



财富管理迎来大资管时代



2021年以来,证券行业掀起一波组织架构调整风潮,包括中金公司、东方财富和高盛高华等多家券商宣布新设或调整架构成立专门的财富管理子公司,涵盖了从头部券商到中小券商,到外资券商再及互联网券商等。其实不止是券商,包括银行、保险、基金、信托以及第三方投资机构等等,也都在积极布局财富管理业务,迎接大资管时代。

潘翔宇/整理



权益类资产规模逐步扩大

社科院发布的《中国国家资产负债表2020》报告显示,截至2019年,中国居民总资产约为575万亿元,2009~2019年复合增长率为14%。从资产配置比例看,中国居民金融资产十年间复合增长率约为15.7%,金融资产在居民总资产中占比从48.8%提升至56.5%,表现出金融资产增长快于总资产增长、资产配置转向金融资产的倾向。

来自光大证券的研究显示,2009~2019年中国居民资产配置中证券投资基金份额总体呈上升

趋势,权益类资产规模也逐步扩大。至于权益类资产更受青睐的原因,一方面是权益类资产配置种类更多,另一方面收益率相对更高。

中信证券非银团队表示,当前财富管理供给方面,商业银行、证券公司与第三方平台呈三足鼎立之势。银行是财富管理主战场,产品品类齐全,以稳健配置型产品为主;第三方平台在公募市场异军突起,以标准品为主;券商则是财富管理新兵,以权益基金和高收益非标产品为主。

券商规划财富管理

数据显示,2009年至2019年,中国居民资产配置中证券投资基金份额总体呈上升趋势,权益类资产管理规模也逐步扩大。以股票及股权为例,2009年至2019年复合增长率约为16.7%,在居民总资产中占比从23.5%上升至29.6%。

此外,根据社科院《中国国家资产负债表2020》报告,截至2019年末中国居民金融资产达到325万亿元,2009年至2019年复合增速约为15.7%。光大证券非银团队认为,未来居民财富管理市场规模增速大于收入增速、居民总资产及净资产增速,预计未来五年居民财富管理市场的规模复合增速约在15%至18%之间。财富管理市场广阔的市场空间对券商也有着极强的吸引力。受益于权益市场发展加速,券商在财富管理赛道重要性提

高。从细分赛道看,投资业务赛道上,券商在产品创设和跨市场资产配置方面拥有独特优势;基金产品代销赛道上,券商得益于与资本市场接近的天然属性在权益基金和私募证券投资基金领域具有更大增长空间;而在投资顾问赛道上,投顾市场空间广阔,各家券商均有机会以产品配置及服务能力领跑投顾市场。

另外,从服务端看,券商可以提供全流程综合金融服务,因此具有多金融产品协同的金融机构,在财富管理的赛道上更具有优势。从投资端看,财富管理为投资机构的标准化产品,基金公司发行规模逐年提升,并且指数型基金获得青睐。券商在资管新规后培育主动管理能力,依靠券商在投研或衍生品方面的优势发展资产管理业务。

金融机构多方发力

据了解,当前,银行、保险、券商、资管机构和第三方机构是财富管理市场的主要参与者,其中银行和基金公司仍占优。

天风证券银行团队认为,目前银行理财主要是三大产品,开放式产品(不含现金类,多为定开产品)、现金理财和封闭式产品,三者规模分别为12.5万亿、7.8万亿和5.5万亿元。理财产品的监管思路本质上是打破刚兑,实现“真净值化”。产品估值方法的转变,将从长期上增加银行理财产品的收益波动,将推动零售资产配置向基金、保险等代销产品进行多元化配置。而银行资管业务发展至今已经突破了以理财为中心的传统发展模式。

作为居民财富管理的重要一环,银行理财产品一直以来有着风险较低、收益稳定的特征。产品估

值方法的转变,将从长期上加剧银行定期开放式理财产品的收益波动,一定程度上削弱了其吸引力。因此以居民财富配置的角度说,可替代产品比如公募基金、保险资管等产品的吸引力相对提升。

基金方面,据中基协数据,截至2021年6月末,市场存量权益性公募基金(股票+混合)规模7.87万亿元,环比提升3.3%,较2020年底的6.42万亿提升22.6%,权益基金的市场规模快速增长。

