

No. 2512

研究报告



中国财富管理机构公募类产品保有规模指数报告(2024)

中国人民大学国际货币研究所课题组



微博·Weibo



微信·WeChat

更多精彩内容请登陆

国际货币网

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

1937

编 号	名 称	作 者
IMI Report No.2511	《人民币国际化报告 2024》系列九：信息时代的供应链稳定与跨境支付安全性挑战	IMI
IMI Report No.2510	《人民币国际化报告 2024》系列八：跨境支付三“新”举措，有效支持供应链数字化发展	IMI
IMI Report No.2509	《人民币国际化报告 2024》系列七：跨境支付体系变革应对全球供应链变动：逻辑与路径	IMI
IMI Report No.2508	《人民币国际化报告 2024》系列六：资金融通与全球供应链的挑战和对策	IMI
IMI Report No.2507	《人民币国际化报告 2024》系列五：贸易融资如何促进中小企业融入全球供应链？	IMI
IMI Report No.2506	《人民币国际化报告 2024》系列四：对外投资：中国企业国际化的互利共赢之路。	IMI
IMI Report No.2505	《人民币国际化报告 2024》系列三：供应链金融助力全球供应链参与度	IMI
IMI Report No.2504	《人民币国际化报告 2024》系列二：外部冲击下金融支持对供应链及全球经济的影响	IMI
IMI Report No.2503	《人民币国际化报告 2024》系列一：国际货币金融体系如何提升全球供应链包容性和韧性？	IMI
IMI Report No.2502	数据资产入表	IMI
IMI Report No.2501	日本企业出海	IMI
IMI Report No.2415	跨境人民币观察报告（2024 年第 1 季度）	中国人民大学财政金融学院课题组
IMI Report No.2414	中国货币政策取向及前瞻	马勇
IMI Report No.2413	中国财政政策：演进、逻辑与取向	贾俊雪、刘勇政
IMI Report No.2412	跨境人民币观察报告（2024 年第 3 季度）	中国人民大学国际货币研究所课题组
IMI Report No.2411	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）	IMI 中国数字金融合作论坛
IMI Report No.2410	跨境人民币观察报告（2024 年第 2 季度）	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 宏观经济月度分析报告（第八十六期）	IMI
IMI Report No.2407	IMI 宏观经济月度分析报告（第八十五期）	IMI
IMI Report No.2406	IMI 宏观经济月度分析报告（第八十四期）	IMI
IMI Report No.2405	IMI 宏观经济月度分析报告（第八十三期）	IMI
IMI Report No.2404	财富管理数字化转型与大模型应用——中国财富管理能力评价报告（2023）	IMI
IMI Report No.2403	经济宏微观“温差”的认识和思考	王彬
IMI Report No.2402	IMI 宏观经济月度分析报告（第八十二期）	IMI
IMI Report No.2401	IMI 宏观经济月度分析报告（第八十一期）	IMI
IMI Report No.2324	IMI 宏观经济月度分析报告（第八十期）	IMI



中国财富管理机构公募类 产品保有规模指数报告

(2024)

中国人民大学国际货币研究所课题组

2025年 5 月

目 录

引 言.....	1
第一章 中国财富管理行业概述	3
第二章 2024 年末财富管理机构公募类产品（非现金）保有规模指数	4
2.1 分析口径与定位.....	4
2.2 2024 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.....	5
第三章 财富管理服务特征与发展趋势	10
3.1 银行：持续引领中国财富管理行业发展.....	10
3.2 券商：公募财富管理产品保有规模和市占率回暖.....	12
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
3.4 第三方机构：增长速度放缓，内部有所分化.....	16
参考文献.....	19

图索引

图 1 2021H2-2024H2 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.....	15
图 5 排名前 10 第三方机构指数值.....	17

表索引

表 1 2024 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 年末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 年末公募财富管理产品（非现金类）各机构保有规模 TOP15.....	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.....	13
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.....	15
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

引言

2024 年，我国经济金融政策以中央金融工作会议提出的“五篇大文章”为核心框架，推动财富管理行业向高质量发展转型。政策层面聚焦科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融与数字金融五大领域，强化金融供给侧结构性改革，引导金融机构优化资源配置，服务实体经济与新质生产力培育。风险防范方面，采取地方债务置换、房企融资协调及中小金融机构改革等措施，进一步释放债务风险；同时对外坚决防范汇率风险，有序推动人民币国际化工作，让投资者吃下定心丸。资本市场方面，新“国九条”强调中长期资金入市与投资者保护，推动 REITs 及权益类产品良性发展，为财富管理行业优化产品结构提供新工具。数字化转型则成为行业提质增效的关键引擎，头部机构通过智能投顾、全生命周期账户管理体系及金融科技生态重塑服务模式，提升服务普惠性与精准性。上述政策和举措为财富管理行业服务实体经济、实现普惠共享与可持续发展奠定了坚实基础。

2024 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，行业呈现出“银行主导地位稳固、券商触底复苏、公募基金承压、第三方机构韧性凸显”的竞争格局。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。商业银行依托金融科技打造智能投研与精准营销体系，券商聚焦数字化投顾平台建设，第三方机构借力大模型优化智能服务体验，行业正经历从“产品驱动”向“科技+服务驱动”的范式转变。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。

本报告基于 2024 年末数据，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 62 家银行，前 20 名中有 19 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 2023 年末数据，100 强榜单中先是新增 6 家城商行和农商行，但随后又有 4 家退出，显示地方银行在财富管理行业的影响力进一步提升的同时，其财富管理能力仍有待强化；地方银行要发挥自身专业化的特色，因地制宜地开发新产品与精准服务，以提升其在中国财富管理行业中的综合实力。



