

No. 2411

研究报告



中国财富管理行业趋势 报告（2024 上）

中国人民大学国际货币研究所
中国数字金融合作论坛



微博·Weibo



微信·WeChat

更多精彩内容请登陆 國際货币网

<http://www.imi.org.cn/>





中国财富管理行业 如何做好数字金融大文章

——中国财富管理行业趋势报告 (2024上)

中国人民大学国际货币研究所 联合课题组
中国数字金融合作论坛

2024 年 10 月

目录

引言.....	1
第一部分 中国财富管理行业格局与发展趋势	3
第一节 中国财富管理行业概述.....	3
第二节 中国财富管理行业竞争格局.....	4
1.2.1 分析口径与方法.....	4
1.2.2 财富管理行业竞争格局.....	4
第三节 财富管理行业机构特征与发展趋势.....	10
1.3.1 银行：持续引领中国财富管理行业发展.....	10
1.3.2 券商：公募财富管理产品保有规模和市占率收缩.....	12
1.3.3 公募基金公司：需进一步挖掘行业特点、发挥行业优势.....	14
1.3.4 第三方机构：在财富管理行业地位稳固，头部机构前景较好....	15
第二部分 中国财富管理行业如何做好数字金融大文章.....	18
分论一：银行财富管理数字化.....	19
2.1.1 银行业数字化转型发展现状.....	19
2.1.2 银行财富管理业务中的数字化体现.....	25
2.1.3 银行财富管理数字化的机遇及挑战.....	32
分论二：证券公司财富管理数字化.....	34
2.2.1 证券行业数字化转型发展现状.....	34
2.2.2 证券公司财富管理业务中的数字化体现.....	38
2.2.3 证券公司财富管理数字化的机遇及挑战.....	43
分论三：第三方机构财富管理数字化.....	44
2.3.1 第三方机构财富管理业务中的数字化体现.....	45
2.3.2 第三方机构财富管理数字化的机遇及挑战.....	49
政策建议.....	52
参考文献.....	54

图索引

图 1 2021H2-2024H1 不同财富管理机构指数平均值变化情况	7
图 2 指数值大于或等于 400 的银行及指数值.....	11
图 3 排名前 10 券商指数值.....	13
图 4 上榜 4 家公募基金公司指数值.....	14
图 5 排名前 10 第三方机构指数值.....	16
图 6 招商银行两大 APP 用户和活跃用户数	26
图 7 招商银行 TREE 资产配置体系.....	28
图 8 中信银行开放协同运营生态架构.....	29
图 9 工商银行数字个金智慧经营平台.....	30
图 10 农业银行分布式架构体系.....	31
图 11 新技术在证券公司各业务领域分布情况图.....	35
图 12 2019-2023 年部分证券公司信息技术投入金额	35
图 13 2019-2023 年部分证券公司信息技术人员数量及占比	36
图 14 证券业数字财富管理的数字化运营模式.....	38
图 15 产品全生命周期管理体系.....	40
图 16 证券公司数字化转型蓝图.....	41
图 17 2022 年居民金融资产配置结构.....	50

表索引

表 1 2024 年上半年业内机构公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数 100 强	6
表 2 2024 年上半年业内机构公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数 100 强类型	7
表 3 100 强机构指数值分布	7
表 4 各类型机构指数平均值	7
表 5 2024 年上半年公募财富管理产品（非现金类）各机构保有规模 TOP16	9
表 6 银行指数值分布	10
表 7 指数值大于或等于 400 的银行指数值和排名变化情况	11
表 8 券商指数值分布	12
表 9 排名前 10 家券商指数值和排名变化情况	13
表 10 上榜 4 家公募基金公司指数值分布	14
表 11 公募基金公司指数值和排名变化情况	15
表 12 第三方机构指数值分布	16
表 13 排名前 10 家第三方机构指数值和排名变化情况	17
表 14 数字财富管理与传统财富管理的对比	19
表 15 四大行技术创新新动向	22
表 16 银行系金融科技子公司	23
表 17 六大行科技投入金额（亿元）	24
表 18 2023 年六大行科技人员数量及占比	25
表 19 互联网财富管理机构的 AI 业务布局梳理	47

引言

2023 年，中央金融工作会议首次提出建设金融强国的总基调，强调做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融和数字金融五篇大文章，坚定不移走中国特色金融发展之路，推动我国金融高质量发展，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业提供有力支撑。财富管理作为金融重要的功能之一，是助力金融强国建设的必要手段，在居民和企业财富水平不断增长的当下正发挥着日益重要的作用。推动财富管理行业高质量发展，既有利于优化金融结构，助力资本市场稳健发展，为科技创新和绿色可持续发展等战略性目标的实现提供有力支撑，也有利于促进居民财富收入稳定增长，增强居民消费信心和能力，为经济高质量发展注入强大动力。

2024 年上半年，中国财富管理行业持续遭受国内外宏观经济和资本市场波动冲击，面临客户风险偏好转变、投资结构调整、投资需求复杂化等多方面挑战。与此同时，以大数据、区块链、人工智能为代表的新技术快速迭代，各行各业聚焦数字科技革命，全球财富管理行业加速数字化转型。为更好适应复杂多变的市场环境，抓住科技发展浪潮带来的机遇，中国财富管理行业需要加快推进数字化、科技化、智能化，大力发展数字金融，充分利用前沿科技赋能行业发展。未来一段时间内，做好数字金融大文章将成为各类财富管理机构高质量发展的重要战略。

本报告主要由两部分内容组成。第一部分基于 2024 年上半年数据，对中国开展财富管理业务的不同类型机构的公募财富管理产品(非现金类)保有规模(简称“财富管理规模”)指数进行分析。结果表明：第一，银行持续引领中国财富管理行业发展。在 100 强的机构中有 65 家银行，前 20 名中有 18 家银行，前 10 名中有 9 家银行，尤其以招商银行为代表的头部机构优势显著；对比上期，100 强榜单中新增 6 家城商行和农商行，显示地方性股份制银行在财富管理行业的影响力进一步提升，财富管理能力得到培育和发展。第二，券商的财富管理规模明显收缩。受市场环境和行业政策等因素影响，2024 年上半年，券商整体业绩、财富管理规模和市场占有率等多项指标较 2023 年末出现一定下降，但在一系列重要政策的支持下，下半年证券行业各项指标有望迅速恢复并进一步提升。第三，公募基金公司上榜数量较少（只有 4 家，均为头部机构）。各公司应把握当前机遇，在高净值客户挖掘、直销渠道客户福利提升和产品创新等方面下功夫。第四，第三方机构在财富管理行业的地位相对稳固。与 2023 年末相比，第三方机构的



上榜名单维持不变，且各机构排名基本保持一致，第三方机构财富管理规模指数的平均值持续上升，仍然位列各类型机构的指数平均值第一名。从上榜前十家第三方机构看，其指数值差距较大。第三方财富管理机构多为互联网企业，依托技术能力，在专业服务便捷性、普惠性和交互体验性方面具有较强竞争优势，同时具有更广泛的客户触达优势。

第二部分聚焦中国财富管理行业的数字化，详细介绍银行、券商、第三方机构等不同类型的机构将如何做好数字金融大文章，同时展望中国财富管理行业在当前市场环境和技术发展趋势下的新机遇和新挑战。第一，在数字新基建蓬勃发展背景下，商业银行数字化转型是大势所趋，金融科技将在提升银行财富管理水平中发挥巨大作用。各家银行正依托人工智能、大数据、云计算、区块链等技术能力，持续推进新一代技术体系转型，打造面向未来的数字新基建与 IT 架构底座。这将从客户端、产品端、服务端、内部组织架构运营效能等多方面深刻变革银行的财富管理运营模式，提升银行财富管理服务综合水平。第二，证券公司做好数字金融大文章，不仅可以提升财富管理的服务效能，还能改变传统的业务模式和服务方式。下一步，证券公司将聚焦于客户端、产品端和运营模式的数字深化，基于大数据、人工智能等技术，提升数字化客户运营能力，打造智能化的产品管理和评价体系，构建由金融科技支撑的线上服务平台、数字化投顾平台和财富管理中台。第三，许多数字原生的互联网及第三方财富管理平台在数字化方面具有一定的先发优势。互联网渠道凭借用户洞察优势、费率优势、全产品布局优势，渗透率持续提升。大语言模型的蓬勃发展开启了互联网机构对智能化业务的广泛布局。在金融科技推动下，互联网及第三方平台的投顾业务将快速向买方投顾，尤其是向智能投顾转型。

发展数字金融是财富管理行业拥抱新一轮科技革命的必经之路。财富管理数字化能力的提高和大模型在财富管理领域的应用和推广，将有效推动我国财富管理行业的高质量发展。同时，以大数据、AI 大模型等为代表的新型技术的开发和应用，也将使财富管理行业在数据质量、数据安全、风险合规、制度监管、人才培养等领域面临长期挑战。为此，监管部门和金融机构均应采取应对策略，通力合作，引导新技术长期健康发展和有效服务财富管理行业数字化，使得财富管理行业进一步做好数字金融这篇大文章。

第一部分 中国财富管理行业格局与发展趋势

第一节 中国财富管理行业概述

财富管理是一个较为宽泛的概念，中国人民银行于 2021 年 12 月 29 日发布的《金融从业规范 财富管理》将其定义为：财富管理即贯穿于人的整个生命周期，在财富的创造、保有和传承过程中，通过一系列金融与非金融的规划与服务，构建个人、家庭、家族与企业的系统性安排，实现财富创造、保护、传承、再创造的良性循环。全方位的财富管理包括财富管理产品、保险规划、资产配置、退休规划、法律风险规划、税务筹划、不动产投资规划、收藏品规划以及家族财富传承等，其中财富管理产品主要包括投资产品（股票、基金、债券、资产管理产品等）和保险产品（人身保险、财产保险、理财保险三类），涉及行业机构大致可分为商业银行（后文简称“银行”）、证券公司（后文简称“券商”）、公募基金公司、保险公司和新兴的第三方机构。

财富管理以客户为中心，从客户需求出发提供服务。由于各类金融机构在资金端、投研能力、客户资源、销售渠道、产品发行、人才团队、业务协同等方面各具差异，因此在发展财富管理不同业务上各有优劣，在竞争与合作中也将共生共荣。各类财富管理机构构成了财富管理行业生态链的主体，不同机构之间虽然在重叠的领域竞争，但在互补的领域也存在着合作。

在我国经济高质量发展的大背景下，资金融通模式发生改变，居民理财需求迅猛增长，财富管理行业迎来重要发展机遇，行业竞争格局将逐渐清晰。据麦肯锡全球财富数据库统计，中国居民个人金融资产规模在 2013-2022 年间的年均复合增长率达到 13%，预计未来十年仍将保持年均 9% 的高速增长；同时，中国居民的投资结构持续调整，长期看权益等高风险产品的需求呈现上升趋势，复杂产品需求旺盛；此外，中国个人投资者在财富管理方面的专业性相对较低，投资理性程度低，需求和风险偏好分化明显，需要投资教育和专业的投顾服务。可以看到，中国财富管理市场具有较大的发展潜力，且当前面临重要的发展窗口期。在财富管理行业数字化和大数据、人工智能技术应用的背景下，财富管理行业全链条将迎来大变革，各类机构的优势和特色将更突出，竞合关系将持续变动和深化，形成财富管理行业的新格局。



第二节 中国财富管理行业竞争格局

由于各类金融机构在投研能力、客户资源、销售渠道、产品发行、人才团队、业务协同等方面各具差异，因此在发展财富管理业务上也各有优劣势，构成了百花齐放的财富管理竞争格局。我们以业内机构公募财富管理产品（非现金类）保有规模情况进行分析，观察行业竞争格局，以及各类机构的发展特点。

1.2.1 分析口径与方法

我们聚焦普惠型财富管理服务，分析各机构财富管理能力和未来发展趋势，选择具有低门槛、净值化等相似点的银行理财产品以及公募基金产品，并排除其中近似无风险和弱服务需求的现金管理类及货币型产品，计算各机构代销的公募财富管理产品（非现金类）保有规模。

公募财富管理产品（非现金类）保有规模=银行理财产品（非现金管理类）保有规模+公募基金（非货币类）保有规模

由于财富管理业务正在从卖方服务向买方服务转型，对机构来说，客户信任和客户粘性是财富管理机构溢价能力的重要来源。关注财富管理机构的产品保有规模，体现了以客户为中心，以及通过高频交互、专业服务和长期陪伴帮助客户以更大概率获取正收益的理念，这也有助于强化财富管理机构与客户的合作关系。同时，保有规模能够侧面反映机构的投资研究、管理等能力，因此我们把它作为分析的核心指标。

为了避免披露所有机构的非现金公募产品具体保有规模，我们通过一种非线性转换方式（齐夫定律构造法）将保有规模指数化，保有规模越大，指数越高。保有规模指数可直接且客观反映各机构的保有规模差异和相对排序。具体做法是：①规模取对数，得到变量 A；②经过线性变化，得到变量 B；③B 经过指数函数变换得到指数值；④前 20 名指数值加一个微小扰动项，防止反推所有机构的规模。线性指数化为直接使用最大最小值法赋值，非线性指数化为对数化后，再按最大最小值赋值。我们把 25000 亿保有规模对应为 500 分、170 亿保有规模对应为 60 分。指数值的本质含义是机构保有规模对数的线性函数。

1.2.2 财富管理行业竞争格局

根据上述口径与方法，相关分析涉及到的机构包括商业银行、证券公司、基

基金公司、保险公司、第三方机构。其中，商业银行的数据对应其代销其他机构产品和代销旗下理财公司产品的保有规模，证券公司、保险公司、第三方机构的数据对应其代销的公募基金产品的保有规模，基金公司的数据对应其直销的公募基金产品的保有规模。

从 2024 年上半年公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数（简称“财富管理规模指数”）100 强机构来看，银行有 65 家，比 2023 年末增加 4 家，其中排名第一的招商银行指数值首次超过 500，达到 510.90，且另有 6 家新上榜的银行，显示银行在保持绝对优势的同时影响力进一步扩大；券商有 18 家，比 2023 年末减少 1 家（国金证券）；第三方机构有 12 家，与 2023 年末持平；公募基金数量有 4 家，比 2023 年末减少 3 家（天弘基金、南方基金、嘉实基金）。由此可见，银行在财富管理行业中的优势地位相当稳固，且在 2024 年上半年的宏观经济背景下更受客户青睐；而其他机构则起到有益补充作用，其中公募基金公司的财富管理产品直销规模在 2024 年上半年出现一定收缩。

从指数结果来看，100 家机构财富管理规模指数总体水平有所上升，显示各类机构财富管理能力整体持续提升。100 家机构的指数平均值为 218.59，较 2023 年末的 215.30 上升 1.53%，中位数为 164.99，较 2023 年末的 170.53 下降 3.25%。指数在 400 以上的机构有 12 家，与 2023 年末相比增加 2 家（上海浦东发展银行、平安银行）；位于 100-200 区间的机构有 60 家，比 2023 年末增加 2 家；位于 300-400、200-300 区间内的公司分别有 10 家、18 家。



表 1 2024 年上半年业内机构公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数 100 强

机构名称	指数值	排名	机构名称	指数值	排名	机构名称	指数值	排名	机构名称	指数值	排名
招商银行	510.90	1	广发银行	261.95	26	国信证券	164.79	51	汇添富基金	135.44	76
兴业银行	478.26	2	上海农村商业银行	255.67	27	桂林银行	164.14	52	东方证券	132.52	77
中国工商银行	461.53	3	华泰证券	251.85	28	中国中金财富证券	163.99	53	郑州银行	131.80	78
中信银行	459.17	4	渤海银行	249.93	29	中原银行	163.58	54	晋商银行	131.11	79
中国银行	457.68	5	北京汇成基金销售	248.79	30	天津银行	163.05	55	北京雪球基金销售	128.33	80
中国建设银行	452.82	6	浙商银行	243.25	31	上海利得基金销售	163.03	56	广西北部湾银行	127.70	81
蚂蚁（杭州）基金销售	445.64	7	恒丰银行	229.60	32	苏州银行	160.21	57	中泰证券	126.15	82
中国农业银行	439.67	8	青岛银行	229.55	33	齐鲁银行	157.67	58	九江银行	125.62	83
中国光大银行	434.99	9	中国人寿保险	229.38	34	兰州银行	157.63	59	广发基金	123.66	84
交通银行	419.06	10	广发证券	226.76	35	重庆银行	157.52	60	浙江稠州商业银行	121.38	85
上海浦东发展银行	403.62	11	京东肯特瑞基金销售	224.22	36	吉林银行	156.78	61	盛京银行	121.30	86
平安银行	402.02	12	徽商银行	218.83	37	贵阳银行	156.55	62	威海市商业银行	120.48	87
中国邮政储蓄银行	397.16	13	珠海盈米基金销售	215.69	38	长安银行	156.50	63	浙江萧山农村商业银行	118.83	88
中国民生银行	393.05	14	重庆农村商业银行	211.15	39	大连银行	154.53	64	湖北银行	116.74	89
华夏银行	375.04	15	上海好买基金销售	209.06	40	海通证券	151.14	65	龙江银行	115.24	90
上海天天基金销售	366.67	16	招商证券	199.79	41	浙江同花顺基金销售	148.71	66	东莞农村商业银行	114.19	91
江苏银行	362.10	17	成都银行	199.12	42	兴业证券	146.41	67	哈尔滨银行	113.52	92
宁波银行	353.43	18	中信建投证券	193.75	43	易方达基金	145.82	68	国投证券	112.39	93
南京银行	339.80	19	成都农村商业银行	189.59	44	杭州联合农村商业银行	145.30	69	西安银行	110.39	94
杭州银行	328.09	20	国泰君安证券	185.28	45	上海万得基金销售	142.02	70	华夏基金	110.07	95
北京银行	307.20	21	中国银河证券	184.39	46	申万宏源证券	140.16	71	青岛农村商业银行	107.85	96
腾安基金销售（深圳）	302.83	22	平安证券	179.99	47	广州农村商业银行	139.49	72	珠海华润银行	107.62	97
上海银行	298.83	23	东方财富证券	170.89	48	长沙银行	139.10	73	江苏常熟农村商业银行	106.01	98
上海基煜基金销售	280.19	24	温州银行	165.90	49	北京农村商业银行	137.09	74	广东顺德农村商业银行	105.50	99
中信证券	269.35	25	广州银行	165.20	50	汉口银行	136.33	75	长江证券	105.24	100

