

基金投顾业务重磅指引文件开始征求意见 现存四大痛点均被“击中”

■本报记者 王思文

11月19日,《证券日报》记者获悉,监管层近日向多家基金投顾业务试点机构下发《公募基金投顾业务试点机构服务业绩及客户资产展示指引(征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”)。

一位基金投顾业务试点机构相关人士对《证券日报》记者称,“此次征求意见稿中有不少要求击中目前基金投顾业务和基金投资组合产品销售中常见的‘痛点’,比如‘成分基金替换的披露’‘基金组合交易产生的费用’‘投顾业务宣传材料的合规’等。”

厘清投顾业务责任边界

据记者了解,此次征求意见稿主要是围绕基金投顾服务业绩展示、客户资产展示这两方面。从这两者的定义来看,征求意见稿明确,基金投顾服务业绩展示指的是基金投资顾问机构在宣传推介基金投资顾问服务过程中,或通过基金投资组合策略详情页等,展示基金投资组合策略表现指标或基金投资顾问服务评价指标(以下简称“服务业绩”);客户资产展示指基金投资顾问机构向客户披露授权委托管理的资产净值及收益信息等(以下简称“客户资产信息”)。

征求意见稿进一步厘清基金投顾服务业绩和客户资产信息的责任边界。文件指出,“基金投资顾问机构应集中统一制作和使用服务业绩展示和基金投资顾问服务宣传推介等材料,并对内容的合规性进行内部审查,相关审查材料应存档备查。”

另外,在与基金销售机构或其他基金投顾机构合作时的责任边界也有所明确。事实上,基金业一直十分重视基金相关业务宣传推荐等材料的规范和监管。例如,在公募基金行业快速发展的近10年间,监管部门对于基金产品的宣传推介材料的监督就十分严格。

多位业内人士对记者表示,“监管部门一直高度重视基金宣传推介材料监管工作,不断引导各机构逐步加强对基金宣传推介材料合规性的把握能力,督促各机构提高基金宣传推介材料合规水平。这是对投资者负责,也是为了基金行业长期稳健发展。目前基金投顾业务仍方兴未艾,近期基金投顾业务的各项法规文件陆续下发,对于基金投顾业务的法规体系同样具有里程碑的意义。”

击中基金投顾业务现存痛点

此次征求意见稿进一步明确基金投资组合应展示的业绩指标。其中应展示的基金投资组合策略表现指标包括:基金投资组合策略区间收益率、成立以来收益投资顾问服务评价指标(以下简称“服务业绩”);客户资产展示指基金投资顾问机构向客户披露授权委托管理的资产净值及收益信息等(以下简称“客户资产信息”)。

一位大型券商投资顾问对《证券日报》记者分析称,“基金投资组合或基金投顾产品的‘业绩展示指标’是投资者了解产品运作情况最重要的参考依据。通过更加全面、多维的业绩展示指标,投资者能够最大限度地还原和披露相关投顾产品的实际运作水平。”



魏钦祺 / 制图

对于服务业绩指标的具体展示要求,征求意见稿大致规定四大方面的原则:首先是业绩展示的时长。文件强调基金投资顾问机构在宣传推介基金投资顾问服务过程中,可展示满1年或1年以上的实盘服务业绩(使用概率模型工具的除外)。这就意味着,一年以下的短期基金组合投资业绩不可对外宣传推介,应引导投资者关注中长期业绩;其次是业绩展示的排名。文件指出服务业绩展示不得进行基金投资组合策略表现指标排名和规模排名,不得直接或者间接提及模拟业绩(使用概率模型工具的除外),不得预测未来业绩。实际上给一些互联网投顾经验丰

富的机构敲了个大“警钟”。

再次是对基金投资组合中成分基金运作的要求。有投资者曾向记者透露,“在投资基金投顾产品时,不能及时收到组合中成分基金替换的信息披露,不太清楚成分基金替换的原则。”

对于这一现象,征求意见稿进行了明确规定,当产品调整基金投资组合策略的部分成分基金时,应保证替代基金与被替代基金属于同一类型,替代部分成分基金后应说明替代产品对业绩的影响,并显著提醒客户。除货币基金外,替代成分基金市值原则上不得超过原所有成分基金市值的20%。

最后则是基金投资组合中产生

监管层近日向多家基金投顾业务试点机构下发《公募基金投顾业务业绩及客户资产展示指引(征求意见稿)》

此次征求意见稿中有不少要求击中目前基金投顾业务和基金投资组合产品销售中常见的“痛点”

的费用问题。征求意见稿明确,业绩展示应说明基金交易费用、基金投资顾问服务费计算方式。基金投资顾问机构应提供查询方式,客户可查询基金投资组合策略自创建以来的完整历史业绩,相关查询路径应以显著方式展示或告知。

