

# 32位险资高管预计明年GDP增速5%至5.9%

最关注房地产领域信用风险

■本报记者 苏向泉

宏观经济走势历来是各类金融机构和投资者配置资产时重要的参考指标之一,其中手握巨资的险资对宏观经济走势的预判很有参考价值。

日前,《证券日报》记者从中国保险资产管理业协会(下称“保险资管协会”)获悉,协会近期联合中国人寿开展的调研问卷显示,被调研的33名保险资管公司及保险资管高管中,有55%的高管预计明年GDP同比增长在5.0%~5.4%之间,有42%的高管预计增速在5.5%~5.9%之间,仅1名高管预计增速在4.5%~4.9%。

在宏观经济风险的预判上,上述险资机构高管认为,2022年最值得关注的信用风险来自房地产领域。在长期利率走势的判断上,有32名险资高管认为,中国十年期国债收益率明年将呈震荡或下行态势,只有1名高管认为将会“上行”。

## 险资对GDP增速预判偏乐观

上述调研中,除险资高管之外,还采集了部分券商研究所、公募基金、银行及其理财子公司相关高管的观点。总体而言,险资高管对明年GDP增速的预测比其他三类机构更为乐观。

对比来看,上述调研中,险资高管预测明年GDP增速略高于今年第三季度GDP的实际增速。国家统计局公布的数据显示,今年前三季

度国内生产总值(GDP)同比增长9.8%,两年平均增长5.2%。其中,一季度同比增长18.3%,两年平均增长5.0%;二季度同比增长7.9%,两年平均增长5.5%;三季度同比增长4.9%,两年平均增长4.9%。

险资高管普遍认为,随着国内经济增速回落,资本回报率将趋于下行,对险资资产配置影响较大的十年期国债收益率也将呈下行趋势。

人保资产党委委员、副总裁黄本尧预期,明年我国经济潜在增速为5%~5.5%左右,资本回报率趋于下行,未来十年国债收益率中枢将下行至2.9%左右,非标和信用债的收益率中枢将分别下降至4.5%和3.7%左右。

对宏观经济走势的研判上,太平洋人寿资产管理中心主任赵鹰与黄本尧的观点基本趋同。赵鹰认为,疫情后经济发展呈现诸多新特征。一是经济政策不确定性较高;二是利率中枢将长期下行。

泰康资产副总经理兼首席投资官邢怡表示,2022年中国宏观经济周期是一个从“滞胀”到“衰退”的周期,通胀则是从上行尾声开始转向下行,但降幅预计有限,经济会进入主动去库存阶段,这个阶段可能会经历9个月的时间。在宏观经济下行过程中,要重点关注房地产和消费两大领域。

## 机构大类资产配置难度增加

基于对明年宏观经济走势的研判,险资机构认为,明年大类资产的配置难度进一步提升,“资产



荒”依然是险资等机构面临的一大难题,将主要体现在固收市场、权益市场等领域。

固收市场方面,中国保险资产管理业协会会长段国圣认为,明年机构资产配置将面临利率低位震荡、超长期债券供给不足、信用风险加剧等诸多挑战。中国十年期以上债券存量约10万亿元,与高达20万亿元的保险资金规模相比,供给明显不足。地产、城投和强周期行业是中国信用债和非标融资的主体,三类企业占非金融企业债券融资

规模的70%。在传统行业资本回报率下降过程中,较高的债务率可能导致这些行业违约风险上升,进一步缩减机构配置固收资产的范围。

一家中型险企资管部门相关负责人告诉记者,“从长期来看,利率中枢仍处于下降途中;从短期看,今年名义经济增速可能会接近顶部区域。因此,在配置上还会重点关注长久期利率债的配置机会。另外,债券绝对收益率逐步走低,以“持有债券到期”为主的传统债券投资策略,债券收益已难以覆

盖负债成本,因此,增配权益资产、容忍市场波动的“固收+”策略将成为标配,但这对择时能力与回撤控制能力的要求很高。”

