

银行打响反击战

互联网金融迈入2.0时代

□本报记者 曹淑彦

银行领衔2.0时代

近期,在互联网金融方面,互联网企业的风头有了弱化的趋势,而金融机构的势头开始增强。自去年下半年开始,BAT互联网巨头曾掀起互联网金融风暴,今年初网易、新浪、京东等也陆续推出金融理财业务线,然而最近互联网企业似乎鲜有新招出现。与之相对应的是,此前一直处于被动防守状态的银行,最近却频频主动出击。

以中信银行和渤海银行为代表的“银行宝”升级,不仅能够做到货币基金T+0赎回,而且可以实现ATM取现、POS支付等功能,货币基金距离取代活期存款似乎又前进了一大步。据悉,中信银行“薪金煲”现处于测试阶段,近期即将上线。目前与中信银行“薪金煲”合作的是嘉实和信诚两家基金公司,两家公司均为该项目专门发行了名为“薪金宝”的货币基金。根据证监会公示信息,南方基金在4月底也上报了一只名为“薪金宝”的货币基金,托管行是中信银行,或也是为与中信银行合作而准备的产品。

据了解,“薪金煲”与其他“宝宝”的不同之处在于,客户只需一次性签署业务开通协议,设定一个保底余额,超过该余额的活期资金将自动申购货币基金;当客户通过中信银行卡取现、消费或转账时,“薪金煲”将会自动实现相应货币基金份额的快速变现。

渤海银行的“添金宝”则已经在内部上线,独家合作方是诺安基金,合作产品是诺安理财宝货币基金。“添金宝”在功能上也可实现全自动理财,一次签约即可每日自动归集活期存款余额到理财账户申购货币基金,货币基金份额可实现POS消费、网上购物、ATM取现,无需任何操作直接实时支付结算,并且目前不设额度限制。

银行推出“银行宝”来反击互联网其实并不容易,将活期存款转化为货币基金,相当于革银行自己的命。今年初,工商银行浙江分行曾推出“天天益”特色业务,用户可实现货币基金随时申购、赎回,赎回资金实时到账。然而,2月底该业务就悄然退出。对于停止原因,工商银行客服的回答是,对应的货币基金已经卖完了。业内人士分析,大银行内部部门之间利益纠葛错综复杂,稍有动作就会导致活期存款大量流失,因此大银行做“银行宝”的内部阻力很大。而先从分行突破,目前也可能会受到来自其他分行的压力。中小银行活期存款本来就不多,改革阻力小,银行更希望通过创新

中信银行“薪金煲”、渤海银行“添金宝”即将正式上线,此前一直处于被动防守状态的银行,最近频频主动出击,而且一出手就是大招。有业内人士认为,在互联网“宝宝”收益率逐级下滑的背景下,如果银行下力气打通货币基金的支付功能,“银行宝”的威力绝不亚于余额宝。因此,有人将银行领衔的这次“革命”,看作互联网金融进入2.0时代的标志。在这个阶段,将少了些互联网的喧嚣,多了些金融的风险控制,货币基金的收益率被淡化,其支付功能将得到提升。

来吸引其他行的存款和客户,也因此,中信银行和渤海银行能够实现突围。

“其实去年8月我们和银行的个金部就有过接触,当时他们还比较排斥,毕竟会导致活期存款流失。但是最近他们发觉,就算围追堵截,存款流失的窟窿也堵不上了,有的客户甚至会主动找银行问有没有类似余额宝的产品。如果银行没有这种产品,这些钱就可能流到余额宝、百度百发之类的产品了,那还不如自己做,打造一个闭环,把客户一直留在银行账户里。现在个金部有动力去推动这个事。”一位基金公司电商人士介绍,银行的态度已经发生了转变,也希望通过提供更好的服务,吸引外来客户,并增加客户黏性。

不过,银率网分析师认为,银行虽然愿意进行货币基金业务的创新和拓展,但却很少主动宣传。银行开展这类业务的目的,不是为了鼓励储户购买,而是为挽留存款资源的无奈之举。

收益破5后艰难摸索

“转了一圈,又投向了银行的怀抱。”近期大量互联网货币基金7日年化收益率跌破5%,收益的下滑,难以满足互联网的胃口。“起码银行更懂金融,理解货币基金的产品属性。”一位基金人士感慨,在互联网平台又要收益高,又要没风险,货币基金已无法满足他们的要求,而更适合的产品仍未找到。

