

第二节 商业银行经营

（四）商业银行理财产品的管理

- 1) 管理体系与管理制度
- 2) 销售管理
- 3) 投资运作管理
- 4) 信息披露

1) 管理体系与管理制度

商业银行总行应按要求，在全国银行业理财信息登记系统对理财产品进行集中登记，商业银行应当确保本行理财产品登记信息的真实性、准确性、完整性和及时性。

信息登记不齐全或者不符合要求的，应当进行补充或者重新登记。

商业银行应当通过具有独立法人地位的子公司开展理财业务。暂不具备条件的，商业银行总行应当设立理财业务专营部门，对理财业务实行集中统一经营管理。

商业银行开展理财业务，应当确保理财业务与其他业务相分离，理财产品与其代销的金融产品相分离，理财产品之间相分离，理财业务操作与其他业务操作相分离。

商业银行开展理财业务，应当确保每只理财产品与所投资资产相对应，做到每只理财产品单独管理、单独建账和单独核算，不得开展或者参与具有滚动发行、集合运作、分离定价特征的资金池理财业务。

商业银行开展理财业务，应当遵守市场交易和公平交易原则，不得在理财产品之间、理财产品投资者之间或者理财产品投资者与其他市场主体之间进行利益输送。

2) 销售管理

商业银行理财产品销售是指商业银行将本行发行的理财产品向投资者进行宣传推介和办理认购、赎回等业务活动。

商业银行销售理财产品，应当加强投资者适当性管理，向投资者充分披露信息和揭示风险，不得宣传或承诺保本保收益，不得误导投资者购买与其风险承受能力不相匹配的理财产品。商业银行理财产品宣传销售文本应当全面、如实、客观地反映理财产品的重要特性，充分披露理财产品类型、投资组合、估值方法、托管安排、风险和收费等重要信息，所使用的语言表述必须真实、准确和清晰。

商业银行发行理财产品，不得宣传理财产品预期收益率，在理财产品宣传销售文本中只能登载该理财产品或者本行同类理财产品的过往平均业绩和最好、最差业绩，并以醒目文字提醒投资者“理财产品过往业绩不代表其未来表现，不等于理财产品实际收益，投资须谨慎”。

商业银行应当采用科学合理的方法，根据理财产品的投资组合、同类产品过往业绩和风险水平等因素，对拟销售的理财产品进行风险评级。理财产品风险评级结果应当以风险等级体现，由低到高至少包括一级至五级，并可以根据实际情况进一步细分。

商业银行应当对非机构投资者的风险承受能力进行评估，确定投资者风险承受能力等级，由低到高至少包括一级至五级。商业银行不得在风险承受能力评估过程中误导投资者或者代为操作，确保风险承受能力评估结果的真实性和有效性。

商业银行只能向投资者销售风险等级等于或低于其风险承受能力等级的理财产品，并在销售文件中明确提示产品适合销售的投资者范围，在销售系统中设置销售限制措施。

商业银行应当根据理财产品的性质和风险特征，设置适当的期限和销售起点金额。

商业银行发行公募理财产品的，单一投资者销售起点金额不得低于 1 万元。

商业银行发行私募理财产品的，合格投资者投资于单只固定收益类理财产品的金额不得低于 30 万元，投资于单只混合类理财产品的金额不得低于 40 万元，投资于单只权益类理财产品、单只商品及金融衍生品类理财

产品的金额不得低于 100 万元。

商业银行只能通过本行渠道（含营业网点和电子渠道）销售理财产品，或者通过其他商业银行、农村合作银行、村镇银行、农村信用合作社等吸收公众存款的银行业金融机构代理销售理财产品。

商业银行通过营业场所向机构投资者销售理财产品的，应当按照国务院银行业监督管理机构的相关规定实施理财产品销售专区管理，并在销售专区内对每只理财产品销售过程进行录音录像。

3) 投资运作管理

①商业银行理财产品可以投资于国债、地方政府债券、中央银行票据、政府机构债券、金融债券、银行存款、大额存单、同业存单、公司信用类债券、在银行间市场和证券交易所市场发行的资产支持证券、公募证券投资基金、其他债权类资产、权益类资产以及中国银保监会认可的其他资产。

②商业银行理财产品不得直接投资于信贷资产，不得直接或间接投资于本行信贷资产，不得直接或间接投资于本行或其他银行业金融机构发行的理财产品，不得直接或间接投资于本行发行的次级档信贷资产支持证券。

③商业银行面向机构投资者发行的理财产品不得直接或间接投资于不良资产、不良资产支持证券。

④商业银行不得发行分级理财产品。

⑤理财产品销售文件应当载明产品类型、投资范围、投资资产种类及其投资比例，并确保在理财产品成立后至到期日前，投资比例按照销售文件约定合理浮动，不得擅自改变理财产品类型。

