

银行理财子公司扩容 地方银行未来将“扛大旗”

年内理财子公司新发产品数量突破万款大关,同比激增183%

■本报记者 吕东

资管新规过渡期进入倒计时阶段,商业银行发起设立理财子公司的脚步并未停止。随着贵阳银行日前宣布拟发起设立理财子公司,在推动理财业务回归资管行业本源的大背景下,银行理财子公司的队伍仍将继续壮大。

与银行A股IPO极其相似的是,由于国有大行、股份行布局理财子公司的计划几乎全面完成,未来,数量众多的城商行、农商行将成为理财子公司设立的主力军。

随着银行理财子公司阵营的不断壮大,其所发行的产品数量呈现井喷之势。最新数据显示,年内理财子公司新发产品数量一举突破万款大关,较去年同期激增183%。

发起设立理财子公司主角 将由地方银行“接棒”

银行理财子公司大军有望再添新面孔。12月20日晚间,贵阳银行公告宣布,发起设立理财子公司贵阳理财的议案已获董事会审议通过。贵阳理财注册资本10亿元,贵阳银行持股比例为100%。

这也是近几年来理财子公司筹建的最新进展。2018年末实施的《商业银行理财子公司管理办法》中,明确鼓励并支持商业银行通过设立理财子公司的形式开展资管业务。这也宣告了银行设立理财子公司正式开闸。

自2019年6月份首家银行理财子公司建信理财开业至今,经过两年多时间的全面发力,理财子公司阵营逐渐壮大。截至目前,已有29家理财子公司(含中外合理财公司)开业或正在筹建。

在布局理财子公司的各类银行中,国有大行、股份行成果最为显著,走在了各类商业银行的前列。目前,国有六大行理财子公司均已开业,而12家全国性股份制银行中,除浙商银行外,11家股份行的理财子公司均已开业或正在筹建。

随着大中型银行陆续完成布局,理财子公司未来发起设立的主体也将向地方银行转换。除刚刚宣布设立理财子公司的贵阳银行外,目前已有8家地方银行理财子公司开业、获批准筹建。

“城商行、农商行与国有大行、股份行相比,在体量、人员储备等方面均有一定的差距,受此影响,理财子公司在业务布局和产品发行上会有所区别。”普益标准研究员董翠华在接受《证券日报》记者采访时表示,已从开业的城商行理财子公司的产品发行情况来看,地方银行理财子公司更加依赖个人客户,机构客户的力量相对薄弱,这使得其客群整体风险偏好更低,因而发行的产品通常以风险等级二级(中低)为主。

地方银行理财子公司在产品营销方面高度依赖母行,加之此类银行的网点和影响有限,因而在业务布局上具有明显的区域特征。此外,受限于投研能力等因素,城商行等地方银行成立的理财子公司发行的理财产品系列相对较少。

尽管银行理财子公司成立时间均不长,但在开业后的短时间内均有着良好的业绩表现。据记者不完全统计,共有18家理财子公司今年上半年的业绩对外披露,上述理财子公司全部实现盈利,上半年合计净利润突破百亿元,达101.18亿元。其中,股份行理财子公司表现最为抢眼,净利润排名前五的银行均被此类银行包揽。记者发现,由

最新统计数据显示

理财子公司今年新发产品数量为10604款,相较于去年同期的3747款,增幅高达183%。即使剔除母行迁移至理财子公司的产品,理财子公司今年新发产品数量也达到8592款,较去年同期增长了180.97%

