

中证协摸底券商“研究力” 业内人士：属于常规年度报送

今年以来,82家券商累计发布14.45万份研究报告,覆盖2865家A股公司

■本报记者 周尚任

当前,券商正进一步加强研究对核心业务的推动和支持,而“研究力”也已成为券商核心竞争力之一。

《证券日报》记者了解到,近日,中国证券业协会(以下简称“中证协”)组织开展对2021年证券公司发布证券研究报告业务经营情况统计,主要涉及券商研究部门设置和人员组成、分析师人员构成、研究销售部门设置和人员组成等九大部分,并要求券商在9月29日前将相关数据报送中证协。

细分来看,报送数据还包括研究报告质量审核、合规审查人员数量及占比、分析师执业年限、离职率、公募基金公司、QFII、RQFII机构客户数及佣金收入等。

针对中证协摸底券商研究业务情况,市场初期存在过度解读,认为将出台规范措施。《证券日报》记者就此采访了业内人士,其表示,“上述经营情况统计属于每年常规报送。”中证协在通知中提到,对研究报告业务经营情况进行统计,是为了客观反映证券公司发布证券研究报告业务开展情况,促进发布证券研究报告业务健康发展。

东方财富Choice数据显示,今年以来,82家券商已累计发布14.45万份研究报告,覆盖2865家A股上市公司。

各家券商研究所的分析师们也是相当“高产”。今年以来,截至9月15日,中金公司已发布7552份研究报告,暂列第一,日均产出超29份报告;中信证券紧随其后,已

发布研究报告数量达6964份;天风证券暂列第三,发布研究报告数量为4594份。分析师中,中信证券的明明发布研究报告达877份,暂列第一;东莞证券的费小平紧随其后,为584份;川财证券的孙灿暂列第三,发布研究报告550份。

随着研究业务的发展,券商分析师队伍也不断壮大,服务机构客户数量进一步增加,而公募基金依旧是券商发布证券研究报告业务服务的主要对象。

截至2021年末,全行业分析师数量为3429人,全年实现基金分仓佣金收入222.5亿元;截至2022年上半年末,全行业分析师数量增至3547人,上半年实现基金分仓佣金收入93.79亿元。

截至目前,国内券商分析师总

数已增至3786人。然而在超35万人的证券从业人员中,券商分析师人数占比仅为约1%,在行业以研究能力为核心,驱动综合业务发展的模式下,券商研究人才依旧紧缺。

随着机构化趋势不断强化,机构客户需求日益增加,券商服务机构客户的数量持续增加,自身的服务能力也在不断加强。某上市券商今年在其机构客户数字服务平台正式发布数字化、智能化研究服务新版本,为投资者提供配套的数据分析和研究工具,提升客户服务的时效性和数字化程度。

近年来,券商在推进研究业务的发展中也是问题频出,部分券商研究报告质量控制和合规审查环节管控薄弱。一直以来,中证协要

求进一步加强研究业务管理,健全相关工作流程,配备充足的质量控制和合规审查人员,明确工作职责,加强研究报告质量控制。

据2020年最新数据统计,95家证券公司研究报告质量审核人员占研究部门人数为3.72%,合规审查人员占研究部门人数为2.94%,研究报告质量控制和合规审查人员占比偏低,将影响研究报告质量控制和合规审查效果。

中证协党委书记、会长青松表示,证券行业机构需要不断加强能力建设,强化责任要求;一是提升发行定价能力,规范提供报价报告行为;二是加强分析师、投资顾问队伍建设,构建从业人员专业声誉激励约束机制。

多地推行二手房“带押过户” 对交易量和房价影响尚待观察

■本报记者 彭妍

近日,广州明确发文鼓励推广二手房“带押过户”模式。除广州之外,二手房“带押过户”已在国内多个城市陆续推出。据《证券日报》记者不完全统计,目前已有无锡、南京、苏州、济南、昆明、深圳、珠海、福州等地推行二手房“带押过户”模式。

记者从上述几个城市的银行工作人员处了解到,对于“带押过户”政策,在实际操作中应用的还不多。目前除各地不动产登记中心与部分银行合作推进的案例外,大范围的政策执行尚未全面落实。

部分业内人士认为,“带押过户”模式可以降低购房成本,从短期来看,这种模式会激活二手房市场,但从长远角度来看,是否会变相增加其他方面的交易成本还有待考量。同时,对于市场交易量和房价的影响会有多大也有待观察。

据悉,中国人民银行广州分行近日向辖内各中心支行及银行机构印发《关于鼓励推广二手房“带押过户”模式有关事宜的通知》(下称《通知》)。所谓“带押过户”,即存在抵押的房产要上市交易的,无需先行还贷或垫付,即可实现抵押变更、转移登记及新抵押设立。在此之前,传统模式的二手房交易活动要求卖方(原房主)必须先解除房屋的原抵押才能办理后续的过户。

