



银行业【理财月刊】：6月新发 产品业绩基准稳中微升 理财 子产品供给角色逐步清晰



行业近况

我们跟踪了 6 月银行理财产品发行情况，2021 年 6 月净值型理财产品发行量增速环比回升，净值化转型进程有序推进，银行理财产品综合业绩比较基准稳中微升。我们认为，理财子发行产品占比实现快速提升、其产品供给角色逐渐清晰，市场可能低估了银行理财产品的市场竞争力以及对母行潜在的中收贡献。

评论

理财产品发行数量环比回升，净值型产品发行量同比增长 25%。根据普益标准金融数据平台披露，2021 年 6 月全市场共发行 4,706 款理财产品，其中净值型 3,45 款、预期收益型 1,241 款，全市场理财产品发行数量环比增长 18%，需求较 5 月-10%的降幅有所回升。理财产品净值化有序推进，净值型产品占比较 2020 年末已累计上升 17 个百分点理财子能力建设逐步推进，产品供给角色逐渐清晰。截至 2021 年 6 月末，理财子公司产品数共 7,387 款（全部为净值型产品）、占全部理财产品 16%（环比提升 2ppt），较 2020 年末产品数量占比已累计提升 8 个百分点。国有大行、股份行产品发行需求逐步由理财子公司承接。

新发净值型理财产品业绩比较基准稳中微升。6 月新发净值型产品中，股份行业绩比较基准环比提升 15bp 至 4.43%，1-3 月期限产品环比上升 16bp 至 4.029%；现金管理类产品业绩基准环比持平于 3.04%，暂未受到新规影响。

净值型产品年化总体收益率稳中微降，主要受到部分高收益产品集中到期影响，收益率已累计 13 个月高于券商、公募系债券型/货币型产品。

净值型理财产品结构保持稳定：固收类产品仍是主力军，产品逐步聚焦下沉大众客群理财需求。6 月新发产品中固收类、混合类、权益类分别占比 95%、4%、1%，存量固收产品占比提升至 90%+；87%的产品起征点低于 1 万元，相较 2019 年 12 月的 47%已大幅提升 40 个百分点。

估值与建议

我们重点推荐投研能力建设、财富管理业务发展领先的招商银行 (A/H) 和平安银行，建议关注产品谱系全面、理财子数字化转型较快的光大银行 (A/H)。维持盈利预测与估值不变。

风险

理财产品净值型转型压力高于预期，理财子投研能力建设低于预期。

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_32824

