

“信托转型思想荟”系列报道之一

编者按 2018年资管新规发布,标志着资管行业步入了统一监管新时代。资管新规对刚性兑付、多层嵌套、通道业务以及资金池等监管政策的调整,给信托业发展带来了短期阵痛。然而,从中长期看,资管新规也加快了信托业转型进程,加快回归信托本源、发挥信托制度优势服务实体经济成为普遍的使命追求。经过两年多的发展,信托业展现出极强的韧性,转型效果凸显。在此背景下,《证券日报》推出“信托转型思想荟”系列报道。系列报道希望通过转型过程中勇于探索、大胆实践,并有典型成功范式的信托公司一线调研、深度交流,挖掘、报道其背后的转型智慧,通过“标杆”的力量推动行业行稳致远。

若无特色产品 信托未来生存空间就不大

——专访重庆信托副总裁叶凌风



重庆信托副总裁叶凌风

他是信托业颁布后的第一批信托业务经理,也是原银监会早期信托监管官员,如今则是行业头部公司重庆信托高管,20年的信托从业经历给他带来非同一般的眼界。

这20年也是信托高速发展的时期,超200亿元的体量使信托成为第二大金融子行业。20年里,这位“70后”信托老兵一直坚守在这个行业,是行业的亲身见证者,多个职位的历练也使他对于行业和公司的发展有着独到的见解。

2018年资管新规开启了信托业的新时代,资管机构竞争大潮中信托的机会在哪里?信托转型势不可挡,重庆信托如何看待信托转型?近日,《证券日报》记者就相关问题采访了重庆信托副总裁叶凌风。

“机遇挑战并存”

2018年资管新规发布后,信托业进入严监管时代,进一步将行业转型推向深水期。

如今处在资管新规的过渡期,靴子虽未正式落地,但配套的办法细则也在逐步完善,信托的钱袋子。尤其是今年资管新规向社会征求意见,非标业务受冲击,信托公司最擅长的融资类业务面临严峻挑战。

不过,在重庆信托副总裁叶凌风看来,资管新规对信托公司传统业务虽有冲击,但“机遇与挑战并存”。长达10年的原银监会信托监管工作经历,使他对于信托监管政策认识“别有洞天”。

“信托业早在10多年前就已经着手应对这个局面。”叶凌风说,信托行业“新两规”(《信托公司管理办法》和《信托公司集合资金信托计划管理办法》)早在2007年就已经引入“合格投资者”的概念,单个信托计划起投标准从5万元提升至100万元。经过10余年的发展,信托也积累了大量的优质客户资源,从这方面来讲,

资管新规并不是重大冲击。

“不过,资管新规的靴子尚未落地,现在属于信托行业转型的探索阶段。”叶凌风补充道,由于配套规定尚未出台,信托公司都在“摸着石头过河”。重庆信托也在积极准备,现在的产品基本上转向投资类为主。不过信托传统盈利模式并未发生重大变化。

资管新规过渡期虽然延长了一年,但过渡期各类资管产品的比拼、机构的竞争仍然十分激烈。尤其是被称为“万能牌照”的银行理财子公司相继成立,更是让不少信托业内人士直呼“狼来了”。

叶凌风并不这么看,他认为这对信托也是一个很好的机会。

“银行理财子公司优势很明显,银行体系渠道广泛,客户规模众多,资金体量巨大。这意味着银行倾向于做可大规模、可复制、结构相对单一的产品,而对于个性化的产品反而最能发挥信托的优势。在这方面,银行和信托可以互为补充。”他说道。

叶凌风认为,金融体系是一个复杂的多样化的生态体系,既需要银行这样无霸的金融机构,也需要众多的其他金融机构,全面满足社会多样化的需求。社会分工和比较优势的存在,使得各金融机构的定位逐步清晰。银行理财子公司主要是做多资产配置,从信托、券商、基金等机构中配置产品。简单来说,银行是产品的采购方,信托等金融机构是产品的制造方。银行的大体量也决定其对产品全部进行主动管理并不经济和现实。信托公司和银行理财子公司之间更多的是一种合作,而不是竞争的更多,双方合作都能发挥自己的比较优势。