数据来源：中国证券投资基金业协会、金牛资产管理研究中心、道乐研究院

表 2 2024 年上半年业内机构公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数 100 强类型

机构类型	2023 末公司数量（家）	2024H1 公司数量（家）	数量变化
银行	61	65	↑
券商	19	18	↓
第三方机构	12	12	—
保险	1	1	—
公募基金	7	4	↓

表 3 100 强机构指数值分布

指数值区间	2023 末公司数量（家）	2024H1 公司数量（家）
400 及以上	10	12
300-400	10	10
200-300	22	18
100-200	58	60

表 4 各类型机构指数平均值

机构类型	2023 末指数平均值	2024H1 指数平均值
第三方机构	233.57	239.60
银行	232.82	232.84
保险	213.99	229.38
券商	176.94	172.49
公募基金	135.63	128.75

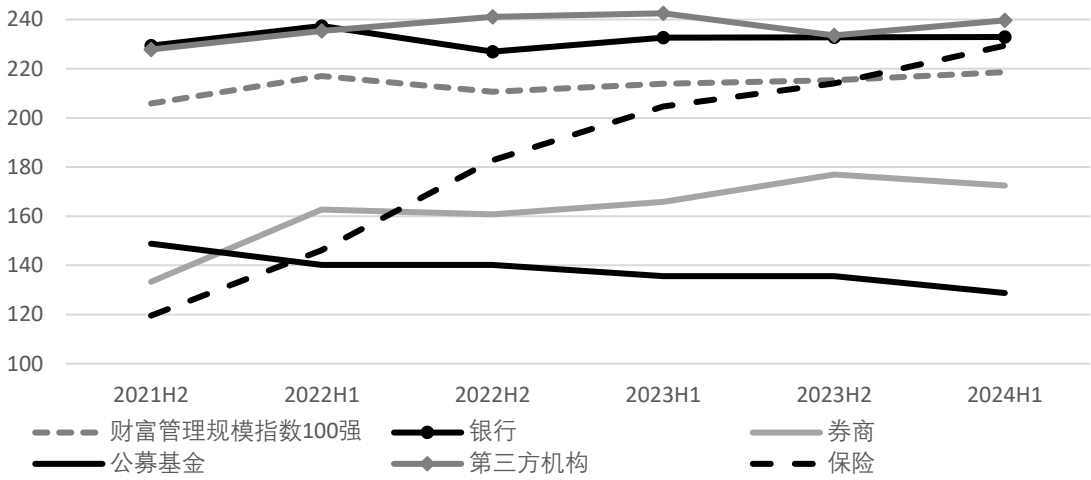


图 1 2021H2-2024H1 不同财富管理机构指数平均值变化情况



由于各类金融机构在客户资源、销售渠道、投研能力、人才团队、业务协同等方面各具差异，因此在发展财富管理业务上各有优劣势。从不同机构的财富管理规模指数平均值来看，第三方机构为 239.60，在所有机构中依然排名第一；其次为银行，平均值为 232.84；券商、保险、公募基金的指数平均值分别为 172.49、229.38、128.75。在五类机构中，券商和公募基金公司的指数平均值下降幅度相对较大，分别为-2.51%、-5.07%；银行的指数平均值与 2023 年年末基本持平，第三方机构和保险公司的指数平均值上升幅度较大，分别为 2.58%、7.19%。指数排名前十机构仍然是 9 家银行和 1 家第三方机构（蚂蚁基金销售）。

从 2021 年末至 2024 上半年共 6 期的财富管理机构指数平均值变化看，不同类型机构的财富管理规模指数平均值的发展趋势各有不同。具体而言，100 强机构指数平均值、银行指数平均值和第三方机构指数平均值波动较小，在 6 期内均保持相对高位。其中第三方机构的指数平均值连续 4 期位列各类财富管理机构第一，而银行的指数平均值则连续 4 期位列第二。保险公司的指数平均值持续高速增长，当前已经接近第三方机构和银行的指数平均值水平；券商的指数平均值在 6 期内总体呈上升趋势，但 2024 年上半年指数平均值相比上一期出现较大幅度的降低；公募基金公司的指数平均值则总体呈现下降趋势。

进一步地，从绝对规模来看，2024 年上半年公募财富管理产品（非现金类）保有规模前 16 位的机构中有 14 家银行（见表 5），另外两家为第三方机构，分别为蚂蚁基金销售和天天基金销售。与 2023 年末相比，中信银行规模增幅较高，从第 6 位升至第 4 位，其他机构相对排名不变；招商银行以 28352 亿元保持总规模排名第一，兴业银行（19503 亿元）、中国工商银行（16170 亿元）保持排名第二、三位；邮储银行增幅最高，达 42.78%，浦发银行、华夏银行、民生银行规模增幅也超过 20%。从非货理财保有规模来看，招商银行以 19732 亿元保有规模排在第一位，兴业银行、中信银行分别以 14876 亿元、14482 亿元排在第二、三位；从非货币类公募基金保有规模来看，蚂蚁基金销售以 13512 亿元保有规模排在第一位，招商银行、天天基金销售分别以 8620 亿元、5520 亿元排在第二、三位。

表 5 2024 年上半年公募财富管理产品（非现金类）各机构保有规模 TOP16

机构名称	2023 末非货 理财保有规 模(亿元)	2024H1 非货 理财保有规 模(亿元)	2023 末非货币 市场基金保有 规模(亿元)	2024H1 非货币 市场基金保有 规模(亿元)	2023 末总 计（亿元）	2024H1 总 计（亿元）	规模增幅	2023 末排名	2024H1 排名	排名 增减
招商银行	16542	19732	7735	8620	24277	28352	16.78%	1	1	—
兴业银行	13817	14876	3447	4627	17264	19503	12.97%	2	2	—
中国工商银行	9870	11648	4485	4522	14355	16170	12.64%	3	3	—
中信银行	11901	14482	1326	1286	13227	15768	19.21%	6	4	↑
中国银行	9478	11625	4095	3863	13573	15488	14.11%	4	5	↓
中国建设银行	10095	11242	3436	3375	13531	14617	8.03%	5	6	↓
蚂蚁基金销售	—	—	12723	13512	12723	13512	6.20%	7	7	—
中国农业银行	8911	10923	1733	1684	10644	12607	18.45%	8	8	—
中国光大银行	9930	11422	588	550	10518	11972	13.82%	9	9	—
交通银行	7922	8000	2047	1989	9969	9989	0.20%	10	10	—
上海浦东发展银行	5395	7394	1029	987	6424	8381	30.46%	12	11	↑
平安银行	4988	5637	2334	2581	7322	8218	12.24%	11	12	↓
中国邮政储蓄银行	4110	6207	1341	1576	5451	7783	42.78%	15	13	↑
中国民生银行	5153	6594	943	852	6096	7446	22.15%	13	14	↓
华夏银行	4492	5853	204	196	4696	6049	28.83%	16	15	↑
天天基金销售	—	—	5496	5520	5496	5520	0.44%	14	16	↓

数据来源：中国证券投资基金业协会、金牛资产管理研究中心、道乐研究院



第三节 财富管理行业机构特征与发展趋势

2024 年上半年，财富管理行业各类机构的特征和发展趋势呈现出较大的差异。其中，银行在财富管理行业的规模占据主导地位，多家头部银行持续引领行业发展；券商在 2024 年上半年财富管理规模有所收缩，但将迅速恢复到长期扩张的状态；公募基金公司规模出现阶段性回落，需要加大对高净值客户的挖掘、提升直销渠道客户福利、并推出更多创新型产品；第三方机构在财富管理行业中具有独特的优势，并以此为基础保持了稳定的地位。

1.3.1 银行：持续引领中国财富管理行业发展

2024 年上半年公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数 100 强中，银行共有 65 家，指数平均值为 232.84，较 2023 年末指数平均值 232.82 小幅提升 0.12%。指数值在 400 及以上的有 11 家，呈均匀分布，比 2023 年末增加 2 家（上海浦东发展银行、平安银行）；指数值在 300-400 之间的有 8 家；指数值在 100-200 之间的银行数量最多，有 37 家。

招商银行财富管理优势显著，几家国有大行的财富管理也都位于前列。在 100 强机构中，有 6 家新上榜的银行，分别是浙江萧山农村商业银行、龙江银行、哈尔滨银行、西安银行、江苏常熟农村商业银行和广东顺德农村商业银行。这说明城商行和农商行在中国财富管理行业中的重要性进一步提升，其因地制宜服务地方需求的能力得到培养和发展。

表 6 银行指数值分布

指数值区间	公司数量（家）
400 及以上	11
300-400	8
200-300	9
100-200	37

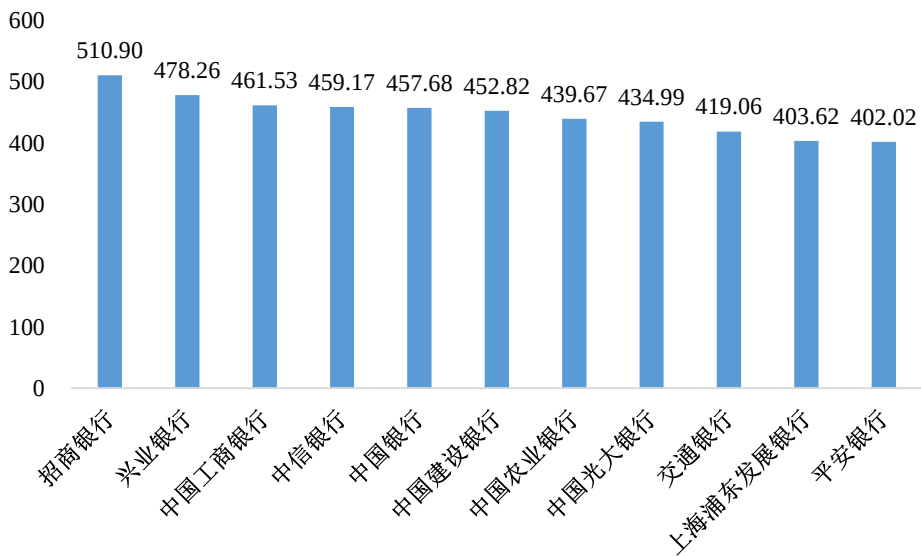


图 2 指数值大于或等于 400 的银行及指数值

表 7 指数值大于或等于 400 的银行指数值和排名变化情况

机构	2023 年末指数值	2024 年 H1 指数值	增长率	2023 年末排名	2024 年 H1 排名	排名变动
招商银行	497.25	510.90	2.74%	1	1	—
兴业银行	467.55	478.26	2.29%	2	2	—
中国工商银行	451.26	461.53	2.28%	3	3	—
中信银行	446.04	459.17	2.94%	4	4	—
中国银行	446.05	457.68	2.61%	5	5	—
中国建设银行	443.94	452.82	2.00%	6	6	—
中国农业银行	424.89	439.67	3.48%	8	8	—
中国光大银行	423.83	434.99	2.63%	9	9	—
交通银行	418.85	419.06	0.05%	10	10	—
上海浦东发展银行	380.01	403.62	6.21%	12	11	↑
平安银行	391.90	402.02	2.58%	11	12	↓

从公募财富管理产品（非现金类）保有规模总量看，2024 年上半年银行的财富管理规模进一步扩大，其中银行理财产品规模持续稳步上升。《中国银行业理财市场半年报告（2024 年上）》显示，截至 2024 年 6 月末，银行财富管理产品存续规模为 28.52 万亿元，较年初增加 6.43%，同比增加 12.55%。从不同产品保有规模变动看，固收类产品仍是银行财富管理的绝对主流产品，其保有规模较



2023 年末略有提升；混合类、权益类、商品及金融衍生品类产品的保有规模比例进一步下降。相对地，2024 年上半年财富管理规模前 100 的银行中，部分银行的非货币公募基金保有规模较 2023 年末减少，前 10 家银行中有半数银行的非货币公募基金保有规模出现不同程度的缩水，其原因主要是市场波动和投资者信心不足。这显示在宏观经济和资本市场环境不佳情况下，居民对于财富管理机构的偏好更倾向于银行，对财富管理产品的偏好更倾向于稳健保守型产品，尤其是银行理财产品。

综上所述，银行是财富管理行业的中流砥柱，在当前环境下更受广大投资者青睐。未来国内经济将逐步复苏，投资者对财富管理服务的个性化需求不断增加，银行的财富管理结构也会相应变化。随着财富管理数字化程度提升和 AI 的广泛应用，银行将进一步扩大自身优势，继续引领中国财富管理行业发展。

1.3.2 券商：公募财富管理产品保有规模和市占率收缩

在 2024 年上半年公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数 100 强中，券商的指数平均值为 172.49，显著低于银行，且较 2023 年末指数平均值（176.94）下降 2.51%；上榜数量共 18 家，比 2023 年末减少 1 家（国金证券）；指数值在 100-200 区间内的机构最多，有 15 家，较 2023 年末增加 2 家，且各家机构指数值差距较小；指数值在 200 以上的有 3 家，比 2023 年末减少 3 家。

排在前 10 的券商均是行业龙头，分别为中信证券、华泰证券、广发证券、招商证券、中信建投证券、国泰君安证券、中国银河证券、平安证券、东方财富证券和国信证券，业内排名与 2023 年末基本一致，总榜的排名则大多小幅度下降；其中申万宏源证券排名迅速下降，从 2023 年末的券商第 4 名下降为第 14 名，总榜排名从 34 名下降为 71 名，基本回到去年同期水平；国信证券在同业中的排名相比 2023 年末上升 1 名，进入券商前 10 行列。

表 8 券商指数值分布

指数值区间	公司数量（家）
200-300	3
100-200	15

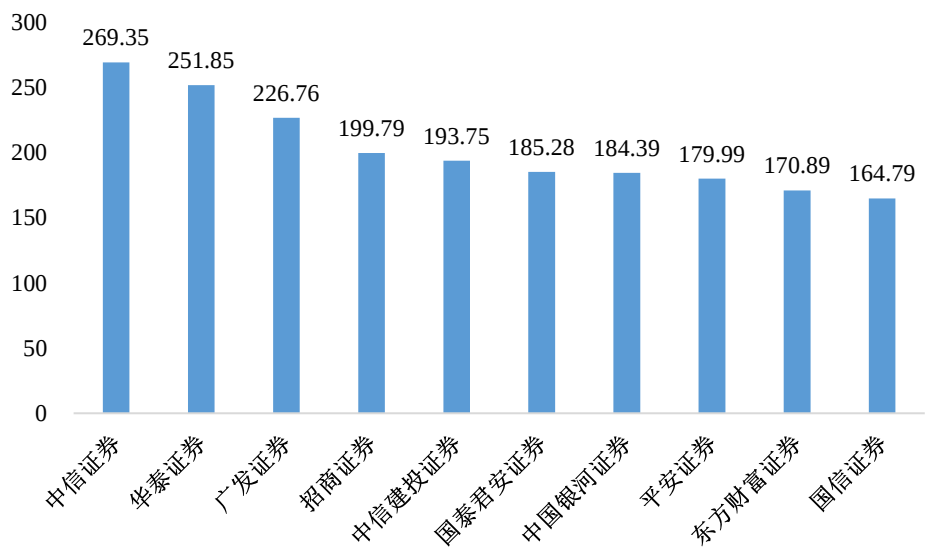


图 3 排名前 10 券商指数值

从指数增长率看，前 10 家券商 2024 年上半年的财富管理规模指数较 2023 年末普遍下降。其中招商证券、中信建投证券和国泰君安证券下降幅度最大，分别为-5.58%、-4.18%、-3.86%；广发证券和中国银河证券实现了逆势上升，增长率分别为 1.17%、0.22%。

表 9 排名前 10 家券商指数值和排名变化情况

机构	2023 年末指数值	2024 年 H1 指数值	增长率	2023 年末排名	2024 年 H1 排名	排名变动
中信证券	272.90	269.35	-1.30%	24	25	↓
华泰证券	257.49	251.85	-2.19%	25	28	↓
广发证券	224.14	226.76	1.17%	33	35	↓
招商证券	211.60	199.79	-5.58%	37	41	↓
中信建投证券	202.20	193.75	-4.18%	41	43	↓
国泰君安证券	192.72	185.28	-3.86%	44	45	↓
中国银河证券	185.15	184.39	-0.41%	45	46	↓
平安证券	179.59	179.99	0.22%	47	47	-
东方财富证券	171.92	170.89	-0.60%	49	48	↑
国信证券	167.12	164.79	-1.40%	52	51	↑

2024 年上半年，受国内外市场环境等因素影响，券商整体业绩、财富管理规模和市场占有率均出现明显下降，其中权益类产品表现不佳。然而，当前证券行业格局正发生重大变化，未来将迅速回归长期扩张趋势。一方面，证券行业“强



强联合”的时代已经到来。截至9月中旬，本年度内证券业已产生7起并购案例，将有利于头部券商的综合实力和发展潜力提升。另一方面，9月24日金融监管部门出台多项重磅政策，为我国资本市场注入一针强心剂，近乎扭转民众和金融机构对于市场的预期，A股市场连续多天大涨。随着各项政策不断落地，未来半年内宏观经济状况和市场环境将逐渐回暖，有利于券商充分发挥其财富管理特点与优势，为客户提供更多优质的高回报率产品。预计下半年证券公司的非货币公募基金产品保有规模和财富管理总规模将企稳回升。