第二，券商的财富管理产品保有规模和市占率趋于回暖。对比 2023 年末数据，100 强榜单中增加了方正证券与光大证券两家券商，其中国金证券先退出后进入。并且受市场环境和行业政策等因素影响，2024 年末，券商整体业绩、财富管理规模和市场占有率等多项指标较 2024 年上半年均出现了明显好转，调整了上半年的下行趋势。未来，券商财富管理市场的发展仍可能受经济环境的影响而波动，但头部券商凭借其出色的综合实力，行业地位已经稳固。第三，公募基金公司上榜数量较少（只有 4 家，均为头部机构），且其增长动能较弱。各公司应把握当前机遇，在数字经济蓬勃发展的背景下，通过创新产品、提升投研能力、加快数字化转型，在高净值客户挖掘、直销渠道客户福利提升等方面取得突破。第四，第三方机构在财富管理行业的地位相对稳固，上榜名单与 2024 年上半年相比维持不变。虽然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，但内部分化明显。头部互联网企业，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；而中小机构的竞争格局尚不明朗，迫切需要多方面的战略变革。

第一章 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。



第二章 2024 年末财富管理机构公募类产品（非现金）保有规模指数

2.1 分析口径与定位

中国财富管理机构公募类产品保有规模指数榜单对我国财富管理机构按期末公募类产品（非现金类）保有规模进行排名。公募类产品（非现金类）目前包括银行理财产品（非现金管理类）以及非货币公募基金。上述公募类理财产品均具有低门槛、净值化等特点。

本榜单定位主要包含四点：第一，这是一个普惠性的财富管理的榜单，因此仅包括低门槛的公募资管产品，而不包括私募基金、信托和基金专户等相对高门槛产品；第二，这是一个强调财富管理类服务的榜单，因此不包含近似无风险和弱服务需求的现金管理类银行理财和货币型公募基金；第三，这是一个评判综合销售服务能力的榜单，因此包括该财富管理机构自销内部资管产品和代销外部资管产品的保有量；第四，这是一个全面囊括不同类别机构的榜单，因此包括了从事零售和机构业务的不同类型机构。

本报告中的财富管理聚焦普惠型财富管理服务，即选择具有低门槛、净值化等相似点的银行理财产品（非现金管理类）以及非货币公募基金的保有量规模。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，关注保有量意味着以客户为中心，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，这也将强化财富管理机构与客户的关系。财富管理的保有量反映了机构的投资研究、管理等能力，因此我们把它作为关注的指标。

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

机构保有规模呈现一定程度的头部聚集效应，规模的对数与排名（1, 2... 100）呈一定的线性关系。为了让机构的得分代表规模的相对大小，同时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。虚拟最高值 500、最低值 60。本质含义是指数值的对数是机构保有规模对数的线性函数。

2.2 2024 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

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。基础数据来自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。

从 2024 年末公募财富管理产品（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 62 家，比 2024 年上半年减少 3 家，其中排名第一的招商银行指数值达到 514.23；券商有 21 家，比 2024 年上半年增加 3 家（国金证券、方正证券、光大证券）；第三方机构有 12 家，与 2024 年上半年持平；公募基金数量有 4 家，与 2024 年上半年持平。由此可见，银行在财富管理行业中仍然占据主导地位，而其他机构则起到有益补充作用，其中券商得益于 2024 年下半年的股市行情暴涨和一系列政策红利，其头部机构的财富管理规模和指数值快速增长。

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 223.10，较 2024 年上半年的 218.59 上升 2.06%，中位数为 176.44，较 2024 年上半年的 164.99 上升 6.94%。指数在 400 以上的机构有 14 家，与 2024 年上半年相比增加 2 家（中国邮政储蓄银行、中国民生银行）；位于 100-200 区间的机构有 56 家，比 2024 年上半年减少 4 家；位于 300-400、200-300 区间内的公司分别有 9 家、21 家。



表 1 2024 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	2024 年 末排名	机构名称	指数值	2024 年 末排名	机构名称	指数值	2024 年 末排名	机构名称	指数值	2024 年 末排名
招商银行	514.23	1	渤海银行	267.23	26	天津银行	171.97	51	汇添富基金管理	139.74	76
兴业银行	485.26	2	恒丰银行	264.82	27	大连银行	167.07	52	汉口银行	135.02	77
中国工商银行	466.60	3	华泰证券	261.22	28	海通证券	165.88	53	广州农村商业银行	134.81	78
中国银行	464.90	4	广发银行	258.76	29	温州银行	163.78	54	长沙银行	134.07	79
中信银行	462.99	5	上海农村商业银行	253.49	30	桂林银行	162.15	55	汇丰银行（中国）	133.19	80
中国建设银行	458.05	6	浙商银行	247.33	31	中原银行	160.53	56	北京雪球基金销售	132.30	81
蚂蚁（杭州）基金销售	452.05	7	中国人寿保险	246.64	32	广州银行	160.02	57	广发基金管理	130.91	82
中国农业银行	445.94	8	广发证券	237.57	33	兴业证券	159.91	58	郑州银行	128.11	83
中国光大银行	439.49	9	徽商银行	237.54	34	国金证券	157.89	59	国投证券	125.41	84
交通银行	427.50	10	京东肯特瑞基金销售	236.80	35	浙江同花顺基金销售	157.54	60	盛京银行	121.46	85
平安银行	412.57	11	北京汇成基金销售	233.89	36	苏州银行	155.11	61	广东顺德农村商业银行	120.41	86
上海浦东发展银行	411.60	12	青岛银行	229.55	37	齐鲁银行	154.45	62	威海市商业银行	118.98	87
中国邮政储蓄银行	404.92	13	重庆农村商业银行	226.66	38	贵阳银行	153.82	63	华夏基金管理	118.48	88
中国民生银行	401.49	14	珠海盈米基金销售	219.17	39	成都银行	153.60	64	长江证券	116.59	89
华夏银行	380.51	15	招商证券	212.53	40	上海万得基金销售	153.33	65	龙江银行	114.17	90
上海天天基金销售	370.31	16	上海好买基金销售	212.16	41	易方达基金管理	153.15	66	哈尔滨银行	111.96	91
江苏银行	364.62	17	国泰君安证券	207.52	42	申万宏源证券	151.33	67	晋商银行	111.80	92
宁波银行	353.28	18	中信建投证券	204.55	43	北京农村商业银行	150.35	68	江苏常熟农村商业银行	111.59	93
南京银行	347.43	19	中国银河证券	200.00	44	吉林银行	146.22	69	浙江稠州商业银行	111.33	94
杭州银行	319.48	20	平安证券	194.31	45	杭州联合农村商业银	145.99	70	东莞农村商业银行	111.09	95
腾安基金销售（深圳）	312.21	21	上海利得基金销售	191.21	46	重庆银行	145.93	71	九江银行	110.51	96
北京银行	308.42	22	东方财富证券	189.79	47	长安银行	144.53	72	青岛农村商业银行	110.15	97
上海银行	301.35	23	成都农村商业银行	185.86	48	兰州银行	141.62	73	方正证券	110.07	98
中信证券	281.12	24	中国中金财富证券	184.14	49	东方证券	140.78	74	光大证券	107.09	99
上海基煜基金销售	279.12	25	国信证券	180.91	50	中泰证券	140.16	75	广西北部湾银行	104.94	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

