

券商今年以来债券融资超1.4万亿元 同比增长37%

■本报记者 周尚任

资本实力是券商转型发展的要素。今年以来,券商已通过发行普通公司债、次级债、短期融资券累计募资超1.4万亿元。

12月4日、12月5日,中信证券连续发布公告称批准大额度公司债注册申请,包括获批准向专业投资者公开发行面值余额不超过200亿元短期公司债、向专业投资者公开发行面值总额不超过200亿元公司债。

同花顺数据显示,截至12月6日,今年以来券商已通过发行普通公司债、次级债、短期融资券累计募资14191.33亿元,同比增长37%。其中,发行普通公司债384只,发行总额为8299.3亿元,同比增长63%,占比58%;发行次级债90只,发行总额为1658.33亿元;发行短期融资券266只,发行总

额4233.7亿元。

“债券融资逐渐成为券商重要的融资渠道。”国信证券非银行业分析师戴丹苗表示,今年以来,在利率下行的背景下,券商发债更加踊跃。

券商今年以来新发行的普通公司债票面利率在2.07%至6%之间,平均票面利率为2.995%。新发行的次级债票面利率在2.54%至6%之间,平均票面利率为3.61%。新发行的短期融资券票面利率在2%至3.6%之间,平均票面利率为2.54%。

无论是哪种发债形式,头部券商均是发行主力军,而证券公司债(包含普通公司债及次级债)依旧是券商最主要的融资途径之一。招商证券首席固收分析师尹睿哲表示:“证券公司债是券商发行的有价证券,一般有三类发行需求,一是业务需求,即补充经营所需的流动资金,提升净稳定资金率;

二是资本补充需求,充实券商净资本;三是偿债需求,即偿还指定的公司债券本息。”

在今年已发行的普通公司债中,中信证券共发行了40只,发行总额合计达1110亿元,位列第一;其次是招商证券,共发行了23只,发行总额合计为724亿元;华泰证券紧随其后,共发行了21只,发行总额为538亿元。

次级债中,中国银河共发行了6只次级债,发行总额225亿元,位列第一;其次是中信建投发行了8只次级债,发行总额合计为150亿元;此外,申万宏源、招商证券分别发行了149亿元、142亿元次级债。

永续次级债由于发行难度较大,仅有部分券商能够成功发行。在券商发行的90只次级债中,17只为永续次级债,发行金额总计534亿元,以头部券商为主。其中,中国银河发行总额

最高,达到150亿元;广发证券紧随其后,发行了115亿元;申万宏源、华泰证券分别发行了69亿元、65亿元。

从存量市场来看,券商普通公司债余额最大,截至12月6日,券商普通公司债、次级债、短期融资券余额分别为18082.65亿元、6242.55亿元、2336.7亿元。

展望未来,戴丹苗表示:“从外部环境来看,资本市场深化改革持续推进,公开发债标准及流程不断优化,券商融资渠道畅通;从内在动力来看,券商逐渐从传统的通道中介转向提供专业服务的金融机构,补充资本是自身发展壮大、增强综合竞争力的迫切需求。近年来证券行业资产规模稳步提升,资本实力持续增厚。未来,券商将继续通过债券融资扩充资本实力,券商债券的发行量或将呈现上升趋势。”

超四成公募基金年内实现正收益 ETF及QDII产品占领榜单前十

■本报记者 王宁

Wind资讯数据显示,在全市场逾万只(11000多只)公募基金中,今年以来截至12月6日,实现正收益的有4700多只,占比超四成;其中,一只产品收益率超过了57%,也是全市场唯一收益率超过50%的产品;而年内收益率超过40%的有23只产品,有近2900只产品年内收益率维持在0至3%之间。

此外,收益率在20%至40%之间的产品有63只,收益率在10%至20%之间的产品有190只,收益率在5%至10%之间的产品有385只;多数产品年内收益率保持在5%以下。

从榜单前十的产品来看,年内收益率均在46%以上,但从类别来看,均为ETF(交易型开放式指数基金)或QDII(合格境内机构投资者)基金。

分析人士表示,今年以来,ETF基金由于其自身优势,深得投资者青睐,年内发展也呈现出稳中有进态势;同时,由于国内外标的资产价格波动所带来的机会,QDII基金收益率也呈现良好态势。

数据显示,截至12月6日,年内ETF总份额增加了5272.10亿份,较年初上涨36.52%,达到1.97万亿份;总规模增加3333.18亿元,较年初上涨20.66%,达到1.95万亿元;新发行135只产品,总量达到878只。其中,份额增加最大的行业为信息产业,目前有8只基金跟踪;份额增加最大的主题为中证医疗指数,有4只基金跟踪;份额增加最大的指数标的为科创50,有10只基金跟踪;收益率最高的指数标的为纳斯达克科技市值加权,年内涨幅