1.3.3 公募基金公司：需进一步挖掘行业特点、发挥行业优势

2024年上半年公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数100强中，公募基金公司指数平均值为128.75，较2023年末的135.63下降5.07%。总体上榜数量只有4家，由高到低分别为易方达基金、汇添富基金、广发基金、华夏基金，比2023年末减少3家（天弘基金、南方基金、嘉实基金）。这4家的财富管理规模指数值均在100-200之间，指数值和100强排名均大幅度下滑。易方达基金在业内的排名超过汇添富基金，成为公募基金公司中的第1位，但其财富管理规模指数下降了14.74%，在100强中的排名也大幅下跌。其他3家上榜的公募基金公司情况类似。公募基金公司财富管理规模和指数基于其财富管理产品（非现金类）的直销数据计算，因此公募基金公司指数的长期下降趋势体现了其直销业务的持续收缩。

表 10 上榜4家公募基金公司指数值分布

指数值区间	公司数量（家）
100-200	4

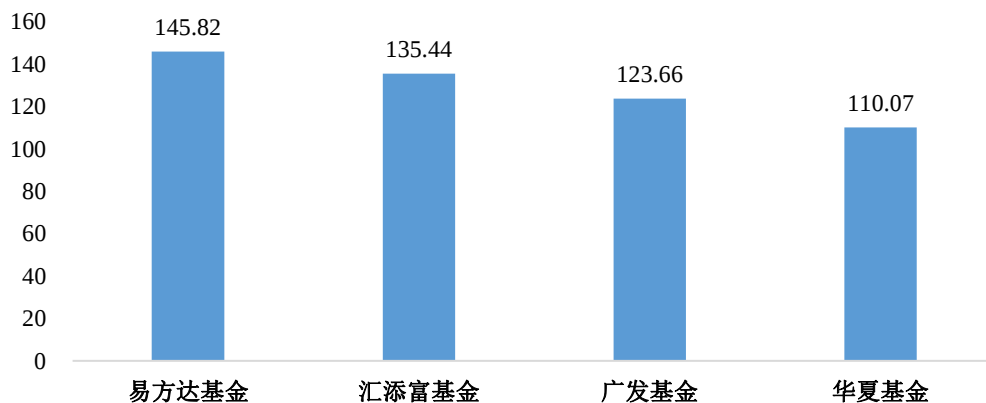


图 4 上榜4家公募基金公司指数值

表 11 公募基金公司指数值和排名变化情况

机构	2023 年末指数值	2024 年 H1 指数值	增长率	2023 年末排名	2024 年 H1 排名	排名变动
易方达基金	171.04	145.82	-14.74%	50	68	↓
汇添富基金	184.65	135.44	-26.65%	46	76	↓
广发基金	154.93	123.66	-20.18%	64	84	↓
华夏基金	118.21	110.07	-6.88%	89	95	↓
天弘基金	109.78	-	-	93	-	-
南方基金	106.78	-	-	96	-	-
嘉实基金	103.99	-	-	98	-	-

虽然头部公募基金公司也推出了自己的互联网销售平台，例如手机 APP，但这些渠道或应用可以选择的基金仅限于该公司自己的产品，且功能有限，难以保持客户流量，这是公募基金公司直销业务收缩的主要原因。此外，在 2024 年上半年，受市场波动影响，各权益类和混合类基金表现不佳，给各公募基金公司带来了额外的冲击，导致公募基金公司上榜机构数量和总体指数表现骤降。

展望未来，公募基金公司需深入挖掘自身特点和目标客户需求，把握好当前的重大利好和发展机遇，充分发挥行业优势。第一，把握不同类型的客户群之间的特点和需求，加强对高净值客户的开发和联系。第二，加强在社交平台上的引流力度，并通过给直销客户提供专业的投顾服务、良好的投资信息交流社群、针对新基民的投资知识技能培训等软性方式提高客户留存率。第三，公募基金公司还应找准自身优势领域坚持深耕，提升自身投顾水平和服务范围，在充分了解目标客户的需求基础上，推出更多有特色的创新型产品，利用产品的独特性、复杂性和针对性吸引客户，提升客户对基金投顾和直销服务的需求。

1.3.4 第三方机构：在财富管理行业地位稳固，头部机构前景较好

2024 年上半年财富管理规模指数 100 强中，第三方机构指数平均值为 239.60，较 2023 年末的 233.57 上升 2.58%；上榜数量为 12 家，与 2023 年末保持一致，仍然全部都是基金代销机构。各机构的指数值在各区间均有分布，指数值在 300 以上的有 3 家，与 2023 年末相比增加 1 家（腾安基金销售）。

从指数排名前十的第三方机构来看，指数值差距仍然较大。根据各机构指数值和排名，可以大致将上榜的第三方机构分为四个梯队：第一梯队为蚂蚁基金销售（445.64）和天天基金销售（366.67），分别稳定在总榜的前 10 和前 20，财富管理规模指数的增长率相对较低，基本进入稳定发展阶段；第二梯队为指数值在 300 附



近、总排名在 20-30 区间内的腾安基金销售和基煜基金销售，这两家机构发展势头猛，指数增长率相对较高，基煜基金销售在上榜第三方机构中指数增长最快，达到 9.15%，腾安基金销售紧随其后，增长率为 5.96%；第三梯队为第 5 至第 8 位的机构，这四家机构指数值和排名相近，增长速度相对稳健；最后几家机构指数值、排名和增长率较低，仍需要培育自身财富管理能力。上述情况显示，各第三方机构指数值增长较快，总体表现较好，在财富管理规模和市占率方面具有较大优势。排名前十的龙头机构在财富管理行业中的地位相对稳固，排名前二的蚂蚁基金销售和天天基金销售对财富管理行业发展具有重要引领作用，增速较快的基煜基金销售和腾安基金销售也分别展现出在机构侧和基于支付账户优势在长尾客群侧所建立起来的差异化优势。

表 12 第三方机构指数值分布

指数值区间	公司数量（家）
400 及以上	1
300-400	2
200-300	5
100-200	4

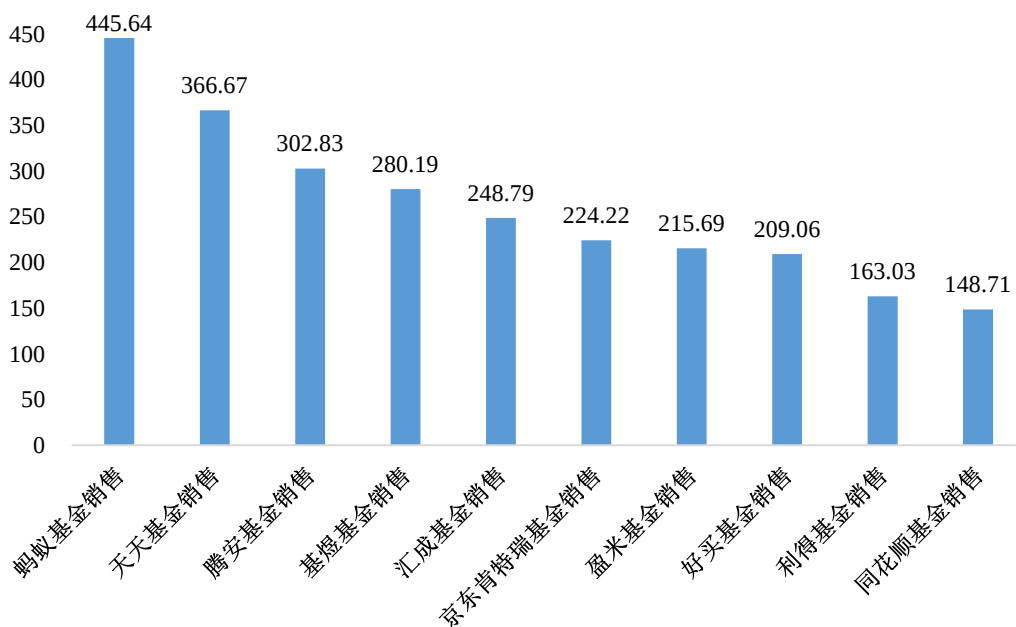


图 5 排名前 10 第三方机构指数值

表 13 排名前 10 家第三方机构指数值和排名变化情况

机构	2023 年末 指数值	2024 年 H1 指数值	增长率	2023 年 末排名	2024 年 H1 排名	排名 变动
蚂蚁（杭州）基金销售	440.64	445.64	1.14%	7	7	—
上海天天基金销售	366.56	366.67	0.03%	14	16	↓
腾安基金（深圳）销售	285.81	302.83	5.96%	23	22	↑
上海基煜基金销售	256.71	280.19	9.15%	26	24	↑
北京汇成基金销售	243.78	248.79	2.06%	29	30	↓
京东肯特瑞基金销售	214.98	224.22	4.30%	35	36	↓
珠海盈米基金销售	209.63	215.69	2.89%	39	38	↑
上海好买基金销售	198.62	209.06	5.26%	43	40	↑
上海利得基金销售	160.91	163.03	1.32%	57	56	↑
浙江同花顺基金销售	147.76	148.71	0.65%	70	66	↑

相比于银行、证券公司、基金公司，第三方财富管理机构发展历史较短，但由于第三方财富管理机构多为互联网企业，依托数字金融的技术优势、平台优势和大数据优势等，在线上触达和便捷程度方面更胜一筹。这使得第三方机构的财富管理服务更具普惠性，其移动终端 APP 与其他类型机构相比体现出高频、高粘性的使用特点，有利于第三方机构在财富管理行业的持续发展。同时，第三方机构持续坚持自主研发和科技赋能，APP 与产品在交互性和个性化推荐定制方面较传统机构更具技术优势，头部机构也有望抢先实现智能投顾，引领中国财富管理行业高质量发展。



第二部分 中国财富管理行业如何做好数字金融大文章

数字财富管理是中国财富管理行业做好数字金融大文章的最主要途径，也是中国财富管理行业在未来一段时间内的核心发展战略。数字财富管理是指利用金融科技手段赋能财富管理价值链，通过人工智能、大数据、云计算等技术实现对客户画像的明晰、客户需求的洞察、金融产品的理解以及资产配置优化，从而为客户提供智能、高效、便捷的财富管理服务。与传统财富管理相比，数字财富管理并未改变其本质，但在价值定位、服务客户、产品选择、服务模式及交互渠道等方面存在明显差异。随着数字金融的发展以及与中国财富管理行业深入结合，数字财富管理的特点和优势将越发彰显，实现金融科技支撑服务、客户群体广泛覆盖、产品选择性价比高、服务模式快捷精准、即时交互智能回复。

传统财富管理主要依赖于投资顾问的经验和专业知识，他们通过面对面的方式向客户提供金融产品销售及资产配置服务，这种服务往往面向的是拥有较高可投资资产且对服务个性化要求较高的客户群体。数字财富管理则利用如数据分析、机器学习等金融科技工具和手段，提供更加智能化和自动化的金融服务，将传统的金融产品销售及资产配置服务进行了升级，不仅降低了财富管理的门槛，而且将服务范围扩大到了更广泛的客户群体，包括那些规模较大、价格相对较敏感的大众客户。

传统财富管理的服务对象主要是那些拥有较高可投资资产的客户，他们对于服务的个性化要求较高，希望得到一对一的专业指导和定制化的解决方案。数字财富管理则打破了这一局限，通过降低财富管理的门槛，吸引了更多的大众客户。这些客户虽然可投资资产规模相对较少，但其亦对专业的理财建议和资产配置服务具有较大需求。简言之，数字财富管理的目标客户群更为广泛，覆盖了更多中产阶级和普通消费者，降低了进入门槛。

传统财富管理的核心产品通常是复杂的、定制化的私募、信托等产品，这些产品的特点是专业性强、收益高，但也存在一定的风险。数字财富管理则主要依靠简单、标准、透明的公募基金、ETF等产品为大众客户提供资产配置服务。这些产品通常更为标准化和透明化，易于理解和操作，更适合大众客户的需求。

传统财富管理的服务方式往往是面对面的，强调提供有温度的定制化专属服务，注重构建紧密的客户关系。这种方式虽然能提供高质量的服务，但受到时间

和地点的限制。数字财富管理则突破了时间和空间的限制，通过互联网和移动设备，提供 7×24 小时、随时随地、高效、便捷、精准服务。这种方式大大提高了服务的效率和便利性。

传统财富管理的交互渠道主要是通过客户经理、投资顾问等专业人士来进行，他们负责解答客户的问题，提供专业的建议。数字财富管理则引入了更多的自动化和在线交互方式，例如聊天机器人和在线直播，使得客户可以更方便地获取信息和寻求帮助。

表 14 数字财富管理与传统财富管理的对比

维度	传统财富管理	数字财富管理
定位	以投资顾问经验为主导的金融产品销售及资产配置服务	金融科技赋能下的金融产品销售及资产配置服务
客户	可投资资产相对更高，对服务个性化要求更高的客户	大幅降低财富管理的门槛，客户群体拓展至规模较大、价格相对敏感的大众客户
产品	以复杂、定制化的私募、信托等产品为核心差异点	主要依托简单、标准、透明的公募基金、ETF 等产品为大众客户开展资产配置
服务	提供有温度的定制化专属服务，注重构建紧密的客户关系	突破时间和空间限制，提供 7×24 小时的高效、便捷、精准服务
交互	以客户经理、投资顾问等为核心交互对象	新增机器人、投顾直播等数字化交互对象或交互模式

根据第一部分的数据分析结果，银行、证券公司、第三方机构是当前开展财富管理业务的主要机构（见表 2），基金公司及保险公司进入 100 强的机构数量偏少，缺少代表性，故第二部分主要分析银行、证券公司、第三方机构如何做好数字财富管理服务。

分论一：银行财富管理数字化

2.1.1 银行业数字化转型发展现状

在数字新基建蓬勃发展背景下，商业银行数字化转型是大势所趋。各家银行积极应对技术变革的加速演进，依托人工智能、大数据、云、区块链等技术能力持续推进新一代技术体系转型，打造面向未来的数字新基建与 IT 架构底座。当前，云化基础设施建设、人工智能应用深化、数据要素价值挖掘等是银行金融科技投入的重点方向。银行不断深化金融科技应用，打造数字化产品、渠道、运营



及生态体系，服务效能持续提升。

■ 目前已有头部银行实现全面上云

银行通过全面上云，可以实现更高效的数据处理和更敏捷的业务运行，同时，可以为银行提供更好的系统可扩展性和稳定性，为银行数字化转型提供更强有力技术底座。招商银行于 2020 年初正式启动“全面上云”工程，2022 年 3 月，招行正式宣布全面实现上云，将全部零售客户和批发客户平稳无感迁移至云上，实现从“传统科技架构”全面转换到“云架构”。2023 年末，招商银行云服务总体可用性超过 99.999%，“系统全面上云工程”获得中国人民银行金融科技发展奖一等奖。工商银行 2023 年财报指出，其积极推动全集团云化基建部署，云上节点数量超过 20 万，业务容器数量超过 14 万，并将全量客户信息和个人账户全面迁移至“云+分布式”自主可控平台，实现零售板块全面架构转型，全行核心系统超 80%的业务量基于开放平台单轨运行，平稳应对全年多次业务高峰和复杂场景的真实考验。其他各银行也在发力推进基础设施的云化建设，例如，农业银行持续推进云原生能力建设，基于 PaaS 部署的应用比例达到 85%，平安银行完成云原生工程第一阶段实施，2023 年末，公司应用微服务改造率超 60%，应用上容器云比例约 63%，光大银行云计算平台 3.0（全栈云）自主可控，全栈云韧性灾备实践成功入选“云系统容灾优秀实践案例”，全行应用系统上云率近 90%。

随着头部银行上云进程的推进，部分银行开启基础设施云化服务能力的对外输出。2023 年初，建设银行宣布打造“建行云”品牌，提供“金融技术底座+金融业务操作系统+精品应用”的金融云整体解决方案。2023 年末算力规模 463.34PFlops，其中图形处理器(GPU)等新型算力占比超 20%。这种平台生态化的服务模式能够在服务建行内部的同时赋能中小银行数字化转型，为其提供一站式行业云化整体解决方案，推动“建行云”成为用户首选的金融业云服务品牌。对于已全面实现上云的招商银行来说，金融科技对外输出重点布局在产业数字化领域。公司在财报中指出，以财资管理云、薪福通等金融科技输出赋能企业。

■ AI 大模型运用深度和广度加速

2023 年 ChatGPT 这一现象级产品的横空出世，拉开了大语言模型和生成式 AI 蓬勃发展的序幕。近年来银行已在多个场景落地大模型、生成式 AI 技术应用或进行相关探索，其中包括网点运营、客服、远程银行、数字人、元宇宙、消费者权益保护、研发、代码、智慧办公、营销、风控、合规、反洗钱、研报、企业金融等领域。工商银行建成同业首个全栈自主可控的千亿级 AI 大模型技术体系，

在多个金融业务领域创新应用，其首个基于大模型的网点员工智能助手已经上线。该助手能有效提升网点效能，全年运营领域智能处理业务量达 3.2 亿笔，较 2022 年增长 14%。建设银行启动大模型“方舟计划”，深耕计算机视觉、智能语音、自然语言处理、知识图谱、智能决策等五大领域专业能力，有效提升平台工程化、产品化能力，人工智能平台服务调用累计达 433 亿次，荣获《亚洲银行家》2023 年度“最佳人工智能应用”。农业银行于 2023 年 3 月推出了金融行业首个自主创新的金融 AI 大模型应用 ChatABC，其初步具备自由闲聊、行内知识问答、内容摘要等多类型任务的服务能力，并已在行内多个渠道以多轮问答助手、工单自动化回复助手等形式面向内部员工开放试用。招商银行在 2023 年报中提及，启动了大模型生态建设，搭建大模型体验平台，接入多个国内主流大模型，同时，招行对其 AI 能力及行内多个服务模块与团队进行了整合，引入基座大模型，进行私有化部署和训练，提升智能服务能力，焕新推出智能财富助理“小招”，AI 实现人力替代超过 1.7 万人。

