

9家券商年内抛再融资方案 拟募资额合计不超1083亿元

■本报记者 周尚仔

上半年,券商业绩延续了亮眼的增长态势。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。据《证券日报》记者统计,今年以来,已有9家券商抛出再融资方案,拟募资额合计不超过1083亿元。

对于券商的再融资,大股东的态度截然不同。配股方面,券商大股东都承诺将全额认购或已履行;而定增方面,不少券商大股东保持沉默,或直接选择不参与。对此,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:“因为现在市场整体上行行情相对低迷,而券商股表现也不佳,所以不少券商定增募资出现了缩水。大股东等特定对象投资者在投资选择时相对比较谨慎。”

自营、信用两大业务 成定增募资最主要投向

近日,长城证券抛出了不超100亿元的定增预案,新三板挂牌券商粤开证券抛出了不超150亿元的大额定增预案。至此,今年以来,共有国联证券、国海证券、东兴证券、长城证券、粤开证券等5家券商抛出定增方案,拟募资额合计不超过470亿元。

从定增募资投向来看,长城证券拟投入不超过50亿元用于资本中介业务,不超过25亿元用于证券投资业务,不超过25亿元用于偿还债务。粤开证券则拟投入不超60亿元用于投资与交易类,不超40亿元用于信用交易业务,不超10亿元用于资产管理业务,不超40亿元用于偿还次级债及其他债务。

从业务结构来看,自营收入已经

超过经纪业务,成为证券公司第一大收入来源,券商在不断加大对自营业务的投入。5家抛出定增方案的券商在募资投入中都“瞄准”自营业务,合计拟投入185亿元,占总募资比例为39.36%。其中,粤开证券表示:“与上市券商相比,公司固定收益类业务仍存在较大的提升空间。”

同时,“补血”信用交易业务,扩大融资融券业务规模已成为当下各家券商争相发力的重点。融资融券、股票质押等资本中介业务是证券公司发挥其金融机构中介角色的主要体现,不少券商对信用业务发展方向与目标进行了重新定位,在保证合规风险可控的前提下,稳步扩张业务规模。5家抛出定增方案的券商合计拟投入170亿元用于信用交易业务,占总募资比例为36.17%。

除了补充公司资本金、发展业务外,粤开证券、长城证券定增的募集资金均有部分用于偿还债务,这引起不少机构及投资者的关注。面对投资者的“拷问”,长城证券表示:“截至3月31日,公司合并报表资产负债率为68.76%,本次非公开发行完成后,公司的总资产、净资产及净资产规模将相应增加,资产负债率将随之下降,资产负债结构将更趋合理。”

募资“缩水”或是“足额” 取决于大股东是否参与

大股东对券商再融资的参与程度,似乎决定了券商是否能足额完成募资。

据《证券日报》记者了解,西部证券今年完成定增,足额募资75亿元,其控股股东、实际控制人陕投集团直接参与了认购。而相比之下,年内已实施定增的浙商证券、天风证券就没有这么“幸运”,实际募资额均大幅度“缩水”,两家



上市券商的大股东均未认购。从最终募资额来看,浙商证券、天风证券预计募资额分别为100亿元、128亿元,而实际募资额仅为28.05亿元、81.79亿元。

或许是受上述两家券商定增募资额大幅“缩水”的影响,长城证券的三大股东明确表达了认购定增股份的意愿,三大股东将不参与本次发行定价的市场竞价过程,但承诺按照市场竞价结果与其他投资者以相同价格认购。若本次发行未能通过竞价方式产生发行价格,则长城证券控股股东华能资本、第二大深圳能源同意以发行底价作为认购价格参与认购,而第三大股东深圳新江南将不参与认购。

国海证券的定增也获得了大股东的支持,其控股股东、实际控制人广西投资集团拟出资不少于1亿元且不超过

12亿元认购本次定增股份,广西投资集团控股子公司中恒集团拟出资不少于2亿元且不超过3亿元认购本次定增股份,广西金投拟出资不少于3亿元且不超过8亿元认购本次定增股份。

