

爆表“研值”已成券商核心竞争力 4家券商“基金分仓”佣金同比增超900%

■本报记者 周尚任

在强调专业能力的背景下,券商竞争力逐渐从牌照向投行、研究等方向转变,以客户为中心的综合化、科技化与国际化转型方向已成共识。

近年来,券商“研值”成为核心竞争力之一。而作为券商研究所主要收入来源之一的分仓佣金收入,已成为考察券商研究能力的重要指标之一。2020年,券商共实现133.79亿元的“基金分仓”佣金收入,同比增长81.61%。

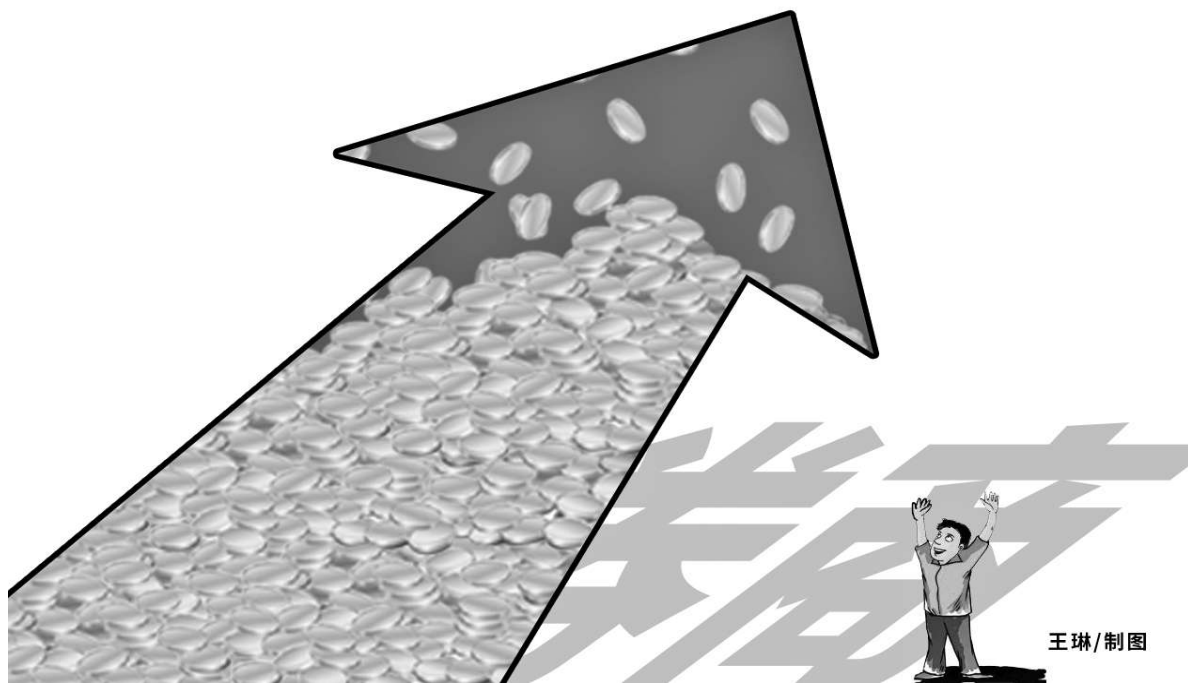
8家券商“基金分仓”佣金收入超5亿元

所谓“基金分仓”佣金,是指基金公司委托多个券商同时进行基金买卖交易,交易成交后,按实际成交金额的一定比例向券商交纳的费用。由于基金公司不具备交易所会员资格,必须通过券商交易席位才能进行交易;此外,由于开放式基金规模大,仅通过一个券商交易席位可能会影响成交速度,因此会通过多个券商交易席位同时交易,这种现象就是“基金分仓”。

《证券日报》记者据Wind数据统计发现,2020年,券商“基金分仓”股票成交额为17.06万亿元,同比增长88.13%;受成交额大幅增加的影响,券商在2020年共实现133.79亿元“基金分仓”佣金收入,同比增长81.61%。

对于券商“基金分仓”佣金的持续增长,粤开证券高级策略分析师李兴在接受《证券日报》记者采访时表示:“在‘基金分仓’佣金费率连续下降的情况下,券商‘基金分仓’佣金总额连续增长,还是由于市场交投火热,公募基金大量发行,带来基金股票交易额大幅增长。”