据《证券日报》记者了解,部分城市已有成交的案列。例如,近日,无锡市的两位市民顺利以“带押过户”的方式,在无锡市不动产登记中心办好二手房转移登记,成为无锡市区首例个人业务“带押过户”的受益者。

不过,记者在调查中发现,目前“带押过户”这一模式在实际操作中并未大范围推广。例如,在最早推出该政策的济南,当地部分银行支行网点的工作人员对记者表示,目前,“带押过户”已经可以操作,不过有这方面需求的客户很少,还没有客户来网点办理。一方面,很多客户对这一模式并不了解;另一方面,“带押过户”是收费项目,需要公证处介入,而公证是需要收费的。整体来看,客户的需求不高。

多位业内人士透露,目前部分地区的“带押过户”并未全面实施,银行尚未接到新的政策通知。因为政策推行有一定难度,需要不动产登记中心与金融机构、资金提存机构等系统进一步加强沟通。

上海兰迪律师事务所律师马佳对《证券日报》记者表示,导致上述现象的主要原因有三个:一是不动产交易市场整体遇冷。目前我国房地产市场相较于往年同期而言明显偏冷,广大购房群众的购买意愿出现明显下降。二是银行作为“带押过户”重要环节之一,对推动这一模式缺少动力。银行难以从中获得额外利润,又要承担二手房买方还款意愿和还款能力层面的风险以及额外支出成本。三是部分房产在办理购房抵押贷款时已经约定“不得转让”,使得部分房产无法参与到“带押过户”政策中。

马佳表示,对于二手房买卖双方来说,“带押过户”在很大程度上降低交易成本,相应配套政策措施也为交易主体提供更多便利,对于有意愿买卖二手房的市场主体而言属于利好消息,能在一定程度上推动二手房买卖进一步繁荣。

北京威诺律师事务所合伙人杨兆全建议,为保障银行权益,银行在带押过户业务中避免放贷金额大于房屋实际价值,以最大限度保障自己的贷款利益。二抵银行可以与买卖双方、一抵银行签署四方协议,保障二抵银行合法权益。“带押过户”模式需要设立资金监管账户,引入公证提存制度。在交易未完成之前,所有资金进入公证提存账户等监管账户,确保资金安全。

在马佳看来,落实“带押过户”政策,需要面对二手房买方还款意愿和能力的风险。对于银行而言,“带押过户”意味着借款清偿主体发生变更,由二手房卖方变更为买方。尽管银行作为抵押权人仍享有对该房屋的抵押权,但是二手房买方的还款能力是否和卖方持平,该笔购房贷款所涉及的潜在风险不会升高,均需要银行加以甄别。

本版主编于德良 责编石柳 制作董春云
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

年内超40家上市公司参与设立私募股权投资基金 专家称防范风险意识与综合评估不可缺位

■本报记者 余俊毅

近日,赛力斯发布参与投资股权投资基金暨关联交易的公告。公告显示,赛力斯将参与投资“重庆渝新创新私募股权投资基金合伙企业(有限合伙)”。本次募集认缴出资总额为55254.9179万元。

这只是近年来上市公司积极参与设立私募基金的一个案例。

据《证券日报》记者不完全统计,截至9月21日,年内已有超40家上市公司设立或参股私募股权投资基金。其中,有多家公司参与设立的私募基金拟定资金规模或首期募集金额均逾亿元,参与公司包括明德生物、恒瑞医药、兆易创新等。

公告显示,赛力斯参与投资的上述基金,主要对新能源产业链上下游优质标的企业,尤其是新能源(智能网联)汽车、氢能、储能等重点领域在內的成长期、成熟期企业进行股权投资。投资运作方式为封闭式运作。

同日,广和通也发布公告表示,为满足整体战略发展需要,其全资子公司与其他三家公司共同投资成立深圳市高新投广和通物联网产业私募股权投资基金合伙企业(有限合伙),基金规模为1亿元,各合伙人实缴资本均已到位。

参与设立私募基金公司“各有所图”

记者梳理发现,上市公司参与

设立私募基金有多种考量。

具体来看,有的公司是为了提高公司的资金盈利能力,挖掘潜在投资机会;也有公司是为了支持其传统业务转型升级,借此作为桥梁拓展新业务。

同时,还有公司围绕其产业链进行提前布局,充分利用专业投资机构在相关领域的项目资源、产业生态和投研能力等方面的优势,进一步提升公司的产业整合能力和综合竞争力。

零壹研究院院长于百程对《证券日报》记者表示,投资和并购是企业参与产业发展的一种重要方式,尤其在一些产业创新活跃的领域,比如生物医药、智能医疗、新能源、信息技术等,投资和并购甚至成为大型企业获取产业机会的主要方式。对于一些规模较大行业的上市领军企业来说,充沛的资金实力和产业深度的布局,为其进行产业投资并购提供基础,有些上市公司采取直接并购的方式,还有一些通过与专业的VC/PE管理人合作,以LP的方式参与设立私募基金进行投资并购。