“信托公司一定要突出主动管理能力,如果没有自己的特色信托产品,没有好的主动管理产品,未来也就没有生存的空间。”他进一步透露,“目前,重庆信托正在与多家理财子公司磋商,就采购信托产品开展合作。”

在采访中,叶凌风多次强调信托必须加强主动管理能力,只有管理好自己的产品,在未来的行业竞争中有一席之地。

这也是重庆信托的风格,不做银信合作、政信合作的通道类业务。据介绍,也正是由于这个原因,重庆信托的信托资产管理规模仅为2100亿元左右,这与行业头部的几家公司颇为不同。公开资料显示,2019年重庆信托注册资本150亿元,为业内第一;实现营业收入78.79亿元,净利润32.28亿元,业绩位居行业前三。

据了解,去年68家信托公司受托资产管理规模的平均值为3200亿元,业绩排名与重庆信托相近的信托

公司多在万亿元上下,2000亿元仅处于行业的中下游水平。

银信通道业务属于被动管理类业务,信托仅作为通道,收取低廉的手续费。不过,通道业务可以快速做大信托资产规模,也是大多信托公司普遍参与的业务。然而,随着行业监管“去通道”力度趋强,银信通道业务被逐步压缩。这种形势下,加强主动管理已成共识。

信托直销势在必行

当前,提高信托直销规模,挖掘财富管理业务,已成为行业发展趋势。

“信托公司必须发力直销业务。金融机构不能‘两头都在外’,即资金端和资产端都不在自己手中。财富管理业务属于监管鼓励的重点业务,拥有自己的财富团队才能在产品设计上具有主动性和针对性,为客户‘量体裁衣’。这就需要提高自身的主动管理能力,提升客户服务水平,进而增加客户黏性,培养公司核心投资者队伍。”叶凌风说道。

据介绍,重庆信托于2018年底建立财富团队,服务对象为个人和非金机构,基本以个人客户为主,其中1000万以上的个人客户是其最主要群体。

目前,相当数量的信托公司正在全国范围内加快布局财富中心,扩充理财经理团队规模,力争扩大客户服务的范围,弥补信托产品营销方面的劣势。

信托公司布局财富管理业务具有诸多优势。在制度上,信托制度的资产隔离功能,是信托公司开展财富管理业务最大的优势;在客户资源上,信托公司的客户均为高净值客户,这部分客户的财富管理需求更高,信托公司在存量客户资源上具有明显的优势;在产品供给方面,信托制度具有极高的灵活性,在产品创设上可以横跨货币市场、资本市场和实业,灵活配置资产。此外,信托项目的收益率一直处于较高水平,对客户也具有较强的吸引力。

业内普遍认为,信托公司应当加大财富管理信托拓展力度,提升客户服务和资产配置能力,为投资者提供多层次、多元化的财富管理产品。

最近几年,信托产品销售渠道发生明显变化,从以往的银行等金融机构代销转向信托直销。此前,信托产品销售多依赖机构渠道代销,长此以往,对信托公司并不是利好。通常而言,机构的代销费往往会高于信托的报酬,而且依赖代销,信托也无法积累自己的客户资源。

如今,信托产品直销模式已成为主流。根据中国信托业协会调研收

集到的55家信托公司有效数据,2019年55家信托公司产品销售规模为2.44万亿元,其中直销规模占比达到70%,同比增速高达33%。

“宁可错过,不能做错”

