

2025 年 08 月 20 日

证券研究报告|银行理财月报

多元资产配置新浪潮，银行理财涌现哪些新范式？

2025 年 7 月银行理财市场月报

分析师：蔡梦苑

分析师登记编码：S0890521120001

电话：021-20321004

邮箱：caimengyuan@cnhbstock.com

分析师：周佳卉

分析师登记编码：S0890525040001

电话：021-20321070

邮箱：zhoujiahui@cnhbstock.com

销售服务电话：

021-20515355

相关研究报告

- 1、《银行理财 IPO 布局提速，费率模式市场化探索破局—2025 年 6 月银行理财市场月报》2025-07-25
- 2、《存款搬家效应强化，信披新规和科创债布局引关注—2025 年 5 月银行理财市场月报》2025-06-17
- 3、《理财规模季节性显著回升，固收+产品为发行主力—2025 年 4 月银行理财市场月报》2025-05-23
- 4、《理财规模稳中有升，目标盈类理财增幅较大—2024 年 12 月银行理财市场月报》2025-01-24
- 5、《响应金融“五篇大文章”，慈善理财发行增多—2024 年 11 月银行理财市场月报》2024-12-26

投资要点

④监管政策与行业要闻解读：银行理财多元资产配置转型持续深化

背景与动机：“低利率”与“资产荒”驱动收益探索；净值化转型深化倒逼风险收益方案重构。

主要表现形式：多元资产配置本质是“固收”向“固收+”的转化。具体可划分为：全球+（投资地域拓宽）、资产+（投资标的类型延伸）、策略+（特定资产类别内投资策略与工具拓展）和场景+（投资目标和场景再丰富）。

风险与挑战：投研团队在权益、量化、衍生品、全球宏观等领域的深度与广度不足，数字化投研基础设施较薄弱；理财公司主要承袭母行渠道与客户，客群偏好天然与固定收益类产品匹配，对含权类产品接受度低；目前银行理财产品无法通过互联网平台、券商等渠道代销，同时投资者首次购买 R4、R5 产品仍需临柜面签，一定程度上抑制投资积极性。

应对策略：投研与风控体系重塑（如设立专职资产配置委员会或团队、加强跨境投研团队建设、运用金融科技赋能投研、优化风险管理模型）；策略工具升级（如指数化投资、衍生品对冲、主观与量化融合）；产品创新与投资者教育强化（如开发多元化产品形态、依托线上线下渠道构建常态投教内容矩阵）。

④**存续：规模小幅增长，收益率环比下降。**1、据普益标准统计，7 月全市场理财产品存续规模小幅增长，环比变动 1.75%至 31.28 万亿元，同比增长 5.90%。从市场演变趋势上看，2024 年以来现金管理类产品规模持续收缩，而最小持有期型、日开型等固收类产品规模维持稳步扩张，折射出投资者在流动性与收益性诉求间的动态平衡。2、7 月现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.35%，环比下降 9.81BP；同期货币型基金近 7 日年化收益率报 1.21%，环比下降 10.77BP。纯固收产品年化收益率为 1.87%，环比下降 0.79 个百分点；固收+产品年化收益率为 1.76%，环比下降 0.82 个百分点。3、全市场理财破净率指标 7 月回升至 3.04%，环比上升 1.3 个百分点。

④**新发：规模回落，产品谱系三大特征不变，业绩基准多数下调。**7 月理财公司新发产品规模环比回落，与 6 月季末冲量窗口期形成的发行高峰形成反差。产品谱系仍然呈现三大特征：固收+产品、封闭式产品、1-3 年期产品占据主导地位。7 月新发理财产品业绩基准多数延续下调趋势，折射出理财公司对利率中枢长期低位运行的定价共识。

④**到期：封闭式产品达标率 85.89%，定开型产品达标率 70.13%。**7 月封闭式理财产品达标率为 85.89%，较 6 月环比上升 0.23 个百分点；7 月定开型理财产品达标率为 70.13%，较 6 月环比回升 1.08 个百分点。

④**风险提示：**本报告部分数据基于数据供应商，可能为市场不完全统计数据，旨在反应市场趋势而非准确数量，所载任何意见及推测仅反映于本报告发布当日的判断。理财产品业绩比较基准及过往业绩并不预示其未来表现，亦不构成投资建议，不代表推介。

内容目录

1. 监管政策与行业要闻解读.....	3
1.1. 银行理财多元资产配置转型持续深化.....	3
1.1.1. 背景与动机.....	3
1.1.2. 主要表现形式.....	3
1.1.3. 风险与挑战.....	4
1.1.4. 应对策略.....	5
2. 存续：规模小幅增长，收益率环比下降.....	5
2.1. 规模：7月全市场理财产品存续规模小幅增长.....	5
2.2. 收益表现：7月理财产品年化收益率环比下降.....	6
3. 新发：规模回落，产品谱系三大特征不变，业绩基准多数下调.....	9
3.1. 规模：7月理财公司新发产品规模环比回落，产品谱系呈三大特征.....	9
3.2. 业绩基准：新发理财产品业绩基准多数延续下调趋势.....	10
4. 到期：封闭式产品达标率 85.89%，定开型产品达标率 70.13%.....	10
5. 风险提示.....	11

图表目录

图 1： 7月全市场理财产品存续规模小幅增长，环比变动 1.75%至 31.28 万亿元，同比增长 5.90%.....	5
图 2： 7月理财产品仍以固收类和现金管理类产品为主，最小持有期型、日开型固收类产品稳步扩张.....	6
图 3： 7月现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.35%，环比下降 9.81BP.....	6
图 4： 7月理财产品年化收益率环比下降：现金管理类产品下降至 1.38%，固收类产品下降至 1.78%.....	7
图 5： 各期限纯固收产品 7 月年化收益率环比不同程度下降.....	7
图 6： 各期限固收+产品 7 月年化收益率环比不同程度下降.....	8
图 7： 全市场理财破净率指标 7 月回升至 3.04%，环比上升 1.3 个百分点.....	9
图 8： 7月理财公司新发产品规模环比回落，固收+产品占据主导地位，新发规模 3,300.84 亿元.....	9
图 9： 1-3 年期产品以 2,065.39 亿元募集规模占据绝对优势.....	10
图 10： 封闭式产品以 4,041.28 亿元发行体量持续领跑市场.....	10
图 11： 新发纯固收产品各期限业绩基准多数延续下调趋势.....	10
图 12： 新发固收+产品各期限业绩基准多数延续下调趋势.....	10
图 13： 7月封闭式理财产品达标率为 85.89%，较 6 月环比上升 0.23 个百分点.....	11
图 14： 7月定开型理财产品达标率为 70.13%，较 6 月环比回升 1.08 个百分点.....	11