一位基金电商人士表示,“在互联网已



CFP图片

经没有那么大的爆发力了。”前一波互联网金融的爆发是短期高收益率的推动,创造了套利空间,互联网的介入又放大了这个套利空间。现在利率逐步回落,除了货币基金,还没有找到合适的可嫁接于互联网的产品。

该电商人士指出,对于客户,无论是哪个渠道,在货币基金和银行理财产品之间最终都会选择收益高的。不过,也有基金人士认为,即使货币基金收益率下降,但相对于活期存款还是具有吸引力的,因此短期货币基金规模不大可能大幅下降。银率网分析师认为,目前形势并不会对货币基金产生任何影响。这主要是因为,货币基金目前还是现金管理工具中的最优选择,拥有相当大的客户群体。货币基金相比银行理财,最主要的优势就是流动性,尤其在赎回T+0普及之后,货币基金的购买、赎回、追踪投资收益等,都比银行理财产品更便捷和透明。

然而,从互联网的视角,货币基金收益率下降,而保险等理财产品风头更劲。从目前互联网在售的理财产品来看,很多保险理财产品预期年化收益率仍在6%以上,招财宝平台所挂的国华6号万能险,3年期,预期年化收益率6.5%,很快就被抢购一空。有保险公司人士透露,其实保险产品做高收益很容易,最近还有保险公司在微信上推出了一个预期收益率高达8%的产品。“不过,今年货币收益下降了,保监会和行业协会表示不希望保险过多发高收益产品,而是把产品重心放在保障性产品,服

务创新、技术创新上。”

由此可见,在互联网金融2.0时代,货币基金的收益魅力将会有所褪色。

“静默期”的思考

近期央行及银监会有关人士表态,对互联网金融监管需要进一步加强。“央行明确要规范互联网金融,现在处于‘静默期’,打擦边球的事也就都不敢干了。”一位电商人士解释了最近互联网圈“风平浪静”的原因。除了监管层面强调风险管理,互联网金融发展本身也遇到了障碍,需要静下来思考,等待新的市场时机。

在互联网金融1.0阶段,受余额宝的刺激,基金、保险、银行、券商更多呈现的是躁动的状态,纷纷大干快上,招聘人员、更新系统、寻求合作,却并没有考虑投入产出如何,也没有预料到这么快就进入到“平淡期”。在2.0阶段,需要对前期问题进行反思和修正,互联网公司和金融机构都需要补充不足。有业内人士坦言,现在很多IT公司的人去了基金公司,而互联网公司也在从金融机构里挖人,双方都在进行人才的融合,从长期来看,这是好事。

对于中信银行、渤海银行、民生直销银行等正在做的“银行宝”,业内人士也认为需要冷静思考。有业内人士坦言,银行之间也存在竞争,中小银行进行货币基金创新,是想争抢其他银行的客户,吸收外部的存款,但是,这种行为会不会遭到银行体系的围攻?目前来看,“银行宝”短期主要以搬自己家的存款为主,毕竟自己的客户绑卡比较方便,如果未来吸引外部存款不理想怎么办?“现在金融机构在互联网金融方面还是半推半就,原因在于技术问题,而是金融体制问题。现有的考核机制很难评估未来5—10年后的结果。”

当然也有很多是需要“沉淀”的。据了解,余额宝之后,目前天弘基金正在着力打造宝粉生态圈。有关人士认为,互联网是个生态,从服务角度打造生态圈,倡导客户间的互助服务,可以提升客户对服务使用的依赖,有利于余额宝运营,尽管未来可以实现怎样的商业目的还不确定,但是基于这样的生态圈可以拓展一些模式。

不过,也有业内人士认为,无所谓1.0和2.0时代,现在的互联网金融还处于发展的初期阶段,未来还有很大的发展空间。“尽管未来3—5年的发展方向还不清晰,不过,可以确定的是,现在再谈货币T+0就OUT了。”有关人士表示。

