

2022年是资管新规正式实施的元年，回顾这一年，银行理财在全面净值化背景下，存有机遇的同时，挑战也不断。年内银行理财产品净值经历两轮回撤，一度出现大面积“破净”。在这一年，理财子阵营扩容不断，养老理财、ESG理财等主题理财产品则不断上新。

银行业分析人士指出，全面净值化时代，银行理财产品净值波动是正常现象，银行理财子公司如何在多变的市场环境中平衡收益和风险、增强产品竞争力是面临的考验。而银行理财产品创新势头持续活跃背后，是客户理财意识提升，投资者理财需求呈现多元化，理财机构谋变加快构建健全产品谱系。2022年全年银行理财市场规模将超过30万亿元，2023年，随着宏观经济企稳及资本市场回暖，带动居民收入预期与风险偏好回升，预估理财规模同比增速或超过15%。

理财子阵营加速扩容 空档一年后再有2家理财子获批筹建

银行理财子阵营不断扩容成为2022年银行理财市场重要内容之一。截至目前，共计有31家获批筹建，其中30家获批开业。而年初，获批筹建的银行理财子共计有29家，其中获批开业的则为22家。

相比2021年2家理财子获批开业，2022年获批开业的理财子明显增多。银保监会官网资料统计，2022年以来，共计有8家理财子拿到开业批复，分别为浦银理财、施罗德交银理财、上银理财、高盛工银理财、民生理财、恒丰理财、渤银理财、北银理财。

除多家理财子在2022年获批开业外，在空档一年后，再有理财子在2022年获批筹建。今年8月底，北京银行公告称，获准筹建北银理财，而在北京银行之前，监管已有一年未批复新的银行筹建理财子。北银理财在获批筹建后，也迅速在年内完成开业。此后，法巴农银理财在10月获批筹建，市场也将将迎来第5家大行合资理财公司。

“从数量看，今年理财子公司获批开业的数量明显增加。”光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示，机构申请成立理财子公司有一定的门槛，此前，理财子公司处于起步阶段，金融机构从熟悉到行业布局需要一个过程。“监管一直遵循‘成熟一家、批准一家、稳步推进’的工作思路。”一位银行内部人士如是说。

公开资料显示，包括齐鲁银行、贵阳银行、西安银行等多家银行排队等待监管批准筹建理财子，兰州银行等则曾公开表示将积极申请理财子牌照。“银行拟设立理财子公司表达了商业银行方面的迫切意愿，资管新规下，银行理财产品加速净值化转型，随着各家银行理财子公司的设立并壮大，银行理财子已经成为理财市场的绝对主体。”一位银行内部人士表示。

展望未来银行理财子阵营趋势，中金公司认为，后续理财牌照将主要聚焦剩余10%的市场，规模体量、区域布局、投研能力与产品谱系建设、资本金约束可能是新增理财牌照的核心考量因素。方正证券表示，未来银行理财子公司的竞争既是产品、客户的竞争，也是资产配置能力的竞争，更是投研能力的竞争，谁能在投研方面率先脱颖而出，必将引领理财子公司的发展。

主题产品创新不断 养老理财增至50只

银行理财产品方面，养老理财试点在2022年迎来进一步扩大，试点机构不断扩面，养老理财产品则不断出新。

2021年12月6日首批4家机构共计4只养老理财产品发售，开启了养老理财产品发行的序幕。此后，养老理财产品不断上新，至2022年2月底，养老理财产品数量增至8只。

2022年3月，银保监会扩大养老理财产品试点范围，在前期试点的基础上，将养老理财产品试点范围由“四地四机构”扩大到“十地十机构”。与此同时，首批4家理财公司单家机构养老理财产品募集资金总规模上限由100亿元也提高至500亿元

此后，养老理财产品加速上新。8月初，中邮理财首只养老理财产品开卖，拉开了第二批试点机构养老理财产品发行的序幕。截至目前，加之合资理财公司贝莱德建信理财，共有10家理财公司发行了50只产品。其中，2022年发行的养老理财产品为45只。试点机构仅信银理财暂未发行养老理财产品。

