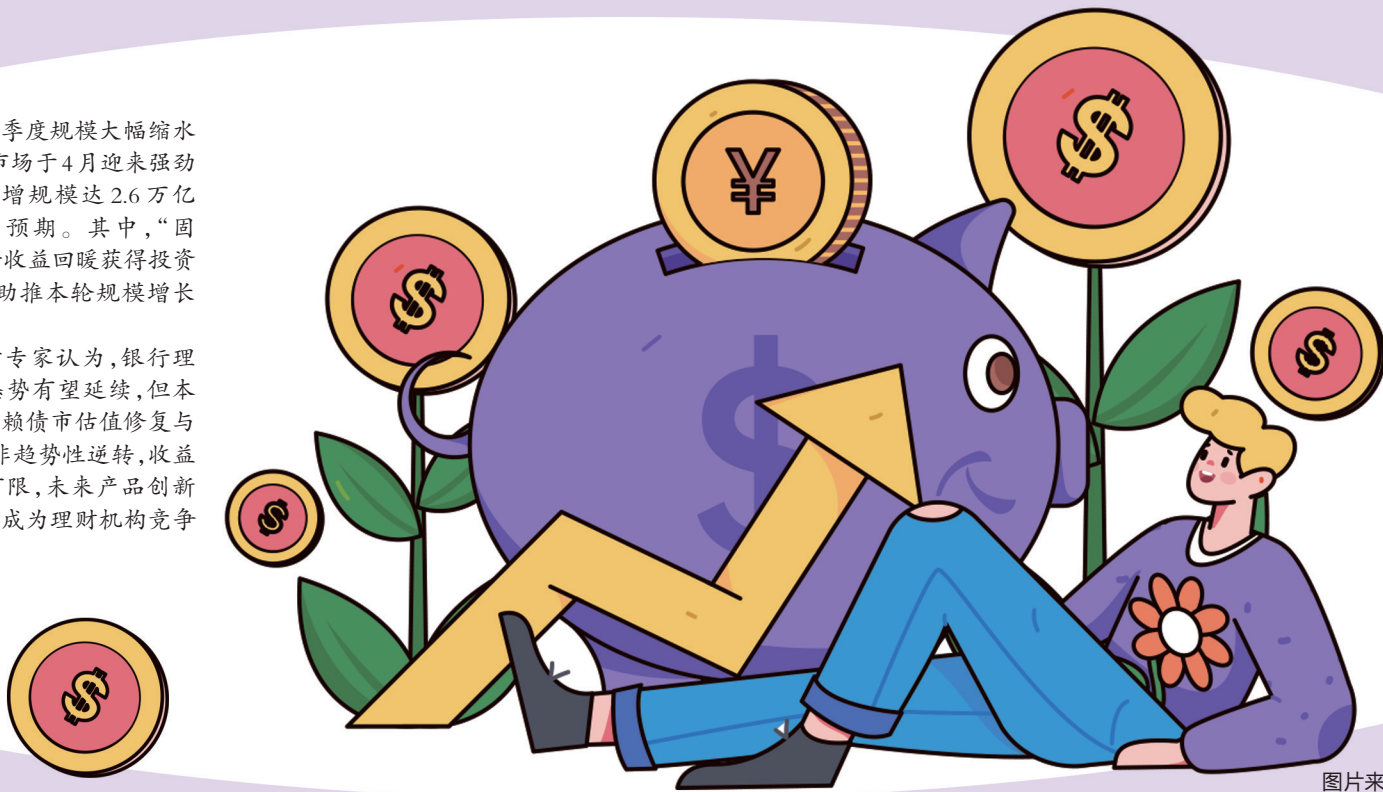


# 银行理财收益回暖 四月规模增长超预期

在经历一季度规模大幅缩水后,银行理财市场于4月迎来强劲反弹,单月新增规模达2.6万亿元,超出市场预期。其中,“固收+”产品凭借收益回暖获得投资者青睐,成为助推本轮规模增长的主力军。

多位受访专家认为,银行理财规模增长态势有望延续,但本轮扩张主要依赖债市估值修复与存款回流,而非趋势性逆转,收益改善持续性有限,未来产品创新与渠道拓展或成为理财机构竞争的主战场。



图片来源:视觉中国

## 规模增长超预期

在2026年一季度规模缩水逾1.3万亿元的背景下,4月银行理财市场呈现超季节性增长态势,单月规模增加2.6万亿元,其中“固收+”类产品获得投资者的广泛青睐。

据华源证券廖志明团队发布的数据,截至2026年4月末,银行理财规模合计达34.5万亿元,较3月末增加2.6万亿元,与往年相比增量较为突出;从产品总量来看,普益标准数据显示,4月存续产品总量达48497款,较一季度增加1156款。

