

理财子公司加大权益类投资比重 有机构预计可为股市带来超千亿元资金

■本报记者 彭 妍

2019年,是银行理财子公司的元年。去年全年,众多理财子公司成立后,发行的产品均以固定收益产品为主,届时,曾有多位分析人士对记者表示,理财子公司开业之后,初期产品还是以“稳”为主,不会规模地投身权益市场。

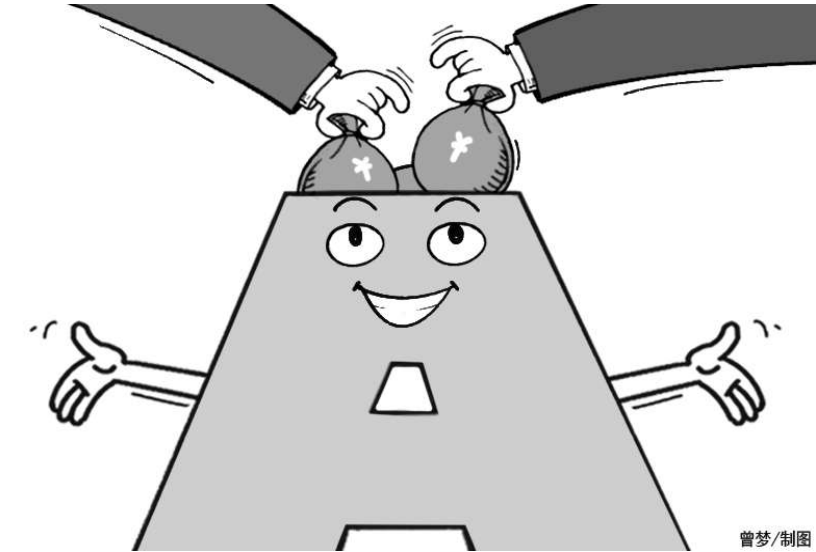
近日,《证券日报》记者发现,虽然银行理财子公司发行的产品仍以固定收益为主,但这些固定收益类产品已在加速布局权益类资产,在投资策略上采用多元化资产配置策略。国金证券研报指出,随着银行理财子公司投研体系逐步完善,预计今年银行理财产品将为A股带来约1450亿元的增量资金。

新发理财产品103款 加大权益类资产配置

《证券日报》记者根据中国理财网信息统计,今年以来截至2月10日,显示发行机构为银行理财子公司的理财产品共103款,全部来自于国有大行旗下理财子公司。从产品类型来看,固定收益类产品高达85款,混合类产品18款,未有益权益类产品出现。

不过,记者在对各家理财子公司所发行的理财产品进行梳理时发现,理财子公司已发行产品存在三大特点:一是参与权益类资产的投资比重开始加大;二是风险等级上,高风险的产品占比有所提升;三是,在投资策略上,多采用多元化资产配置策略。

举例来看,工行旗下工银理财子公司发行了一系列风险等级为“三级(中)”的固定类理财产品。以其中某一款产品为例,在投资策略上,采用“固收打底+限额股指期货”资产配置策略,通过自



曾梦/制图

主固定收益投资或固定收益类策略的优秀管理人,利用CPPI等低风险策略和量化策略投资权益市场,力求为客户获得稳健的、联动沪深300、中证500和上证50等指数表现的收益。

另一家国有银行理财子公司发行的一款固收类产品,风险等级为三级,记者翻阅该产品的说明书发现,这款产品的投资比例如下:固定收益类资产投资比例80%—100%;权益类投资比例为0%—20%;商品及金融衍生品类资产投资比例为0%—20%。

《证券日报》记者了解到,该理财产品是一只FOF产品,在投资策略上采用“现金类投资策略+多资产全天候策略”,后续通过同时持有股票、债券和商品、优选各类资产代表的优秀业绩基金,合理承担经济增长风险、避险风险和通胀风险,在多变的市场环境下提升组合风险调整后的收益水平。