综合来看,财富管理作为投资机构的标准化产品,各家机构开始同台竞争。基金公司发行规模逐年提升,并且指数型基金获得青睐。银行理财子公司加快转型,配置以固定收益为主。券商在资管新规后培育主动管理能力,依靠券商在投研及衍生品方面的优势发展资产管理业务。

党建引领高质量发展

渤海银行资产总额突破1.56万亿

10月9日,在天津市政府新闻办举行的专题新闻发布会上,渤海银行股份有限公司(以下简称“渤海银行”)党委书记、董事长李伏安作为天津市属国有企业代表参会,介绍了渤海银行以高质量党建引领高质量发展,积极支持实体经济、发展普惠金融的有关情况。

李伏安在新闻发布会上表示,渤海银行始终把全面加强国有企业党的政治功能摆在更加突出的位置,将“党的建设”和“党是领导一切的”写进公司章程,坚持“双向进入、交叉任职”,积极构建“1+3”权责机制体系,切实把坚持党的领导、加强党的建设与法人治理结构相统一,确保总行党委在公司治理的领导作用更加突出。在全国268家分支机构中,渤海银行共设33个党委、28个党总支、390个党支部。全行4857名党员坚定持续地打造“有信仰的银行”。

在高质量党建引领下,当前渤海银行实现了“规模、效益、质量”的协同稳健发展。该行不久前公布的2021年中期业绩显示,渤海银行主要业务规模指标继续保持较快增长,资产总额达人民币1.56万亿元,较上年末增长11.97%;存贷款规模均保持较快增速,资产质量持续稳定;信贷业务结构持续优化,截至2021年6月末,全行制造业及普惠型小微贷款余额占比增幅显著,全面完成制造业、普惠型小微企业的服务目标;全行绿色信贷余额265.89亿元,较上年末增长33.74%;盈利能力稳中有升,归母净利润人民币53.45亿元,同比增长5.90%。截至目前,渤海银行在全国已建立起34家一级分行、31家二级分行、171家支行、32家社区小微支行,网点总数达到268家,具备了辐射全国的网络优势。

普宣传 办实事 惠民生

兴业银行合肥分行开展2021年反假货币宣传月活动

为扩大人民币知识宣传广度和深度,切实提高现金服务民生水平,兴业银行合肥分行坚守“人民币发行为人民”的工作理念,积极开展“2021年反假货币宣传月”活动,通过线下、线上资源的有机结合,最大化宣传渠道和范围,向群众宣传普及反假知识。

依托营业网点内外联动,多形式开展宣传活动,通过网点显示屏滚动播放宣传标语、将宣传折页摆放在营业网点的柜台和咨询台上,向公众普及货币防伪知识。当群众办理业务时积极引导群众取阅反假宣传手册,向群众讲解在日常生活中快速识别假币的六种方法,即检查水印、会变色的面额数字、对印图案、隐形文字、触摸凹印图案、看裁切和粘帖痕迹。同时提醒大家要增强假币防范意识,发现假币主动上交,在不接触、不聚集群众的同时,达到宣传的目的。

兴业银行合肥分行工作人员还走出网点,走进社区、菜场、卖场等现金收付频繁的公共区域开展金融知识宣传,设立临时宣传点,向群众发放宣传折页,进行纸币实例的演示以及假币辨别要点的归纳。为了帮助大家更快、更准识别假币,该行工作人员还向群众派发反假货币宣传手册和辨别假币专用的紫外线辨别笔,提高大家的假币防伪能力。

疫情防控期间,兴业银行合肥分行充分借助线上渠道开展宣传活动,提高反假货币宣传工作的辐射范围。借助“反假小超人”网络答题活动,加深群众对反假知识点的印象,帮助大家提升对假币的防范意识和辨识能力。

下一步,兴业银行合肥分行将继续坚持为人民群众提供优质、便利现金服务为宗旨,在实现标准化现金服务的基础上,推行个性化服务,切实将“办实事、惠民生”贯穿到日常工作中,以多元化、多层次的现金服务提高老百姓的金融“获得感”和“满意度”。

武静

减资公告

合肥洲耀信息咨询有限责任公司(统一社会信用代码:913401005532839605)因经营需要,经股东决定向公司登记机关申请减少注册资本,由人民币4950万元整减少至10万元整,请债权人自本公告见报起45日内向本公司提出清偿债务或提供相应的担保请求,特此公告。