

慈善理财:在投资收益与慈善捐赠中探索“双赢”

■ 本报记者 张明敏

党的二十届三中全会通过《中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定》，明确提出：支持发展公益慈善事业。

在新修改的慈善法实施的大背景下，“慈善+金融”引导财富向善，已成为我国慈善事业发展的重要路径。金融系统运用优势基因将慈善融入，设计慈善理财产品，探寻公益新业态，让公众公益更便捷，满足慈善组织募款长期资金需求。

在符合金融监管要求前提下，理财机构发行慈善主题理财产品，投资者认可并同意，在产品到期时，委托管理人代表投资者，将产品超额收益捐赠给慈善组织，同时，慈善组织为投资者出具捐赠证明，形成一个慈善捐赠的闭环。

如今，慈善理财产品的重要性日益凸显，多家金融机构纷纷尝试推出慈善理财主题产品。

根据中国社会科学文献出版社《社会影响力金融研究报告(No.2)》，截至2023年12月，全国已成立32家银行理财子公司，其中发行过慈善理财产品的共5家，占全国银行理财子公司总数的16%。

公益金融 构建公益新业态

慈善理财产品往往由银行理财机构与慈善组织合作推出。

2002年，中信银行与浙江省慈善总会联合发行的“中信慈善卡”成为慈善理财的雏形。该卡通过科学理财，使客户卡内存款产生高于活期利息的“额外利息收入”，在不减少持卡人本金和活期利息收入的情况下，将额外利息收入的50%捐赠给慈善组织。

2021年9月，信银理财推出“金睛象系列封闭式理财产品”。该产品到期后，以客户名义捐出超额收益给浙江省慈善联合总会，捐赠金额与产品运作挂钩。2023年6月，信银理财又发布“温暖童行”慈善理财品牌，公益资金主要捐献于儿童健康成长领域。一年多来，发行慈善理财产品超140亿元，预计捐款近1400万元(含未到期)，慈善理财首批善款近400万元(已到期)全部捐赠到位。

之后兴银理财、平安理财

“接力”推出慈善理财产品，助力“财富保值增值+社会公益善举”的良性循环。除银行理财公司外，一些非银行类机构(证券、基金)也纷纷加入慈善理财产品的探索中。

2022年9月，第一创业证券作为管理人与深圳市创新企业社会责任促进中心合作，推出慈善资管产品，中国农业银行深圳市分行作为产品托管人，将部分管理费收入捐赠给慈善组织，用于乡村振兴地区的教育公益项目。

2023年4月，招商基金发行“招商社会责任混合型证券投资基金”，投资于社会责任主题的上市公司股票不低于非现金基金资产的80%；招商基金将该基金不超过5%的净管理费收入用于公益事业，并可根据实际情况调整该比例。

普益标准研究院(金融数据公司)刘丰铭表示，经济发展中，“慈善+金融”的呼声日益高涨。银行理财公司发行慈善理财产品，既满足客户财富保值增值的需求，又能够将投资所得的部分金额进行慈善捐赠，降低公众参与慈善事业的门槛，满足投资者参与公益事业的需求。

捐赠特点 资金是否参与市场投资

以“温暖童行”为代表的信银理财慈善理财IP推出后，向着普惠金融继续发力探索，带动慈善理财新生力量践行公益，成为“黑马”。随后，慈善理财产品逐渐呈现出增长趋势，产品设计上逐渐多样化。

《公益时报》记者比对市场已发售的多款慈善理财产品发现，根据不同捐赠方式，慈善理财产品大致可分为“募集资金捐赠型”“超额收益捐赠型”“固定+部分超额收益结合捐赠型”三种。

三类慈善理财产品在风险和收益率上存在差异，募集资金捐赠型的捐赠金额通常更加明确，资金不参与市场投资运营；而超额收益捐赠型则受到市场波动影响较大，资金参与市场投资运营，捐赠金额具有不确定性；固定+部分超额收益结合捐赠型也将面临市场波动。

例如信银理财“温暖童行”慈善理财系列就设计了三种捐



“温暖童行”微心愿:为100名出生缺陷儿童送去新年愿望

赠模式，即固定比例、部分超额收益、固定+部分超额收益结合。

普益标准研究院(金融数据公司)统计数据显示，截至2024年8月20日，理财公司共发行慈善理财产品29款，其中信银理财发行的数量最多，共19款。这些产品的平均投资期限为400天，且均为固定收益类封闭式产品。

信银理财有限责任公司综合管理部总经理王倩对《公益时报》记者表示，银行理财拥有广泛的客户群体，能够快速募集资金；科学、合理的资产配置和投资管理能力最大程度保障慈善理财产品资金运作安全和收益水平。银行理财还可以根据不同客户需求和慈善项目特点，设计多样化的慈善理财产品。另外，银行理财在风控、科技等方面有较强的专业能力，有利于对慈善理财业务进行全面的风险评估管控，也有助于借助科技赋能拓宽慈善理财业务的边界和覆盖面。

风险较低 大多投资债券市场资产

投资收益与慈善捐赠“双赢”需要产品方资管的专业技术，在收益和风险方面找到平衡。

根据普益标准研究院公开数据，存续产品方面，理财公司“慈善理财”产品近1月、近3月和近6月年化收益率分别为3.2059%、3.7304%、3.9672%。而理财公司存续的同类产品(非“慈善理财”)近1月、近3月和近6月年化收益率分别为2.8816%、3.1706%和3.7172%。

