

银行业应对不良有底气

□本报记者 欧阳剑环

多位业内人士预计,受疫情影响,小微企业不良贷款率会有所上升,但近两年银行业信贷资产分类准确性提高,拨备覆盖率保持在较高水平,有充足的资源应对。同时,多地监管部门提出,酌情提高部分行业不良容忍度,这也有利于提高银行放贷积极性,与小微企业共渡难关。

小微企业不良率或上升

银保监会副主席周亮日前表示,客观来讲,疫情对小微企业特别是住宿、旅游、餐饮等小微企业造成了一定的影响,预判不良率会有所上升。

万联证券分析师郭懿表示,考虑到疫情的突发性以及持续时间存在一定不确定性,以及去年未部分行业中相对较大的企业也出现了债务违约的案例,预计未来小微企业不良率有走高的风险。

交通银行金融研究中心高级研究员赵亚蕊表示,中小企业本身的经营管理能力较弱,受疫情影响部分中小企业盈利能力会下降,还款能力也会下降,有的企业甚至会倒闭,由此对银行的资产质量形成压力。赵亚蕊分析,从银行的贷款结构看,中小微企业和民营企业占比不是特别高,尤其是在一些大型银行中,因此对银行资产质量影响不会特别大。但民营、小微企业贷款占比比较高的城商行、农商行,资产质量受到的扰动将较大。

拨备覆盖率保持高水平

周亮强调,从整个金融体系运行情况来看,去年银行业化解了2.3万亿元不良资产,小微企业的不良占比比较小。另外,银行的拨备覆盖率达到了180%以上,有充足的资源来应对不良上升。

在监管部门引导下,近两年银行业信贷资产分类准确性提高,并不断加大不良处置力度。从已公布的上市银行业绩快报来看,招商银行、平安银行、常熟银行等多家银行不良贷款率较上年末下降,常熟银行、青农商行、无锡银行等多家银行拨备覆盖率超过200%。

郭懿认为,展望2020年一季度,虽然流动性相对宽松,但是疫情对经济增长的冲击,使得资产质量的不确定性再次升温。不过,考虑到拨备处于高位,核销处置力度预期加大,整体不良率将基本保持稳定。

国盛证券分析师马婷婷表示,疫情短期内或对经济预期、部分企业的经营带来阶段性影响,但在各项政策支持下,预计企业盈利能力减弱传导到偿付能力的比例有限。且自2016年以来,银行不断加大核销处置的力度,对不良贷款的认定标准也不断趋于严格。预计2020年银行业资产质量将有能力保持稳健趋势。

多地提高不良容忍度

不良贷款率有抬升风险,是否意味着银行将一味惜贷?多地银保监局日前提出,酌情提高风险容忍度,鼓励银行业敢贷、愿贷。

四川银保监局表示,要提高风险容忍度,对受疫情影响新增的逾期贷款,要根据企业实际情况,酌情处理,可在计算逾期时间时扣除疫情时期。上海银保监局称,对受疫情影响暂时失去收入来源的企业,可依调整后的还款安排报送信用记录,不强制要求此类逾期90天或60天以上的贷款归为不良。江苏银保监局提出,监管部门将酌情进一步放宽疫情影响期间小微企业不良贷款容忍度,并对2020年核销的小微企业不良贷款进行还原统计考核。

专家认为,这些举措有助于免除银行业机构后顾之忧,提高其支持小微企业的积极性,支持优质的企业渡过难关,稳健发展。对银行而言,在放贷过程中仍需严格把握风控标准。赵亚蕊表示,从银行经营角度来说,对民营、小微企业的风险防控本身就比较严格。受疫情影响,有些企业可能会陷入暂时的现金流困难,只要经营管理能力资质良好,还是应该给予正常的信贷。

城农商行积极创新信贷模式

□本报记者 戴安琪

日前,多位城商行、农商行信贷相关人员向中国证劵报记者表示,受疫情影响,大部分企业延迟复工,信贷需求减弱。加之疫情发生以来,已有不少大行调整信贷政策,表示将对部分小微企业进行相关利息减免,城农商行信贷压力加大。不过,可以看到,当前不少城农商行也正在积极创新信贷模式,推出特色信贷产品,在助力抗疫相关企业的同时也缓解了自身的部分压力。

