



邮储徐学明：银行理财要坚持差异化发展定位



理财是零售银行转型升级的基石，是发展轻型银行的重要载体，是商业银行参与直接融资的桥梁，是银行更好地服务实体经济的新渠道。推进银行业实现高质量发展，必须高度重视理财业务。

2021年，是资管新规过渡期最后一年。过去的一年，银行理财经过四年徘徊后又重拾升势，去年增速为12.1%，年底余额达29万亿元，接近2017年高点水平，产品净值化率达93%，获批开业的理财子公司24家。至此，银行理财正式开启了公司化、净值化、专业化发展的新阶段。

资管新规的落地实施，标志着大资管行业进入“车同轨、书同文”的大一统时代。打破刚兑、向净值化转型后，银行理财是向公募看齐，还是要学习借鉴保险资管、券商资管、信托业务的经验呢？我认为，资管新规后，银行理财一方面要向先进资管同行学习，另一方面，也是更重要的，那就是在统一规制下，银行理财还是要走一条差异化、特色化发展之路。

下面，谈几点思考：

一要坚持传承，让稳健和“普惠”成为银行理财最鲜明的特色。资管新规落地前，理财依托银行的信誉度收获了一大批忠实的稳健投资者“粉丝”；资管新规落地后，银行理财转为净值型产品，虽然客户在一定程度上开始接受了产品净值的波动变化，但基于传统认知和风险偏好，客户对获取稳定理财收益的诉求依然普遍存在。因此，银行理财一定要传承母行基因，不辜负客户的这份信赖，立足银行客群特点，把握客户风险偏好较低这一特质，坚持“低波稳健”策略，突出绝对收益，在群雄并起的大资

管行业中，走出一条差异化、特色化发展的路子。

稳健的银行理财更有利于服务百姓大众、服务普惠客群。中国有 14 亿人口，在银行开有户头的成年人至少超过 10 亿人，但理财客户仅为 8100 万，像邮储银行的客户数量达 6.37 亿户，理财客户仅 558 万户，占比不到 1%。在广大农村地区，百姓大众的理财意识还没有完全觉醒，伴随着县域农村地区客群理财意识的觉醒，这一市场空间不可限量。

在普惠客群中，养老理财和惠农理财的潜力很大。

养老理财是典型的普惠金融产品，去年 9 月，银保监会选择“四地四机构”正式启动养老理财产品试点，半年多来，试点运行平稳，市场反应积极，取得了良好的开局。上周，监管部门发布了《关于扩大养老理财产品试点范围的通知》，确定从今年 3 月 1 日起，试点范围扩展为“十地十机构”，六大国有商业银行和四家股份制银行的理财子公司参与试点。相信，银行系理财子公司参与养老理财产品，将助推养老第三支柱健康快速发展。

在惠农理财方面，很多理财公司都在积极布局。在邮储银行近 4 万个网点中，有三分之二的网点和客户分布在县域及以下地区，在惠农产品方面具有天然优势，目前中邮理财在积极拓展惠农理财，我们要以专业化的理财服务为县域理财客户创造更多的财产性收入，为服务乡村振兴添砖加瓦。

从国有大行到股份制银行，再到城农商行，每家银行的客群是有差异

的，相应地，理财客户也必然会分层。所以，我们在关注普惠客户的同时，还应满足各类客户，比如财私客户对高风险、高收益理财业务的需求，要打造从现金类，到固收、固收+、混合类、权益、另类全产品体系，以“低波稳健”的资产管理定位为投资者创造价值。

二要在投资上寻求创新突破，践行服务实体经济的初心使命。长期以来，中国融资模式一直是银行为主体的间接融资为主导，在加快创新型国家建设、推进金融供给侧结构性改革的背景下，改善融资结构，加快直接融资发展将是一个大方向。在积极参与直接融资的进程中，银行该如何作为呢？理财子公司可以充分发挥全牌照和直投优势，担负起银行参与直接融资的桥梁和主力军的重任。长期以来，银行理财一直占据着中国资管行业的龙头地位，打破刚兑、净值化转型后，能否展现后发优势？我认为，在投资上实现突破是至关重要的一环。在资产布局方面，过去银行理财的优势是固收和非标，而权益投资是短板，这方面我们要向公募、保险资管等机构学习，一方面要加快提升自身能力，另一方面在短期内可通过 FOF、MOM，借力公募基金参与股票市场；同时通过定增、股权、产业基金等投资深度参与权益市场。银行理财核心主打品种是固收+，要想提高产品竞争力，“加号”后面的资产配置需要不断丰富起来，毫无疑问，资本市场投资是一个重要方向。

在投资领域，要紧紧密结合国家发展战略来优化布局，分享中国经济增长红利。要紧跟制造强国、科技创新、低碳转型、乡村振兴、共同富裕、

专精特新和多层次资本市场建设等国家发展战略。要注重从顶层设计、产品服务、投资布局等方面发挥理财子公司的优势，积极投资“双碳”、新一代信息产业、生物产业、新能源、新能源汽车、高端装备制造业、新材料等战略新兴产业，在服务实体经济、服务百姓大众上发挥重要作用。

三要拥抱金融科技，让数字化为银行理财插上腾飞的翅膀。自动化、数字化、智能化正改变着金融业的生态格局，开放、智能、精准、信任将成为金融数字化的必然。如果说资管业务发展的上半场靠的是专业和牌照，那么下半场就需要科技的全面赋能。除了客户开发的智能化，更需要在智能投研、敏捷交易、资产挖掘、产品设计、估值核算、客户画像、智能风控等方面发力破题。

四要强化母子协同。成立银行系理财子公司，出发点是打破刚兑、向净值化转型，并实现子公司与母行之间的隔离，比如要在品牌标识、产品、运营、风控、IT、人员等方面进行隔离。我认为，在实现母子隔离的同时，还不能丢掉母子之间的协同，这是理财子公司的优势所在，更是打造特色资管机构的一个重要抓手。母行强大的渠道网络、庞大的客户资源以及长

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38998