1. 监管政策与行业要闻解读

1.1. 银行理财多元资产配置转型持续深化

事件：1、8月8日，徽银理财正式推出“星徽+”多资产多策略产品体系，整合“指数+”、“多元+”、“全球+”、“权益+”、“另类+”、“结构+”、“信用+”七大系列，构建“投资策略化—策略指数化—产品标签化”闭环。2、8月8日，据兴银理财消息，兴银理财与海峡股权交易中心在认股权登记业务中密切合作、先行先试，于7月成功完成福建省首笔认股权登记业务，实现该省认股权登记“零的突破”。3、8月8日，据建信理财消息，建信理财作为战略投资者，成功参与首批数据中心公募REITs项目——南方万国数据中心REIT和南方润泽科技数据中心REIT（于8月8日分别在沪深交易所上市）。

1.1.1. 背景与动机

“低利率”与“资产荒”驱动收益探索。新旧动能转换期优质资产供给边际收缩，叠加经济基本面调整及货币政策变化等多重因素共振，2024年以来我国低利率周期加速深化，资产荒格局持续演绎。利率下行压低信用债票息及非标资产收益，纯固收策略面临显著约束，理财公司亟待构建多元化资产配置体系，拓展收益来源，捕捉利率下行周期中的结构性机遇。

净值化转型深化倒逼风险收益方案重构。当前估值整改进入关键阶段：2024年监管部门陆续对信托平滑估值、上交所债券“收盘价计价”、自建估值模型等行为进行整改，要求2025年6月底前整改一半，年底整改完毕。在“投资不可能三角”（流动性、安全性、收益性）约束下，原有净值平滑机制受限，理财产品或将呈现“低收益”或“高波动”特征。多元资产配置为理财公司实现收益增厚、风险分散和再平衡提供了可行路径。

1.1.2. 主要表现形式

多元资产配置本质是“固收”向“固收+”的转化：以固定收益资产构建基础收益，追求稳健性；通过“+”部分适度配置风险资产，获取收益溢价，在风险与回报间寻求更优平衡。**具体可划分为：**全球+（投资地域拓宽）、资产+（投资标的类型延伸）、策略+（特定资产类别内投资策略与工具拓展）和场景+（投资目标和场景再丰富）。

1.1.2.1 全球+：突破地域边界，分散国别风险

伴随国内优质资产稀缺性加剧，理财公司将资产配置视野拓展至全球，成为多元化重要方向。通过QDII额度，资金可投向境外金融市场。然受限于QDII额度稀缺性，该策略施展空间仍有限。

必要性：1、当前我国低利率环境加速深化，海外配置有助于提升整体回报；2、全球政治经济格局多极化发展，培育全球视野利于捕捉不同经济体的增长机会，有效对冲单一国家宏观经济和政策风险；3、美国当前处于高利率环境，美债相对于境内债具有显著票息优势；同时，降息周期中，受益于流动性宽松预期，全球资产往往表现较优。

1.1.2.2 资产+：拓宽投资光谱，捕捉多元收益

“资产+”是“固收+”最直观体现，即在传统债券、非标等固收资产外，增配其他类型资产以增厚收益。

权益+：通过二级市场买卖股票或股票型基金、一级市场参与IPO/定向增发/认股权登记等方式，分享资本市场红利。投资方向可侧重特定板块或行业，如红利+、价值+、科技+等。

转债+：兼具股性与债性，受股债市场双重驱动，中期收益多介于股债之间，“攻守兼备”特征与“固收+”产品诉求高度匹配。

REITs+：具备高分红、中低风险属性，底层资产多为产生稳定现金流的基础设施项目，派息特征类似债券。2024 年以来债市收益率持续走低，市场关注度攀升。iFind 数据显示，截至 2025 年 8 月 13 日，73 只公募 REITs 产品中，有 49 只今年以来价格涨幅超 10%。

商品+：黄金、原油等商品资产与传统股债相关性低。组合中少量配置（如通过商品 ETF），可在特定市场环境（如通胀上行期）起到有效对冲与避险作用。其中，“黄金+”策略依托其抗通胀与避险属性，在美联储降息周期及美元信用体系脆弱性加剧背景下，战略配置价值凸显。

1.1.2.3 策略+：丰富投资工具箱，提升 Alpha 能力

指数+：主要分两类：一是复制指数投资的非结构性产品（直接配置 ETF 或标的指数成分股）；二是挂钩特定指数的结构性产品（通过期权间接投资指数）。“**指数+**”策略价值：对内提升投研资源复用效率与体系协同性；对外借助指数化运作，实现持仓透明化，增强风险分散能力，降低费率，凸显普惠属性。此外，在当前理财公司权益投研体系尚待完善阶段，该模式为布局权益市场提供了有效切入点与实操抓手。

量化+：运用数学模型、统计分析及编程技术辅助投资决策的策略体系，主要包含四类：1、方向性策略，如量化多头（指数增强、因子选股）、CTA 趋势跟踪等；2、市场中性策略，如股票多空等；3、套利策略，涵盖无风险套利（捕捉瞬时定价偏差，如 ETF 申赎套利、期现套利等）与统计套利（基于历史规律把握价差回归机会，如跨品种套利、期权波动率套利等）；4、复合策略，如混合运用方向性、中性、套利等子策略的组合策略。

衍生品+：以期货、期权等金融衍生品为核心工具，利用其特性（杠杆性、风险对冲功能、与标的资产价格关联性、期权非线性收益结构），实现风险管理（对冲、转移）、收益增强、套利等目标。决策可基于主观分析或量化模型。典型策略：套期保值、套利、方向性交易（利用杠杆构建单向市场敞口，如期货投机、期权方向性交易）、波动率交易策略（主要使用期权）。

1.1.2.4 场景+：充实应用场景，响应老龄化趋势

养老理财：伴随人口老龄化加剧及个人养老金制度推行，养老理财产品步入快速发展阶段。其本质仍属“固收+”范畴，但在投资目标（长期保值增值，穿越周期的稳健安全）、投资策略（更趋保守，权益配置上限通常更低）、产品设计（常设较长封闭期，如 5 年及以上）方面存在显著差异，构成独特子品类。