收购挖角非易事 信托直销遇难题

叫停第三方理财代代销信托冲击波显现

□本报记者 曹乘瑜 刘夏村

近期,银监会下发《关于99号文的执行细则》(以下简称《执行细则》),“禁止信托公司委托非金融机构推介信托计划”。此举封死了第三方理财机构打着财务顾问旗号,为信托公司推荐合格投资者赚取佣金的通道。业内人士认为,此举对信托公司和第三方理财机构都是不小的冲击。信托公司为了快速建立起自己的直销渠道,或将对第三方理财机构进行并购。

然而,第三方理财机构表示,第三方理财实际上并不十分依赖信托销售,《执行细则》对信托公司的冲击更大。信托人士也认为,无论是充实直销力量,还是收购第三方,困难都不小。

第三方理财未遭灭顶之灾

“叫停第三方理财代销信托,并非意料之外的事情。”某南方信托公司高管认为,这一新规的出台与此前的监管思路一脉相承。

实际上,在去年底召开的信托业年会上,相关领导就表示要叫停第三方理财机构代销信托产品。而在《信托公司集合资金信托计划管理办法》中,亦明确规定了六条禁止性行为,其中包括不得以任何方式承诺信托资金不受损失,或者以任何方式承诺信托资金的最低收益;不得进行公开营销宣传;不得委托非金融机构进行推介。

此次《执行细则》落地,部分业内人士认为,此举将对第三方理财机构是当头棒喝。

然而情况并非如此糟糕。一家南方的小型第三方理财机构的理财经理透露,此事对小型第三方理财公司影响并不大。在第三方理财机构的业务中,信托并不是主要支撑。实际上,从2013年开始,第三方理财机构与信托的合作已经减少,例如中融信托今年初已经停止和第三方签约,新华信托、四川信托也如此。因此,“不能卖信托产品,我们还可以卖券商资管计划、有限合伙基金,一些沿海的第三方理财机构,做海外保险代销的也很多。”该人士说。

而一些大型理财机构更是早已走在转型路上。据了解,目前,国内较大的第三方理财机构包括诺亚财富、新湖财富、好买财富、恒天财富等已经转型。业内人士认为,除了恒天财富目前业务中有较大部分是信托推介客户,可能受影响较大,其他的可能冲击并不大。例如,诺亚财富一季度财报显示,其收入来源中,可重复的管理费收入增速高达88.5%,占总收入的比例超

过六成,这显示其完全由分销渠道转型为主动管理能力的公司。好买财富也透露,自去年二季度开始,其95%以上的业务是代销私募私募基金产品。

部分信托人士和第三方人士认为,《执行细则》对信托的打击要基于第三方。中泰信托认为,目前除了中信、平安等几家大型信托公司具备业务发展所需要的直销能力外,大多数信托公司都面临人手少、物理网点少、产品线不稳定等现实困境,难以大力发展直销模式的财富中心,中小信托公司这一问题尤其严峻。大多数中小信托公司虽设有直销公司,但销售能力薄弱,100%依赖于第三方理财机构并不在少数。

收购还是被收购

实际上,信托不仅仅面临失去第三方理财这一条“腿”,其另一条“腿”也在萎缩。随着去年以来的多起信托计划违约,银行也收紧了对信托产品的代销。本报此前独家报道,工行和建行已经不再在全行系统内销售信托产品,而仅求采取推介客户的方式,招行、兴业银行等则要求信托公司出具责任承担的承诺函。可以说,信托的销售环境早已“四面楚歌”,如何快速打造直销力量亟待破题。

□本报记者 曹乘瑜

《执行细则》的出台,除了规范信托产品的营销,还对信托公司优化业务管理、资金池清理、建立分类经营机制做了规定。其中,对资金池清理提出“不搞一刀切、齐步走”、“不设统一时间表”的思路,以缓释风险。对此,业内人士认为,这为一些资产池业务较大的公司争取了时间。而因前期的风险累积以及当前清理资产池的重任,信托公司也放缓了业务发展的步伐。

资产池清理“缓口气”