而对于配股,券商大股东们“步调一致”,给予最直接的承诺并履行。今年以来,已有中信证券、东方证券、财通证券、东吴证券4家上市券商抛出配股预案,拟募资合计不超613亿元,并且4家券商的大股东均承诺全额认购再融资可配股份。从今年已实施完成配股的券商来看,红塔证券募资79.41亿元,认购比例高达99.39%,创券商配股认购比例新高;红塔证券控股股东云南合和(集团)、实际控制人中烟总公司控制的其他股东均履行了其全额认购的承诺。华安证券募资39.62

亿元,认购比例为99.11%,公司控股股东安徽省国有资本运营控股集团有限公司履行了其全额认购的承诺。

对于券商再融资中,部分大股东截然不同的态度,宝新金融首席经济学家郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示:“上市公司定增的对象是特定股东,如果这些股东不看好公司就不会积极参与认购。但是,配股的对象是现有股东,如果不参与的话,手中的股份将会被摊薄。同时,配股面向的投资者远比定增要多,一般来说,响应程度也较高。一方面,配股中,股东持股越多,摊薄也越多,有时候也是不得已而跟进。另一方面,配股操作流程快,不耽误资金使用,而定增有时周期太长,并且可能会失败,除非很看好后市,否则定增的股东未必有兴趣参与。”

上半年部分险企短期健康险赔付率剧烈波动 “惠民保”或将拉高行业赔付水平

■本报记者 冷翠华

根据银保监会要求,开展短期健康险的各家保险公司近期发布了上半年该项业务赔付率数据。《证券日报》记者梳理发现,从行业整体来看,短期健康险赔付率呈现明显的两极分化特点。从纵向对比来看,部分险企的短期健康险赔付率波动比较剧烈。

今年以来,风靡全国的“惠民保”成为继“百万医疗险”之后的又一网红产品。业内人士认为,短期健康险市场发展将继续保持较快速度,受“惠民保”扩展、医疗费用上升等多因素影响,其综合赔付率中概预计还将上行。(文中赔付率皆指的是保险公司个人短期健康险的综合赔付率)

4家险企今年上半年 赔付率出现了下降

通过梳理各险企短期健康险的赔付率,记者发现,去年综合赔付率超过100%的6家险企中,有4家今年上半年的赔付率出现了下降,有的降幅很大,呈现明显的波动性。

具体来看,和谐健康去年短期健康险的赔付率为102%,今年上半年下降

至98%; 华海财险去年赔付率为106.98%,今年上半年下降54.32个百分点至52.66%; 太平洋健康去年的赔付率为146.7%,今年上半年锐降85.4个百分点至61.3%; 安心保险今年上半年的赔付率为1.25%,而去年则高达112.26%。赔付率尚不足去年的“零头”。

上半年,赔付率继续走高的险企是上海人寿,其去年的短期健康险赔付率为154.57%,今年上半年进一步上升12.86个百分点至167.43%。

安心保险表示,赔付率变化较大的主要影响因素是再保后的已赚保费和综合赔款有较大差异。

根据公式,短期健康险的综合赔付率=(再保后赔款支出+再保后未决赔款准备金提转差)+再保后已赚保费。从已赚保费来看,安心保险今年二季度新单保费全部自留,同时适用于旧合同的退保保费仍然分出,两项因素使得今年上半年的分出保费率由去年的91%变为7%,从而提高了今年上半年已赚保费;从综合赔款来看,保险合同生效后并非立即发生赔付,即赔款的实际发生存在一定延后性,由于该司前期业务的分出保费率较高,故追回赔款率由去年的73%上升为今年上半年的85%。受这两项因素的综合影响,最终安心保

险今年上半年的个人短期健康险综合赔付率较2020年度有较大变化。如果剔除再保因素影响,其赔付率变化仍然较为稳定,去年和今年上半年赔付率分别为16.08%和26.45%。

