

银行理财信披新规落地调研：渠道披露存在“温差”



视觉中国图片

截至2026年6月末,银行理财存续规模33.66万亿元,这一庞大市场迎来信息披露系统性变革。随着《银行保险机构资产管理产品信息披露管理办法》落地实施,理财机构此前挑选有利时点展示收益、“报喜不报忧”的选择性披露做法被封堵,行业正式迈入“阳光披露”时代。

9月10日,中国证券报记者实测发现,理财机构在银行App等核心交易渠道的整改已到位,但微信公众号产品宣传推文、宣传海报等营销物料的信息披露仍存在“温差”。有理财机构在微信公众号推文里展示的理财产品业绩比较基准仍为数值型。即使是同一篇推文,机构推介的不同产品选用的过往业绩指标口径并不统一:有的产品展示成立以来年化收益率、近1个月年化收益率,有的产品则展示成立以来年化收益率、近3个月年化收益率。

记者调研多家理财公司得知,对于理财机构而言,信息披露改革不只是后台技术系统的改造升级,还将深刻重塑其产品设计、客户经营逻辑。“以前大家调整业绩比较基准相对容易,现在流程繁琐。监管部门的导向很明确,就是引导理财公司不要在业绩比较基准上盲目比拼。”一家城商行理财公司产品部总经理助理吴鹏说。

● 本报记者 张佳琳

据中国理财网微信公众号消息,中国理财网·理财行业统一信息披露平台已正式上线运行,全部32家理财公司、141家有存续公募理财产品的银行机构,以及41家开展理财产品托管业务的机构均已接入平台并开展信息披露,标志着我国银行理财行业信息披露规范化建设迈出了关键一步。

据悉,中国理财网·理财行业统一信息披露平台的建设运行是落实《办法》的具体举措,在监管部门的指导下,理财登记中心

记者调研发现,《办法》落实情况存在一定“温差”,有理财机构仍在微信公众号等渠道使用数值型业绩比较基准。

例如,“渝农商理财”微信公众号9月8日推文里推荐的4款封闭式产品,其中一款产品业绩比较基准为数值型,标注为2.30%;另外三款的产品业绩比较基准为区间型,分别为2.10%—2.70%、1.70%—1.90%、1.50%—1.65%。该推文里推荐的另外4款开

根据《中国银行业理财市场半年报告(2026年上)》,截至今年6月末,银行理财市场存续规模33.66万亿元,较年初增长1.11%。上半年累计新发理财产品1.82万只,募集资金39.21万亿元,为投资者创造收益3052亿元;理财产品通过投资债券、非标准化债权类资产、权益类资产等,支持实体经济资金规模约21万亿元;持有理财产品的投资者数量达1.51亿个,较年初增长6.59%。

阳光化信息披露,是银行理财净值化转

20家上市银行中期拟分红超2600亿元

六大行分红比例集体提升

● 本报记者 石诗语

9月10日,瑞丰银行发放2026年中期现金红利1.96亿元,是今年首家派发中期“红包”的A股上市银行。至此,包括瑞丰银行在内,已有20家A股上市银行披露或实施2026年中期利润分配方案,合计拟派息2661.14亿元。其中,国有大行分红总额占比超八成,且集体拟提升分红比例至31%。业内人士认为,下一步,上市银行在不断提升投资者获得感的同时,分红政策也应与宏观经济环境、监管导向及自身经营实际的变化动态适配。

六大行中期分红规模增长

整体来看,六大行仍是中期分红“主力军”。据Wind统计,六大行今年中期合计拟现金分红2209.89亿元。其中,工商银行、建设银行拟分红金额分别为538.53亿元、525.82亿元,处于第一梯队;农业银行、中国银行紧随其后,中期拟分红金额分别为453.93亿元、383.43亿元;邮储银行、交通银行中期拟分红金额均超100亿元。

