

# 券商加速优化资管业务结构

## 前5个月新增产品备案同比增19%，主动管理规模稳步提升

■本报记者 周尚仔

在大集合管理业务操作指引等一系列政策推动下，当前券商资管面临着全面转型。资管新规过渡期虽延长至2021年，但随着“一行两会”监管的深化，商业银行理财子公司的开业以及保险资管公司的加入，“大资管”时代行业的竞争日趋激烈，目前券商资管规模已逐步下降至8.55万亿元。

券商资管产品发行方面，今年前5个月，新增956只券商资管产品备案，同比增长18.76%。业绩方面，从券商集合理财产品方面来看，有数据可查的4298只产品的平均收益率为1.46%，其中有3056只产品保持正收益，占比为71.1%。

### 通道业务持续压缩 主动管理规模稳步提升

中国证券投资基金业协会(以下简称“中基协”)公开信息统计显示，2021年前5个月，新增956只券商资管产品备案，较去年同期增加151只，同比增长18.76%。

同时，在资管新规落地两年多的时间里，券商资管规模逐步下降。中基协最新数据显示，截至2020年四季度末，基金管理公司及其子公司、证券公司、期货公司、私募基金管理机构资产管理业务总规模约58.99万亿元，其中，证券公司及其子公司私募基金资产管理业务规模8.55万亿元，较三季度末减少0.95万亿元。记者以此计算，券商的资管总规模占基金管理公司及其子公司、期货公司、私募基金等资产管理机构总规模的14.49%。

当前，券商资管通道业务持续压缩，主动管理规模不断扩大。从主动管理规模占比方面来看，中基协发布的最新资管业务月均规模前20强数据显示，在16家有数据可比的券商中，有13家券商主动管理资产月均规模占其资

管月均总规模的比例均超过50%，其中有8家的占比均超过70%。中金公司主动管理资产月均规模占其资管月均总规模的比例为94.34%，位列第一；其次是中泰资管，占比为80.99%；广发资管排名第三，比例为79.88%。

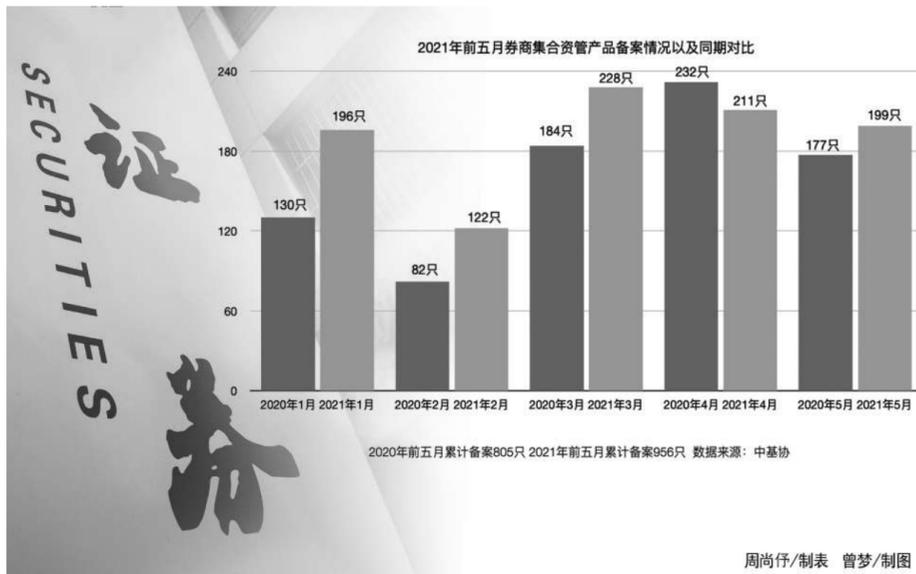
在居民财富管理需求持续高涨、数字化浪潮强势来袭、行业创新不断涌现的背景下，中国财富管理行业正迈向全新发展阶段。当前，证券行业服务居民财富管理能力提升，财富管理转型初见成效。

