

证监会组织对9家经营机构开展现场检查

聚焦于董监高及从业人员任职管理不规范与人员内部管理制度不健全、执行不到位两大领域

■本报记者 周尚仔
见习记者 于宏

《证券日报》记者从业内获悉,近期,证监会组织对9家经营机构落实《证券投资基金经营机构董事、监事、高级管理人员及从业人员监督管理办法》(以下简称《人员管理办法》)情况开展了现场检查,并依法对违反《人员管理办法》的相关机构采取监管措施。

针对检查中发现的典型问题、处理情况,证监会予以通报。其中,主要问题聚焦于董监高及从业人员任职管理不规范与人员内部管理制度不健全、执行不到位两大领域。

任职管理方面,四大问题尤为

突出:一是实际履行高管职责的人员未进行任职备案;本次检查发现,2家基金公司各有2名实际履行高管职责的人员未进行高管任职备案。二是从业人员注册登记管理不规范。2家公司部分从事证券基金业务的人员未按要求办理证券从业人员登记或注册取得基金从业资格,在部分员工离职后未及时向行业协会办理注销登记或注销的问题。三是兼职或代履职不规范。1家基金公司监事兼任某私募基金管理人董事;5家证券公司存在分支机构负责人代为履职超期的问题,1家证券公司2名代为履行营业部负责人职务的人员不满足相应的条件要求。四是人

员聘任把关不严。1家证券公司聘任某证券分析师时,明知前任职单位评价该分析师对在社交媒体上的从业行为合规意识不足,却未对该评价引起重视,也未对该分析师进行针对性提醒和教育,后该分析师不当言行引发舆情事件,造成不良影响。

人员内部管理制度方面有三大问题值得关注:一是薪酬绩效考核制度不健全。本次检查发现,2家基金公司未按规定将长期考核指标作为人员考核依据,1家证券公司将保荐代表人津贴与其签署的保荐项目数量和金额直接挂钩,1家基金公司未明确高管薪酬递延支付机制。二是投资申报制度不健全、

执行不到位。6家公司存在从业人员未按要求完成投资申报,未建立系统及时掌握人员投资和交易情况,未对申报信息进行审查,未对漏报行为进行处置、惩戒等问题。三是稽核审计制度执行不到位。1家证券公司未按要求对分支机构负责人执行强制离岗稽核,原董事长辞任后未及时进行离任审计。

从检查情况看,仍有部分机构对《人员管理办法》的规则理解不到位,执行有偏差。证监会提示,各经营机构要深刻汲取上述通报问题的教训,对照检视自身是否存在类似问题,及时进行规范整改。要全面落实《人员管理办法》各项规定,建立健全人员任职和执业管理的内部

控制机制,严格履行人员任职把关主体责任,健全执业行为管理、利益冲突防范和廉洁从业制度,构建长效合理的薪酬管理制度,持续完善内生约束机制,切实提升从业人员特别是董监高人员等“关键少数”的执业素质和规范水平。

针对上述问题,证监会已根据情节轻重,分别指导相关监管局对违规机构及其责任人采取了责令改正、出具警示函等监管措施,并约谈有关公司主要负责人和合规负责人,要求认真落实整改,引以为戒、举一反三。同时将有关从业人员注册登记管理不规范的情况通报行业协会,由其关注并依规处理。

期货业大宗商品风险管理业务迎重大调整

明确贸易业务、资金业务两大业务类型

■本报记者 王宁

11月15日晚间,中国期货业协会(以下简称“中期协”)发布关于实施《期货风险管理公司大宗商品风险管理业务管理规则》(以下简称《规则》)的通知,这意味着期货风险管理业务进入规范发展新阶段。

《规则》明确,未来风险管理业务将分为贸易业务和资金业务两大类。

中期协表示,《规则》自2025年1月1日起实施,设置6个月过渡期。期货风险管理公司不符合相关规定的,应当自主整改,过渡期满后未完成整改的,将依规采取相应纪律处分措施。

中期协数据显示,截至去年底,有90家风险管理公司开展大宗商品风险管理业务,行业基差贸易购销总额5102亿元,约为2013年的51倍;通过仓单服务为客户提供资金支持92亿元,中小微企业占比约六成。