1.1.3. 风险与挑战

投研体系尚待健全：银行理财传统核心竞争力集中于渠道与客户资源。转型为独立理财公司后，团队建设、激励机制、研究方法论等需系统性重构。相较于公募基金及头部券商资管，理财公司普遍缺乏深厚投研文化积淀。投研团队强项在宏观及固收（尤其信用研究），在权益、量化、衍生品、全球宏观等领域的深度与广度不足，数字化投研基础设施亦较薄弱。

负债端客户风险偏好低：理财公司主要承袭母行渠道与客户，客群偏好天然与固定收益类产品匹配，对含权类产品接受度较低。客户主体为原银行储蓄客户，核心诉求为“稳健”与“安全”，低风险偏好构成多元化转型的深层障碍。2022 年四季度债市大幅波动引发理财“赎回潮”后，客户整体风险偏好进一步下移。

产品销售渠道和方式受限：目前银行理财产品无法通过互联网平台、券商等渠道代销。同时，投资者首次购买 R4（中高风险）、R5（高风险）产品仍需临柜面签，一定程度上抑制投资积极性，制约理财公司配置高风险、高收益资产的意愿和能力。

1.1.4. 应对策略

投研与风控体系重塑。1、设立专职资产配置委员会或团队，自上而下制定资产配置战略，确定股、债、商品等大类资产配置比例。2、构建覆盖固收、权益、商品、衍生品的多资产投研能力，打通研究壁垒，促进信息共享与交叉验证，形成统一投资决策流程。3、加强跨境投研团队建设，提升海外市场研究能力。4、运用大数据、人工智能等金融科技赋能投研。5、优化风险管理模型，提高多元资产组合风险的识别、计量与控制能力；健全流动性风险管理体系，确保市场波动与客户赎回压力下的资产流动性及产品稳定性。

策略工具升级。1、采用指数化投资与 FOF/MOM 模式：在研究能力不足的领域，通过投资指数基金或采用 FOF、MOM 模式，快速低成本实现资产分散配置，规避“能力圈”风险。2、善用衍生品对冲风险：将衍生品作为组合“安全气囊”，通过精细化对冲控制下行风险，再争取超额收益。3、深化主观与量化融合：结合主观投资经验与量化模型，形成互补优势。

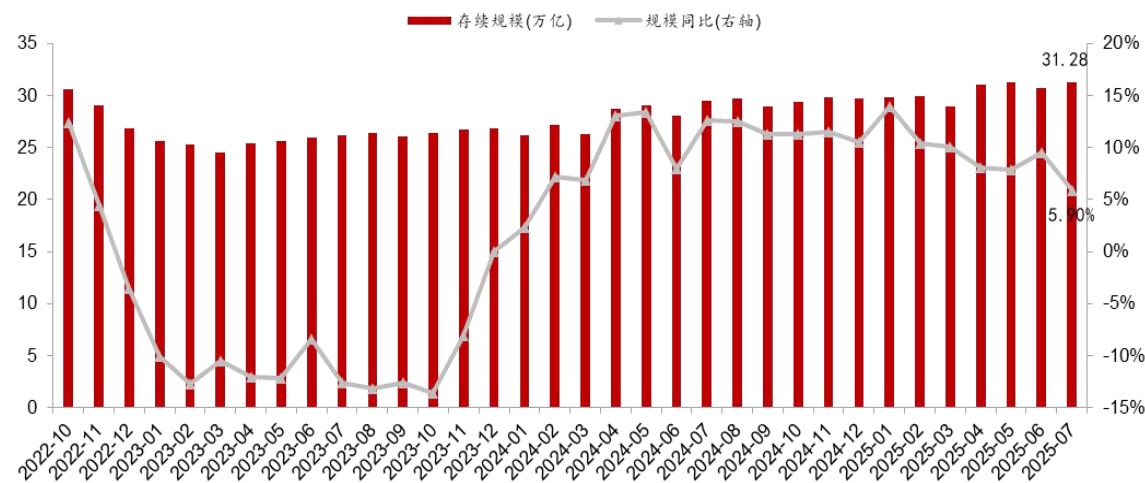
产品创新与投资者教育强化。1、开发多元化产品形态，如“五篇大文章”战略导向型、目标收益型、定期分红型、自选到期日型等，满足客户多元需求，提升产品吸引力。2、强化投资者教育，依托线上线下渠道构建常态化内容矩阵，覆盖理财知识、市场动态、法规政策及风险揭示等，培育理性投资范式，帮助客户理解多元资产配置的长期价值。

2. 存续：规模小幅增长，收益率环比下降

2.1. 规模：7 月全市场理财产品存续规模小幅增长

据普益标准统计，7 月全市场理财产品存续规模小幅增长，环比变动 1.75% 至 31.28 万亿元，同比增长 5.90%。在 7 月理财产品重启出表和“存款搬家”现象等因素的持续驱动下，理财产品规模重回 31 万亿。但受债市回调影响（主要源于股债跷跷板效应），其环比增速不高，同比增速回落亦较为显著。