从增量来看,六大行中期分红规模保持稳步增长,工商银行、建设银行、农业银行、中国

与理财产品管理人、托管机构、销售机构一道,积极推进系统建设、制度建设、流程建设等,高标准高质量完成了全面接入、全面披露的工作目标。平台全面上线运行当日,共披露各类公告近7000份,净值等各类数据近6万条。

资管新规全面落实后,银行理财完成净值化转型,但机构选择性信息披露这一痼疾困扰行业发展。过去,理财机构可截取产品收益表现最好的时间段对外展示;业

放式理财产品,则全部使用数值型业绩比较基准。

业内人士表示,数值型业绩比较基准虽便于投资者快速了解产品的投资目标,但随着市场环境变化、理财产品净值化深入,以及监管对业绩比较基准规范不断强化,这类基准的局限性逐步显现:

一是滞后于市场收益变化。利率持续下行,固定数值与真实市场收益水平渐行

型下半场的重要制度基础设施。这场改革的影响不止局限在信息显示层面,更将重塑行业竞争逻辑。当“选择性美化业绩”的路径被技术与规则堵死,产品真实中长期业绩、回撤控制能力将直接暴露在投资者面前,理财机构比拼的重心,将彻底转向投研实力、组合管理与风险控制能力。

“现在行业最关注的是怎么在投资端把产品收益率做上去。现在底层资产收益率很低,传统依靠高票息资产增厚收益的模式难以为继。

银行今年中期拟派息金额均较去年同期增多30亿元,建设银行增量最多,较去年中期拟增加39.77亿元。

股份制银行方面,截至9月10日,已有平安银行、民生银行、光大银行、中信银行等发布中期利润分配方案。其中,中信银行拟派息超110亿元,较去年中期增加8.35亿元。

此外,多家城商行、农商行中期分红积极性较高。就目前披露或实施分红方案的10家城农商行来看,其分红金额均较去年中期有所增加。其中,瑞丰银行、成都银行上市以来首次参与中期分红。

业内人士认为,近年来,上市银行中期分红的扩容,是监管政策引导、银行经营基本面支撑、市场需求牵引等多重因素共同作用的结果。

分红比例提升

过去几年,六大行的分红比例均保持在30%左右。为进一步提升投资者获得感,六大行2026年中期拟分红比例集体提升至31%。

工商银行董事会秘书田枫林在中期业绩发布会上表示,分红比例的提升,主要基于三方面考虑:一是积极回应市场关切与投资者诉求;二是今年上半年,经营业绩向优向强,资本

绩比较基准多为固定百分比数字,易被普通投资者误读为保底收益率。《办法》直指行业痛点,为机构信息披露划定了硬性标准。

“《办法》实施后,理财机构调整产品业绩比较基准的内部审批、对外披露流程变得繁琐。”吴鹏向记者表示,此前部分理财机构通过调高业绩比较基准数值,在营销端形成竞争优势。但在资产收益率持续下行的背景下,单纯依靠固收类资产产生的收益很难支

渐远。二是难对齐波动。产品净值随底层资产价格波动,数值型业绩比较基准无法对齐资产价格实际涨跌。三是易产生误导。固定数值容易被误解为收益承诺,违背资管行业“受人之托、代客理财”的本源。

理财机构在银行App、自有App等直接交易入口的产品详情页,大多已按监管部门要求,展示指数化业绩比较基准,产品完整

过去一些平滑净值波动的操作也被监管部门约束。行业普遍转向多资产、多策略、含权增强的投资路径,试图在收益增厚与回撤控制之间寻找平衡。”一家国有大行理财公司人士表示。

多家理财公司人士告诉记者,如今监管部门并不鼓励理财机构规模过快增长。单纯做大规模,已不再是行业核心加分项。但从现实来看,理财公司仍面临来自母行内部的经营考核、营收、利润、客户数等指标均有考核压力,行业普遍追求“合规前提下的稳步

