

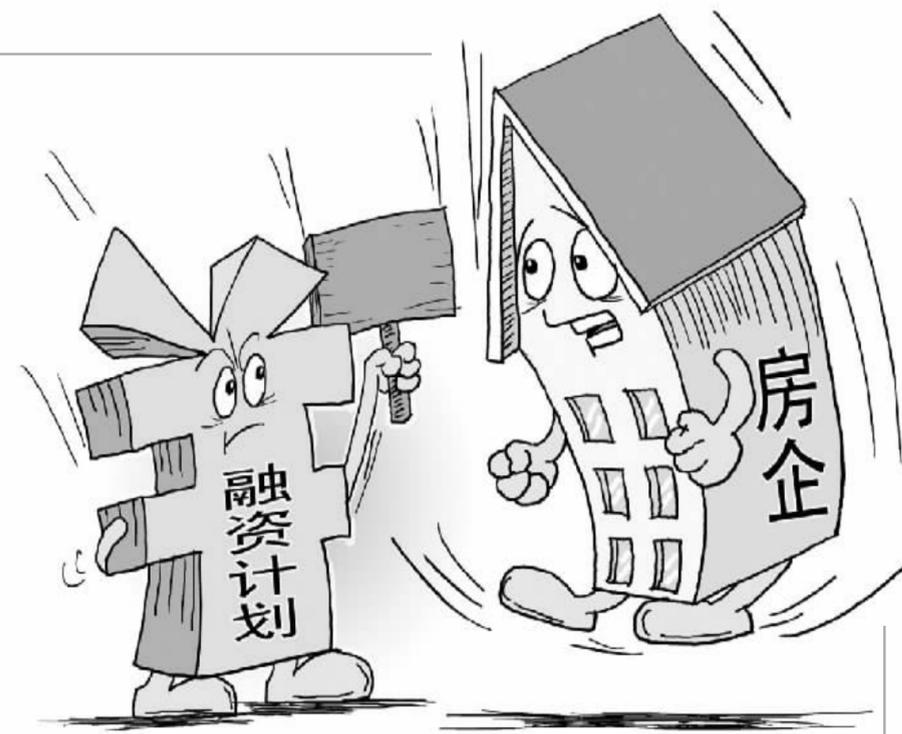
部分银行迎“窗口指导” 房企融资渠道再收紧

□本报记者 高改芳

“监管部门已向部分房地产贷款较多、增长较快的银行进行了‘窗口指导’，要求控制房地产贷款额度，但对各家银行的具体要求各不相同。”上海某城商行相关人士莫以琛（化名）日前透露，上述举措的核心思想是控制房地产贷款规模。虽然没说完全冻结相关业务，只是各种指导、总行不批等情况陆续出现，那些住房按揭贷款规模增长太快的银行可能会受点影响。

另一方面，7月4日、5日两天，宁波银保监局开出39张罚单，对十多家银行开出总额约1275万元的罚金，其中近60%的罚单是针对房地产住房按揭贷款管理不规范和房地产授信业务不审慎等行为。

分析人士指出，上述举措或意味着继部分房地产信托暂停外，银行的房地产信贷也将放缓。这对于负债率高、手头没有太多流动资金的开发商而言，会是一个考验。



视觉中国图片

银行收紧房地产贷款

一方面是部分银行被“窗口指导”，另一方面是近日监管机构开出多张地产贷款罚单。对此，同策集团首席分析师张宏伟称，上述情况是房地产政策阶段性收紧的表现。“阶段性规范和整治，目的是让市场预期平稳。”张宏伟说。

莫以琛认为，目前的阶段性整治可以看成是5月份“整治乱象”的落实。

今年5月，中国银保监会发布《关于开展“巩固治乱象成果促进合规建设”工作的通知》（银保监发〔2019〕23号，

简称“23号文”）。对于银行而言，在房地产行业政策方面，23号文指出，整治的重点是表内外资金直接或变相用于土地出让金融资；未严格审查房地产开发企业资质，违规向“四证”不全的房地产开发项目提供融资；个人综合消费贷款、经营性贷款、信用卡透支等资金挪用于购房；资金通过影子银行渠道违规流入房地产市场；并购贷款、经营性物业贷款等贷款管理不审慎，资金被挪用于房地产开发。

分析人士指出，对照上述监管要求就不难理解，为什么宁波银保监局开出的“行政处罚决定书”中，“违反房地产行业政策”、“房地产授信业务管理不审慎”、“住房按揭贷款管理不规范”、“对在机构住房按揭贷款管理不规范行为负有直接管理责任”等是主要的违法违规事实（案由）。

