

助贷机构名单“瘦身”进行时 银行合规成本提升加剧马太效应

距离互联网助贷新规正式实施不到3个月，一场行业“洗牌”正在加速演进。

近期，多家银行、消金公司密集披露互联网贷款业务合作机构名单，其中头部助贷平台频现，而中小助贷平台黯然离场。这一现象的背后是在合规压力下，银行等金融机构对互联网助贷业务的风险偏好持续收紧，倒逼市场向头部助贷平台集中。

中国证券报记者调查发现，此前，部分中小助贷平台通过协议嵌套、业务转包等方式变相抬高利率至超24%，新规封堵了“隐形加价”的灰色操作空间。业内人士表示，在合规转型过程中，部分中小助贷平台或面临商业模式能否持续的严峻考验。

●本报记者 李静

合作名单“瘦身”

近日，北银消金、珠海华润银行、江南农商银行、亿联银行、梅州客商银行、徽商银行等金融机构披露了互联网贷款业务合作机构名单。从合作业务类型看，主要涉及营销获客、联合贷款、支付结算、风险分担及逾期清收。

金融机构密集披露上述名单的背景是，4月3日，国家金融监督管理总局发布《关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》，要求商业银行总行应当对助贷平台运营机构、增信服务机构实行名单制管理，通过官方网站、移动互联网应用程序等渠道披露名单，及时对名单进行更新调整，商业银行不得与名单外的机构开展互联网助贷业务合作。新规自10月1日起施行，外国银行分行、信托公司、消费金融公司、汽车金融公司参照执行。

距离新规正式施行不到3个月，目前完成名单披露的金融机构仍为少数。某银行内部人士透露，其所在行在审慎评估合作机构资质，尚未确定名单，未来可能会压降助贷合作规模。值得注意的是，部分已披露合作名单的银行在公示后不到1个月就对合作机构进行了删减。

“银行业正在全面压缩与中小助贷平台

的合作规模，这反映出银行对助贷业务的风险偏好持续收紧。”一位近期调整合作名单银行的内部人士透露，“此前，我行已逐步退出与中小助贷平台的合作。首次披露合作名单时，存在部分与中小助贷平台合作的存量业务。随着清退工作不断推进，我们对合作名单进行了删除。”

明确24%利率红线

记者调研发现，对于风险管控考量是金融机构减少与中小助贷平台合作的主因。“新规实施后，中小助贷平台将转向规范经营，但它们能否成功转型是个未知数。”北方地区某银行人士说。

“此前金融机构与部分中小助贷平台开展合作的主要考量在于较大的利润空间，这些平台在与客户签协议时通过增加‘隐形收费’，可以使贷款实际利率突破24%的红线。”一位业内人士告诉记者，“急用钱的客户顾不上算细账，就算平台把利率从24%抬高到36%，他们也不会太在意，特别是用于短期周转的，他们对多付几个点的利息没那么敏感。但对于资金方与助贷平台来说，在客户数量庞大的基础上，每增加一个点都意味着可观的利润。”



视觉中国图片

然而，此类游走于灰色地带的定价模式潜藏重大合规隐患。上述北方地区某银行人士透露，“此前，我行已逐步退出与中小助贷平台的合作。首次披露合作名单时，存在部分与中小助贷平台合作的存量业务。随着清退工作不断推进，我们对合作名单进行了删除。”

新规落实了银行的主体责任，要求商业银行完整、准确掌握增信服务机构实际收费情况，确保借款人就单笔贷款支付的综合融资成本符合《最高人民法院关于进一步加强金融审判工作的若干意见》等有关规定。也就是说，新规基本消除了24%以上的灰色定价空间。

头部平台资源集中

在业内人士看来，新规将利好有合规意识、风险定价能力强的头部互联网助贷平台。“这类平台客户量大、抗风险能力强，我们自然愿意与他们合作。尽管我们在议价过程中可能处于弱势地位，导致自身利润减少。”上述北方地区某银行人士说。

据记者了解，目前披露的互联网贷款业务合作机构名单显示，互联网助贷市场呈现明显的头部聚集特征，蚂蚁、美团、抖音、京东、马上消费金融、度小满、微众银行、网商银行等平台

在多家金融机构的合作名单中高频出现。

金融机构普遍看重头部互联网平台的流量优势。宁银消金近日在债券发行公告中表示，公司线上自营业务聚焦电商、手机厂商、在线支付等金融属性强的头部互联网平台和手机应用商店、腾讯、字节跳动等投流平台引流获客；线上联营业务着力于多元化接入客户质量好、流量大、运行成熟的互联网头部平台，已与蚂蚁、字节跳动、百度、美团、微众银行等机构合作，基本实现线上消费场景全覆盖。

此外，部分银行建立了系统的合作机构准入评级机制。亿联银行相关负责人介绍，该行根据互联网贷款业务合作机构特点、业务模式及业务风险实质，对互联网贷款业务合作机构开展准入前评级，实现评级结果有效指导平台准入评审工作。评级模型采取的是“三三结构”，即按照三个维度和三个层次进行评估。

“在三个维度中，首先是主体维度，主要评估的是股东背景、管理团队稳定性、杠杆倍数、财务状况等因素；其次是资产管理维度，主要从客户流量来源、资产定价结构、风险管理能力等维度进行评估；最后是流程管理维度，参考其信息采集及信息识别规范性。三个层次是指在三个维度加权评分的基础上，结合扣减项和特例审批事项得出结果。”亿联银行相关负责人解释道。