2024年末财富管理机构公募类产品（非现金）保有规模指数

表 2 2024 年末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	2024H1 公司数量（家）	2024 末公司数量（家）	数量变化
银行	65	62	↓
券商	18	21	↑
第三方机构	12	12	-
保险	1	1	-
公募基金	4	4	-

表 3 100 强机构指数值分布

指数值区间	2024H1 公司数量（家）	2024 末公司数量（家）
400 及以上	12	14
300-400	10	9
200-300	18	21
100-200	60	56

表 4 各类型机构指数平均值

机构类型	2024H1 指数平均值	2024 末指数平均值
保险	229.38	246.64
第三方机构	239.60	245.84
银行	232.84	239.40
券商	172.49	177.56
公募基金	128.75	135.57

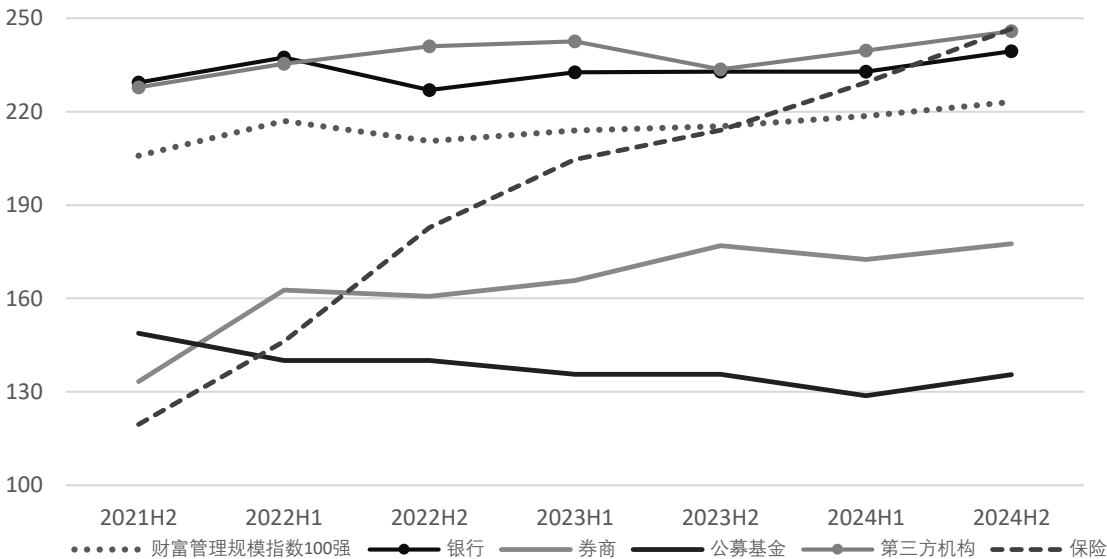


图 1 2021H2-2024H2 不同财富管理机构指数平均值变化情况



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，在银行、券商、公募基金和第三方机构四大上榜的主要机构类型中，第三方机构为 245.87，在所有机构中依然排名第一；其次为银行，平均值为 239.40；券商、公募基金的指数平均值分别为 177.56、136.22。上榜的保险公司仍然只有中国人寿保险 1 家，其财富管理规模指数达到 246.64，超过上榜第三方机构的指数平均值。2024 年末五类机构中有四类机构的指数平均值相较上半年提升，其中保险公司的提升幅度最大，达到 7.52%，银行、券商和第三方的指数平均值上升幅度相对较小，分别为 2.82%、2.94%、2.60%。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 年末共 7 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 7 期内均保持相对高位。其中第三方机构的指数平均值连续 5 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 5 期位列第二。保险公司的指数平均值仍持续高速增长，当前已经接近第三方机构和银行的指数平均值水平，但上榜机构仍只有 1 家；券商的指数平均值在 7 期内总体呈上升趋势，2024 年末指数平均值相比上一期出现较大幅度的提升，实现止跌并增长至略高于 2023 年末的水平；公募基金公司的指数平均值由降转升。