信贷投放面临压力

某城商行信贷员向记者坦言:“疫情期间,虽然可以在家办公,但仍然逃不掉业绩压力,现在银行要求我们每天加多少个意向客户的微信。开展业务也很难,无法面对面交流更难取得客户信任。”

华东一家农商行的相关人士表示,目前该行信贷投放受到阻碍。受疫情影响,大部分企业延迟复工,导致各行各业信贷需求减弱。

东北某城商行研究员认为,城商行复杂的地域依赖性和错综的地方股权关系,让其经营模式上呈现出非常局限性的特征,也更易受周期性影响。对于城商行来说,对公贷款业务依然是贷款业务中的主力。由于议价能力、区域限制、创办初衷等多方面原因,城商行的对公客户多为中小企业,同时也多为地方民营企业,亦或是此次疫情影响最为严峻的客户群体。

此外,有分析人士认为,银行在小微贷款市场上竞争激烈,大行凭借资金、利率优势迅速抢占市场,中小银行的生存空间受到挤压。疫情发生以来,已有不少大行调整信贷政策,表示将对部分小微企业进行相关利息及滞纳金减免,这无疑加大了城农商行的压力。

多措并举助发展

不过值得注意的是,疫情发生以来,不少城农商行创新传统信贷模式,力促抗疫相关企业的同时也缓解了自身的部分压力。

以南京银行为例,杭州鲁尔新材料科技有限公司是一家提供医药冷链包装的企业,该企业正在积极准备承接发运新型冠状病毒检测试剂盒的任务,存在一定融资需求。然而,该企业目前属于初创后期成长前期阶段,无有效资产可供抵押,多数传统银行无法给予其信贷支持。南京银行获悉这一情况后,根据企业商业模式的特点,采取跟单操作的模式,即无论订单金额大小,从经营机构到总行都全力配合放款。同时,匹配企业的回款周期,给予其18个月的中长期贷款,还款方式为定制还本,在企业租赁产生回款后开始还款,符合整个经营周期,保证了企业的现金流安全链。

为助力抗击疫情相关企业的信贷融资,阳光农商行则创新推出“医药健康贷”产品,通过线上推广的方式,全力驰援疫情防控市场主体。

广州农商银行宣布将全面下调2020年新投放中小微企业贷款利率,较2019年同期利率,下调幅度不低于10%。

多位业内人士表示,目前各行小微贷款产品的同质化严重,城农商行尤其应该考虑产品的开发如何满足当地需求,弥补现有市场供给空白,与当地小微企业产业特征契合,同时还要将合规要求、风控标准体现在产品中。



新华社图片

银行投资理财模式生变

□本报记者 叶斯琦

基金成“香饽饽”

A股市场在春节后的首个交易日回调,随后接连反弹,上证指数已经七连涨。中国证劵报记者发现,随着市场连续上涨,银行理财经理对权益投资的推荐力度正在加强。

“现在是买基金、低位布局的好时机。”一家股份制银行的理财经理告诉中国证劵报记者,该理财经理推荐了一只由知名新锐基金公司管理的具有三年封闭期的混合型基金。该基金即将发行,股票资产占基金资产的比例为60%-95%,其中投资于港股通标的的股票比例占股票投资比例0-50%。同时,该理财经理还推荐了一款正在做持续营销的混合型基金,该基金近一年收益率约65%。

另一家股份制银行的理财经理面对记者咨询时也表示,如果风险承受能力较高的话,近期建议关注基金定投。

Wind数据显示,今年以来(截至2月11日),91只基金的份额净值增长率超20%,7只超30%,最高涨近35%。其中,聚焦新能源汽车、信息传媒科技等主题基金涨幅领先。

业内人士表示,当前不少机构对于后市信心较强,认为疫情影响主要在短期,中长期看支撑A股上涨的逻辑没有改变。不过,同样值得注意的是,新基金发行市场历来有“好发不好做”的现象,随着指数积累了一定涨幅,未来是否调整需要关注。