图 1：7 月全市场理财产品存续规模小幅增长，环比变动 1.75% 至 31.28 万亿元，同比增长 5.90%

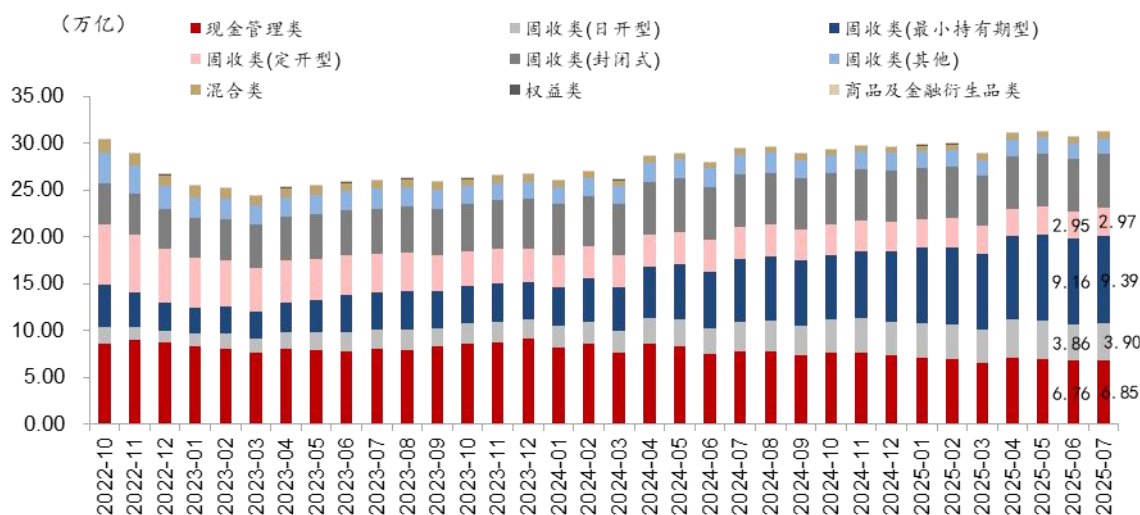


资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部；注：数据源或基于非全面市场统计，侧重趋势研判，非精确计量。

从产品结构看，7 月全市场理财存续产品仍以固收类和现金管理类产品为主。现金类产品存续规模 6.85 万亿，环比上升 1.41 个百分点；固收类产品中，最小持有期型、封闭式和日开型占绝对比重，存续规模分别为 9.39 万亿、5.76 万亿和 3.90 万亿，环比上升 2.42%、3.28% 和 1.01%。

从市场演变趋势上看，2024 年以来现金管理类产品规模持续收缩，而最小持有期型、日开型等固收类产品规模维持稳步扩张，折射出投资者在流动性与收益性诉求间的动态平衡。受 2024 年 2 月理财通道类协议存款划入“同业存款”的监管新规、4 月“手工补息”禁令影响，现金管理类产品借助保险资管配置高息协议存款的路径遭封堵，收益率中枢显著下移；叠加 12 月非银同业存款利率自律倡议落地，进一步压低其同业存款配置利率，收益率中枢持续下行。在此背景下，兼具申赎灵活性与相对收益优势的固收类产品，成为资金迁徙的主要方向。

图 2：7 月理财产品仍以固收类和现金管理类产品为主，最小持有期型、日开型固收类产品稳步扩张



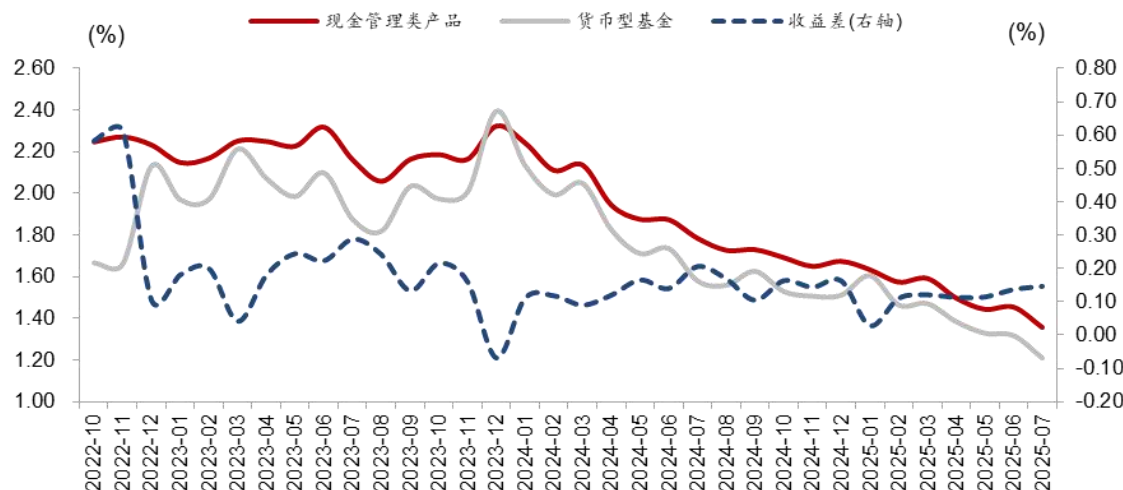
资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

2.2. 收益表现：7 月理财产品年化收益率环比下降

据普益标准统计，7 月现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.35%，环比下降 9.81BP；同期货币型基金近 7 日年化收益率报 1.21%，环比下降 10.77BP。

现金管理类产品与货币基金的收益差呈趋势性收敛：2024 年以前，二者利差长期维持在 20-30BP 附近，伴随现金管理类产品收益率中枢的加速下移，当前利差已收窄至 10-20BP 附近，映射出资管行业监管框架统一进程中套利红利的消散。

图 3：7 月现金管理类产品近 7 日年化收益率录得 1.35%，环比下降 9.81BP



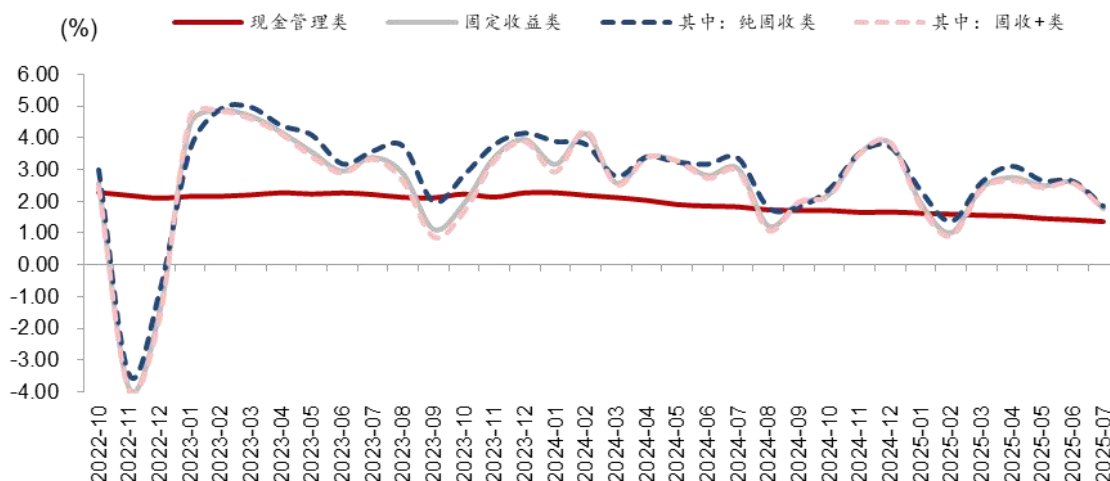
资料来源：iFind，普益标准，华宝证券研究创新部，注：现金管理类产品和货币型基金近 7 日年化收益率均取