不难看出，理财公司慈善理财的收益表现良好，略优于市场同类产品表现。

慈善理财产品到期来看，截至2024年8月20日，已到期16款，获取兑付信息共6款，平均兑付收益率达3.3979%。其中信银理财的“温暖童行”系列产品的兑付收益全部超过业绩比较基准下限。

信银理财“温暖童行”系列产品主要投资于债券类资产，占比53.96%；投资于同业存单的资产比重为4.60%；投资于公募基金的资产比重为2.24%；而投资于非标准化债权类资产的比重高达32.86%。融资产客来看，城投企业(65.85%)、地方国企

(92.86%)，显示风险较小。从产品持仓的二级类别来看，信银理财慈善理财产品主要配置风险较低的债券类资产，符合该类产品的整体定位。

风险方面，发生过回撤的产品中大部分产品的回撤幅度较小，最大回撤大多集中于0-0.29%区间；最大回撤超过1%的产品仅一款；另有1款产品的最大回撤为0.522%。其中信银理财的所有产品回撤均不超过0.1%，表现优异。

刘丰铭表示，慈善理财产品大多投资于风险较低的债券类资产，通常在此基础上额外配置了相当比例的非标资产以增厚收益；通常产品的收益表现良好，略优于市场同类产品；另外，在风险控制方面表现优异，回撤幅度较小；产品的捐赠金额与产品的运作情况挂钩，实现产品收益与慈善捐赠的“双赢”。

经济波动 收益与捐赠中探索“双赢”

如何在“变幻莫测”的市场环境中保持产品收益的稳定性，从而最终实现收益和慈善的“双赢”，仍然是需要不断探索的“课题”。

在经济周期波动中，慈善理财产品面临包括在市场变化中保持产品收益的稳定性。如遇经济下行，投资回报下降，影响慈善理财产品收益，特别是超额收益捐赠型产品。此时，投资者的捐赠目标就难以实现。这既可能减少投资者的回报，也可能影响对慈善组织的捐赠金额。

2018年4月27日，中国人民银行发布《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》(以下简称“资管新规”)，第六条规定，金融机构应当向投资者传递“卖者尽责、买者自负”的理念，打破刚性兑付。该规定设置过渡期至2020年12月30日。此后，投资者购买理财产品，风险自担。

市场波动加大理财产品风险，金融机构必须在产品设计时更加谨慎，以平衡投资者收益需求与慈善捐赠目标。刘丰铭表示，一些金融机构在此背景下可能会采取更加保守的投资策略，发行低风险的慈善理财产品且封闭运作，尽量避免在运作过程中因投资者异常大额赎回而导致产品行情大幅波动。或通过

稳定性较强的公益项目合作，以应对经济波动对慈善捐赠的影响，尽可能提高产品的收益，最大限度实现公益捐赠目的。

未来可期 打造慈善共同体

2023年10月，中央金融工作会议提出，新时代推动金融高质量发展要做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章。发展普惠金融，让社会不同的群体平等地享受到基础的金融服务，体现着金融工作的政治性和人民性。

在经历八年实践后，2024年9月5日，新修改的慈善法正式实施，为金融系统助力公益慈善事业全面发展提供政策指引。

当前，金融机构慈善理财产品正在逐步走入普通公众投资者视野，在获取投资收益的同时，理性践行公益目标。作为慈善组织应该积极做好金融机构对接服务，选取一批社会价值高、受益群体广、持续时间长的公益项目，让投资者在参与市场投资行为的同时，让捐赠效益发挥到最大。

慈善理财引领资本向善。当前，“慈善+金融”的成长空间还很大，需要金融机构、慈善组织、公众投资者多方共同发力，“聚沙成塔、积少成多”，激发更多社会力量参与慈善理财事业，构建慈善共同体。

长期关注慈善组织资产管理的北京京益社会组织服务中心理事长黎颖露表示，从现有的案例来看，慈善理财产品合作较多的为全国性的基金会，或地方慈善会、联合会。目前慈善理财产品的同质化程度较高，未来可能会有差异化发展的趋势。慈善组织可以突出品牌项目，加强专项信息披露，优化和提升捐赠人服务(尤其是针对特定高净值人群的非公募产品)，投资机构工作人员志愿服务等方面的工作，和金融机构共同打造优质慈善理财品牌。

王倩表示，慈善金融不能贪功冒进，为确保慈善理财业务有序稳健运转，机构可能需要“慢跑”。从合作准备、项目准入及运作、产品落地、捐款使用一系列流程都需要前期准备，确保慈善理财项目合规、稳妥推进。“慈善理财的合作模式未来还有更多想象空间，比如银行理财公司与慈善组织共同设计慈善项目，又或是为有志于慈善事业的企业研发定制版的慈善理财产品。”目前，与信银理财的合作对象为经省、市级以上民政部认定的拥有抵税资质的3A及以上慈善组织。

稍早前，华泰经纪人身险事业部副总经理暴栋对本报表示，慈善保险不是孤立的产品，而是由专属保险产品和系列配套法律合同组成的金融服务。保险行业的传统规则，与慈善行为闭环之间存在一些规则障碍，慈善保险项目在参与者的努力下找到了解决路径。



2002年9月，中信银行杭州分行与浙江省慈善总会联合创发“中信慈善卡”