进一步地，从绝对规模来看，2024 年末公募财富管理产品（非现金类）保有规模前 15 位的机构中有 14 家银行（见表 5），另外一家为第三方机构（蚂蚁基金销售），名单和排名与上半年基本保持一致。与 2024 年上半年相比，各家机构的财富管理规模快速上升，平均规模增幅为 7.66%，其中平安银行和交通银行规模增速最快，分别达到 12.86% 和 10.00%。在 15 家机构中，招商银行以 29433 亿元保持总规模排名第一，兴业银行（21162 亿元）、中国工商银行（17143 亿元）保持排名第二、三位；在非货银行理财保有规模指标中，招商银行以 19929 亿元保有规模排在第一位，兴业银行、中信银行分别以 16473 亿元、14864 亿元排在第二、三位；在非货币类公募基金保有规模指标中，蚂蚁基金销售以 14529 亿元保有规模排在第一位，招商银行、兴业银行分别以 9504 亿元、4689 亿元排在第二、三位。

表 5 2024 年末公募财富管理产品（非现金类）各机构保有规模 TOP15

机构名称	2024H1 非 货理财保 有规模(亿 元)	2024H2 非 货理财保 有规模(亿 元)	2024H1 非货 币市场基金 保有规模(亿 元)	2024H2 非货 币市场基金 保有规模(亿 元)	2024H1 总 计（亿元）	2024H2 总 计（亿元）	规模 增幅	2024H1 排名	2024H2 排名	排名 增减
招商银行	19732	19929	8620	9504	28352	29433	3.81%	1	1	-
兴业银行	14876	16473	4627	4689	19503	21162	8.51%	2	2	-
中国工商银行	11648	12456	4522	4687	16170	17143	6.02%	3	3	-
中国银行	14482	12769	1286	4024	15768	16793	8.42%	5	4	-
中信银行	11625	14864	3863	1529	15488	16393	3.96%	4	5	-
中国建设银行	11242	12040	3375	3459	14617	15499	6.03%	6	6	-
蚂蚁（杭州）基金销售	-	-	13512	14529	13512	14529	7.53%	7	7	-
中国农业银行	10923	11853	1684	1710	12607	13563	7.59%	8	8	-
中国光大银行	11422	12073	550	521	11972	12594	5.20%	9	9	-
交通银行	8000	9041	1989	1947	9989	10988	10.00%	10	10	-
平安银行	5637	6568	2581	2707	8218	9275	12.86%	12	11	↑
上海浦东发展银行	7394	8199	987	981	8381	9180	9.54%	11	12	↓
中国邮政储蓄银行	6207	6510	1576	1987	7783	8497	9.17%	13	13	-
中国民生银行	6594	7364	852	813	7446	8177	9.82%	14	14	-
华夏银行	5853	6216	196	223	6049	6439	6.44%	15	15	-

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



第三章 财富管理服务特征与发展趋势

2024 年末，开展财富管理服务的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仍占据主导地位，多家头部银行保持长期稳健增长势头，持续引领行业发展；券商在 2024 年末财富管理规模大幅扩张，基本回归长期增长趋势，与上半年报告中趋势分析结论一致；公募基金公司财富管理规模在低位恢复增长；第三方机构的高速发展势头则在 2024 年下半年出现放缓，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。

3.1 银行：持续引领中国财富管理行业发展

2024 年下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 62 家，较 2024 年上半年减少三家，其中浙江萧山农村商业银行、湖北银行、西安银行、珠海华润银行退出；汇丰银行进入。具体来看，指数值在 400 及以上的有 13 家，比上半年增加 2 家（中国邮政储蓄银行、中国民生银行）；在 300-400 之间的有 7 家、200-300 之间的有 8 家、100-200 之间的银行数量最多，有 34 家。由于指数值在 400 以上的银行数量扩张，并且平均增长 1.55%；指数值在 400 以下的银行数量减少，最终 2024 年下半年银行的指数平均值达到 239.40，较上半年的 232.84 提升 2.82%。

在指数值大于等于 400 以上的银行中，中国银行超越中信银行成为第 4 名；平安银行超越上海浦东发展银行成为第 11 名，其它银行的排名未变，这一情况与上半年基本一致，说明银行业财富管理的竞争格局已经趋于稳定；招商银行及国有大行凭借其出色的综合实力与财富管理优势，继续名列前茅。2024 年上半年，浙江萧山农村商业银行、西安银行进入 100 强行列，但下半年随之退出，说明在激烈竞争的市场环境下，其业务经营并不稳定，核心竞争力有待进一步加强；对于此类地方性的城商行和农商行，要发挥自身专业化的特色，因地制宜的开发新产品与精准服务，以提升其在中国财富管理行业中的综合实力。

表 6 银行指数值分布

指数值区间	2024H1 公司数量（家）	2024 年末公司数量（家）
400 及以上	11	13
300-400	8	7
200-300	9	8
100-200	37	34