“《指引文件》明确基金投顾机构展示服务业绩及客户资产信息的各项要求,有利于进一步确保基金投顾业务开展时相关信息的客观性、准确性和完整性。同时有助于投资者更加清晰、更加鲜明的了解基金投资组合的收益和风险情况,保护投资者合法权益。”一位北京地区基金投资顾问机构负责人对《证券日报》记者表示。

行业竞争引发“隔空交战” 盾安环境称格力电器控股不影响公司独立经营

■本报记者 吴文婧 见习记者 王镜茹

近日,格力电器拟斥资30亿元控股盾安环境的消息引发了资本市场广泛关注,看似与此事无直接关系的三花智控却在互动易平台上连续公开发声“攻击”此次收购案的两任主人。

11月18日,三花智控高调发言“格力电器与盾安环境介入新能源车热管理为时已晚”;19日,公司又对盾安环境“补刀”,直指收购事项将极大限制其发展范围,大概率会沦为母公司的内部供货商。

11月19日晚,盾安环境证券部回复《证券日报》记者称,“格力电器看好盾安环境作为全球制冷元器件行业龙头企业已具备的深厚技术积累和优异的生产制造能力,收购完成后盾安环境将继续作为独立自主经营主体,延续现有战略布局,继续聚焦核心主营业务,继续深化公司管理变革,提升经营管理水平。”

盾安环境称 将保持上市公司独立性

此前,盾安环境制冷业务最大客户为美的集团,此次收购也因此

引发一些争议。

11月18日,与盾安环境同在浙江的上市公司三花智控回复投资者称,“格力对盾安的收购,可能会导致公司格力订单减少,但格力以外的其他客户订单将大幅流入公司,后者远大于前者。”

该言论一出,就有投资者担心起“盾安环境由格力控制后,会否断供美的等气压电子膨胀阀等器材供应”,但也有不少投资者在股吧中发帖力挺盾安环境,认为“格力入主,背靠大树好乘凉”。

19日午间,三花智控更在互动易平台直指盾安环境发展将受到极大限制:“第一,无论做空调还是造车,其他的竞争者是非常忌惮你一边做着供应商赚着我的钱一边又在主机上激烈竞争,这不是‘资敌’吗?第二,企业发展也是信息、情报的竞争,从信息情报管理角度,也不会允许竞争对手成为关键产品的供应商。”

事实上,三花智控的发言并非毫无缘由,该公司主业为制冷空调电器零部件业务和汽车零部件业务,与盾安环境为同行业竞争。11月17日,受格力电器拟控股盾安环境消息影响,三花智控开盘股价跳水,盘中一度下跌9.92%,收盘跌

5.34%。

记者注意到,根据《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》,上市公司收购完成后,控股股东、实际控制人应当采取切实措施保证上市公司资产完整、人员独立、财务独立、机构独立和业务独立,不得通过任何方式影响公司的独立性。

同样的,上市公司与股东间的关联交易应按照法律法规及上市公司内部相关制度履行决策程序,按照公平、公允和等价有偿的原则进行,确保定价公允。

“对于客户的供货保障,盾安环境已签署的各类有效合同将正常履行,后续业务合作将继续按照公平、公允的原则进行。”有知情人称。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林告诉《证券日报》记者,“三花智控所说的状况在行业中的确存在,一家企业如果被下游独大家收购,有可能因为竞争关系,而失去下游其他用户;但如果能够保证自身独立运营,则可以成为整条供应链的供应商。”

格力电器携盾安环境 锚定新能源赛道

透视镜公司研究创始人况玉清告

诉《证券日报》记者,“格力电器收购盾安环境,一是为了保障核心供应链的安全;二是提升盈利能力。”

事实上,对于正在谋求多元化转型的格力电器来说,盾安环境的“新能源热管理器等领域的产品矩阵”无疑具有吸引力。

格力电器曾在公告中表示,认可盾安环境在新能源热管理器等领域的产品矩阵。认为此举将完善公司新能源汽车核心零部件的产业布局。

一直以来,盾安环境以制冷业务为市场熟知,鲜为人知的是,早在2017年,公司已经瞄准了新能源行业,后续业务合作将继续按照公平、公允的原则进行。

2017年至今,盾安环境在乘用车领域已落地的大小项目达50多个,同时在推进项目30多个。作为全球制冷元器件龙头企业,盾安环境在新能源汽车热管理系统关键零部件有较深的技术沉淀,电子膨胀阀、电磁阀、电子水泵等产品矩阵已完善,已获得比亚迪、吉利、蔚来等多个项目定点。