■ 数据资源运营与赋能能力不断提升

随着数字化转型的深入，银行数据驱动的思维不断增强，数字化转型的重心逐渐从前端的业务创新向中后台的架构变革渗透。工商银行、建设银行、中信银行等已启动数据湖建设，推进数据深度整合。以建设银行为例，其持续推动业务、数据、技术“三大中台”协同融合，数据中台方面，以共享数据资源和能力为核心，持续夯实多元异构的统一数据基础，提升数据供给时效，超过 90% 的数据实现 T+1 供给，实时数据日均采集量达到 81 亿条，外部数据全年调用量达到 43 亿次。北京稻香湖数据中心、武汉南湖数据中心入选由工业和信息化部等六部门联合发布的 2022 年度国家绿色数据中心名单。在数据中台建设的基础上，建设银行充分发挥大数据作用，推出“云税贷”、“抵押快贷”等一批普惠金融产品，助力小微企业发展。农业银行在大数据技术应用方面，完成分行数据上云，建成子公司数据云；落地海量数据异构加速引擎，十亿级数据汇总计算时间从 20 分钟降低为 3 秒；完成大数据搬迁工程，进一步夯实数据基础底座。

■ 持续丰富区块链业务应用场景

区块链技术的运用能够降低交易成本、提高效率、增强数据安全性和透明度等，银行主要运用区块链技术搭建去中心化的支付结算网络及数字资产交易平台。一方面提升跨银行间支付结算的处理效率以及实现数字资产（包括数字货币、数字债券等）的安全交易。同时，持续推动区块链在供应链金融、贸易融资、跨



境金融等领域的应用创新。以农业银行为例，其完成区块链基础设施建设、应用研发全生命周期运营以及分布式数字身份服务框架标准化能力建设，推进风险监控、存证溯源等多场景试点应用。

■ 加快前沿技术研究成果的应用探索

工商银行积极探索隐私计算在跨机构场景的应用，联合金融同业实现基于该技术的银行间资金流水核验，并获监管机构好评，发布《量子计算金融应用研究报告》，积极探索金融行业量子计算应用，并联合头部企业开展合作创新，在外拓业务终端试点量子密钥分发和加密功能，提升金融数据传输安全。农业银行在量子技术应用方面，上线量子安全服务系统，开展量子密钥应用层灵活调度、量子随机数应用等试点验证。

表 15 四大行技术创新新动向

工商银行	升级弹性可靠的云和分布式技术体系。积极推动全集团云化基建部署，云上节点数量超过 20 万，业务容器数量超过 14 万，规模持续保持行业领先。 推进新技术平台支撑能力建设和场景应用。建成同业首个全栈自主可控的千亿级 AI 大模型技术体系，率先实现在多个金融业务领域创新应用。 加快前沿技术研究成果的应用探索。探索隐私计算在跨机构场景的应用，联合金融同业实现基于该技术的银行间资金流水核验，并获监管机构好评。
建设银行	持续打造“建行云”品牌。“建行云”算力规模达 463.34PFlops（1PFlops 相当于每秒执行 1 千万亿次浮点计算指令），是六年前的 7.6 倍。 持续加强关键核心技术研究攻关。形成自主可控的分布式新技术体系，分布式银行核心系统承担全行核心业务 94% 的交易量，自主可控进程同业领先。自主研发人工智能平台，并在计算机视觉、智能语音领域形成比较优势，实施“方舟计划”，积极推进金融大模型建设和应用。大数据平台覆盖超 3 万个物理节点，数据治理基础进一步夯实。
农业银行	大数据技术应用方面，完成分行数据上云，建成子公司数据云。落地海量数据异构加速引擎，十亿级数据汇总计算时间从 20 分钟降低为 3 秒。完成大数据搬迁工程，进一步夯实数据基础底座。 云计算应用方面，持续推进云原生能力建设，基于 PaaS 部署的应用比例达到 85%。 分布式框架应用方面，核心业务系统全面实现分布式架构转型。 区块链技术应用方面，完成区块链基础设施建设、应用研发全生命周期运营以及分布式数字身份服务框架标准化能力建设，推进风险监控、存证溯源等多场景试点应用。

	量子技术应用方面，上线量子安全服务系统，开展量子密钥应用层灵活调度、量子随机数应用等试点验证。 网络技术应用方面，“端到端 IPv6+创新应用工程”在中央网信办 IPv6 技术创新和融合应用试点中期评估取得评级 A（优秀）。 物联网应用方面，持续推进线上、线下数据融合，全行级物联网平台已初步具备为行内应用提供服务的能力。 机器人流程自动化应用方面，推广企业级平台，发布自然语言处理类、图像处理类、目标检测类组件，运用于信用卡、财会、运营等领域的多种业务场景。
中国银行	加快推进隐私计算、物联网、区块链、人工智能等新技术平台的建设，覆盖超 1,800 个业务场景；推动计算机视觉技术在智慧安防、网点运营等场景试点，探索大模型技术在内部知识服务、辅助编码等场景的应用。2023 年，5 项成果获得中国人民银行金融科技发展奖，其中中银集团企业级技术平台项目荣获一等奖；全年专利新增申请 4,122 件，新获授权 1,056 件。

资料来源：公司 2023 年财报

银行系金融科技子公司业务拓展加速。从 2015 年第一家银行系金融科技子公司兴业数金成立，目前已有超过 20 家银行成立了金融科技子公司。另外，2024 年 6 月 21 日，国家金融监督管理总局深圳监管局网站信息显示，该局已批复《深圳前海微众银行关于在香港设立微众科技有限公司的请示》，原则同意微众银行在香港设立微众科技有限公司。

表 16 银行系金融科技子公司

金融科技子公司	所属银行	成立时间	注册资本（亿元）
兴业数科	兴业银行	2015/11/10	3.5
金融壹账通	平安银行	2015/12/29	12
招银云创	招商银行	2016/2/23	2.49
前海金信	深圳农商行	2016/5/4	0.21
光大科技	光大银行	2016/12/20	4
建信金科	建设银行	2018/4/12	17.3
民生科技	民生银行	2018/4/26	2
龙盈智达	华夏银行	2018/5/23	0.21
工银科技	工商银行	2019/3/25	9
北银金科	北京银行	2019/5/16	0.5



金融科技子公司	所属银行	成立时间	注册资本（亿元）
中银金科	中国银行	2019/6/11	6
易企银	浙商银行	2020/2/27	0.2
农银金科	农业银行	2020/7/28	6
交银金科	交通银行	2020/8/25	6
集友科技	厦门国际银行	2020/9/21	0.1
易达科技	廊坊银行	2020/11/18	0.02
济银数科	济宁银行	2020/11/30	0.05
浙江农商数科	浙江农信	2020/12/10	1
桂盛金科	广西农信	2020/12/16	0.12
浦银金科	浦发银行	2021/5/28	10
盛银数科	盛京银行	2021/7/14	0.1
长银数科	长沙银行	2022/7/1	0.1
渝银金科	重庆农商行	2023/11/29	1
微众科技	微众银行	2024/6/21（获批）	1.5 亿美元

国有六大行是银行科技投入的核心发动机，2023 年国有六大行的金融科技投入总金额 1228.22 亿元，2019-2023 年六大行的金融科技投入总计高达 5142 亿元。

表 17 六大行科技投入金额（亿元）

	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	五年累计
工商银行	163.74	238.19	259.87	262.24	272.46	1196.50
建设银行	176.33	221.09	235.76	232.90	250.24	1116.32
农业银行	127.90	183.00	205.32	232.11	248.50	996.83
中国银行	116.54	167.07	186.18	215.41	223.97	909.17
邮储银行	81.80	90.27	100.30	106.52	112.78	491.67
交通银行	50.45	57.24	87.50	116.31	120.27	431.77

六大行累计	716.76	956.86	1074.93	1165.49	1228.22	5142.26
-------	--------	--------	---------	---------	---------	---------

资料来源：公司财报。注：各银行披露的数据口径可能有差异。

表 18 2023 年六大行科技人员数量及占比

	2023 年科技人员数量	科技人员占比	人员同比增长
工商银行	36000	8.60%	0.00%
建设银行	16331	4.33%	3.29%
中国银行	14541	4.74%	9.18%
农业银行	13150	2.90%	31.22%
交通银行	7814	8.29%	33.30%
邮储银行	7055	3.58%	10.74%

资料来源：公司财报。注：各银行披露的数据口径可能有差异。

2.1.2 银行财富管理业务中的数字化体现

金融科技在财富管理行业中发挥着巨大作用，从客户端、产品端、服务端、内部组织架构运营效能等多方面深刻变革财富管理运营模式。一是借助金融科技，商业银行勾勒多维化的客户画像，并通过打造线上线下一体化服务，为客户提供便利多样的产品和服务。二是借助金融科技，商业银行组织架构不断优化，运营效能不断提升，极大提升了财富管理的效率。

2.1.2.1 客户端：优化移动客户端智能运营体系建设

银行高频更新 App，竞逐数字化转型。在银行数字化升级的浪潮下，手机银行 APP 成为银行客户服务的主渠道、产品创新的主阵地。手机银行 App 通过将金融产品和服务无缝融入到生活场景中，并以线下网点服务作为补充，最终实现获客、活客、留客、变现、反馈的生态闭环。在财富管理场景中，通过对市场产品的实时监测，基于多元化客户标签体系，进行智能匹配，实现精细化财富管理。

■ 招商银行两大 App

招商银行长期坚持“移动优先”战略，以“客户+科技”作为核心，集中力量打造两大 App（招商银行 App 和掌上生活 App），两大 APP 早已成为招商银行连接客户最主要的载体和零售经营平台。2010 年，招商银行 App 1.0 发布，此后十年间几乎每年更新一个大版本，截至 2023 年年末，版本已更新至 12.0，累计为 2 亿用户提供金融服务。招商银行 App 打造“网点+App+场景”模式，从前端的个性化服务，到后台流程的自动化、智能化，打造线上线下一体化客户的经营模式。掌上生活 App 围绕“打造第一消费金融 App”的目标，持续推进移动端



消费金融产品创新，为广大用户提供“生活/经营+金融”的数字化泛金融服务。

招行 App12.0 版本实现了交易、资产布局、资金周转等六大方面的焕新升级，智能化应用在智能客服、流程智能化、质检、海螺 RPA+（机器人流程自动化）等场景中，实现替代全职人力超 1.7 万人。其中，在财富管理板块，招商银行 App12.0 版本焕新升级“多宝理财”板块，迭代推出“四步备老服务”，提供一站式养老服务。在资产配置策略方面，全新推出“持仓操作建议”，依托招行的数字化投研能力，聚焦用户最关心的“何时买”与“何时卖”两大问题，结合持有时长、产品历史表现、产品后续研判等多维数据，以加仓、定投、止盈、止损等四大类明确的策略支持，为用户决策提供参考。

截至 2023 年末，招商银行 App 和掌上生活 App 的月活跃用户 (MAU) 达 1.17 亿户。其中，招商银行 App 累计用户 2.07 亿户，2023 年招商银行 App 日活跃用户数峰值达到 2,163.82 万，期末月活跃用户 7,505.43 万户。掌上生活 App 累计用户 1.44 亿户，2023 年掌上生活 App 日活跃用户数峰值 679.23 万户，期末月活跃用户 4,197.55 万户，用户活跃度居同业信用卡类 App 前列。

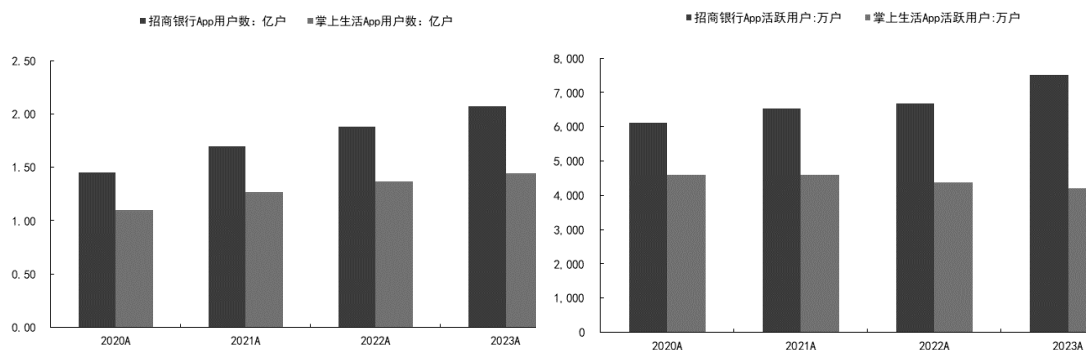


图 6 招商银行两大 APP 用户和活跃用户数

资料来源：公司公告

2.1.2.2 产品端：打造全生命周期的智能化财富管理产品体系

打造多元产品货架能力，突出客户导向，为客户提供千人千面的资产配置服务。在数字技术的支撑下，一体化财富产品数字化平台实现了支撑产品规则、产品参数及产品统一视图的产品管理能力，为客户提供品类齐全、丰富多样的优质产品货架。同时，实现了“以产品为中心”向“以客户为中心”的跨越，提供“全客户、全渠道、全产品、全旅程、全场景”的财富管理服务，满足大众多元化金融服务需求，有效提高用户体验和提升产品功能。

依托数字技术，前期各家银行纷纷推出智能投顾产品，比如招商银行的摩羯智投、工商银行的 AI 投、平安银行的智能投顾、浦发银行的财智机器人、以及

中国银行的中银慧投等等。但由于数字技术的不成熟，以及银行在智能投顾业务推进中的诸多问题，自 2021 年起，多家银行便对旗下智能投顾业务进行改造，部分银行选择终止相关业务。不过近几年伴随着大模型不断深化，多家银行已进行生成式人工智能（AIGC）的布局。比如，工商银行已建成同业首个全栈自主可控的千亿级 AI 大模型技术体系。邮储银行表示，将在手机银行上建设“智能投顾”能力体系，打造“线上+线下”一体化财富管理。

■ 招商银行 TREE 资产配置体系

招商银行借助强大的金融科技力量和长期对客户服务的经验积淀，在 2021 年推出了 TREE 资产配置体系，致力于打通资产配置上下游数据与资源，打造“客群、垫板、观点、配置建议、组合产品”为一体的数字化资产配置能力。2022 年 App11.0 版本中对内嵌的 TREE 模型进行了全面的深化，引入客户客观风险偏好、财富阶段及市场研判等因子，通过模型算法和专家规则，为零售客户构建囊括活钱管理、保障管理、稳健投资和进取投资四类财富管理产品的专业配置方案。

招商银行 TREE 资产配置体系，以构建客户画像 KYC、财富产品 KYP、市场行情 KYM 等 13 项底层模型为起点，提升客户需求匹配精准度，根据个人所处的人生阶段和风险承受能力，量身定制专属的资产配置方案。招商银行依托线上 APP，将复杂而专业的财富管理服务传递到每个客户，助力客户实现资产保值增值。2023 年末，该体系下进行资产配置的客户达 911.45 万户，较上年末增长 12.15%。另外，近年来，招行自主研发“五星之选”、“指数通”等创新功能产品，不断将财富管理的专业护城河挖宽凿深。



图7 招商银行 TREE 资产配置体系

资料来源：招商银行 APP

■ 中信银行开创“协同运营式”财富产品管理新模式

中信银行 2024 年 2 月正式上线“财富产品协同管理平台”，通过同业领先的“开放式货架”模式，逐步形成了一体化的财富产品线上数字平台及开放式的产品运营生态。

- ✓ 通过星型开放链接的模式，平台与百余家合作机构完成链状对接，彻底解决产品上架和运维中信息传递低效、标准化低等痛点问题，信息秒级速达。
- ✓ 借力机器学习、知识图谱、自然语言处理等 AI 技术，实现产品智能打分、双边智能对账、智能参数校验等核心功能，从而提效降本。
- ✓ 通过一站式、多位一体的数字化综合销售平台，具备创新产品的快速响应及支撑能力、具备多场景的投资销售模式支持能力。
- ✓ 借力数智能力，搭建产品代销数字化全周期全视图管控体系，将产品的智能模型打分、科学有序投决、资讯双验参数、合规内嵌管控等纳入流程节点，让产品风险可视化，为持续有效化解金融风险提供坚强保障。

