

债券承销费率频现“地板价” 卖600亿元金融债券只挣6万元

■本报记者 包兴安

近年来,虽然监管部门持续加大对债券承销报价的约束取得一定成效,但债券承销费率“地板价”依然存在。为此,8月11日,中国银行间市场交易商协会发布《关于进一步加强债务融资工具承销报价规范的通知》,明确建立债务融资工具承销费率报备机制,将对承销费率明显低于行业公允水平的进行执业质量督导检查,引导市场规范有序竞争。

8月9日,广发银行公告显示,其600亿元金融债券项目中,申万宏源的中选费率为0.0001%,中信建投的中选费率为0.000133%、国泰君安、招商银行广州分行中选费率均为0.0002%;华泰证券、广发证券中选费率均为0.0003%。由此可见,6家中选主承销商报价水平仍然偏低,若按申万宏源的最低中选费率计

算,600亿元金融债券的承销费只有6万元。

巨丰投顾问投资顾问总监郭一鸣对《证券日报》记者表示,债券承销报价频频出现“地板价”,主要还是债券承销门槛比较低,同行之间属于完全竞争,加上承销商抢占资源、扩大规模等多因素所致。

中国银行间市场交易商协会表示,部分承销机构为抢占市场份额,低价恶性竞争的乱象,甚至低于成本展业,既扰乱市场秩序,也难以保证执业质量,让高技术含量、高价值的承销工作异化为获取市场份额的“通道业务”,既损害债券市场健康发展根基,也不利于金融市场改革深化。

事实上,近年来,债券承销费率持续走低。今年1月6日,6家券商中标中国铁投100亿元公司债券承销项目,承销费报价最低为0.01%,最高为0.03%;今年2月份,嘉兴银行发布2021年无固定期限资本债券承销服务项目成交公

示,中金公司以1万元报价成为成交候选人;去年,海南省发展控股有限公司的中期票据的中标承销费率远低于市场正常水平,低至十万分之三,即承销1亿元债券只收3000元承销费,预估承销费收入远低于其业务开展平均成本;更为夸张的是,去年,厦门特房集团发布债券承销中标公示,其承销费率只有千万分之一,1亿元债券只收10元承销费,而且还要两家机构均分。

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,近年来,债券承销机构之间竞争激烈,部分债券承销商重在参与,重在和客户建立联系,也有机构是为了冲规模提高市场占有率,对于盈利诉求不高;而有些承销商则认为,有些企业信誉良好,且多为续期,承销商尽调压力小,所以即使报价低,成本还是可以覆盖的。

为约束低价债券承销,相关部门已

出台多项政策,特别是今年4月7日,中国证券业协会出台《公司债券承销报价内部约束指引》,明确承销机构应当建立公司债券承销报价的内部约束制度,如果报价在内部约束线以下的,承销机构应当履行内部特批程序,然后在3个工作日内向协会提交专项说明原因。今年6月份,中国证券业协会就《证券公司公司债券业务执业能力评价办法》修订版征求意见,增加措施约束低价竞争,包括公司债券承销报价内部约束线指标和规范竞争指标,引导弱化对承销规模的过度重视,删除了公司债券承销金额指标;若项目质量恶劣能力评价将被扣分。

“部分承销机构低价恶性竞争,将造成风险意识下降,给债券市场带来潜在隐患。从行业角度看,应该继续加大约束,在市场化前提下,提升服务的质量;从监管角度看,因细化监管范围,出具具体指导意见。”郭一鸣表示。

多家上市公司投资信托公司 陆家嘴信托一年内获三次增资

■本报记者 邢 萌

正处于转型中的信托公司对上市公司的吸引力不断加强。

近日,民生信托股权变更事项获监管机构批复。上市公司洋河股份将从民生信托大股东手中受让约6%股份,上周末,宁沪高速宣布拟斥资近20亿元入股紫金信托,将成为其第二大股东。更早之前,中国建筑全资子公司中建资本受让国元信托逾36%股权,拿下第二大股东席位。

由于资本实力雄厚,近年来上市系信托公司展业优势越发明显,五矿信托、江苏信托等已跃居行业头部。引人注意的是,陆家嘴信托被大股东颇为看好,已获三次增资。

3家上市公司成为信托“准股东”