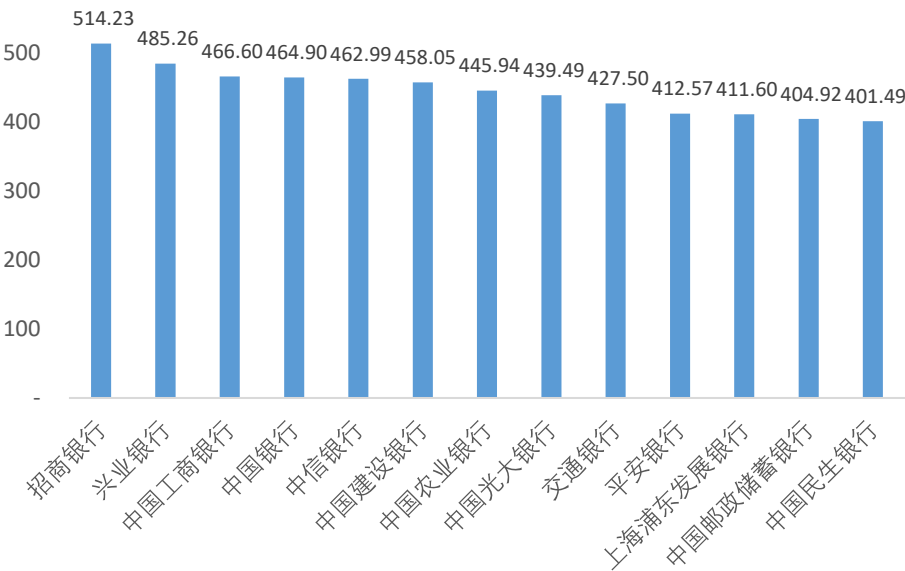


图 2 指数值大于或等于 400 的银行及指数值

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	2024 年 H1 指数值	2024 年 H2 指数值	增长率	2024 年 H1 排名	2024 年 H2 排名	排名 变动
招商银行	510.90	514.23	0.65%	1	1	—
兴业银行	478.26	485.26	1.46%	2	2	—
中国工商银行	461.53	466.60	1.10%	3	3	—
中国银行	457.68	464.90	1.58%	5	4	↑
中信银行	459.17	462.99	0.83%	4	5	↓
中国建设银行	452.82	458.05	1.15%	6	6	—
中国农业银行	439.67	445.94	1.43%	8	8	—
中国光大银行	434.99	439.49	1.04%	9	9	—
交通银行	419.06	427.50	2.01%	10	10	—
平安银行	402.02	412.57	2.62%	12	11	↑
上海浦东发展银行	403.62	411.60	1.98%	11	12	↓
中国邮政储蓄银行	397.16	404.92	1.95%	13	13	—
中国民生银行	393.05	401.49	2.15%	14	14	—

2024 年银行业财富管理规模进一步扩大、结构不断优化。根据《中国银行业理财市场年度报告（2024 年）》的数据，2024 年末，银行财富管理产品存续规模为 29.95 万亿元，较去年末增加 6.43%；其中上半年规模增量 1.72 万亿，占比



54.6%。同时，2024 年银行理财产品的平均收益率达到 2.65%，较去年同期增长 1.69%；杠杆率为 107.14%，较去年同期下降 1.17%。这表明银行财富管理规模增长的同时，创收能力同步提升、风险水平稳步下降；但相比于 2024 年上半年，2.80%的平均收益率与 107.04%的杆杆率，与市场利率下行趋势一致。

从银行理财产品的结构类型看，截止 2024 年末公募理财展品存续规模 28.43 万亿元，占比 94.92%；固收类产品作为银行财富管理的主流产品，2024 年其存续规模稳步增长，占比达到 97.33%；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。这说明，在收入与财富不断增长的背景下，居民为应对不确定性冲击与货币保值需要，更倾向于风险性较小的稳健保守型产品，尤其是银行理财产品。但是，前文数据也表明，银行业财富管理内部呈现出分化格局，头部银行通过优化资产配置、巩固高净值客户优势，其市场规模持续扩张；而中小型银行业务承压，迫切需要创新变革，如借助区域需要、本地政务、供应链金融等深耕下沉市场。

综上所述，2024 年我国银行业继续扮演财富管理市场中的关键角色，在市场份额上显著领先。随着国内经济环境的改善与居民收入增长，市场也必然增加对财富管理的个性化需求；通过数字化转型与人工智能技术的应用，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。

3.2 券商：公募财富管理产品保有规模和市占率回暖

在 2024 年末公募财富管理产品（非现金类）保有规模指数 100 强中，共有 21 家券商，其中下半年新增国金证券、方正证券、光大证券。具体来看，指数值在 100-200 区间内的机构最多，有 14 家，较 2024 年上半年减少 1 家，且各家机构指数值的差距较小；指数值在 200 以上的有 7 家，比 2024 年上半年增加 4 家。

2024 年末券商的指数平均值从上半年的 172.49 增长 2.94%，达到 177.56，略高于 2023 年底的 176.94，但仍显著低于银行。其中，排在前 10 名的券商分别为中信证券、华泰证券、广发证券、招商证券、国泰君安证券、中信建投证券、中国银河证券、平安证券、东方财富证券和中国中金财富证券，相较于 2024 年上半年的业内排名总体显著上升。并且，总榜排名靠后的券商提升位次相对更大，例如上期总榜排名在后 50 位的海通证券和长江证券在 2024 年末排名提升 12 位，国投证券提升 10 位。

2024 年末，券商前 10 名的财富管理规模指数较 2024 年上半年普遍上升，指数平均增长率达到 7.66%，其中中国中金财富证券、国泰君安证券和东方财富证券的指数值上升幅度分别为 12.29%、12.00%、11.06%；而头部券商相对稳定，中信证券、华泰证券、广发证券的指数值增长率分别为 4.37%、3.72%和 4.77%，符合券商总体的排名变化。这说明，在经过 2024 上半年的产品保有规模和市场