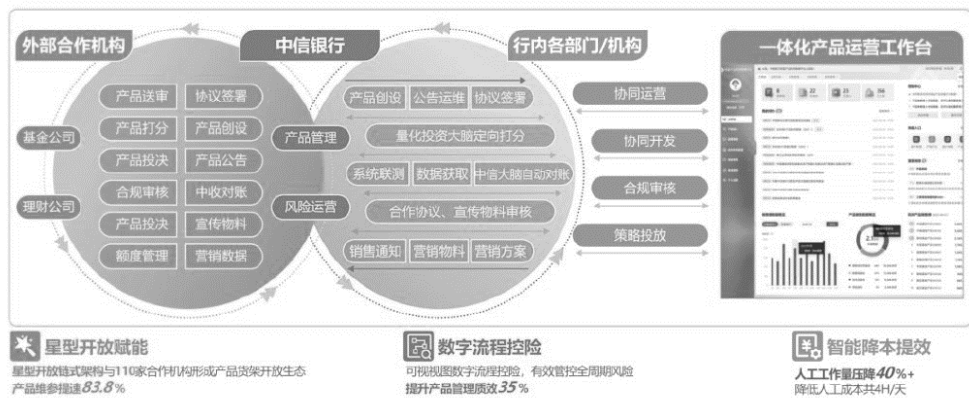


图 8 中信银行开放协同运营生态架构

资料来源：《一体化财富产品数字化平台及开放运营生态模式探究》，《金融电子化》2024 年 5 月。

2.1.2.3 服务端：智能客服机器人重塑金融服务体系

智能客服机器人重塑金融服务体验。IDC 将数字员工列为银行数字科技五大趋势之一，在报告中提出到 2025 年，超过 80% 的银行都将部署数字人，承担 90% 的客服和理财咨询服务。近年来，我国众多银行纷纷推出智能客服机器人，这些智能客服机器人具备语音识别、自然语言处理、知识图谱等核心技术，能够为用户提供 7×24 小时不间断服务，有效提升了客户体验。但很多智能客服是一种基于规则或者预设脚本的自动化程序，只能执行预设的任务情景，自我学习能力不够导致难以对超出其能力范围的问题或者模糊化问题给出解决方案。但伴随大模型不断取得新的突破，在融入了以 ChatGPT 为代表的大型语言模型之后的智能客服机器人的交互则通过增加与用户的对话时长来积累用户数据并进行分析，形成用户画像，从而为综合化的金融服务提供更为广泛的数据支持，基于用户画像开展针对性产品销售的成功率会大幅提升。

■ 智能财富助理“小招”

招行进一步整合人工智能、智能客服、远程顾问能力，焕新推出智能财富助理“小招”，提供财务分析、选品策略、市场观点、收益分析等一站式财富管理服务 and 个性化、定制化顾问服务，旨在通过人工智能技术为客户提供全方位的财富管理服务。“小招”的优势在于具备较强的多轮会话交互能力，通过结合多个会话技能节点，沉淀多个金融场景，灵活串联数据接口，并通过逻辑链训导，基于金融领域大模型实现一体化的高效服务，为客户提供财务分析、选品策略、市场观点、收益剖析等一站式财富管理服务。同时，“小招”还利用其强大的知识图谱，每天与客户交互中产生的海量数据不断优化算法和迭代模型，反哺客户经理，为客户提供个性化、定制化的顾问服务，以进一步提升客户使用体验。



2.1.2.4 运营端：打造数字化运营平台，为业务全面赋能

数字化已经深刻改变了银行的业务模式和客户需求，通过人工智能、大数据分析、区块链等先进技术的应用，银行可以实现更高效的业务流程、更个性化的客户体验、更精准的风险控制，从而提升运营效率和服务质量。大数据平台与云计算等技术为银行后台数据及指令处理提供更为强大的计算能力以及更丰富的服务，计算资源以及数据存储能力得到极大拓展，更高的运营及风险管理效率为AI智能银行打下基础。

■ 工商银行：数字个金智慧经营平台（DIMO）

在个人财富管理业务上，工行着力构建数字化运营新能力，推出数字个金智慧经营平台（DIMO），汇聚贯通 28 项专业系统，运用数字化思维解构个人金融转型逻辑，创新搭建智慧决策、智慧触达、智慧运营、智慧管理四大板块，打造经营管理的一站式工作台。并以“智慧大脑”为营销策略统筹中枢，提升客户感知力和运算精准度，累计部署智能模型 61 项、营销服务策略 7200 项，全年“智慧大脑”策略服务触达客户 2 亿户，直接促成客户购买重点产品 1.87 万亿元，成交额是 2022 年的 2.14 倍。



图9 工商银行数字个金智慧经营平台

资料来源：公司 2023 年财报

构建智慧数字运营平台与能力的同时，工商银行也在积极探索运用人工智能技术，围绕运营活动各阶段、各场景研发了一批智能运营模型，推动数字化运营实践不断取得突破。

■ 农业银行：核心业务系统全面实现分布式架构转型

2023 年，农业银行核心业务系统架构全面实现由集中式向分布式转型，成功探索出一套核心业务系统转型升级的实施流程、技术底座与能力体系。农行以自研分布式技术中台、“一云多芯”云原生平台、金融分布式数据库三大关键基础设施为核心，全面沉淀分布式与云原生技术能力。通过镜像生产流量构建并行系统，深度验证新技术栈支撑能力；通过交易在新老系统的串行执行，保障关键业务随时可回退；基于“并行+串行”结合的转型方法，有效消除核心系统架构转型带来的业务和运行风险；采用研发运营一体化（DevOps）、混沌工程等先进理念，沉淀分布式核心性能调优的闭环机制，满足“稳态+敏态”相结合的业务需求，提高核心业务系统研发创新效率，形成了全面、灵活、快速的交付能力。

农业银行于 2023 年陆续完成个人定期存款、信用卡、信贷产品、投资理财等核心业务产品的转型升级，个人活期与借记卡产品进入集中式与分布式架构串行运行阶段，实现业界最大规模的超 8 亿个人客户、18 亿个人账户的系统迁移改造，日交易量峰值超 19 亿笔。



图 10 农业银行分布式架构体系

资料来源：中国金融网



2.1.3 银行财富管理数字化的机遇及挑战

2.1.3.1 面临的机遇

商业银行通过构建数智化大财富管理体系，实现了“全客户、全渠道、全产品、全旅程、全场景”的财富管理服务，满足大众多元化金融服务需求，助力财富管理业务高质量发展。

一是数字化促进财富管理业务从“以产品为中心”转向“以客户为中心”，借助大数据挖掘技术，金融机构能够对客户数据、行为偏好和生活场景进行分析处理，勾勒多维化的客户画像，为客户提供千人千面的财富管理服务。相较于其他财富管理机构，商业银行数字资产优势明显，掌握了数据资产中最重要的资金流信息，因而在财富管理数字化转型中也就拥有了数据资产护城河，如何从掌握数据到运用数据是商业银行面临的重要课题。我国财富管理行业起步较晚，长期以来以产品为主导的卖方销售模式是主流模式，主要靠销售产品赚取佣金。该模式使得财富管理从业人员在面对客户时难以保持客观独立，从而滋生道德风险；并且迫于业绩指标的压力，一些理财经理往往会夸大宣传或许诺客户难以兑现的承诺，进而导致诸多纠纷，损害金融机构信誉。该模式最终导致的结果往往是机构赚钱，但投资者不赚钱，客户体验不佳，进而阻碍财富管理业务的健康有序发展。同时，我国金融机构长期以来提供的产品结构单一且同质化非常严重，不能很好的满足客户多样化的金融服务需求，且由于对客户画像不精准，其所提供的金融产品可能还会损害投资者的利益。伴随大数据、人工智能等技术的不断迭代更新，金融机构利用多维度、网络化的用户数据，形成用户全景视图，构建差异化服务策略，有望为客户提供更有针对性的投资建议，从而实现千人千面的财富管理服务，并推动经营理念逐步实现从“以产品为中心”转向“以客户为中心”转变，更好地为客户财富的保值增值保驾护航，有效促进财富管理行业的健康快速发展。

二是数字化解决传统模式中专业服务成本过高与普惠性不足之间的冲突，财富管理普惠性增强。商业银行拥有大量的底层客户，且品牌信任度优势明显，普惠性财富管理空间广阔。传统零售银行主要通过物理网点、客户经理来触达客户，这种模式成本较高，加上信息不对称等问题，银行服务长尾客户的效益比偏低。通过借助生成式 AI 技术与智能投顾平台等，商业银行为大量长尾客户提供财富管理服务将逐步成为现实。根据杨灿明和孙群力于 2019 年发表的《中国居民财富分布及差距分解——基于中国居民收入与财富调查的数据分析》显示，在 2017 年拥有财富最多的 20% 家庭其财富占总财富的比重为 62%，而拥有财富最少

的 20%的家庭其财富占总财富的比重仅为 1.2%。伴随居民财富管理意识逐步增强，长尾客户财富管理业务空间广阔。

三是数字化拓宽了银行的服务半径，成长空间被打开。金融科技破了零售银行服务时间和空间的限制，服务边界被无限放大，除了本行客户，他行、非银行客户都成了潜在客户，为银行财富管理业务的非线性增长提供可能；另一方面，伴随人工智能客户的效能逐步增强，手机银行 APP 可以提供的零售银行服务越来越多，现在大多数的零售业务都可以在 APP 上实现。客户在手机银行 App 上可随时随地使用零售银行服务，客户体验大幅增强。

四是数字化转型助力银行财富管理降低服务成本，提升运营效率和风控能力。金融科技使得获客、营销、风控、客服等关键环节都更加智能化，一方面使得金融交易的链条和中间环节逐步缩短，减少了物理网点和人员的数据，交易成本大幅下降。另一方面，中后台组织架构和基础实施部署等都大幅度降低了运营成本。比如基于大数据的云计算改变传统基础设施部署的方式，大幅降低金融机构的软硬件采购与维护成本。

2.1.3.2 面临的挑战

银行财富管理数字化转型过程中也面临诸多挑战，既包括金融科技的落地运用，以及来自于互联网科技巨头和金融科技公司等的竞争，也包括数字化转型中面临的安全和合规等问题。具体来看：

一是商业银行金融科技人才相对匮乏，专业人才培养有待加强。商业银行具有客群和渠道优势，但数字化时代的客群和渠道优势却有所弱化，产品和服务成为致胜关键。互联网和金融科技公司借助互联网、云计算、人工智能等技术，推出了更加高效、便捷、个性化的金融服务，商业银行则面临互联网基因欠佳，人才不足等劣势，如何在数字化转型中保持绝对领先的地位是重要课题。

二是如何保证金融科技更好地大规模落地也是银行面临的一个课题。一是传统的组织架构如何快速匹配金融科技的敏捷性。借助金融科技，商业银行组织架构大幅优化，比如，招商银行在总行层面成立了“金融科技办公室”，负责全行金融科技的统筹管理与推动，在组织架构调整中强化了“中台”职能。但银行长期以来采用的是部门制和总分支的组织架构，银行对于安全性的要求也明显高于其他机构，因此如何让金融科技赋能组织架构并进一步提升业务的安全性和合规性仍是面临的重要挑战。二是传统商业银行组织文化如何和金融科技的容错机制相匹配。银行在金融科技领域的投入，是一个试错的过程，要有容错机制，能够容忍风险。随着生成式 AI 技术的逐渐成熟，商业银行需要对该技术将赋能哪些流



程和场景进行清晰地梳理。打造创新、容错的组织文化、以数据说话的数字文化是商业银行未来重要工作。

三是金融大数据缺乏统一的存储管理标准，涉及金融行业大数据的安全规范仍有待加强。商业银行财富管理数字化运营中涉及大量敏感信息，如用户个人信息、交易记录、信用历史等，如何在利用这些数据的同时确保数据安全与用户隐私，成为商业银行数字化财富管理发展过程中亟待解决的问题。

四是金融科技加强了业务的创新，但监管仍存在空白，可能引发一系列问题。预计未来金融科技创新所带来的风险管理问题也将逐步得到监管部门的规范和监督，以避免金融系统的不稳定。伴随金融科技的快速发展，财富管理模式和产品创新也在加速，但在运用金融科技创新升级的过程中也可能会面临业务风险、技术安全风险等。比如，随着人脸识别的广泛应用，深度伪造问题也易给客户和金融机构带来不小损失；还有此前多家银行智能投顾被纷纷叫停也体现金融科技在财富管理运用中的风险。因此，商业银行借助金融科技创新财富管理业务模式的同时也需要注重合规和安全问题。

分论二：证券公司财富管理数字化

2.2.1 证券行业数字化转型发展现状

2.2.1.1 数字金融在证券业的应用现状

近年来，在需求、供给、技术三方面因素的驱动下，数字财富管理发展前景广阔。需求侧，居民可投资资产的积累、新中产的成长、金融资产配比的增长催生财富管理需求呈现爆发式增长。即使受新冠疫情以及宏观经济下行影响，财富市场增速减缓，依旧是稳中有进。招商银行和贝恩公司联合发布的《2023 中国私人财富报告》显示，2022 年，我国个人可投资资产总规模达 278 万亿人民币，2020-2022 年年均复合增速为 7%；到 2024 年底，可投资资产总规模预计将突破 300 万亿关口；供给侧，资管新规、管理型投顾、理财新规等政策的推出，促使金融产品从预期收益型向净值型转变，加之传统财富管理模式下人力资源的短缺，共同推动了证券行业数字化转型的步伐；技术侧，云计算、大数据、人工智能、5G 等技术支持的金融科技应用，日渐成为数字财富管理发展的基础支撑。图 11 绘制了 2018 年至 2021 年人工智能、大数据、区块链、知识图谱以及 RAP 等新技术在证券公司各业务领域的分布情况图。其中，新技术在证券公司的核心业务“证券经纪业务”中的应用逐年攀升。证券公司的中后台业务，包括运营决策、系统

运维、合规风险、智能审核等也都在不断引入新技术。新技术的使用大大提升了证券公司的运营效率，证券公司数字化转型初见成效。

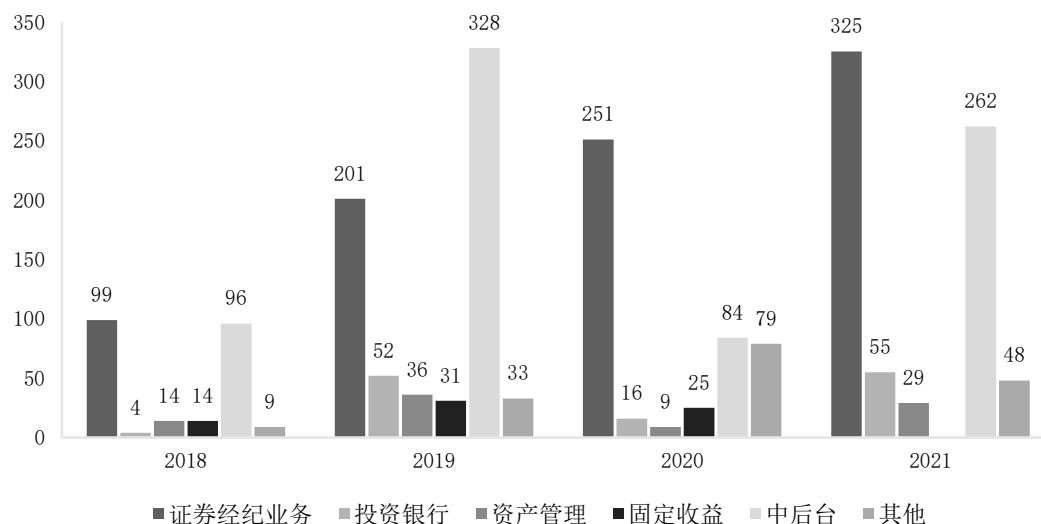


图 11 新技术在证券公司各业务领域分布情况图

数据来源：国泰安金融数据库（CSMAR）

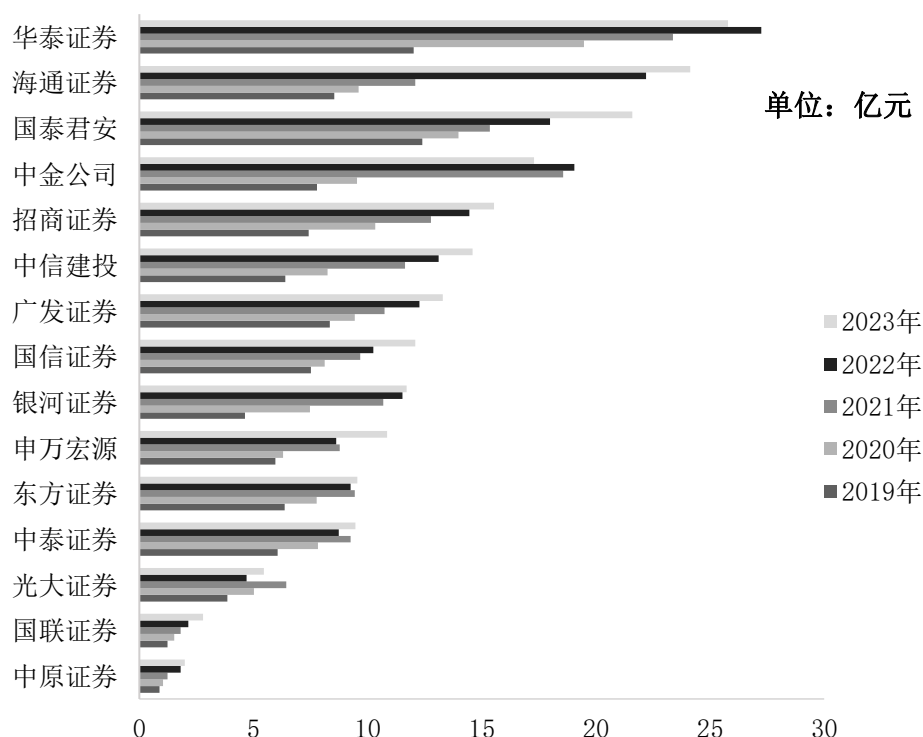


图 12 2019-2023 年部分证券公司信息技术投入金额

数据来源：根据上市公司年报整理。

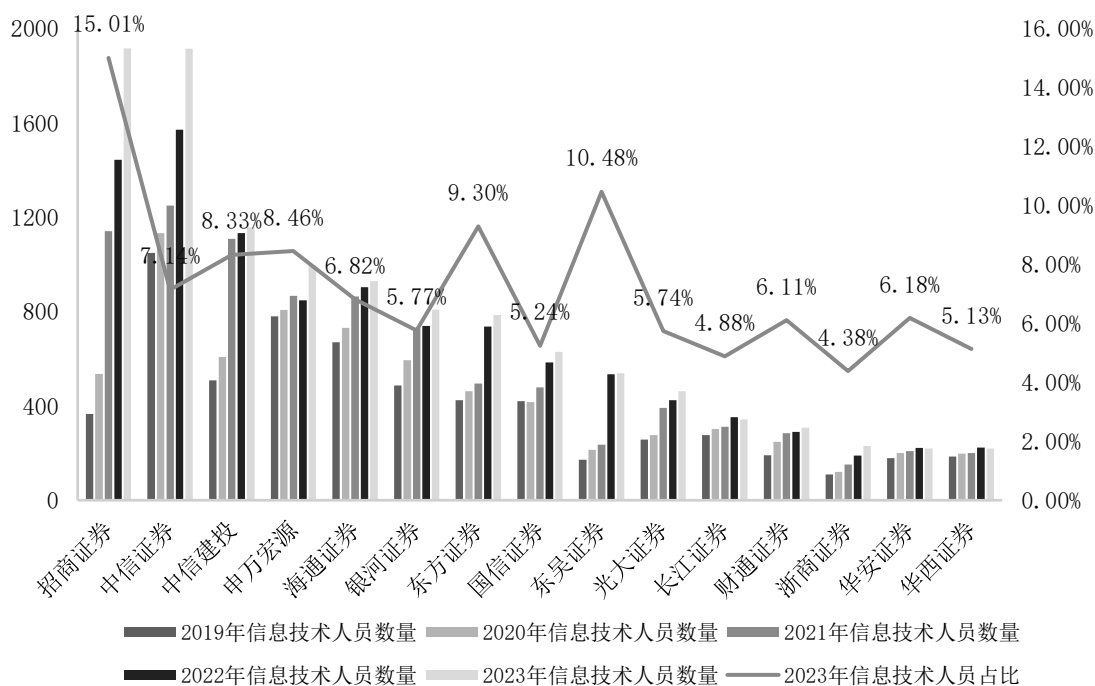


图 13 2019-2023 年部分证券公司信息技术人员数量及占比

数据来源：根据上市公司年报整理。

从证券公司信息技术投入来看，证券公司近几年不断加大信息技术投入，积极推进人才队伍建设，为证券行业的数字化建设奠定了坚实的基础。图 12 绘制了 2019 至 2023 年部分证券公司的信息技术投入金额。由图看出，大部分证券公司的信息技术投入在逐年上升，如国泰君安的信息技术投入从 2019 年的 12.39 亿元上升到了 2023 年的 21.60 亿元，接近翻倍。此外，经统计，2020 年信息技术投入增速超过 10% 的就有 63 家，2021 年增加到 80 家。受经济下行影响，2022、2023 年各证券公司的信息技术投入增速有所放缓。

