

聚焦券商新动向

获准公开发行业次级债 7家券商新融资渠道“补血”770亿元

■本报记者 周尚任

随着证券公司外资股比的全面放开及资本中介业务的崛起,证券业竞争进一步加剧。在抵御风险的同时,既能增厚收益,又能更好地服务实体经济,券商亟待补充资本。在此背景下,发行次级债则成为证券公司补充流动性和资本的重要工具之一。

《证券日报》记者根据同花顺iFinD数据统计发现,今年以来券商共发行56只次级债,合计已发行总额1056亿元,其中还包括6家券商发行的永续次级债。

在今年5月份获准公开发行业次级债之后,7家券商公开发行(包括计划发行以及永续次级债发行)次级债规模达到770亿元,这其中120亿元已成功发行,还有不超过650亿元次级债的发行“在路上”。

多家券商获批公开发行大额次级公司债

9月16日、17日这两天,中信证券、东兴证券相继公告获证监会批复,可以向专业投资者公开发行次级公司债券,面值总额分别不超过300亿元、100亿元,引发业内强烈关注。

今年以来,券商通过发债“补血”的热情高涨,而次级债正逐渐受到券商的青睐。据《证券日报》记者了解,5月29日,证监会发布《关于修改〈证券公司次级债管理规定〉的决定》(以下简称《管理规定》)。修改后的内容主要包括:优化次级债发行方式,允许公开发行;支持证券公司发行减记债、应急可转债及其他创新类债券品种;将机构投资者概念统一至《证券期货投资者适当



王琳/制图

性管理办法》的表述和界定等等。

在《管理规定》发布前,券商只能非公开发行次级债券,发行减记债等其他品种也缺乏明确依据。修改后的《管理规定》进一步拓宽了券商发债渠道,此后,券商公开发行次级公司债券提速。

据《证券日报》记者不完全统计,自《管理规定》之后,不少券商公开发行次级债意愿强烈。除上述中信证券、东兴证券外,9月2日,证监会同意国泰君安向专业投资者公开发行面值总额不超过200亿元次级公司债券的注册申请。8月28日,证监会同意山西证券向专业投资者公开发行面值总额不超过50亿元次级公司债券的注册申请。至此,在获准公开发行业次级债之后,7家券

商公开发行次级债规模达到770亿元,其中包括4家券商获批公开发行累计不超过650亿元的次级债,以及中金公司、东方证券、光大证券3家券商已公开发行了累计120亿元的永续次级债。

中信改革发展研究基金会研究员赵亚贻在接受《证券日报》记者采访时表示:“次级债相对一般债券偿债等级低一些,发行门槛也更低。而券商的信用等级比较高,容易通过次级债获得资金。允许券商公开发行次级债对券商股显然是大利好,首先可以比较容易补充资本金,其次可以增加开展各种增值业务的资金,还可以增强券商的技术升级和研发能力。”

中泰证券分析师蒋屹也认为,

“券商融资主要分为股权融资、债券融资。从融资规模看,债券融资是主要的融资途径。次级债是唯一可补充券商净资本的债券。次级债规模自2015年出现回落,原因是次级债发行成本较高,且仅能补充附属净资本,相对于股权融资吸引力较低。现在允许证券公司公开发行业次级债,可降低券商融资成本,有利于券商补充资本。另外,发行次级债可以提升风险覆盖率,更好地满足风控指标的要求。”

已有6家券商合计发行320亿元永续次级债

《证券日报》记者对同花顺iFinD数据统计后发现,截至9月17

日,今年以来券商共发行56只次级债,合计发行总额1056亿元,其中还包括6家券商发行的永续次级债。

从各家券商发行情况来看,申万宏源证券年内已分两次合计发行次级债120亿元。包括国泰君安、中国银河、中信建投、东方证券、中金公司、国信证券等券商发行证券公司次级债的规模也达到50亿元。

近期,还有多家券商被批准或已发行永续次级债。9月2日,证监会对中信证券公开发行永续次级债券无异议。7月2日,证监会出具复函对光大证券公开发行永续次级债券无异议之后,光大证券于8月14日就公开发行了2020年永续次级债券(第一期),发行总额20亿元,当期票面利率为4.4%。

同时,今年以来已有包括东方证券、光大证券、国泰君安、国信证券、中金公司、中信建投在内的6家券商已经发行了合计320亿元的永续次级债,国信证券于9月15日非公开发行了50亿元的2020年永续次级债券(第二期)。

从票面利率方面来看,国信证券最高,为4.8%;其次则是东方证券,为4.75%;中金公司紧随其后,为4.64%。

赵亚贻进一步向记者表示,“首先,永续债没有期限,不用还本金;每个付息日,发行人可以自行选择将当期利息以及已经递延的所有利息,推迟至下一个付息日支付,且不受任何递延支付利息次数的限制。发行人可以赎回,持有人也可以选择卖出。这类债券购买者一般都是商业银行等金融机构。发行永续债对发行人很有好处,当然信用等级要求也非常高。”

