

# 26家上市券商亮出2021年成绩单 9家迈入净利润“百亿元俱乐部”

■本报记者 周尚仔

随着首批上市券商2021年年报的披露,业绩轮廓已逐步显现,行业继续演绎“强者恒强”的竞争格局,已有9家头部券商迈入净利润“百亿元俱乐部”。同时,部分中小券商已逐步打开局面,形成差异化竞争优势。

截至记者发稿,有26家上市券商披露了2021年年报,占比63%,业绩表现各有千秋。“大而强”的头部券商仍保持业绩稳定增长,已有9家上市券商跻身净利润“百亿元俱乐部”;其中,“券商一哥”中信证券以765.24亿元的营业收入、231亿元的净利润遥遥领先,同比分别增长40.71%、55.01%;国泰君安、华泰证券、海通证券、招商证券、广发证券、中金公司、中国银河和中信建投净利润均超100亿元,分别为:150.13亿元、133.46亿元、128.27亿元、116.45亿元、108.54亿元、107.78亿元、104.3亿元、102.39亿元。与上年相比,“百亿元俱乐部”增加了招商证券、中国银河、中信建投、中金公司。

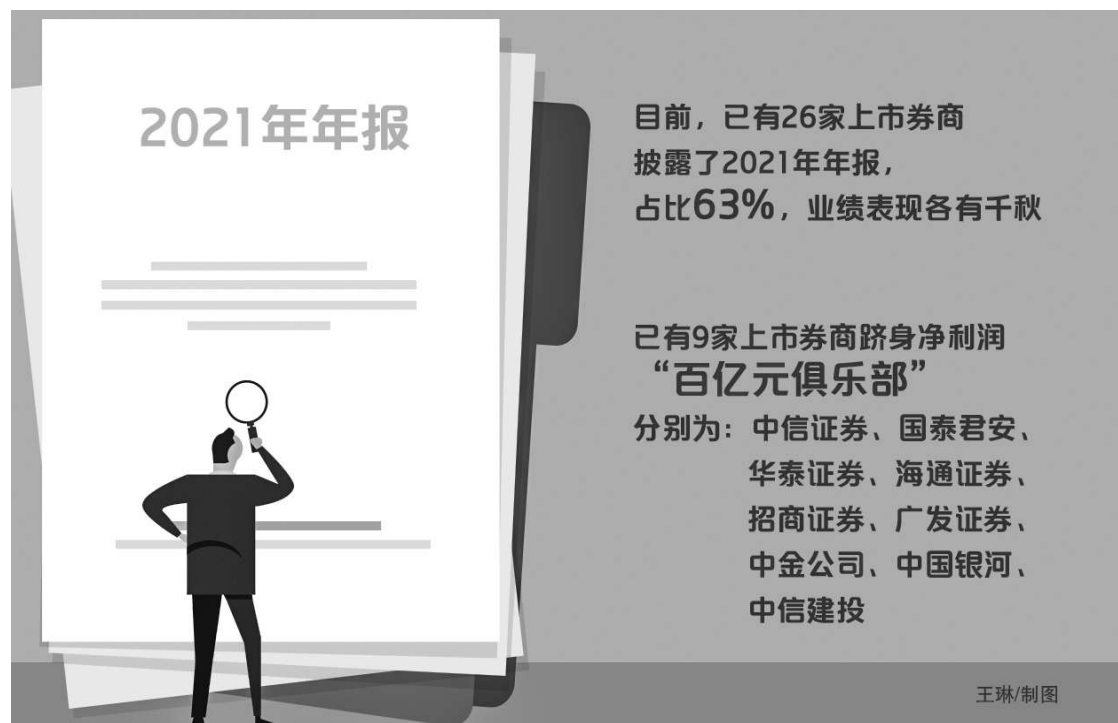
对于行业龙头中信证券2021年出色的业绩表现,国泰君安非银行业首席分析师刘欣琦表示,“机构业务及财富管理产业链收入驱动中信证券去年业绩实现高速增长,率先解决资本瓶颈后,

公司未来将受益于机构化进程超预期带来的机构客需的增长。”