其中,有8家券商2020年的“基金



王琳/制图

分仓”佣金收入超过5亿元。券商龙头中信证券以10.36亿元的“基金分仓”佣金收入拔得头筹,同比增长96.09%,佣金席位占比7.74%。长江证券紧随其后,实现“基金分仓”佣金收入7.41亿元,同比增长84.87%,佣金席位占比5.54%。排名第三位的为中信建投,实现“基金分仓”佣金收入6.96亿元,同比增长100%,佣金席位占比5.2%。

值得关注的是,去年共有30家券商实现“基金分仓”佣金收入增超100%,其中,有4家券商“基金分仓”佣金收入同比增长超过900%。具体来看,开源证券实现5624.19万元“基金分仓”佣金收入,同比大增2806.33%;其次是中天证券,“基金分仓”佣金收入同比大增1203.12%;华西证券排在第三位,“基金分仓”佣金收入同比增长952.93%;东莞证券紧随其后,“基

金分仓”佣金收入同比增长943.39%。此外,2020年光大证券掉出券商“基金分仓”佣金收入排名前十位,兴业证券“补位”。兴业证券2020年实现“基金分仓”佣金收入5.2亿元,同比增长110.33%,佣金席位占比3.89%,排名第八位。而光大证券2020年实现分仓佣金收入4.52亿元,同比增长44.26%,排在第十二位。

从分仓佣金率方面来看,虽然去年券商分仓佣金收入大增,但分仓佣金率却不断下降。Wind数据显示,有40家券商的估算佣金率不足万分之八。

对此,李兴向《证券日报》记者表示:“券商平均分仓佣金率已四连降,2020年首次跌破万分之八。券商分仓佣金由于附带卖方研究等增值服务,费率一直高于A股市场整体佣金率,但2016年以来呈现连续下

降趋势,券商整体分仓佣金率由2016年的万分之八点六五降至2020年的万分之七点八六,预计未来分仓佣金率还将持续下降。”

“研值”成券商核心竞争力

回顾2020年,不少券商已将研究业务作为核心竞争力之一。随着金融业持续开放,在股权管理新规落地后,券商面临全能型券商和专业化券商的路线抉择。同时,在注册制分步实施的背景下,具备成熟投行团队、项目储备丰富、研究实力和机构销售能力突出的证券公司将迎来新的盈利增长点。

从上市券商近期披露的年报中,也能看出券商在研究方面的投

入产出情况,以及券商对研究的重视程度。以浙商证券为例,去年其研究所研究人员数量达120余人,同比增长40%。浙商证券指出,力争经过一到两年的努力,建成全国具有重大影响力、卓越价值创造力的一流白金研究所,推动研究业务进一步向头部序列迈进。据Wind数据显示,去年,浙商证券的“基金分仓”佣金收入为1.34亿元,同比增长246.37%,在行业中排名第二十七位,增幅排名第九位。

在行业竞争压力与日俱增的情况下,各券商都在寻找自己的特色化“研究道路”。据了解,以三大头部券商为例,国泰君安研究与机构业务构建以机构客户综合收入为导向的服务模式,聚焦重点客户全力提高机构综合服务能力。中信证券研究业务将以价值量为导向,做客户驱动型和业务驱动型的研究服务,持续提升公司声誉和价值。中信建投将继续提高数字化服务与管理水平,加强产业链的协同研究,大力加强海外服务,探索国际业务创新模式,不断提高研究覆盖的广度和深度。

对于券商将研究业务作为核心竞争力之一,李兴也向《证券日报》记者表示:“近期多家券商研究所人员有较大变动,一方面体现了行业的流动性较高,另一方面也说明各家券商对研究业务重视程度的提高。在全面推行注册制、提升直接融资比例的大背景下,中国证券业正处于从‘通道’价值向‘顾问’‘资本’价值过渡的关键时期,未来券商保荐承销业务将更注重审核和发行阶段,特别是注册制引入跟投制度后更加考验券商的项目筛选和风险把控能力,对于券商的研究能力提出了更高要求,未来的证券研究行业将是一片广阔天地。”

车险综改之“囿”:六地区综合成本率超100% 49家险企承保亏损

■本报记者 冷翠华

车险综合改革(下称“车险综改”)实施已过半,“降价、增保、提质”的阶段性目标实现得如何?行业车险经营出现了哪些新情况?