99号文曾针对信托的“非标”业务做出清理规定,要求信托公司不得开展非标准化理财资金池等具有影子银行特征的业务。对已开展的非标准化理财资金池业务,要查明情况,摸清底数,形成整改方案,于2014年6月30日前报送监管机构。

而此次在《执行细则》中,对资金池清理工

对此,收购第三方理财机构的途径被看好,一些有直销客户资源的第三方理财机构尤其被看好成为收购对象。然而,部分业内人士认为,信托要收购第三方是一件难事。

首先是资金实力的问题。一些小型信托公司总资产不到10亿元,想要收购第三方并非易事。其次需要突破的是政策。一位信托公司高管认为,收购第三方理财机构涉及行业监管的诸多问题。按照《信托公司管理办法》,信托公司投资业务限定为金融类公司股权投资、金融产品投资和自用固定资产投资。“自用固定资产投资只允许两方面:金融机构的股权投资和设立子公司投资PE等创新业务,所以,信托公司收购第三方理财机构,能不能被监管部门批准都不好说。即便允许收购,还涉及是不是金融机构的问题。”该信托公司高管说。

也有业内人士提出,或许可能出现的情况是,第三方理财机构收购信托公司。“为什么你们都想着是信托收购第三方,而不是第三方收购信托公司呢?”一位第三方理财机构的人士反问,“其实现在第三方,如诺亚财富,完全有这样的实力。”

该人士认为,第三方理财机构可以提供销售渠道,而信托公司可以提供主动管理能力和产品设计能力,二者确实具备合作的基础。

信托资金池清理不设时间表

作进一步明确:一是必须尽快推进清理工作,不许拖延,更不许新开展此类业务;二是不搞“一刀切”,各家信托公司要依据自身实际,“因地制宜、因司制宜”,自主自行制定清理整顿方案;三是不搞“齐步走”,不设统一时间表,不设标准路线图,各家公司要遵循规律,循序渐进,确保清理整顿工作不引发新的风险。

业内人士认为,这一规定让一些资金池规模较大的信托公司“缓了一口气”。某信托人士透露,大多数信托公司均有资金池业务,一般比例控制在自身资产管理规模的10%—20%,但有公司的资金池业务较大,规模在600—700亿元之间。

“不搞一刀切,体现了监管的进步,也说明监管层此次是动真格要处理好资产池问题。”诺亚财富人士分析。

信托公司减速缓行

面对日益趋严的政策以及不断积累的风

转型尚需政策助力

“与其收购一家第三方理财机构,还不如将里面的优秀人才挖过来,毕竟第三方理财机构最宝贵的财富就是人才。”上述信托高管表示。

然而想要挖角第三方的人才,成本也很高。据悉,目前,第三方理财机构的主要客户资源集中在在理财经理手中,第三方在推介客户时获取的佣金为1.5%到3%,其中绝大部分被理财经理提成,信托的直销中心很难说能够提供这么好的待遇。某中西部地区的信托公司高管透露,其公司早在2011年即开始设立财富管理中心,但是3年下来,发现财富管理中心的能量远没有想象得那么大,人才队伍的成本较高。

另一个值得关注的问题是,在2011年,银监会发布《关于规范信托产品营销有关问题的通知(征求意见稿)》,规定信托公司开展直接营销,还可以通过设立营销中心的方式进行,信托公司设立营销中心须经中国银监会审核批准。除公司注册地之外,设立异地营销中心总数不得超过5个,但经中国银监会批准的除外。在需要大力发展直销队伍的今天,仅有5个异地营销中心肯定是不够的,信托人士希望,在力促信托向财富管理转型的路上,能够在政策上获得更多的支持。



华安安顺灵活配置 今起申购

华安基金近日发布公告,由资深基金经理尚志民掌管的华安安顺灵活配置混合基金将于5月15日至6月4日开放集中申购。据了解,该基金由封闭式基金华安安顺转型而来。转型前,基金安顺总回报超过800%,现金分红达115亿元。

根据相关公告,转型后的华安安顺投资范围将更为灵活,股票投资比例由40%—80%扩大到0—95%,在目前经济转型的大背景下,可以更加灵活地参与结构性行情,把握投资机遇。业内人士也指出,这种“全攻全守”型的灵活配置策略,符合拟任基金经理尚志民“灵动平衡”的投资风格。