某股份制银行行长表示：“只要信贷放松，银行就会加大房地产信贷投放力度。今年以来，这种迹象很明显，尤其是在土地市

场。这也很容易理解。房地产项目，银行从上到下都看得懂，批得快，知道风险点在哪。我们有些支行上报的医药企业贷款，就很可能通过审贷会。因为以前做得少，没有合适的风险评估指标。”

该行长介绍，他所在银行目前倾向于跟央企背景的开发商合作。上海地区的按揭贷款门槛也没有提高。“只要符合之前的规定都能办。”该行长称，目前看来，房地产相关贷款还是银行的主要业务。其他行业对这块的替代性不强。

房地产信托迎“窗口指导”

从上周开始，监管部门已经对部分信托公司开始了“窗口指导”。华东某信托经理汪芳（化名）告诉中国证券报记者，她所在的信托公司的确被要求控制房地产信托的规模。“控制住房地产融资规模就控制住房地产行业了，每年控制一点点。对这个我们有预期，也能接受。”汪芳称。

实际上，最近几个月以来，汪芳已经明显感觉到相关信托产品又开始好卖了。“房地产信托收益高，投资者也认可。不过房地产信托一开始热卖，我们就预计到离监管

不远了。”汪芳笑称。

汪芳介绍，和同行交流下来，这次针对个别公司的“窗口指导”可以概括为：房地产信托规模不超过2019年6月30日的规模；已备案项目不影响发行及成立，未备案项目一律暂停；符合“432”的通道类业务也算房地产项目，也受窗口指导影响，全部暂停；地产公司并购也算房地产项目，也受窗口指导影响，全部暂停；城市更新类旧改项目暂时不受此次窗口指导影响；房地产企业的供应链金融和购房尾款类项目暂

时不受此次窗口指导影响。

有信托经理认为，本次“窗口指导”是与这一轮土地市场转热有关：一二线城市最近供地较多，三四线疲软，地产公司回归一二线拿地幅度比较大。到上半年为止，地产项目增得太快，相应的调整其实在意料之中。

实际上，信托行业的监管口径和银行基本一致。

“23号文”指出，在信托领域的整治重点是向“四证”不全、开发商或其控股股东

资质不达标、资本金未足额到位的房地产开发项目直接提供融资，或通过股权投资+股东借款、股权投资+债权认购劣后、应收账款、特定资产收益权等方式变相提供融资；直接或变相为房地产企业缴交土地出让价款提供融资，直接或变相为房地产企业发放流动资金贷款；违法违规向地方政府提供融资；违规要求或接受地方政府及其所属部门提供各种形式的担保；违规将表内外资金直接或间接投向“两高一剩”等限制或禁止领域是整治的重点。

下半年房企到期债券达1706亿元

上海中原地产市场分析师卢文曦介绍，今年上半年的确有违规资金流入房地产市场现象，“23号文”发出的“整治”信号说明监管已经意识到了其中的问题。“风向”的转变对于负债率高、流动资金不足的房企而言，今年下半年会是一个挑战。

克而瑞研究中心的数据显示，2019年上半年95家典型房企融资总额为7169.2亿元，同比下降3.6%，环比则增长了16.4%。克而瑞研究中心分析师房玲指出，这是因为今年一季度延续了2018年11月开始的融资回暖趋势，融资额达到2016年以来的峰值，同比增长15.6%；而二季度融资环境再收紧，使得房企在二季度的融资总量大幅

减少，达到近两年以来的较低值，从而使得上半年整体的融资额也同比有所下滑。

从95家典型房企债券类融资监测的情况来看，2019年上半年房企境内外债券类融资总额4286亿元，相当于2018年全年的59.3%。其中，境内发债1402亿元，占2019年境内外发债总量的33%；境外发债2883亿元，占比67%，相较于2018年上升了19个百分点。

房玲指出，这主要是由于2018年5月发改委以及财政部出台相关政策限制境外债用途，导致2018年下半年境外发债量骤减，而2018年底2019年初，由于境内环境持续收紧，且房企在2019年面临偿债高峰期，房企不得不再次向海外举债。

另外一个值得关注的情况是，从房企的债券到期情况来看，2015年公司债及中期票据发行量较大，多数企业债券的期限在3年-7年间，2019年房企面临偿债高峰期，2019年上半年到期债券2108亿元，是2018年全年到期债券的93%，大部分房企不得不再次举债偿还旧债，这也是2019年上半年房企发债量上升较大的主要原因。2019年下半年，房企的到期债券为1706亿元，到期债券总量也属高位；到2020年下半年或2021年上半年，房企的偿债压力进一步上升，到期债券均突破3000亿元人民币，届时房企将面临更大的偿债以及融资压力。

