

商业银行资管业务转型势在必行

□记者 刘立

2012年以来,我国商业银行资管市场度过了黄金五年。2012-2016年管理资产规模年复合增长率高达41%。今年3月-4月,银监会连发4、5、6、7、43、45、56、53号八个文件,对资管行业的各类套利、违规业务规模提出了整改和规范治理要求。8月31日央行发布公告称,自今年9月1日起,金融机构不得新发行期限超过1年的同业存单。业内人士表示,商业银行资管业务转型已经势在必行。

资管业务发展空间广阔

日前,由浦发银行石家庄分行作为独立监督人的中意资产投资计划8亿元资金成功投放我省某大型钢铁企业。至此,该行今年以来创新资管业务累计放款达190亿元,通过创新融资方式解决了部分中小企业融资难的问题。

据记者了解,目前银行业的资管业务发展空间广阔。从近几年业务的增长趋势也能看出来,自2012年开始银行资管业务指数级增长。大资管、大投行业务更是各家银行的必争之地。权威统计数据显示,截至2017年一季度,全球前20大资管机构中,11家为银行系资管,管理资产占比高达46.7%。记者也发现,以摩根大通为例,资管是其四大业务板块中股本回报率(ROE)最高的业务,2015年ROE达到21%,显著高于同期个人和社区银行的18%、商业银行的15%、公司和投行业务的12%。

同业套利模式存在期限错配问题

根据国际知名咨询机构麦肯锡预计,即使未来银行资管业务增速仅保持在

15%,银行资管整体规模在2020年也将突破50万亿元,在2021年接近60万亿元。

统计数据显示,今年5月底的银行理财规模为28.4万亿元,相比4月的30万亿元下降了1.6万亿元,为十年来最大单月降幅。银行理财2004-2015年每年50%以上的增速可能一去不复返。强监管周期中,商业银行资管原有以融资类业务出表、多层嵌套监管套利、利用同业理财做大规模的业务模式注定不可持续。同时,以刚性兑付为隐性担保的预期收益模式也将面临挑战。现在商业银行资管业务的转型迫在眉睫。资深业内人士表示。

今年以来,我国以去杠杆、去通道、控风险为主基调的一系列针对银行资管行业的监管政策陆续出台。无疑,2017年标志着大资管业务进入强监管周期。一位业内人士表示,我国所谓的“同业业务”在国内外向来是作为战略客群去经营的,一般被称为“金融机构服务团队”(financial institution team),有专门的金融机构客户经理和产品经理团队,业务也包括并购、股债承销等。不可否认,我国的商业银行同业套利模式存在期限错配问题,这在海外实践中并不合规。在业内人士看来,商业银行资管业务的转型势在必行。

如何转型

麦肯锡的专家认为,中国商业银行需要在建立大类资产配置能力的基础上,以固定收益和非标债权市场为重点建立直接投资能力,并同时建立完善的委外投资能力,从而形成商业银行资管投资能力的三大支柱。同时,国内银行资管的投研团队仍有待强化,需要逐步搭建一只研究团队:包括宏观及策略分析师团队和重点大类资



产类别(固收、权益类、大宗商品、另类资产)的专职研究员。

记者查阅资料后发现,以瑞银为例,其建立了以CIO(全球投资战略委员会)为核心的资产配置研究和决策体系,配备了首席经济学家和首席投资官领衔的宏观、策略团队,制定中长期的资产配置战略,并建立相应的产品池,摩根大通资管板块则专门配备了30名市场策略师,基于宏观研究提供大类资产配置建议。

同时,麦肯锡的专家认为,银行资管需要进一步强化自身在固定收益和泛固定收益资产领域的优势,并在债券投资方面从目前的持有到期为主的投资模式向交易型、策略型投资模式转型。在此之上,银行资管需要围绕固定收益市场未来的增长重点领域,包括不良资产、资产证券化、PPP,打造相应的投资能力。

此外,处于枢纽地位的银行资管,也必须充分利用券商资管、公募基金、私募股权

今年以来,我国以去杠杆、去通道、控风险为主基调的一系列针对银行资管行业的监管政策陆续出台。在业内人士看来,商业银行资管业务的转型势在必行。

(资料图片)