交谈中,比主动管理更频繁提及的词汇则是“风控”。“风控永远是第一位。”这句话代表着重庆信托做信托业务的态度。

整体来看,当下信托业风险总体可控。随着行业监管趋严,推进存量风险处置、防控化解金融风险已成为信托业今后的方向。

“重庆信托的风控标准非常高。实行‘事前-事中-事后’全面风险管理,秉承的风控理念是‘宁可错过,不能做错’。公司信托资产均进行封闭式管理,设置抵押担保,一定要把风控控制住。”叶凌风说道。

在他眼中,公司上下都对风险防控有充分共识,“但凡任何一个规模2亿元以上的重大项目,董事长都会亲自去现场看项目,与实际控制人进行交流,以把控项目的风险。另外,公司的每个信托项目都要派人到现场监管,每个月轮流派员工把控住项目、资金等风险。”叶凌风介绍。

从上到下,风控的每一步措施到位,使重庆信托保持了18年集合信托产品100%足额本息兑付的记录。

在叶凌风看来,重庆信托的管理风格与其他公司并不一样,这也是风控的重要驱动力。

“不同于大部分信托公司,重庆信托没有业务提成机制。”他就这样解释,“员工为了多挣钱可能会忽视风险,盲目冒进,风险积累很快。一个项目亏的钱可能需要做几十个项目才能补回来。我们并不希望出现这种状况。”

谈到公司员工,叶凌风很为他们骄傲:“重庆信托人的归属感很强,效率很高,都经过精挑细选,非常优秀。”

在他看来,优秀员工的背后是公司文化的认同感。

叶凌风认为,“公司最重要的文化是自律。公司很信任员工,通过信任的力量来激发内在的动力。通过信任的驱动往往使员工更能干好每一件事。”

另外,在员工的考核方面,重庆信托有一套独特的综合评定体系。“比如,公司年底会将所有人一年的工作报告放在公司内网。谁都可以看,很透明。每个人一年工作量很清楚,可以从方方面面印证成绩,公司全员打分,和其他评价指标一道,综合评价员工工作成绩。这样既可预防造假,又可保证公平。”叶凌风说道。

投资能力怎么样? 8家险企自评“成绩单”首次亮相

■本报记者 冷翠华

银保监会10月10日发布《关于优化保险机构投资管理能力的通知》(以下简称《通知》)以来,已经陆续有保险公司公布了自己的投资能力自评结果。《证券日报》记者根据中国保险行业协会公开信息整理,截至11月26日,已经有8家保险公司的投管能力自评“成绩单”首次亮相。

“有多大能力干多大事”,银保监会相关负责人表示,优化投管能力监管将压实保险机构主体责任,引导保险机构全面加强投管能力建设。

部分险企已公布三大投管能力

截至目前,一共有8家险企公布了投管能力相关自评情况,涉及信用风险管理能力、股权投资能力以及不动产投管能力三大类。根据银保监会上述《通知》,保险机构投管能力包括七类,除了上述三类,还有股票投管能力、衍生品运用管理能力、债权投资计划产品管理能力以及股权投资计划产品管理能力。

具体来看,北京人寿公布了股权投资能力(直接股权投资)建设及自评情况,平安财险公布了股权投资能力(间接股权投资)建设及自评情况,中荷人寿公布了不动产投管能力(直接投资不动产)建设及自评情况。燕赵财险则发布了3项投管能力自评情况,包括信用风险管理能力、股权投资能力(直接股权投资)以及股权投资能力(间接股权投资)建设及自评情况。泰康养老、海保人寿以及和泰人寿均已公布各自的信用风险管理能力建设及自评情况。中融人寿发布了股权投资能力(直接股权投资)、股权投资能力(间接股权投资),以及不动产投管能力(直接投资不动产)建设及自评情况。

上述各险企皆表示,根据《关于优化保险机构投资管理能力的通知》及相关监管规定,其对应投资管理能力的能力建设进行了调研论证和自我评估,经过充分论证和评估,认为达到了相应能力的基本要求。

