

现金管理市场迎变局:银行公募争食蛋糕

□本报记者 高改芳 黄淑慧

“银行的‘类基金’产品投向债券市场、同业业务等,而银行是这些市场最大的交易商,所以未来公募基金面临严峻挑战。”某城商行行长告诉中国证券报记者。

日前,银保监会发布《商业银行理财业务监督管理办法(征求意见稿)》,明确银行的现金管理类理财产品暂参照货币市场基金的“摊余成本+影子定价”方法进行估值;银行理财销售起点由5万元降至1万元。这些规定将使得银行现金理财类产品成为货基的强有力竞争者。银行与公募这对以往在代销基金方面合作愉快的伙伴有可能成为现金管理市场的对手。



制图/王力

■ 记者手记

银行理财与货基该选谁

□本报记者 高改芳

银行理财与货币基金越来越像了,你还要不要换口味?

据金牛理财网的定义,现金管理类理财产品就是能够作为现金管理工具的理财产品。现金管理类理财产品的资金主要投资于银行间和交易所各类货币市场工具,具有流动性好、风险低、收益稳的特点。

目前市场上的现金管理类理财产品有基金公司的货币基金、券商的保证金管理产品、银行的理财产品等。

银行的现金管理类理财产品主要指银行自主发行的活期类理财产品。这类产品在买入赎回上限制较少,操作灵活,很多产品可以实现购买当日起息,赎回实时到账。不过银行活期类理财产品也有一些缺点,比如必须到柜台开户,购买有门槛限制,虽然已降至1万元起购,以1000元递增,但与货币基金的起购点比较还是偏高。

不久前,银保监会发布《商业银行理财业务监督管理办法(征求意见稿)》,使得银行现金管理类理财产品与货币基金的差异进一步缩小,不少银行把“手续费低,收益高”作为卖点。

但是,眼下银行现金管理类理财产品通常是净值型理财产品,有几个问题让投资者“想说爱你不容易”。

首先,投资者第一次到银行买现金管理类理财产品,必须面签。就是说,必须要在银行摄像头注视下,验明正身,签字画押。买之前,还要做一份银行的“试题”,看看你的风险偏好等级。

其次,绝大多数银行理财产品的客户对于净值型产品有些不适应。对着一大排净值从1.02元至1.17元的理财产品,不少投资者无从下手。“净值已经1.17元的理财产品我还能买吗?买了以后,如果净值跌到1.09元,那我是不是亏了?净值是0.95元的难道比净值超过1元的更有投资价值?”一番思索后,不少投资者还是选择起投金额明确、有预期收益率、规定了投资期限的理财产品。

“别说一般客户搞不明白,我都还没有投资净值型理财产品的经验,现在买的还是预期收益率产品。净值型的只投资过基金,投资者买净值型产品时最好问问银行是怎样的投资组合。”某城商行相关人士毫不讳言,“对老百姓确实不太方便。”

同样,习惯了买货基的人一时半会儿也没打算换成银行理财。“我在手机上买货基几分钟的事,买个几千块钱的,就当零钱理财,为什么折腾到银行去,开户、面签费时费力。”在证券公司上班的小郭说,工作以后就很少把钱放在银行账户,工资结余多数买成货币基金。每个月花得剩不下多少钱,攒钱放银行是爸妈那辈人的做法。

所以,短时间内,银行净值化的现金管理类理财产品难以大规模抢占货币基金地盘。不过,在监管套利空间逐渐缩小的情况下,叠加银行作为金融行业“支柱”的地位不变,货币基金的“护城河”是否足够深?一家基金公司的资深人士分析,就像银行系基金公司的规模在行业内名列前茅一样,照目前的发展趋势,银行现金管理类产品的规模超过货币基金只是时间问题。“这个过程中,基金公司怎样发掘为客户赚钱的‘独门秘籍’是非常紧迫的事情。”某银行行长则表示,银行通过发行权益类理财产品可以投资股市。所以,当前对银行来说最重要的事情是专业人才的培养和招募,未来银行的发展空间很大。