对短期健康险赔付率的锐降,太平洋健康险回复《证券日报》记者称,该公司目前个人短期健康险业务规模较小,单件赔付会对整体赔付率产生较大影响,因此赔付率波动性较大。

还有险企表示,短期健康险赔付率波动较大,是因为部分险种具有一定的特殊性。例如,爱心人寿上半年的赔付率为48%,比去年的82%大幅下降了34个百分点,而其去年赔付率较高是因为部分产品的特殊性,排除两款种植牙医疗保险,其去年的赔付率为11%。

“监管机构要求险企一年两次公布短期健康险综合赔付率,也有让险企不断盘点、复盘业务并持续改善的用意。”普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾表示,在业务发展时间尚较短,规模高速增长阶段,不同统计口径、不同统计周期的数据就会呈现波动较大的特点,也是正常现象。

中国社科院保险与经济发展研究中心副主任王向楠对记者表示,短期健康险的市场经营环境变化快,产品

更新迭代也快,所以赔付率波动大。一家险企变更了几款主导产品的费率或续保政策,或大力开展了新型业务(如惠民保),或调整完善了准备金估计,均可能对赔付率产生较大影响。

行业整体赔付率 预计将进一步走高

健康险的赔付率应该在什么范围比较合理?对此,业界并无统一说法。也有业内人士指出,赔付率过高或者过低对险企经营来说都不是好事。

王向楠表示,对任意一家险企而言,如其短期健康险赔付率持续偏低,且消费者权益保护指标也较好,那么一定有其合理的创新之处;如果短期健康险赔付率持续偏高,但其整体综合成本率和偿付能力都处在正常区间,也无厚非,市场会进行调节。如果全行业的短期健康险赔付率持续上升,导致综合成本率超过,且这些成本没有其他方式有效补偿,则将影响行业经营的稳健性,此时,便需要对“游戏规则”进行调整。

业内人士认为,整体来看,短期健康险的赔付率可能进一步上升。例如,前几年短期健康险市场的“网红”代表是百万医疗险,而今年“惠民保”快速走

红,在全国多省市落地,这对短期健康险市场格局有较大影响。王向楠进一步分析道,目前,险企尤其是财险公司应当看到,短期健康险有从百万医疗险向“惠民保”过渡的趋势,百万医疗险的优势和吸引力在不断减弱。既然着眼“惠民”,并结合产品的设计特点,短期健康险的赔付率还会上升。

周瑾认为,目前“惠民保”处在高速发展、遍地开花的阶段,在此过程中难免会存在一些盲目性,以及做大保费的冲动,其条款设计是否合理,赔付率是否可控等都还有待完整业务周期的验证。

记者随机抽取部分财险公司查看其短期健康险综合赔付率,与去年相比,今年上半年多数公司赔付率有所下降,但仍处于较高水平。例如,国泰产险的赔付率由去年的87.18%降至今年上半年的51.25%。中原农业保险的赔付率由去年的99.62%降至78.26%。

一家再保险公司精算师表示,从赔付率发展趋势上看,重疾险和医疗险近年的赔付率都呈现上升趋势,这一趋势能否延续或加速,将对健康险业务的盈利能力构成潜在威胁。对险企来说,能否有效控制费用率上涨是其经营健康险面临的重要挑战。

手机App正成为银行数字化“角逐”平台 “人+数字化”经营业态成趋势

■本报记者 张志佳
见习记者 余俊毅

近年来,商业银行正在努力从传统零售银行向数字化转型,其业务的线上化发展已经成为趋势。在银行业务线上化的同时,客户体验以及智能化经营愈发受到重视。

《证券日报》记者注意到,随着用户消费习惯以及需求的变化,目前手机银行App功能正在不断完善,手机银行正成为传统商业银行业务线上化的重要依托。

头部网上银行App月活跃度 维持高速增长态势

App建设已经成为各金融机构数字化的发力方向之一。

中金公司研报显示,今年第二季度头部网上银行App月活跃度维持高速增长态势,疫情后的线上客户拜访、交易的趋势延续。

中国社科院金融所银行研究室主任

李广子对《证券日报》记者表示,整体来看,2021年,我国银行业迎来了手机银行迭代升级热潮。手机银行已经成为金融科技时代银行触达零售客户的主要抓手,近年来,银行在手机银行领域纷纷加大投入,对其功能进行升级,与应用场景实现深度融合,提升用户体验。