克而瑞的数据显示，2019年上半年房

企债券类融资成本7.25%，较2018年年末上升了0.77个百分点。其中，境内发债的平均成本为4.97%，较2018年全年下降0.91个百分点，主要是大型房企发债结构性的影响；境外发债的成本8.34%，相对于2018年全年上升了1.19个百分点。2018年以来境外债的发债成本便一直居高不下，特别是2018年10月境外发债成本破8%，之后均在7.50%以上，而2019年多数企业迎来偿债高峰期，即使成本走高，企业也不惜代价进行发债。

一些业内人士认为，在房地产整体调控维稳的情况下，预计下半年房企融资也将持续维稳为主，针对部分企业的融资限制或将持续。

房企料加强海外融资计划

□本报记者 高改芳

世茂房地产（00813.HK）7月9日公告称，已成功发行于2026年到期的10亿美元优先票据，票据利息将按年利率5.60%计算。业内人士称，此次美元优先票据期限长、利率低，体现了龙头企业融资渠道好、成本低的特点。

穆迪最新研报指出，预计64家受评开发商将凭借更强的执行力和更为顺畅的融资渠道，将于2019年下半年继续提升其市场份额。受评房地产开发企业基本都是国内规模较大的头部企业。

境外发债料增加

无论是在融资渠道还是销售业绩方面，

目前，大型房企的优势还是明显的。

世茂房地产称，公司拟将票据发行所得款项净额用于世茂现有境外债务的再融资及一般企业用途。世茂方面表示，本次认购反应热烈，总订单近60亿美元。

今年5月底，世茂建设成功获批132亿公司债券。世茂建设为世茂房地产的全资子公司，是其在国内核心的房地产住宅业务运营主体。

旭辉控股集团（00884.HK）7月9日公告称，拟发行于2024年到期本金总额为3亿美元的6.55%额外优先票据。

中原地产研究中心统计数据显示，7月上旬，在国内融资有所收紧的情况下，房地产企业海外融资计划渐有井喷之势。就在本月上旬，有超过15家房地产企业发布了超过

百亿美元的融资计划。从企业的美元融资成本看，相比之前有所上涨，分化也非常明显，从不足6%到超过10%都有。大型房企的融资成本优势比较明显。

大型房企市场份额有望提高

2019年5月，穆迪追踪的开发商合约销售额增速超过全国合约销售额增速。在64家受评开发商中，穆迪跟踪的29家开发商的合约销售额5月同比增长26%（以3个月移动平均值计算），增幅高于4月份的22%。这一增幅高于5月10.4%的全国合约销售额增速（以3个月移动平均值计算），后者较4月的11.9%有所下滑。穆迪跟踪的受评开发商5月份销售增长强劲，主要是由中国恒大集团和万科等大型开发商的出色销售拉动。穆迪预计64

家受评开发商将凭借更强的执行力和更为顺畅的融资渠道，将于2019年下半年继续提升其市场份额。

穆迪指出，较高销售增速的主要推动原因是在全国合约销售增速放缓和较严监管的背景下，预计行业整合将加剧竞争，开发商加大力度以获得市场份额；此外，穆迪追踪的开发商过去1-2年通过已购地块增加其可售资源，2019年将凭借强大的品牌、销售执行能力、优越的项目地理位置扩大业务。

据国家统计局统计，2019年3月，三四线城市月度房价同比涨幅创下3年新高，5月份同比涨幅为11.4%，与4月持平。此外，一二线城市月度房价同比增速自2018年5月开始上升。

平安银行行长特别助理蔡新发：科技赋能客群经营 突围私人银行业务

□本报记者 张晓琪

在完成基础零售的搭建和业务快速积累后，平安银行在初明确提出，重点发展私人银行财富管理业务，用一到两年跻身股份行第一梯队。平安银行行长特别助理蔡新发日前接受中国证券报记者采访时表示，销售队伍的升级对一季度私人银行客户数快速增长起了很大作用。队伍升级只是第一步，用什么方式获客、如何提高私人银行投研和客户服务能力真正决定了平安银行私人银行能否迎头赶上。

三种模式实现获客经营

2015年末，平安银行私人银行达标客户为1.45万户，管理资产突破2500亿元。2016年至2018年私人银行达标客户数增速明显，分别较上年末增长16.69%、39.05%和27.7%。最新披露的数据显示，截至2019年3月末，平安银行私人银行达标客户3.5万户，仅一季度即增加5000户，增幅达16.7%。

蔡新发表示，运行架构关系到获客和经营，对私人银行发展意义重大。“新私人银行筹建过程中，我们不断寻找发展的最佳路径，这个路径一定是以客户感受为第一位。”蔡新发强调：“私人银行客户需要有温度的服务，我们提供私人银行服务也在考虑队伍的感受，怎么样让他们能够产生最大的合力和愿意做最大的贡献，这是架构设计上两个最大考虑点。”

