

前两个月银行理财存续规模回升超万亿元 固收类产品受追捧

本报记者 彭妍

在公募基金总规模创新高的同时，银行理财存量规模的变化也备受关注。广发证券固收团队近日发布的数据显示，2024年以来理财规模大增，短端发力明显。截至3月1日，理财规模重破28万亿元，1月份至2月份累计规模增长1.24万亿元，增量创近五年新高。

在投资品种上，固定收益类产品仍为绝对主力。从投资端配置来看，银行理财机构在底层资产方面更为关注现金及银行存款、同业存单等资产，风险中枢整体下移。

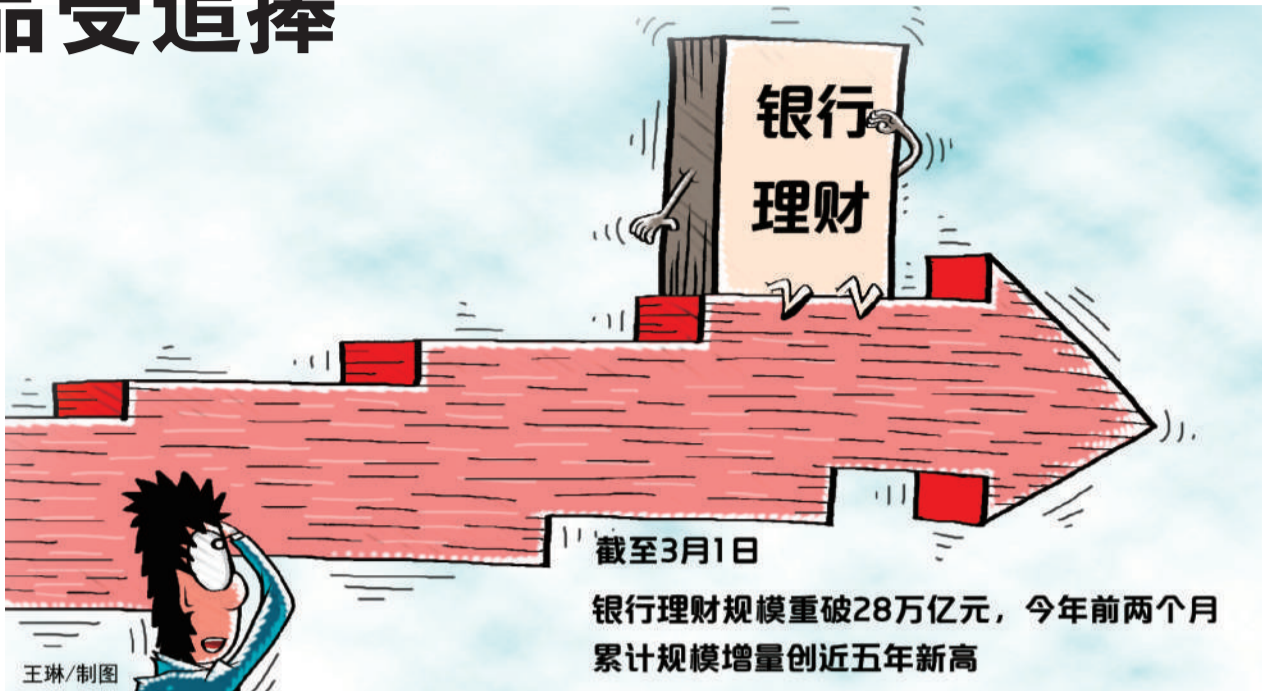
普益标准研究员董丹浓对《证券日报》记者表示，银行理财热度升温，规模上升受到多种因素的影响，包括市场利率、投资者需求、宏观市场环境等。未来，随着市场利率持续下行和理财产品收益表现的提高，不排除仍有部分资金流向理财市场的可能。

固收类产品仍为主力

记者了解到，近期多家银行理财子公司新推出的理财产品，基本上都是安全性和稳定性较好的固收类产品，此类产品主要投资于存款、债券等固定收益类资产，风险评级也较低。此外，“稳健低波”风格的理财产品近期也受到投资者青睐。