在信用风险管理方面,近两年,多家险企引进外部信用评级系统。例如,海保人寿,和泰人寿皆采购了采购杭州某软件公司开发的信用评级系统作为信用评级业务的重要技术支持。据海保人寿介绍,该套

银行备战2021年“开门红”: 存款利率上浮成卖点 对工作人员有考核

■本报记者 彭妍

每年年底都是银行、贷款中介冲业绩的“关键时期”,业界揽储热情高涨。

近期,多家银行便已提前布局2021年“开门红”,而中小银行一马当先,成为主力军。

据记者了解,今年揽储仍是各银行的主要任务,部分银行推出了高利率存款产品和多种促销活动吸引客户,有些产品利率甚至高达4.125%。与此同时,信贷产品、代销保险产品亦成为银行的发力方向。此外,有贷款中介为了完成业绩,甚至“免服务费”帮助客户申请贷款。

银行揽储发力存款产品 利率上浮成卖点

近期,《证券日报》记者走访了北京多家银行网点,发现各银行布局2021年“开门红”活动力度不一,不少银行推出利率上浮、存款送礼、送购物券等优惠活动,以期通过存款、各种理财产品、开卡数量等来完成揽储目标。

在业界,所谓“开门红”,是指银行采取各项措施,以在阳历新年伊始大力“吸金”,为全年工作夺得“好彩头”的一种营销现象。

以更高的存款利率,或者送礼品来吸引储户,是年底银行揽储的惯用手段。南京银行某支行网点一位理财经理告诉《证券日报》记者:“我每年的‘开门红’都将揽储作为重点。2021年的1月1日销售一款定期产品,1万元起售,三年期、五年期的年化收益率均为4.125%。而该产品目前的年化利率仅为3.905%。”

广发银行某支行网点的理财客户经理也表示,目前开门红的活动,主要对新开卡的客户推出相应的优惠,若新增资金10万元以上送100元的消费券和188元的京东钢镚,若新增资金30万元以上赠送100元的消费券和288元的京东钢镚。

不过,《证券日报》记者走访中也注意到,个别银行并不热衷于“提高存款利率”,有银行理财经理表示,“今年我们没有推出‘开门红’活动,产品的利率也和此前差别不大。”

今年以来,部分银行加大线上营销力度。另一家股份制银行的客户经理对《证券日报》记者表示,“开门红”活动即将在年底推出,届时将通过微信群、朋友圈广

系统于2020年7月17日上线,“对信用评级产生了实质的积极影响。”燕赵财险信用评级系统采用了另一家公司开发的信用评级系统,于2020年3月24日上线。

一位业内人士表示,信用风险是险资投资面临的重要风险之一,保险公司除了运用外部评级,还需要提升内部信用评级管理能力,强化内外结合。“我们公司的原则是看不清的不接触,过剩产业领域不接触,负债太大的企业要规避。”该人士表示,把信用风险管理做在前面,避免“踩雷”。

银保监会相关负责人表示,通过优化投管能力监管,保险机构“有多大能力干多大事”,将引导保险机构全面加强投管能力建设。

前三季度平均收益率3.92%

记者获得的行业数据显示,截至今年三季度末,险资资金运用收益共计7823.46亿元,资金运用平均收益率为3.92%。从险资大类资产配置来看,在险资运用余额中,银行存款、债券、证券投资基金、股票以及长期股权投资占资金运用余额的比例分别为12.46%、36.59%、4.81%、8.12%以及10.48%。

今年,银保监会对险资投资政策持续进行完善和优化,优化调整保险权益类资产配置,确立保险资管产品业务的“1+3”政策框架,优化保险机构投资管理能力的监管等,一位保险业内人士认为,这些政策变化意味着监管机构鼓励险资加大长期配置,更好服务实体经济,同时,给保险机构尤其是中小保险机构的发展打开空间,提升中小保险机构的投资管理能力。