王琳/制图

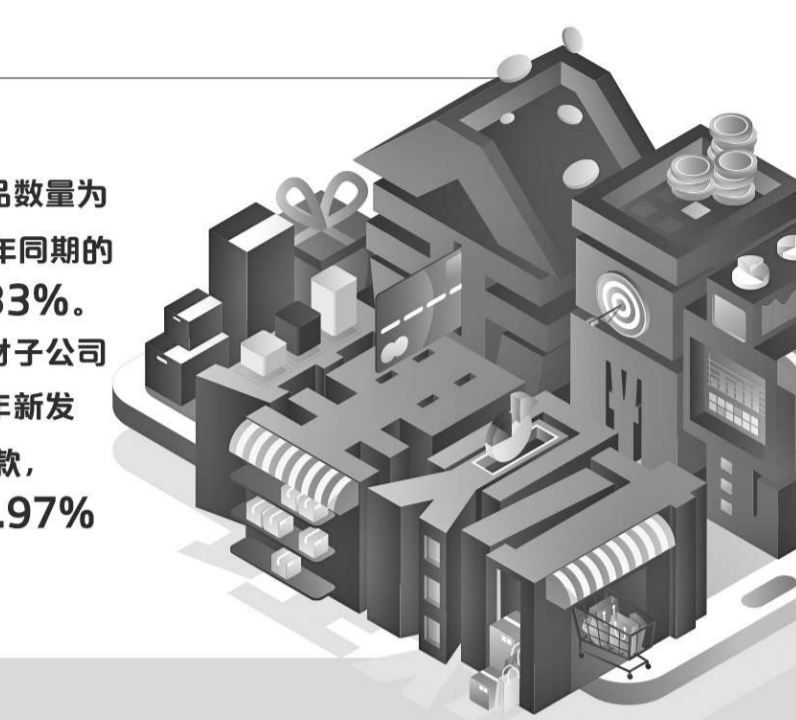
于城商行、农商行理财子公司成立时间相对较晚,且产品发售相对有限,尽管实现盈利,但净利润并不高,这类理财子公司上半年的净利润最高的仅为2亿多元,最低的仅为数千万元。

“未来在同场竞争中,地方银行的理财子公司在产品数量和差异化、客户群体规模、营销能力、网点覆盖面等多方面,与国有大行和股份行相比处于劣势,因此,还要注重人才培养,加强投研和营销能力建设,逐渐减少对母行的过度依赖,同时积极开展银行间合作,通过代销等方式扩展营销渠道。在产品创设方面,要发挥自身更加深入城乡的优势,充分考虑当地客群的本土化需求,才能获得差异化的竞争优势。”董翠华认为。

理财子公司新发产品数量已突破万款

资管新规过渡期即将于年底结束,银行理财市场的净值化转型也已进入冲刺阶段。银行理财子公司作为净值化转型的重要载体,一方面随着其在新发产品的源头上即开始全面净值化;另一方面,母行理财产品也在加速向理财子公司转移,正逐渐成为银行理财市场的主角。

在易观高级分析师苏筱芮看来,银行理财子公司的不断设立,能够对推动理财净值化转型起到促进与加速的作用,并最终推动理财业务回归



资管行业本源。由于银行理财子公司发行的产品均为净值型理财产品,将会加速推动理财净值化转型。在此过程中,母行能够为理财子公司提供和协调各类资源,帮助其成立及后续发展,助力银行理财产品的过渡与转型。

伴随银行理财子公司阵营的不断壮大,其发行的理财产品数量也水涨船高。普益标准最新统计数据截至12月21日,理财子公司今年新发产品数量为10604款,相较于去年同期的3747款,增幅高达183%。即使剔除母行迁移至理财子公司的产品,理财子公司今年新发产品数量也达到8592款,较去年同期增长了180.97%。

中信建投银行首席分析师杨荣表示,未来银行网点必然要向营销转型,但目前银行网点的人员配置与实际需求严重不匹配:一方面,银行网点急需有专业知识、有经验的营销人员;另一方面,现有的部分银行营业人员年龄偏大,不愿转型销售,造成目前银行现有营业人员效率不高,因此,银行网点需要进行人力资源优化。

黄大智也表示,银行应将流量作为客群经营的关键要素,对于重点客群,形成以客户为中心的全国性经营策略,探索多个场景应用为用户提供更多元的银行服务。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

“十四五”规划中也指出,银行业金融机构应紧跟最新科技动态,持续探索科技赋能,有序推进在产品与服务、合规与风控、管理与运营等方面创新应用的落地,在降本增效的同时提升核心竞争力。

“数字化转型中还存在数据治理和战略的问题。”苏宁金融研究院高级研究员黄大智对《证券日报》记者表示,一方面,数据的全面性和合规性还有待加强;另一方面,银行对战略重视不够,很多银行数字化转型只停留在业务转型,特别是中小银行还没有从战略层面进行数字化转型的整体规划。

《证券日报》记者发现,银行在数字化转型网点建设中,更多侧重学习外在经营模式,而忽略了以客户为中心的服务。业内人士也表示,在尝试数字化转型的同时,营业网点应当更加坚持以客户需求为中心,注重对客户服务的提升,满足客户多样化需求。