基金、私募证券投资这些专业机构的投资能力,从而实现对于二级市场、私募股权投资市场、房地产市场等资产类别的覆盖。

与此同时,商业银行需要完善产品体系,打造拳头产品。以摩根大通为例,其根据行业周期和热点,每年滚动推出主题化投资方案。2015年主题化方案管理资产规模已经超过370亿美元,是2010年的185倍。国内银行中,工商银行通过MoM(管理人的管理人基金)产品的打造,在银行资管市场上独树一帜,对其私人银行业务快速发展起到推动作用。同时,推动净值化转型需要加速。不过,从目前的预期收益型向净值型转型,这意味着银行在产品管理方面需要从投决体系、风控机制、产品估值、信息披露、激励机制、后台运营和IT系统进行一系列的变革。比如,在产品估值方面,建立一套围绕非标业务的估值方法,通过非标资产减值计提的方式,动态反应资产的信用风险。

剑指误导、私售

银行理财录音录像新规10月全覆盖

9月8日《经济参考报》刊发题为《银行理财“双录”新规10月全覆盖》的报道。文章称,银行理财目前已成为普通百姓投资理财的主要方式之一,但由于销售误导、风险提示不足等问题,银行理财也随即成为消费者投诉的高发地。为此,近日银监会下发《银行业金融机构销售专区录音录像管理暂行规定》,要求银行业金融机构实施专区“双录”,即设立理财产品销售专区,并在销售专区内装配电子系统,对自有理财产品及代销产品销售过程同步录音录像。这一新规将从今年10月20日开始全面施行。专家认为,此举有利于规范银行的理财销售行为,有利于保护消费者合法权益,同时也有利于厘清银行与消费者的责任。

不少地区已先行先试

据《经济参考报》记者了解,上海的双录工作从4年前即开始先行先试,目前已实现全覆盖。下一步,上海将根据银监会新规,推进产品查询平台等的建设。此外,北京、广东、江西等省市2015年也都开展了双录试点工程。

不过,记者注意到,此前试点双录的银行在具体执行中也有打折扣的情况,这也是监管层此次出台新规细则的原因之一。销售专区双录工作在实践中也遇到一些新问题。银监会有关部门负责

人此前表示。

据了解,实践中,一些客户经理或多或少嫌“双录”繁琐,还有些大客户在购买理财产品时不想让太多人知道,不愿意留下语音影像资料,更有甚者,部分网点的“双录”工作仍在走形式。

根据此次新规,银行销售理财产品要设立销售专区,并在专区内装配电子系统进行录音录像。也就是说,投资者去银行购买理财产品,必须在理财专区购买,而不能直接在银行柜台购买,如果银行网点面积有限,需要设立专门的理财销售柜台。

也就是说,理财业务必须和存款等其他业务分开来办,包括银行自有及代销的基金、保险、信托等理财产品,但银行代销的国债和贵金属可根据情况自行决定是否纳入“双录”,基本上能涵盖银行销售的大部分理财产品。融360银行业分析师刘银平表示。

值得关注的是,在产品管理方面,新规要求各家银行建立统一的产品信息查询平台,并由专门部门负责平台的信息录入及管理工作,凡未在平台上收录的产品,一律不得销售。在产品销售环节,银行业金融机构应在自助终端等电子设备上对产品风险信息进行充分披露,同时还应提示消费者如有销售人员介入进行营销推介,则应停止自助终端购买操作,转至销售专区内购买。严禁销售人员在自

助终端等电子设备上代客操作购买产品。

误导、私售不鲜见

近年来,银行业金融机构自营理财及代理销售业务发展较快,产品种类逐步增多,规模不断扩大。中国银行业协会数据显示,截至2016年末,银行理财发行机构已增加至523家,银行理财产品余额29.05万亿元,同比增长23.63%。从资金来源来看,2016年个人投资者仍是银行理财产品的投资主体。此外,2016年银行理财践行普惠金融,为投资者实现投资收益9772.7亿元,同比增长了1121.7亿元,增幅12.97%。