“本次变更股权将有利于公司完善治理架构,优化股权结构,对民生信托未来经营发展产生积极深远地影响。”民生信托相关负责人对《证券日报》记者表示。

为何大股东出让部分股权给洋河股份?该负责人表示,作为国有背景的上市公司,洋河股份在资本市场上有较高的美誉度和影响力,其入股将有利于提升民生信托风险应对能力,实现长期稳健发展。

除了洋河股份外,宁沪高速、中建资本也将成为信托公司的新晋股东。8月8日,宁沪高速发布公告称,宁沪高速将出资19.90亿元,认缴紫金信托6.54亿元的新增注册资本,增资后持有20%股份,将成为紫金信托第二大股东。2月初,国元信托股权变更获批,中国建筑全资子公司中建资本将接手国元信托36.63%股权,持股占比居第二位。

“近年来信托公司积极转型,在经济建设和社会发展中发挥重要作用,经营业绩持续稳健向好,得到市场普遍认可。对上市公司来讲,参股信托公司,有利于分散经营风险,提高上市公司盈利能力和市场价值。”百瑞信托

博士后工作站研究员夏爽对《证券日报》记者表示。

今年以来,还有3家上市系信托公司大股东进行增资。7月底,陆家嘴发布公告称,全资子公司陆家嘴金融发展公司(陆家嘴信托大股东)将对陆家嘴信托增资23.63亿元;6月底,中航信托增资获批,大股东中航投资(中航产融全资子公司)的持股比例增至84.42%;2月中下旬,中粮资本发布公告称,已完成对中粮信托增资,股份升至80.51%。

陆家嘴信托 注册资本将增至90亿元

自2020年12月份至今今年6月底,陆家嘴信托以未分配利润转增的方式,先后两次分别以8亿元、9亿元增资,陆家嘴信托的注册资本由40亿元增至48亿元、再由48亿元增至57亿元,股东持股比例保持不变。7月底,陆家嘴信托采用现金增资33亿元,大股东陆家嘴金融发展公司按持股比例将出资23.63亿元,持股比例为71.61%。

对于7月底的增资,陆家嘴信托也明确了目标,即“进一步向行业头部靠拢”。

从上半年信托公司业绩来看,排名前10的头部信托公司中,五矿信托、江苏信托是近年来逆袭的信托黑马。以五矿信托为例,2017年1月份,五矿信托67.86%股权划至五矿资本旗下,成为当年首个正式踏入资本市场的信托公司,而其增资的资金也来自五矿资本的重组配套资金。随后数年,五矿信托业绩突飞猛进,今年上半年以20.06亿元的净利润居行业第三。

“立足资源禀赋,加强战略引领”是信托公司深远发展的重要支撑。”夏爽对记者表示,上市公司与信托公司的结合,有利于信托公司拓宽展业空间,优化业务结构。同时,信托公司利用协同发展优势,与上市公司在项目储备、资金供给、风险控制等方面形成资源互补和统一合力,从而构建信托公司新一轮发展的增长极。

本版主编 于德良 责编 徐建民 制作 朱玉霞
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

做市商业业务运行4年成效显著 成期货风险管理子公司盈利“顶梁柱”

■本报记者 王 宁

自2017年期货交易所引入做市商制度以来,截至目前,该项业务已平稳运行4周年,成效显著,不仅有效解除了交易活跃度偏低这个“魔咒”,而且成为了期货风险管理业务盈利的“顶梁柱”。

近日,《证券日报》记者对多家风险管理子公司高管进行了采访,他们普遍认为,做市商业业务运行4年以来取得了良好效果,相关品种对应的多个合约流动性得到了保障,这为期货市场更好发挥价格发现和套期保值功能提供了基础条件。

制度护航做市业务大发展

2017年,郑商所开始在期权品种及期货不活跃合约上引入做市商业务,当时的目的是为市场提供流动性服务,促进期货市场更好地发挥价格发现、套期保值功能。4年来,郑商所引入做市商