占有率收缩后，券商的公募财富管理产品重新获得市场青睐，尤其是中小规模券商具有更大的提升空间，从而其整体市场占有率显著增长。

表 8 券商指数值分布

指数值区间	2024H1 公司数量（家）	2024 年末公司数量（家）
200-300	3	7
100-200	15	14

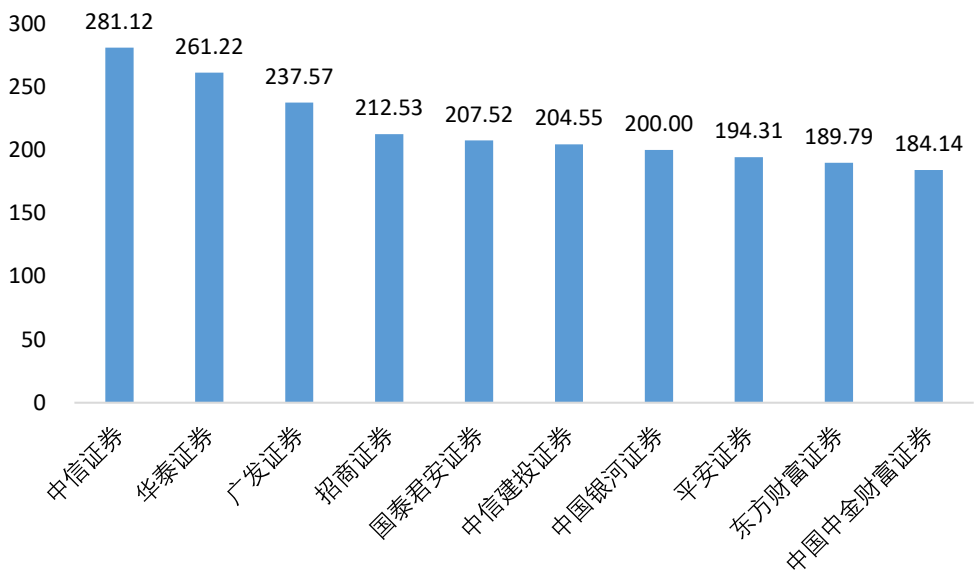


图 3 排名前 10 券商指数值

表 9 排名前 10 家券商指数值和排名变化情况

机构	2024 年 H1 指数值	2024 年 H2 指数值	增长率	2024 年 H1 排名	2024 年 H2 排名	排名变动
中信证券	269.35	281.12	4.37%	25	24	↑
华泰证券	251.85	261.22	3.72%	28	28	—
广发证券	226.76	237.57	4.77%	35	33	↑
招商证券	199.79	212.53	6.38%	41	40	↑
国泰君安证券	185.28	207.52	12.00%	45	42	↑
中信建投证券	193.75	204.55	5.57%	43	43	—



中国银河证券	184.39	200.00	8.47%	46	44	↑
平安证券	179.99	194.31	7.96%	47	45	↑
东方财富证券	170.89	189.79	11.06%	48	47	↑
中国中金财富证券	163.99	184.14	12.29%	53	49	↑

2024 年末，券商整体业绩、财富管理规模和市场占有率均明显上升，未来将迅速回归长期扩张趋势。一方面，我国证券行业格局正发生重大变化，“强强联合”的时代到来，年内已产生 6 起 12 家并购案例，头部券商的综合实力和发展潜力显著提升。另一方面，2024 年 9 月我国政府出台多项大规模刺激政策，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；加之下半年国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。

然而，正如麦肯锡、毕马威等咨询公司对于中国证券业发展趋势的判断，2025 年仍是证券行业整合与转型的关键之年。美国新一任总统特朗普的上台为全球经济金融环境带来了极高的不确定性，这不仅源于特朗普非常规的执政风格与政策倾向，也有相当的美国两党矛盾激化的因素，两者间相互强化。当前，美国政府通过非理性的关税政策变动引发了全球金融市场巨震，并持续埋下其他方面的隐患。因此，我国证券行业在 2025 年很可能由于受到国内外政策变动影响经济基本面和金融市场而再次受到剧烈冲击，且未来几年内都将持续处于类似的不利处境中。为应对相关挑战，证券行业需要进一步优化业务结构，调整高度依赖资本市场表现的传统业务占比，提升培育“新质生产力”相关行业、支持供应链构建与稳定性维护以及促进区域发展的能力；推动业内整合进程，降低业内同质化程度过高导致不必要的竞争以及中小证券公司的风险问题，切实提升大型证券公司的综合实力和差异化特色化服务水平；可在财富管理领域持续发力，加强财富管理业务和传统投行业务的联动。

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 年末公募财富管理产品（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 136.22，与 2024 年上半年持平；并且根据指数高低，仍只有易方达基金、汇添富基金、广发基金、华夏基金 4 家；其财富管理规模指数值仍位于 100-200 之间，但总榜排名略有上升。由于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，因此公募基金公司排名的上升趋势体现了其直销业务的相对扩张。