据《证券日报》记者了解，当前不少券商为充分把握资产管理业务的发展机遇，正在加速优化资产管理业务结构。今年以来，已有中信证券、中金公司、中信建投、华创证券、国金证券5家券商拟设立资管子公司，大力发展资管业务。不少券商设立资管子公司的意图之一就是拥有一张公募基金牌照。就在近期，5月18日，证监会核准山西证券通过设立山证(上海)资产管理有限公司从事证券资产管理、公募基金证券投资管理业务。

粤开证券首席策略分析师、行业组负责人陈梦浩在接受《证券日报》记者采访时表示：“在资管新规的引导之下，券商通道业务占比持续减少，主动管理资产规模稳步提升，资管业务的内部结构不断优化。一方面，当前居民财富搬家，居民储蓄正在向投资转移，公募基金市场表现活跃，大力发展公募基金已经成为券商提升资管规模的重要手段之一。另一方面，券商可以发挥自身优势，利用自身资源禀赋和投研优势，与经纪、投行条线协同合作，丰富资管业务的资金来源，开展衍生品相关的创新型业务。”

### 券商集合理财产品 业绩表现可圈可点

近年来，券商集合理财产品发行



周尚仔/制表 曾梦/制图

规模虽然呈现下降态势，但由于券商具有“天生”的投研优势，其业绩表现依然可圈可点。

从券商集合理财产品的收益率表现来看，东方财富Choice数据统计显示，2021年前5个月，有数据可查的4298只券商集合理财产品的平均收益率为1.46%。在市场行情波动加剧的背景下，券商产品整体收益率表现还算不错。有3056只产品保持正收益，占比为71.1%。

从各产品类型的平均收益来看，前5个月，有数据可查的210只股票型券商集合理财产品的平均收益率为1.83%，“国信证券鼎信2号科创板战略配售”的收益率最高，达到119.17%。有数据可查的1059只混合型集合理财产品平均

收益率为1.66%，有4只产品的收益率超过100%。2368只债券型产品在前5个月的平均收益率为1.4%，总体来看，债券型产品的收益表现差距较大。

据《证券日报》记者了解，近两年，FOF型产品表现一直不俗，在向财富管理转型的大背景下，各家券商结合自身优势，转型发展，加紧布局FOF等多元化产品，以满足投资者的个性化需求。据Wind数据统计显示，2021年前5个月，297只FOF型产品的平均收益率为1.97%，其中有245只产品收益率为正，占比为82.49%，业绩表现抢眼。

对于券商FOF型产品的配置情况，一家上市券商资管部投资总经理在接受《证券日报》记者采访时表

示：“当前，市场板块轮动变化比较快，我们维持配置优秀全行业基金为主的策略，底层标的目前除了布局之前看好的消费、医药、科技等板块外，还持有了一些顺周期板块的股票。”

对于国内券商资管业务转型，陈梦浩进一步向《证券日报》表示：“当前行业竞争较为激烈，对于头部券商而言，其品牌认可度高、客户资源雄厚、综合实力强，可以设置多元化的资管产品，通过客户画像等数字化手段，提供个性化、定制化的高质量资管服务，实现全产业链发展。对于中小型券商而言，可以着眼于细分市场，结合自身优质资源，深耕特定地域或业务条线，建立特色资管产品，打造特点鲜明的品牌效应。”

# 个别银行夸大理财产品收益率误导投资者 专家称业绩比较基准或将面临整改

■本报记者 彭妍

随着理财子公司逐渐发展壮大，中外合资理财公司纷纷设立，理财产品数量和规模不断攀升，相关配套政策的出台也显得尤为重要。银保监会近日正式发布了《理财公司理财产品销售管理暂行办法》(简称《销售办法》)，对理财公司发行的理财产品销售各环节进行了严格规范。

《证券日报》记者走访多家银行网点了解理财产品销售情况时发现，为了吸引投资者，个别银行和理财公司在展示业绩比较基准时存在误导行为，导致投资者很多时候把业绩比较基准当作预期收益。

### 个别银行不当展示业绩基准

在公开征求意见5个月后，银行理财产品销售新规终于落地。与征求意见稿相比，《销售办法》适用范围扩大。值得注意的是，《销售办法》进一步完善了禁止性规定。在原来18条禁止性规定的基础上，完善补充第3条，