不过,11月18日,竞争对手三花智控却在互动易平台就格力电器

与盾安环境介入新能源车热管理领域表示:“新能源车的发展已有十多年,经历许多波折,最近三年迎来爆发式增长,到上个月为止数据表明新能源车的渗透率已经接近20%。格力电器这时候才开始进入,明显已晚,这是常识。”对于此言论,记者致电格力电器,并未得到回复。

乘联会秘书长崔东树却认为:“肯定不晚,相关产业还不成熟,技术还没有固化。”

“2020年国内新能源汽车市场渗透率为5.42%,2021年1月份-7月份升至10%,具备广阔的市场前景。当下新能源汽车产业正处在风口期。”盾安环境新能源汽车业务相关负责人向记者表示,

“格力现阶段的加入弥补了公司在供应链、产业化等资源短板,将有效的加快公司在新能源汽车热管理的市场突破,在新能源汽车长期竞争中保持领先优势。”

盘和林向《证券日报》记者表示:“对于格力电器而言,盾安环境的制冷设备、新能源汽车能源管理等方面的业务,可以直接成为格力暖通空调、格力造车计划的助力,是格力电器向产业链纵向发展,这能够增强其在产业链中的话语权。”

10月份银行结售汇 顺差165亿美元 我国外汇市场延续平稳运行态势

■本报记者 刘琪

11月19日,国家外汇管理局公布2021年10月份银行结售汇和银行代客涉外收付款数据。统计数据显示,按美元计值,10月份,银行结汇1862亿美元,售汇1696亿美元,结售汇顺差165亿美元。今年1月份至10月份,银行累计结汇20460亿美元,累计售汇18495亿美元,累计结售汇顺差1965亿美元。

按美元计值,10月份,银行代客涉外收入4546亿美元,对外付款4198亿美元,涉外收付款顺差348亿美元。今年1月份至10月份,银行代客累计涉外收入48580亿美元,累计对外付款45884亿美元,累计涉外收付款顺差2696亿美元。

国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英表示,10月份,我国外汇市场延续平稳运行态势。从主要指标表现看,一是银行结售汇顺差165亿美元,与三季度月均水平相当;二是非银行部门涉外收支顺差348亿美元,较9月份顺差规模提升,主要受国庆假期影响,部分企业贸易收汇集中在假期后进行。9月份至10月份非银行部门涉外收支月均顺差规模与二季度以来的月均水平相当,跨境资金流动总体保持基本稳定;三是截至10月末,外汇储备余额为32176亿美元,较9月末增长0.5%,主要受汇率折算和全球资产价格波动等因素影响。

同时,外汇市场预期总体平稳。王春英表示,从外汇市场相关指标看,市场主体汇率预期总体平稳,并且保持“逢高结汇、逢低购汇”的理性交易模式。剔除国庆假期因素,9月份至10月份的月均结售汇(客户向银行卖出外汇与客户涉外外汇收入之比)为64%,较三季度月均水平下降3个百分点,说明市场主体结汇意愿稳中有降;9月份至10月份的月均售汇率(客户从银行买入与客户涉外外汇支出之比)为62%,较三季度月均水平下降1个百分点,说明市场主体购汇意愿保持平稳。

此外,主要渠道跨境资金流动合理有序。王春英表示,10月份,货物贸易和直接投资等实体经济相关的跨境资金保持一定规模净流入,体现了国内经济稳定恢复的支撑作用;非居民净增持境内债券和股票合计为115亿美元,与三季度月均水平相当。此外,跨境留学支出、直接投资利润汇出从季节性高峰回落并趋稳。

王春英认为,我国经济保持恢复态势,发展韧性持续显现,国际收支延续基本平衡格局,将继续为外汇市场平稳运行提供支撑。

腾讯视频等七平台 整改进程被公开

“会员免广告”宣传已成历史

■本报记者 谢若琳

11月19日,自7家视频网站就会员服务问题整改报告后,浙江省消保委公开了各视频网站的整改承诺及整改进展情况。

据了解,2020年3月份,针对体验发现的广告特权描述不清、自动续费扣款未提醒等问题,浙江省消保委约谈腾讯视频、爱奇艺、优酷、搜狐视频、PPTV、乐视等九大视频音频网站相关负责人,提出7项整改要求并要求视频网站提交书面整改报告。

今年以来,浙江省消保委多次跟进此事,并进一步约谈了整改不到位的部分视频网站。

根据最新披露的情况,7家视频网站全部整改的内容有3项:第一,取消强制自动续费,用户可以自行选择是否自动续费;第二,自动续费前,会通过手机短信、站内消息等方式提前3天至5天告知用户;第三,不再使用“开通会员免广告”等绝对宣传用语。