表 10 上榜 4 家公募基金公司指数值分布

指数值区间	2024H1 公司数量（家）	2024 年末公司数量（家）
100-200	4	4

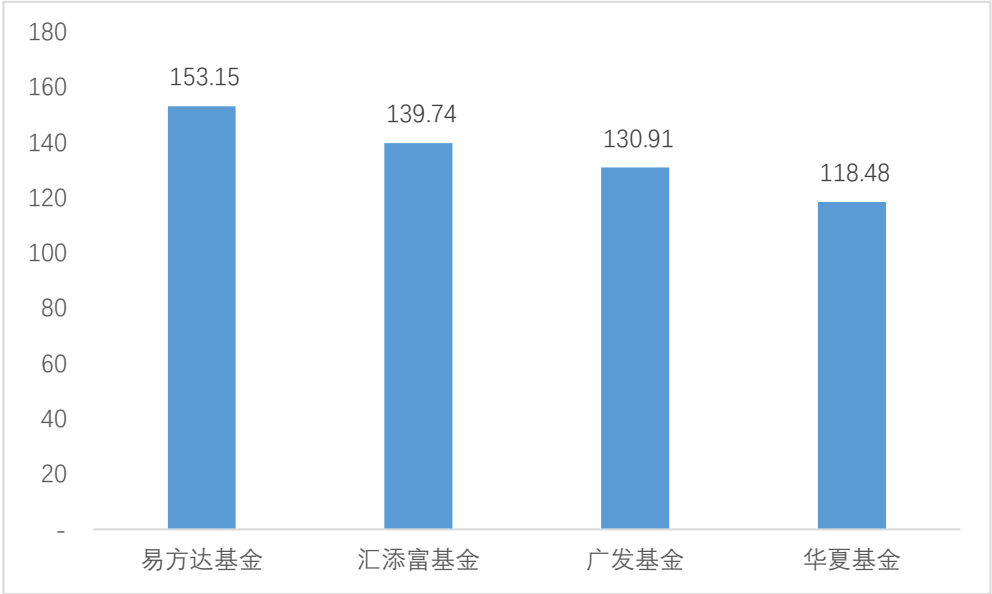


图 4 上榜 4 家公募基金公司指数值

表 11 公募基金公司指数值和排名变化情况

机构	2024 年 H1 指数值	2024 年 H2 指数值	增长率	2024 年 H1 排名	2024 年 H2 排名	排名变动
易方达基金	145.82	153.15	5.03%	68	66	↑
汇添富基金	135.44	139.74	3.17%	76	76	—
广发基金	123.66	130.91	5.86%	84	82	↑
华夏基金	110.07	118.48	7.64%	95	88	↑

纵观 2024 年全年，上半年公募基金公司的财富管理规模指数平均值下降 5.07%，且前 100 名中上榜数量减少 3 家；下半年其财富管理规模指数与相对排名略有上升，全年呈现出区间内震荡的状态，但下降趋势并未得到完全逆转，尚存在三方面的挑战可能会影响公募基金公司的财富管理规模。

一是当前全球及国内资本市场震荡加剧，市场的风险偏好趋于保守，公募基金公司的直销客户可能转向风险更低的银行理财，银行机构急速上升的非货币理财产品保有规模和增长率印证了这一点；并且保险、养老金等机构资金偏好工具化产品，导致主动管理型基金规模萎缩。二是公募基金公司直销渠道相对于代销渠道竞争力不足，导致其对客户数据与需求洞察能力薄弱，难以保持客户流量。



三是投研能力和产品收益不佳，多数中小基金数字化建设滞后、代销渠道侵蚀利润，且面临费率压缩和政策冲击问题，行业内卷加剧。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。这说明在财富管理市场激烈竞争、经济环境不确定性增加的背景下，公募基金公司亟需战略变革，以提升其市场占有率。展望未来，公募基金公司需通过创新产品、提升投研能力、深化数字化转型及合规经营应对挑战，尤其在可以尝试被动投资、养老金融等领域深度挖掘新的增长点。具体可总结为如下方向：一是产品创新与差异化布局，可开发 ESG、科技主题等创新型产品，满足多元需求。二是强化投研与数字化转型，提升投研能力，尤其是权益类资产的主动管理能力。三是深化买方投顾模式，从“销售导向”转向“服务导向”，提供全生命周期财富管理服务，增强客户黏性。四是拓展机构合作与生态圈，可与银行、科技平台合作开发定制化产品，共享客户资源，或考虑布局东南亚等新兴市场以分散风险。

3.4 第三方机构：增长速度放缓，内部有所分化

2024 年末财富管理规模指数 100 强中，第三方机构指数平均值为 245.87，较上半年增长 2.62%，达到 239.60；上榜数量为 12 家，数量与各指数区间分布与 2024 年上半年保持一致，并且全部都是基金代销机构，互联网金融机构在其中占据重要地位。

2024 年末头部第三方机构的指数值总体上小幅增长，其中上海利得基金销售增长率十分明显，达到 17.28%。根据指数值与排名，可将前十的第三方机构分为前后三个梯队：第一梯队为蚂蚁（杭州）基金、上海天天基金，其行业地位稳固、指数值与后续机构存在阶梯式差距，基本进入稳定发展阶段；第二梯队为腾安基金（深圳）和上海基煜基金，其排名依然保持在 20 至 30 位区间，与第一梯队距离接近，仍有一定提升空间和客户挖掘潜力；而其他第三方机构与前两个梯队的指数值和排名长期存在差距，内部差距较小，指数增长率及业内排名互有升降。

上述情况表明，各第三方机构总体上发展较好。但非头部第三方机构受行业市场环境及自身经营的变化有所波动，导致其在财富管理规模和市场占有率上并不稳定，亟需挖掘自身特点和目标客户需求，推出差异化的服务方式和内容，以此达到引流和扩大市场份额的目的，提升企业财富管理规模和水平。