图 13 绘制了 2019 至 2023 年部分证券公司的信息技术人员数量以及 2023 年各证券公司的信息技术人员占比。各证券公司的信息技术人员数量呈逐年攀升的状态，其中超过 1000 人的券商有五家。到 2023 年，招商证券的信息技术人员达到了 1917 名，占公司员工总数的 15.01%；东方证券和申万宏源，分别拥有信息技术员工 786 人和 998 人，占员工总数的比例分别为 9.3% 和 8.46%；中信建投、中泰证券和中信证券信息技术人员占员工总数的比例也均超过 7%。各项数据都表明，数字化研发已经成为近年来券商升级发展的重要驱动力之一。

2.2.1.2 数字金融对证券公司财富管理的主要影响

证券公司做好数字金融大文章，不仅可以提升财富管理的服务效能，还能改变传统的业务模式和服务方式。数字化已经成为证券公司财富管理业务不可或缺的一部分，数字金融对证券行业财富管理业务产生多方面的影响，具体而言：

■ 提升服务效率与客户体验

数字化让证券公司能够通过移动应用程序、网站等在线平台为客户提供全天候的服务，极大地提升了服务效率和便捷性。借助大数据、人工智能等技术对客户进行分析，证券公司能够更好地了解客户的需求和偏好，从而提供更加个性化的投资建议和服务。

■ 重塑客户服务模式

通过智能投顾系统，证券公司可以提供自动化的投资组合管理服务，降低了投资顾问的成本，使得财富管理服务更加普及。数字化工具使得客户关系管理变得更加高效，例如通过 CRM 系统收集和分析客户数据，以提供更精准的服务和支持。

■ 加强风险管理

数字化技术可以帮助证券公司实现风险管理流程的自动化，提高风险识别、评估和应对的能力。利用合规科技（RegTech）来简化合规流程，确保公司遵守复杂的法律法规要求。

■ 创新金融产品与服务

数字化为证券公司提供了创新金融产品的可能性，例如利用区块链技术发行数字资产或使用智能合约来管理投资协议。例如提供虚拟现实（VR）或增强现实（AR）技术的投资体验，使投资者能够以更直观的方式理解投资产品。

■ 打破专业壁垒

数字化促进了证券公司与其他金融机构之间的跨界合作，例如与银行、保险公司等合作，为客户提供更为全面的金融服务。数字化技术的开放性使得非传统金融机构也能参与到财富管理市场中来，打破了原有的专业壁垒。

■ 提升市场竞争力

通过数据分析，证券公司可以更快地捕捉市场变化，及时调整策略以保持竞争力，提高洞察力。与此同时，数字化工具还可以帮助证券公司在社交媒体和其他在线平台上建立品牌形象，提高知名度和信誉度。



2.2.2 证券公司财富管理业务中的数字化体现

2.2.2.1 客户端：以客户为中心的服务与创新

数字财富管理的客户运营能力指的是以客户为中心，充分考虑不同类型客群需求，提供差异化、高渗透率的财富管理产品或服务。例如，为零售财富客户提供一站式财富管理平台和全生命周期的投顾服务，以提升客户体验为核心；对机构客户提供以交易管理为核心的一体化数字解决方案，提升专业性、低成本、高效率与定制化服务。

数字化客户运营能力是基于大数据、人工智能等金融科技，以客户为中心，整合全方位数据资源、洞察客户业务需求，通过智能化手段进行细分客群与差异化营销素材的匹配，实现客户整个生命周期需求的高效、精准响应，持续进行营销，最终提升数字财富管理的获客与转化。相较于传统财富管理主要依靠线下获客转化，数字化客户运营注重流量运营，是数字财富管理所特有的获客与转化模式。构建数字化客户运营能力，应基于客户全景视图和客户旅程地图聚焦客户需求，依托数字化营销工具和推荐引擎，实现千人千面的运营资源智能匹配，从而达到高效、精准的获客转化（见图 14）。

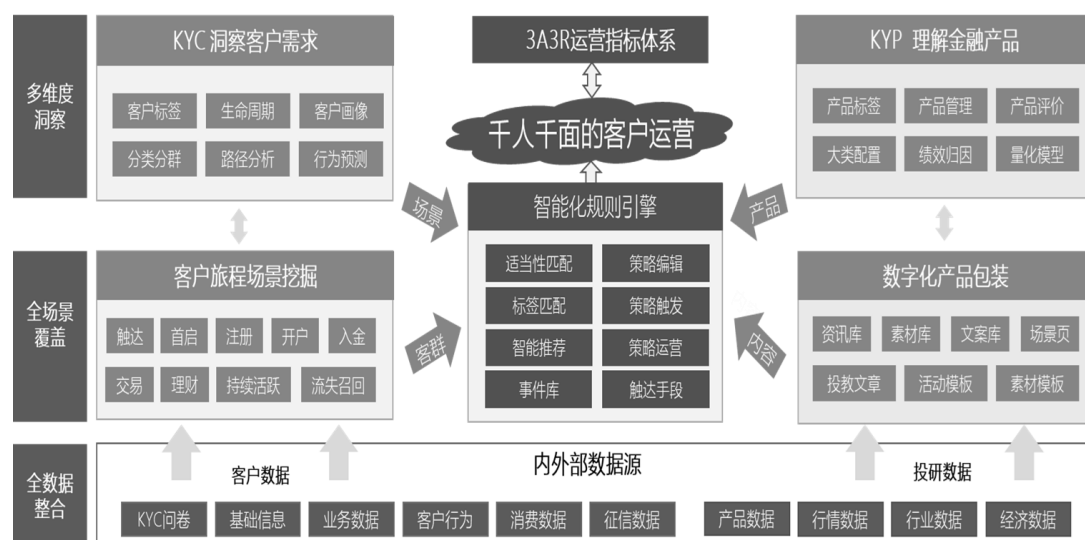


图 14 证券业数字财富管理的数字化运营模式

资料来源：中国证券业协会. 证券业数字财富管理发展模式研究[J]. 传导, 2020, (40), 总第 604 期, 国泰君安证券股份有限公司供稿。

首先，洞察客户需求。KYC（Know Your Customer）是一种重要的方法，用于深入理解客户的需求和行为特征。通过对客户标签、生命周期、客户画像、分

类分群、路径分析和行为预测等多个维度的分析，证券公司可以构建出一个全面的客户形象，以便更好地满足他们的需求。此外，KYP（Know Your Product）也是至关重要的，它可以帮助我们理解金融产品，包括产品标签、产品管理、产品评价、大类配置、绩效归因和量化模型等方面的信息。

第二，全场景覆盖。证券公司需要关注客户在整个旅程中的各个阶段，包括触达、首启、注册、开户、入金、交易、理财、持续活跃和流失召回等环节。通过挖掘客户旅程场景，可以了解客户的行为习惯和偏好，进而提供更加个性化的服务。

第三，整合内外部数据源。证券公司需要整合各种类型的数据，包括客户数据、投研数据、行情数据、行业数据和经济数据等。这些数据不仅可以帮助证券公司更好地理解客户，还可以支持投资者的决策过程，使投资者能够做出更明智的选择。

最后，智能化规则。通过智能化规则引擎，可以实现适当性匹配、策略编辑、标签匹配、策略触发、智能推荐、策略运营等功能。这些功能有助于证券公司根据不同的客户群体和场景，提供最合适的营销素材和策略，从而实现千人千面的客户运营。

整体上讲，数字化客户运营是一种以客户为中心的方法，它强调通过大数据和人工智能等技术手段，实现精细化的客户运营。这种方法可以帮助证券公司更好地理解客户，提供更加个性化的服务，从而提高客户满意度和忠诚度。

2.2.2.2 产品端：打造智能化的产品管理体系与评价体系

当前多数证券公司的数字财富管理仍处于以金融产品销售为主的初级阶段，且仍处于增长期，以丰富的金融产品满足不同客群的多样化理财需求，是各家机构的核心诉求。中国证券业协会数据显示，截至 2023 年末，证券公司代理销售金融产品保有规模 2.89 万亿元，同比增长 5.27%，在代销公募基金产品领域的规模保有量及市占率均保持增长。2023 年，证券行业全年实现代理销售金融产品净收入 142.11 亿元，占经纪业务净收入比例提升至 12.60%，代理销售金融产品业务成为行业财富管理转型初级阶段的关键环节。

与此同时，高质量的金融产品及完善的产品梯度则是资产配置服务的前提，而基于稀缺、优质资产而形成的精选金融产品更是财富管理机构的“护城河”。因此，证券公司应以金融产品为抓手，夯实数字财富管理服务基础。证券业发展数字财富管理应发挥自身投资研究优势，基于金融科技平台，形成专业化产品策略和产品评价体系，联合内外部单位建立由产品引入、产品评价乃至产品销售的全流程产品生命周期管理（见图 15）。

一是建立 360° 智能化产品评价，进行全生命周期产品管理。首先，全面的 360° 智能化产品评价体系涵盖了产品背后的各类要素，包括但不限于标的、基金经理、管理人的评价。通过运用数字金融模型，券商可以对这些要素进行穿透性的跟踪和评价，从而形成一个完整的产品画像。这个画像包含了行业标签、人物标签、地域标签、概念标签、关系标签、机构标签以及专题标签等多种元素，为我们提供了全面的产品信息。其次，建立一个内部协同统一、外部长久稳定的金融产品生态。券商需要理顺自身的组织架构和机制，增强不同业务条线之间的协同能力。同时，广泛而科学地引入外部产品，以保证稀缺性和优质产品的长期、稳定供应。最后，券商应充分利用金融科技平台，形成专业化的产品策略和产品评价体系，以更好地管理产品的全生命周期，包括研发审批、立项审批、发行管理和后续管理等各个环节。

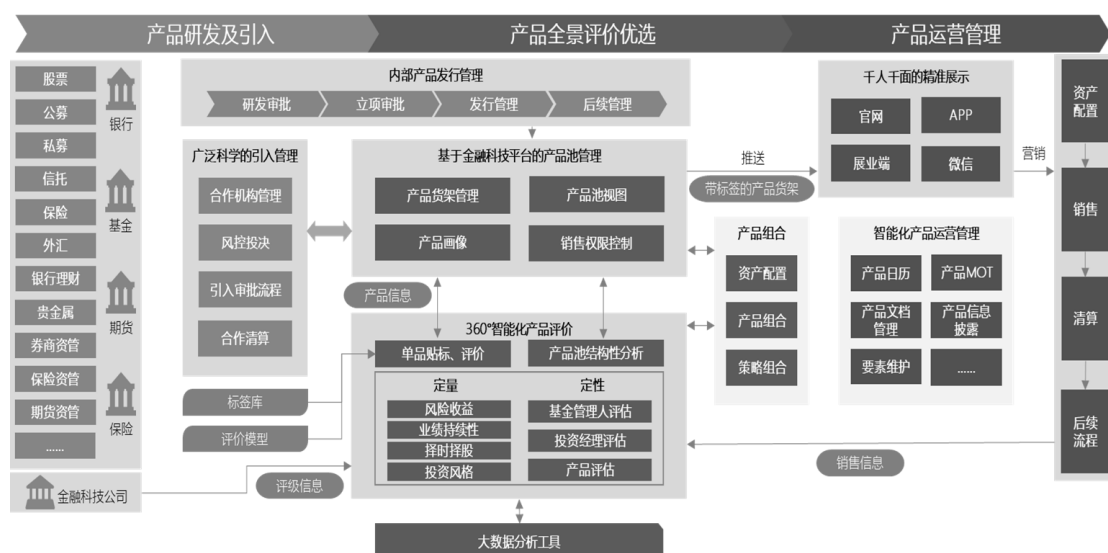


图 15 产品全生命周期管理体系

资料来源：中国证券业协会. 证券业数字财富管理发展模式研究[J]. 传导, 2020, (40), 总第 604 期, 国泰君安证券股份有限公司供稿。

二是基于产品评价优选能力，构建梯度化精选产品矩阵。根据最新的金融产品发展趋势，不断优化产品评价体系，构建一个由现金管理、固定收益、权益产品直至高端产品的梯度化产品矩阵，满足客户逐步向净值型转变的需求。同时，各家券商应形成一个精选产品池，打造自身独特的差异化竞争优势。具体来说，证券公司可以通过货币基金、被动型指数基金和 ETF 等基础产品，满足客户的基本需求。这些产品的核心特点是人人可配置，客户可以自主购买，从而简单、便

捷地满足自己的基本需求。此外，券商还可以定制一些特殊的产品，以满足客户的多元化需求，为客户提供更加丰富和个性化的服务，从而赢得他们的青睐。

基于以上思路，国泰君安完成了证券行业内首家新一代信创核心交易系统的全面切换，稳步推进道合销售通、多空收益互换系统、券源通 3.0 以及企业客户 CRM 等项目建设，不断优化以君弘 APP 为核心的数字化财富管理平台，以道合 APP 为核心的机构客户综合服务平台。

2.2.2.3 运营端：建设金融科技三大平台

在数字化时代，证券公司的财富管理业务正在经历快速的转型与升级。为了适应这一变革，证券公司普遍构建了三大平台：线上服务平台、数字化投顾平台和财富管理中台。麦肯锡 2021 年 12 月提出了证券公司数字化转型蓝图的高阶路线图，沿着客户为中心的需求导向，从数字化应用层和数字化基础层两大维度，描绘数字化转型蓝图，数字化蓝图的上半部分是赋能平台，其中财富管理包括三大平台（图 16）。

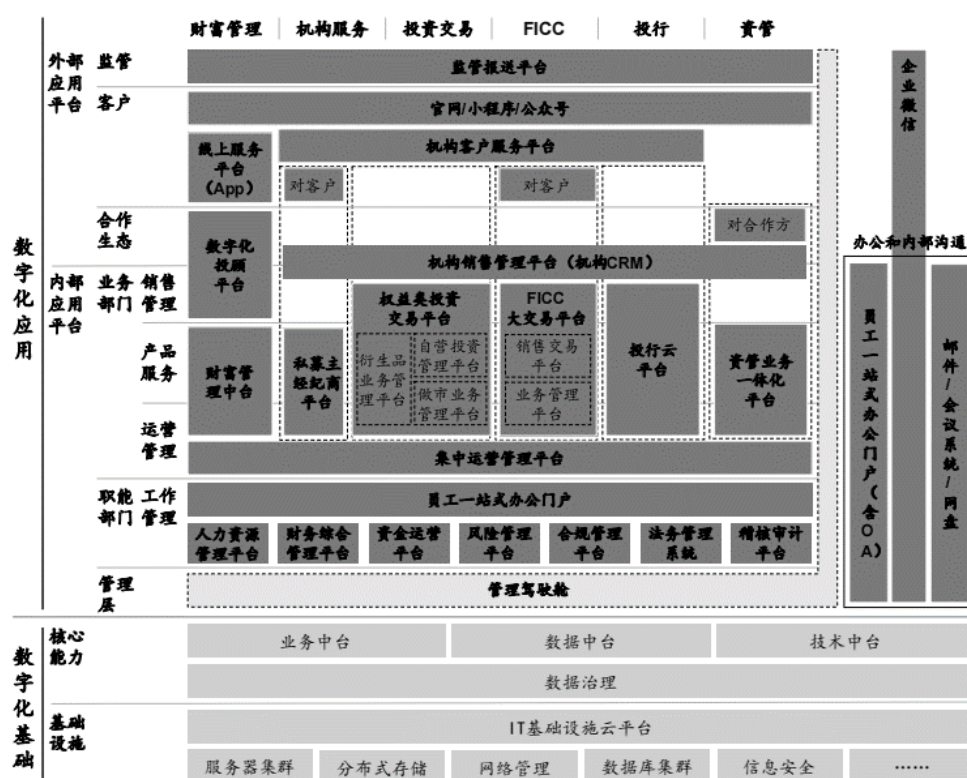


图 16 证券公司数字化转型蓝图

资料来源：McKinsey & Company（2021）

这些平台各自承担着不同的角色，共同支撑着证券公司的财富管理业务，并



逐渐成为行业发展的核心驱动力，可以说是证券公司财富管理数字化转型的关键。以山西证券为例，建设了汇通启富 APP、数字化投顾平台和财富管理中台三大平台，加快构建线上线下一体化的数字服务体系。山西证券 2023 年年报显示，汇通启富 APP 月活峰值 62.93 万，同比增长近 10 万。