如何有效应对可能会出现“资产荒”?黄本尧等险资机构人士普遍认为,可以通过加强中长期利率走势的研判能力,提升债券交易的获利能力,强化类固收资产的获取能力,提高信用价值挖掘能力和风险管理能力,加强对新兴产业的研究能力等方式,切实提高资产配置能力,才能有效应对“资产荒”的出现。

# 信用卡业务迎新规 重点整治乱收费、睡眠卡等问题

■本报记者 彭妍

日前,中国银保监会在官网发布《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知(征求意见稿)》(以下简称《通知》),与原来的相关规定相比,《通知》内容有不少变化,涉及信用卡收费要更加规范透明、防止通过诱导过度分期、降低睡眠卡比例等诸多方面。

银保监会消费者权益保护局近期的通报显示,2021年第三季度,涉及信用卡业务投诉44374件,占投诉总量的50.8%。《证券日报》记者走访调查发现,信用卡乱收费已成为消费者投诉的重灾区,涉及“被自动分期”“高额年费”“天价挂失费”等方面问题。

12月16日,银保监会消费者权益

保护局发布某股份制银行侵害消费者权益情况的通报。通报指出,该银行向未激活信用卡的客户收取年费,涉及华夏精英尊享白金卡、万事达钛金卡等28类信用卡,涉嫌违规向个人客户收取费用。

此外,“被自动分期”也是被持卡人吐槽较多的问题。《证券日报》记者调查发现,通常信用卡持卡人并不会仔细阅读条款,而办理业务的银行工作人员又未尽到详尽告知义务,在消费者默认一些条款且不清晰的情况下,被动选择了分期业务。

针对上述信用卡乱收费问题,《通知》要求,银行在与客户订立信用卡合同时,对收取利息、复利、费用、违约金等条款,风险揭示内容应当严格履行提示或者说明义务,并以明

显方式向客户展示年化利率水平。

针对分期业务,《通知》要求银行在分期业务合同(协议)首页,必须以明显方式展示分期业务息费相关信息。向客户展示分期业务收取的资金使用成本时,应当统一采用利息形式,不得采用手续费等形式,法律法规另有规定的除外。客户提前结清信用卡分期业务的,银行应当按照实际占用资金金额及期限计收利息。

据央行发布的最新支付业务数据,截至2021年第三季度,信用卡和借贷合一卡在用发卡数量共计7.98亿张,环比增长0.97%。

以往银行大力发展信用卡业务,把发卡量作为一个重要考核指标,导致大量无效卡发出,存在潜在风险。清理“睡眠”信用卡,是银行

“断卡行动”的组成部分。今年以来,已有不少银行陆续开展清理个人银行卡“睡眠账户”的行动。

《通知》就“睡眠卡”相关规定进行了升级,与此前各家银行业机构开展的“断卡”行动一脉相承。《通知》明确提出,将强化睡眠信用卡动态监测管理,连续18个月以上无客户主动交易且当前透支余额、溢缴款为零的长期睡眠信用卡数量占发卡机构总发卡量的比例在任何时点均不得超过20%,附加政策功能的信用卡除外。超过该比例的银行不得新增发卡。

银保监会有关部门负责人表示,“未来银保监会还将动态调降长期睡眠信用卡比例限制标准,不断督促行业将睡眠卡比例降至更低水平。”

易观高级分析师苏薇芮对《证券日报》记者表示,近年来,打击犯罪的监管工作重点从事后惩治转移到事中监测,电信诈骗、跨境赌博等犯罪行为均离不开资金流,因此,银行账户等支付环节逐步成为监管部门关注的重点。

在过渡期安排上,《通知》规定,银行业金融机构应当在文件实施之日起24个月内完成整改。对此,多家信用卡业务占市场份额较大的银行机构已率先响应。

针对信用卡乱象,银行该如何进行业务调整?中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林对《证券日报》记者表示,未来需要维系信用卡发卡数量,银行一方面需要提供更多的刷卡优惠,另一方面要开拓在线信用卡支付模式。