新三板精选层取消联合保荐持股7%限制 券商“自由直投”助力流动性增加

■本报见习记者 刘伟杰

9月16日,全国股转公司发布公告称,发行人拟在向不特定合格投资者公开发行并在精选层挂牌的,若保荐机构及其控股股东等股份合计超过7%,或者发行人持有、控制保荐机构股份超过7%的,保荐机构无须采用联合保荐。

“全国股转公司正式废止了‘持股7%联合保荐’的规定,使得保荐机构投资新三板公司更加灵活,对新三板发展意义重大。保荐机构用真金白银投资保荐的企业,是对企业价值的认可,有利于新三板企业价值的发现,成为新三板企业定价之锚,降低整个市场的交易成本,同时保荐机构的加入,也会增加新三

板机构投资者力量,有利于优化新三板市场投资者结构。”渤海证券执行董事许达对《证券日报》记者表示,券商直投的普遍参与将为精选层带来一只“投资生力军”,促进精选层的交易,助力市场流动性增加。

华财新三板研究院副院长、首席行业分析师谢彩对《证券日报》记者表示,取消持股7%以上联合保荐要求,一方面有利于激发券商服务新三板企业积极性,专业服务叠加投资收益有利于拓宽券商的盈利空间;另一方面券商作为新三板市场最重要的专业服务机构之一,参与到新三板企业挂牌、持续督导、交易、发行等各个环节,对企业了解程度更深入,券商对企业的投资加码,是对企业投资价值的认可。另外,

基于券商专业研究能力给出的价格,强制跟投”,新三板精选层则是“自由直投,不许跟投”。由于精选层直投时间比较自由,预计大部分券商会选择在申报精选层前直投,这样直投就替代了跟投,并可能直接影响发行价格。精选层券商的身份也从跟投的被动参与,变成了业务线的联动引领。此次精选层直投制度改革,将为整个资本市场券商直投、跟投制度改革作出非常有意义的尝试。

“这是监管层充分考虑新三板企业投融资的现状和特殊性而作出的差异化制度安排,能够充分调动券商服务新三板的积极性,发挥券商投资和保荐两条业务线的联动协同作用,为券商创造可持续的新三板业务新模式,还能提高挂牌企业在基础层和创新层时获得的券

商关注度,拓宽新三板的融资渠道。”北京南山投资创始人周运南对《证券日报》记者表示。

本次直投制度改革有望为精选层、券商和投资者带来多赢的局面。许达表示,对精选层投资者来说,保荐券商对企业价值最清楚,保荐券商的普遍直投参与,可以从侧面降低投资者研究成本,提高精选层的发行效率。

“对券商而言,精选层放开直投时间和额度限制同样意义重大,它会促使投行业务回归其业务的本源,即为资本市场推荐有投资价值的公司,并打通券商投行、直投、研究等各个相对独立业务单元,成为券商各业务的枢纽,提升券商全业务线的价值。”许达如是说。

银行理财子公司抢滩养老产品市场

■本报见习记者 余俊毅

随着我国的老龄化人口不断增加,养老金融服务的市场发展空间也不断扩展。对于金融机构而言,养老理财市场正是“一片蓝海”,如何尽早布局也备受关注。

近日,《证券日报》记者走访了多家银行发现,近一年来,兴银理财、光大理财发力养老理财产品外,目前已有工银理财、中银理财、建信理财、招银理财、交银理财、中邮理财等多家银行理财子公司推出养老理财产品。

交通银行研究员、西泽研究院高级研究员邓宇在接受《证券日报》记者采访时表示,商业银行养老金融产品的收益要远远高于一般存款利率,但是其存在发展期限短、操作繁琐以及难以达到预期目标的问题,尤其是商业银行开发的养老金融产品难以满足老年人的实际需求,导致金融业务功能紧紧体现在理财层面,而缺乏对老年人生活水平质量的关注。

银行养老金融业务仍未形成体系

众所周知,我国养老有三大支柱:第一支柱是社保基金和基本养老金;第二支柱是企业年金和职业年金;第三支柱是个人养老产品。

兴业研究分析师陈昊表示,金融机构参与第一支柱基本养老保险基金运作的方式,主要是申请成为其投资管理人、托管人,而这是头部基金公司和保险公司的天下;部分商业银行获得了托管人资格,但不是投资管理;养老第二支柱中的企业年金和职业年金,对资管机构而言相当于机构客户资金,目前具有投资管理资格的,只有少数大型公募、保险资管、券商资管。银行一是可以申请成为企业年金受托管理人、托管人、投资管理;二是可以向企业年金投资管理人行销售银行或子公司的理财产品。但这两种方式,都要以获得“企业年金基金管理资格”为前提,而目前获批该资格的银行还非常少。