在业绩增速方面,26家上市券商中有24家去年的营收、净利润全部实现同比双增长。营业收入方面,国联证券、浙商证券、中国银河的同比增幅均超50%。其中,国联证券以58.11%的营收同比增幅排名暂列上市券商之首。净利润方面,中原证券、东方证券、方正证券、中信证券、国联证券等5家券商的同比增幅均超50%。其中,中原证券以392.04%的增幅暂列第一;东方证券净利润同比增幅达97.26%,紧随其后;方正证券以66.19%的增幅暂列第三。不过,第一创业、华林证券的净利润均同比下降。

如今,不少特色化中小券商正在创造更多惊喜,2021年,中原证券自营业务、投行业务的营业收入分别同比大增365.61%、245.9%。同时,中银证券的资管收入、浙商证券的投行收入,均创出历史新高。

对此,粤开证券研究院首席策略分析师陈梦浩曾接受《证券日报》记者采访时表示,“从盈利驱动角度来看,2021年券商盈利高增的直接原因主要是财富管理业绩的逐步推进和经纪、投行业务的业绩持续发展。财富管理规模增长带来的‘乘数效应’,带动券商业务规模的不断提升;经纪、投行业务受



益于市场高景气度和注册制改革、北交所建立等多层次市场建设推进,推动了券商业绩增长。”

2021年,证券行业持续推进财富管理转型,服务居民财富管理的能力不断提升。其中,上市券商在财富管理以及机构业务拉动下业绩持续提升,相比传统经纪业务,财富管理业务稳定性和收益率更高。

亮点方面,2021年,财富管理已成为中信证券更加重要的收入来源,其经纪业务净收入高达139.6亿元,同比增长24%,其中代销金融产品收入达26.55亿元,同比增长35.12%。2021年,国泰君安机构与交易业务、财富管理业务同比分别增长51.15%和10.64%,是驱动业绩增长的主要因素。方正证券投顾

业务出现新的增长点,2021年线上投顾业务、资产配置型投顾产品创收同比分别增长84%和283%。2021年,在双平台赋能之下,华泰证券的财富管理业务收入高达162.87亿元,占总营业收入比例超40%,其客户总数达2000万,客户总资产达5.4万亿元,业务优势显著,其机构用户数增长50%。

## 一边下架一边上新 隔离险迭代升级有玄机?

■本报记者 冷翠华

新冠肺炎疫情有所反复,隔离险销售持续火爆。但另一个侧面是:近期相关产品逆势下架或进行渠道调整,这引起业界热议。《证券日报》记者发现,险企并非简单下架隔离险,而是在下架旧产品之后又低调推出新产品。

隔离险面世时间并不长。为何险企短期内就下架产品或者收缩销售渠道?迭代升级后推出新产品有何玄机?

### 畅销产品下架或收缩战线

3月30日,在京工作的秦斌(化名)准备在清明返乡之前购买一份隔离险,然而,当他打开之前常用的某银行APP时发现,原本在该APP标识为“爆款”的隔离险已经不见踪影。他在网上另外搜索到一款隔离险,咨询得知等待期为15天,即使马上购买也无法保障清明期间的出行需求,只好作罢。

事实上,3月份,已有多款隔离险陆续下架,部分产品发出下架预告之后,在部分渠道曾出现“炒停”现象,而近期下架的产品则静悄悄地离场。

隔离险本质上是包含隔离津贴的意外险。受访人士普遍提到几点:疫情反复,消费者有保障需求;产品设计切中消费者痛点,投保简单,保障期间灵活,价格亲民;营销宣传势头比较强,宣传语确实吸睛。以上几方面因素让隔离险快速走红。

然而,近期畅销的隔离险正陆续下架或收缩销售渠道。究其原因,昱淳精算咨询合伙人徐昱琛在接受《证券日报》记者采访时表示,主要是因为疫情形势变化导致其精算基础发生改变。另一位不愿具名的险企人士告诉记者,除了上述原因,监管机构的要求以及险企出于风控目的调整也是重要原因。