《证券日报》记者通过采访了解到,截至今年2月底,在车险保额有所提高的情况下,车均保费较改革前下降了21%,全行业车险简单赔付率持续走高至70.27%,车险服务经济和社会的能力大幅提升。不过,行业车险承保普遍亏损的压力较大。截至2月底,车险综改后新增4个地区车险综合成本率超过100%,目前一共有6个地区车险综合成本率超100%,在经营车险的65家险企中有49家亏损。

消费者投保意愿上升

车险综改后,行业出现了诸多积极变化,消费者投保意愿上升,机动车第三者责任险(以下简称“三责险”)投保率和保额明显上升,而

车险市场长期存在的拼费用现象也得到了明显遏制。

记者获得的数据显示,与车险综改前相比,到今年2月底,商业车险的投保率提高至82%,三责险的投保率由66.64%上升到72.16%,三责险的平均保额由89万元提升到133万元,其中,保额100万元以上的保单占比74%。

“今年我的三责险保额从去年的50万元调到了100万元,车险保费不升反降,感觉改革后优惠力度很大。”车主周女士对《证券日报》记者表示。同时数据显示,车险综改后,结案周期明显缩短,全行业车险简单赔付率则持续走高至70.27%,同比上升15.74个百分点,提升了消费者的获得感。“本次改革是釜底抽薪,从根本上压降费用空间。”银保监会相关负责人在近期的一次车险改革座谈会上指出。截至2月底,全国车险综合费用率为31.04%,同比下降了9.39个百分点。

此外,车险综改还倒逼险企提升精算和定价能力。例如,改革前,

不同风险等级的保单折扣系数差异不大,基本都集中在地板价附近;如今,不同风险等级的保单自主定价系数分布在0.65到1.35区间,风险等级跨度提升很大。

警惕行业普遍亏损

尽管改革给消费者带来了实实在在的益处,但部分险企经营也面临着新挑战。

“目前,中小险企的车险经营普遍亏损,仅有少数公司承保盈利。从行业整体来看,今年车险承保亏损的可能性较大。”一家中小险企车险负责人对《证券日报》记者表示。而行业数据显示,今年前2个月,全行业车险综合成本率攀升至98.61%,同比上升3.19个百分点,车险承保利润为16.51亿元,比去年同期减少41.43亿元,降幅为71.50%,承保利润率为1.39%。

尽管行业整体车险承保尚保持着盈利状态,但中保信相关数据显示,当前车险的出险频率以及已报告赔付率等指标呈进一步上升趋势,

且受疫情影响常态化、经济逐步复苏、城乡赔款统一标准等因素影响,这一趋势可能还会延续,必须对此持续跟踪和研判。

同时,从不同经营主体来看,截至2月底,在经营车险的65家险企中有49家亏损。

“不排除部分公司出现偿付能力不足及现金流的风险,财险业高质量发展需要行业有一定的利润作为基础,普遍亏损的局面不利于行业的持续发展,如何破解这一难题,是下一阶段大家需要关注和思考的重点。”银保监会相关负责人在座谈会上指出。

车险综改实施半年多以来,还出现了一些新情况和新问题,也引起了监管的高度重视。

以车险服务为例,在强调车险服务的背景下,有的险企使用增值服务并未充分评估自身服务能力和客户的现实需求,向客户免费赠送的道路救援次数高达22次。“一年救援22次,太多太夸张,有制造噱头抢占市场之嫌。”一位业内人士表示,

增值服务在推出初期的兑现频率较低,但随着消费者的结构和渠道理念的变化,部分地区和分公司已经出现增值服务兑现频率持续走高的趋势,一旦养成消费习惯,增值服务可能会成为车险业务不可忽视的重要成本。“在服务方面,不要夸海口,要有长远考虑。”上述人士表示。