“规模加权”数值，数据截至 2025-07-31。

7 月理财产品年化收益率环比下降。现金管理类产品延续下行趋势，7 月年化收益率报 1.38%，环比下降 0.06 个百分点；固收类产品 7 月年化收益率录得 1.78%，环比下降 0.82 个百分点。固收细分品类中，纯固收产品年化收益率为 1.87%，环比下降 0.79 个百分点；固收+产品年化收益率为 1.76%，环比下降 0.82 个百分点。

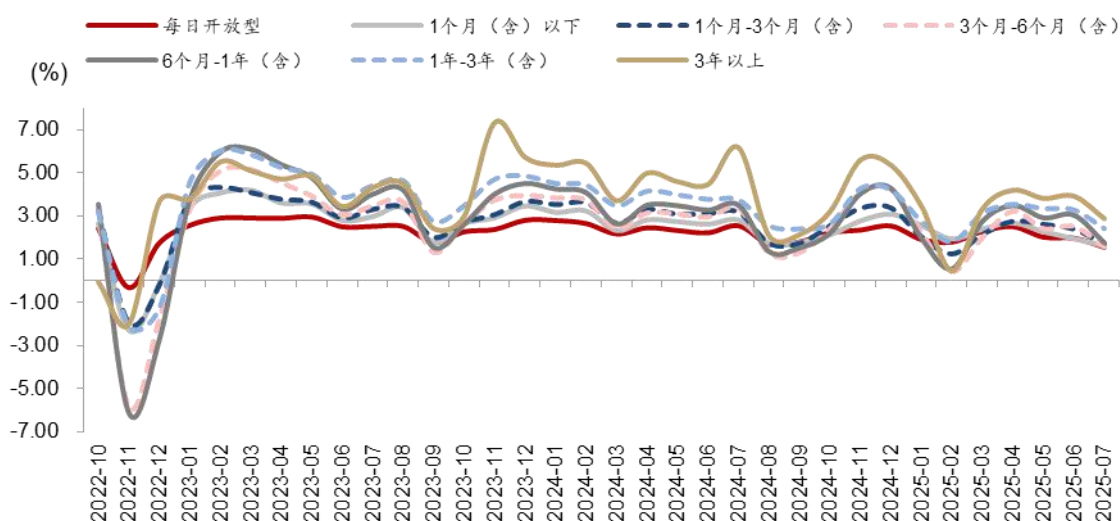
在“反内卷”政策持续发酵、雅鲁藏布江下游水电工程消息超预期、散户投资情绪高涨等多重因素推动下，7 月权益市场持续上涨。期间，股债跷跷板效应不断强化，债市收益率震荡上行，从而对理财产品收益率形成一定压力。

图 4：7 月理财产品年化收益率环比下降：现金管理类产品下降至 1.38%，固收类产品下降至 1.78%



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部；注：年化收益率取“规模加权”数值，数据截至 2025-07-31。

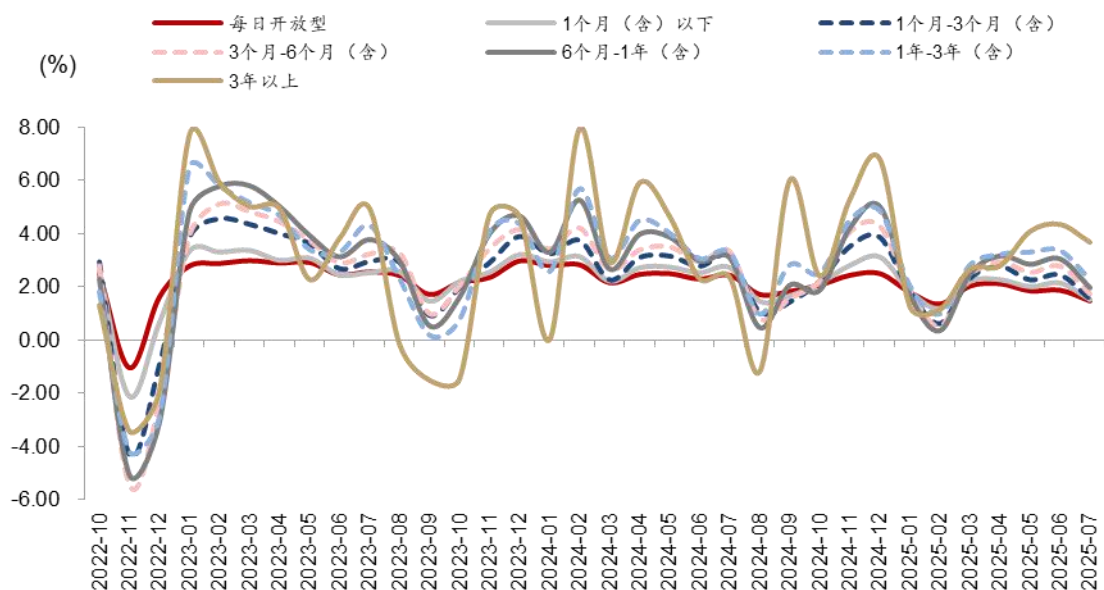
图 5：各期限纯固收产品 7 月年化收益率环比不同程度下降



统计时间	每日开放型	1个月(含)以下	1个月-3个月(含)	3个月-6个月(含)	6个月-1年(含)	1年-3年(含)	3年以上
2025-06	1.98	1.95	2.38	2.51	3.04	3.25	3.92
2025-07	1.55	1.61	1.69	1.56	1.75	2.38	2.88

资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部；注：年化收益率取“规模加权”数值，部分数据的显著波动或归因于样本采集的覆盖不足或完整性缺陷；数据截至 2025-07-31。

图 6：各期限固收+产品 7 月年化收益率环比不同程度下降



统计时间	每日开放型	1个月(含)以下	1个月-3个月(含)	3个月-6个月(含)	6个月-1年(含)	1年-3年(含)	3年以上
2025-06	1.88	2.16	2.47	2.78	3.06	3.37	4.36
2025-07	1.47	1.54	1.56	1.73	1.97	2.28	3.69