新增禁止“单独或突出使用绝对数值、区间数值展示业绩比较基准”。

对于监管这项规定，多家银行理财经理在接受《证券日报》记者采访时表示，此次出台《销售办法》并非绝对禁止展示业绩比较基准，而是为了防止销售机构和相关人员变相宣传预期收益率，即将过往收益作为下一期产品宣传的噱头。

建行某支行的客户经理对记者表示，银行理财面临转型，从原来预期收益转为业绩基准比较利率，但实际上很多客户并不了解，有的银行为了突出展示收益，特别在显著的位置上凸显或者是单独与客户强调，这可能误导客户。所以为了整顿销售市场，监管对这一条的规定更加规范，同时也是为了保证客户的权益。

某股份制银行的理财经理也表示，有些银行为了过度宣传收益，会将产品过往运行收益替代业绩比较基准，以此误导投资者。

与此同时，《证券日报》记者在走访调查中也发现，个别银行理财产品在销售过程中仍存在误导的现象。

在一家股份制银行网点，记者在银行理财产品推介上发现，产品显示的收益率五花八门，包括成立以来参考年化收益率、本投资周期参考年化收益率、上期参考年化收益率，而且会在特别显著的位置上凸显某个时间段内的产品运行收益情况或单独使用绝对数值展示业绩比较基准。比如，有一款产品用“成立以来年化收益率”来展示，该款产品成立以来年化收益率是4.38%，看起来挺高的，但是仔细查看产品近期的收益率会发现，业绩比较基准仅3.5%。

### 业绩比较基准或将面临整改

“资管新规”出台后，预期收益型产品逐渐退出市场，但理财客户追求更大收益的需求并未消失。从业务角度来看，在不承诺保本的前提下，绝对数值型和区间数值的业绩比较基准有利于银行及理财公司在过渡期稳定投资者预期，同时稳定理财客户群；从监管角度来看，这两类业绩比较基准不利于产品的净值化转型和金融风险的

释放。《证券日报》记者在采访中了解到，部分理财产品的到期收益率不及业绩比较基准的情况并不少见。业绩比较基准未能实现，除了受金融市场波动影响外，也不排除个别银行为了吸引投资者制定较高的业绩比较基准。

某银行内部人士对记者表示，尽管业绩比较基准并不代表最终收益，不少投资者依旧以业绩比较基准的高低来选择理财产品，这会导致理财公司将收益率尽可能最大化，制定较高的业绩比较基准，在此情况下，如果市场行情出现波动或者底层资产不良，就会导致实际收益率不及业绩比较基准。

招联金融首席研究员董希淼在接受《证券日报》记者采访时表示，此次理财产品销售规定中，增加了对“单独或突出使用绝对数值、区间数值展示业绩比较基准”的禁止性要求，并非绝对禁止展示业绩比较基准，而是理财机构宣传业绩表述应当解释清楚业绩比较基准的“选择理由、测算依据或计算方法”，做到有理有据。

在董希淼看来，为了避免误导投资者，一方面，理财公司在这方面要进行整改，投资人很多时候把业绩比较基准当作预期收益。另一方面，这有助于促进理财产品净值化转型，打破刚性兑付的预期，跟资管新规的要求是一致的。所以，下一步多数的理财公司都要进行整改。

某国有大行的理财经理告诉《证券日报》记者：“未来银行理财产品的业绩比较基准可能直接用净值方式的形式去显示产品的现状，向公募产品的宣传方式靠拢。以此增强产品信息透明度、保障投资者知情权。由于办法规定刚出来，对于后面如何执行，我们还要等相关的政策细则。”

需注意的是，对理财公司而言，业绩比较基准形式的改变，并非简单地表述方式进行修改，后续还将进行持续的投资者教育。而投资者在理财产品选择上也应更加谨慎，可以从银行资管能力、资管规模、历史业绩、存续产品底层资产质量、业绩表现等方面进行考量，结合自身的风险承受能力进行发行机构选择、产品选择。

