

4月金融数据出炉 直接融资占比持续提升

中国人民银行5月14日发布的金融统计数据报告显示，4月末，广义货币（M2）余额、社会融资规模存量、人民币贷款余额分别同比增长8.6%、7.8%和5.6%。

其中，债券融资等直接融资，在整个融资“盘子”中的占比继续提高，贷款增速放缓则成为常态。业内专家表示，核心金融指标增速高于名义经济增速，社会融资成本处于低位，

反映当前融资条件较为宽松、有效融资需求得到满足。贷款增速放缓与经济结构、融资结构转型息息相关，债券融资、股权融资等渠道将进一步发挥作用。

企业债券增长亮眼

过债券市场发行科创债、产业债等进行融资的意愿和动力较强。

业内专家表示，政府债券规模较快增长，有效支持了经济发展和风险化解。有市场人士估计，今年前4个月已发行约1.2万亿元用于置换存量隐性债务的特殊再融资专项债，按全年2万亿元发行额度测算，截至4月末发行进度已达六成左右。

债券融资的快速成长，也契合“提高直接

融资比重”的政策导向。一段时间以来，债券融资在整个社会融资规模中的占比提升。

4月末，企业债券余额占同期社会融资规模存量的7.8%，同比高0.1个百分点；政府债券余额占比为21.7%，同比高1.4个百分点。

“未来，债券市场等多元化渠道对经营主体支持作用还将继续加强，对贷款增长产生持续的替代效应。”业内专家称。

4月末，M2余额为353.04万亿元，同

比增长8.6%，增速比上年同期高0.6个百分点；人民币存款余额为342.68万亿元，同比增长8.9%，增速明显高于同期人民币贷款增速。

分析存款增速明显高于贷款增速的原因，业内专家表示，近年来我国融资结构发生深刻变化，银行存款创造渠道更加多元。除了贷款可以创造存款，银行债券投资也是存款创造的重要途径。贷款投放在存款货币创造中的重要性下降，导致贷款增速明显低于存款增速，这是正常现象，不代表流动性淤积或资金空转。

等获得融资，都会导致对贷款渠道的需求减少。

据专家测算，还原地方专项债置换影响后，4月末贷款增速在6.1%左右。如果参考国际清算银行（BIS）等对于“信贷”的统计方法，将银行贷款和银行债券投资合计来看，近几个月这项合计指标的增速在8%左右。

“我国贷款增速可能已经告别了早年高速增长、扩规模的路径，增速较之前放缓或将成为常态。”业内专家表示，这并不意味着经济增长乏力或金融支持疲弱，而是经济高质量发展、金融体系丰富多元在贷款这个单一融资渠道上的体现。

2024年一季度的62.3%降至2026年一季度的59.0%。居民部门债务负担有所减轻，资产负债表持续修复。”业内专家表示。

业内专家表示，个人贷款增速回落、居民杠杆率稳步下降，是居民部门自主降低债务负担、改善资产负债表的体现。近年来，房地产市场深度调整在一定程度上影响了居民信用扩张意愿，很多家庭由过去“加杠杆”逐步转向“去杠杆”，债务负担明显减轻。据《上海证券报》

多家银行理财子公司：

推出“T+0.5” 赎回到账模式

今年以来，包括广银理财、平安理财、工银理财、光大理财等在内的多家银行理财子公司纷纷对传统“T+1”赎回模式进行优化，推出“T+0.5”服务。例如，广银理财4月份在其官方公众号发布消息称，“分秒必争，最快9点到账”，该公司称，旗下部分理财产品的资金赎回到账时间提前到第二个交易日/工作日（最快9点到账）。

通常来说，投资者在交易日（T日）提交赎回申请，传统模式下资金需等到T+1日下午清算后才能到账，而“T+0.5”模式下，资金最快可在T+1日上午（8点至12点前）到账，比传统模式早了近半天。