多家银行客户经理告诉记者，近期询问购买银行理财的客户明显增多，相比利率较低的定期存款产品，投资者更倾向于购买1个月或3个月等半年期以内的银行短期理财产品。

需求增长之下，相关产品也正在扩容。中信证券研究数据显示，在银行理财产品类型上，今年2月份固定收益类产品占比保持高位。受资本市场波动



影响，混合类、权益类和商品及金融衍生品类产品占比仍处于低位。从产品期限来看，投资者对银行理财产品的流动性诉求显著上升，短期限产品更受市场追捧。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平对《证券日报》记者表示，2月份以来银行理财子公司的管理规模明显回升，一是受春节等因素影响，现金管理类理财产品收益率出现一波上涨；二是春节后债券市场悄然走牛，固收类理财产品收益率也出现上涨。同时，去年末部分商业银行又调降了存款利率，相比之下理财产品的吸引力增强。

市场有望持续回暖

临近季末，受季节性回表因素扰动，理财规模通常将会下调。根据普益标准的统计，3月份以来银行理财存续规模一直稳定在27.5万亿元左右的水平，截至3月20日，最新银行理财存续规

模约27.59万亿元。尽管季末月理财规模波动，但27.55万亿元的存续规模相较于2023年末(26.8万亿元)，银行理财规模的修复还是颇为成功。

对于这一变化，业内人士表示，按经验看，银行理财规模季末往往会选择提前调降(一般在季末月第三周)，以避免表压力堆积至月末，使得存续规模骤降。

除此之外，近期招银理财、交银理财、光大理财、农银理财等多家银行理财子公司均调整旗下多只产品募集规模上限，其中不乏将规模上限调至百亿元及以上。具体来看，近期理财市场优先调整固收类开放式产品的募集上限，主要集中在期限较短的定期开放式产品。

普益标准研究员邓皓之对《证券日报》记者表示，优先调整这类产品的原因主要有两方面：一方面，市场行情适宜。近期债券市场呈现出走牛行情，以固收配置为主的理财产品表现良好，这使得此类产品对投资者的吸引力增加。机构选择上调这类产品的募集规模，可以满

足投资者的需求，进而提升公司理财业务规模。另一方面，与投资者偏好匹配。固收类开放式产品，特别是短期定期开放式产品，在风险相对可控的情况下保持了一定的流动性和收益性，符合许多投资者的风险承受能力和投资偏好目标，在市场上具有较强的吸引力。

展望3月份这一季末时点，中金公司近日研报分析认为，今年或将表现出与往年规模短期收缩不同的新趋势：3月份理财规模环比可能不会萎缩，或者变化不大。主要因素一方面是存款利率下降后理财产品收益率存在优势；另一方面是季末回表影响有减弱迹象。

中信证券首席经济学家明明也对《证券日报》记者表示，预计3月末理财产品规模仍会保持平稳，但4月初会很快修复，且根据历史规律，修复规模一般高于3月份回表规模，市场无需担忧。预计上半年理财产品规模小幅平稳增长至28万亿元以上，下半年有望站上30万亿元的高点。

中基协：2月份企业资产证券化产品 新增备案规模合计599.84亿元

本报记者 昌校宇
见习记者 方凌晨

3月20日晚，中国证券投资基金业协会发布的2024年2月份《企业资产证券化业务备案运行情况简报》显示，2024年2月份，企业资产证券化产品共备案确认66只，新增备案规模合计599.84亿元。2月份新增备案规模环比降低58%，同比降低32%。

按基础资产一级分类，2月份债权类产品新增备案规模380.83亿元；REITs类产品新增备案规模208.86亿元；未来经营性收入类产品新增备案规模8.16亿元；其他类2亿元。按基础资产二级分类，应

收账款、不动产持有型ABS、融资租赁债权、基础设施公募REITs四类产品新增备案规模合计占月度备案规模的74.56%。

截至2024年2月底，存续企业资产证券化产品2296只，存续规模19693.79亿元，存续规模较上月减少0.19%。按基础资产二级分类来看，应收账款、商业不动产抵押贷款(CMBS)、融资租赁债权、不动产持有型ABS、小额贷款债权以及基础设施公募REITs类产品存续规模合计17061.23亿元，占总存续规模的86.63%。基础设施类收费、保障房、保理融资债权等其他类别产品存续规模合计2632.56亿元，占总存续规模的13.37%。

外资巨头汉领资本旗下私募 完成备案登记

本报记者 王思文

外资机构布局中国市场又有新进展。3月20日，中国证券投资基金业协会(以下简称“中基协”)官网最新披露信息显示，由全球私募巨头汉领资本100%持股的汉领(上海)私募基金管理有限公司(以下简称“汉领私募”)已正式完成备案登记。