某银行业内人士告诉记者,一直以来养老投资管理资格的审批都是十分严格的,随着养老金市场的发展,允许理财子公司成为第二支柱的投管人应该是大势所趋,但并非所有机构都能获此资格,还是要经过严格筛选。

近日,记者以购买养老理财产品走访了多家银行,某股份制银行经理向记者推荐了养老主题的理财产品。但记者注意到,该款养老产品业绩比较基准高达4.10%,同时周期长达2年,并且能随时赎回。同时该经理告诉记者,该款产品可以一直持续拥有,风险等级也属于

最低的。

记者发现,目前各银行的养老理财产品大多体现了两个特点:一是长期投资;二是考虑到养老老客户的医疗及养老支出的安排,每满一定周期设置了份额分配,保证客户的流动性安排。产品的投资方向,主要是“固收打底+权益增强”策略。

邓宇表示:“从商业银行养老金融产品发展规划而言,各大商业银行都在积极拓展养老金融业务,但是银行却没有建立完善完善的养老金融业务组织体系,而是将养老金融业务挂靠金融服务公司或者零售部门业务之下。此外,目前大多数商业银行还没有推出专门针对养老老产品的产品,银行内部也欠缺专业的研究人才,难以满足老年人的个性化需求,业务发展受到限制,在市场中占有率低。”他认为,商业银行应适时发力,寻求切入点和创新点。为老年人提供金融服务,既要

在硬件配备上贴近其需要,又在人员投入上周到细致,还要在产品线上迎合老年人的风险偏好,真正做到为老年群体提供个性化服务。

多家银行理财子公司推出养老理财产品

《证券日报》记者从普益标准数据了解到,今年以来,截至9月15

日,2020年市场上共发行了75011款银行理财产品,养老型理财产品仅有179款,占比0.24%。其中有65款来自银行理财子公司,除54款来自国有控股银行外,其他11款中有10款来自工银理财,1款来自光大理财。发行数量上,与2019年同期相比,增加了65款。可以看出理财子公司目前为银行养老理财产品的主要发行机构。

记者梳理发现,具体来看,今年以来,两家股份制银行理财子公司推出首款养老型理财产品,分别为兴银理财和光大理财。

4月份兴银理财推出养老型理财产品——“安愉乐享1号”,该产品采用5年期封闭式管理,且全部投资于固定收益类资产,业绩基准为5%-5.5%。

此前,光大理财也推出一款5年期封闭式净值型公募理财“阳光养老1号”,1000元起投,业绩基准为4.7%-6.1%。

除兴银理财和光大理财外,目前已有工银理财、中银理财、建信理财、招银理财、交银理财、中邮理财等多家银行理财子公司推出养老理财产品。而上述理财子公司在今年仍继续发力,推出了相关的养老产品。

值得关注的是,理财子公司发行的养老理财产品收益率相比一般的理财产品要高一些,业绩比较基

准多在4%-6%之间,在资产配置和组合上,多以长期限+封闭式产品为主。从产品风险等级分布来看,养老型理财产品以三级(中)产品为主,二级产品占比三成。

从理财子公司发行的养老理财产品类型来看,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资产的多元化、全品类投资。

特别是7月份以来,随着股市回暖,不少理财子公司主要通过直接投资于权益类资产或间接通过FOF的形式投资股市。

平安理财有限责任公司副总经理刘强表示,银行理财子公司擅长固收模块和另类资产,在养老这样一个特定属性高度强调安全的产品上,衍生品也有非常广阔的应用空间。从长期的角度来看,银行做养老产品,权益投资从战略看非常重要。但是目前银行理财整体上在权益上的管理能力还有非常大的提高空间。

邓宇则认为,商业银行应整合好内外资源,及时解决养老金融业务中存在的问题,包括产品碎片化、养老金融业务模式零散化等。商业银行应依托证券、保险、信托、金融租赁等平台优势,为养老产业企业提供上市融资等多元化融资服务。

金融外包公司揽客套路多 低息贷款营销有猫腻儿

■本报记者 彭妍

“您好!我们是某银行合作贷款公司,您需要办贷款吗?”“利息低、下款快、审核条件宽松”,类似的推销电话很多人一天能接到好几个。

为何最近推销电话如此频繁?真的比银行的贷款利率要低?对此,《证券日报》记者进行了调查。

警惕各类低息贷款营销

近期,《证券日报》记者接到很多自称金融外包公司推销贷款的电话,他们宣称与52家银行合作,贷款利率比自己去银行低很多。自从记者接了该电话之后,类似的贷款电话响个不停。工作人员为了招揽客户,进行一波一波“营销轰炸”,“追着您”贷款。