苏商银行特约研究员薛洪言在接受《证券日报》记者采访时表示，银行理财子公司相继推出“T+0.5”赎回到账模式，其核心竞争力在于应对日益激烈的财富管理市场竞争，并精准回应投资者对流动性的迫切需求。在存款利率下行、传统的“T+1”到账模式相较于部分货币基金“T+0”快赎功能明显滞后的背景下，银行理财子公司通过技术升级清算流程前置，可在不显著增加流动性风险的前提下尽量缩短资金在途时间，并以此作为差异化竞争的关键手段来吸引对周转效率敏感的客群。此举既是行业在存量博弈中提升客户黏性的主动选择，也是回归“以客户为中心”服务本质的体现。

“在经历了前期市场波动后，当前投资者对资金流动性较为看重，赎回到账速度，既能优化用户体验，也能在行业竞争中吸引资金回流。”一位银行理财经理对《证券日报》记者表示。

从对投资者的影响来看，上海金融与法律研究院研究员杨海平对《证券日报》记者表示，“T+0.5”模式在一定程度上提升了理财产品对存款的替代能力，增加了理财产品的吸引力。同时，“T+0.5”模式更贴合居民日常资金使用和管理习惯，有望撬动更多闲散资金。

在薛洪言看来，对投资者而言，“T+0.5”模式直接且显著地缩短了资金的“空窗期”，提升了资金使用的灵活性与周转效率，这使得短期闲置资金能更快地捕捉其他短期投资机会，避免了传统模式下资金在整个交易日的在途占用。

“需要注意的是，赎回效率提升改善的是服务体验而非产品收益，在当前竞争激烈的市场环境下，银行理财子公司若竞相突围，更需在资产获取能力、产品策略创新和投研体系建设上深耕细作。”薛洪言建议，一方面，银行理财子公司应加大低波动、绝对收益策略产品的研发力度，通过多资产配置和结构化设计，在控制产品净值回撤前提下挖掘稳健的超额收益来源，以实实在在的业绩吸引投资者；另一方面，需深化投研数字化转型，利用智能技术提升宏观研判与信用评估的精准度，敏锐捕捉市场错配机会。同时，通过提供个性化资产配置建议和透明的运作披露，引导投资者从追逐短期收益率转向关注长期复利效应。

在杨海平看来，除了优化服务改善投资者体验，银行理财子公司还可以从四方面发力：一是基于自身实际以及机制优势，加快推进投研体系的升级；二是基于投研能力提升，稳妥推进产品创新能力提升；三是稳妥推进数字化运营与管理能力；四是继续强化全方位风险防控与管理能力。据《证券日报》

一季度信贷结构继续优化

科技、普惠贷款 均保持两位数增长

中国人民银行发布的一季度货币政策执行报告显示：今年以来适度宽松的货币政策效果持续显现。

金融总量合理增长，3月末社会融资规模存量、广义货币供应量（M2）同比分别增长7.9%和8.5%，社会融资条件较为宽松。社会综合融资成本处于历史较低水平，3月新发放企业贷款利率、个人住房贷款利率均在3.1%左右。信贷结构继续优化，3月末科技贷款、绿色贷款、普惠贷款、养老产业贷款、数字经济产业贷款分别同比增长13.7%、17.6%、10.5%、26.3%、22.4%，均保持两位数增长，持续高于全部贷款增速。

今年以来，中国人民银行综合运用逆回购、中期借贷便利、国债买卖操作等多种货币政策工具，保持流动性充裕。下调结构性货币政策工具利率0.25个百分点，持续释放贷款市场报价利率（LPR）改革效能，有效发挥存款利率市场化调整机制作用。完善结构性货币政策工具并加大支持力度，进一步助力经济结构转型升级，合并使用支农支小再贷款与再贴现额度，增加支农支小再贷款额度5000亿元，单设1万亿元民营企业再贷款。增加科技创新和技术改造再贷款额度4000亿元，将研发投入水平较高的民营中小企业等纳入支持领域。

报告提出，下一阶段，要继续实施好适度宽松的货币政策，增强政策前瞻性灵活性针对性，根据国内外经济金融形势和金融市场运行情况，把握好政策实施力度、节奏和时机，加强货币财政政策支持配合，畅通货币政策传导机制，促进经济稳定增长和物价合理回升。据《人民日报》

