

多家期货公司终止居间人合作 行业获客进入专业价值比拼新阶段



◎记者 费天元

8月以来，一德期货、信达期货、中原期货、红塔期货、国联期货等期货公司纷纷发布公告：终止与全部居间人的居间业务合作，禁止任何机构或个人以公司居间人名义从事相关活动；原居间人介绍客户的日常服务，转为公司客户经理或官方客服人员直接对接处理。

中国期货业协会最新数据显示，截至8月4日，期货公司的存续居间人数量仅剩36人，较高峰时期的4万余人大幅缩减，表明行业“去居间化”进程已近尾声。

对此，受访人士表示，这是期货行业发展从“规模导向”转向“质量导向”的必然结果。随着监管层对适当性管理、投资者保护的要求越来越高，以及期货经营机构推进高质量发展，行业获客渠道将迈入专业价值比拼的新阶段。

期货居间人时代落幕

居间人是期货市场发展初期的产物。作为期货公司获客的补充渠道，居间人群体曾为行业早期发展作出一定贡献。

我国期货行业开展居间服务的自然人，其主要职责是介绍客户，凭借手中的客户资源和信息渠道优势为期货公司和投资者“牵线搭桥”，并按照合同约定向期货公司获取佣金，需要说明的是，居间人与期货公司没有隶属关系，不是期货公司订立期货经纪合同的当事人。

在期货市场发展早期，居间人凭借资源优势向期货公司推介客户，一定程度扩

大了期货市场的影响力。数据显示，2019年期货市场的自然人居间人数量为48437人，但由于当时同一居间人允许为多家期货公司提供服务，实际居间人数量可能少于该统计数据。

随着期货行业发展，居间人业务暴露出诸多乱象，最显著的当属诱导交易。一位业内人士回忆称，不少居间人曾私下与期货公司达成协议，按照客户交易量获取返利，因而诱导客户频繁交易（甚至代客操作），造成客户利益损失。中国期货业协会在2021年做过统计，彼时居间人相关投诉中有90%以上为喊单指导交易、诱导开户等超越居间本身的行为所引发。

为加强期货居间人管理、规范居间人行为，中国期货业协会于2021年发布《期货公司居间人管理办法（试行）》（下称“办法”），作为全行业遵守的统一规范。2025年，中国期货业协会对办法进行修改完善，进一步规范了期货公司居间合作条件、居间人名下客户交易和操作监测等要求。

格林大华期货副总经理、首席专家王骏对上海证券报记者表示，居间人数量大幅缩减，是监管层精细化治理、严守期货投资者保护底线的必然结果。

行业摒弃粗放式规模扩张

近年来，期货行业监管保持高压态势。关于居间业务，随着责任边界的逐步厘清，居间人行为受到更为严格的约束。与此同时，期货公司告别规模扩张的粗放打法，迈入高质量发展，倾向于依靠自有员工构建更可持续的获客模式。

据统计，今年以来，期货公司共收到各证监局监管措施与中国期货业协会纪律处分共62张，其中涉及居间业务的19张，在所有违规类型中排名靠前，居间合作费用与交易手续费挂钩成为重点打击方向。

根据中国证监会2025年修订的《期货公司分类评价规定》，上述监管措施与纪律处分均对应明确的扣分项，而分类评价结果又与期货公司新业务开展、确定交易者保障基金缴纳比例挂钩。因此，期货公司须重新评估开展居间业务的合规成本。

一位资深行业人士坦言，从管理主体责任来看，近年来期货行业在居间人选择上更加审慎。除监管处罚外，在期货居间人相关的法律纠纷中，期货公司也经常被追究连带责任。因此，期货居间人规模缩减，是行业规范发展和市场自我调整的结果。

“期货居间人数量大幅缩减，表明期货行业彻底告别粗放式规模扩张，迈入专业价值竞争新阶段。”王骏说。在其看来，随着期货市场结构向产业、机构客户倾斜，期货公司的业务重心从单纯开户转向风险管理及衍生品综合服务。在此过程中，行业获客模式全面重塑，摒弃居间拓客粗放模式，依靠自有经营团队输出期货、期权等衍生品深度服务。

行业获客转向专业价值

近年来，关于期货行业同质化竞争、手续费“内卷”等话题的讨论引发关注。对此，各方正在积极寻求破局之道：一方面，监管层着力维护公平有序的市场环境，保障交易

者合法权益；另一方面，期货公司苦练内功，从专业角度开发差异化发展赛道。

从经营数据看，上述努力已取得初步效果。中国期货业协会数据显示，今年上半年，期货公司合计实现营业收入230.88亿元，净利润69.08亿元，同比分别增长23.62%、36.15%。中国期货市场监控中心数据显示，上半年期货市场规模多项指标创出新高，客户参与度不断提升，市场吸引力不断增强。

8月以来多家期货公司宣布终止居间人合作，被视为行业破解“内卷式”竞争的又一标志性事件。业内人士表示，居间拓客模式落幕，标志着期货行业竞争逐步摆脱佣金价格战，合规与专业服务成为新的核心竞争力，规范化、专业化发展底色逐步夯实。