上述银行的理财经理对《证券日报》记者表示,虽然银行理财产品大部

分仍以固收类资产为投资主体,但目前也正在加速布局权益类、商品及金融衍生品类等。

积极响应监管号召 理财子公司发力权益投资

工银理财有限责任公司副总裁刘劲松在去年年底时曾公开表示,前期银行理财子公司投资仍以固收类资产为投资主体,但正在加速向“固收+”拓展,并在积极布局权益类、商品及金融衍生品类等资产的多元化、全品类投资。在具体形式上,初期银行理财子公司布局权益类资产多以私募股权、FOF、MOM等形式为主。在投资策略上,银行理财子公司也呈现出投资策略更加多元化的特点。

招商证券研究报告指出,从目前的政策导向和银行理财子公司的前瞻性布局规划来看,纯固收产品是银行理财的核心产品,主动管理能力突出的债券

基金仍继续受青睐。银行理财子公司在投资权益资产时,可采用直接或间接的方式,权益类资产是公募基金和银行理财子公司产品的合作重点。

2019年11月29日,银保监会发布《商业银行理财子公司净资本管理办法(试行)》,规定股票、公募基金证券投资,标准化债权类资产、符合标准化金融工具特征的衍生产品等资产的风险系数为0,引导理财子公司加大对股票、债券、公募基金等标准化资产的配置,配置A股比例有望在监管引导下提高。

国金证券研报认为,随着银行理财子公司成立,投研体系不断强化,其投资股票市场的能力也将逐步提高。综合监管政策方向和理财子公司发展来看,未来银行理财子公司投资的比例将逐步提高。根据国金证券测算,2020年银行理财将为A股带来的增量资金规模约1450亿元。

此外,近期监管部门下发政策通知给予银行理财子公司更多的支持。2月1日,人民银行同财政部、银保监会、证监会、外汇局等部门出台的《关于进一步强化金融支持防控新型冠状病毒肺炎疫情的通知》中也提到,要进一步推进理财子公司设立,壮大机构投资者队伍,进一步增加理财子公司数量,对风险管控能力较强、总资产及非保本理财业务达到一定规模的银行优先批设,积极推进符合条件的外资金融机构参与设立理财子公司或合资设立外方控股的理财子公司。

业内人士表示,综合监管政策方向和理财子公司的发展路径来看,未来资产端向权益类倾斜会是最大趋势,随着投研体系不断强化,理财子公司在权益类产品研发力度将逐步提高,投资A股的比例也将逐步加大。

集体抄底A股“黄金坑” 86家基金公司春节后再度加仓

■本报记者 王明山

集体抄底A股“黄金坑”!国金证券最新发布的公募基金股票仓位测算结果显示,春节过后,公募权益基金的整体持股仓位再度提升,股票型基金仓位从89.49%增至91.6%,混合型基金仓位从70.42%升至71.9%,133家基金公司中,有86家基金公司均在春节后选择了不同程度的加仓。

公募基金的集体加仓行为,与此前众多基金公司对A股后市走势的判断恰好吻合。在春节后首个交易日,A股各大股指大跌,数十家基金公司迅速展开了自购行动,选择与广大持有人站在一起、风雨同行,同时,众多基金公司也纷纷表示,A股短时期调整后出现了明显的“黄金坑”,是新基金建仓、各路资金抄底A股的绝佳时机。

86家基金公司集体加仓

春节后第二周,国金证券率先发布了最新一期的公募基金股票仓位测算结果显示,《证券日报》记者注意到,继今年1月份公募持股仓位大幅提升后,在春节后公募基金整体持股仓位再度提升,最新测算结果显示:股票型基金仓位从89.49%增至91.6%,仓位上调了2.11个百分点;混合型基金仓位从70.42%升至71.9%,仓位上调了1.47个百分点。