多因素导致贷款增长放缓

地产、基础设施建设等重资产行业为主，向轻资产、科技型、服务业加快发展转型，对资金的依赖度降低。

“经济增长更多依靠技术进步和全要素生产率的提高。同时，贷款到期收回和新发放的滚动频率更快，经营主体的贷款需求有所降低。”业内专家说。

数据显示，贷款在社融中的占比正在下降。4月末，对实体经济发放的人民币贷款余额占

同期社会融资规模存量的60.6%，同比低1.3个百分点。

“贷款占比的持续降低，伴随着债券融资、股权融资等占比明显提升，总体金融支持仍然有力。”业内专家表示。

债券融资、股权融资等直接融资渠道，对信贷形成了一定的替代作用。业内专家表示，企业获取资金来源的方式较过去而言更加丰富，不少优质企业可以通过债券、股权、基金

居民部门资产负债表有所修复

以上贷款增速均高于同期各项贷款增速。

业内专家表示，今年以来，货币信贷政策与财政贴息、风险补偿等财政政策协同发力，撬动更多金融活水流向重大项目、重点领域和薄弱环节。金融机构也抓住政策契机，创新推出适配企业需求的信贷产品，在降低企业融资

成本的同时支持企业转型升级。

居民部门贷款方面，前4个月，住户贷款减少4902亿元，其中短期贷款减少6102亿元，中长期贷款增加1199亿元。

自2024年以来，我国个人贷款增速持续放缓。“这带动了居民部门杠杆率下行，从

防非打非“总体战”全面开打

为期三年，工作实现常态化、制度化、规范化

从西南到华东，从一线城市到县域基层，一场覆盖全国的防范和打击非法金融活动“总体战”正在各地加速推进。

4月下旬，监管层公布相关部署与安排，明确自2026年起开展为期三年的防范和打击非法金融活动总体战（以下简称“总体战”）。部署确定后，全国多地迅速响应，结合自身禀赋形成差异化推进方式，共同构筑起覆盖线上线下的立体防控网络。

线上线下织密宣传防护网

一场覆盖多地的防非打非宣传浪潮正在涌动。

证券时报记者注意到，5月以来，上海、重庆、宁夏等地监管部门的官方社交媒体账号密集发布防范打击非法金融活动相关内容。与此同时，银行业、保险业等金融机构也纷纷推出相关线上线下活动。

作为全国防范和打击非法金融活动监测预警体系建设先行省市，重庆市日前已将相关工作从“纸面部署”推向“地面落实”。5月13日，重庆市卫生健康委发布风险提示，警惕不法分子以“医疗投资”“医美整形”“健康养老”“新药研发”等名义从事非法集资、诈骗等违法活动。

5月11日，宁夏回族自治区防范和打击非法金融活动领导小组办公室官方微信公众号发布《安全教育》远离非法金融活动，有效防范金融风险》，系统梳理了当前非法金融活动

的常见类型与套路，并给出针对性防范建议。

5月8日，“上海金融官微”微信公众平台表示，为向社会普及金融知识，引导广大群众有效识别风险，树立理性的金融消费观和投资理财观，切实提高防范金融风险能力，远离各类非法金融活动，将陆续展播2025年度防范打击非法金融活动优秀宣传作品。

在地方监管部门密集发声的同时，金融机构也积极行动起来，依托自身渠道和客户触点，将防非打非宣传融入日常经营场景。

5月12日，广发银行郑州分行通过社交媒体发布《防范非法金融活动“十年记”》提示性文章，以简明易懂的方式向公众传递防非要点。

据“宝鸡市保险行业协会”官方微信公众平台消息，5月11日，中国太保寿险宝鸡中支依托太保三十五周年庆徒步活动，在宝鸡市河堤公园组织开展打击和防范非法金融活动主题宣传，将金融防非知识融入全民健身场景。

5月10日，浦发银行上海分行营业部走进铁人三项赛事现场，立足赛事多元人群聚集的特点，聚焦群众日常金融风险痛点，通过设置宣传展台、发放宣传资料、现场答疑讲解等方式，围绕账户安全、反诈防骗、理性消费、征信保护、防范非法集资等内容开展精准宣教。

从专项行动到常态化治理

4月22日，2026年防范和打击非法金融活动部际联席会议全体（扩大）会议暨防范和

打击非法金融活动总体战动员部署会议在京召开。联席会议决定，自2026年起开展为期三年的防范和打击非法金融活动总体战，旨在巩固扩大专项行动成果，推动防非打非工作实现常态化、制度化、规范化。