在居间业务退出后，期货行业如何搭建获客渠道？王骏认为可从四方面发力：一是构建自有直营团队，扩充全职客户经理，吸纳优质原居间人转正，实行客户全周期直营服务，消除合规漏洞；二是深耕产业客户，分品种组建产业专班，输出套保、基差、含权贸易等定制方案，对接上市公司与国有企业，批量开发实体客户；三是跨机构协同，依托券商IB（介绍经纪商）、银期联动、与保险、信托等常态合作，双向导流客户，还可服务公募、私募，发行资管产品，以产品带动经纪联动获客；四是树立专业品牌，组织投教、会议活动，也可通过App视频、直播合规获客，大数据精准分层运营，全程留痕统一审核。

7月银行理财规模 增长6500亿元 固收类产品仍为主力

◎记者 徐潇潇 实习生 郑欣欣

最新数据显示，7月银行理财规模延续稳步上行态势，环比增加约6500亿元。产品结构方面，固收类产品仍为主力，规模占比近八成。

业内人士认为，在“资产荒”与市场波动并行的背景下，银行理财机构应在提升投研能力和加强投资者陪伴方面持续深耕。

7月银行理财规模增长6500亿元

普益标准数据显示，截至7月末，全市场银行理财产品存续数量约5.1万款，规模约32.72万亿元，较6月末增加约6500亿元。

管理规模方面，与去年同期相比，7月股份行理财子公司对国有大行理财子公司的反超格局进一步巩固。从头部机构排名来看：招银理财以约2.62万亿元的规模继续领跑；信银理财紧随其后，为2.36万亿元；兴银理财排名第3，为2.19万亿元；工银理财、光大理财分列第4、第5名，分别为2.09万亿元、2.05万亿元。

产品结构方面，固定收益类产品是银行理财市场的绝对主力。截至7月末，固定收益类产品规模约25.54万亿元，占比78.06%；现金管理型产品规模约6.18万亿元，占比18.90%；混合类产品规模约0.93万亿元，占比2.85%；权益类及衍生品类产品规模合计占比不足0.2%。

二季度以来，受低利率与“资产荒”影响，银行理财机构明显减配同业存单和存款，同时大幅增配公募基金，公募基金占比单季提升1.3个百分点至7.0%，为历史同期新高。

展望2026年全年，中信建投证券预测，银行理财产品存续规模有望达到37万亿元至38万亿元，增速为12%至13%。

多家机构披露上半年管理规模情况

截至目前，已有浦银理财、苏银理财、青银理财、浙银理财、平安理财、杭银理财披露2026年上半年管理规模情况。

苏银理财、浦银理财、浙银理财管理规模增速高于平均值（1.11%）。截至6月末，苏银理财管理规模达8960.30亿元，较年初增长8.46%，其中固定收益类产品规模达8835.86亿元，占比98.61%；浦银理财管理规模增长6.31%，浙银理财管理规模增长1.24%。而杭银理财管理规模微增0.19%。

与此同时，平安理财管理规模为9783.89亿元，较年初减少1138.22亿元，降幅达10.42%；青银理财管理规模也有一定程度的下降。

调整产品结构，成为上半年上述银行理财机构的共同发力方向。其中，含权类产品规模相对较小，但增速相当可观。例如：上半年，浦银理财权益类产品规模增483.66%；苏银理财混合类产品规模增长58.96%；浙银理财混合类产品规模增长346.1%。

深圳市金融稳定发展研究院轮值院长董耀徽表示，含权类产品规模有所增长，既与客户收益诉求变化有关，也反映出银行理财机构正在调整资产配置。在利率下行、优质固收资产收益率下降的背景下，部分客户愿意承担一定净值波动以争取更高回报，银行理财机构也通过增加权益及混合资产配置，丰富产品收益来源。

银行理财机构在产品端的积极布局，仍须接受市场端的检验。7月以来，A股科技板块出现一定调整，在此背景下，含权类理财产品净值普遍回撤，规模随之承压。

中国邮储银行研究员娄飞鹏表示，银行理财机构投研能力相对薄弱，且客户风险偏好较低，若市场波动导致净值回撤，可能引发规模不稳定。因此，银行理财机构须在投研能力提升和投资者陪伴方面持续发力。

面对市场调整，部分银行理财机构已着手调整策略：平安理财表示，公司投资团队已提前调整权益仓位至中枢偏下，依靠多资产均衡、对冲策略缓释回撤；苏银理财则坚持多资产配置，控制净值回撤幅度。

代销渠道成胜负手

短期调仓固然能缓释风险，但从长期来看，银行理财规模增长的可持续性取决于机构在渠道端的布局深度。

银行理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场半年报告（2026年上）》显示，截至6月末，32家银行理财机构存续规模达31.18万亿元，占全市场比重高达92.63%，同比增速达13.46%；银行机构自营理财规模同比下降22.26%。

