

银行理财跨行代销规模爆发 县域市场成必争之地

银行理财代销已经成为理财公司规模快速增长的重要来源。今年以来，多家理财公司密集官宣与地方中小银行达成理财代销业务合作，城商行、农商行成为其拓展代销渠道的核心合作对象。理财行业人士认为，中小银行覆盖的县域等下沉市场，已成为驱动理财行业规模增长的新增量来源。

理财跨行代销迅速崛起

2025年以来，银行理财公司明显加大母行以外银行销售渠道的布局力度，对母行渠道的依赖度逐步降低。

记者从行业内获取的独家数据显示，在管理规模超过1万亿元的14家国有行和股份行理财公司中，已有华夏理财、光大理财、交银理财等公司行外代销规模占比超过50%，脱颖而出。

具体来看，华夏银行及华夏理财行外代销理财产品规模已超7000亿元，占该公司理财总规模近60%；交通银行及交银理财行外代销规模突破1万亿元，占该公司理财规模近57%；同样行外代销超1万亿元的还有光大银行及光大理财，其占比接近52%。

近日，华夏理财董事长苑志宏表示，公司成立之初便明确了依托母行但不依赖母行的渠道拓展思路，目前，华夏理财的行外代销渠道已达159家，行外代销规模占比达58%，为同业第一。

同样发力行外代销的还有多家股份行旗下理财公司。其中，浦发银行及浦银理财、兴业银行及兴银理财相关指标均高达40%左右。

从规模增幅来看，市场上主要理财

公司在2025年普遍迎来行外代销规模的迅猛增长。在管理规模超1万亿元的14家理财公司中，民生理财和工银理财今年前11个月的行外代销规模较年初增长100%；华夏理财增幅超70%，中邮理财、农银理财增幅近50%；而光大理财、浦银理财等均维持40%以上的增幅。

县域市场成新战场

部分理财公司年内跨行代销理财规模实现爆发式增长，这背后的关键举措在于加速布局县域等下沉渠道。依托母行的强势品牌效应，理财公司得以在县域市场销售渠道中快速渗透。

记者注意到，近日信银理财、兴银理财、工银理财等近10家理财公司密集发布新增代销机构公告，主要合作银行来自于地方性中小银行。

例如，近日中银理财新增河北沧州农商行、陕西咸阳农商行、珠海农商行等银行的产品代销合作。据不完全统计，该公司年内已至少新增26家代销合作机构。在股份行旗下理财公司方面，信银理财年内已至少新增38家代销合作银行。

有理财公司人士对记者表示，地方中小银行深耕县域市场，具有一定的本地客群优势。在一些大型银行网点覆盖有限的地区，理财公司与当地银行合作，能够更快速触达下沉客群，助力理财销售增长。对于地方银行而言，由于净息差承压，代销理财能够提高其中间业务收入，因此也有动力与理财公司合作代销产品。



近年来，银行理财代销已经成为理财公司规模快速增长的重要来源。（资料图片）

部分银行清零退场

值得注意的是，一边是理财公司“高歌猛进”抢占下沉市场，另一边地方中小银行自营理财却在近年监管引导下逐步清零退场。

按照此前金融监管部门通知，未设立理财公司的中小银行需在2026年底，将存量理财业务清理完毕，目前这一期限仅剩1年。

分析当前中小银行客观情况，由于人才储备不足、系统和科技能力缺失、市场规模较小等条件的限制，部分中小银行已经放弃了自营理财的业务，转向代销。根据银行业理财登记托管中心数据，截至今年9月末，银行机构存续理

财规模占比已低于10%，仅为2.85万亿元，同比下降28%。9月末仍有存续自营产品的银行数量减少至181家，较年初减少37家。

另据记者不完全统计，截至2025年6月末，在已披露2025年上半年理财业务报告的68家中小银行中，有61家银行较年初规模下降，其中有20家下降幅度超过20%，降幅超过30%的银行则有12家。

“中小银行应抓住理财产品销售暂未对第三方开放的时间窗口，建设和完善代销系统，培养专业的产品经理和理财顾问，大力发展理财产品及其他金融产品代销业务，将自身打造成为‘金融产品超市’，抢占财富管理大市场的先机。”一位受访的业内人士表示。