的期货、期权数量迅速增长,目前已有14个期货品种和6个期权品种引入做市商,整体来看,效果良好,相关品种流动性、供给质量稳步提升。

银河德睿资本总经理董竟博向《证券日报》记者表示,做市业务能够取得好成绩,与交易所的政策支持密不可分。郑商所的做市政策一直以来都比较合理,例如限制期权持续报价合约数量、推动组合保证金试点等,尤其是在近几年关于期权合约的挂牌规则、持续报价合约确定标准等政策,被其他交易所借鉴采纳。

五矿产业金融衍生品投资部交易总监凌晖对《证券日报》记者表示,做市商业业务所取得的成绩,与交易所的支持以及公司对该业务的重视密不可分。

“郑商所的做市政策高度贴合品种特性,做市制度及实施方案清晰明了,每日结算后能迅速完成相关数据的统计发布,使得做市商能第一时间根据当日交易情况调整做市策略,根据市场的变化情况提供合理报价。”凌晖表示,郑

商所根据国内市场环境,设置相应豁免条款,如某品种主力合约封板,相应品种的其余月份做市合约也能获得报价义务豁免,充分体现了制度的科学性、合理性,避免做市商在极端行情中“助涨助跌”,有利于扼制市场过度投机。

交易所的合理做市政策,为各个做市主体的迅速成长、功能充分发挥提供了良好的外部环境,目前除了郑商所外,大商所和上期所也对做市商制度进行了贴近市场的修订工作。

做市业务盈利成重要支柱

目前,做市业务盈利已成为风险管理子公司的重要支柱。董竟博向记者介绍,近年来,随着做市品种的增多、市场波动的上升,公司的业务服务效率和盈利情况逐渐提高,现阶段,做市业务已经成为公司三大支柱业务之一。

“目前,公司是郑商所甲醇、PTA等品种的期货、期权做市商,为这些品种

的期货远月合约以及期权合约提供流动性,并将买卖价格维持在较为合理的价格差范围内。”东证润和总经理夏长远向《证券日报》记者表示。

据夏长远介绍,有了做市商在市场上做“压舱石”,实体企业、产业客户对期货市场形成的价格信任度明显增加、参与相关期货品种意愿增强,这使市场形成了正反馈,品种流动性得到极大改善。虽然做市业务已经取得了一定成绩,也实现了较理想的利润率,但是不得不承认,从做市商自身角度来看,目前做市业务的利润对相关优惠政策依赖大,利润结构仍较为单一。

凌晖表示,现阶段,在交易所政策制度的大力支持与引领下,做市业务已经成为提升期货市场服务实体经济能力的一大途径,因为该项业务有效提升非主力合约的活跃度,为市场提供了一定的流动性,增强了相关品种吸引力。同时,做市商制度拥有高效的价格发现功能,价格会向标的真实价格靠拢。

坚持客户至上 践行责任担当 太平人寿积极创新变革 提升消费体验

近日,太平人寿召开年中工作会议,在规划下半年工作的同时,再次强调要坚持客户至上不动摇。太平人寿表示,要主动适应保险消费升级、客户需求多元化的变化,积极创新变革,通过科技赋能,在维护消费者权益、保险理赔及运营服务方面不断提升消费者体验,积极为消费者解决实际问题,践行央企社会责任与担当,营造和谐健康的金融消费环境。

“赔钱”转变为“赔满意” 上半年理赔额同比增长49%

“保险姓保”,这是监管持续倡导保险业经营理念。尽管消费者购买保险并非为了获得赔偿,但理赔服务效率和质量直接体现了保险公司的社会价值,也决定了客户对保险公司的信任度。

太平人寿用实际行动践行“保险姓保”。据《太平人寿2021年半年度理赔服务报告》数据显示,上半年太平人寿理赔金额达50.8亿元,同比增长49.4%;理赔件数40万件,同比增长33.3%;服务客户32.8万人,同比增长26.2%。另外,太平人寿在今年7月份支付理赔金额9.5亿元,赔付件数8.1万件,当月启动理赔应急预案21次,在涉及台风、暴雨、疫情、交通事故等公共突发事件中充分表现出了太平人寿作为央企成员公司的责任与担当。