高达70.43%,有1只基金跟踪。

与此同时,年内QDII基金的净值、份额和产品数量也均呈现稳健增长势头。数据显示,QDII基金份额从年初的3700多亿份增长至目前的近5000亿份,规模从年初的不足3000亿元增至近3500亿元,产品数量从222只增至目前的276只。

多位基金经理认为,今年权益类市场走势与投资者之间存在预期差,除上半年火热的人工智能行情外,市场未出现整体性投资机会,但基于目前估值表现,未来存在较强修复预期,届时各板块投资机会将更加突出。

中信保诚基金相关人士告诉记者,目前权益类资产低位特征明显。当前A股市场整体的估值处于历史偏低水平,尤其是从科技、医药、新能源和先进制造为代表的成长领域,估值基本处于历史相对低位,存在较大的修正空间。

农银汇理基金的基金经理罗文波向记者表示,从长周期来看,中国经济稳步复苏,同时,在国际市场持续加息背景下,美国经济大概率将会开始面临衰退。“一旦美联储的加息会议给美国的加息周期画上句号,全球的资产价格可能迎来反弹机会。”

罗文波认为,目前中国权益市场估值处在相对底部位置,从大周期来看,当前是较为合适的买入机会。整体来看,无论是普通权益类基金或是FOF(投资于其他证券投资基金的基金)投资,都应在经济低谷期间寻找低成本买入机会,在经济复苏期间享受资产的增值红利。

交易商协会完善承销机构市场化评价机制

■本报记者 杨洁

近期,中国银行间市场交易商协会(以下简称“交易商协会”)对承销机构自律管理工作机制进行优化完善,印发《关于启动2023年非金融企业债务融资工具承销业务相关会员申请从事承销相关业务市场评价的公告》和《关于发布非金融企业债务融资工具一般承销商2023年度主承销业务执业情况市场评价实施方案(试行)的通知》。

对于此次完善市场评价机制的工作思路,交易商协会表示,建立一套“有进有出”“奖优罚劣”的承销机构评价管理机制。通过首次评价,将有能力、有意愿的机构有序引入;通过日常评价,将不展业、丧失履职能力、受到严重处罚的机构及时退出,实现队伍的动态调整。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳对《证券日报》记者表示,此次交易商协会对承销机构评级管理机制的完善,在原有基础上,进一步提升了评价体系的客观性与透明度,评价标准也更加细化,带动运转效率同步提升。

“交易商协会此次对承销机构自律管理工作机制进行优化完善,有助于提高承销机构执业质量,更好保障投资者权益,推动银行间债券市场高质量发展。”南开大学金融发展研究院院长田利辉对《证券日报》记者表示,承销机构评价管理机制中包含首次评价机制和日常评价机制,这能够对承销机构的执业质量进行更为准确地评估,及时发现并纠正问题,从而提高承销机构的执业水平。

根据交易商协会官网披露的信息,今年以来,有多家主承销商因低价包销、挤占投资人正常投标等违规行为受到通报批评、警告等自律处分。

在田利辉看来,此次交易商协会确定2023年度承销业务评价相关方案

后,有望对上述现象产生一定的遏制作用。

此次交易商协会完善承销机构市场化评价机制,聚焦承销机构核心能力,精简评价指标,标准明确清晰。具体来看,针对承销业务申请机构,主要考察基本资质和市场参与度;针对主承销业务申请机构,主要考察基本资质、获客能力、流动性提供能力等。

此外,此次完善还简化了地方银行、外资银行、证券公司等机构主承销业务管理,不对主承销商进行A、B分层,主承销商的业务范围根据国家法律法规、监管部门的政策确定。新晋主承销商只要具备一定业务经验即可独立开展业务。

以证券公司为例,除合法合规等指标外,在申请非金融企业债务融资工具承销业务资格时,需满足:近一年度中国证券监督管理委员会监管评级达到B类及以上;近三年有境内债券承销相关业务经验;上一年度债务融资工具平均持有量达到150亿元。申请主承销业务时,要求则更高,还需满足:近一年度中国证券监督管理委员会监管评级达到A类及以上;上一年度服务非金融企业债务融资工具投资人数达到40家且非金融企业债务融资工具承销金额达到100亿元;上一年度公司信用类债券主承销业务排名前30位。这些要求对很多中小券商而言,是不小的挑战。