“十四五”规划中也指出,银行业金融机构应紧跟最新科技动态,持续探索科技赋能,有序推进在产品与服务、合规与风控、管理与运营等方面创新应用的落地,在降本增效的同时提升核心竞争力。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

年内2398家银行网点关停 借力数字化转型需“软硬兼施”

■本报记者 彭妍

近年来,商业银行数字化转型正在加速,在此背景下,银行网点数量持续减少。《证券日报》记者根据银保监会金融许可证信息平台数据统计发现,今年以来,截至12月22日,商业银行机构共有2398家银行网点终止营业。

在离柜率逐年攀升、物理网点数量持续下降的背后,是线上渠道与电子业务占比不断提升,以及银行渠道数字化、智能化转型的持续推进。从技术应用看,银行业也在持续加大金融科技资源投入,全面深化科技与业务融合。

银行网点数量持续缩减

随着数字技术的快速发展,银行物理网点的渠道依赖度逐渐减弱,关停撤销数量逐渐增多。中国银行业协会的数据显示,2018年至2020年,中国银行业的网点数量已连续三年出现下滑。今年以来,银行网点数量减少的趋势仍在持续,据银保监会金融许可证信息平台披露信息显示,今年以来截至12月22日,商业银行机构中已有2398家网点终止营业。

今年上半年,工行、农行、中行、建行的网点数量除工行小幅增加了23个以外,农行、中行及建行分别环比减少94个、31个和85个。与网点

同步的是银行人员的减少,仅在2021年上半年,上述四大国有银行对比年初合计减少了2万余人,这其中大部分来自网点前台柜员的减少。

《证券日报》记者注意到,与网点同时减少的还有ATM自动取款机。央行公布的2021年三季度支付体系总体情况显示,截至今年9月末,全国存量ATM机为95.97万台,较去年同期减少6.94万台。

银行网点数量不断减少的背后,离柜业务率走高是重要原因。中国银行业协会数据显示,2016年至2019年银行业的平均离柜率分别为84%、87.58%、88.67%、89.77%。2020年银行业金融机构离柜交易达3709.22亿笔,同比增长14.59%;离柜交易总额达2308.36万亿元,同比增长12.18%。

易观高级分析师苏筱芮对《证券日报》表示,银行网点关停是一种正常现象,伴随着金融业务的数字化转型以及移动端用户规模的扩张,银行需要衡量网点的盈利情况,并根据经营业绩做出合理调整。

技术主导网点转型

随着大数据、人工智能的兴起,银行网点也在做出改变,推出了线上线下融合、大数据作为后台支撑、智能设备作为前台服务的新型智慧网点。

《证券日报》记者注意到,近年

来,越来越多银行分支网点启动了数字化、智能化、场景化改造。今年以来,商业银行在推进数字化转型方面持续发力,不少银行还加大了对于区块链、数字货币等金融科技领域的布局。

同时,上市银行也在三季报中提出加强科技赋能数字化转型。例如,浦发银行通过全链路数字赋能,推动全景银行建设进入新阶段。在科技与业务融合方面,浦发银行通过强化数据驱动,持续赋能财富、代发、快捷支付及风控场景经营。北京银行以“211”工程和“京匠工程”为牵引,在业务数字化方面,强化人工智能、大数据、生物识别在各业务领域的应用。

日前,iiMedia Research(艾媒咨询)发布《2021年中国银行业数字化转型赋能组织成长趋势研究报告》(以下简称“报告”)。报告显示,金融行业数字化转型进程加快,2020年银行机构金融科技总投入为2078亿元,同比增长20%;金融机构科技投入在营收中占比大幅提升,部分银行科技投入占比达到4%以上。

不过,银行业数字化转型仍面临理念、机制、人才、技术、数据等多方面挑战,数字化转型之路任重道远。多数银行业内人士认为,战略执行缺乏配套制度流程、创新技术人才不足、数据质量和数据治理问题是当前数字化转型面临的主要挑战。

获批准牌。而兴业银行是国内股份制银行近十年来首家持牌专营私人银行,也是十年来监管部门唯一批准开业的私人银行专营机构。此外,5月14日,银保监会还批准了恒丰银行在6个月内完成私人银行部的筹建工作,这也意味着恒丰银行有可能成为近十年来第一家获批准开业的私人银行专营机构。