与此同时,部分金融机构在开展业务过程中出现了误导销售、私自销售产品、存款变保险理财等问题,消费者相关合法权益遭到侵害的案例并不鲜见。

作为银行业乱象中最为突出的领域之一,银监会一直在加大对理财业务的整治。今年7月,上海银监局共对民生银行、江苏银行、宁波银行三名员工做出顶格监管处罚。三人因涉嫌私售非本行产品或者推荐未经总行批准的私募产品,构成非法吸收公众存款罪,被终身禁止从事银行业工作。

飞单事件近年频出,而飞单行为往往在产品不能按期兑付,甚至出现本金亏损时才得以暴露,等投资者发现李逵变李鬼,往往为时已晚,求告无门。在业

内人士看来,“双录”可以加强银行理财产品的全过程管理,更好地治理销售误导等问题,也有利于提高消费者的风险意识。

有助保障投资者权益。银监会有关部门负责人表示,专区“双录”以技术手段增强了对银行业金融机构销售行为的硬性约束,强化了其信息披露义务,有利于从源头上规范销售行为。以上海为例,率先实行“双录”后,2016年上海银监局收到理财、代销类投诉举报事项同比减少55%,消费者权益得到了有效保护。

银行实施“双录”后,银行员工的一言一行都会被纳入监控中,在售卖代销产品时要清楚告知投资者的属性及风险,而投资者在购买此类产品之前也会知道自己购买的是什么样的产品,因此未来存款变保险及理财“飞单”事件发生的概率会降低很多。刘银平称。

中国工商银行个人金融业务部副总经理任西明指出,从银行角度来说,“双录”工作形成了统一的销售与操作流程,规范的营销话术,有利于防范误导销售,从而提升客户服务质量。从消费者角度来说,“双录”工作可以让消费者更清楚地了解产品的发行主体、收益水平、风险属性等内容,准确识别所购买的是银行自行发行的还是代销产品,是保本型还是非保本型,是有固定收益的还是没有固定收益的,从而真正做到信息对称、自主选择、风险自负。(据新华社)

的青年员工通过金融知识普及宣讲、爱心互动等形式为残障学校师生送去了知识和爱心,弘扬了银行员工的正能量。

通过“建小宝”送金融知识进校园、接力活动,该行将11家分行活动串联,形成合力,统一制作H5、美篇,以“建小宝”名义对外发布活动信息,实现了微信朋友圈、官方公众号、信息站等多渠道投放。此次活动以关心、关爱特殊群体为抓手,普及了金融知识,展现了建设银行大行担当形象,进一步提升了“建小宝”宣传教育品牌,使“建小宝”从最初的星星之火终成满天星光。

共享融合 品牌价值释放

为使“建小宝”品牌形象更加深入人心,建行河北省分行在7月份启动了“建小宝”品牌形象设计,发动有动画制作特长的员工,自行开发了“建小宝”卡通主形象,并据此设计了一系列“建小宝”向客户普及金融知识的场景。9月,金融知识进万家活动月期间,“建小宝”卡通形象在全省范围以宣传折页、书签、手提袋、易拉宝等载体,通过微信朋友圈、微信公众号等渠道正式与大家见面。

该行在实际工作中体会到,金融知识普及教育不是一个部门、一个机构的事情,而应该是全行所有员工为之付出努力的系统工程。“建小宝”品牌的诞生将是一个共享的窗口,助推全行上下树立“每一个网点都是宣传站,每一个员工都是建小宝”的理念,营造全行共建共享“建小宝”的氛围,让金融知识普惠到更多金融消费者。“建小宝”还是一个融合的平台,它将从不同业务角度、不同管理层面逐步融入该行经营管理中,保护消费者合法权益的各个环

银监会拟完善进出口银行和农发行监管

中国银监会近日发布进出口银行和农业发展银行监督管理办法的征求意见稿,拟从市场定位、公司治理、风险管理等方面完善对这两家政策性银行的监管。

银监会表示,近年来进出口银行和农发行整体发展趋势良好,资产规模逐年扩大,内部管理能力逐步提高,在支持经济社会发展方面发挥了重要作用。但随着经济和金融环境的变化,两家银行业务结构和风险特征出现了新变化,制定监管办法是2017年弥补监管制度短板的重点工作项目。