2月初,银保监会财险部发布紧急通知,重点针对“隔离险”存在不如实宣传、理赔困难等问题进行

规范,不仅险企对险企的产品开发、营销宣传做出要求,而且要求险企加强对合作渠道的管理,一旦发现其有片面宣传和渲染炒作的,立即制止并终止业务合作。

上述险企人士告诉记者,该公司已经下架的一款产品此前很畅销,价格便宜,保障期间长达1年,而现在疫情形势复杂多变,公司担心后期赔付率不可控,对投诉量上升也有所顾虑,因此从风控角度出发,决定下架。

值得注意的是,市场上还有一种声音认为,险企下架旧产品是因为赔不起了。上述险企负责人表示,目前该产品的赔付率并不是很高,但由于疫情形势和防控政策等因素随时可能变化,险企确实有所担心。

### 消费者要根据需求谨慎投保

隔离险陆续下架之后,险企是否放弃这一阵地?消费者是否还可以投保呢?《证券日报》记者查询多个平台后发现,虽然此前有多款

隔离险下架,但陆续又有新产品上线,消费者依然可以投保。不过,从产品形态来看,新产品和此前产品有较大区别。同时,需要提醒消费者的是,在购买产品前需要明白消费,有疑问最好事先咨询清楚,避免盲目跟风购买。

以某财险公司已经下架和近期新上的在售产品对比来看,在保障内容方面,在售产品与新冠肺炎相关的保障仅3项:感染新冠肺炎身故、新冠疫苗接种意外身故及伤残,以及强制集中隔离津贴,而原有产品的保障范围更广;在保障期间方面,原有产品保障期间为1年,在售产品保障期间为3个月;在等待期方面,原有产品等待期为3天,在售产品等待期为5天;在销售页面,在售产品将不可投保人群、不可赔付条件放在了显眼位置。

“进行调整是希望让消费者更加简单、更易理解,减少争议空间,尽量减少后期理赔纠纷;同时,公司也提高了风控门槛,降低逆选择风险。”该公司负责人对记者表示。

## 商品期市油脂板块遭遇重创 油脂供应紧张格局暂未变

■本报记者 王宁

3月30日,国内商品期市演绎分化行情,能源化工和有色金属板块整体维持偏强势头,而农产品有所回调,豆类和油脂板块更是遭遇重创,豆二、豆粕、菜籽油和棕榈油等品种盘终全线飘绿。

多位分析人士告诉《证券日报》记者,由于隔夜地缘政治影响,国际商品期市走出“V”型反转行情,国内农产品板块受此影响呈下探走势,这是基于国内农产品基本面所致。短期来看,在经济复苏良好、供给减弱和地缘政治风险持续

外溢的预期下,油脂板块或仍有较大的反弹契机。

由于隔夜地缘政治影响,以原油为首的大宗商品也获得了短暂“喘息”,内外盘联动的背景下,国内商品期市早盘多数走软,盘终则呈现出分化格局。

截至3月30日收盘,国内商品市场能源化工和有色金属板块整体翻红,部分品种涨幅更是保持在2%以上,沪镍、铁矿石、不锈钢、焦炭、玻璃等涨幅居前,沪燃油、低硫燃料油、沥青、LPG、PTA、PVC、橡胶和塑料等品种涨幅紧随其后;与之相对应的是,农产品板块整体下

滑,其中,豆类和油脂板块跌幅较深,豆二、豆粕跌幅超过了2%,豆油、菜籽油、棕榈油、菜籽和菜粕期货全线回调。

东证衍生品研究院农产品资深分析师黄玉萍告诉《证券日报》记者,在隔夜地缘政治取得阶段性成果进展下,原油期价维持高位波动格局,影响了包括美豆在内的商品价格。不过,目前看商品盘面整体迎来了反弹。“就美豆基本面而言,南美减产已成定局,全球期末库存将确定性下降,化肥成本飙升有利新年度美豆增加播种面积。因此,美豆暂时不具备大幅下跌基础。”

从国内商品期市盘面来看,豆一和豆二走势分化,盘终豆一实现反弹而豆二扩大跌幅。分析人士表示,由于豆一主要依靠国外进口,由此在外盘美豆“V”型反转后,豆一最终反弹;豆二则在国内抛储、需求仍待指引下,最终大幅走低。不过,基于对供应紧张的预期,油脂板块仍有反弹契机。