值得注意的是，此次会议明确将“严防严处利用APP开展非法金融活动”置于突出位置，并着重强调要“提升监测预警精准性”，针对性破解当前非法金融活动的突出痛点。

华东地区一位接近经侦部门的人士向证券时报记者表示，近年来，借助各类APP开展非法金融活动的现象呈现高发频发、隐蔽性加剧、跨区域蔓延的态势，不仅严重威胁公众财产安全，也冲击着正常的金融市场秩序。

“此类活动往往披着‘便捷理财’‘低息贷款’‘高额回报’等虚假外衣，涉案金额普遍巨大，受害群体覆盖广泛。”上述接近经侦部门的人士坦言，严峻的现实倒逼监管升级，监管态势进一步强化。

回溯来看，2024年防非打非联席会议部署开展了为期两年的全国打击非法金融活动专项行动，一批重大案件得到有力查处，省、市、县三级防非打非机制全面建立，行业齐抓共管不断强化。公开数据显示，近两年全国新发非法集资案件连续下降，“十四五”时期发案数量较“十三五”下降五成。

立体化治理格局加速形成

自“总体战”部署之后，近段时间，全国

7年少了700万人！

保险代理人“大缩水”

近期，人身险公司2026年一季度偿付能力报告首次集中披露个险营销员人数。

据中新经纬统计，截至2026年一季度末，已披露相关数据的56家人身险公司，个险营销员合计约212.6万。对比2019年912万的历史高峰，七年行业少了近700万代理人，曾经的人海战术逐渐落幕。

业内人士对中新经纬表示，寿险代理人的粗放式增长阶段已经过去，靠“人口红利”的发展模式已经无以为继，在行业高质量发展转型过程中，对代理人渠道的改革，重点体现在重新定位、重建模式和重塑能力。

整体看，头部人身险公司占据八成以上的人力，剩下50家中小险企分食不到18%的市场空间。

据各家公司2026年一季度偿付能力报告，中国人寿64.5万人独占三成份额，平安人寿33.3万、泰康人寿27.6万、太保寿险19万、太平人寿18.3万、新华保险12.9万。六家合计约175.5万个险营销员，占总量八成以上。

与2025年末相比，中国人寿、太保寿险的个险营销员数量等在一季度出现净增长。据中国人寿2025年年报，该公司2025年末销售人力为63.8万人，据太保寿险2025年年报，该公司2025年底保险营销员为18.5万人。

北京联合大学商务学院金融系教师杨泽云对中新经纬表示，这仅仅是开门红期间的第一季度的统计数据，不排除季节性原因导致暂时增长的情况。A股五大上市险企中，

中国人寿和太保寿险实现了代理人数量的增加，而另外三家上市险企的代理人人数仍呈现下降趋势。

与头部形成强烈反差的是，部分中小险企个险营销员数量不足百人。数据显示，截至一季度末，小美人寿营销员仅99人；爱心人寿营销员仅63人。小康人寿、平安养老险、海保人寿、瑞泰人寿、招商信诺人寿，营销员分别为62人、55人、14人、12人、9人。

2026年一季度数据显示，东吴人寿以21.67%的营销员脱落率高居行业榜首，长城人寿、中美联泰大都会、平安养老、中华联合人寿、交银人寿的脱落率分别为17%、16.83%、16.67%、16.43%和16.05%。脱落率突破15%的9家机构，均为营销员不足万

人的中小公司。

营销员脱落率，简单来说，就是在一段时期内（比如一个季度或一年），离开公司的保险营销员人数占期初营销员总人数的比例。它是衡量保险公司销售队伍稳定性和留存能力的核心指标。

杨泽云表示，一些中小公司的保险代理人不仅数量少，而且脱落率高。主要是因为，首先是报行合一的监管政策对中小险企的保险代理人冲击较大，且监管合规要求进一步增加了保险公司的合规成本，进一步挤压了公司对代理人的资源支持。其次，中小公司面临着行业头部公司的品牌、资源、人才、产品等多方面竞争和挤压，导致中小险企的代理人被头部公司挖走。据《中新经纬》