表 12 第三方机构指数值分布

指数值区间	2024H1 公司数量（家）	2024 年末公司数量（家）
400 及以上	1	1
300-400	2	2
200-300	5	5

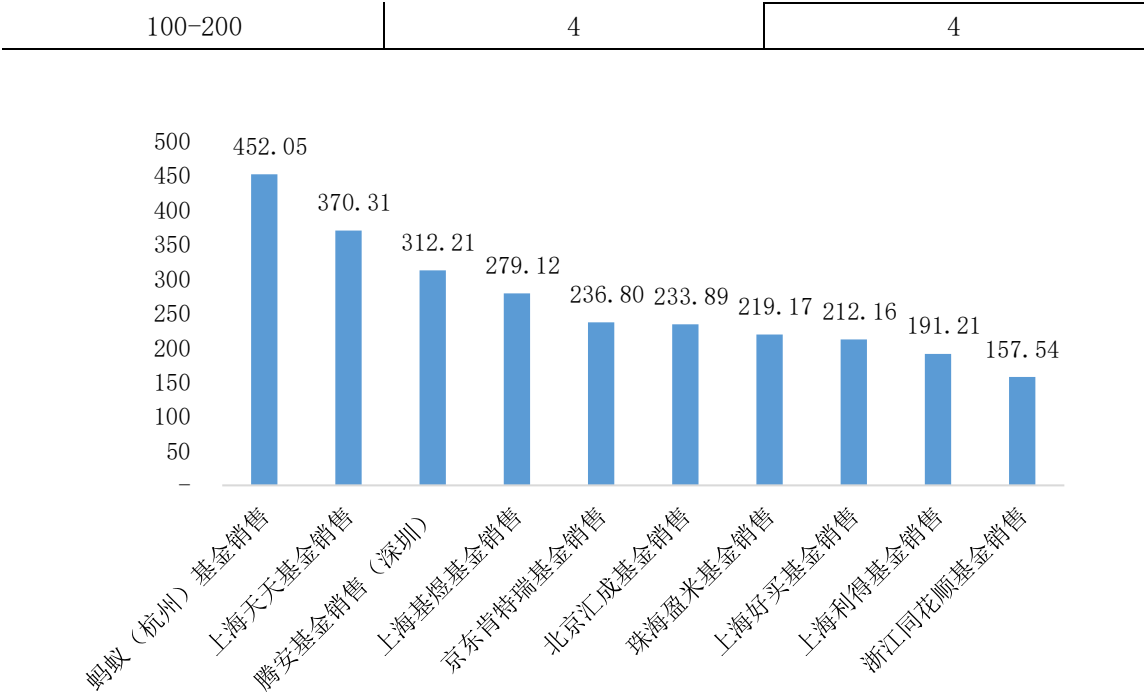


图 5 排名前 10 第三方机构指数值

表 13 排名前 10 家第三方机构指数值和排名变化情况

机构	2024 年 H1 指数值	2024 年 H2 指数值	增长率	2024 年 H1 排名	2024 年 H2 排名	排名变动
蚂蚁（杭州）基金销售	445.64	452.05	1.44%	7	7	-
上海天天基金销售	366.67	370.31	0.99%	16	16	-
腾安基金（深圳）销售	302.83	312.21	3.10%	22	21	↑
上海基煜基金销售	280.19	279.12	-0.38%	24	25	↓
京东肯特瑞基金销售	224.22	236.80	5.61%	36	35	↑
北京汇成基金销售	248.79	233.89	-5.99%	30	36	↓
珠海盈米基金销售	215.69	219.17	1.61%	38	39	↓
上海好买基金销售	209.06	212.16	1.48%	40	41	↓
上海利得基金销售	163.03	191.21	17.28%	56	46	↑
浙江同花顺基金销售	148.71	157.54	5.94%	66	60	↑

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发展中担当重要角色。然而，在经历了一段时间的迅速增长后，第三方机构的局限性也有所浮现。2024 年下



半年，受宏观经济政策与市场环境变动的影响，投资者的风险偏好更倾向于配置低风险产品，非货基金代销为主的业务使得部分第三方机构在一定程度上具有和公募基金公司相同的问题。此外，第三方机构的财富管理规模与机构的平台流量高度相关，由于客户对于平台的使用具有粘性，同类型平台的格局一旦形成便难以更改，流量相对稳定，后发的机构以及规模较小的机构难以通过自身优化或营销策略与先前机构形成竞争，且行业总体的增长潜力受限。因此，第三方机构或可将业内整合提上日程，已经具有成熟平台和一定规模用户基本盘的头部机构也需要考虑如何将 AI 等金融科技与平台服务融合，在稳固自身基本盘的同时进一步提升专业服务来引流，或实现对现有用户财富管理需求的深入挖掘，帮助用户做好资产配置。

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年度报告(2024年)[R]. 2025.
- [2] 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].2024.
- [3] 宋科,李宙甲,刘家琳.新型农村金融机构设立能够促进县域经济增长吗[J].中国农村经济,2023,(03):81-100.
- [4] 宋科,武沛璋,李鸿翔,等.互联网消费信贷与传统消费信贷:互补还是替代?[J].管理科学学报,2023,26(04):41-61.
- [5] 宋科,李振,杨家文.金融科技与银行行为——基于流动性创造视角[J].金融研究,2023,(02):60-77.
- [6] 宋科,王剑.数字化助力财富管理开放生态建设[J].金融博览(财富),2023,(10):14-17.
- [7] 宋科.财富管理迎来新机遇:数字化转型已在时代风口上启航——《中国财富管理能力评价报告2022》发布[J].金融博览,2023,(05):35-37.
- [8] 宋科,郭一鸣,徐蕾.银行数字化转型存在“马太效应”吗——基于银行功能的经验阐释[J].中国工业经济,2024,(12):62-79.
- [9] 杨雅鑫,宋科,张劲帆.互联网理财、财富效应与居民消费——来自互联网平台居民理财行为的微观证据[J].金融研究,2024,(01):56-75.
- [10]中国人民大学国际货币研究所,中国数字金融合作论坛.中国财富管理行业趋势报告(2024上)[R]. 2024.
- [11]毕马威中国金融服务.中国证券业调查报告(2024年)[R]. 2024.
- [12]周宁人,盛海诺,王璞等.2025中国证券行业三大趋势:转型、整合与出海[R]. 北京:麦肯锡中国, 2025.
- [13]Xingzi Ren, Ke Song, Kairan Zhu, Xinyu Yang, Does digital transformation increase bank profit efficiency? Evidence from China, Pacific-Basin Finance Journal, Volume 86, 2024.
- [14]Ke Song, Peizhang Wu, Sarah Zou. The adoption and use of mobile payment: Determinants and relationship with bank access, China Economic Review, Volume 77, 2023.



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