具体来看,按照活跃度指标划分,合计有5款App月活跃度超过5000万,合计有5款1000万日活量量级的App,分别对应工农中建招的金融类App,且维持高速增长态势。从线上流量的黏性来看,建行企业银行和农银e管家均保持较大优势,这反映银行机构在金融级场景构建而非生活类场景的较大优势。

从部分网上银行App的客户画像来看,中金公司发现,股份制银行客群消费水平高于大行,可能源自年轻客群更高的消费意愿;而自建场景类App客群消费水平更高,说明金融机构的优势在于金融场景构建。

对于银行线上业务未来发展的方向,招联金融首席研究员、复旦大学金

融研究院兼职研究员董希淼认为,目前的网上银行、手机银行等,已经能为客户提供大部分的非接触线上服务。但有三种模式还可以进一步发展。第一,智能客服,非接触银行不等于互联网银行,通过智能机器人、电话也可以与客户进行非接触沟通。第二,“家居银行”,现在数字电视网络非常发达,信号也很稳定,电视屏幕很大,观看体验良好。第三,供应链金融,要建立场景、技术、风险、监管四位一体的数字供应链金融网络,这是银行业务非接触化的一个重要着力点。

银行智能化经营 正加速发展

在银行加速线上数字化发展的同时,越来越多的银行也开始重视客户的体验感,依靠发展智能化服务来提升其核心竞争力。记者注意到,目前有不少银行已经开始采取“人+数字化”这种智能化经营业态,逐步引领数字化、智能化经营业态趋势。

比如,工行的手机银行就打造了“云网点”和“云工作室”,实现1.6万家网点、2.3万理财经理在线提供服务,不但能够提供在线投资指导,还可以通过手机银行申请、远程座席在线审核的形式,在线办理银行卡密码修改、借记卡挂失等原来需要客户临柜面签的复杂业务。

再比如,招行的手机银行打造了“小招理财顾问”服务,为客户配备专属的线上理财顾问,在线解答投资问题并提供投资建议、推荐产品。通过这些“屏对屏”服务,让“数据多跑腿,客户少跑路”,极大提升了客户办理金融服务的便捷性。

在银行线上化转型的过程中,手机银行App也推出了不少细分版本以满足不同群体的需要。比如大部分银行为了满足老年人的需求相继推出了大字体、大图标等多种手机银行版本,并支持用户自定义App首页功能选项,使用户感受到更为个性化、智能化的操作体验。

“银行发布众多细分版本背后的推动力有很多,但最重要的一点,就是

这样做可以更加有效地触达不同的客户群体,进一步提高客户群体的黏性。”李广子对《证券日报》记者表示。

从银行智能化的各业务发展方向来看,目前银行智能投顾市场发展十分迅猛。从2016年12月6日招商银行推出的“摩羯智投”开始,到工商银行的“AI投”、农业银行的“农银智投”,国内大型商业银行正在陆续发力深耕智能投顾领域,推出自己的智投业务模块。据不完全统计,截至2020年底,共有十余家商业银行正式上线了智能投顾产品。

普益标准研究员郑哲涵对《证券日报》记者表示,智能投顾实现了7x24小时的资产配置服务,在满足投资者的理财需求、为投资者提供自动化资产配置建议、提高投资效率的同时,释放了银行理财的人力成本,降低了银行的人力成本。此外,银行可以基于智投业务的结果为那些对资产配置要求较高的客户提供私人银行的服务体验。

基金定投成银行代销“香饽饽” 理财经理喊话: 做好长线投资准备

■本报记者 彭妍

近日,中基协发布销售机构公募基金销售保有规模百强榜单,银行“销售保有量之王”地位依旧稳固。

近期银行正在热销哪些基金产品?《证券日报》记者近日走访了北京地区多个银行网点,了解银行代销基金产品的情况。当记者提到有购买基金的意向时,绝大多数理财经理推荐记者用“基金定投”的方式购买基金,而曾经的明星基金开始不受理财经理“待见”。