兴业银行私人银行部负责人对《证券日报》记者表示,设立私人银行专营机构,有助于该行进一步优化财富管理业务模式和经营体制,持续提升私人银行服务水平,提升客户服务水平,打造符合新时代人民美好生活需求的精品私人银行,擦亮“财富银行”名片。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受《证券日报》记者采访时表示,对于商业银行,设置私人银行可以让银行业务员

聚焦在少数客户身上,提供更加有针对性的金融服务,并可以开拓银行的全球业务,通过离岸财富管理和家族信托等多种模式,实现财富全球化管理,延伸商业银行自身业务体系。

宝新金融首席经济学家郑磊对《证券日报》记者表示,私人银行的发展应该服务于广大中产阶级,但是目前存在一些问题,一些银行设定的门槛,实际主要服务于少数富裕人群。给更多银行发放这个业务牌照,并引导向中产阶级提供更多更好的理财、投资机会和服务,符合国家的政策导向。

私人银行客户迅速增长

随着国内经济持续快速发展,私人及家庭的财富也在增加,因此私人银行客户的快速增长也十分迅速。据中国银行业协会发布的《中国私人银行

发展报告(2021)暨中国私人银行公益慈善白皮书》披露数据显示,国内私人银行业资产管理规模与客户数量继续保持两位数增长,中资私人银行的资产管理规模从2019年的14.13万亿元,增至2020年的17.26万亿元,增长率达22.09%。私人银行客户数从2019年的103.14万人,增至2020年的125.34万人,增长率达21.53%。

从银行的相关发展状况来看,记者梳理了部分上市银行的半年报发现,已经有多家银行私人银行资产管理规模超过1万亿元。其中,招商银行管理资产规模遥遥领先,已经突破3万亿元,以3.13万亿元位居所有银行之首。工商银行、中国银行管理资产规模均在2万亿元以上。

同时,国内银行私人银行业务依旧面临众多挑战。盘和林认为,一是在资产配置全球化浪潮下,私人银行对外

支持客户需求为中心,注重对客户服务的提升,满足客户多样化需求。

“十四五”规划中也指出,银行业金融机构应紧跟最新科技动态,持续探索科技赋能,有序推进在产品与服务、合规与风控、管理与运营等方面创新应用的落地,在降本增效的同时提升核心竞争力。

中信建投银行首席分析师杨荣表示,未来银行网点必然要向营销转型,但目前银行网点的人员配置与实际需求严重不匹配:一方面,银行网点急需有专业知识、有经验的营销人员;另一方面,现有的部分银行营业人员年龄偏大,不愿转型销售,造成目前银行现有营业人员效率不高,因此,银行网点需要进行人力资源优化。

黄大智也表示,银行应将流量作为客群经营的关键要素,对于重点客群,形成以客户为中心的全国性经营策略,探索多个场景应用为用户提供更多元的银行服务。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

对于未来的发展趋势,郑磊表示,未来私人银行业务应该根据各家银行的客户结构,采取不同的门槛标准,使得服务群体尽可能多元化和扩大,可以提供较高风险且高于基本理财产品收益的产品,以填补中等风险较高收益这一市场空隙。持牌经营的优点是能够更好地监控风险,让行业发展更加稳健。私人银行业务应加大对家庭财富传承方面的服务,避免盲目采取国外家族资产管理模式,在执业方面充分体现共同富裕的政策导向。

投教专栏

走近汽车行业(上)

汽车改变了我们的生活,为出行提供了便利。我国国内汽车行业起步较晚,但经过半个多世纪快速发展,已成为汽车全球销量和保有量最大的国家。本篇文章将为您介绍汽车行业基本情况、发展趋势和影响行业发展的主要因素。

一、行业基本情况
汽车行业主要包括整车制造、零部件生产、汽车经销三大板块,其中整车制造和零部件生产板块是汽车行业研究的核心。

(一)整车制造板块
整车主要包括乘用车和商用车。乘用车是指载运乘客及其随身行李或临时物品的汽车,比如家用轿车、SUV、MPV、家用皮卡等;商用车是指用于商业用途运送人或货物的汽车,可细分为货车(重卡/中卡/轻卡/微卡)和客车(大客/中客/轻客)等。