# 权威认证! 360政企安全集团首批荣获安全运营一级资质

12月15日,中国信息安全测评中心(以下简称“测评中心”)对外公布了国内首批安全运营类一级资质获证企业名单。360政企安全集团凭借成熟的安全运营服务能力、先进的运营人员技术实力和高效的运营服务流程,成为首批获证企业。

此次评选对参评者的资格情况、技术实力和信息安全运营实施过程质量保证能力等方面进行了具

体衡量和评价,其结果印证了参评企业从事信息安全运营服务保障能力的成熟程度。

360政企安全集团作为首次申报即获得测评中心第一批资质认证的网络安全企业,基于16年实战经验,积累了总存储数量超2PB的安全大数据,以及全球独有的实战攻防知识库,样本文件数总量已达到300亿,并练就全球顶尖的网络攻防专家团队,捕获境外46个国家级黑

客,监测到3600多次攻击,涉及2万余个攻击目标。

依托360云端全球独有的安全样本库、全球较大的攻防实战样本库、世界上规模较大的安全大数据和多年积累的基于实战的攻防战法、技术、程序和大量独有知识库,形成了基于攻防战法的安全运营知识库图谱,能帮助用户实现主动防御和安全能力体系化运营。

面向政企用户,360政企安全集

团可提供实战化安全运营能力评估、基础运营支撑服务、主动式专家运营服务、“一站式”专家运营服务等,帮助用户构筑起持续、主动、闭环、常态化的安全运营能力。

此外,360政企安全集团积极扩容城市、行业、企业“安全大脑”,安全运营服务已全面落地重庆、天津、青岛、鹤壁、苏州、郑州等城市以及央企、金融、运营商和上百万中小企业,形成了云端联动的安全运营

服务,全方位保障了政务应用、信息系统、网络、云平台等基础设施安全,提高了政企客户相关系统的安全监测、纵深防御、风险管控和应急响应能力。

未来,360政企安全集团将继续推动安全运营体系的优化升级,扩大在安全运营服务业务的领先优势,守护国家、城市、行业、企业的安全。

(CIS)

# 创新为驱动、稳健为底色 广发信用卡的高质量发展之路

在当前全球经济增速放缓、信用卡行业步入调整期、疫情加剧不确定性等多重考验之下,广发信用卡以规模与质量同步提升显现出强劲的发展潜力,截至2021年三季度末不良率为1.55%,持续保持行业较优水平。

防控金融风险,一直是打好防范化解重大风险攻坚战的重点。作为央企中国人寿成员单位,广发信用卡近年来以党建为引领,积极落实“六稳”、“六保”工作,努力实现稳增长和防风险的长期均衡。对于金融机构而言,为全国用户提供贴身优质、安全可靠的信贷及支付服务是以人民为中心、为群众办事的最佳体现,更是对中央经济工作会议关于“实施好扩大内需战略,增强发展内生动力”的切实践行。

随着行业步入新发展阶段,广发信用卡依然稳稳肩负“第一梯队”领先者的担当和责任,由服务模式、风控模式、渠道模式、市场模式多个层面展开由内到外的整体管理模式蜕变。在体验、安全、产品、服务多个方面打造具有独特色彩的信用卡中心,为调整后的信用卡行业探索一条新的运营管理之路。

## 行业风险逐步显露

八十年代中期,随着改革开放的深入,经

济快速发展,国民的消费视野逐渐拓宽,消费欲望随之增强,压抑多年的消费需求出现大幅上扬趋势。在这种情况下,信用支付工具初步具备在中国诞生的市场环境。1985年,中国开始探索信用卡业务,由于政策限制和个人信用制度的缺失,只能发行“先存后贷”的信用产品,当时称之为“准贷记卡”。1995年,广发银行结合国际经验率先在国内推出真正意义上的信用卡——符合国际标准的VISA信用卡,真正做到了先消费、后还款。对于当时消费需求亟待释放的中国来说,这不仅是一张卡片,而是真正推动中国进入信用消费时代的载体。

随着居民可支配收入增多,消费升级趋势显现,行业也迎来一轮爆发。以2017年为例,根据人行公布的2017年支付业务统计数据,2017年信用卡和借贷合一卡在用发卡数量共计5.88亿张,同比增长26.35%,增速达到新高。