陈雳表示,中小券商应该以更积极的姿态谋划该类业务的发展,向下扎根开展符合自身条件的特色业务。

田利辉建议,中小券商可通过增加资本金、扩大业务范围、提高业务质量等方式提高自身实力;以严格监管评级和其他申请条件要求;积极引进和培养具有承销业务相关经验和专业知识的人才,提高公司整体业务水平;通过创新业务模式,开发符合市场需求的特色产品和服务,走出特色化发展之路,满足客户的定制化需求,提高市场竞争力。

金融科技赋能场景建设 交通银行徐州分行助力打造“智慧校园”

“现在打饭只要刷脸就行,较之前节省了大量排队等待时间,而且免去了办卡、补卡、充值等事项,方便多了。”徐州市第三十六中学的同学说道。今年9月份,该校上线了交通银行食堂刷脸支付项目,不仅降低了排队时长,提高了就餐效率,同时支付环节不接触,卫生又环保。

为了能够更好地践行“金融为民”理念,探索银校合作新途径,在获悉徐州市第三十六中学对于食堂

消费环节的资金管理需求后,交通银行徐州分行积极跟进,最终与校方达成食堂消费环节刷脸支付服务合作项目。由于该校学生用户属于未成年人,家长可以线上开立Ⅲ类账户,与学生身份信息进行绑定,实现学生在校刷脸支付。交通银行徐州分行将以本次项目为契机,努力为更多的学校提供综合化金融服务,为教育事业发展贡献更多金融力量。(CIS)

44家财险公司车险业务承保亏损 监管持续整治险企“拼费用”

■本报记者 冷翠华

临近年底,部分财险公司面临业绩压力。记者从业内了解到,近期车险市场“拼费用”(以超高手续费等费用争抢市场)的现象比较突出,成为监管部门和保险行业协会持续整治的重点领域。

从最新统计数据来看,截至今年10月底,全行业车险综合成本率达98.8%,且在63家经营车险业务的财险公司中,有44家的车险综合成本率超过了100%,意味着这些公司的车险业务承保亏损,亏损比例近七成,压降综合费用率的任务仍然较重。

亏损压力加大

“今年,全行业车险的综合成本率上升比较快。”一家财险公司车险负责人黄霖(化名)告诉记者。

综合成本率由综合费用率和综合赔付率组成,是衡量险企某项业务成本盈利情况的重要指标,如果该指标高于100%,意味着承保亏损。

2022年,财险公司车险业务整体好于预期,行业车险综合成本率为97.23%。不过,最新情况是,截至今年10月底,行业车险综合成本率高达98.8%,较去年年底上涨了1.6个百分点。

“主要是受赔付率上涨的影响。”黄霖表示。具体来看,2022年行业车险的综合费用率为28.46%,综合赔付率为68.77%;今年到10月底,行业车险的综合费用率为27.7%,综合赔付率为71.1%。由此可见,今年综合赔付率上升了2.3个百分点,而综合费用率则下降了0.8个百分点。

业内人士认为,尽管综合费用率

最新数据显示,截至今年10月底,行业车险综合成本率达98.8%,较去年年底上涨了1.6个百分点



较去年年底有所下降,但行业综合费用率仍然超过了25%的上限。同时,综合赔付率持续上升,不过,目前的实际赔付率尚未达到预期赔付率水平(75%)。“整体来看,赔付率持续上涨,综合费用率压降效果不明显,综合成本率持续走高,行业性亏损的压力在加大。”一位业内人士告诉记者,不同险企之间分化明显,大型险企承保盈利较好,但中小险企普遍面临着较大压力。

多措并举严控费用

“当前,要改善车险业务综合成本率,重点是严控综合费用率。而在费用率当中,管控手续费又是重中之重。防止‘拼费用’等恶性竞争也是今年监管部门持续重点主抓的工作之一。”一家财险公司辽宁分公司负

责人陈达(化名)告诉记者。

记者了解到,在严监管背景下,今年车险市场非理性竞争行为有所减少,但仍然存在。据业内人士介绍,尤其是临近年底,部分保险公司冲业绩压力较大,常用方式仍然是“拼费用”。部分险企为了保证手续费不“超限”,就采取虚列支等方式套取费用。这也是一直以来监管部门行政处罚的重点领域之一。

事实上,今年监管部门和行业协会多次发文皆重点瞄准车险市场销售费用的问题。比如,9月份,《国家金融监督管理总局办公厅关于加强车险费用管理的通知》明确要求,全面加强车险费用内部管理,严格车险费用管理;强化手续费核算管控,坚持实质重于形式的原则等。