记者与多家金融外包公司的销售人员“打了交道”,发现五花八门的营销手段无非有以下几个特点。首先,打着与银行合作的名义进行贷款宣传。“我们与银行有合作关系,每年要向银行缴纳上千万元保证金,保证客户在不还款的情况下不会有坏账。”一家金融外包公司的销售人员对记者表示。

在销售过程中进行促销活动是常见的销售手段,销售人员推销贷款时会以低利率、送礼为噱头进行营销。但是真正进行贷款环节或者发放贷款时却有很多猫腻儿,有可能会通过各种收费方式实现更高的收益。

上述销售人员对记者表示:“你自己去银行贷款利率6%左右,我们办理是4.85%左右,放款还快。我们知道不同银行的内部审核尺度,可以节约时间成本,提高申贷通过率。”

记者在多次询问中得知,除了利率以外的收费方式是收取手续费、服务费,如果在贷款利率以外有手续费,那么,贷款利率并不是想象中的那样低。

上述销售人员告诉记者,要收取1%的工本费,用于人工审核费用、资料费,如果征信有逾期、负债之类的,收取贷款金额的3%作为办理的费用。同时,银行会根据每个人的风险评分情况收取0.038%—0.098%不等的费用。此外,如果需要消费凭证,另收取2%的费用,并且还表示,“这些费用都是办理业务用的。”

另一家金融外包公司的工作人员则多次发信息给记者:“现在有一个优惠活动,这期间有一款产品利息八折,低至月息0.36%,年化4.32%。”

那么,上述营销人员所述属实吗?他们所称的贷款产品真的存在吗?带着这些疑问,《证券日报》记者分别拨打了多家银行的电话进行求证。

某国有大行的个贷经理表示,银行是不会跟这些所谓的金融外包公司合作,“银行也不可能因为您通过这些‘公司通道’去申请贷款有任何便利,并且也没有那些低利率产品。”

另一家股份制银行的个贷经理表示,有一些社会贷款机构甚至是诈骗机构冒充银行的名义推销贷款,可能与银行有合作,也可能没有,这种机构推销的贷款虽然低息但是没有那么简单。

记者也算了一笔账,将因贷款而产生的各项费用列入成本来计算真实借贷成本的话,假如客户借款20万元,在各种费用扣除以后真正拿到手的不到19万元。

还有营销人员在推销的过程中告诉记者:“如果你的征信有逾期并且还有负债,自己去银行贷款肯定会被拒,而且被拒的记录会影响本人在其他银行的贷款。”

对此,记者也向银行进行咨询,多家银行对此的回复是,因人而异,要分具体情况来看。个人贷款有逾期、有负债很正常,信用卡也属于负债,并不代表在银行就无法贷款。银行主要根据客户的整体资质情况来判定,利用大数据对客户来进行分析,而且征信是5年更新一次。有个贷经理表示,“我有一个客户有70万元负债也成功申请了贷款。”

个人信息安全保护是难点

有不少市民向记者表示,近期频繁收到贷款等机构的电话和信息,内容几乎相同,都是询问是否需要贷款。

对此,银行相关负责人表示,由于很多人的手机号信息被泄露,公民信息被不法分子非法获取,而且这种泄露渠道很多,防不胜防。

“首先是因为个人信息被非法获取。贷款多,也与今年以来消费贷市场有关,总体呈现资金相对充裕而优质资产不足的局面,所以持牌金融机构和非持牌机构都会直接联系或获取优质客户。”盘古智库高级研究员吴琦在接受《证券日报》记者采访时表示。

国际新经济研究院数字经济研究中心主任郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示,目前兜售个人信息已经成为颇具规模的黑色产业链了。国内法律有加重打击这类侵犯个人隐私行为的趋势,之前也进行过多次清理行动,但较难根除。大量平台和服务企业,例如物业管理、旅游行业、物流快递企业都有大量客户个人信息,很多企业本身管理不严,法律规定和执行有疏漏,导致这种非法获利行为屡禁不止。他认为,在完善法律保护的同时,要追究数据拥有主体的民事责任,堵住这些最大的漏洞。

中国银行法学研究会理事肖飒对记者表示,一方面,互联网的发展使得许多个人信息上传云端,不给不法分子利用个人信息侵害合法权利提供了空间;另一方面,我国对个人信息的保护确实还有不足。我国对个人数据权属的研究还在探讨,《个人信息保护法》这一专门性法律也还在制定之中;《刑法》具有谦抑性,对于一些新类型的犯罪还有滞后之处。

中央财经大学数字经济与法治研究中心执行主任刘权在接受《证券日报》记者采访时表示,一是建议尽快出台《个人信息保护法》;二是多运用大数据、人工智能等新兴监管科技手段,提高监管的实效性;三是加大惩罚力度,尤其是实施较重的行政处罚。同时,加强行政执法,防止行政不作为。