风险和繁荣往往是共生的,高速发展某种程度上掩盖了风险的暗流。2020年叠加疫情影响,经济环境受到较大冲击,部分行业人群还款能力出现下降,信用卡贷款风险不断暴露。

但是也有风险一直控制得较好的发卡行,

比如广发银行信用卡。数据显示,2016-2018年广发信用卡不良率实现了三年连降,风险指标均优于行业水平。在受疫情影响的2020年,广发信用卡不良率为1.56%,远低于行业均值。

## 提前预判风险实现软着陆

稳健不是一日造就的。在整个行业快速扩张规模的时候,广发信用卡内部就形成了共识:“作为运营信用卡中心的金融工作者,应该有责任预判风险。”早在2011年行业高速发展的年代,广发信用卡就将该年定位为风险管理年,当年的核心命题就是“风险管理如何抗击经济下行引起的风险”。在2013年,广发信用卡开启了包括客群转型、区域转型、线上转型、管理转型在内的四大转型,其中最为重要的是客群转型,通过进一步优化客群结构来解决最关键的金融风险问题。2016年,伴随宏观经济“L型”走势,广发信用卡预判到信用卡风险管理也进入了与过往不同的新阶段,必须加速推进科技创新,深耕大数据、云计算、人工智能等新兴技术在风控层面的运用,以金融科技对抗风险冲击。

正因为风险控制有充足的提前量,广发信用卡得以预判经济走势,提前踩下刹车。进入2021年,在经济增速放缓叠加疫情冲击的双重影响下,在加上此前积累的风险逐步暴露,信用卡行业步入调整期。稳扎稳打的风险管控为广发信用卡在行业调整期高质量发展打下了基础,各项风险指标亦优于行业水平。

## 科技赋能风控护航新增长

“十四五”规划提出了要加快数字化发展,建设数字中国的任务。对于信用卡行业来说,加快数字化转型,借助科技力量优化获客、风控、服务等模式正为信用卡行业新一轮发展积蓄能量。但复杂的外部环境也让整个行业清楚认识到,强化信用卡风险管理科技能力,提升信用卡资产质量管控能力和科技创新能力,是银行破浪前行的关键。

在此背景下,广发信用卡在提升业务规模和质量的同时,加强了对经济周期的研判,利用对业务发展战略的前瞻性管理,实现精细模型策略助力全流程风控,深化数据应用驱动科技赋能,拓展场景经

营聚焦客户感知,在行业内率先制定和实施风险策略,从而保障广发信用卡业务在近年高质量发展。

## 发挥协同优势筑牢大零售发展底线

作为广发银行零售转型的尖兵,广发信用卡还充分发挥风险协同的优势,在广发银行“突出零售”的战略之下,与其他零售业务深度融合协同,以风险资源协同筑牢大零售发展底线,以数据资源协同助力全行零售业务。在风险协同方面,广发信用卡发挥数字化经营经验和能力,站在全行发展格局思考数字化转型,向全行输出模型开发技术、项目经验和资源,与零售信贷协同开发了“利率敏感营销模型”、“单位等级评分模型”等风险模型。在数据协同方面,广发信用卡以数据驱动决策的精细化运营能力实现了信用卡业务与其他零售业务板块深度协同,推动零售客户服务及营销的数据化转型。广发信用卡将继续发挥综合金融排头兵的作用,在零售转型赛道上把握先机,书写新一轮高质量发展新篇章。

(CIS)

# 三个月增长近10倍 上千家公司抢注元宇宙商标

■本报记者 李冰

元宇宙“走红”后,众多行业急速跟进。近日,网易(杭州)网络有限公司申请注册26条元宇宙相关商标,包括“星球元宇宙”“元宇宙展会”“雷火元宇宙”等商标,目前相关商标状态均为“等待实质审查”。