# 存款利率自律管理见效：年中时点银行揽储利率不高热情高

■本报记者 刘琪 刘萌

日前，市场利率定价自律机制(简称“利率自律机制”)工作会议在北京召开。会议强调，要持续发挥利率自律机制重要作用，推动金融更好服务实体经济。要优化存款利率监管，加强存款利率自律管理，引导金融机构自主合理定价。

如今临近年中时点，银行迎来存款考核压力。在此节点上，银行利率执行情况如何?《证券日报》记者6月2日以储户身份走访了北京地区多个银行网点一探究竟。

### 存款利率差别不大

6月2日，在东城区某城商行网点，大堂经理告诉《证券日报》记者，目前该行20万元和50万元三年期大额存单年利率分别为3.8%和3.85%，近期存款利率基本不会有变化。不过，本月对于“新用户”会赠送空调被等家

纺产品。而对于“新用户”的定义，这位大堂经理表示“只要不是本行到期产品续存，从其他银行转过来的资金都算‘新用户’”。

记者注意到，多家银行网点对于“新用户”都格外照顾。某股份制银行网点大堂的宣传栏用大号的红字写着“定期存款，3年期新用户年利率3.75%，5万元起存”。该行大堂经理表示，与老用户存款产品最高年利率为3.7%相比，新用户近期来存款很合适。

在另一家股份制银行网点，理财经理介绍，当天，该行推出大额存单“新资金”三年期产品秒杀活动，年利率4.0%，50万元起存，额度有限，需要抢购。此外还有20万元起存的三年期大额存单，年利率为3.9266%。“虽然监管叫停了‘靠档计息’，不过大额存单如果不全额提前取出，剩余资金还是按照合同利率执行，同时大额存单可以线上转让，和其他存款产品相比还是更有优势的。”这位理财经理补

充道。

从记者走访的总体情况来看，无论是定期存款还是大额存单，利率差别并不是太大。此外，民营银行的高息存款产品已难觅踪影。《证券日报》记者昨日在某民营银行App中看到，一年定期的存款产品年化利率为2.1%，5年定期的存款产品年化利率为4.55%。而且，上述产品虽然都支持一次性全额提前支取，但是仅按支取日该行挂牌的活期储蓄存款利率计息，不存在“靠档计息”的情况。

### 中介违规现象犹存

近年来，中国人民银行(下称“央行”)高度重视存款管理，去年3月份发布了《中国人民银行关于加强存款利率管理的通知》，要求金融机构严格执行存款利率和计息资金管理规定。同时，央行指导利率自律机制，对存款利率进行行业自律管理，维护存款市场秩序竞争。

从成效来看，央行在2021年第一季度中国货币政策执行报告中表示，“目前，各金融机构的周期付息型存款产品已基本整改完毕。绝大多数地方法人银行已停办异地存款，异地存款余额正有序压降”。此外，银行结构性存款也保持收缩态势。

但是，仍有一些违规现象“冒头”。近年来，监管层多次明令禁止“通过个人或机构等第三方资金中介吸收存款”。但是《证券日报》记者注意到，目前，仍有资金掮客活跃。“山西某农商行，1个亿，单户下周一进，存3天，价高”，资金掮客小李(化名)6月2日在微信朋友圈发布了这条消息。近期，小李发布信息涉及的单笔揽储金额均在千万元至亿元级别。

记者走访过程中，某股份制银行工作人员表示：“大中型银行相对好一些，城商行、民营银行等揽储难度大，因此有时还是有涉嫌违规的情况。我们地区前段时间就有城商行高息揽储

被银保监会叫停的情况。”

“近年来，金融管理部门在存款利率监管方面采取了较多措施，取得明显成效，比如对结构性存款的监管，4月末结构性存款余额较去年同期几近腰斩。但是，目前仍有少数机构‘擦边球’”，招联金融首席研究员董希淼在接受《证券日报》记者采访时表示，对于如何进一步优化存款利率监管、加强存款利率自律管理，他表示，一是要加强对互联网存款的监管，二是要继续加强结构性存款的监管，三是要加强对靠档计息存款产品的整治。