■ 线上服务平台

线上服务平台主要面向广大客户，通过移动应用、官方网站等线上渠道提供便捷的金融服务和投资交易渠道。线上平台的核心优势在于提高服务的可及性和便捷性，能够有效拓宽证券公司的客户基础。国泰君安联合华为发布的君弘 APP 鸿蒙版便是一个成功的例子。作为行业内首个实现基于鸿蒙场景的一站式金融服务平台，君弘 APP 鸿蒙版不仅提供了多层次、立体化、全方位的综合财富管理服务；同时充分发挥鸿蒙操作系统的原生智能能力和分布式特性，推出了覆盖自选股行情、资讯快讯、新股提醒等功能的鸿蒙服务卡片。此外，借助小艺语音、小艺建议等板块拓展服务场景，通过跨设备流转实现手机端与大屏设备间的无缝迁移体验，在提高客户体验的同时，助力用户把握市场投资机遇。

■ 数字化投顾平台

数字化投顾平台利用人工智能、大数据等信息技术，为客户提供个性化、智能化的投资建议和资产配置方案。这一平台的核心价值在于通过技术手段实现财富管理服务的高效性和个性化。东方财富证券的“东方财富 Choice”就是一个集成了数字投顾服务的平台。通过利用先进的数据分析技术，该平台能够根据客户的财务状况、风险偏好等个性化信息，自动生成投资建议和资产配置方案。此种服务方式大大降低了传统人工投顾的成本，同时也提高了服务的可达性和客户满意度。

■ 财富管理中台

财富管理中台则主要针对证券公司内部运营，通过统一的数据管理、流程标准化、服务产品打包等方式，提升整个证券公司财富管理业务的运营效能和服务质量。例如招商证券通过构建财富管理中台，整合了前中后台的数据和业务流程，提高了业务操作的效率和灵活性。在中台的支持下，招商证券能够在短时间内为客户定制化打包各类金融产品和服务方案，同时保证了服务质量和风险控制的标准。财富管理中台的建设，不仅仅提升了证券公司的内部管理水平，也为客户端的线上服务平台和数字化投顾平台提供了强有力的后端支持，确保了各项服务的顺畅和高效。

随着数字化浪潮的不断推进，证券公司财富管理业务的数字化转型也在日益加速。线上服务平台、数字化投顾平台、和财富管理中台，三大平台的建立和完

善，不仅提升了证券公司业务的效率和质量，也为客户带来了更加丰富、个性化的金融服务体验。未来，随着技术的进一步发展和市场的不断变化，证券公司的数字化转型之路还将继续深化，有望带来更多的创新和突破。

2.2.3 证券公司财富管理数字化的机遇及挑战

2.2.3.1 面临的机遇

■ 线上流量扩容机遇

一是三方导流新规。证监会在 2020 年提出《证券公司租用第三方网络平台开展证券业务活动管理规定（试行）》草案，向公众征求意见。该草案旨在规范证券公司通过第三方网络平台开展业务的行为，以响应金融科技发展带来的新形势和挑战。虽然该规定并未正式落地，但为互联网第三方机构与证券公司的合作提供了指导方向，未来有望为证券公司带来更多的线上流量；二是头部互联网机构的加入。如果头部互联网机构加入导流竞争，将重塑证券公司线上流量端的格局，为证券公司提供更多接触潜在客户的机会；三是建设平台，并提供专业化内容。以最具代表性的互联网券商富途为例，其相对于传统券商在展业市场、产品体验、交易费用及流量等方面具有明显的比较优势。未来境内券商可以借鉴其在科技驱动的一站式财富管理平台方面的做法，并通过提供高质量的专业内容来吸引和留住客户，从而提升财富管理服务的吸引力。

■ 人工智能与 AIGC 的应用

通过应用人工智能与 AIGC 技术，证券公司能够整合海量市场研究和投资策略内容，形成更加丰富且个性化的财富管理产品和服务，从而显著提升投资顾问的能力。通过生成高质量的市场分析报告和投资建议，进一步增强其产品竞争力。此外，借助生成式 AI 技术，证券公司能够提供全天候的智能客户服务，即时解答客户的各种疑问，显著提高客户满意度，并提供更高水平的智能化客户服务。例如，以摩根士丹利为例，通过 Next Best Action 数字化平台，运用大数据与人工智能技术为投资顾问提供决策支持，不仅提高了与客户的沟通效率，还能够根据市场事件对投资组合的影响，为客户提供精准的投资建议，从而极大地提升了服务质量和客户体验。

2.2.3.2 面临的挑战

证券公司在进行财富管理数字化转型的过程中面临诸多挑战，这些挑战涉及多个方面，如技术集成变难、合规要求更新、客户需求更加多元、人才短缺以及数据安全与隐私保护等方面，具体而言：

■ 技术升级与集成



随着数字技术的快速发展，证券公司在进行数字化转型时，面临着必须升级旧有系统和平台以适应新技术的挑战。证券公司通常拥有复杂的 IT 系统架构，要在现有系统基础上集成新的数字解决方案并不容易，新老系统之间存在的集成问题，也可能导致数据共享不畅和业务流程延迟，影响服务效率和质量。此外，还需要考虑数据安全性和系统稳定性等问题，这都需要大量的前期投入和技术支持。

■ 合规要求的更新

随着金融市场的不断变化，相关的法规和合规要求也在不断更新。证券公司在执行财富管理数字化转型的同时，还必须确保所有的产品、服务和流程完全符合最新的法规要求，这往往需要投入大量资源进行合规性检查和调整。

■ 多样化客户需求的灵活响应能力

随着投资者教育水平的提高和个人财富的增长，客户对于财富管理的需求变得更加个性化和多样化，对数字服务有着更高的期待，包括个性化服务、全天候可用性以及无缝的多渠道体验等。证券公司需要有能够提供定制化的解决方案来满足这些需求，而这通常需要强大的数据处理能力和灵活的产品设计机制。

■ 人才短缺

数字化转型不仅仅是技术上的革新，更是组织文化、管理模式乃至人才结构上的变革，需要懂得如何应用这些技术的人才。证券公司面临着从传统金融服务人才向具备数字技术、数据分析以及人工智能等能力人才的转变。同时，对现有员工进行再培训，使其适应新的工作环境和需求，也是一大挑战。

■ 数据安全与隐私保护

随着投资者数据的数字化存储和处理，证券公司面临着数据泄露和网络攻击的风险，保护客户的财务信息及隐私成为了公司不得不面对的一大挑战。数据采集方面，证券公司需要确保数据采集过程合法合规，以避免侵犯客户隐私；数据使用方面，证券公司应合理使用客户数据，避免数据泄露和滥用。数据采集及使用不当的风险，证券公司应高度重视违规收集使用个人信息、违规使用非公开信息以及开放生态平台数据等安全风险。

分论三：第三方机构财富管理数字化

相比于传统银行、券商的财富管理业务，第三方机构的财富管理业务基于互联网技术与渠道面向更广泛大众提供产品分销及相关投顾服务，代表着我国财富管理行业数字化的重要发展方向，也深刻影响着传统的财富管理行业数字化进程。

2.3.1 第三方机构财富管理业务中的数字化体现

当今我国互联网及第三方平台财富管理机构快速发展，我们总结为下述四类机构：

■ 互联网金融平台

互联网金融平台是以互联网技术为基础，能够提供例如公募基金、现金管理类、贷款支付、投保理财等更多元化投资产品和全方位金融服务的机构。互联网金融平台的本质是用更低的成本和更高的效率触达了更广泛的长尾用户，拥有庞大的用户群体和数据积累，也更擅长流量获取和用户运营，这也决定了其具有更强的普惠性质，如蚂蚁、腾讯等。

■ 金融数据终端及资讯平台

金融数据终端及资讯平台在对金融财经资讯等进行披露、运营具有社交互动功能的交流社区基础上，为用户提供基金销售、证券交易、期货经纪、基金投顾等各类金融服务，如同花顺、东方财富等。相比于互联网金融平台的普惠性，金融终端平台由于专业度更高、部分平台的付费版软件使用价格较为高昂，进而使得其更多面向部分更具有金融理财心智的零售投资者、以及专业投资者和机构投资者。

■ 独立三方财富管理机构

独立三方财富管理机构多专注于财富管理行业的垂类服务场景或垂类服务客群，打造精品服务，而不拥有大而全的业务范围和众而散的客户群体，如诺亚财富等。

■ 智能投顾平台

智能投顾平台是在当今 AI 风口上成长起来的新兴的数字化财富管理平台，基于人工智能 AI 技术，通过机器学习和深度学习算法，向投资者提供智能化的投资建议和资产配置方案，主要服务包括自动构建投资组合、自动化执行交易以及提供场景化数字解决方案，目前主要的智能投顾平台如量化派、聚宽等。

我们观察到，互联网及第三方平台在财富管理中的数字化体现在客户端、服务端、运营端等多个方面。

2.3.1.1 客户端：凭借互联网在用户洞察、费率、全产品布局等方面优势，渗透率持续提升

互联网财富管理产品交易门槛更低、透明度更高、交易操作更便捷，能够更大程度满足居民对于理财的个性化、多样化需求等特征，同时借助互联网的方式，平台能够快速触达大量用户，且产品投放更加精准，提高销售成功率。

第一，互联网财富管理能降低投资门槛，有效提升金融可得性。互联网财富



管理通常门槛较低，大多数产品为 100 元起投，部分产品的门槛会低至 1 元，如余额宝、理财通等，给众多储蓄较少的用户提供了参与理财业务的机会。同时，大多数互联网财富管理产品提现周期较短、手续较少，用户能够在手机端灵活地进行存取操作，减少了资金紧张用户的后顾之忧，也给资金丰厚的用户提供了更多元的资产配置选择，提高了不同资金状况用户的金融获得度。

第二，互联网财富管理为用户提供更便利的一站式服务。第三方机构本身的一个重要作用是对理财产品信息整合，通过将不同渠道的产品整合在一起，提升信息透明度，便于投资者基于客观信息对不同产品进行更加广泛的横向比较，选出优质的产品。此外，互联网还可为用户提供专业化、个性化、快捷化的理财方案。由于用户信息筛选能力有限，且本身金融和理财知识水平不足，而传统理财服务市场的理财顾问咨询费用较为高昂，因此互联网财富管理引入的智能投顾可以很好地满足用户的这一需求。智能投顾通过一系列智能算法综合评估用户的风险偏好、投资目标、财务状况等基本信息，为用户提供个性化理财方案，为客户带来更优惠、便捷、全面的一站式服务。

第三，第三方机构能在增加用户触达量的同时保证产品销售精准度。金融产品强调将“合适的产品卖给合适的人”，要设计出好的理财产品不仅要了解用户整体需求，更需要把适当的产品推荐给适合的用户，这就需要数据和技术的支持。在数据方面，互联网平台相较于传统业务更便于数据的整合与沉淀，包括各类金融交易、客户信息、市场分析、风险控制等，大型数据库的应用为金融数据的存储提供了坚实基础，扫码支付等技术的应用为数据收集提供了便利。

2.3.1.2 服务端：人工智能技术特别是大语言模型蓬勃发展，开启互联网财富管理的智能化业务布局

2022 年底，Open AI 正式发布 ChatGPT，标志着 AI 正式开始走进大众生活。2023 年 1 月，ChatGPT 月活跃用户数达到 1 亿，使得越来越多的投资者发现生成式大模型的强大功能。随后中国本土厂商积极跟进，相继基于大模型技术推出或升级 AI 应用产品，开启了“AI+理财”的热潮，使得 AI 正融入理财业务的方方面面。

在技术方面，通过与人工智能等技术结合，第三方机构能够更好地理解和满足用户的需求，提高服务的个性化和精准度。随着知识图谱和自然语言处理等技术的发展，第三方机构能够处理海量的金融数据，并从中提取出有用的信息，还原用户的投资偏好、风险承受能力以及财务目标，从而为用户量身定制投资方案 and 提供个性化的理财分析。

在业务方面，大模型的蓬勃发展或有望引起行业深刻变革。首先，大模型有望重塑客户服务流程、提高客户体验。例如，传统聊天机器人是一种基于规则或预定义脚本的自动化程序，只能执行特定的任务，客户需求超过其预设能力范围后便无法给出解决方案，而大模型依托海量专业知识库，为客户提供 24 小时不间断的实时服务，并且可以结合专业金融机构的观点、服务，生成个性化的内容，同时基于客户反馈不断迭代和提升生成内容的质量，其持续的学习能力能不断增进对客户了解，提高客户使用体验。其次，大模型有望提升金融机构及金融从业人员的内容生产及服务效率。大模型可以一键生成文字、图像、视频等广告创意内容，大幅提高营销获客效率，而在自动化生成营销材料的同时，大模型能够赋能个性化精准营销，基于客户背景、收入情况、风险偏好、知识水平等为客户提供更加个性化、定制化的金融产品服务。最后，大模型进一步提升风控水平。在风控全流程中引入大模型可以提升数据提炼和处理能力，能够进行新特征规则发现，结合因果学习可以探索智能风控策略制定与追因的更多可能性。

表 19 互联网财富管理机构的 AI 业务布局梳理

业务类型	当前业务智能化现状	未来布局与改善
客户服务	普遍采用智能客服介入客户服务环节，但是目前智能客服仍以“搜索”为核心应对用户疑问，重在快速解答	结合大模型多轮对话与 KYC 探查能力，能够有效提升用户对话体验
营销	目前尚处于自动化营销+数据驱动营销迭代的过程中，营销内容以内容模板库建设与积累为主，营销策略依赖于专家规则实现	营销材料生成环节可以快速丰富，从而支撑精准的个性化营销：智能营销策略依托于完善的客户标签与 KYC 能力可以进一步在金融行业真正落地
投教	投教内容相对质乏，以及面对不同类型投资者尚难提供精细化投教内容	通过大模型与数字人相结合，实现投教内容海量丰富，以及推送投放因人施教
投顾	依赖于大数据进行投资者画像与风险偏好洞察，并应用专家规则进行投资产品与组合的自动化推荐	围绕财富管理专业知识进行增量训练，并利用全面的 KYC 探查实现围绕个体的全生命周期智能投顾服务
投研	目前智能投研能够实现数据资产以及非结构化数据洞见赋能，并利用知识图谱等技术提升分析效率，尚处于工程化初期阶段，	大模型对投资标的信息整理、摘要与筛选更加准确，能够实现对各类投研数据的综合分析以及对时间序列数据的预测，从而提升投研效率以价值

以同花顺为例，其作为国内 AIGC 金融垂直大模型先行者，走在“AI+金融”应用的前列，并提出“ALL in AI”目标，将人工智能赋能全业务。公司早在 2009 年便成立了“i 问财”部门，2017 年上线 AI 开放平台，2019 年公司提出全业务



“ALL IN AI”，2024年1月公司正式发布问财 HithinkGPT。近年来，同花顺持续加大研发投入，构建专门 AI 平台，实现宽领域 AI 业务覆盖。同花顺作为互联网及三方财管机构的 AI 化先行者，多年来持续投入 AI 相关技术的研发。从研发投入来看，同花顺研发投入较为领先，2023 年同花顺研发费用达 11.79 亿元，研发费用率高达 33.1%；2023 年同花顺研发人员数量 3342 人，比 2022 年增加了 146 名。同花顺已构建专门 AI 开放平台，可面向客户提供智能语音、智能客服、智能金融问答、智能投顾等四十余项 AI 产品及服务，可为银行、证券、保险、基金、私募、高校、运营商、政府等广泛行业提供智能化解决方案。

其中，同花顺的智能化数据扩展成为技术运营关键，金融语义理解效率得到提高。在数据方面，公司布局 AI 的 10 余年间积累超 100 万优质业务监督微调数据、每月可新增数千亿 tokens 优质预训练数据以及数十万条优质微调数据，并且全部由业务专家进行校验和标注，同时利用自动化的数据获取、清洗以及数据质量验证来确保数据的实时性和准确性。目前公司数据库涵盖了互联网用户数据、金融资讯、宏观经济数据、行业经济数据、研究报告、企业信息等结构化和非结构化数据，兼具广度及深度。

同时，同花顺丰富的用户基数为新技术开发良性反馈，形成飞轮效应。2023 年同花顺累计注册用户超过 6.23 亿人；每日使用同花顺网上行情免费客户端人数平均为 1447 万人，每周活跃用户约为 1936 万人；问财用户每日问句数量约 1000 万，累计不同问句数量约 5 亿，用户量约 300 万。机构客户方面，公司的产品和服务覆盖了国内 90% 以上的证券公司，此外还覆盖了大量的公募基金公司、私募基金公司、银行、保险公司、政府、科研院所、上市公司等机构客户。在此基础上，HithinkGPT 引入了 RLHF（Reinforcement Learning from Human Feedback）机制，问财和 AiFinD 用户使用时可以通过“点赞”或“点踩”对生成的回答进行评价和反馈，大模型不仅可根据用户意图实时更新优化，并可将评价传导至技术后台用于模型改善，提升了公司利用 AI 赋能业务的质效。