《证券日报》记者注意到,网易抢注元宇宙相关商标并非个例。天眼查数据显示,截至12月19日,名称中含“元宇宙”的商标申请总量已超8534条,共有1368家公司参与申请。值得一提的是,9月22日之前,申请相关商标的公司数量仅为130家;截至10月22日,申请相关商标的公司数量增至400家左右;最近三个月,申请相关商标的公司数量已增长近10倍。

## 互联网大厂“跑步”入场

“产品未动,商标先行”。《证券日报》记者注意到,自“元宇宙”概念爆发后,一大批互联网巨头或其关联企业纷纷注册与“元宇宙”相关的商标。

天眼查不完全统计信息显示,今年9月份,腾讯、小红书、理想汽车、努比亚等诸多知名企业都申请了与“元宇宙”相关的商标;10月份,网易、爱奇艺等公司也加入相关商标申请行列;11月份,小鹏汽车、蔚来汽车等“造车新势力”纷纷介入;12月份,包括海信集团、四川长虹在内的多家家电企业入局。总体来看,在申请与“元宇宙”相关商标的公司中,互联网科技企业占比较多。

自今年9月份以来,腾讯已申请注册近百个与“元宇宙”相关的商标,比如“QQ元宇宙”“幻核元宇宙”“QQ音乐元宇宙”“极光元宇宙”“腾讯音乐元宇宙”“和平精英元宇宙”等。

另一家游戏巨头网易在“元宇宙”相关商标的注册方面也不遑多让。天眼查数据显示,网易已申请注册“瑶台元宇宙”“雷火元宇宙”“伏羲元宇宙”等商标。上海巨人网络科技有限公司也申请了多个与“元宇宙”相关的商标,比如“嘿嘿元宇宙”“派对元宇宙”“星球元宇宙”等。

易观高级分析师苏薇芮对《证券日报》表示,目前元宇宙概念风头正劲,有些企业虽未正式开展元宇宙相关业务,但从商标上提前布局,既能为自己吃下一颗“定心丸”,也能为今后可能产生的品牌纠纷做好防范。

## 理性看待元宇宙热潮

《证券日报》记者注意到,除互联网大厂之外,其他行业也有很多公司在纷纷抢注与“元宇宙”相关的商标。比如,华为技术有限公司目前已申请注册“OS”商标,目前商标状态为“注册申请中”。

还有多家汽车企业抢注了与“元宇宙”相关的商标。9月15日,理想汽车关联企业北京车和家信息技术有限公司申请注册“元宇宙”商标。上汽集团申请超百个与“元宇宙”相关的商标,包括“车元宇宙”“车元宇宙-Z-UNIVERSE”“荣威元宇宙”等。

家电企业也没闲着,海信集团有限公司申请“海信元宇宙”“海信家庭元宇宙”“海信爱家元宇宙”等商标。四川长虹电器股份有限公司在11月份申请注册“长虹元宇宙”“虹元宇宙”等商标。

记者发现,上述企业申请的相关商标大部分处于“商标申请中”或“等待实质审查”阶段。对企业来说,加入元宇宙商标注册热潮,似乎已成为构建品牌价值的一部分。

“与元宇宙相关的商标注册如此火热,既反映出元宇宙概念的火爆程度,也反映出投机氛围愈演愈烈。”在博通分析金融行业资深分析师王蓬博看来,各行业企业抢注商标的行为,说明大家的知识产权保护意识在提升,此举更像是一种保护性注册。但事实上,并不是所有行业都需要“元宇宙”。目前来看,“元宇宙”主要涉及游戏、AR、线上商务办公等领域。

西南财经大学金融学院数字经济研究中心主任陈文对《证券日报》记者表示,元宇宙相关技术仍有较多痛点问题没有得到解决,其实际价值应用目前只适合一部分行业。如果元宇宙能够在现有法律制度框架下解决好现实中的痛点问题,其未来发展将有很大的想象空间。如果只是局限在搭建一个虚拟世界,满足一些资本炒作的需要,却刻意回避现实世界的痛点难题,其未来发展可能只会是昙花一现。

本版主编于德良 责编汪世军 制作曹秉琛  
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话010-83251785