作为服务属性较强的保险业,有温度的理赔才能赢得客户信赖。太平人寿表示,巨量理赔数据背后,是公司始终坚持理赔有效率、服务有温度,持续打造让客户信任、满意的高效理赔服务。

据了解,太平人寿以客户为中心,努力坚守着保险行业的初心和使命,坚定践行着对客户承诺。在行业数字化转型的大背景下,太平人寿不断探索理赔服务创新,为从过去的“赔钱”转变为“赔满意”,解决客户痛点,打造卓越的客户服务品牌。

坚持维护消费者权益 强化安心服务

当然,要让客户“赔满意”需要保险公司在管理手段、服务水平、经营理念、组织架构等诸多方面发力,提高客



太平人寿适老化服务

户的服务能力是个系统工程。

太平人寿对此也有深刻理解,其表示,公司将在中国银保监会的正确领导下,认真贯彻执行监管制度要求,不断完善服务管理手段,提升保险服务水平,以消费者服务体验为出发点,以建立健全消费者权益保护工作机制为主线,从全面促进消费、助推“双循环”的高度出发,切实提升消费者权益保护的意识和能力,扎实推进消费者权益保护工作,将既有规定落到实处,积极解决消费维权领域的痛点、难点、堵点问题,为高质量发展强本固基。

在具体落地层面,太平人寿积极畅通维权渠道,在发挥全国统一客服热线95589主通道作用的同时,还开通021-601-12315维权直达专线,保证热线接通率,提升坐席人员线上处理问题能力,为广大消费者提供随心、省心、安心的服务。

为提高公司人员的服务水平,太平人寿针对销售人员、公司内勤及广大消费者的不同特点和需求,开展常态化宣传教育,精准施策,注重实效。

例如,在内部资讯平台,太平人寿开辟“保险课堂”“太小平的保险经”“保险理念”等专栏,创新海报、视频等形式,定期高频宣导保险应知应会、监管最新资讯、机构管理动态,累计点击量已超40万人次,有效提升内外勤员工的消费者权益保护意识。

太平人寿还在线上官方媒体开设

“保险太平说”“以案说险”“理赔故事”专栏;线下各营业网点普遍设置金融宣传教育专区,定期开展保险“五进”活动,线上线下扩大协同效应,形成更强传播合力,将保险保障理念深入人心。

除上述措施之外,太平人寿的客户群中有一大部分是老年人,提供适老化的服务也是太平人寿强化服务的着力点。

今年以来,太平人寿持续贯彻落实《中国银保监会办公厅关于银行保险机构切实解决老年人运用智能技术困难的通知》要求,帮助老年客户顺利跨越数字鸿沟。公司各地营业网点普遍开设爱心服务窗口,为临柜的老年人提供优先专席,配备老花镜、急救药品、轮椅等物品,给老年人带来暖心、专业的服务。

借助太平人寿的“E_掌柜”和“太平通”等线上服务平台,老年客户不用出家门,即可在服务人员协助下办理信息变更、保单查询等业务,省时又省力。60岁以上的老年客户拨打全国统一客服热线95589,系统会自动精准识别身份,直通人工坐席提供服务。

科技提升客户服务能力 实现“免排队、不打烊、零接触”

“E_掌柜”和“太平通”只是太平人寿以科技提升客户服务的一个方面,科技已渗透到太平人寿管理和业务链条的各个环节。

十三届全国人大四次会议表决通

过的关于“十四五”规划和2035年远景目标纲要,提出了要加快数字化发展,建设数字中国的任务。面对客户更加多样化、个性化的需求,太平人寿加快数字化转型,以科技赋能管理模式、服务方式。

当前,一方面,太平人寿以服务为核心,借助科技手段改进服务方式、提升服务体验和质量;另一方面,公司则以管理为核心,通过科技赋能,优化代理人的工作方式,提升工作效率,从而更好地为客户提供服务。

例如,几年前身在国外的梁女士想变更受益人,必须得本人签署纸质手续寄回国内,还需等待一段时间才能把流程处理完。流程繁琐且不论邮寄资料过程也有一定风险,这让梁女士深感不便。