11月份,人保财险、平安产险等8家头部财险公司签署《车险合规经

营自律公约》,要求签约公司必须严格执行“报行合一”,应在符合报批报备车险条款费率监管要求的前提下,根据各自经营情况,充分开展市场竞争,给予消费者更多的自主选择权。同时明确不得通过返还或赠送现金、预付卡、有价证券等方式开展增值服务。

近日,中国保险行业协会下发《关于扎实做好车险行业自律工作的通知》,再次强调“报行合一”,并强化检查。同时,其要求经营车险的保险公司要不断降低对盲目“拼费用”、比价格等粗放式竞争模式的依赖。

业内人士认为,非理性市场竞争现象有望继续减少,不过,对市场竞争行为的规范是持续多年的长期工作,根据行业车险整体经营情况,不排除后续监管部门还会采取更多办法,压降车险综合费用率,提升行业车险经营整体质量。

11月份私募证券产品备案数量环比增长162% 股票策略产品占比最高

■本报记者 昌校宇
见习记者 方凌晨

在刚刚过去的11月份,私募证券管理人产品备案热情高涨。私募排排网12月6日公布的最新数据显示,11月份,有582家私募证券管理人合计备案私募证券产品964只,较10月份的368只环比大幅增长161.96%。在此基础上,11月份的产品备案数量为近半年来的次新高,仅次于8月份的1085只。

股票策略产品备案数占比近七成

“11月份私募证券产品备案数量大涨,一方面由于市场触底反弹,私募基金业绩也明显回升,赚钱效应激发了投资者热情;另一方面,基金管理人自购、跟投等举措也鼓舞了投资者。”私募排排网相关负责人对《证券日报》记者表示。

在黑翼资产相关负责人看来,私

募机构积极备案新产品也是在向市场传递信心。

从备案产品策略分布来看,11月份股票策略产品合计备案655只,占比达67.95%,备案数量最多;多资产策略、期货及衍生品策略分别以110只和89只的产品备案数量紧随其后,占比达11.41%、9.23%;组合基金和其他策略则分别备案了58只、32只产品,占比10.27%、11.10%、10.58%、6.85%;而44家百亿级私募机构备案产品201只,占比达20.85%。

从11月份备案产品的私募机构管理规模来看,其中,管理规模在5亿元以下的331家私募机构,合计备案产品389只,占全部备案产品数量的40.35%;管理规模在5亿元至10亿元、10亿元至20亿元、20亿元至50亿元、50亿元至100亿元的私募机构则分别有61家、60家、59家、27家,备案产品数量分别为99只、107只、102只、66只,占比10.27%、11.10%、10.58%、6.85%;而44家百亿级私募机构备案产品201只,占比达20.85%。

此外,私募排排网数据显示,有24家私募机构11月份备案产品数量在5只及以上,其中,6家私募机构11月份备案产品数量超10只,百亿级量化私募宽德私募和信弘天禾均以备案19只产品并列榜首。

指数增强产品备受关注 前11个月收益亮眼

量化私募证券产品备案热情较高,11月份合计备案393只,占全部备案产品数量的40.77%。其中,量化多头(指数增强)、股票市场中性、量化CTA分别备案228只、113只、52只,占比分别为58.02%、28.75%和13.23%。

事实上,指数增强产品今年以来备受市场关注。“由于当前市场正处于历史低位,随着小微盘股的持续走强,越来越多的私募开始加大布局与小微盘股相关的指数增强产品。”上述私募排排网相关负责人表示。

私募排排网数据显示,11月份,有业绩记录的2323只指数增强产品整体

收益为3.14%,其中,有2047只产品实现正超额收益,占比为88.12%。这也使得今年前11个月指数增强产品收益进一步扩大。截至11月底,有业绩记录的1914只指数增强产品年内整体收益为5.11%,其中1693只产品实现正超额收益,占比为88.45%。

在因诺资产相关人士看来,由于11月份小盘股表现远超大盘股,有利于各量化指数增强策略获取超额收益。同时,由于量化投资通过统计学获取超额收益,样本量越大,统计显著性越高,因此,在小盘股中获取超额收益的难度远小于大盘股。

上述因诺资产相关人士表示:“我们对中国经济长期发展持乐观态度,指数增强也是因诺资产管理规模最大的产品线。自2022年2月起,因诺资产采用组合模型更新策略体系,并持续发行各类指数增强产品,既包括传统的宽基指数增强,也包括双创指数增强、小市值指数增强等定制化产品,以及择时指数增强等特色产品。”