

理财公司与中小银行共拓代销新蓝海

近日，多家理财公司宣布与中小银行签订代销合作协议，参与理财代销的银行数量呈现增长态势。记者调研后发现，在净息差承压、自主开展理财业务空间受限的背景下，中小银行存在通过增加代销业务来提高中间业务收入的需求。而部分中小银行渠道优势明显，对于理财公司实现更广泛的客户覆盖和业务增长形成助力。展望未来，双方在代销领域的合作有望不断深化。

理财公司与中小银行频合作

近日，多家理财公司宣布与中小银行达成代销合作协议。

苏银理财 10 月 17 日公告表示，根据业务需要，管理人新增部分理财产品的销售机构。新增机构包括威海银行、江南农村商业银行、福建海峡银行、苏州银行等。宁银理财也在 10 月 17 日公告称，根据宁银理财与广州银行签署的代理销售合作协议及相关业务准备情况，自 10 月 14 日起，广州银行可代理销售该公司旗下部分理财产品。

记者查阅各家理财公司公告发现，近期与中小银行达成代销合作协议的理财公司不在少数。10 月以来，已有招银理财、兴银理财、中银理财、光大理财等近 10 家理财公司宣布新增理财产品代销机构，温州银行、高邮农村商业银行、珠海农商银行、莲都农商银行等中小银行现身新增代销机构行列。

某股份制银行旗下理财公司负责人表示，目前公司的理财产品代销渠道已完成对四大国有银行及主要股份制银行的覆盖，从去年四季度开始，持续向中小银行

扩容。今年以来公司新增近 30 家代销合作机构，均为城农商行，未来还会加大对中小金融机构的覆盖力度。

业内人士表示，理财公司与中小银行的代销合作属于“双向奔赴”。展望未来，意在挖掘中间业务收入增长潜力的中小银行与理财公司的合作将不断深化。

中小银行以代销发力财富管理

华宝证券首席宏观策略分析师蔡梦苑表示，区域性中小银行当前面临净息差收窄的压力，自营投资收益空间受限。同时，理财业务监管趋严、理财公司牌照审批放缓，进一步限制了中小银行自主开展理财业务的空间。此前，监管部门要求，未设立理财公司的中小银行需在 2026 年底前将存量理财业务清理完毕并限制新业务增长。

在此背景下，拓展理财代销业务成为中小银行优化收入结构、实现战略转型的重要突破口。通过代销合作切入财富管理赛道，中小银行得以逐步践行“轻资本、轻资产”的运营模式。行业已就这一路径的战略必要性达成共识。

透过上市银行 2025 年半年报可以发现，多家中小银行在中间业务上发力明显，成效颇为瞩目。今年上半年，常熟银行手续费及佣金净收入达 1.42 亿元，同比增长逾 600%；此外，瑞丰银行、张家港行在这一指标上的增幅均超过 100%。常熟银行在公告中表示，截至今年 6 月末，该行代销理财规模 72.77 亿元。而在 2024 年末，该行这一规模为 49.54 亿元。

开源证券银行业首席分析师刘呈祥认为，银行可通过代销理财产品增强客户黏

性。从银行的角度来说，做好代销业务或可带给客户更好的投资体验。因此，银行有动力去丰富产品货架，代销其他理财公司发行的产品。

刘呈祥补充道，部分民营银行和直销银行还凭借着银行牌照和“类互联网”属性成为热门代销渠道。未来中小银行将持续压降自营理财业务，向代销业务转型，可不断发挥展业区域内的市场优势，与国有大行和股份制银行形成互补。

银行业理财登记托管中心数据显示，2025 年上半年，理财公司持续拓展母行以外的代销渠道。已开业的 32 家理财公司中，有 30 家理财公司的理财产品除母行代销外，还打通了其他银行的代销渠道。除母行代销外，2025 年 6 月全市场有 569 家机构代销了理财公司发行的理财产品，较年初增加 7 家。

随着理财公司代销业务扩容，监管部门陆续出台政策规范相关合作。今年 3 月 21 日，国家金融监督管理总局出台《商业银行代理销售业务管理办法》，明确了代销机构的资质、双方的合作内容以及产品准入、销售管理等细节。

理财公司持续开拓下沉市场

蔡梦苑认为，理财公司积极拓展他行代销渠道或主要出于两方面战略考量。一方面，直销渠道面临现实瓶颈，自营 APP 与母行客户重叠度较高，且系统开发与运营维护成本高昂；另一方面，多数理财公司母行渠道资源有限，需借助外部银行渠道以突破规模增长与品牌认知的瓶颈，从而实现更广泛的客户覆盖与业务增长。

某国有大行理财公司人士告诉记者：

“理财公司不能仅仅依赖母行渠道，还需不断开拓代销渠道。有些中小银行的销售能力很强，在业内影响力很大。”