董希淼进一步表示，加强存款利率自律管理，有助于引导银行合理、理性发展存款业务，适当降低负债成本。银行的贷款利率往往受制于负债成本，因此降低负债成本有利于推动银行降低贷款利率，进而降低企业实际融资成本，对于缓解中小微企业融资难、融资贵，更好地服务实体经济都具有积极意义。

## 热点关注

### 又见百亿元 爆款“日光”基金

#### 东方红启恒“二次首发” 募资超四百亿元

■本报记者 张志伟 见习记者 余俊毅

作为中间业务的一类，基金代销业务为不少银行贡献了可观的非息收入。与保险、券商等各类金融机构相比，银行一直是代销基金的“主力军”。

今年以来，随着市场的大幅震荡，银行代销基金的情况明显降温。5月28日，基金发行市场再现久违的爆款“日光基”，业内人士认为，该基金之所以能获得投资者的追捧，一方面是投资者对基金公司及其基金经理的认可；另一方面也与渠道的大力营销有一定关系。

### “二次首发”基金成为爆款

5月28日，东证资管张锋管理的东方红启恒三年持有基金开放申购，由于募集过于火热，东证资管在当天下午快速发布了停止接受申购申请公告，最终募集资金超400亿元。不仅如此，收盘后，东证资管发布对东方红启恒B类份额申购申请采用“比例确认”方式的公告称，管理人决定对东方红启恒B类份额2021年5月28日新增规模上限为150亿元人民币，由于当日新增规模已超过150亿元，基金管理人将对5月28日的申购申请采用“比例确认”的方式给予部分确认，未确认部分的申购款项将根据业务规则退还给投资者。

东方红资产管理人士表示，东方红启恒设定三年持有周期，目的在于引导投资者规避追涨杀跌，实现长期持有，力争将产品收益更完整地转化为投资者实际收益；同时又给予投资者申购和加仓的机会，方便投资者积累基金份额、平滑投资成本。

“我早就知道东方红这款基金要开放申购了，这款基金业绩很好的。客户经理告诉我早点抢份额，虽然我第一时间就买入了，但最后时候只抢到了五分之一的份额。”某银行客户对《证券日报》记者说。

记者注意到，早在该基金开放申购的几天前，包括招商银行、交通银行、建设银行等在内的各大银行的理财经理便开始在朋友圈为该产品首发预热。

某股份制银行客户经理对《证券日报》记者表示：“春节后客户对于基金的投资热情明显下降，但总体来说并未出现频繁赎回基金的现象。不少客户开始选择抢购大额存单、国债等收益相对稳定的产品。对于这种‘二次首发’的知名基金，或者是长期持有的封闭式基金，依然受到客户的认可和追捧。”

记者了解到，所谓的“二次首发”基金，是指对于已经发行并且成立的基金产品，封闭一段时间后再次开放申购。同时基金管理人和代销渠道达成协议，把这只老基金以新基金发行的规格在渠道进行一次大规模的集中宣传和营销。

### 近期封闭式基金更受欢迎

记者注意到，近两个月，在基金发行与销售整体遇冷的情况下，一些封闭式基金销售不错。比如，汇添富消费精选两年持有募资近80亿元，泓德睿源三年持有期混合在四天内完成募集，首募规模超46亿元。

上述股份制银行客户经理对记者表示：“长期封闭式基金比较火的原因：一是设立长期封闭式的基金产品都是本身比较有实力的基金公司。二是因为银行客户在投资基金的理念上大多都是长期持有，并不会因为短期波动而出现恐慌情绪，因此也更偏爱此类基金。”

头部银行和互联网金融平台是目前基金代销的主渠道，但它们的客户群体却有一定差异。琢磨金融研究院院长姚杨对《证券日报》记者表示，商业银行服务的基金客户，特别是基金认购、申购量较大的主流基金客户，大部分是中青年及以上的人群，主要年龄分布以30—55岁为主。而且往往客户客单价较高，与银行网点的互动黏性较大，受银行客户经理影响较多。而电商巨头的互联网金融平台中，主要服务的客户群体以35岁以下乃至30岁以下的年轻客户为主，多数为新基民，在2020年市场整体的赚钱效应以及新媒体的影响下，他们开始接触并接受了认购公募基金产品这一理财方式。