这是2024年以来，继博枫、KKR等国际资管巨头在华设立私募机构后，第三家成功落地的外商独资私募股权创业投资基金管理有限公司(以下简称“外商独资私募”)。

事实上，近年来我国不断推进金融高水平对外开放。国务院办公厅日前印发《扎实推进高水平对外开放更大力度吸引和利用外资行动方案》(以下简称《行动方案》)。(行动方案)强调，外商投资是参与中国式现代化建设、推动中国经济与世界共同繁荣发展的重要力量。鼓励外商投资设立私募基金并依法开展各类投资活动。

据了解，刚刚成功备案登记的汉领私募是外商独资私募类私募管理人，业务类型包括私募股权投资基金、创业投资基金、创业投资基金、管理规模不超过5亿元。

另外，今年首批2家落地的外商独资私募类私募分别为博枫(上海)私募基金管理有限公司(以下简称“博枫私募”)和开开私募基金管理(上海)有限公司，均于3月8日同时完成登记。

与此同时，联博基金管理(上海)有限公司、东方汇理金融科技(上海)有限公司、开德私募基金管理(上海)有限公司等3家外资金融机构已于今年举行开业仪式。

当前，全市场外商独资股权类私募管理人已扩容至154家，其中97家管理规模为5亿元以下，占比超六成；有8家管理规模超100亿元，分别是华芯原创(青岛)投资管理有限公司、国寿富兰克林(深圳)私募股权投资基金管理有限公司、任品(上海)股权投资管理有限公司、工银亚股权投资管理(深圳)有限公司、信银(深圳)股权投资基金管理有限公司、信银振华(北京)股权投资基金管理有限公司、上海柳威投资咨询有限公司和苏州启元股权投资管理合伙企业。

另外，全市场外商独资股权类私募证券投资基金管理人共计34家，管理规模超100亿元以上有1家，其他私募投资基金管理人共计24家，管理规模均在50亿元以下。

博枫私募曾公开表示：“中国市场对于博枫的发展而言非常重要，我们在中国的业务刚刚起步，中国市场的机会和发展空间都是巨大的。我们有充足的耐心，持续深耕中国市场，进一步拓展我们的业务。”

一季度保险消费者信心指数环比显著回升 业界建议险企抓住发展机遇

本报记者 冷翠华

中国保险保障基金有限责任公司(以下简称“保障基金”)3月20日发布的调查结果显示，今年一季度中国保险消费者信心指数为70.9，环比上升5.6，同比下降0.4，处于信心较强区间，呈现回升向好态势。

业内人士认为，从上市险企前两个月的保费收入情况来看，人身险板块业务还处于同比下降的状态；财险业务则保持增长势头。保险行业尚需进一步抓住消费者需求变化，精准高效满足消费风险保障需求，并将信心转化为实际的业务增长。

保险业发展信心更足

保障基金在调查报告中表示，2024年中国经济开局良好，经济恢复向好的基础进一步巩固和增强。一季度保险消费者对宏观经济环境和行业运行环境的乐观程度显著上升，个人消费意愿也有所回暖，保险消费者信心环比显著回升。

中国保险消费者信心指数的取值范围为0至100，50为中性值。指数越高，表示保险消费者信心越强。一季度该指数为70.9，处于信心较强区间。

“这说明保险消费者对保险行业未来发展的信心更足了。”对调查结果，普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周

瑾对《证券日报》记者分析称，宏观经济与金融政策的发力，对市场信心起到提振作用。消费者信心指数不只是表达对自身购买保险产品的态度，也是对保险行业发展前景的预期。

在中华联合保险集团研究所首席保险研究员邱剑看来，一季度保险消费者信心指数回升，与我国经济成绩单较好有关。同时，人们对新一年的宏观经济环境、保险行业发展环境和行业政策支持充满信心和信任，对自身的保险消费能力也有较强的信心。

人身险销售有待提振

分险种来看，一季度人身险消费者信心指数为70.5，环比上升4.7，同比上升1.9，处于信心较强区间，达2020年二季度以来的最高值。从消费者未来增购保险的意愿看，一季度73.6%的受访人身险消费者愿意在未来6个月增购保险，环比上升9.4个百分点。