“在选择基金产品,不应只看费率折扣,业绩好的基金,并不一定需要用费率折扣来吸引客户。”多位理财经理向《证券日报》记者透露,部分银行推出基金申购费率优惠活动,主要是针对一些销量不好或业绩不好的基金。一般首发基金、明星基金都没有费率优惠。

客户经理首推“基金定投”

在近日走访中,记者印象最深的莫过于理财经理对基金定投的推荐。在理财经理推荐基金定投的理由中,“行情震荡、分散风险、均摊成本”被提到的次数最多。

目前,理财经理力推基金定投与当下市场行情有一定相关性。“今年以来股市持续震荡,投资者风险偏好也会下降,选择定投可以分散风险,即便市场依旧是弱势,也可以摊低成本,享受行情震荡之下带来的长期理财收益。”某股份制银行理财经理对《证券日报》记者表示。

多家银行的理财经理认为,目前是投资基金定投的好时机。“近期购买基金的客户挺多。”另一家股份制银行的理财经理告诉记者:“上周基金净值回调使得目前投资基金定投更加便宜,也有不少客户选择了加仓摊低成本。”

前海开源首席经济学家杨德龙在接受《证券日报》记者采访时表示,基金定投受到力推的原因是可以一定程度上分散建仓的时点,从而降低风险,从而获得一个平均收益,但定投的收益可能没有一次性买人的收益高。下半年可配置两类基金,一类是新能源类的基金,另一类是综合性基金。

那么基金定投该如何“选基”?“建议大家在选择产品定投前,通过考察基金公司、基金经理、产品过往业绩等内容来选择是否投资该产品,选择长期上涨、高成长性、高波动性的基金定投;在选择基金定投时,应当为自己设立止损线和止盈线,并按照目标执行,做好长线投资的准备。”另一家股份制银行的理财经理在接受记者采访时表示。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对《证券日报》记者表示,投资者需要清楚,选择基金定投也不是什么基金都可以定投,一般定投的目标是ETF,也就是被动型基金。当前一些主动型基金的基金经理操作过于频繁,很难通过其基金定位来选择投资,有可能定投不能分散风险。被动型基金定投,首先要了解基金投资的目标领域,其次是基金费率,只要满足这两点,基金定投还是可以获得稳定收益的。

记者注意到,以往热门的明星基金不再受理财经理“待见”。近期,公募基金二季报陆续出炉,部分明星基金表现不佳。相反,一些中小规模基金表现不错,其中有基金收益率超过50%。

多位基金人士告诉记者,其主要的原因与今年行情属于典型的结构性行情有关。“不建议选择明星基金。明星基金的问题是规模较大,规模庞大的基金可能面临‘尾大不掉’的问题。当遇见市场拐点或者区域性风险时,不太好规避风险。”一家国有大行的理财经理对《证券日报》记者表示,在选择基金时更应关注基金经理投资风格和投资策略的变化,关注业绩的持续性。

购买基金不能“只看费率优惠”

作为基金代销主渠道之一的银行,除了通过电子银行渠道购买部分基金可享受折扣优惠之外,年内也有部分银行类基金代销机构对旗下代销的基金实施一折优惠费率,吸引了不少投资者。

多位理财经理对《证券日报》记者表示,“费率并非基金销售中最关键的问题,基金申购费率的优惠与基金的中长期收益相比显得有点微不足道。”

《证券日报》记者在走访中还发现,面对投资者的购买热情,银行客户经理在推荐产品的同时,不断强调做好长线投资的准备。

“今年以来股市持续震荡,在这种动荡的市场下,基金适合长期配置。把投资期限拉长才能获得比较平稳、比较可观的收益。”一家大型银行支行客户经理向记者表示,实现资产分散配置是关键所在,不要把资金集中到某一个投资渠道之中。在银行业内人士看来,下半年来,A股市场大概率进入震荡期,没有趋势性行情,但有结构性行情,他们更倾向于多元均衡配置。