保守型产品仍受关注

记者还了解到,随着市场情绪起伏较大,投资者对黄金等避险资产的关注度也有所增加。

“黄金可以配置,但建议以定投的形式来做。影响金价的因素太多了,从投资收益上看,不一定适合配太多。目前宏观经济形势和美联储政策走向对黄金有潜在利多作用,但是涨幅应该会小于2019年。”一位银行理财经理向记者推荐了该

行的积存金产品,以及一款挂钩黄金的结构存款产品。

在业内人士看来,黄金历来具有较好的避险属性,短期来看,当避险情绪升温时,金价会有短线脉冲上涨的机会。因此,在市场情绪波动较大时,黄金也受到关注。今年以来国际金价累计涨幅近3%,不过,2月1日以来国际金价则下跌了约1.3%。

另有银行人士介绍,如果是较为保守的投资者,还是建议关注年金产品。虽然年金险的年化收益率不高,但是投资者应该看到的是其具有保障未来现金流的功能。除此之外,银行人士还告诉记者,受疫情影响,健康保险产品未来应该也会得到更多关注。

推出抗“疫”理财产品

值得注意的是,在这一特殊时期,多家银行理财子公司或银行推出了抗“疫”主题产品。

例如,中国银行推出“军人专属”“白衣天使专属”抗击疫情主题的专项理

财产品,业绩比较基准为4.05%。此类产品购买有身份门槛,军人专属理财产品面向在中国银行系统中标识为现役军人、退役军人、军人家属的客户,白衣天使专属理财产品面向在中国银行持有杏林卡的客户销售。

又如,交银理财推出一款抗“疫”精选产品——“交银理财稳享精选资产1年封闭式2001理财产品”,该产品免除销售手续费、托管费和投资管理费,所募集的理财资金将主要投向生产防疫用品的优质重点企业,以及其他抗击疫情的相关领域。工银理财也推出一款固定收益类名为“工银理财·鑫得利固定收益类封闭净值型理财产品(战疫专属)”产品,投资期限340天,业绩比较基准为利率3.7%,1元起购。

业内分析人士认为,此类抗“疫”主题的理财产品大多让利客户,同时助力企业抗击疫情,体现了机构的担当。未来更多银行理财子公司和银行有望推出抗“疫”主题产品。

券商年内跟投科创板浮盈超8亿元

□本报记者 胡雨

今年以来,科创板新股持续稳定发行,券商在参与跟投配售中发挥了积极作用,同时也获得不小收益。数据显示,以2月12日收盘价统计,今年参与科创板跟投的8家券商全部实现正收益,累计浮盈8.31亿元。

平均浮盈逾1亿元

Wind数据显示,今年以来累计有11家科创板公司完成发行上市,涉及8家保荐券商,以2月12日收盘价计算,其跟投股份的账面浮盈合计8.31亿元,平均每家券商浮盈在1.04亿元左右。

具体看来,中金公司以2.65亿元的账面浮盈居于首位,其跟投的科创板股票包

括泽璟制药、优刻得及威胜信息;光大证券跟投股份账面浮盈1.89亿元,位居次席,其跟投科创板股票包括映翰通和东方生物。其余6家券商单家浮盈均不超过1亿元,民生证券跟投浮盈合计8305万元,国金证券跟投浮盈合计8177.03万元,中信建投证券跟投浮盈合计7804.06万元,兴业证券跟投浮盈合计5976万元,华创证券跟投浮盈合计4807.47万元,广发证券跟投浮盈合计2666.81万元。

从个股情况来看,截至2月12日,今年以来跟投券商账面浮盈最多的是优刻得,浮盈金额1.45亿元,跟投券商为中金公司;其次是东方生物,跟投券商账面浮盈1.19亿元,跟投券商为光大证券。

从浮盈金额来看,头部券商强者恒强局面仍在延续,中金公司、光大证券两家券

商跟投浮盈合计4.54亿元,占8家券商跟投总浮盈的54.63%。

科创板地位持续提升

科创板开市已近7个月时间,目前科创板在A股市场的地位持续提升,其显著的超额收益也吸引越来越多机构参与。对券商而言,科创板为其提供了稳定且可观的增量业务。

国盛证券分析师张启尧指出,考虑到我国正处于经济转型的重要历史阶段,经济动能正逐步由资本驱动向科技驱动倾斜,而海外经验表明直接融资尤其是股权融资将成为经济转型期的有力支撑,我国未来将迎来股权融资的大时代,而科创板也将获得巨大的发展机遇。