“国内大豆将实行拍卖,首次数量在50万吨左右,由于当前养殖利润不佳,豆粕需求缺乏明显支撑的背景下,豆二或很难出现反弹。”黄玉萍表示,与此同时,二季度进口大豆到港数量还会增加,豆类供

应最紧张的阶段将过去,内外盘豆类届时还将等待进一步指引。国内盘面豆类走势或以震荡为主,若抛储继续,期现基差回落,合约间的价差将继续缩小。

金期货农产品研究员郑天向《证券日报》记者表示,短期来看,油脂板块受到国内疫情冲击,加之地缘政治风险的不外溢,油脂板块短期扰动因素增多,不过,供应紧张的格局并未改变。例如棕榈油增产幅度不及预期,南美大豆减产导致市场对新作美豆容错率极低,而拉尼娜效应依旧存在,可能对美豆新作播种存在不利影响。

### 手续费上涨引争议

## 微信支付:在高速行业投入成本大且长期亏损

■本报记者 李冰

日前,安徽交通一卡通控股有限公司(下称:安徽交通一卡通)将停止提供微信支付服务一事,在业界持续发酵。

3月30日,微信支付相关负责人针对该事件对《证券日报》回应称,目前,ETC记账卡服务在安徽地区仍可正常使用微信支付。“微信支付费率调整后与该商户进行了充分沟通且签署了相关协议。我们刚刚被告知,安徽交通一卡通单方面终止了协议。”

《证券日报》记者致电安徽交通一卡通公司官方客服核实相关情况时,该客服表示,“由于微信支付手续费不断上涨,已经超出我公司承受范围之内,所以目前安徽ETC的APP不能用微信支付充值。”

### 微信支付:安徽交通一卡通单方面终止协议

日前,安徽交通一卡通在官网发布公告称,鉴于微信支付手续费不断上涨,与腾讯公司积极协商未果,将停止提供微信支付服务,但记者注意到,目前该公告已经在其官网删除。

针对此事,微信支付相关负责人对《证券日报》称,“自2020年起,微信支付在合规前提下,仅针对ETC储值卡业务进行了费率调整,调整后仍是优惠费率。目前微信支付在高速行业已投入大量成本,长期处于亏损状态。”

《证券日报》记者以用户名义,咨询安徽交通一卡通公司官方客服,该客服表示,“由于微信支付手续费上涨太快,自3月24日10时起平台将停止提供微信支付服务,目前只有安徽ETC的APP不能用微信支付充值,其他领域并不影响使用。”

据记者了解,此前新闻存在一定被误读。安徽交通一卡通公告内容是指仅在安徽ETC的APP上不能用微信支付充值,事实上安徽省内交通车辆在过收费站手机“扫码付”使用微信支付并不受影响。

博通咨询金融业资深分析师王蓬博对《证券日报》记者介绍,全国大多数地区高速公路ETC有两种缴费模式,分为记账卡和储值卡两种类型。“记账卡”就是绑定银行卡或者微信支付等第三方支付来进行的缴费,是目前使用比较普遍的类型。简单来说就是车辆通过高速后在入口记录,在出口实时扣费;二是通过“储值卡”进行,这是一种独立的充值型预付卡模式,类似于公交卡,必须先充值才能使用。

他认为,目前“记账卡”仍是大多数车主选择的主流方式,尽量避免了“储值型”因余额不足无法“通过”的麻烦。严格意义上来说,储值卡不能使用微信支付,影响范围有限。“此事要回到正常的商业逻辑上来看,如果接受费率就继续合作,不接受就不合作,其实这是正常的商业行为。”

### 旧话题再引发讨论 手续费能否再低?

事实上,关于第三方支付与手续费率高低的话题纠葛,自第三方支付相关项目收费之日起就已经开始了。

记者查询微信支付相关费率情况注意到,其在针对商户的收费方面,长期以来收费率标准都维持在0.6%左右。同时,基于个别行业的特殊性,费率标准也会有所浮动。比如游戏,在线视频等虚拟业务其手续费费率都是1%;另外,也有一些费率低于0.6%,甚至维持0费率的行业。比如,信用还款、水电煤气缴费等民生缴费是0.2%,教育、医疗、公益、民办大学缴费则是0.5%。