基于此，平安银行私人银行运行架构分三类。一是全新的分支行模式，以共同经营为特点，即由专业能力较强的私人银行顾问和分支行理财经理共同服务客户；二是直营模式，由财富管理团队直接挖掘和维护客户；三是集团优质客户的经营，客户有相关金融服务需求，平安私人银行会派出专家团队支持，提供精准的产品和服务。

蔡新发指出，分支行内部客户升级是私人银行获客的主要模式，这也是业内的普遍做法。比如识别、提升财富管理客户（资产规模在50万—200万元）资产，促使这部分客户升级成为私人银行客户。

平安银行总行零售业务总监李明表示，自2016年开启零售转型后，平安银行不断利用科技做基础客群经营，能够针对不同类型客户进行精细化运营，整体产品策略和服务权益策略均围绕不同层级客户展开。基础零售的经营成果会大量输送到私人银行，平安银行目前客户数、财富管理客户数、私人银行客户数增速都很快。信用卡是重要的获客来源，以信用卡为切入点为客户匹配全方位服务，能够令客户财富逐步沉淀到平安银行。

提升投研能力

打造全新获客经营模式的同时，平安银行私人银行也在迅速提升产品丰富度和自身投研能力，弥补自身在产品供给上的短板。

蔡新发表示，产品中心团队升级后，私人银行产品货架上一级品类下每个产品的供给均实现大幅增长，有效丰富私人银行产品货架。平安信托现在是平安银行重要的资产提供方，双方合作模式上较过去更加升级。外部机构资产进入平安私人银行产品货架需经过严格的筛选过程。为了更快上到货架，外部机构需要研究我们的流程和标准，然后按照这个标准筛选契合的资产。换言之，我们要看对方能找到什么样的资产，同时告诉对方我们希望获得什么样的资产，给什么样的客户。

蔡新发称：“对于平安信托的产品，我们筛选标准是一样的，都会经受严格筛选。”

与此同时，平安银行私人银行正全力加大其他各类资产方的合作。“我们内部在金融产品品类上定的目标是，客户在境内外能够找到的投资产品类型，我们必须要有，过去半年覆盖了80%以上的产品。”蔡新发指出。

目前，平安银行针对合格投资者，提供了覆盖现金管理、固定收益等中、低风险的产品，包括另类投资、资本市场、股权投资等中、高风险的产品，甚至更进阶的保险金信托、家族办公室等。值得注意的是，产品供给上，平安银行正尝试将银行的能力跟外部渠道场景化结合，打造银行和非银行业生态结合和开放，实现更复杂的产品输出。

“我们也在探索，能否通过开放银行的模式，在外部渠道平台早期阶段，将银行的信用卡服务、贷款应用、财富管理嵌入其中，给这些平台赋能、帮助其提升收益。同时，我们通过了解客户对特定领域的投资需求，联合专业投顾合作机构，帮客户定制投资机会。”蔡新发指出。

除了丰富金融产品品类外，平安银行私人银行也在持续提供非金融服务。李明指出，单纯的金融产品不能满足私人银行客户的需求，这些客户非常关注财产继承、税务、法务、子女教育、健康医疗等。

“我们的一项重点工作，就是如何让产品匹配客户，这里面灌输了我们很多技术力量，我们要读懂客户到底偏好什么，用精准服务满足他的个性化需求。”蔡新发指出。平安银行提出“AIBank”概念，通过人工智能技术把该行顶尖私人银行顾问能力集成到科技平台，赋能到整个私人银行服务团队。

强化风险管控

平安私人银行客户整体配置里面，中、低风险的资产配置比较高。李明说：“根据客户不同阶段的资金流动性需求及风险承受能力，设置高风险资产比例，比如10%、20%还是30%。我们现在陆续上线了资产配置工具，如果理财经理将客户风险资产比例配置得高，系统会进行限制，并由更高级的主管跟客户沟通，这是保证客户资金安全的根本。”

关于如何把控代偿层面风险，蔡新发认为主要分为三个层面。一是在总行相关部门的战略指导下，对宏观经济进行总体判断，并明确银行整体风险偏好，进而决定零售层面的风险偏好。二是建立机制，首先在总行战略指引下，产品委员会选择、引入符合风险特色的产品。平安专属风险团队是第二道防线，负责管控零售风险、投行风险、资管风险等。标准化产品先由产品委员会进行风险决策，再由总行对公、零售、同业三个条线的风控队伍联合审批，能够充分把控风险。三是将风控过程系统化、标准化和智能化，用于产品上架、引进和投后追踪，令风控体系更加直观。

“私人银行客户非常关注投后服务，我们会实时监控投后底层资产变化情况，通过数据解读传导至各条业务线。一发现某个项目资产有问题，能够快速识别风险，及时进行风险处置。这种能力我们已经建立起来，并且在平安银行对公和零售两大板块完全打通。”李明表示。