同时,车险综改后仍有部分违法违规行为抬头,而且手段更为隐蔽。除了常见的违规套取费用、赠送消费者合同外利益等行为,部分保险公司还通过非车险产品如驾乘意外险等高风险产品补贴车险业务,扰乱市场秩序;还有公司通过扩大理赔损失,向车商修理厂进行利益输送,变相提高手续费,违规手段更加隐蔽。

对此,监管部门指出,对违法违规行为保持高压态势。银保监会相关负责人表示,今年监管机构还将开展车险专项检查,后续的研究和措施都会跟上,险企必须彻底摒弃违规经营的侥幸心理,通过费用并轨业务的惯性,树立适应新发展理念。

工业品期权丰富企业风险管理体系 夯实产业转型升级之路

■本报记者 王宁

2017年豆粕期权在大商所上市,拉开了国内商品期权上市的帷幕,随后铁矿石期权、液化石油气期权、聚丙烯等3个合成树脂期权同日上市,工业品期权市场进入“快车道”。

虽然工业品期权起步相对较晚,但随着工业企业对个性化风险管理工具需求不断提升,铁矿石、化工期权一经上市便受到产业和广大投资者的关注。数据显示,去年大商所工业品期权日均成交量、持仓量分别为8.61万手和28.81万手,法人客户持仓占比均超过60%。可以看到,工业品期权在完善企业风险管理体系、夯实产业转型升级的进程中已崭露头角。

铁矿石期权:构建最完整衍生品体系

2013年10月份,铁矿石期货在大商所挂牌上市,经过5年多稳健运行和持续发展后,在2018年实施引入境外交易者业务,同年年底大商所上线了铁矿石和合成树脂化工品种的场外商品互换业务。此后随着铁矿石期权上市,国际三大衍生品工具——期货、期权、互换在铁矿石品种上齐备,铁矿石也成为国内首个衍生品工具齐备、打通境内外衍生品市场的品种。

“2020年全球疫情暴发,铁矿石价格强势上涨,产业主体避险需求

增强,铁矿石期权交易规模提升。”

中信期货相关业务负责人向《证券日报》记者表示,铁矿石期权与期货互为补充,有助于丰富交易主体的风险管理手段,降低市场整体运行风险,优化投资者参与结构,也有助于市场为铁矿石产业的中下游企业开发出量身定制的风险管理产品。记者了解到,面对去年频繁波动的铁矿石市场,本钢集团北营钢铁有限公司(下称“北营钢铁”)通过中信期货开展了期权组合策略。作为北营钢铁控股子公司的北营钢铁是东北地区最大的线材生产基地,去年上半年受疫情影响,铁矿市场先抑后扬。在钢材销售不畅的情况下,北营钢铁的铁矿库存跌价压力增大。公司根据当地企业复工复产、港口库存、加工利润及下游需求等因素,判断铁矿供应或将逐步恢复,终端需求短期内难以形成强支撑,趋于震荡或下跌。因此,企业决定采用熊市价差策略为铁矿库存进行保值。

北营钢铁相关人士向《证券日报》记者介绍说,公司定位于对铁矿石现货库存进行套期保值,在去年4月9日起陆续开展熊市价差组合交易,具体策略是:卖出2009期权合约540吨,买入560吨的看跌期权,权利金成交均价30.13元/吨;同时买入2009期权合约570元/吨-590元/吨的看跌期权,权利金成交均价41.49元/吨。当时,期货2009合约价

位约在600元/吨-700元/吨区间。

“若期权到期不行权,企业认为项目期内若铁矿石价格下跌,以此构建的熊市价差组合将会有所收益,用以抵补铁矿现货库存下跌的损失。若期权到期行权,在期权合约到期日之前,如果期货价格跌至540元/吨-560元/吨以下,在被执行的情况下,企业将形成540元/吨-560元/吨的期货多单,获利30元/吨,用以抵补损失。若期货价格在590元/吨以上,企业将获得30.13元/吨的权利金收入,同时形成570元/吨-590元/吨的期货空单,锁定现货库存的货物价值。”北营钢铁相关负责人表示。

据介绍,该公司自2014年起逐步参与期货市场,通过对期现和基差走势的研判,进行周期性套期保值,并实现动态库存管理。为进一步增加收益和对现货头寸实现保护,公司从2015年开始增设期权研究团队,并在2020年初完成场内期权开户,截至去年底累计持仓超过1000余手,累计交易量已达1000余手。