对于4月银行理财规模快速增长,中信证券首席经济学家明明对上海证券报记者表示,这实质上是一种技术性回补。一季度银行出于冲存款的需求,促使理财资金回流表内,导致当季规模回撤较为明显;而4月资金集中回流理财产品,助推了反弹力度。

“更重要的原因在于,存款利率下行与理财收益回升,二者利差进一步拉大,重新激活了居民‘存款搬家’的长期惯性。”南开大学金融学教授田利辉在接受上海证券报记者采访时表示,银行渠道主动引导理财产品替代低息存款,进一步放大了本轮规模扩张的弹性。

明明表示,银行理财规模仍有上行空间,核心支撑因素为存款利率下行预期、存款再配置势能充足及理财“替代存款”定位短期难替代,规模中枢大概率上移。节奏上,二季度仍有增长惯性,但6月或受年中考核扰动,三季度有望成为重要增量窗口。

## “固收+”产品表现亮眼

“固收+”产品的增量尤为突出。Wind数据显示,截至4月末,“固收+”型产品规模达17.05万亿元,环比增加2402亿元。

分机构来看,多家理财公司的“固收+”产品在存续规模中的占比已超过50%。其中,交银理财、浦银理财、光大理财的“固收+”产品占比较高,分别达到86.9%、76.5%和62%。

收益表现方面,“固收+”产品收益回升至“3字头”。2026年4月,理财公司固收类理财平均年化收益达3.42%,其中纯固收类为2.71%，“固收+”类为3.24%，均较3月显著上行。此外,现金管理类产品年化收益估算为1.24%，纯债类产品为2.62%，整体收益水平呈现稳步回升态势。

不过,中国邮储银行研究员娄飞鹏在接受笔者采访时表示:“固收+”占比将稳中有升,但大幅扩张空间或有限。一方面,低利率环境迫使理财公司通过多资产策略打破收益瓶颈,对权益、衍生品等工具的运用更加常态化;另一方面,监管方对流动性及风险管控趋严且权益市场波动较大,制约了高风险资产配置。

田利辉亦持类似观点。他表示,本轮收益改善或是一场“跌出来的行情”,主要依靠债市估值修复带来的价格重估。4月债市的回暖贡献了核心的资本利得弹性,权益市场的结构性回暖则在“固收+”品类中起到收益增厚的作用。

“但这并非底层资产回报的趋势性回升,而只是在低利率中枢环境下的一次超跌修复。”田利辉说,一旦修复动能释放完毕,纯固收类产品的收益中枢仍将面临下行压力。因此,这种改善更像是潮汐中的短暂回涌,而非趋势的逆转,其持续性相对有限。

## 行业排名出现细微变化

在规模增长和收益提升的表象下,各银行理财机构的管理规模排名也出现了细微变化。

笔者从业内获悉,截至2026年4月末,管理规模排名前五的机构分别为招银理财、信银理财、兴银理财、光大理财和农银理财。与一季度的排名相比,原本位列第5的工银理财被农银理财取而代之,暂居第6位。

“近期,中信、光大、华夏等理财机构上量明显。”国信证券研报提到,以信银理财为例,该机构于2026年一季度末推出“信福+”品牌,尝试构建一套体系化、工业化的投研体系,深耕“含权产品”这一关键赛道。当前,该机构已发行超过5000亿元“固收+”产品。

为突破母行渠道瓶颈、扩大理财规模、触达更多投资者,理财公司也在拓宽代销渠道。银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场季度报告(2026年一季度)》显示,截至2026年一季度末,全市场已有617家机构跨行代销理财产品,较去年同期增加42家,代销渠道持续向中小银行和县域市场下沉。

以光大理财为例,其官网5月15日公告,公司已与厦门银行、绍兴银行等中小银行签署理财产品代理销售合作协议。截至目前,光大理财合作的销售机构已达64家。其中,行外代销规模占比超过50%,代销规模已高于母行销售规模。

当前,银行理财行业正经历多重变革力量的交织影响,在监管引导下整体呈现“提质重于扩量”的发展态势。多位受访人士认为,未来银行理财机构的头部格局仍将处于动态调整之中,产品创新与渠道拓展已成为行业发展的主攻方向。(上海证券报)