目前来看,股票型基金平均91.6%的仓位水平,已处于历史高位,再一次大幅上调的空间已十分有限。

旗下具备权益基金产品的133家基金公司中,有86家基金公司均在此期间对旗下基金选择了不同程度的加仓,另外47家基金公司进行了减仓。这也就意味着,在众多基金公司集体“唱多”A股后,有近2/3的基金公司已经采取了具体行动。

国金证券测算结果显示,恒生前海基金和方正富邦基金在此期间加仓动作最为明显:恒生前海基金旗下权益基金的整体仓位由30.62%增至54.22%;方正富邦基金旗下权益基金的整体仓位由71.02%增至78.52%。

不难发现,这两家基金公司能够进行如此之大的加仓动作,还得益于此前的持股仓位不高。记者梳理发现,在133家基金公司中,目前持股仓位最高的是新沃基金,整体持股仓位已高达94.68%,另外,还有睿远基金等10家基金公司持股仓位均在90%以上。

604只权益基金接近“满仓”

对广大投资者而言,最在乎的其实不是哪家基金公司加仓最多,而是自己持有的基金产品是否有进行加仓。从这个角度出发,《证券日报》记者也梳理了单只基金产品在春节后的仓位变化情况:拥有数据统计的2236只权益基金中,有1118只基金进行了不同程度的加仓,占比刚好达到50%。

《证券日报》记者注意到,数百只权益基金的最新持股仓位已经接近95%,继续加仓的空间已经十分有限,这些保持高仓位运作的基金中,不仅有众多老牌基金公司旗下明星产品的身影,还有许多基金产品是在去年刚刚成立的次新基金产品,在迅速建仓后保持了较高的持股仓位,以最“饱满”的姿态面对A股“黄金坑”。

国金证券测算结果显示,拥有数据统计的2236只权益基金中,有604只基金的最新仓位在94%—95%之间,考虑到第三方机构对基金仓位测算的拟合度偏差,这些基金都可以算作接近“满仓”状态,这在所有权益基金中占比达到27.01%。除此之外,持股仓位在90%的基金已多达985只,占比已近半数。

多家银行上线抗“疫”理财产品 最低可1元起投

■本报见习记者 余俊毅

疫情当前,在这个特殊的时期,银行业响应国家号召,践行金融抗“疫”使命。

《证券日报》记者注意到,银行除了提供信贷资金,助力防疫物资生产企业恢复、扩大产能外。近日,多家银行还陆续上线了抗击疫情专项理财产品,引导理财资金输血抗“疫”企业,助力打赢战“疫”。其中部分理财产品发行方为理财子公司,产品认购门槛低至1元。

截至目前,已有多家银行推出了抗击疫情专项理财计划,通过理财产品投资抗“疫”物资生产企业等方式打赢疫情防控阻击战。

近日,记者线上调查发现,目前国有大行里至少已有四家银行率先在线上推出了抗“疫”主题理财产品,也有股份制银行已经开始着手布局相关产品,为抗“疫”做出贡献。

农行推出了“致敬·军人”、“致敬·医师”和“加油湖北”三期抗击疫情主题的专项理财产品,分别针对全国军人客群、全国医护客群和湖北地区客群定向销售,产品期限分别为169天、182天和136天,业绩比较基准分别为4%、4%和3.9%,销售起点金额均为1万元。

值得注意的是,工行和交行则是通过旗下理财子公司推出的相关产品,工银理财和交银理财推出的产品均为1元起购,让更多人可以参与抗“疫”理财产品的投资。

工银理财则推出了一款抗“疫”主题固定收益类产品,发行规模为5亿元,

投资期限为340天,业绩比较基准为3.7%,仅需1元起购,同时扣除销售手续费、托管费及固定管理费等等费用,募集资金将用于支持抗“疫”融资需求、投资战“疫”专题债等。

交银理财推出了抗“疫”精选产品,募集规模为30亿元,免除销售手续费、托管费和投资管理费,并且所募集的理财资金将主要投向生产防疫用品的优质重点企业、以及其他抗击疫情的相关领域。起购金额低至1元,业绩比较基准为4.1%。