与此同时，专精特新、ESG、抗疫等主题理财产品出新不断。根据中国理财网，截至发稿，银行理财子存续的“专精特新”主题理财产品27只；银行理财产品名称中含有“ESG”字眼的产品共有168只，其中，理财子发行的产品达到143只。

银行人士指出，银行理财机构在积极创新开发“绿色主题”、“科技主题”等创新产品，践行社会责任，大力支持实体经济。近年来，银行理财产品创新势头持续活跃。在这背后，客户理财意识提升，投资者理财需求呈现多元化，推动理财机构健全产品谱系加快构建，各类资管主体竞相落地更激活了理财产品的创新速度。

展望未来，银行业券商分析师认为，客户需求将更加多元化，理财产品将更加丰富。养老理财方面，试点范围或将进一步扩大，随着人口老龄化加剧，养老理财需求将日益旺盛，养老理财等含权理财产品规模有望保持较快增长。而理财产品选择更加丰富，产品设计也相对复杂，不同种类产品的投资方向、投资结构、交易策略等存在较大差异，投资者也有必要提高对理财产品的认知和筛选。

净值经历两轮回撤 全面净值化时代的考验

“2022年理财公司成为理财产品的发行主力军，管理的理财产品规模超过传统银行，理财公司加强投研能力建设，积极加码权益投资，产品体系逐渐丰富，养老理财试点工作取得积极进展。”回顾2022年银行理财市场，融360数字科技研究院分析师刘银平对财联社记者表示，不过受股市、债市震荡影响，理财产品出现了多轮净值下跌潮，部分投资者理财资金亏损或是账面出现浮亏。

2022年以来，受股票市场和债券市场行情影响，理财产品的净值波动性增强，高波动市场行情中，今年一季度、11月银行理财产品净值经历两轮明显回撤，破净产品的数量也较之前明显增加，这成为投资者对2022年银行理财市场的重要印记。一位大行资管部相关负责人认为，今年理财产品开始全面实行资管新规，按照市值法进行核算，理财产品的净值随着配置资产的价格出现波动，实际是一种正常的现象。

净值大幅波动也让银行理财公司面临重大考验，理财子也一度开启自购模式。针对理财净值下跌，理财公司做出一系列行动来应对，刘银平称，包括发布公告缓解投资者焦虑心理、阶段性下调产品费率、调整资产配置、推出摊余成本法估值产品等。接下来，理财公司在资产配置、风险控制方面会更加谨慎。

普益标准研究员认为，全面净值化时代，在多变的市场环境中，银行理财市场的发展主要面临三方面的挑战。一是机构如何平衡收益和风险，二是如何增强自身产品竞争力，三是如何增强投研能力。该研究员补充道，理财公司队伍不断壮大，产品供给不断丰富，理财公司需在产品创设、体系完善和渠道建设等多方面不断锤炼，提高大类资产的配置效率，从投资端控制风险和遴选优质资产，为客户提供稳健而可观的收益。

刘银平也表示，理财公司未来应持续优化产品体系、加强风险管理，为投资者提供适合其风险偏好的理财产品。虽然过去几年银行及理财公司一直在加强投资者教育工作，但是效果并不是很理想，投资者对于净值波动的理财产品接受程度仍然不高，投资者教育工作依然任重道远。

根据中国理财网公布的数据，截至2022年6月末，理财产品存续余额为29.15万亿元，同比增长12.98%。有最新统计数据显示，截至2022年三季度末，286家银行和29家已批复开业理财公司共存续理财产品余额30.6万亿元，较年初增长超过6000亿元。

展望2023年，光大证券金融业首席分析师王一峰认为，随着宏观经济企稳及资本市场回暖，带动居民收入预期与风险偏好回升，因市场阶段性大幅调整、客户应激性赎回等因素导致的理财资产管理规模流失，有望逐步回流理财市场，初步测算2023

年理财规模同比增速有望超过15%。

“老百姓对理财产品的喜爱度仍然较高，相对来看，中低风险的固收类产品更受欢迎，未来理财产品规模有望进一步增长。”刘银平补充道。

本文源自财联社