此外,微信在今年3月份,也曾发布《关于进一步降低小微商户支付手续费的通知》,该通知中提及针对符合工业和信息化部《中小企业划型标准规定》的小微企业和个体工商户,在微信支付平台上所有支付方式和场景的支付手续费在官网公示标准基础上打九折。时间为自2021年9月1日起至2024年9月30日。

微信支付方面告诉《证券日报》记者,微信支付对于ETC行业相关场景收取优惠费率,远低于普遍的微信支付行业费率标准。未来也没有盈利的计划。

纵观全球第三方支付市场费率来看,据零壹智库统计数据,以微信支付、支付宝为首的国内移动支付为例,普遍采用的费率标准都是B端商户0.6%、C端个人用户0.1%。对于商户标准,即便针对个别行业有所调整,但整体平均费率仍然保持在0.5%至0.6%。

易观分析金融行业高级分析师苏筱芮对《证券日报》表示,“过去几年第三方支付行业高速增长的背后,还存在不少支付机构为抢占市场而进行的高额补贴,从商业模式来看,单独靠收手续费的支付业务如今越来越难以撑起支付机构盈利,而是要跟支付机构背后的集团或生态进行结合,因此,对于支付机构来说,如何在谋求商业利益与服务小微之间实现动态平衡,将是中长期内面临的一个重要考验。”

本版主编于德良 责编孙华 制作王敬涛  
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

## 人保财险大力发展出口信用险 切实为外贸企业纾解困难

出口信用保险是承保出口企业在对外出口产品和服务的过程中,因海外进出口商的商业风险及其所在国的政治风险而遭受应收账款损失的保险业务,是国际通行的、符合世贸规则的贸易促进手段。

1988年人保财险受财政部委托独家经营出口信用保险,并率先开发出我国出口信用险条款。2013年经财政部批准,人保财险成为首家经营短期出口信用险的商业保险公司。截至2021年底,人保财险出口信用险

累计为出口企业提供风险保障近4000亿美元。

近年来,为助力出口企业抗“疫”突围,人保财险迅速出台“稳外贸扩内需六项措施”,充分利用遍布城乡的服务网络优势,积极扩大对中小微企业的覆盖面,大力推动出口信用险向更广阔的基层延伸。仅2021年,人保财险出口信用险承保金额841亿美元,服务小微企业超过1.2万家,切实帮助企业纾解困难,全力支持外贸企业有序复工复产。

探索“跨境电商”“综合外贸服务平台”承保模式。人保财险在跨境电商、综合服务企业等领域加强研究,主动探索其与传统外贸的模式差异,创新业务流程和风控手段,承保了阿里国际站、浙江中非国际经贸港等标志性项目;支持传统外贸企业在转型跨境电商,为以宁波亚虎为代表的客户提供了个性化的风险解决方案,与出口企业共同成长。

为借鉴国际同业经验,向中小微企业提供更多元、更加契合企业实

际的服务选择,人保财险还积极协同欧洲主要再保险公司针对“发票融资”模式进行专题研究,整合跨境电商和海外渠道在数据沉淀和信息获取上的资源优势,探索解决中小微企业融资难、融资贵问题的新思路、新途径。

据悉,人保财险近年持续为某大型信息通信技术公司提供出口信用险风险保障,先后承保其欧洲、拉美等国的通信设备出口项目。

近年该客户面临的外部经营环境

发生重大变化,对国内业务的发展提出了更高要求。人保财险创新国内贸易信用险承保方案设计,推出了“总代结构保单+应收账款保理”的承保模式,解决了总代业务需求集中以及限额需求较高等痛点。

人保财险充分发挥商业性保险公司在出口信用险上的经营优势,制定更为灵活的承保政策和保险方案,加快对新业务模式的研究开发和复制推广,在承保贸易信用险业务的同时,一站式解决出口企业的

各类保险需求。

此外,人保财险还将积极践行“承保+减损+赋能+理赔”的保险新逻辑,推进信用险数字化核保平台建设,优化资信调取和整合模式,提高风险量化分析能力,完善风险动态监控体系,实现对信用风险敞口的高效管理,并为政府和客户提供更加多样化的风险减量管理工具和风险增值服务,不断提升对出口企业的线上化、便利化、专业化服务水平。

(CS)