自科创板首批企业上市以来,科创板

慧择保险上市 互联网保险方兴未艾

□本报记者 齐金钊 张玉洁

2月12日,被称作“保险电商第一股”的慧择保险在美国纳斯达克上市。业内人士指出,我国互联网保险前景广阔,充满机遇,而在持续经营能力和合规发展方面,互联网保险的相关企业还需要积极面对挑战。

保险电商第一股

2月12日,慧择保险在美国纳斯达克上市,公司此次发行465万美国存托凭证(ADS),每股存托凭证代表20股普通股,发行价在9.4至11.4美元之间,募集资金总额预计不超过5301万美元(约3.7亿元人民币)。

慧择保险的上市,意味着保险电商行业第一股诞生。慧择保险创立于2006年,是国内最早一批获得保险销售资格的互联网保险服务平台。2019年9月5日,慧择保险首次向美国证券交易委员会(SEC)公开递交了上市申请。2020年2月6日,慧择保险向美国SEC更新了招股申请,于2月7日

至2月11日展开全球路演。

从业绩表现来看,2017年、2018年和2019年1至9月,慧择保险营业收入分别为2.63亿元、5.09亿元和7.35亿元,净利润分别为-9704.5万元、292.8万元、2251.3万元。

互联网保险发展迅速

中国保险行业协会发布的数据通报显示,2019年上半年共有71家财产保险公司开展互联网保险业务,互联网财产保险保费收入共381.53亿元,同比增长16.89%。

“国内的互联网保险发展一直领先全球,可以说是保险科技落地最百花齐放的市场。”微保CEO刘家明告诉记者,在国内,大型互联网平台纷纷角逐互联网保险,行业内的创业公司也在探索种种“新玩法”。此外,国内微信等社交网络工具亿级的触达量、AI驱动的大数据,都为互联网保险商业模式创新提供了重要的土壤。

刘家明认为,互联网已经成为重要的保险销售和渠道,以当下国内的新冠肺炎疫情为例,当大家不能面对面交流时,“无接触”的网上购买和信息获取变

得特别重要。

“互联网保险的低成本、场景化、全天候、碎片化的优势非常明显。”对外经贸大学保险学院教授王国军表示,从需求的角度讲,人们的消费习惯发生着翻天覆地的变化,从线下到线上,便捷而低成本的消费是人们的需要,而信息科技的日新月异为之创造了条件;从供给的角度讲,无论是大公司的技术创新,还是小公司弯道超车的“野心”,互联网保险都是竞争最激烈的领域。

挑战与机遇并存

业内人士指出,可以预见,慧择保险的上市将在一定程度上提振国内互联网保险行业的信心。但值得注意的是,国内互联网保险目前的发展并非一蹴而就,对企业而言,持续盈利能力以及强监管下的合规适应力应该成为企业关注的焦点。

北京联合大学金融系讲师杨泽云表示,互联网保险肯定是未来保险业发展的趋势。但是应该看到当前我国的互联网保险发展仍然十分艰难,互联网保险公司盈

利困难,除慧择这样的第三方电商平台外,众安保险、泰康在线等代表性企业仍未实现稳定盈利。

王国军表示,与发达国家的互联网保险产业相比,我国的互联网保险在技术创新、产品开发设计以及流程制度改造方面,都在紧追不舍,有些方面甚至已经走在前面。但同时,我国的互联网保险发展也存在挑战,比如在政策上存在比价限制等掣肘因素;在市场竞争方面还不够成熟,存在一哄而上的恶性竞争;在技术应用方面还存在短板,如个人信息保护等工作还亟待加强。

对于互联网保险企业未来的突围路径,杨泽云认为,随着互联网保险行业持牌机构越来越多,其竞争也会越来越激烈。单纯的将传统保险通过互联网渠道来销售,肯定难以持续发展。对于互联网保险而言,要么是开发“退货运费险”等这种具有互联网特色的保险产品延伸保险需求,要么是互联网保险机构利用金融科技和消费场景,通过便利消费者而达到发展自身的目的。