化工期权:助力化工行业转型升级

记者获悉,在目前的62个场内商品期货品种中,有18个品种推出了商品期权。虽然起步晚,但部分期权品种得益于标的期货市场成熟发展和

产业企业的深度参与,上市以后迅速被产业、市场各方广泛接受,市场参与度与运用程度快速增长。

这一特点,在聚丙烯等3个化工期权上表现得较为明显。作为三大合成树脂产品的聚丙烯、聚氯乙烯和线性低密度聚乙烯,一直是我国期货市场“横范”品种,实体经济对衍生工具的充分认识、参与并形成的成熟套保模式,为期权工具发挥应用功能和价值提供了宝贵的产业土壤。据大商所数据,去年3个化工期权法人客户持仓占比均超过60%。

总部位于宁波的大型化工贸易商中基石化正是期权“产业大军”的一员。在该公司研究总监王林看来,3个化工期权上市以来运行状况良好,为企业提供了全新的风险规避工具。由于化工期权合约的设计科学合理,再加上市场各方的广泛参与,使得化工期权都有较好的成交规模,为企业参与套期保值提供了流动性基础。

“3个期权上市以来,我们已逐渐将部分原本在期货上进行套期保值的头寸,转移到期权上进行套保,这相对于传统的期货套保往往会有更高的收益。”王林表示。

他举例说,去年底化工期现价波动频繁,11月份至12月份的时间,线性低密度聚乙烯期货主力合约L2015价格波动幅度达9%。12月25日,公司在L2105合约价

格为7870元/吨时,以单价365.5元/吨卖出了行权价为7900元/吨的L2105看涨期权,对已有的期货套保空单进行置换,以保证在市场行情出现上涨时,期权的亏损会低于期货空单的亏损,从而优化原有套保头寸。

今年1月22日,该笔期权交易在L2105期货价格为7730元/吨时以230元/吨的权利金单价平仓离场,并在盘面7750元/吨时换回了期货空单,平仓时期权盈利135.5元/吨,而当初的期货空单盈利120元/吨。相比之下,本次置换后每吨盈利多出15.5元。总的来说,利用期权卖权对多/空单进行置换,主要是利用期权的时间价值对期货头寸进行优化,在特定行情下这类操作可以扩大企业的盈利。王林同时强调,由于期权卖权具有有限盈利的特点,这类置换的总体规模应该进行合理控制,避免在大幅波动中出现一定的交易风险。

去年3月底大商所同步上市液化石油气期货,期权同样为市场关注。贸易商重庆寰孚商贸公司在液化石油气期货上市后不久就做了期权套保。“对企业来讲,相比于此前只有单一的期货或期权品种上市,产业一下子有两个衍生品避险工具,会有更多企业愿意主动参与进来。”该公司相关负责人表示,大商所推出液化石油气期货,期权对行业的影响很大,企业愿意用期货价格来确定现货价格,这将使现有定价公开透明。

周宇航谈弘康人寿2.0:数字化重构经营模式 让保险更贴近其“灵魂”

■本报记者 苏向泉

2021年,是“十四五”开局之年,在《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中,“保险”被提及15次。“十四五”期间,保险将发挥怎样的作用?在“高质量发展”的要求下,科技如何重塑保险价值链?带着诸多问题,《证券日报》记者近期专访了弘康人寿副总经理周宇航。

谈及未来的经营策略,周宇航表示,公司将秉承“保险姓保”理念,以客户为中心,深化数字化转型,以互联网思维进行经营层面的整体创新,重塑产品、运营、业务模式,推动保险价值从传统的经济补偿升级为防灾止损,让保险更贴近其“灵魂”。

互联网思维重塑业务模式

疫情期间,“互联网+保险”的模式受到极大关注。中国保险行业协会指出,疫情将加速驱动保险业线上化转型。未来,“互联网+保险”存在哪些挑战与机遇?