据《证券时报》

2025广西福彩“阿福旅行记”活动收官

探索公益生活化传播新路径

近日，随着“阿福森友会”在南宁亭子码头温暖落幕，由广西福利彩票发行中心策划推出的年度系列公益活动“阿福旅行记·公益漫游季”顺利完成全年旅程。这场历时半年的活动，以福彩吉祥物“阿福”为载体，通过跨界联动与场景化体验，将公益理念深度融入城市多元生活场景，探索了一条“公益+城市生活”的生动传播路径。

作为本次公益漫游季的收官之作，“阿福森友会”活动以“音乐+游戏+市集”的复合形式，打造了一场开放式公益嘉年华。现场不仅设有主题市集、音乐演出和趣味游园，更设置了AI拍报、“美好发生树”等互动公益装置，吸引众多市民驻足参与，在轻松愉快的氛围中感知公益、传递心愿，为系列活动画上充满活力的句点。

回顾2025年“阿福旅行记”，其核心主线是“让公益走近生活”。活动根据不同季节与消费热点，持续推动公益理念的生活化表达：夏季，与麦当劳联动打造“福运岛”快闪，将公益元素嵌入年轻人喜爱的休闲场景；盛夏，走进今窑烧烤多家门店，以“福运部落”主题将公益与美食体验相结合，让“随手公益”在烟火气中自然发生；冬季，则回归城市地标亭子码头，通过沉浸式嘉年华集中呈现活动成果，深化公众对福利彩票“扶老、助残、救孤、济困”公益宗旨的理解。

纵观本次漫游季，公益传播呈现出显著

的生活化、轻量化特质。通过精心设计的多样化场景和易于参与的互动形式，公益不再仅是抽象概念，而是转化为市民在日常消费、休闲娱乐中可感知、可参与的具体体验，有效推动了“小彩票·大公益”理念的直观传播。

据悉，“阿福旅行记”虽暂告一段落，但广西福彩对公益传播模式的探索将持续深化。未来，广西福利彩票发行中心将继续拓展跨界合作，创新公益呈现形式，让公益理念在更广阔的生活场景中悄然生长、温暖传递。福利彩票公益金将持续支持养老、儿童福利、社会救助等社会福利事业，广西福彩也将以更贴近公众、更有温度的方式，汇聚社会向善力量。

据广西福彩



中国福利彩票
CHINA WELFARE LOTTERY

扶老 助残 救孤 济困

倍投奖金
上亿元

办站电话：2858741 2837111

11月70城房价： 合肥、襄阳环涨0.3%领跑

国家统计局网站15日发布2025年11月份70个大中城市商品住宅销售价格变动情况。

整体来看，11月有8城新建商品住宅价格环比上涨，10月为6城；环比看，合肥、襄阳环涨0.3%领跑，北上广深分别跌0.5%、涨0.1%、跌0.5%和跌0.9%。

国家统计局城市司首席统计师王中华解读指出，2025年11月份，70个大中城市商品住宅销售价格环比总体下降、同比降幅扩大。

11月份，一线城市新建商品住宅销售价格环比下降0.4%，降幅比上月扩大0.1个百分点。其中，上海上涨0.1%，北京、广州和深圳分别下降0.5%、0.5%和0.9%。二、三线城市新建商品住宅销售价格环比分别下降0.3%和0.4%，降幅均收窄0.1个百分点。

11月份，一线城市二手住宅销售价格环比下降1.1%，降幅比上月扩大0.2个百分点。

其中，北京、上海、广州和深圳分别下降1.3%、0.8%、1.2%和1.0%。二线城市二手住宅销售价格环比下降0.6%，降幅与上月相同。三线城市二手住宅销售价格环比下降0.6%，降幅收窄0.1个百分点。

11月份，一线城市新建商品住宅销售价格同比下降1.2%，降幅比上月扩大0.4个百分点。其中，上海上涨5.1%，北京、广州和深圳分别下降2.1%、4.3%和3.7%。二、三线城市新建商品住宅销售价格同比分别下降2.2%和3.5%，降幅分别扩大0.2个和0.1个百分点。

11月份，一线城市二手住宅销售价格同比下降5.8%，降幅比上月扩大1.4个百分点。其中，北京、上海、广州和深圳分别下降6.8%、4.6%、7.2%和4.8%。二、三线城市二手住宅销售价格同比分别下降5.6%和5.8%，降幅分别扩大0.4个和0.1个百分点。

据中新经纬