不过，人身险的实际销售情况仍有待提振。今年前两个月，A股五大上市险企人身险保费同比增速呈“四降一升”之势，整体同比有所下降。

这说明，在信心和实际业绩之间，尚存在一定落差。对此，周瑾认为，这主要受两方面因素影响。一方面，由于长期利率的走低和此前资本市场的下跌，使保险产品的优势更加突出，消费者对保

险产品的认同感和购买意愿在上升，对行业长期发展的信心在增强。另一方面，今年寿险的供给端和需求端都面临新形势。从供给端看，行业的产品结构发生了变化，营销策略和费用投放也相应进行了调整。从需求端看，消费者受财富增长速度和未来预期等因素影响，购买意愿还有待回升，因此，目前人身险销售整体仍相对疲软。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆补充表示，在人口老龄化加剧等背景下，人们对个人风险和养老保障的需求增加，这也使人身险消费者信心指数上升。不过，消费者的实际购买力还受就业、家庭收入变化等因素影响，部分消费者在实际购买上可能还持观望态度，导致实际保费增长较慢。

保障基金表示，人身险消费者的增保意愿已连续三个季度回升，达到2021年一季度以来最高值。同时，消费者对年金险的增购意愿增强显示出他们对产品偏好的变化，建议市场主体关注消费者购买意愿变动趋势，进一步丰富包括养老金在内的年金保险产品供给，针对灵活就业群体打造专属保险产品，助力扩大保险消费有效需求，进一步提升服务质量，助推行业高质量发展。

邱剑建议，保险公司针对保险产品和小人群进行精准匹配，提高服务能力和水平，增加个性化、特色化服务，更好满足消费者需求。

杨帆建议，险企密切关注消费者购买意愿的变动趋势，进一步丰富养老金和其他年金保险等保险产品的供应。

家财险等保障需求提升

从财产险来看，调查结果显示，一季度财产险消费者信心指数为71.3，环比上升6.4，同比下降2.8，升至信心较强区间。

从消费者未来增购保险的意愿看，一季度70.4%的受访财产险消费者未来6个月愿意增购保险，环比微增0.4个百分点。其中，愿意增购家财险和航班延误险的消费者占比达到2022年一季度以来最高值。

保障基金表示，近期，多地发生由电动自行车引发的火灾，家财险购买意愿的提升表明消费者对家庭财产风险保障的关注程度上升。同时，快速增长的商旅出行需求使他们对于出行风险保障的关注度有所提升，车险和航班延误险的购买意愿均有所上升。建议行业主体结合当前消费者权益保护相关活动，创新产品服务供给，增强服务质效，满足消费者的家财险和出行风险保障需求，比如扩大家财险保障服务范围，丰富出行场景保险产品供给，优化新能源车定价机制等。

在邱剑看来，今年财险公司应抓住细分领域的发展机会，包括新能源汽车保险、农业保险、长期护理保险、健康险以及为新质生产力服务的创新险种等。

连连数字公开招股 预计3月28日挂牌港交所

本报记者 李冰

国内跨境支付服务商连连数字即将上市。3月20日，连连数字科技股份有限公司(以下简称“连连数字”)在港交所公布全球发售公告，拟全球发售5592万股H股，其中中国香港发售占比约10%，国际发售占比约90%，另有15%超额配股权。每股发行价为10.21港元至10.95港元。将于2024年3月20日至2024年3月25日招股，预计于3月28日挂牌港交所。

资料显示，连连数字成立于2009年，是一家提供数字支付服务及增值服务的公司，主要通过综合数字支付解决方案为商户及企业提供数字支付服务及增值服务，以赋能相关的全球贸易活动。

得款项净额用途将分为四部分：约60%用于提高技术能力；约30%用于扩大全球业务运营；约5%用于未来的战略投资及收购；约5%用于一般公司用途及营运资金需求。

从连连数字的财务情况来看，其2023年前9个月的数字支付服务总支付额为1.31万亿元，同比增长45.5%。

冰鉴科技研究院高级研究员王诗强对《证券日报》记者表示：“数字支付服务商属于科技型企业，其研发投入较大，上市融资有利于提升企业资金实力，扩大研发投入，从而增强竞争力。连连数字成功上市也对其同类公司具有样本作用。”

另据弗若斯特沙利文的数据，在所有中国的数字支付解决方案提供商中，

连连数字拥有最广泛的全球业务布局及牌照覆盖范围，且是唯一一家在美国所有州均持有货币转移牌照的公司。

截至2023年12月31日，连连数字已在全球范围内布局了64项支付牌照及相关资质。其可凭借这些牌照与业务合作方开展合作，能够为客户提供全球及区域性电商平台开展贸易活动并提供服务，范围覆盖超过100个国家及地区并支持使用超过130种货币进行交易。