实力持续稳固,为该行适度提高分红比例奠定了坚实基础;三是平衡好股东回报与长远发展的需要,始终坚持在股东利益、业务发展和资本充足之间寻求较优平衡。

建设银行副行长纪志宏在该行中期业绩发布会上介绍,自上市以来,该行累计分红超1.4万亿元,近三年来每年分红超千亿元。

“提升分红比例,是统筹平衡我行基本面、股东回报和业务长远发展等因素后的综合决策。分红比例升至31%,是对投资者的回馈,可进一步提升股息吸引力,同时也为我行保留了相对充足的内源性资本,支撑长期可持续发展。”纪志宏说。

除六大行外,还有多家银行中期拟分红比例超30%。其中,招商银行虽未正式发布中期利润分配方案,但其在半年报中披露,该行2026年中期拟分红比例为35%。

成都银行副行长、董事会秘书罗结在半年度业绩发布会上表示,已将每年现金分红比例不低于30%写入公司章程,充分体现了该行与股东共享发展成果的诚意与态度。

分红政策动态变化

展望未来,田枫林认为,分红政策并非一

撑较高的业绩比较基准。

记者采访多家理财公司产品部人士了解到,为匹配《办法》要求,行业集中开展系统改造工作,多数机构已在8月底完成产品内部估值、业绩核算、信息披露报送系统升级等工作。

“8月下旬,我们一直在集中调整旗下理财产品的业绩比较基准。对于尚未到开放期的产品,我们也会在未来几个月内陆续调整到位。”吴鹏告诉记者。

会计年度业绩,以及近1个月、近3个月、近6个月、近1年的年化收益率,披露要素齐全完备。而在微信公众号推文、客户经理朋友圈转发长图等营销物料里,有的标注产品成立以来年化收益率,有的标注成立以来年化收益率、每个完整会计年度收益率,还有的标注成立以来年化收益率、每个完整会计年度收益率以及近6个月年化收益率或近3个月年化收益率。

值得注意的是,今年发布的《理财公司监管评级暂行办法》明确,理财公司监管评级包含公司治理、资管能力、风险管理、信息披露、投资者权益保护、信息科技六大要素,指标分为定性、定量两类。其中,资管能力、风险管理两项合计权重达50%。行业竞争的关键正从拼规模转向拼资产配置、拼风险定价、拼客户适配,比拼的核心落脚于投研能力、风控水平与差异化产品设计。

成不变,而是需要与宏观经济环境、监管导向及自身经营实际动态适配。“下一步,我行将继续平衡好资本管理与分红政策的关系,努力保持自身稳健的经营态势,在全面考量股东合理回报、我行自身利润留存及外部资本补充的基础上,科学确定分红比例,不断增强金融服务能力和市场竞争能力,让投资者分享工行高质量发展的成果。”田枫林说。

纪志宏表示,下一步,建设银行将坚持稳健审慎的资本管理策略,保持合理的分红比例,多措并举增强资本内生积累能力,有序安排资本工具发行,确保资本充足率、资本回报率持续处于较优水平,以稳健经营为股东创造更大价值。

业内人士认为,持续稳定的高分红夯实了银行行的防御属性,叠加基本面改善形成共振,为板块估值修复奠定基础。

博通咨询金融行业首席分析师王蓬博分析称,当前,银行板块整体估值承压,中期分红既能向市场传递经营稳健的信号、吸引机构资金布局,也可以满足国资股东的现金流回报需求。同时,他建议,银行中期分红应当作为年度分红的补充,不宜过度分红,净息差压力偏大的机构更应留存利润夯实资本,切不可为追求分红透支自身资本实力。

新单不断落地 存量追加活跃 慈善信托银信共建加力

● 本报记者 薛瑾

2026年9月,距《中华人民共和国慈善法》正式施行已满十年。慈善法首次以法律形式确立了慈善信托制度,专章规定了其设立与运作规则。如今,慈善信托已经从一项鲜为人知的创新业务,发展到金融机构发力布局、站稳百亿元规模的重点业务。最新数据显示,截至目前,全国慈善信托累计备案已近3000单,披露的财产总规模近120亿元。在慈善信托新单不断落地、存量追加资金行为活跃的过程中,信托公司持续加码,银行则从“资金托管方”向“综合服务商”深度转型。