另外,记者注意到,也有部分股份制银行开始开发抗“疫”主题产品。某股份制银行的工作人员对记者表示,相关产品目前正在走流程,尚未在线上推出。

认购理财产品一般都需要缴纳相应费用,如销售手续费、固定管理费和托管费等,实际收益会因此相应略微“打折”。而记者注意到,上述几款产品,均取消了相关费用。

两款理财子公司发行的产品,记者对比同类理财产品,若以销售手续费在0.3%/年,固定管理费0.2%/年,托管费率在0.02%/年计算的话,相当于购买1万元份额的该产品,对比其他类型产品可以免除50元左右的手续费及管理费。

有业内人士告诉《证券日报》记者,银行等理财机构目前推出抗“疫”类主题的产品还不多,但是应该后续会不断开发出满足“疫情”下的保障增值需求及情感需求的产品,在产品中也会附加提供新型冠状病毒医疗保障服务、安排部分产品资金定向进行帮扶救助受灾地区和人群、捐助等等。

本版主编 袁 袁 责编 王明山 制作 张玉萍
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

区块链大咖面对面之三十二

郑磊:解决慈善活动信任问题 区块链技术大有可为

■本报记者 邢 萌

随着社会不断发展进步,公众慈善意识进一步加强,对慈善活动的需求越来越大。但是在慈善活动中,健全完善信任机制是慈善事业发展中亟待解决的问题。在道德约束之外,慈善公信力问题是否可通过技术手段来改善?作为重构信任机制的区块链技术,在解决善款透明化中起到怎样的作用?对此,《证券日报》记者专访了中国香港国际新经济研究院数字经济研究中心主任、区块链产业人才智库专家郑磊。

《证券日报》:我国慈善事业处于快速发展时期,在慈善参与人数与资金规模屡创新高时,也面临着高速发展带来的隐患。您认为,目前慈善事业有哪些需要改进的地方?

郑磊:慈善本是鼓励善行、倡导美德、扶贫救困、缓解社会矛盾、构建和谐社会的重要途径,是一个公益性、不以盈利为目的的事业。然而,由于我国的慈善事业法规仍不完善、制度不健全,监管仍待加强,这就使我国慈善组织发展受到一定程度的制约,影响了其社会功能的发挥。慈善机构要获得持续支持,就必须具有公信力。信息透明是获得公信力的大前提,公益透明度影响了公信力,公信力决定了社会公益的发展速度。信息披露所需

的人工成本,又是掣肘公益机构提升透明度的重要因素。

目前慈善平台存在的问题集中表现在善款使用的透明化上。普遍存在的问题是捐款人知道自己捐了多少钱,但不知道有多少钱在什么时候达到了被捐助对象手中,也不知道捐助产生了多大的效果。与此同时,受捐助的对象也出现了信息不对称。

这主要是由于慈善链条的三个关键节点(捐款人、慈善平台以及受款人)是无法相互验证的,对于他们的善款管控,慈善平台难以落实。即便每个节点都有详实准确的记录,仍难以核对每一笔善款的来龙去脉。

《证券日报》:信任机制是解决慈善问题的核心所在。作为信任相关的技术,区块链技术在解决慈善中的信任问题中可以起到哪些作用?

郑磊:可以说,在解决善款透明化问题上,区块链技术可以发挥关键作用:首先,捐款人、慈善平台和受款人这三类节点都可以数据上链,将整个流程彻底公开,不管是捐赠者、公众还是需求方,都能清楚看见每笔善款的流向,让每笔善款都能落到实处;其次,区块链技术可以将前中后端的数据打通,使捐赠数据和分配数据都公开,无论捐赠还是调拨、分配和使用,都有一个“时间戳”记录,而且每笔资金可以快速匹配验证;最后,在这个区