浙江省消保委详细列明了7家音视频网站的问题,包括去年未整改彻底的问题,今年新增问题及整改承诺。以腾讯视频为例,该平台承诺整改的内容还包括:自动续订退订方法繁琐;会员观看部分影视剧要另外花钱;观影时间有限;不能按影片价格充值,充值金额固定等。

浙江省消保委消费调查监督部主任李嘉表示,这段时间与各视频网站保持紧密沟通,从7家视频网站的整改进展情况来看,不少网站整改迅速;从承诺情况来看,大部分网站整改事项将于11月底或12月中旬完成。

音视频平台对于会员承诺与责任履行层面一直饱受非议。今年10月份,腾讯视频、爱奇艺、优酷同时宣布取消“超前点播”。“这是视频平台在增量收入层面为数不多的试探,结果顶着压力和骂声坚持了2年草草收场。”一位传媒行业券商分析师对《证券日报》记者表示,当下视频网站最大的问题,就是收入覆盖不了高成本,更深层面是会员破亿后进入增速瓶颈,互联网平台亏损不可怕,可怕的是市场增长放缓。

根据腾讯公司最新财报,今年第三季度,腾讯视频付费会员数为1.29亿,而2020年全年、2021年第一季度、2021年第二季度,这一数据分别为1.25亿、1.23亿、1.25亿。

今年爱奇艺世界大会上,爱奇艺创始人、CEO龚宇甚至抛出“穷富和尚”的观点,钱都让明星、导演赚走了,平台反而是“穷庙”。

在业内看来,此次整改一举砍掉了视频平台含糊不清的收入渠道,在业绩压力下,这些平台该如何应对?

上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽对《证券日报》记者表示,音视频网站整改后,付费规则或将有所改变,“这样的整改也倒逼平台从内容等方面进行创新,平台或将对收费标准和模式重新测算,但无论如何,高昂的会员费是以内容优劣作为试金石的。”

支付领域互联互通提速 微信小程序打通云闪付支付

■本报记者 李冰

银联云闪付与腾讯互联互通正迎突破进展。

近日,《证券日报》记者发现,腾讯动漫APP已全面开通支持云闪付付款,其微信小程序一些商家也已有部分支持云闪付支付。

对于上述消息,腾讯方面向《证券日报》记者证实此事,并表示“微信小程序支付自助开通云闪付功能目前已经上线。”

易观高级分析师苏筱芮对《证券日报》记者表示,腾讯与云闪付的互联互通是今年以来支付巨头之间开展互通进程的一个缩影,也是互通工作不断迈进的一个重要表现,能够减缓支付巨头的垄断地位,提升支付功能效率,同时也有利于金融消费者的自由

选择。

微信小程序支持云闪付支付

据介绍,目前腾讯动漫APP已全面支持云闪付,成为继腾讯视频、微信读书之后第三个抢先开启互联互通的腾讯系APP。记者发现,与之前支付方式并不不同,当用户在APP进行充值或付款时,可自行选择微信支付或云闪付作为支付方式。

与此同时,据《证券日报》记者了解,目前微信小程序已经逐步支持云闪付支付,并陆续开放商家接入。先后接入的小程序包括:腾讯视频、微信读书、猫眼等小程序的指定场景。

事实上,微信小程序支付自助开通云闪付功能上线,这意味着微

信支付商户可以在微信支付商户平台开通“云闪付付款到商家”功能;微信支付支持用户通过云闪付付款至已开通的商户。

博通咨询金融行业资深分析师王蓬博对《证券日报》表示,此举利好银联云闪付,可借此开拓微信流量和小程序的场景。从微信角度来看,其正在推进互联互通的步伐。

据了解,腾讯方面目前针对“支付互通”,微信支付已与银联云闪付APP正式实现线下条码的互认互扫,用户可于全国省会城市通过云闪付APP扫描微信支付码完成支付。

而针对与银行机构方面的互联互通,最新数据显示,截至11月12日,微信支付与银行机构方面开展互联互通的合作伙伴也增加到了12家。此前,腾讯发布的2021年第三

季度财报提及,微信支付深化了与银联的合作,通过云闪付应用在支付和服务两个层面拓展新的互联互通场景。

互联互通正加速推进

据记者观察,目前国内支付领域的互联互通已显著提速,支付宝及微信支付双方均在积极行动。

早前,支付宝官方透露,今年8月,支付宝已完成接入银联云闪付的技术研发,并逐步开放线上支付场景;线下场景方面,两款软件也已经在多个城市实现收款码扫码互认,计划明年3月份覆盖全国所有城市。线上平台第一步开放的交易场景是淘宝平台,目前淘宝85%商铺已经支持消费者通过云闪付付款。