2.3.1.3 运营端：向买方投顾、尤其是智能投顾转型

2019 年 10 月，中国证监会下发《关于做好公开募集证券投资基金投资顾问业务试点工作的通知》，标志着公募基金投资顾问业务试点正式落地。2023 年 6 月，证监会对《公开募集证券投资基金投资顾问业务管理规定》公开征求意见，标志着投顾业务正式开始从试点转为常规化过程。

基金投顾业务发展良好，投资者获得感有所提升。对投资者而言，投顾从盈利胜率、平均收益率，持仓体验等各个方向与单品对比都有比较明显的超额。据《试点四周年——基金投顾业务发展白皮书 2023》显示，投顾用户的平均收益

率在近一年、近两年和近三年均高于基金单品用户，分别约高出 7.4%、3.1%和 5.3%。基金投顾有效改善了客户的持仓行为，用户对待市场涨跌交易更加低频，追涨和追跌的占比都略低于单品客户，面对市场的波动，购买了基金投顾的用户更加淡定和省心，愿意将组合的操作或调整交由基金投顾来处理。

买方投顾的普惠性需要借助智能化技术的实现。云计算、大数据及人工智能等科技的发展，有助于财富管理机构更高效地从投资者出发，为投资者提供个性化陪伴服务，提供覆盖投资者生命周期、满足投资者多元需求的财富规划。与传统线下投顾主要针对于特定投资者不同，互联网平台的线上渠道能够触达大量长尾用户、覆盖的用户基数更为广阔，相应的也更能运用大数据、智能数据分析等技术对投资者行为和特征进行分析，并根据数据和分析结果预估投资者行为趋势、风险偏好和信用属性等特征，进而为广大投资者量身匹配更加具有针对性的服务和产品，更好地实现资源的精准分配。

2.3.2 第三方机构财富管理数字化的机遇及挑战

2.3.2.1 面临的机遇

一是居民资产配置拐点加速到来。中国当前居民资产配置以非金融房地产/现金存款为主，相较于美国等发达国家，我国居民风险金融资产配置仍有较大提升空间。根据央行《2019 年中国城镇居民家庭资产负债情况调查》，我国城镇居民户均实物资产为 253 万元，占总资产的比重接近八成，其中 74.2%为住房资产，相当于住房资产占到家庭总资产的六成，而对应金融资产所占比重为 20.4%。当前，中国居民家庭资产配置正在经历从实物资产配置更多转向金融资产的拐点。在金融资产配置中，2022 年我国居民金融资产中股票和基金占比为 14%，现金及存款规模占比为 53%。而在美国居民金融资产配置分布中，以股票和债券为主，存款占比 13%。可见，美国居民对金融风险资产的配置比例较高，我国居民对风险金融资产的配置仍有较大提升空间。

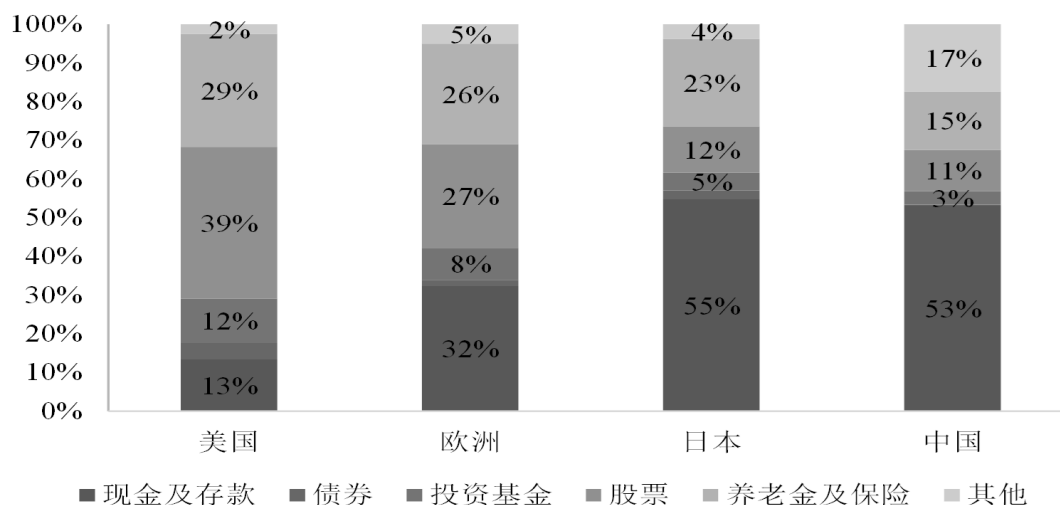


图 17 2022 年居民金融资产配置结构

资料来源：中国证券投资基金业协会，银保监会，银行业理财登记托管中心，信托业协会，保险业协会，保险资产管理业协会，中国人民银行，中央国债登记结算有限责任公司，国家统计局，全国社会保障基金理事会，人社部，OECD。

未来中国居民资产配置结构的持续优化，将为互联网财富管理业务带来更多业务机会。当前房地产占我国居民资产配置比重呈逐年下降态势，占居民家庭总资产的比重由 2000 年前后的~80%下降至 2023 年的 55-60%。与此同时，传统存款、国债等类似产品所反映的无风险收益率进一步下降，以余额宝为例，自 2020 年 4 月余额宝 7 天年化收益率首次跌破 2%以来，收益率持续呈走低趋势并一度下探至 1.4%附近；2024 年 6 月以来，余额宝 7 天年化利率稳定在 1.53%-1.55%。在低风险金融产品或难以满足较多居民的财富增值要求背景下，未来居民或将更多转向金融风险资产，这将为更为普惠、便捷的互联网平台带来更多财富管理业务机会。

二是年轻群体理财互联网化特征日益明显。我国理财人群日趋年轻化，特别是“90 后”理财观念日趋成熟，渐成理财主力军。根据 2020 年上交高金学院联合支付宝发布的《2020 国人理财趋势报告》显示，国人正告别单一储蓄的思维，近四成网上理财的用户已经有了把短期开销、保险保障和投资增值的钱做“三笔钱”配置的习惯，其中据支付宝统计，平台使用者近 60%为 31 岁以下用户。报告发现，比起“60-80 后”，“90 后”更愿意“把鸡蛋放进不同的篮子里”；同时，刚刚兴起的智能投顾用户中，超一半是“90 后”，且持仓普遍较高。此外，据蚂蚁财富发布的《2023 年理财行为趋势报告》，超过 7 成的用户在“配置、选品、持有”行为方面相较于 2022 年均有所提升、超过 2000 万用户通过蚂蚁财富推出的“三笔钱”工具进行资产配置，表明用户投资理财行为日益成熟，资产配置及

决策更加理性。

年轻群体的理财行为伴随着互联网的深入普及和金融科技的发展而呈现智能化趋势。数字化浪潮下年轻人更为青睐通过科技工具进行理财，如借助智能手机应用程序管理投资、在线接受理财顾问的专业指导等成为新兴的趋势。据《2022 年轻人理财观念大调查》结果显示，高达 89%的年轻人偏好选择第三方机构，而传统商业银行的选择率则仅为 30.4%；同时，有 81%的年轻人在网络平台购买了他们人生中的第一款理财产品。

三是监管体系完善为第三方机构互联网财富管理服务高质量发展打下坚实基础。2013 年伴随着余额宝的迅速推广，互联网财富管理行业整体进入快速发展阶段。然而由于行业缺乏监管条例、平台成立门槛低，造成第三方机构良莠不齐、金融风险不断积聚。自 2015 年以来，为了加强互联网金融风险防范，监管机构相继出台多项监管规定，推动互联网财富管理行业规范化发展。

2015 年 7 月，中国人民银行等十部委联合发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，标志着互联网金融行业监管基础框架的设立。2018 年 6 月，证监会与人民银行发布《关于进一步规范货币市场基金互联网销售、赎回相关服务的指导意见》，其中规定金融机构必须持有金融牌照才可作为销售主体，是规范互联网金融行业的重要标志，互联网财富管理行业监管进一步落实到细节，进入严格管理阶段。2021 年，《关于规范商业银行通过互联网开展个人存款业务有关事项的通知》等文件发布，对互联网财富管理业务做出了具体的指标要求和业务界定，细化了审慎要求。为规范治理互联网财富管理行业提供坚实的法律基础和政策保障，更好地保护投资者权益，鼓励机构健康良性成长，实现互联网财富管理行业可持续高质量发展。

2.3.2.2 面临的挑战

■ 数据安全与隐私保护能力需要进一步增强

第三方机构的整体业务数字化水平更高，对应也需要采集、存储更多的用户数据，因此保护客户的财务信息及隐私成为了第三方机构，特别是技术能力相对较差的中小型机构不得不面对的一大挑战。数据采集方面，第三方机构需要确保数据采集过程合法合规，以避免侵犯客户隐私；数据使用方面，第三方财富管理机构应合理使用客户数据，避免数据泄露和滥用。第三方财富管理机构应高度重视违规收集使用个人信息、违规使用非公开信息以及开放生态平台数据等安全风险。

■ 中小型第三方财富管理机构的经营合规性仍有待提升

过往第三方财富管理机构中出现过多次“爆雷”风险事件，比如恒天财富、



海银财富等。出现风险事件的第三方财富管理机构往往集中在两类机构中，一类是房地产业务占比较高的民营金融控股集团下属的第三方财富管理机构，还有一类是中小型机构。这些机构往往合规水位较低，内部管理机制不健全，容易因为利益驱动而损害个人投资者的权益，包括误导投资、承诺刚兑等违规行为。这些经营不合规的第三方机构，不但会造成直接服务客户的投资损失，还会负面影响广大投资者对其他合规经营的第三方机构的信任度，不利于第三方机构整体的健康发展。

■ 针对人工智能驱动的财富管理服务的行业规则有待完善

生成式 AI 是财富管理机构未来数字化转型的关键技术应用方向，而当下第三方财富管理机构又是探索生成式 AI 在投研、投顾等业务场景中应用的先行军，底层均应用了生成式 AI 的技术。但是目前在财富管理的业务监管中，对于生成式 AI 技术应用尚无明确的指引与规则，特别是基于生成式 AI 技术直接服务个人投资者的客户信息咨询、市场分析服务等。这一定程度会影响第三方财富管理机构，也包括银行、证券公司，应用生成式 AI 技术的积极性，从而阻碍财富管理数字化转型的进度。

政策建议

■ 推动各类机构协作互补、开放合作，引导头部机构发挥“头雁作用”

不同类型的财富资管机构行业属性、客户属性不同，未来必将走特色化差异化发展之路，大财富管理业态将会更加丰富，生态与生态之间的竞合将会更加紧密。然而，当前财富管理行业各类机构在发展数字金融和金融科技方面各自为战，难以集中精锐力量，推动行业科技重大突破。我们建议，监管机构应引导各类机构数字化能力的开放合作，以促进资源共享和技术交流。这种方式不仅可以提高整个行业的数字化水平，还能促进创新和效率的提升。鼓励头部公司进行对外协作赋能，推动客户数据的共享（在用户授权合规的前提下），通过数据共享，各类机构能够为客户提供更全面的资产配置建议和更有针对性的综合服务。

在数字化发展过程中，中小型财富管理机构受限于业务资源、经营能力、合规水平等方面的约束，其经营合规性仍有待提升。我们建议未来或可由行业头部机构及技术服务商在监管机构和行业协会牵头下发挥“头雁作用”，加强协同互补、开放合作，提升对中小机构的运营和技术赋能，进而补齐中小机构的经营合规短板。

■ 出台生成式 AI 在财富管理行业应用的鼓励与规范性规则和指引

当前，生成式 AI 等为代表的先进科技正在成为财富管理领域的重要推动力。财富管理行业应积极拥抱这些技术，通过科技赋能，优化产品和服务，以应对和引领买方模式的根本转变。例如，利用 AIGC 技术整合并优化原有的信息内容呈现方式，提高投资建议的准确性与个性化程度，从而提升客户体验和满意度。通过不断创新服务模式和拓展智能化服务渠道，财富管理行业能够为投资者提供更具吸引力、更加便捷和高效的财富管理服务。

目前，对于生成式 AI 在财富管理机构的应用和实践尚无明确的指引与行业规则。针对该问题，我们建议监管机构及行业协会或可出台生成式 AI 在财富管理应用的鼓励与规范性指引和规则，在鼓励行业积极探索新技术新应用在财富管理领域落地的同时，明确安全稳定的创新底线，有序地解决生成式 AI 技术准确性、透明度等问题，提高服务效率和质量。

■ 不断完善和统一各类前沿数字化技术在财富管理领域的行业标准和尺度

数字化技术在财富管理行业的应用近几年蓬勃兴起，极大地推动了行业的数字化转型，但相关的标准化建设工作刚刚起步，缺少行业标准体系顶层设计，国际标准、国家标准存在空白，无法满足行业数字化快速高质高效的发展需求。为了更好地适应和引导财富管理行业的数字化转型，监管机构应进一步细化监管要求，统一行业技术创新的标准和尺度，明确数字化转型中的合规边界，引导机构更低成本地建立满足监管要求的技术解决方案。

财富管理领域的数字化技术既包括云计算、大数据、人工智能等相对宏大趋势性的技术领域和范式迭代，同时也涵盖很多相对微观和辅助性的基础技术能力，如数据集、API 接口、小程序等等。错综复杂的技术领域要求监管机构做好标准制定的顶层设计和节奏规划，加强全局性谋划和前瞻性思考，基于财富管理行业的实际发展需求，分析行业金融科技发展现状和标准化现状，确定标准化工作开展方向。监管机构、行业协会或头部机构或可牵头建立行业数据和技术共享开放的标准或平台，从而促进各类机构及行业高水平协同发展，推动中国财富管理行业做好数字金融大文章。



参考文献

- [1] 银行业理财登记托管中心.中国银行业理财市场半年报告（2024 年上）[R].2018.
- [2] 麦肯锡.后疫情时代财富管理重启增长[R].2023.
- [3] BCG. Global digital wealth management report 2018[R].2018.
- [4] 麦肯锡.知易行难：探索券商数字化转型成功之路[R].2021.
- [5] 中国证券业协会.证券业数字财富管理发展模式研究[J].传导，2020，(40).
- [6] 华泰证券课题组.证券公司数字化财富管理发展模式与路径研究[J].证券市场导报，2020，(4).
- [7] 陈福.建设一流投行启示录二：财富管理的角色与实践[R].广发证券，2024-05-19.
- [8] 王舫朝.券商财富管理发展与展望：规模与效率并举[R].信达证券，2023-05-11.
- [9] 德勤.积厚流光 稳而后进：中国证券业 2023 年发展回顾及 2024 年展望[R]. 2024.

编 号	名 称	作 者
IMI Report No.2411	中国财富管理行业趋势报告（2024 上）	IMI 中国数字金融合作
		论坛
IMI Report No.2410	跨境人民币国际化观察报告	中国人民大学 交通银行
IMI Report No.2409	人民币国际化发展趋势与香港作为国际金融中心的机遇与挑战	IMI
IMI Report No.2408	IMI 宏观月度分析报告（第 86 期）	IMI
IMI Report No.2407	IMI 宏观月度分析报告（第 85 期）	IMI
IMI Report No.2406	IMI 宏观月度分析报告（第 84 期）	IMI
IMI Report No.2405	IMI 宏观月度分析报告（第 83 期）	IMI
IMI Report No.2404	中国财富管理能力评价报告（2023）	IMI
IMI Report No.2403	IMI 宏观月度分析报告（第 82 期）	IMI
IMI Report No.2402	IMI 宏观月度分析报告（第 81 期）	IMI
IMI Report No.2401	IMI 宏观月度分析报告（第 80 期）	IMI
IMI Report No.2324	2023 天府金融指数报告（简版）	IMI
IMI Report No.2323	揭秘人民币基础资产价格联动与风险传导机制	IMI
IMI Report No.2322	迈向绿色未来：经济金融的低碳转型之路	IMI
IMI Report No.2321	以供给侧改革夯实人民币国际化的经济基础	IMI
IMI Report No.2320	如何应对人民币国际化进程中的宏观金融风险？	IMI
IMI Report No.2319	资产配置与资本流动：我国银行国际化风险几何？	IMI
IMI Report No.2318	低碳时代：全球可持续浪潮下的人民币国际化	IMI
IMI Report No.2317	“一带一路”建设中的货币战略	IMI
IMI Report No.2316	碳市场与基建保障：低碳投资如何助力“一带一路”？	IMI
IMI Report No.2315	高惺惟：防范化解金融风险与金融高质量发展	IMI
IMI Report No.2314	IMI 宏观月度分析报告（第 79 期）	IMI
IMI Report No.2313	IMI 宏观月度分析报告（第 78 期）	IMI
IMI Report No.2312	IMI 宏观月度分析报告（第 77 期）	IMI
IMI Report No.2311	IMI 宏观月度分析报告（第 76 期）	IMI
IMI Report No.2310	IMI 宏观月度分析报告（第 75 期）	IMI
IMI Report No.2309	IMI 宏观月度分析报告（第 74 期）	IMI
IMI Report No.2308	中国财富管理能力评价报告（2023 上）	IMI
IMI Report No.2307	IMI 宏观月度分析报告（第 73 期）	IMI



中国人民大学国际货币研究所

INTERNATIONAL MONETARY INSTITUTE OF RUC

地址：北京市海淀区中关村大街 59 号文化大厦 605 室，100872 电话：010-62516755 邮箱：imi@ruc.edu.cn