

2025 年浙商银行理财业务半年度报告

(报告期：2025/01/01-2025/06/30)

一、产品发行和到期情况

2025 年 1 月 1 日-6 月 30 日，浙商银行新发行净值型理财产品 27 只，累计募集金额 932.61 亿元。产品创设符合资管新规和理财新规要求。本报告期内，浙商银行净值型理财产品到期 98 只，兑付金额 1056.32 亿元。

产品类型		2025 年上半年发行			2025 年上半年到期		
		数量 (只)	规模（人民 币：万元）	规 模 占 比	数量 (只)	规模（人民 币：万元）	规模占比
按销 售对 象区 分	公募	6	9031268.09	96.84%	40	9866914.33	93.41%
	私募	21	294801.00	3.16%	58	696246.16	6.59%
按投 资类 型区 分	固定收 益类	27	9326069.09	100.00%	97	10556886.69	99.94%
	混合类	0	-	-	0	-	-
	权益类	0	-	-	1	6273.80	0.06%
	商品及 金融衍 生品类	0	-	-	0	-	-
按运 作方 式区 分	开放式	3	9001268.09	96.52%	1	1078732.34	10.21%
	封闭式	24	324801.00	3.48%	97	9484428.15	89.79%

备注：1. 发行栏的“数量”统计范围为报告期内各类理财产品新发行只数，“规模”统计范围为报告期内各类理财产品首次发行的募集总额与与开放式理财产品开放期间的认购总额。

2. 到期栏的“数量”统计范围为报告期内各类理财产品到期只数，“规模”统计范围为报告期内各类理财产品赎回及到期实际兑付客户的本金及实现收益总金额。
3. 结果保留两位小数，因四舍五入原因，报告中规模的分项之和与合计可能存在尾差。

二、存续产品情况

报告期末，浙商银行有 128 只符合新规要求的净值型理财产品存续，并按监管要求单独建账、单独管理、单独核算。

产品类型		2024 年末			2025 年 6 月末			
		数 量 (只)	规 模（人 民 币：万元）	规 模 占 比	数 量 (只)	规 模（人 民 币：万元）	规 模 占 比	较 期 初 规 模 占 比变化
按销 售对 象区 分	公 募	94	13225774. 79	91. 48%	60	12511812. 54	93. 62%	2. 14%
	私 募	105	1231658. 08	8. 52%	68	853166. 34	6. 38%	-2. 14%
按投 资类 分	固定收益 类	198	14451400. 84	99. 96%	128	13364978. 88	100. 00%	0. 04%
	混合类	0	-	-	0	-	-	-
	权益类	1	6032. 04	0. 04%	0	-	-	-0. 04%
	商品及金 融衍生品 类	0	-	-	0	-	-	-
按运 作方 式区 分	开放式	56	11961736. 14	82. 74%	58	12452142. 66	93. 17%	10. 43%
	封闭式	143	2495696. 73	17. 26%	70	912836. 21	6. 83%	-10. 43%

备注：结果保留两位小数，因四舍五入原因，报告中规模的分项之和与合计可能存在尾差。

三、产品投资资产情况

报告期末，浙商银行净值型理财产品主要投资于债券、同业存单等标准化债权类资产。

资产种类	穿透前		穿透后	
	规模（万元）	占产品总资产比例	规模（万元）	占产品总资产比例
现金及银行存款	730818.28	5.31%	1738201.42	12.59%
同业存单	1762283.14	12.81%	1967653.35	14.25%
拆放同业及债券买入返售	180459.28	1.31%	357228.09	2.59%
债券	4218605.82	30.67%	6636757.77	48.05%
非标准化债权类资产	96378.00	0.70%	828220.96	6.00%
公募基金	1527622.03	11.11%	1958676.02	14.18%
资产管理产品	5083318.61	36.95%	-	-
其他	155962.27	1.14%	323966.87	2.34%
合计	13755447.43	100.00%	13810704.48	100.00%

备注：1. 结果保留两位小数，因四舍五入原因，可能存在尾差。
2. 由于资产管理计划可能存在杠杆运作或费用计提情况，故穿透后资产总额可能大于穿透前资产总额。

附件：浙商银行净值型理财产品 2025 年半年度托管报告

特此公告。

浙商银行股份有限公司
2025 年 7 月 31 日