“在投管能力新政策下,我们考虑将更多的保险资金从委外投资转变为自主投资,但是目前在部分投资领域还不能完全满足相应要求,我们将加大这方面的人力和政策储备。”一家中小保险公司投资

负责人对《证券日报》记者表示。据他介绍,此前,由于该公司没有获得股票直接投资资格,在权益市场的投资以委外投资和购买证券投资基金为主,但如今,其在自评认为具备股票投资管理能力的后,就可以直接开展股票投资。“这对我们来说,将拥有更大的自主权,但也有很大的压力,公司的投资部门、合规部门和审计部门都将承担更大的责任,只有投资水平上去了,风控做好了,才能与承保端形成良性互动。”该负责人表示。

头部券商陆续获批发行大额次级债 9家将通过新融资渠道“补血”1750亿元

■本报记者 周尚任

今年是券商的业绩“大年”。以上市券商为例,前三季度的净利润已经超过去年全年。与此同时,为进一步扩大业务规模增厚业绩,也为了应对更为激烈的行业竞争,券商补充资本需求旺盛。

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》),进一步拓宽了券商发债渠道。可以预见,此后券商公开发行次级公司债券将会提速。

《证券日报》记者根据同花顺iFinD数据整理发现,今年以来券商共发行71只次级债,合计已发行总额1374.83亿元,其中还包括7家券商发行的永续次级债。同时,在今年5月份获准公开发行次级债之后,9家券商获准公开发行次级债规模达到1750亿元,这其中130亿元已经成功发行,还有不超1620亿元次级债的发行正在进行中。

券商青睐融资新渠道

今年以来,不断有券商获准大规模公开发行次级债。11月26日,招商证券公告获证监会批复,可以向专

业投资者公开发行次级公司债券,面值总额不超过300亿元。

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。如今,券商通过发债“补血”的热情高涨,而次级债特别是公开发行次级债正逐渐受到券商的青睐。

据《证券日报》记者梳理,自《管理规定》之后,包括头部券商在内,不少券商公开发行次级债意愿强烈。除上述招商证券外,中国证监会还同意向专业投资者公开发行次级公司债券的券商包括兴业证券(50亿元)、中信建投(400亿元)、中泰证券(100亿元)、华泰证券(250亿元)、东兴证券(100亿元)、中信证券(300亿元)、国泰君安(200亿元)、山西证券(50亿元)(获准发行面额均为不超过)。至此,在获准公开发行次级债之后,9家券商公开发行次级债规模将达到1750亿元,这其中130亿元已经成功发行,还有不超1620亿元次级债的发行“正在路上”。

前海开源基金首席经济学家杨德龙在接受《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。同时,次级债的收益也偏高,所以一般券商发行次级债的规模都较大。当下,允

许券商公开发行次级债是给券商一个补充资本的机会,从而让券商发展更多如融资融券等消耗资本的业务。这对券商来说,是一个较大的利好。”

7家券商合计已发行370亿元永续次级债

当下,发行次级债也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》记者整理同花顺iFinD数据发现,今年以来券商共发行71只次级债,合计已发行总额1374.83亿元,其中还包括7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,还有包括中国银河、中信建投、国信证券3家券商发行证券公司次级债的规模也达到100亿元。近期,有多家券商获准或已发行永续次级债,中国证监会对公开发行永续次级债无异议的券商包括中信证券、中泰证券、中国银河、光大证券等。其中,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,今年以来已有包括中国银河、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7家券商已经发行了合计370亿元的永续次级债,中国银河于11月20日公开发行2020年永续次级债券(第一期)。从票面利率方面来看,中国银河、国信证券最高,均为4.8%;其次则是东方证券,为4.75%;中金公司紧随其后,为4.64%。

什么是永续债?特点又有哪些?对此,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:“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。”

在此基础上,“因为收益率偏高,次级债更容易被投资者接受,所以一般募集资金的规模也比较大。而允许券商公开发行次级债后,可降低券商的融资成本。”杨德龙进一步向记者表示。