多位受访者认为，连连数字的上市或将后期数字支付类公司上市起到样本作用。纵观行业来看，在全球化和数字化发展背景下，跨境支付市场将迎来快速发展，跨境支付机构也在积极谋求上市。比如，跨境支付服务商杭州乒乓智能技术有限公司(PingPong)在2020年

已启动IPO辅导备案，拟在深交所创业板上市等。

“连连数字上市对于其他数字支付企业来说具有借鉴意义。”在中国(上海)自贸区研究院金融研究室主任刘斌对看来，目前跨境支付领域受到政策支持鼓励，也受益于跨境贸易的发展，行业发展面临机遇，预计未来会有更多同类型机构谋求上市。

博通分析资深分析师王蓬博对《证券日报》记者表示：“连连数字成功上市对行业有激励作用，侧面也说明跨境支付市场在跨境出口电商支付这个赛道正走向成熟，下一个阶段的竞争已经开启，未来对外输出国内成熟解决方案，覆盖更多B端的跨境支付场景可能会成为行业发展趋势。”

信托公司“招兵买马” 标品业务岗位居多

本报记者 张安

近日，云南国际信托发文表示，寻找猎头合作伙伴建立长期合作，帮助公司寻找优秀人才。此前不久，云南国际信托还发布过招聘启事，招聘固定收益部机构销售、高级资深信评经理、风险管理部高级资深风控经理等职位。

时值春招旺季，记者注意到，当前陕国投、华鑫信托、国通信托、紫金信托等多家信托公司纷纷发布招聘需求，岗位多涉及信托经理、交易员等。

信托业三类新规推出至今已满一周年，在信托行业创新转型加速的背景下，为适应业务变化，许多信托公司经历了自上而下的人员变动。从信托公司管理层来看，近年来，行业维持着较为频繁的高管变动。据记者不完全统计，2024年以来，已有中诚信托、山东国信、国民信托、中粮信托、英大信托等10家信托公司出现高管变更。其中有4家公司涉及董事长、总经理变更。

从基层业务人员变动方面看，大量信托公司正在积极招兵买马，为推动新老业务衔接“变轨”提供足够的人才支撑。

根据记者梳理的信息，信托公司招聘的人员岗位多与标品业务相关，对此情况，用益信托研究员喻智向《证券日报》记者表示，目前信托公司转型较为成熟的业务就是标品信托业务，因此对标品业务的需求较大，如相关投研人员。而资产服务信托业务目前仍处于探索过程中，有招聘需求的主要是财税、法律等专业人员。

厦门国际信托方面向《证券日报》记者表示，随着信托行业的转型，公司对基层从业人员的招聘需求也会更加多元化。在招聘时，除了考虑标准的信托业务能力外，对于人员在资产管理、财富管理、数字化转型等领域的专业能力和经验也会进行考量。同时，信托行业也在加速数字化转型，在招聘基层人员时会更加注重其技术能力和数字化工具的使用熟练程度，如数据分析、人工智能应用等。

信托公司“招兵买马” 标品业务岗位居多

从业务布局来看，年内有多家信托公司在加大标品业务布局力度。比如，1月中旬，昆仑信托成立了华东地区业务总部标品业务部；同月，陕国投资管理信公众号发文，陕国投资管理事业群正式成立，事业群下设固定收益部、多资产与海外投资部、组合资产投资部、产品开发部等，深度聚焦标品资产管理信托业务。

2月份，华融国际信托公开招聘标品业务部总经理/副总经理、权益投资岗、债券交易岗等职位。其中，对标品业务部总经理/副总经理的岗位要求具有3年以上在资产管理机构从事资产管理标品业务的管理经验，拥有丰富的渠道和机构客户资源，岗位职责要根据公司总体规划，拟定并执行标品业务部投资计划，完成年度业绩指标，负责带领团队做好标准化信托产品的设立和管理。

对于信托公司未来可能会持续大力招聘的职位，厦门国际信托方面表示，从公司角度来看，持续招聘的职位会来自证券交易、证券运营、家族财富、金融科技等。

喻智也进一步表示，整体来看，短期内信托公司招聘比较多的还是标品业务相关人员。