弘康人寿自成立以来,就被行业誉为“最彻底的互联网寿险公司”,凭借“互联网优先”的战略优势实现突围,其在寿险互联网化领域的护城河优势近年来逐渐显现。

在周宇航看来,“互联网+”时代,消费者对保险的认知更强。“消费者的保险需求天然存在,卖保险并非难事,难的是如何通过产品和服务应用,满足消费者不断变化的保险需求,场景化应用也给保险公司带来了更大挑战。”

基于上述认识,弘康人寿正在进行以客户为中心的数字化转型,从客户体验的细节入手,按照全产品、全场景、全生命周期来进行模式设计,重塑保险产业价值链,把保险交易的低频变成保险服务的高频,打造集“数字化运营、数字化经营、数字化风控”为一体的创新模式。

目前,弘康人寿自主研发的数据服务平台“容易联”已上线运营,该平台通过连接保险公司、渠道和其他合作机构,深度挖掘、洞察客户需求。同时,弘康人寿探索推出了保险账户形态,将个人的保险保障进行账户化管理,以对保障情况做到实时追踪和了解。

“提升效率,降低成本,拉近和消费者的关系,让消费者更好的得到服务。”在周宇航看来,这是线上线下相结合的目的。2020年,弘康人寿线上服务超过134.3万人次,所有保全项目实现100%线上化。

探索“保险+”新型生态

在深化“互联网+”内涵的同时,弘康人寿也在拓展其外延。

我国“健康中国行动”提出推动“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变。银保监会此前下发《健康保险管理办法》,鼓励保险公司将健康保险产品与健康管理服务相结合,以实现降低健康风险减少疾病损失的目标。从产品端向服务端,保险行业如何更好地服务“健康中国行动”,有益的探索成为当务之急。

对此,周宇航认为,保险本质上是对未来不确定性风险担忧的一种解决方案。“保险姓保”但未必姓“赔”。客户和险企本质上是利益共同体。因此,未来的保险应该趋向于服务型保险,即以经济补偿走向防灾止损。如此,保险的边界将得以拓展,保险的价值会从纯粹财务替代升级为服务替代。保险从一种金融工具变成社会化服务的一种支付手段。”

谈及如何实现保险价值的升级?周宇航表示,弘康人寿正在探索通过“保险+”的方式,拓展保险的边界服务,打造新型行业生态。在弘康人寿的“保险+”生态圈中,保险公司是资源“整合者”或“采购者”的角色,通过专业能力输出,满足客户多样化保险需求。

“过往的保险和外界交互相对较少,以健康险为例,出险后险企对客户进行经济补偿,这是传统保险的特点。但其实,保险可以成为连接个人、家庭、医疗系统、支付系统等各方的纽带,可能会和大医疗、大养生、大健康之间建立深层次连接。”周宇航如是说。

在这种前瞻经营理念下,弘康人寿创新推出“重疾不重”重疾产品。今年2月份以来,弘康人寿向公众免费赠送疫苗保险,已送出疫苗保险近2万份,累计保额超20亿元。

聚焦本源推动价值转型

近年来,在“保险回归保障本源”的政策导向下,头部险企纷纷调整业务结构,压缩短期趸交、理财型业务,加大长期期交等偏保障型业务。2021年政府工作报告也强调,要提升保险保障和服务功能。

弘康人寿去年已对业务结构进行全面优化。周宇航向记者表示:“我们响应监管号召,主动压缩分红险等规模型业务,转向高价值业务,结构调整后,公司内含价值和高品质保费大幅增长。”2020年,弘康人寿保障险平均理赔保额22万元,位居行业首位,价值型业务同比增长208%,创造公司新纪录,健康险保费同比增长77%,实现连续8年盈利。

不过,转型难免面临外界质疑和压力。对此,周宇航直言:“我们不会畏难止步,转型符合保险业发展客观规律,符合监管导向,也符合公司战略要求。我们将坚定、持续地加大高价值业务比重。公司不同阶段战略不同,现在进入弘康人寿2.0阶段,2.0增长速度可能没那么快,但要把经营、价值做扎实。”

在专访最后,周宇航向记者透露了他对公司的终极发展愿景:“希望弘康人寿可以融入老百姓生活中去,公司的产品和服务未来能成为老百姓生活方式的一部分。我们会一步一个脚印朝着既定方向转型发展。也请社会各界放心,我们经营得很稳健。”