《中国进出口银行监督管理办法(征求意见稿)》和《中国农业发展银行监督管理办法(征求意见稿)》从市场定位、公司治理、风险管理、资本管理、内部控制、激励约束、监督管理等方面提出了具体要求,覆盖了两家银行经营管理和审慎监管的主要方面。

银监会表示,制定两个办法的目的在于进一步明确两家银行政策性职能定位,督促两家银行依法合规经营、审慎稳健发展,推动两家银行完善公司治理机制,建立全面风险管理体系,构建资本约束机制,优化激励约束机制。(据新华社)

上交所调整可转债和可交换债相关业务规则

为配合中国证监会可转债和可交换债发行方式调整,上海证券交易所9月8日发布《上市公司可转换公司债券发行实施细则》和《上市公司可转换公司债券发行上市业务办理指南》,对上述两项业务的规则进行调整。

据了解,此次调整的主要目的是解决可转债和可交换债发行过程中产生的较大规模资金冻结问题。主要内容包括以下四个方面:

一是将现行的资金申购改为信用申购。除可转债原股东优先配售外,投资者网上申购可转债和可交换债当天无需缴纳申购资金,可根据后续中签结果再行缴纳认购资金;

二是建立网上信用申购违约惩戒机制。为约束网上投资者获配后又弃购的失信行为,实施细则规定,投资者连续12个月内累计出现3次中签但未足额缴款的情形时,自其弃购申报的次日起6个月内不得参与新股、可转债和可交换债的申购,且弃购次数按照投资者实际放弃认购的新股、可转债和可交换债次数合并计算;

三是减少网下发行的保证金缴纳金额。实施细则规定,投资者在参与主承销商自行组织的网下申购时,单一申购账户只需缴纳不超过50万元的定额保证金;

四是统一可转债和可交换债发行规则。因可交换债发行流程与可转债存在较多共性,可交换债发行按照实施细则关于可转债的规定执行。同时,根据可交换债特点,实施细则对网下发行天数、网上网下最终发行数量等不同于可转债的安排进行了特别规定。

目前,上交所的技术准备工作已经就绪,可转债和可交换债自上述规则发布起将按新规发行。(据新华社)

深交所:上市公司上半年业绩释放四大积极信号

深圳证券交易所日前发布了深市主板、中小板和创业板上市公司2017年上半年业绩总体情况。数据显示,国企改革红利释放、制造业利润回升、战略性新兴产业发展迅速,支持扶贫力度加大成为上半年上市公司经营状况释放的四大积极信号。

国企改革红利不断释放。2017年上半年,深市主板国有控股上市公司实现平均净利润3.38亿元,同比增长55.81%,增幅比深市主板平均增幅高出21.80个百分点。

制造业利润回升。中小板677家制造业公司实现平均营业收入15.97亿元,同比增长29.29%,实现平均净利润1.24亿元,同比增长25.66%,制造业公司平均营业收入和平均净利润的增幅均高于板块平均水平。

战略性新兴产业迅速发展。到8月31日,创业板有413家公司来自战略性新兴产业,占比超过60%,总体研发强度达5.3%,高于十三五规划中国家社科研发投入占GDP比重2.5%的水平。

上市公司不断加大扶贫的支持力度。上半年至少90家主板公司参与扶贫攻坚,中小板公司精准扶贫累计投入金额30.76亿元,较2016年全年累计金额增长了70%。(新华社发)

(上接第十三版)

短期内指标改善不能沾沾自喜,上半年以来,多家银行营业收入、拨备覆盖率、资本充足率都在下降,这对下半年盈利增长和抵御风险都带来较大压力。董希淼说。

上半年,一些银行营业收入出现负增长。建行、中行营收分别下滑3.74%、5.22%,兴业银行营收同比下降15.78%,招商银行、民生银行、中信银行、光大银行、平安银行等银行也有不同程度下滑。

中信银行副行长方合英表示,上半年股份制银行营收下降,一方面是受货币市场利率中枢抬升、净息差下降影响,另一方面由于手续费及佣金等中间业务收入大幅减少。金融去杠杆是一个连续的过程,预计营收收入下滑还将持续一段时间,对下半年银行盈利将造成一定影响。

