成本”,同时注明提前还款违约金、逾期罚息、挪用罚息等违约情形下的或有成本。

商业银行同样加快息费透明化布局。恒丰银行7月24日发布公告称,自8月1日起在个人贷款业务中全面落实综合融资成本明示规定,要求客户签署《个人贷款综合融资成本明示表》,明示表将完整披露本金、各项成本、年化水平、收取主体以及违约收费标准。该行北京地区一位客户经理表示,自8月1日起提款的客户,均须按此新规执行。

厦门银行、吉林银行等机构也相继发布相关公告。例如,吉林银行7月23日发布个人贷款综合融资成本明示表,并公示融资成本上限。该行表示,在正常履约情形下,办理个人贷款所需承担的综合融资成本(年化)不超过18%。

此外,记者还走访了工商银行、农业银行北京地区部分营业网点,网点客户经理表示,相关系统暂未上线。

破除息费信息壁垒

“贷款就像开盲盒。”这是此前不少借款人的共同感受。长期以来,大量消费投诉指向同一个痛点:部分贷款中介重点宣传低名义利率,却未清晰披露担保费、服务费及附加支出,借款人事后核算才发现综合融资成本远超预期。

借款人小欧讲述了她的经历:“中介说能帮我加入银行‘贷款白名单’,以便申请更低利率贷款,但要收12%的‘加白费用’。为此,我向银行咨询,银行方面表示根本没有这项收费。”

规定即将实施,各类费用与收费主体将一一对应,借款人可以清晰掌握每一笔融资成本的构成,其知情权将得到充分保障,为借款人带来了实实在在的益处。根据规定,贷款人须在营业场所、官网等渠道清晰披露正常履约情形下的个人贷款综合融资成本上限,同时需逐项计算并展示借款人承担的年化综合融资成本。阳光化竞争之下,第三方服务收费趋于规范,利用信息不对称牟利的黑中介生存空间被大幅压缩。监管相关人士表示,明确融资成本上限与综合融资成本,借款人比价将更加便捷,有望推动市场整体个人贷款实际融资成本稳步下行。

助贷行业重塑合作模式

根据规定,所有与贷款相关的息费均须纳入明示表。若机构在明示表之外收取任何费用,借款人有权拒绝支付或要求返还。明示表不仅是一份信息清单,更是借款人维权的重要合同依据。

记者了解到,部分助贷机构已在探索与放贷机构新的合作模式,以适应监管政策变化。某助贷公司人士表示:“此前,我们收取的服务费通常通过单独的《个人融资贷款服务协议》与客户进行约定,该协议单独列支的服务费会被认定为单笔贷款融资成本,与全部息费纳入明示表强制披露的规定相冲突。我们正在探讨将单笔融资服务协议改为年度融资服务框架协议,这样收费的依据是提供长期咨询服务,而非针对某笔具体贷款,从而避免与单笔贷款成本直接挂钩。同时,这种模式也有利于建立长期客户关系,增强客户黏性,便于后续深度挖掘客户需求。”