块链应用中,还可以采用智能合约技术,对于定向捐赠,由智能合约自动执行,不再需要慈善平台的人为干预,但是各方仍可以随时监督和验证定向捐赠的执行情况。

社会慈善,其参与者通过慈善活动就能获得心理满足感,获得社会声誉和认可,这些动力本身就能够起到足够的驱动力。这时候,可以引入token,作为慈善行为对社会贡献的一种量度工具,其作用类似勋章、奖状和贡献证明等,不必计价和进入交易环节。这可以理解成,通过参与公有链会得到正收益的过程。

事实上,区块链技术要实现融合性发展,需要其他新一代信息技术的支持。对于慈善物资捐赠,由于涉及实体物品的流转和存储,需要将这些环节的数据上链,这就需要借助物联网技术的支持,大量增加的数据量,也需要借力云计算、大数据和人工智能技术。

随着技术的发展,社会公益的规模、场景、辐射范围及影响力得到空前扩大,“互联网+公益”、公众慈善、指尖公益等概念逐步进入公益主流。这些模式不仅解构了传统慈善的捐赠方式,还推动公众的公益行为向碎片化、小额化、常态化方向发展。

《证券日报》:能否结合具体案例谈下,区块链技术解决慈善活动的具体思路是怎样的?

郑磊:在慈善活动中,区块链技术将每个交易方变成网络中的一个节点,各个机构的各项资产、产品以数字化的形式在网络中体现,并解决机构互信问题,形成统一的联盟,实现资金流向可追溯,信息公开透明,全网信息共享;同时,基于分布式账簿、防篡改、流程透明可追溯,规避了内部作弊风险。

具体来看,基于区块链的解决思路如下:其一,区块链利用分布式技术和共识算法重新构造的一种信任机制,链上存储的数据可靠且不可篡改,天然适合用在社会公益场景。公益流程中的相关信息,如捐赠项目、募集明细、资金流向、受助人反馈等,均可以存放于区块链上,在满足项目参与者隐私保护及其他相关法律法规要求的前提下,有条件地进行公开公示。其二,公益组织、支付机构、审计机构等均可加入进来作为区块链系统中的节点以联盟的形式运转,方便公众和社会监督,让区块链真正成为“信任的机器”,助力社会公益的快速健康发展。其三,区块链中的智能合约技术在社会公益场景也可以发挥作用。在面对一些更加复杂的公益场景,比如定向捐赠、分批捐赠、有条件捐赠等,就非常适合用智能合约来进行管理。使得公益行为完全遵从于预先设定的条件,更加客观、透明、可信,杜绝捐赠过程中的猫腻行为。

疫情下 诺亚财富守住信任与责任 加速产品分配缓解客户资金需求

当前新型冠状病毒肺炎疫情进入攻坚阶段,中央及地方各级政府均出台了一系列措施,举国上下各行各业也均在为做好疫情防控工作承担责任。

一方面,疫情之下,全国绝大部分人不得不停工在家以自我隔离的方式为国尽责,全国企业尤其超过3000万个中小企业中也因此面临着资金压力,不确定性风险急剧增加;另一方面自2月份疫情进入紧急状态以来,国务院、财政部、税务总局、发改委等多部门联合出拳并联动全国各地地方政府,发布了多项政策和措施,以针对新型冠状病毒肺炎疫情的影响,及时解决国计民生遇到的突出问题,帮助中小企业以及全国人民渡过眼下的疫情困境。

因为疫情,诺亚15年来,也第一次启动企业运营紧急状态,进行了统一的防疫部署及责任制落实。截止到今日,诺亚全国3000余员工,全员(含家

属)安全,公司业务也在有条不紊正常进行,从而实现了疫情之下为投资人提供持续正常的综合金融服务。

春节假期疫情扩散期间,诺亚核心管理层时刻关注武汉疫情,每天对企业当地员工、家属及时排查及慰问、打气,鼓励他们以正向积极的心态抗击病情,并力所能及对武汉及周边城市参与疫情抢救的一线医护人员提供资助。