近几年,银行业一直在严控成本收入比,压缩成本的空间已经很小,同时,多家上市银行资本补充压力加大,下半年银行盈利压力仍然凸显。董希淼认为,随着监管不断加强,同业、理财、资管等部分银行业务面临调整压力,短期将影响银行收入,不过长远来看对银行健康发展、调整盈利结构较为有利。(本报综合)

建设银行河北分行创新金融知识宣传教育

建小宝 为金融消费者答疑解惑

□通讯员 董清 记者 王巍

进入9月份,我省2017年金融知识进万家、银行业金融知识宣传服务月活动,在燕赵城乡开展得如火如荼。我省各银行业金融机构纷纷推出了各具特色的宣传活动。其中,建设银行河北省分行努力打造“建小宝”宣传品牌,以新颖的形式,向广大金融消费者传递金融知识,受到了消费者的欢迎。

把握大势 打造创新品牌

根据银监会《2017年银行业消费者权益保护工作要点》要求,今年以来,建设银行河北分行努力开拓创新,积极探索金融知识宣传教育新形态。在自媒体加快向移动化迁徙、向微传播转型背景下,该行运用互联网思维,主动适应消费者思维方式、生活方式和阅读方式的转变,借势打造“建小宝”宣传品牌,通过全渠道投放,实现金融知识宣传教育与金融消费者多触点深度融合,不断释放“建小宝”品牌效应,开创了金融知识宣传教育新局面。

建行河北省分行相关负责人介绍,“建小宝”谐音“建银保”,是建行河北省分行

打造的金融知识宣传教育品牌。“建小宝”是亲切热情、睿智博学、善学善思的河北银行人形象的体现,是向广大金融消费者传递金融知识、答疑解惑的知识宝典。目前,“建小宝”品牌卡通形象已设计完成,9月份已正式启用。

近年来,微传播成为一种主流传播方式,它以微博、微信、移动客户端等新媒体为媒介,通过快速及时发布信息,利用图片、视频等多媒体形式推送,实现与用户及时双向互动,适应了现代社会发展多元、生活方式丰富、工作节奏快捷、信息需求多样的特点。

今年以来,该行把握新媒体发展大势,尝试用品牌创新引领金融知识宣传教育。他们以“建小宝”品牌为突破口,努力将金融知识宣传系统化、常态化、规模化。针对当期社会热点,以“建小宝”的名义,以半个月一期的频次,通过建行河北分行官方微信公众号,先后发布《五一后磁卡不能用?别慌,看完秒懂》《勒索病毒勒索警钟!他们正在行动》《银行双录,保护你我》《信用卡租车订酒店后,发生了这样的故事》等系列金融知识宣传教育知识。其中,《银行双录,保护你我》的推送消息,被省银行业协会、金融冀生活、微信公众号采用,金

融知识得以普惠到更多的金融消费者。我省辖内各二级分行也通过官方微信公众号进行转载,系列信息点击次数10余万次,“建小宝”品牌崭露头角。

助推活动 品牌效应提升

今年以来,该行按照银监会《关于开展送金融知识进校园活动的通知》要求,结合自身实际在全省范围内启动“建小宝”送金融知识进校园、接力活动。

活动自5月份开始,持续半年,全省11个设区市分行以接力的形式传递,目前已走过承德、唐山、秦皇岛、保定、廊坊等8个城市,9月将在石家庄、邢台、邯郸落下帷幕。“建小宝”在唐山,走进华北理工大学,宣讲团队围绕“正确认识校园贷、防范电信诈骗、网络诈骗”等主题对200余名大学生进行金融知识宣讲,播放由真实故事改编的公益宣教微电影《我们是亲人》,活动获得在校师生的点赞,取得了良好效果。“建小宝”在秦皇岛,走进青龙满族自治县特教学校,开展了一场以“关爱残障儿童,普及金融知识”为主题的金融服务活动,向特教学校的师生和学生家长宣传反假币、反电信诈骗等金融知识。参与活动