4) 信息披露

①商业银行应在本行营业网点或官方网站建立理财产品信息查询平台，收录全部在售及存续期内公募理财产品的基本信息。

②商业银行应当及时、准确、完整地向理财产品投资者披露理财产品的募集信息、资金投向、杠杆水平、收益分配、托管安排、投资账户信息和主要投资风险等内容。

（五）我国商业银行理财业务的发展趋势

2023年变化

1、理财业务加速转型

随着利率市场化的加快推进，以及互联网金融等新技术的冲击，传统理财业务赖以生存和发展的客观基础发生了根本性转变，理财业务面临着巨大的转型压力。

从目前的趋势看，商业银行理财业务转型的方向体现出以下八个特征：

2023年变化

- ①从存款替代型理财向真正的代客理财回归；
- ②理财服务范围从单一理财服务向全面财富管理转变；
- ③理财产品形态从预期收益型向净值收益型转变；
- ④理财投资类型从债务型向权益型转变；
- ⑤理财投资范围从在岸向离岸与在岸并驱转变；
- ⑥理财投资策略从被动投资组合向主动投资组合转变、从持有资产向交易资产转变；
- ⑦从静态流动性管理向动态流动性管理转变；
- ⑧理财业务风险控制从信贷模式向综合模式转变。

2、理财投资工具推陈出新

2023年变化

资产证券化和理财直接融资工具的加速推出，将明显改变理财资金的运用形态。我国资产证券化正在快速推进，非标资产标准化进程也在加速，再加上市政债券等新型金融工具的推出，标准化债务工具品种将大大丰富。

2013 年，中国银行业监督管理委员会推出了理财直接融资工具，这是一种由商业银行设立、直接以单一企业的债权类融资项目为投资方向、在中央结算公司统一托管、在银行间公开交易、在指定渠道进行公开信息披露的标准化投资工具。商业银行理财资金运用将更加多元化、标准化，资金运用形态也将随之发生较大变化，

资产配置灵活性、多样性将显著增强。

2023年变化

3、客户群体加速迁移

理财客户群将加速向高净值个人客户与机构投资者迁移。随着利率市场化的推进，低风险、低收益理财产品大量回归存款后，普通个人理财客户规模将明显减少。

高净值个人客户与机构投资者的资产管理需求，将成为银行资产管理业务发展的主要动力。

2023年变化

4、渠道体验持续提升

未来电子渠道理财业务的发展，将更加注重客户体验的提升。近年来，随着互联网理财的迅猛发展和银行理财产品同质化的加剧，提升客户体验引发广泛关注。

互联网理财呈现的趋势是“谁的产品好用，客户就用谁的产品”。

作为理财销售的主渠道，电子渠道在加快完善理财功能的同时，更要专注打造细节，不断优化业务流程，持续提升客户体验。

【单选-1】不属于银行理财业务应遵守的基本原则的是（ ）。

- A.诚实守信、勤勉尽职地履行受人之托、代人理财
- B.遵守成本可算原则
- C.遵守盈利性优先原则
- D.严格遵守投资者适当性管理要求

答案：C

解析：商业银行开展理财业务，应当遵守：

- ①诚实守信、勤勉尽职地履行受人之托、代人理财职责，投资者自担投资风险并获得收益；
- ②遵守成本可算、风险可控、信息充分披露的原则，严格遵守投资者适当性管理要求，保护投资者合法权益。

【单选-2】商业银行发行私募理财产品的，合格投资者投资于单只固定收益类理财产品的金额不得低于（ ）万元人民币。

- A.20
- B.30
- C.40
- D.50

答案：B

解析：商业银行发行私募理财产品的，合格投资者投资于单只固定收益类理财产品的金额不得低于 30 万元人民币，投资于单只混合类理财产品的金额不得低于 40 万元人民币，投资于单只权益类理财产品、单只商品及金融衍生品类理财产品的金额不得低于 100 万元人民币。

【单选-3】权益类理财产品投资于权益类资产的比例不低于（ ）。

- A.80%
- B.70%
- C.60%
- D.50%

答案：A

解析：根据投资性质不同，将理财产品划分为固定收益类理财产品、权益类理财产品、商品及金融衍生品类理财产品、混合类理财产品。

其中，权益类理财产品投资于权益类资产的比例不低于 80%。

本节小结

第二节 商业银行经营

- 1、商业银行业务运营模式
- 2、商业银行市场营销策略
- 3、商业银行负债业务
- 4、商业银行贷款业务
- 5、商业银行中间业务和表外业务
- 6、商业银行理财业务