展望2014年,尚志民表示,在房价、环保、通胀三大因素约束下,中国经济旧的发展模式已经走到尽头,证券投资也必须同样转型。未来在投资上,对于传统产业,主要考虑产业结构变化和环保因素倒逼所产生的投资机会。此外,消费、医药、电子、传媒、通信、环保等非周期行业占证券市场的市值比重都将有较大的提升空间,这些行业的机会也值得关注。(田露)

泰达宏利瑞利分级A 开放申购赎回

今年以来多只分级债基的A份额相继开放申购。5月12日,泰达宏利基金发布公告称,旗下产品瑞利分级A份额5月14日将进入半年度开放期,投资者可通过中国银行等代销机构,以及泰达宏利基金官方网站、泰达宏利基金淘宝店等办理日常申购、赎回业务。

根据基金合同和招募说明书的约定,泰达宏利瑞利分级债基设定两类开放期,分别为半年度开放期和年度开放期。本次为半年度开放期,具体期间为2014年5月14日至2014年5月16日。5月14日开放瑞利A的申购和赎回,5月15日至16日仅开放瑞利A的申购,不接受赎回,且在任一开放日末端瑞利A份额等于或超过瑞利B份额的7/3倍,则该半年度开放期结束。(曹乘瑜)

鹏华两只分级基金 19日上市

鹏华基金发布公告称,旗下两只新基金——鹏华非银行金融分级和鹏华信息产业分级基金将于5月19日在深交所上市。其中鹏华信息分级上市交易的份额分别为信息A和信息B,鹏华非银行金融分级基金上市交易的份额分别为非银行A和非银行B。自5月5日成立以来,两只基金都已逐步建仓。公告显示,截至5月12日,鹏华信息分级基金的股票仓位为4.1%,鹏华非银行分级基金的股票仓位已达34.57%。(郑洞宇)

工银四季收益何秀红:

配置债基正当时

今年债券基金业绩持续回暖。银河证券数据显示,截至5月12日,标准债券基金今年以来平均回报达到3.54%,年化回报近8%。工银瑞信旗下工银瑞信双利A和工银瑞信四季收益债基近三年来均以超20%的回报夺得同类桂冠。工银四季收益基金经理何秀红认为,债券牛市行情刚过半场,目前是介入债券基金的好时机。

目前市场资金面持续宽松,基本面温和,债市投资机会仍将持续。日前发布的新国九条又强调积极发展债券市场,深化债券市场的互联互通,对债券基金投资形成政策性利好。何秀红认为,债券牛市才到中途,目前仍然是介入债券基金的好时机。她认为,今年债券市场回报的中位数可能在5%—8%之间。在具体投资上,何秀红仍偏向于中短久期和高杠杆操作。她认为,在目前的经济和政策环境下,短端收益率曲线可能会出现陡峭下行。而在中端,信用风险恶化的可能性仍难以忽视。(曹淑彦)

信达澳银债基业绩靓

今年债市的回暖令债券基金成为最赚钱品种。Wind数据显示,截至5月9日,参与统计的639只债券基金今年以来平均净值增长率为3.04%,超越同期平均收益为1.74%的货币基金,也同样大幅领先平均净值增长率分别为-6.97%和-3.40%的股票型基金和混合型基金。

随着债券市场慢牛行情的演绎,债基中屡现高收益产品,信达澳银旗下稳定价值债券基金和信用债基金双双进入同类基金前4名。中国银河证券基金数据显示,截至5月9日,今年以来信达澳银稳定价值债券B收益率达4.95%,信达澳银信用债C收益率为5.58%,均在同类基金中排名第4。业内人士表示,这两只基金的优异表现,体现出信达澳银旗下债基稳健的投资实力和准确的把握能力。

展望未来债市行情,信达澳银基金认为,从一个较长期限来看,债券市场的牛市已经开始,中间可能会有波动,但趋势已经形成。一个很重要的原因在于,困扰市场最大的问题即资金面,在今年有了根本的改善,而且这种改善应该是可持续的。未来货币政策对债市是友好的,这种边际的改善推动了今年债市的第一波行情。(郑洞宇)