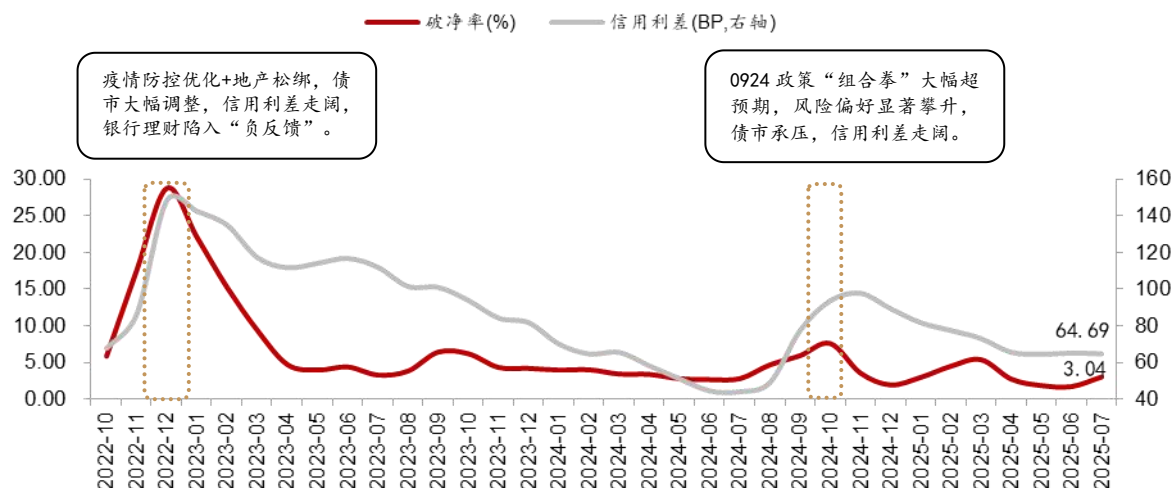
资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部；注：年化收益率取“规模加权”数值，部分数据的显著波动或归因于样本采集的覆盖不足或完整性缺陷；数据截至 2025-07-31。

据普益标准统计，全市场理财破净率指标 7 月回升至 3.04%，环比上升 1.3 个百分点。

从运行逻辑上看，破净率与信用利差存在显著正相关，这源于理财资产端仍深度绑定信用债票息策略——当信用利差走阔时，底层资产价格压力通过净值化机制向产品端传导，形成螺旋式负反馈。通常而言，当破净率突破 5%、信用利差调整 20BP 以上时，理财产品负债端或面临赎回压力。

7 月信用利差环比小幅收窄 0.5BP，持续位于 2024 年 9 月以来的历史低位区间，与破净率形成小幅背离。7 月利率债收益率震荡上行，但信用利差仍延续收缩。二者分化或主要源于存款利率下行趋势下，银行与非银机构流动性的差异：受资本占用与流动性覆盖率等因素驱动，银行是利率债配置的主要力量之一；出于负债端成本与收益增厚考量，非银机构则是信用债配置的主力。存款利率下行加大银行负债端压力，从而削弱其利率债配置意愿；非银资金相对充裕，持续支撑了信用债的买盘需求。

图 7：全市场理财破净率指标 7 月回升至 3.04%，环比上升 1.3 个百分点



资料来源：iFind，普益标准，华宝证券研究创新部；注：信用利差=3 年期 AA 中债中短期票据 YTM-3 年期中债国债 YTM，取月度均值。

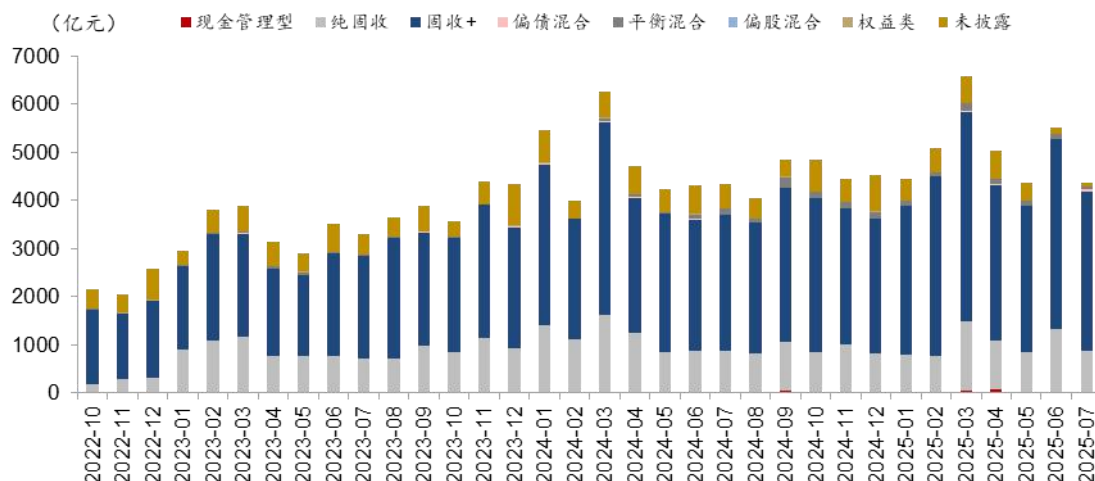
3. 新发：规模回落，产品谱系三大特征不变，业绩基准多数下调

3.1. 规模：7 月理财公司新发产品规模环比回落，产品谱系呈三大特征

据普益标准统计，7 月理财公司新发产品规模环比回落，与 6 月季末冲量窗口期形成的发行高峰形成反差。季末通常为理财产品新发规模的阶段性高点，这一现象或主要源于以下诉求：一是对冲存续规模回表压力，冲刺季度考核目标；二是衔接季末集中到期产品，通过新发完成资金滚续。