业内人士表示,随着大宗商品业务模式不断创新,业务规模快速增长,风险管理公司在取得显著成绩的同时,也暴露出一些问题。一方面,部分公司由于展业经验匮乏、风险意识不足、内控管理薄弱,发生了仓库违约、客户涉嫌欺诈等风险事件;另一方面,由于大宗商品业务缺乏具体规则,行业存在业务分类不统一、收入确认方式不一致等问题,部分公司出现参与虚假循环贸易、虚增业务收入、变相代理期货交易等不合规行为。

《规则》明确业务类型为贸易业务和资金业务两大类,具体来看:普通贸易、基差贸易、含权贸易、串换贸易属于贸易类业务;约定购回、代理采购、代理销售属于资金类业务。

有业内人士表示,《规则》将风险管理业务进行了重新划分,此前由风险管理公司开展的做市商和自营等业务,或将纳入期货公司展业;上述两大业务的分类,有助于风险管理公司在财务和客户管理等方面更合理展业。

中期协表示,《规则》着重解决行业发展暴露的突出问题,通过明确业务类型、规范展业行为、细化财务处理、强化风险管控,配套相应自律管理措施,消除监管空白和盲区,着力提升大宗商品风险管理业务专业化、规范化水平,以更好服务于国家经济战略大局。

《规则》发布前,已备案基差贸易的风险管理公司可以开展贸易类业务(不包括含权贸易),已备案仓单服务的风险管理公司可以开展资金类业务。已备案基差贸易和场外衍生品业务的风险管理公司可以开展含权贸易;同一期货公司设立两家风险管理公司分别备案基差贸易和场外衍生品业务的,开展贸易类业务的风险管理公司可以开展含权贸易。

信托资产规模达27万亿元 超8万亿元投向证券市场

■本报记者 邢萌

日前,中国信托业协会发布2024年上半年信托公司主要业务数据。截至2024年二季度末,信托资产规模余额为27万亿元,创历史新高,已连续9个季度实现同比增长。其中,投向证券市场的信托资金规模为8.34万亿元,同比增长近65%。

中国信托业协会特约研究员梁光勇表示,当前,信托业整体上仍处于转型深化阶段,但无论从外部宏观经济和国民财富积累的趋势来看,还是从信托业内在的制度优势来看,我国信托业未来发展空间很大,前景广阔。

证券市场“吸金”最多

信托资产规模自2022年二季度企稳回升后,至2024年6月末,已连续9个季度实现同比增长。数据显示,截至2024年二季度末,信托资产规模余额为27万亿元,较2023年四季度末增加3.08万亿元,

较上年同期增加5.32万亿元,同比增速为24.52%。

今年上半年,资金信托投向结构逐步优化。截至2024年二季度末,资金信托总规模达到19.95万亿元,较2023年四季度末增加2.58万亿元,较2023年同期增加4.25万亿元,同比增长27.10%。

从资金信托投向结构来看,证券市场为第一大信托资金投向领域,在资金信托总规模中占比超四成。信托资金投向证券市场(含股票、基金、债券)的规模合计为8.34万亿元,较2023年四季度末增加1.74万亿元,该部分资金投向在资金信托总规模中合计占比为41.81%,与2023年同期相比,规模增加3.28万亿元,同比上升64.89%,占比提升近9%。

从其他投向领域来看,信托资金投向工商企业的规模为3.87万亿元,在资金信托总规模中占比19.39%,与2023年同期相比,规模增加407.61亿元,同比增长1.07%;投向金融机构的规模为2.96万亿元,在资金信托总规模中占比

14.83%,与2023年同期相比,规模增加7657.57亿元,同比增长34.93%;投向基础产业的规模为1.63万亿元,在资金信托总规模中占比8.19%,与2023年同期相比,规模增加1217.37亿元,同比增长8.05%;投向房地产的规模为9191.82亿元,在资金信托总规模中占比4.61%,与2023年同期相比,规模减少1297.43亿元,同比下降12.37%。

“在监管政策指引下,叠加信托公司自身业务转型的需要,信托业由传统的非标融资类业务向净值化、标准化的标品类业务等领域转型逐渐成为共识。”用益信托研究员尹国让对《证券日报》记者表示,证券投资业务是信托公司符合监管导向、回归信托本源、创收增效、平稳转型的重要业务,因此不少信托公司加大了证券投资业务的布局力度。

“标品类业务作为信托公司重要投向之一,在一系列利好资本市场政策指引下,预计投向证券市场资金规模有望持续增长。”尹国让

表示。

信托公司业绩承压

总体来看,今年上半年信托公司面临经营挑战。与2023年同期相比,信托行业经营收入和利润总额均出现明显下滑。数据显示,截至2024年二季度末,信托行业实现营业收入332.53亿元,同比下降32.73%;利润总额195.88亿元,同比下降40.63%。