站稳百亿元规模

简单来说,慈善信托是个人或机构把一笔钱委托给专业的受托人打理,资金存入独立信托专户单独核算,钱怎么用、帮助谁,都按照设立时约定的条款执行。这笔钱实现专款专用和风险隔离,是一种带着公益目的的财产安排。

中国慈善联合会慈善信托委员会发布的《2026年上半年慈善信托发展情况简报》显示,截至2026年上半年末,全国慈善信托累计备案2933单,披露财产总规模约113.83亿元。这组数据还在增加。近期中国信托业协会发布的数据显示,截至2026年8月末,我国慈善信托备案规模117.29亿元。

今年以来,存量慈善信托追加资金行为较为活跃。截至8月末,共有119单慈善信托发生142次追加,追加规模约4.51亿元。追加规模相当于同期新增备案规模的44.6%。专家表示,这意味着,慈善信托取得了既往实践者的认可,有助于实现慈善信托财产的长期稳定及对慈善目的的持续支持。

中国信托业协会首席经济学家、中国慈善联合会慈善信托委员会主任委员蔡概还表示:“结合高净值人群的财富传承需求来看,慈善信托的市场潜力巨大。过去十年是我国慈善信托制度不断完善、业务规模持续扩容、服务场景日益丰富的阶段,期待未来相关法律制度和政策环境进一步健全,为慈善信托创造更加广阔的发展空间。”

信托公司加码

2023年6月起实施的信托业务分类新规,将信托业务划分为资产服务信托、资产管理信托、公益慈善信托三大类,慈善信托由此被正式纳入信托公司法定主业框架。在融资类业务持续压降、行业发展模式亟待重塑的背景下,慈善信托与家族信托、家庭服务信托等资产服务信托一道,成为信托公司回归受托人本源定位,以“金融向善”打开转型空间的重要抓手。信托行业内,已有不少公司加力深耕慈善信托业务。

“慈善信托的意义,从来不只在于数字。它更像一个‘善意的容器’,装得下不同人的不同心愿。”国投泰康信托相关负责人介绍,它是乡村振兴的“压舱石”,是女性关爱的“及时雨”,是助学兴教的“长明灯”,是科技创新的“助推器”。截至2026年9月1日,国投泰康信托累计备案慈善信托85单,管理规模超7.2亿元。仅2026年上半年,就新增备案19单,新增规模超1.9亿元,新增备案单数位居行业第一,新增备案规模位居行业第二。

财信信托相关负责人表示,公司较早开展慈善信托业务,已经形成了较为完整的体系化布局。目前,管理的慈善信托存续规模超过8500万元,覆盖教育助学、医疗卫生、科技公益、乡村振兴、特殊群体帮扶、青年创业、人才培养等领域,打造了一批有影响力、示范性的公益慈善项目。

银行深度参与

在慈善信托发展过程中,银行的角色发生了变化:不再仅仅是资金托管方,而是依托自身客户、渠道、信用优势,深度参与项目设计、资金募集、托管运营、客户教育全链条。

以深耕慈善信托的农业银行为例,该行于2021年在银行业率先推出公益金融实验室,2024年起率先在全国布局区域实验室,构建起系统化的公益金融组织体系,形成了“1+N”公益金融服务网络的先发优势。截至目前,该行累计落地慈善信托逾80单,备案规模突破5亿元。

“农行拥有覆盖城乡的网点布局和服务网络,能够在乡村振兴领域形成独具优势的项目识别、资源对接和执行落地能力。截至目前,已落地乡村振兴主题慈善信托24单,总规模3亿元。”农业银行私行部相关负责人表示,未来慈善信托服务将持续助力乡村振兴事业,同时加大对养老助老、医疗卫生、生态保护等领域的支持力度。



视觉中国图片