从理财公司的视角看，在初步完成对大中型银行渠道的覆盖后，它们正进一步将代销网络向城商行、农商行等区域性中小机构下沉，以拓展更广阔的市场空间。蔡梦苑介绍，分析代销渠道较多的理财公司的代销策略，可发现三大典型特征：一是实现国有大行与股份制银行的全覆盖，凭借这些银行的网点优势提升产品触达广度；二是深入拓展城商行与农商行渠道，覆盖三四线城市及县域市场，激活下沉客群潜力；三是补充互联网银行渠道，如与网商银行、微众银行等民营银行及中信百信银行等直销银行合作，构建线上线下融合的代销生态。

云南信托研报认为，代销渠道的丰富有助于理财公司长期发展，减少关键时点规模受到的冲击和巨额申赎对投资行为的干扰，降低因资金来源波动对投资收益的影响。客户来源多元化有助于理财公司贴近市场需求和客户偏好，促进产品创新和服务优化，提升自身的市场竞争力。多渠道的产品销售还有助于理财公司提升品牌形象，构建核心投资能力，增强抗风险能力。

此外，云南信托还提示，在合作代销机构选择上，理财公司应结合自身战略定位、产品特性、客户画像及风险控制等因素，最终实现“渠道与业务匹配、成本与效益平衡、短期规模与长期发展兼顾”的目标。

（据《中国证券报》）

工商银行内蒙古分行： 深耕普惠金融 精准滴灌实体经济

工商银行内蒙古分行坚决贯彻落实党中央、国务院关于普惠金融的战略部署及内蒙古自治区党委政府的工作要求，坚守金融工作的政治性、人民性，聚焦服务实体经济本源，持续提升普惠金融服务质效，在扩面、增量、降本、提质等方面取得显著成效，为内蒙古自治区经济社会高质量发展注入强劲金融动能。

增量降本，普惠金融覆盖面与获得感持续提升

规模同业领跑：截至 2025 年 9 月末，普惠贷款余额超过 400 亿元，较年初增长超过 120 亿元，余额与增量均稳居全区同业首位，充分彰显了服务实体经济的“头雁”担当。

切实降低融资成本：通过政策引导，产品创新，持续推动普惠贷款降本让利，有效破解小微企业“融资贵”难题，显著减轻市场主体经营负担。

精准创新，特色场景化产品赋能区域特色产业

深耕区域特色：紧密围绕内蒙古自治区盟市、旗县、乡村的特色产业集群与市场主体差异化需求，因地制宜、精准施策，创新推出涵盖科技创新、乡村振兴、口岸经济、民生保障等领域的 40 余款专属场景化融资产品（如“科创贷”“专精特新贷”“口岸贷”“粮食收储贷”“退役军人创业贷”“敬老贷”等）。

提升融资可得性：通过特色产品精准对接，有效解决了小微企业、个体工商户及广大农牧民经营发展中的融资难题。区域特色方案贷款余额近 80 亿元，有力支持了地方特色经济繁荣发展。

纾困解难，优化流程践行“无还本续贷”政策

政策落地见效：积极响应总行及监管机构号召，将“无还本续贷”政策作为支持小微企业稳定经营的关键举措。秉持“以客户为中心”理念，通过高效便捷的续贷服务优化续贷流程。累计为 6000 多户小微客户办理无还本续贷业务近 80 亿元，真正践行了“普百业、惠万企”的服务承诺，增强了市场主体的满意度和获得感。

科技赋能，深化“银担”合作助力乡村振兴

系统直联提效：积极拥抱金融科技，成功上线银担业务系统直连平台。通过系统接口实现数据高效传递、大幅提升普惠涉农业务办理效率。不断深化与担保机构合作，利用科技手段有效提升担保类贷款在普惠贷款中的比重，拓宽涉农经营主体融资渠道，为内蒙古全面推进乡村振兴战略提供更加有力的金融支撑。



建行助学情暖蒙中 学子筑梦扬帆起航

近期，中国建设银行公益项目“成长计划”奖学金捐赠仪式在通辽蒙古族中学举行。此次捐赠金额总计 7.5 万元，旨在助力点燃更多梦想的火花，为内蒙古通辽地区教育事业贡献力量。

“成长计划”是中国建设银行自 2007 年起持续实施的长期公益项目，旨在通过奖励助学金的形式，奖励资助普通高中德智体美全面发展或在某一学科表现尤为突出的困难家庭优秀学生，为品学兼优但家庭困难的学子提供支持，助力他们顺利完成学业、实现人生理想。

通辽蒙古族中学校长金宝山在捐赠仪式现场向中国建设银行通辽分行赠送锦旗，以此表达学校深深的谢意。中国建设银行通辽分行

刘成军行长勉励所有学子要怀揣感恩之心，勇往直前，向着更高远的目标迈进。

捐赠仪式上，2024 级学生哈林作为代表发言，言语中充满感激：“这份奖学金对我的重要程度不言而喻，它为我增添了一份动力，使我以后能更加轻松、更加有信心地去学习，我将怀着这份感激之心，在以后更加地努力，将这份爱心传递下去，不辜负学校对我的期望，不辜负这份爱心。”

教育是照亮未来的灯塔，公益是传递温暖的桥梁。下一步，中国建设银行通辽分行将始终坚持金融向善理念，秉承金融为民情怀，积极践行中国建设银行“三带一融合”公益理念，助力莘莘学子逐梦起航。

（谢斯奇 李优）