信托公司业绩承压,反映出信托行业正经历从融资类业务向三分类业务(资产服务信托、资产管理信托和公益慈善信托)转型的阵痛期。梁光勇表示,一段时期以来,以非标融资为代表的融资类信托业务作为信托公司的主要业务模式,在促进社会经济发展方面发挥了重要作用。随着业务规模的急速扩张和经济周期的波动,这一业务模式的弱点开始显现,同时也凸显出信托公司在此类业务模式中的角色错位问题。

尹国让称,上半年信托公司业绩承压,一方面,与传统融资类业务不

断压缩,新业务业绩增长点尚未成熟密切相关;另一方面,受国内经济金融环境影响,部分信托公司过往历史包袱及存量不良资产相对较大,一定程度上影响公司的业绩增长。

那么,信托公司如何进一步深化转型,改善业绩?尹国让表示,未来信托公司还需凭借自身的股东背景及资源禀赋开展业务。头部信托可以依靠自身强大的资源、品牌、运营管理能力实现做大做强优势业务,逐步形成自身的专业优势;中小信托公司可以试着在特定业务上锁定目标群体,随后在产品服务上独特创新,形成自身的特色,实现差异化发展。

梁光勇则认为,信托业转型发展,要回归本源,要站稳受托人地位不偏离,要在为受益人利益最大化的原则下转变业务驱动和发展模式;从服务对象、服务起点、服务职责、收入来源等方面厘清自身角色定位。在此基础上,结合自身优势和客户结构,努力探索具有可持续性的商业发展模式,尽力降低经济周期波动带来的不利影响。

极氪前10个月销量增速远超行业 首次实现香港财务报告准则下单季度盈亏平衡



极氪001、极氪7X、极氪009等多款车型持续引领细分市场,极氪有信心达成全年23万台的交付目标。

极氪重金押注技术为产品赋能

为何极氪汽车旗下产品如此受市场欢迎呢?首先是极氪豪华定位清晰,拥有吉利控股集团优势资源赋能,定位“豪华科技品牌”,以品牌轻奢资产运营引领第三赛道。

其次,极氪汽车在研发投入上向来不吝啬。前三季度极氪研发投入65.2亿元,同比增长超25%,累计研发投入已近235亿元,持续推进作为“豪华科技品牌”的技术创新进化。

全栈自研的浩瀚智驾2.0实现端到端大模型量产上车,从搭载浩瀚智驾系统的车型问世到无图城市NVP开启全国分批推送仅用时10个月,并将于年底向搭载浩瀚智驾2.0的所有车型进行全量推送;城市NVP-车位到车位领航将在春节前开启分批推送。

8月13日,极氪汽车发布了全球首个主动式AI智能座舱,率先实现座舱的端到端,Kr AI大模型接入座舱智能生态,极氪AI OS率先规模化实现座舱主动服务,让智能座舱进入主动智能时代;主动智能服务超过30项,行业领先。10月23日发布基于浩瀚-M架构打造的“极氪超级座舱”,为用户提供全行业领先的9+N空间场景模式。



极氪凭借开创性的“三个800V”超快充生态,引领超快充技术,该生态系统集成了800V高压架构,800V电池和800V充电网络,成为全球领先的量产800V汽车制造商。

最后,技术快速上车能力突出,场景化营销手段层出不穷,为助推销量的提升起到关键性作用。比如2025款极氪007实现了100多项功能配置全系标配;2025款极氪001首发搭载了极氪AI OS、浩瀚智驾2.0,持续强化产品力;极氪MIX大胆取消了传统汽车的B柱,采用带“隐藏式B柱”的电动对开门,实现了让人在车内部对面交流。

极氪与领克共谋年产销百万辆

极氪汽车拥有的技术优势不仅服务本品牌,也将赋能其他品牌,尤其是即将整合到一起的领克品牌。

11月14日,吉利控股宣布对极氪、领克股权结构进行优化,理顺股权关系,减少关联交易,消除同业竞争,坚定不移推动内部资源深度整合和高效融合。吉利控股将向吉利汽车转让其所持有的11.3%极氪股份。交易完成后,吉利汽车对极氪的持股比例将增至约62.8%。同时,对领克汽车进行了股权结构优化,以推动极氪和领克进行全面战略合作。极氪将持有领克51%股份,领克其余49%股份继续由吉利汽车旗下全资子公司持有。