由此可见，中小银行加速退出自营理财市场并转型为代销模式已成趋势。中国理财网数据显示，目前已有31家银行理财机构打通了其他银行的代销渠道，渠道多元化日益成为规模扩张的关键驱动力。

董耀徽表示：对于母行渠道基础较弱的中小理财机构而言，他行代销覆盖面会直接影响客户触达和规模增长；头部理财机构也要在巩固母行渠道的同时扩大外部合作，减少对单一渠道的依赖。不过，渠道扩张能否持续转化为管理规模，仍取决于产品业绩、风险控制和客户服务能力。

不过，代销模式下，银行理财机构对终端客户的掌控力有所弱化，客户黏性更多取决于产品业绩表现及品牌信任度。若净值波动持续加剧，代销渠道端的赎回压力或将以更快速度传导至产品端。

“未来，银行理财机构应在渠道拓展与产品精度之间寻求平衡。”娄飞鹏表示，头部机构应通过构建开放代销生态巩固优势，中小机构则须突破渠道准入壁垒。同时，应强化投研能力和客户服务穿透，以应对代销模式下的流动性管理挑战。

摆脱非标依赖 信托业发力标品与资产服务信托

◎彭飞 记者 操子怡

上海证券报记者近期调研获悉，在信托业务“三分类”指引下，信托业经营模式正从依赖融资类通道业务，向受托服务、财富管理、资产盘活等方向转型。

“近年来，我们在服务信托方面接连落地了股权家庭服务、财富管理、行政管理服务等首单业务，在不动产和资产证券化信托方面也有突破，业务创新与盈利方式发生了明显改变。”一家信托公司战略发展部负责人告诉记者。

产品结构向标准化资产转变，正成为信托业发展新趋势。据悉：浙江、福建等地多家信托公司正重点布局资产服务信托、财富管理信托两大板块；普惠金融、资产证券化也是各家机构发力拓展的方向。

降低传统非标产品依赖

“自行业进入转型发展阶段后，公司逐步清理压缩两大传统非标业务——融资类信托和通道信托，并拓展信托本源业务。截至今年上半年，标准化资产已成为资产管理信托的主导配置标的，非标资产则成为辅助配置方式。”上述信托公司战略发展部负责人称。

两大传统非标业务曾是信托业的主要业务模式，投向非标市场的资金规模，一度占资金信托总规模的近六成。近年来，随着行业转

型稳步推进，这一占比逐年下降。

一位业内人士称，非标资产与标准资产的配置比例呈现“此消彼长”，过去非标产品的资金高度集中于房地产、地方融资平台、基建、金融同业等领域，目前相关领域的资金投向规模已大幅减少。

“当前，信托公司的资金通道属性不断弱化。依托通道实现资产出表、隐匿风险的旧路径已然失效，叠加市场环境变化、标准化产品持续发展，市场对信托通道业务的依赖持续下降。”上述行业人士表示。

发力资产服务信托

在政策支持下，信托公司逐步发力标准产品。2025年多个重点城市试点不动产信托财产登记、股权信托财产登记后，为各大信托公司发展资产服务信托，尤其是以家族信托为代表的财富管理信托扫清了障碍。

今年7月，厦门国际信托成功落地厦门市首批股权家庭服务信托——“鹭享同安1号”与“鹭享同安2号”财富管理信托。

厦门国际信托表示，此次落地的两单股权家庭信托，主要聚焦闽商群体财富管理的差异化需求，并且以非上市企业股权为核心的委托财产，实现股权财产的隔离保护。这一信托设立后，企业股权分红款项将由信托专户进行专业管理。

今年5月，兴业信托成功落地了福州市

首单不动产信托——兴业信托·栢庭001号特殊需要信托。该项目落地，意味着福州市不动产信托财产登记试点从制度设计走向业务实践。

一位资深业内人士表示，不动产是我国居民家庭最核心的资产类型之一，将不动产纳入信托服务范围，有助于盘活存量资产、满足养老保障和财富传承等民生需求，是信托行业在转型创新发展下，践行普惠金融、服务实体经济的有益探索。

除财富管理信托和不动产这两大类产品外，信托公司还在一些民生领域设立服务信托。例如，厦门国际信托曾落地厦门首单既有住宅增设及更换电梯管理服务信托——“厦门信托—幸福家园服务信托”。这一产品的落地，为信托机制破解老旧小区改造难题、参与城市更新提供了可复制推广的路径。

用益金融信托研究院研究员帅国让认为，当前信托业的跨大类资产配置、财产风险隔离制度等优势正持续释放，成为相关机构业务创新的重要基础，而养老保障、居民家族财富传承等需求增长，为养老信托、家族信托等本源业务发展打开市场空间。

中国信托业协会报告表示，资产服务信托运用场景较为广泛，涉及财富管理、行政管理、风险处置、新型资产服务信托等，信托的财富管理功能和社会服务功能正不断强化。