梁女士的这些不便,在太平人寿推出的“E_掌柜”的帮助下迎刃而解,只需用手机在几分钟内就可以完成。借助“E_掌柜”,业务员和客户分别只需三步即可完成线上操作,而且全过程采用电子签名,大大提升了效率,缩短了客户的操作时间。上线至今,“E_掌柜”覆盖了常用的36个保全项目,已有累计超过17.6万的业务员使用“E_掌柜”,总服务次数超过230万次。

近年来,依托“中国太平95589”微信公众号、太平通App、网上营业厅等全方位的线上服务平台,客户不仅可以在线下载电子保单、签收保单回执,还可以进行电子化回访、办理保单查询、保全变更等多项服务。借助最新科技手段,太平人寿为客户提供极速服务体验,成功实现了“免排队、不打烊、零接触”目标。

在给客户提供便捷的同时,科技手段的运用,也极大地提升了太平人寿代理人工作效率,为其更好地服务客户提供了技术保障。

对于从业已有3年的保险代理人王女士来说,如何搞懂客户在想什么、喜欢什么、需要什么,是她每天必须不断思考的问题。通过太平人寿的“太平保宝”线上平台,王女士可以通过大数据分析,对客户进行精准画像,精确了解客户的喜好和需求,从而为其定制个性化服务。

作为一站式的代理人掌上移动终端软件,“太平保宝”涵盖了获客、投保、

理赔、保全、客户及保单管理等关键环节,打造了一个线上线下的保险服务闭环。此外,王女士还可以借助“易行销系统”提供的人机协同来智能展业,不断优化管理流程和关键销售动作;通过“太平惠汇”资讯平台提供的定制化资讯,分析客户的喜好,从而了解其需求。

太平人寿也在持续通过科技手段,帮助客户明晰自身保障权益,更好地维护客户权益,比如太平人寿研发的智能双录系统,有效解决客户在不理解保险责任的情况下购买产品的问题,并设置了人脸识别、证件检测、投保签字等多个环节来保障客户信息安全。此外,太平人寿的电子保单,也是通过国家认可的第三方数字认证机构,对保单文件进行加密并颁发认证证书,凭借法律及技术手段,从合法性、完整性以及信息安全性等各方面,为客户及保险公司双方提供安全保障。

加强线上与线下服务融合 “管理+服务”双驱动模式显效

除数据安全之外,保险业是一个重服务的行业,若只有线上技术,而没有对应的线下服务,科技再好,也是“空中楼阁”。如何将“高大上”的科技与接地气的线下服务融合,是服务科技化的痛点之一。

太平人寿如何提升线下服务能力?据了解,近年来,太平人寿通过电话医生、远程视频会诊等“一揽子”全

流程”的VIP健康管理服务,帮助客户进行日常健康管理;通过搭建的“乐享健康”服务平台,已为120多万深度用户提供了涵盖医疗服务、健康服务、健康风险评估等方面的众多服务项目,让服务覆盖客户的各个健康阶段,守护家庭健康生活。

例如,福建刘女士的母亲突发一眼视力短暂性失明,又间歇性失忆,却坚持不去医院。刘女士情急之下拨通了95589申请了太平人寿的24小时电话医生服务。在了解情况后,电话医生指导刘女士为其母亲做了系列检测动作,并初步判断客户母亲很可能是脑梗塞。因送医及时,刘女士母亲一周后康复出院。而刘女士母亲隔壁床的一位病友也遭遇了同样的症状,但因判断失误,错过了最佳治疗时间导致双目失明。

正是由于强大的线下服务能力,挽救了刘女士母亲的一双眼睛。自新冠肺炎疫情暴发以来,太平人寿24小时电话医生服务开放给所有公司客户,提供24小时全面的医疗、健康电话咨询服务,2020年以来该项服务使用人次超过2.6万。

“服务客户是保险业不变的宗旨,而以客户为中心,则是全行业应当奉行的价值理念。太平人寿的“管理+服务”双驱动模式,同时聚焦内部管理和客户服务,为推动科技对保险行业的全域赋能找到了突破口,也为保险行业发挥更大的价值和能力提供了无限可能。”太平人寿表示。

(CIS)



太平人寿智慧营业厅IATM保险柜员机