在公司业务层面,为配合国务院因防疫延长春节假期的安排以及证券市场自2020年2月3日开市交易,诺亚在贯彻落实党中央、国务院决策部署,全力做好新型冠状病毒肺炎疫情防控工作的原则下,第一时间发布公告告知全体投资人,公司将依据中国证监会于1月28日公告《关于做好新型冠状病毒感染肺炎疫情防控工作的通知》,从防止疫情扩散和保护投资者健康出发,引导投资人采取非现场方式进行

交易活动,迄今所有交易均正常执行完成。

诺亚深知,疫情之下,受托责任更沉重。自1月下旬以来,公司已考虑到疫情可能给公司与投资人代理的系统风险;为保护投资者利益,诺亚第一时间对产品进行盘点,并在春节放假前即启动相关预备与执行工作。

数据显示,春节前后,诺亚旗下诺亚正行已向投资者分配投资本金及收益超10亿元:

1)节前疫情蔓延期间,公司关注疫情同时抓紧推进业务节奏,将正常到期的款项加速处理,完成还款程序1.98亿元;

2)节后疫情扩张期间,公司业务并未受到全国假期影响,坚持安排人轮流值班,至今正常为投资人实现还款1.91亿元;

3)在节日期间和节后,诺亚相关同仁,数天以来一直保持着和交易对

手的高频沟通。在确保投资本金和相关投资收益(含利息)能够得以按期分配的情况下,公司在部分产品上与交易对手磋商,取得共识后安排提前分配。截止到目前,诺亚已为投资人实现提前还款5.7亿元,极大缓解中小企业主客户在当下特殊时期的资金需求;

4)此外,在春节前后这段时间,诺亚还合计为相关产品的投资人支付5000万元利息,对应本金4.99亿元。

疫情之下,共克时艰。接下来从2月10日到2月底,诺亚将持续沟通相关产品及交易对手,预计还将为投资人实现22亿元的到期或提前兑付。

诺亚创始人、董事局主席兼CEO汪静波曾说过,不管任何时候,客户把钱交给诺亚,每一分钱都是他们辛勤劳动、勤俭省所节省,托付的不仅仅是资金,更重要的是信任。因此当遇到突发风险时,不管是何种原因,对诺亚

来说,只有一个处理方法,那就是迎难而上,用专业能力去处理问题、解决问题。

2019年8月份诺亚在面临内外部环境急剧变化与挑战时,大刀阔斧推进范式转变,全面叫停非标类固收业务时,也曾启动过紧急提前兑付,并顺利实现。当时业界有人曾评价诺亚“如果不是长期优秀交易对手的理解与鼎力支持,诺亚也不可能在遇到特殊情况时,这么快给投资者分配这么多本金和收益。这也显现诺亚在产品上筛选优质管理人与交易对手的實力。”

此次疫情下,当诺亚再次对相关产品提出不受疫情假期延长影响,准时甚至提前还款要求合作伙伴给予支持时,也得到了及时相应。这证明了诺亚一直以来合作的均为行业头部优秀伙伴与交易对手。

值得一提的是,诺亚过去几年持

续积累的在线投资者教育优势,在今年这一特殊而漫长的疫情假期里也得到了及时发挥。

原本春节期间诺亚已安排《聚于未萌·春于守拙》系列7天大咖云集的在线投资策略峰会,让客户、投资人每集30分钟,跟进专业前沿的投资理念和专家视角。随着疫情扩张国家法定假期延长时,诺亚再次推出了《诺亚里蹲》系列在线内容,每天在线给投资人提供内容涵盖疫情卫生防范、家庭健康保障规划、疫情宏观形势、私募股权、产业基金、二级市场、债券基金、全球配置、孩子成长教育规划、日本企业经营之道等学习内容。

当前疫情还在持续。攻坚战下,全国人民最重要的事情依然是抗击新冠病毒。诺亚也将持续实施值班制度让大部分员工在家办公,做好本职工作,服务好投资人,这也是在为社会尽责,为国家分忧。(CIS)