在极氪2024年三季度财报电话会上,安

聪慧就极氪、领克股权结构调整进行了回应,他表示预计将在2025年上半年完成股权结构调整。

据他介绍,品牌层面,极氪与领克将保持双品牌战略,相对独立、相互区隔,实现市场覆盖最大化。极氪定位全球豪华科技品牌,覆盖高端豪华市场,领克占位全球新能源高端品牌,面向中高端市场。

产品层面,极氪与领克将进行全面的梳理和规划,避免冲突、形成合力。未来,极氪聚焦中大型汽车,领克主打中小型汽车。能源形式方面,领克小型车聚焦纯电,中型车搭载混动;极氪中型车聚焦纯电,大型车搭载混动。

技术层面,极氪和领克将深度协同、高效融合,从整车架构、电子架构、三电、座舱、智能驾驶等方面,通过2年-3年的时间进行整合与聚焦。

在制造和供应链方面,充分发挥规模化效应,预计可提升工厂产能利用率3%-5%。渠道建设方面也将高度互补,大幅降低成本。安聪慧预计,通过最大化协同,研发投入将降低10%-20%,BOM成本将降低5%-8%,支持及服务部门费用降低10%-20%。

“实际上这是在落实吉利控股董事长李书福在今年9月份发布的《台州宣言》。”林表示,极氪与领克整合后,品牌分工明确有助于将极氪、领克打造成为年产销百万级的全球领先高端豪华新能源汽车集团。

(CIS)

今年前10个月,新能源汽车产销分别完成977.9万辆和975万辆,同比分别增长33%和33.9%。与此同时,纯电动汽车虽然依然是最大体量的新能源汽车,但销量同比仅增长13%远低于行业增幅,也远低于插电式混合动力汽车和燃料电池汽车。

令人意想不到的,目前专注于纯电动汽车领域的极氪汽车今年以来不断创下新的交付纪录。1月份-10月份,极氪累计交付167,922台,同比增长82%,问鼎中国高端纯电销冠,并连续月销2万+,成为中国纯电动汽车市场一股生力军。

极氪汽车不仅是数量的增长,而且也是有质量的增长。由于产品结构不断全面优化,规模效应以及创新推动,三季度极氪整车毛利率达15.7%,对比二季度提升1.5个百分点,创历史新高。高价格车型持续热销,单车成交均价达到30万元,稳居豪华品牌头部阵营。

“对比前三季度汽车行业利润率继续降至4.6%,已经跌破5%,9月份这一数据仅为3.4%,创十年来新低。”中欧协会智能网联汽车秘书长林示认为,极氪汽车后劲很足,推出的多款新车型都处于细分市场前列,随着交付规模进一步提升,极氪汽车的毛利率和盈利情况还将进一步改善。

据极氪汽车介绍,第三季度极氪盈利能力进一步改善,首次实现香港财务报告准则下单季度盈亏平衡。

国联证券研报指出,极氪在2025年新车有猎装、CD级SUV,数量仍然较多,能源形式

或将拓展至插混市场,预计极氪2025年销量有望达到44.5万辆,增长105.1%。来自富途数据显示,近三个月共有3位分析师对极氪做出评级为“强力推荐”上市公司。

极氪有信心达成全年交付目标

11月14日,极氪公布2024年三季度财报,今年1月份-10月份,极氪交付新车近17万台,同比增长82%。截至10月底,极氪累计交付已超36万台。

极氪汽车销量快速提升与旗下多个爆款车型成为细分市场标杆不无关系。据极氪汽车介绍,极氪001稳居25万元以上纯电车型销冠;极氪009连续4个月蝉联40万元以上纯电销冠;极氪009光耀上市159天即交付1500台,超过今年超豪华四座车销量榜第2到第10名的总和;极氪7X作为极氪第二款实现单月交付破万的标杆产品,上市发布50天交付量突破2万台,成为20万元以上中国纯电动SUV销冠。

快速增长的销量也令极氪财务更加靓丽。财报显示,三季度公司总营收183.6亿元,同比增长31%,单季交付突破5.5万台,整车营收超144亿元,同比增长42%,环比增长7%,交付与整车营收均创历史新高。今年前三季度,公司总营收同比增长超50%至531亿元,已超2023年全年业绩水平。

吉利控股集团总裁、极氪智能科技CEO安聪慧表示,三季度极氪单车成交均价达到30万元,稳居豪华品牌头部阵营。伴随着极