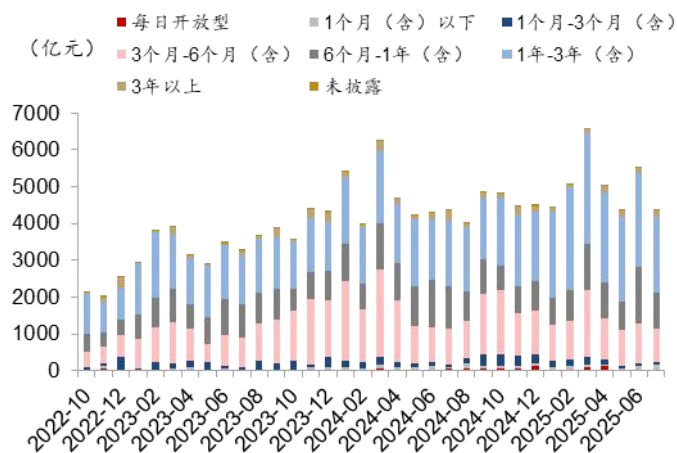
产品谱系仍然呈现三大特征：其一，投资性质端，固收+产品占据主导地位，新发规模 3,300.84 亿元，高于纯固收产品的 875.68 亿元，低利率环境倒逼机构加速布局多资产、多策略，以破解“收益荒”；其二，期限类型端，1-3 年期产品以 2,065.39 亿元募集规模占据绝对优势，中短期产品（3-6 月、6-12 月）分别募集 923.70 亿元与 980.36 亿元，反映出机构在利率下行周期中负债端拉长久期的倾向；其三，运作模式端，封闭式产品以 4,041.28 亿元发行体量持续领跑市场，其资金锁定期限特性有效支撑资产负债端久期匹配，并在平滑净值波动方面具备独特制度优势（封闭式与现金管理类资产可有条件适用摊余成本法估值）。

图 8：7 月理财公司新发产品规模环比回落，固收+产品占据主导地位，新发规模 3,300.84 亿元



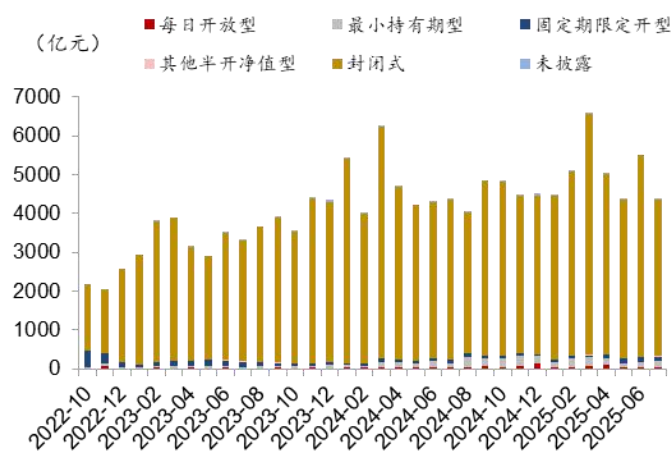
资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司发行情况。

图 9：1-3 年期产品以 2,065.39 亿元募集规模占据绝对优势



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司发行情况。

图 10：封闭式产品以 4,041.28 亿元发行体量持续领跑市场

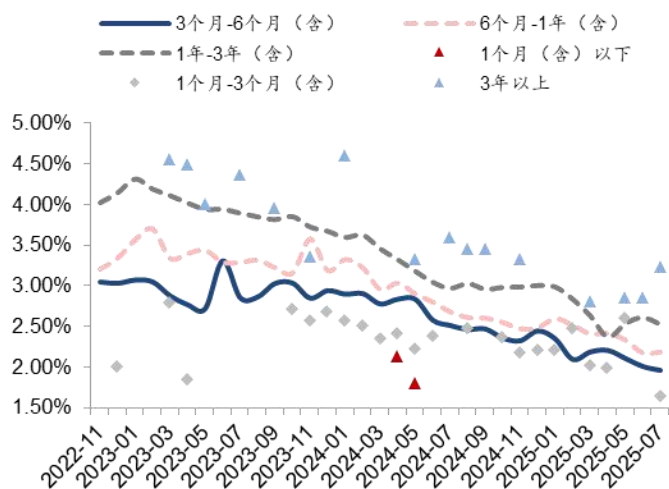


资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司发行情况。

3.2. 业绩基准：新发理财产品业绩基准多数延续下调趋势

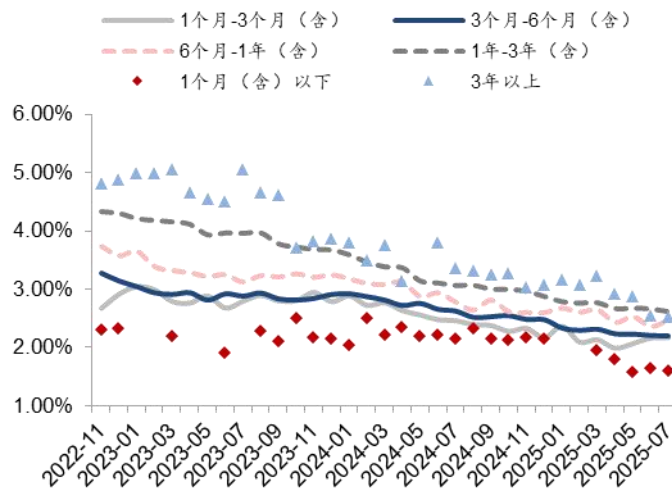
据普益标准统计，7 月新发理财产品业绩基准多数延续下调趋势，折射出理财公司对利率中枢长期低位运行的定价共识。在新发规模较多的 1 年-3 年(含)、6 个月-1 年(含)、3 个月-6 个月(含)三类期限中，7 月纯固收产品新发业绩基准均值分别为 2.53%、2.18%和 1.96%，较 6 月环比变动-8BP、+1BP 和-5BP；固收+产品业绩基准均值分别为 2.62%、2.48%和 2.19%，较 6 月环比变动-5BP、+11BP 和-1BP。