对于上市公司参与发起设立私募基金较为积极的原因,IPG中国首席经济学家柏文喜告诉《证券日报》记者:“一方面是因为可以通过私募基金获得投资收益与管理费收益,另一方面是可以以私募基金参与自身产业链与供应链上具有成长性企业的投资,促进这些企业发展的同时强化自身的产业链与供应链,从而提升自身的竞争力



与可持续发展能力。”

上市公司参与投资需有风险意识

虽然参与设立私募基金对上市公司来说有一定优势,但是其中也存在一些风险不可小觑。于百程认为,近两年不少领域的创业公司估值大幅下调,私募基金退出难、净值亏损并不少见。上市公司参与设立私募基金,要有风险意识,对自身的资

金实力和可用期限,参与哪种类型的私募基金,基金管理人专业性如何以及对于自身业务的协同性等,都要做综合评估和判断。

在柏文喜看来,参与设立私募基金不仅面临着上市公司无法承担基金管理人的无限责任问题,还面临着投资过度集中于自身产业链所可能引发的风险共振与同频问题。因此,设立有限责任公司进行风险隔离,以及投资布局的适度分散,是上市公司设立私募基金必须

加以考量的。

对于未来是否会有更多的上市公司参与设立私募基金,全联并购公会信用管理委员会专家安光勇向《证券日报》记者表示,设立私募基金存在一定的门槛,另外与专业的基金相比,上市公司也存在一些弱点,如资金规模限制、专业人才缺失等问题。且当下经济环境受多因素影响存在一定的波动,企业的盈余资金也会受到一定的影响。因此未来设立私募基金的企业未必会持续增多。

提升公众金融素养 国寿寿险启动2022金融知识普及月系列活动

为提升社会公众金融素养,强化公民金融风险防范意识,中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿寿险公司”)于9月初拉开了本年度金融知识普及月系列活动的帷幕。该公司致力于通过系列活动的开展,引导金融消费者自觉抵制网络金融谣言和金融负能量,有效防范非法金融风险,共享金融改革发展成果。

据了解,本次活动由中国人民银行、中国银行保险监督管理委员会、中国证券监督管理委员会、国家互联网

信息办公室四部门联合举办,活动口号为“提升公众金融素养 促进国民金融健康 共建清朗网络空间 涵养良好金融生态”,活动主体面向金融消费者和投资者等重点人群,分层次开展针对性金融知识普及,逐步增强金融消费者风险防范技能,识别、远离非法金融交易。

一直以来,中国人寿寿险公司坚持“以人民为中心”的发展思想,心怀“国之大者”,积极履行央企担当,高度重视消费者权益保护工作,不断提升

金融保险知识教育宣传力度、广度和深度,满足不同金融消费者的知识需求。公司通过多种方式的教育宣传,面向广大金融保险消费者持续普及金融保险知识,传播理性金融消费理念,着力打造消费者权益保护教育宣传“普及性、专业性、时代性”特色。

在现有的“线上+线下”网格化、常态化金融知识教育宣传基础上,中国人寿寿险公司立体化、多角度、分层次、广覆盖、全方位开展集中性教育宣传。公司重点区分金融保险消费

者容易混淆的金融保险知识,宣传普及及金融保险相关的产品和服务,深入进行风险提示,倡导金融消费者科学理财和理性消费,帮助金融消费者树立金融保险意识,守住“钱袋子”。公司还着重加大对老年群体、年轻群体、新市民及少数民族地区的教育宣传力度,贴近社会公众需求,让人民群众“听得懂、记得住、用得上”。

活动期间,中国人寿寿险公司将借助融媒体的综合传播优势,推出手绘漫画、短视频、H5动画、小游戏等融

媒体宣传物料,大力开展正面宣传引导,带动广大网民学金融、懂金融,提升网络防护技能,营造“守信受益、诚信无价”的正能量氛围。

值得一提的是,中国人寿寿险公司各分支机构还将结合当地实际,“量身打造”具有属地化特色的教育宣传活动,确保内容丰富、形式新颖、贴近消费者。公司将充分利用网点分布广泛、服务队伍与销售队伍庞大的优势,让金融知识触手可得,不断提高广大金融消费者的参与度和满

意度。

中国人寿寿险公司表示,将始终秉持“诚实守信、专业高效、客户至上、体验一流”的服务理念,将保护消费者权益作为彰显公司政治性、人民性、专业性的具体体现,把满足人民群众保险需求、提升人民群众保险服务体验作为公司的发展动力,推进公司高质量发展。未来,公司将持续打造“简捷、品质、温暖”的金融保险服务,携手广大金融保险消费者共同描绘美好生活画卷。(CIS)