银行“类货基”迎利好

言:“银行系现金管理产品收益率较货基有一定优势。若未来银行理财降低门槛(1万元起投),对货基有一定的替代性。”

上述浦发银行负责人介绍,在尚未成立资管公司的情况下,银行大规模发行现金管理类理财产品面临的主要障碍是系统开发。与过去的预期收益率产品相比,此类产品对系统改造要求较高。目前监管要求客户首次购买理财产品的风险评估需柜台面签,在移动互联网为主要购买场景的现实情况下,对客户购买银行系现金管理产品构成一定障碍。

上述股份制银行相关人士表示,银行“类货基”产品投资于公开市场标准化资产,广度上略宽于货基,着力服务实体经济。但是货基较银行“类货基”仍有一些

优势。例如,起点更低,1元起投;渠道更广,可在互联网和其他平台代销。而银行理财的代销渠道较为受限,短期内对整个基金市场格局影响不大。

某基金从业人员表示,6月证监会与央行联合发布《关于进一步规范货币市场基金互联网销售、赎回相关服务的指导意见》,明确单一基金销售机构单日不能高于1万元的“T+0赎回提现”,并要求非银行支付机构不得提供以货基份额直接进行支付的增值服务。这些规定让银行“类货基”受益。例如,某股份制银行的“天天成长”产品,5万元起投,追加资金最低为1000元,“T+0”起息,交易时间内,100元以内赎回可以实时到账。如果今后银行现金管理类理财产品均采用这种做法,将使这类产品的优势更加明显。

公募货基告别狂飙突进

会导致货基高增长态势告一段落。

在估值方法方面,自2017年10月1日起施行的《公开募集开放式证券投资基金流动性风险管理规定》要求,基金管理人新设货基,拟允许单一投资者持有基金份额比例超过基金总份额50%的,不得采用摊余成本法对基金持有的组合资产进行会计核算,或者80%以上的基金资产需投资于现金、国债、中央银行票据、政策性金融债券以及5个交易日到期的其他金融工具。同一家基金公司采用摊余成本法核算的货基月末规模合计不得超过公司风险准备金月末余额的200倍。

上海一位货基经理表示,理财新规明确“银行现金管理类理财产品暂参照货基摊余成本+影子定价方法进行估值”,而新发行公募货基的方向是市值法估值,这使得两者可能因估值方法不同造成投资上

错位竞争料成趋势

部人士说,自从余额宝开启分流模式,越来越多的货基被接入余额宝,既减轻了天弘余额宝基金规模增长过快的压力,又使得余额宝整体规模仍保持较快增长。数据显示,截至6月底,接入余额宝的6只货基总规模为1.86万亿元,比2017年底余额宝“单打独斗”时增加2800多亿元。目前余额宝进一步扩容至8只货基。

银行的“类货基”在货基快赎回额度受限以后优势渐显:T+0赎回、额度不受限。目前不少银行主推净值型理财产品的现金管理功能。如某股份制银行的产品,每日9点至17点之间所做的申购交易当日起息;交易时段内(法定工作日9点至17

银行加速推出净值型产品

□本报记者 高改芳

在资管新规要求银行理财向净值化转型的大背景下,全国银行理财净值化转型程度近一年以来大幅提高。

根据普益标准金融数据平台统计,6月全国银行理财市场净值产品存续量为2134款,环比增加318款,较上月有明显提升。从净值转型程度指数表现来看,6月全国净值转型程度指数为1.52点,环比上涨0.27点,较去年同期上升0.60点。

各类银行净值产品存续量环比均增,全国性银行净值转型程度大幅领先。从全国净值产品存续数量来看,6月全国性银行净值产品存续量为1614款,环比增加279款;城商行净值产品存续量为452款,环比增加22款;农村金融机构净值产品存续量为68款,环比增加17款。全国性银行净值产品存续量与增量均明显领先城商行与农村金融机构。