图 11：新发纯固收产品各期限业绩基准多数延续下调趋势



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司业绩基准为绝对收益型的产品。

图 12：新发固收+产品各期限业绩基准多数延续下调趋势



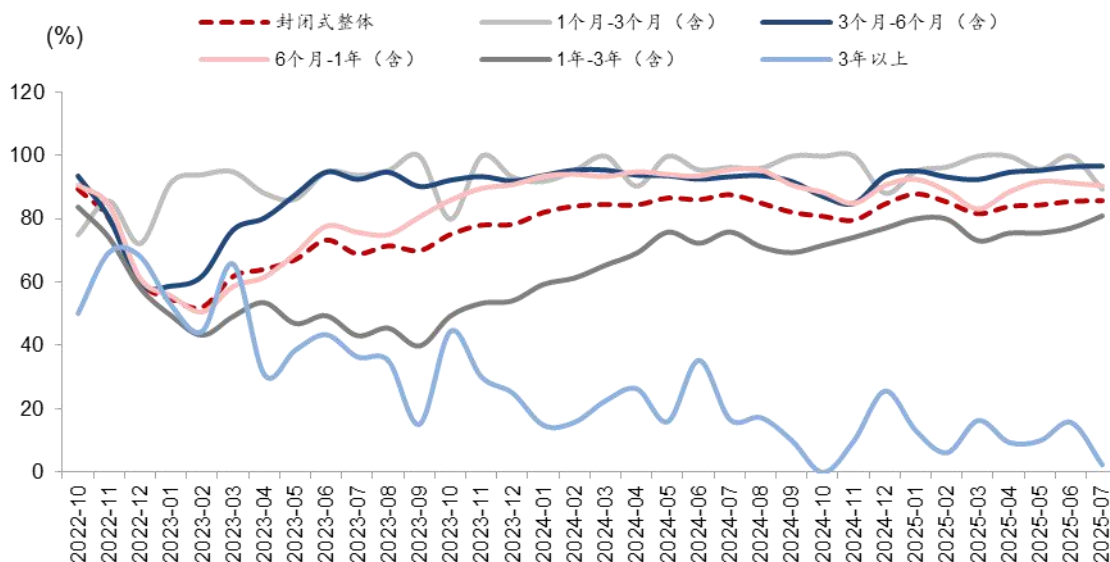
资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部，注：仅统计理财子公司业绩基准为绝对收益型的产品。

4. 到期：封闭式产品达标率 85.89%，定开型产品达标率 70.13%

据普益标准统计，7 月封闭式理财产品达标率为 85.89%，较 6 月环比上升 0.23 个百分点；

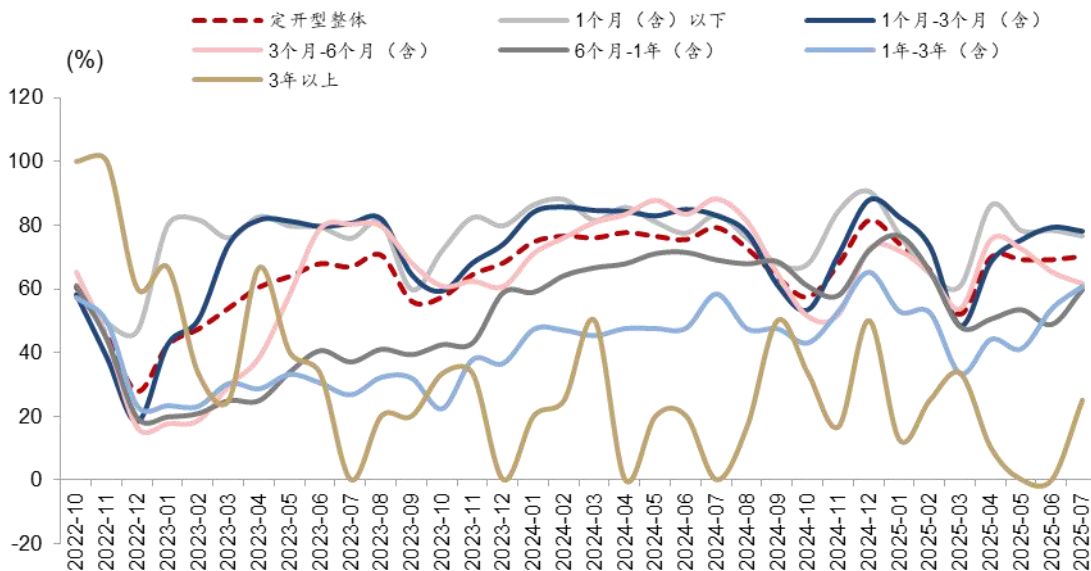
7月定开型理财产品达标率为70.13%，较6月环比回升1.08个百分点。1个月以下(含)、1个月-3个月(含)达标率相对其他期限持续维持在较高水平，或主要源于短期理财产品的流动性、资产配置灵活性和更合理的基准设定，使其在波动市场中更具优势；而长期产品受利率波动、再投资风险和基准设定偏高等因素影响，达标难度较大。

图 13：7月封闭式理财产品达标率为85.89%，较6月环比上升0.23个百分点



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

图 14：7月定开型理财产品达标率为70.13%，较6月环比回升1.08个百分点



资料来源：普益标准，华宝证券研究创新部

5. 风险提示

本报告部分数据基于数据供应商，可能为市场不完全统计数据，旨在反映市场趋势而非准确数量，所载任何意见及推测仅反映于本报告发布当日的判断。

理财产品业绩比较基准及过往业绩并不预示其未来表现，亦不构成投资建议，不代表推介。

分析师承诺

本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告，本报告清晰准确地反映本人的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体建议或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

风险提示及免责声明

- ★ 华宝证券股份有限公司具有证券投资咨询业务资格。
- ★ 市场有风险，投资须谨慎。
- ★ 本报告所载的信息均来源于已公开信息，但本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。
- ★ 本报告所载的任何建议、意见及推测仅反映本公司于本报告发布当日的独立判断。本公司不保证本报告所载的信息于本报告发布后不会发生任何更新，也不保证本公司做出的任何建议、意见及推测不会发生变化。
- ★ 在任何情况下，本报告所载的信息或所做出的任何建议、意见及推测并不构成所述证券买卖的出价或询价，也不构成对所述金融产品、产品发行或管理人作出任何形式的保证。在任何情况下，本公司不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的承诺或担保。投资者应自行决策，自担投资风险。
- ★ 本公司秉承公平原则对待投资者，但不排除本报告被他人非法转载、不当宣传、片面解读的可能，请投资者审慎识别、谨防上当受骗。
- ★ 未经本公司事先书面授权 任何组织或个人不得对本报告进行任何形式的发布、转载、复制。如合法引用、刊发，须注明本公司出处，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。
- ★ 本报告对基金产品的研究分析不应被视为对所述基金产品的评价结果，本报告对所述基金产品的客观数据展示不应被视为对其排名打分的依据。任何个人或机构不得将我方基金产品研究成果作为基金产品评价结果予以公开宣传或不当引用。

适当性申明

- ★ 根据证券投资者适当性管理有关法规，该研究报告仅适合专业机构投资者及与我司签订咨询服务协议的普通投资者，若您为非专业投资者及未与我司签订咨询服务协议的投资者，请勿阅读、转载本报告。