2005年至2020年,我国汽车销量增长339%,而同期全球汽车销量增长18%。美国、德国、日本等国的汽车销量增长情况分别为-17%、-10%和-21%。

从发展趋势看,整车制造板块呈现如下特点:一是新能源乘用车放量。得益于双积分、碳中和、各地新能源补贴政策,我国新能源乘用车销量从2015年的19万辆增长至2020年的120.4万辆,增速迅猛。新能源乘用车渗透率从2015年的0.9%增长至2020年的6%,今年一季度更是上升至9.7%。

二是天幕玻璃、中控大屏、AR-HUD(抬头显示)等新趋势加速形成。为了追求与传统燃油车的差异化卖点,电动车在设计时往往追求外观内饰颜值和科技感的升级。外观方面,2020年至今发布的电动新能源车中,搭载天幕的车型居多,后续来看带镀膜、可调光等配置的高端天幕车型或将增多。内饰方面,诸多电动新车采用了联动大屏的设计元素,除显示车身信息外,亦可用于娱乐影音。

(二)零部件生产板块
传统汽车零部件组成部分主要包括:发动机、底盘(传动、转向、行驶、制动);车身(内饰、外饰);电器设备(电源、用电设备)。新能源汽车和传统汽车的区别在于三电技术:电驱、电池、电控,其中电池最受关注。同时,随着智能驾驶的高速发展,汽车对高算力芯片和激光雷达的需求也在与日俱增。

从发展趋势看,零部件生产板块呈现如下特点:一是磷酸铁锂电池需求上升。新能源汽车多用三元锂和磷酸铁锂两种电池,前者优势在于储能密度高且抗低温,因此三元锂电池在冬季衰减小于磷酸铁锂电池;后者优势在于安全性能好,循环寿命更长,制造成本更低。乘用车为追求降价和冲量会将电池从三元锂切换为磷酸铁锂,近几个月来,磷酸铁锂产量高于装机量,其装机需求在快速提升。

二是激光雷达提供智能驾驶感知端解决方案。三是AI芯片加速汽车智能化进程。各大车企今年上市的新车型开启了AI芯片上车的时代,其中英伟达、高通、Mobileye的市场占有率较高;Mobileye在智能驾驶领域起步早,高通、英伟达则在智能座舱、自动驾驶领域处于领先地位。同时,自主AI芯片厂商同样具有较强竞争力,以地平线和华为等芯片供应商为代表,北汽极狐阿尔法S和小康华为赛力斯S75车型搭载了华为AI芯片和计算平台,东风岚图FREE和上汽智己L7车型搭载了地平线征程系列芯片。

二、影响行业发展的主要因素

汽车是一个周期性行业,回顾过去十年,乘用车基本呈现3年-4年一个周期,2006年、2009年、2013年、2016年均呈现明显的周期波峰,2011年-2012年、2014年-2015年为明显的行业增速低谷。总体来看,汽车行业主要受到以下四个因素影响:一是经济周期。汽车作为重要的可选消费品,与宏观经济冷暖有显著的相关性。从中长期数据来看,宏观经济回暖时汽车消费需求旺盛,宏观经济遇冷时汽车消费需求下降。

二是政策周期。我国汽车行业发展受产业政策影响较大。

三是库存周期。汽车库存一般是用车库系数来衡量,库存系数指的是期末整车库存(金额或数量)除以当期销售整车(金额或数量)。若终端库存超过一定水平,则可能直接加大终端价格竞争,增加终端促销,甚至引发行业价格战,进而直接影响到车企单车盈利水平。

四是产品周期。新车相比现售老款车型在外观、配置等有显著提升,更加符合当前市场环境,销量相比老款车型更值得期待。另外新车上市折扣低,整车厂给经销商返点较少,新车利润率水平相对较高,把握新车周期对整车厂未来盈利十分关键。

随着新能源汽车销量快速增长,智能驾驶技术日新月异,天幕玻璃、中控大屏、AR-HUD等内外饰和智能座舱配置升级,以及百度、小米等互联网巨头强势进入,汽车行业不断涌现出投资机会。下一期,我们将介绍如何从投资角度分析汽车行业,敬请关注。(本文来自兴业证券经济与金融研究院董晓彬供稿)