国有控股银行占主导

整体来看,各类型银行净值化转型程度较去年同期均有明显提升。其中,全国性银行在人才、资金、基础设施方面具有先天优势,与区域性银行相比,其理财净值化转型脚步更快。从各类型银行净值转型程度指数来看,6月全国性银行净值转型程度指数为3.46点,环比上升0.76点,同比上升1.59点;城商行净值产品转型程度指数为0.7,环比上升0.04点,同比上升0.14点;农村金融机构净值转型程度指数为0.24点,环比上升0.06点,同比上升0.13点。

国有控股银行占据净值产品发行主导地位,各类创新净值产品逐渐增多,国有控股银行发行净值产品145款,占比45.17%,环比上升6.40个百分点;股份制商业银行次之,发行115款,占比35.83%,环比下降3.82个百分点;城市商业银行发行45款,占比14.02%,环比下降5.36个百分点。凭借雄厚的资金实力和投研实力,国有控股银行在净值产品布局方面有明显优势。

某些股份制商业银行推出了一些创新性净值产品,如采取阶梯式申购费、创新的本金支付方式和分红方式等。各家银行机构加速推进净值产品布局,净值产品类型不断丰富。

产品净值化转型对于银行的主动管理能力提出了更高要求,预计在转型后较长一段时间内,各家银行由于自身管理能力及优质资产供给的差异,将促使理财产品同质化现象减弱。

寻找适合自己的产品

对于投资者而言,产品收益率、流动性、风险是否能够匹配自身需求是选择净值型理财产品要考虑的几大因素。

某城商行客户经理指出,首先,应当选择具有较好投资管理能力的机构发行和管理的理财产品。其次,选择风险等级和产品期限符合自身风险承受能力和投资需求的产品。银行在向客户推销本行理财产品时,通常要求客户进行风险评估。不能把高风险产品销售给低风险偏好的投资者。投资者不要只看到预期收益或目前的净值情况就盲目买入。此外,购买净值产品后,需定期关注产品的资产配置和净值变化情况。

从流动性角度来看,净值产品分为封闭式及开放式两种。封闭式就是理财产品在产品说明书中公布的固定赎回日期或者产品到期日前不能提前赎回,开放式理财产品在投资过程中是可以赎回的。但开放式产品的收益率通常低于封闭式产品。投资者可根据自身的流动性需求选择相应类型产品。

从风险角度来看,净值产品的风险变化主要体现在其估值方式上。摊余成本法是主流的估值方法,基于此方法估值的净值产品净值波动幅度较小,整体收益率较为稳定。

在银行理财产品净值化进程中,投资者在选择银行理财时不仅仅关注产品本身属性,也会更多地考虑银行的声誉。对于频频传出负面新闻的银行,投资者的信任程度可能迅速降低,购买理财产品的动力随之减弱。这种变化既有利于投资者教育,也能敦促银行提升综合能力。

货币基金规模前十				
代码	名称	资产净值(亿元)	现任基金经理	成立日期
000198	天弘余额宝货币	14,540.21	王登峰	2013-5-29
000693	建信现金添利货币A	3,237.21	陈建良、于倩倩	2014-9-17
482002	工银货币	2,843.85	杜海涛、谷衡、王朔、魏欣	2006-3-20
000359	易方达易理财货币	1,729.07	刘朝阳、石大峰	2013-10-24
000379	平安大华日增利货币	1,674.92	申俊华、周琛	2013-12-3
001666	鹏华添利宝货币	1,502.95	叶朝明	2015-7-21
050003	博时现金收益货币A	1,467.59	陈凯杨、魏楨	2004-1-16
000607	招商招钱宝货币B	1,279.29	向霁	2014-4-29
000848	工银添益快线货币	1,249.73	王朔、姚璐伟	2014-10-22
000539	中银活期宝货币	1,237.90	范静	2014-2-14

数据来源:Choice(截至6月30日) 制表/黄淑慧