从躺赚规模到拼收益 浮动费率机制 倒逼理财行业转型

●本报记者 石诗语

“产品不到10分钟就售罄了，预计后续将扩容5亿元额度。”招银理财相关负责人告诉中国证券报记者。7月8日，招银理财今年首推的浮动管理费理财产品开售，该产品管理费用分档计提模式，费率与产品业绩挂钩。

此前，理财公司掀起多轮“降费潮”，部分产品管理费一度降至0费率。但从长期来看，过度依赖费率优惠吸引客户，不利于理财行业可持续发展。业内人士表示，当前理财产品管理费收取模式正在发生改变，部分理财公司探索建立与客户利益深度绑定的管理费收取机制。此项创新依托于理财公司经营逻辑的深层变革，意味着理财市场将从“重规模”向“重质量”转型，盈利模式从拼规模向拼收益转变。

浮动费率与收益绑定

招银理财推出的“招智睿远平衡（安盈优选）68期”产品于7月8日正式开售，发行规模20亿元。该产品为R3（中风险）等级产品，封闭期限36个月。该产品固收部分主投高等级信用债，形成核心底仓；权益部分主投高股息股票和银行优先股；另类投资主投与股债低相关的量化中性策略产品及黄金。

该产品最大的亮点在于管理费的收取方式。招商银行北京地区一位理财顾问告诉记者，在理财产品到期结算时，根据产品成立以来年化收益率的三种情况，有三种管理费计算方式：

“若产品成立以来年化收益率在1.5%及以下，仅按0.25%/年的费率收取管理费；若产品成立以来年化收益率高于1.5%但低于或等于4%，则在0.25%/年的费率基础上，再按照不高于0.15%/年的费率收取或有投资管理费，总管理费率不超过0.4%/年；若产品成立以来年化收益率高于4%，则在0.25%/年的费率基础上，再按照不高于0.25%/年的费率收取或有投资管理费，总管理费率不超过0.5%/年。”

创新机制优于简单降费

2024年以来，理财公司掀起多轮“降费潮”。理财产品的管理费降低有利于吸引客户，但会对理财公司的业务收入产生一定影响。长期来看，过度依赖费率优惠来吸引客户，不利于行业的健康可持续发展。

关于“招智睿远平衡（安盈优选）68期”产品的费率创新模式，招银理财相关负责人回应中国证券报记者称：“一方面是对过市场点位、产品策略、投资经理风格理念、历史业绩等多方面的评估，我们对产品有着高度信心，希望通过费率机制创新绑定管理人与投资者利益，向投资者传达信心；另一方面，随着新经济、新消费等产业升级渐成趋势，以及中长期资金入市等政策持续推动，今年权益市场风险偏好明显提升，我们希望通过发行创新费率机制，高含权的理财产品，吸引更多潜在客户关注策略理财。”

“对理财公司而言，创新管理费收取机制将强化与投资者利益绑定，提升产品透明度与客户信任度，有助于留住、吸引更多投资者。对投资者而言，此举将促使管理费结构更公平，有助于降低投资成本，加强投资者权益保护。同时，引导投资者关注理财产品业绩比较基准而非短期净值波动，养成价值投资习惯。”招联首席研究员、上海金融与发展实验室副主任董希淼向记者表示。

深耕投研与风控

在传统模式下，理财产品管理费率为固定值，理财公司管理产品规模越大，管理费收入越多，这导致追求规模扩张成为不少理财公司主要目标，而浮动管理费率机制的引入促使理财公司更加关注产品的业绩表现。

“这意味着，银行理财公司与投资者利益绑定，风险共担，将激励理财公司做好投资管理，尽可能为投资者创造收益，而非简单的产品规模扩张。”中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为。

董希淼表示，实施浮动管理费率机制意味着理财产品费率会调整，还意味着理财公司经营逻辑的重构。

“浮动费率产品更适合投资权益类、混合类资产，浮动管理费率机制可倒逼理财公司提升投研实力和风控水平，有助于推动理财市场从‘重规模’向‘重质量’转型。”董希淼说。

业内人士认为，未来，理财公司应加速提升投研能力，增强主动管理能力，在为投资者提供更好产品的同时，自身可以获得更多收益。

回归服务本源 立足普惠亮点

江苏信托提供养老金融新方案

●本报记者 石诗语

在人口老龄化加速、养老需求激增的时代背景下，信托公司积极探索养老金领域，依托信托制度的独特优势以及各自资源禀赋，从养老金产品、养老服务信托等方面进行有益尝试。然而，养老信托模式较为单一、缺少广泛支持的社会资源、信托产品设立门槛高等问题仍是掣肘信托公司养老金融发展的主要难题。

近日，江苏信托成功落地江苏省首单普惠型养老服务信托产品，开创“金融工具+服务生态”的全新范式，为解决养老难题提供了可复制、可推广的信托方案。

“在人口老龄化日益加剧的今天，养老服务信托产品的推出不仅是公司业务创新的重要举措，更是我们积极践行社会责任，助力养老金融体系完善的有力行动。”江苏信托总经理丁锋告诉中国证券报记者。

立足普惠养老 打造服务生态

近日，江苏信托推出嘉信天年系列养老服务信托产品，这一举措是江苏信托在养老金融和普惠金融领域的积极探索。

作为嘉信天年养老信托的内核，天年信托账户的开户门槛设定为30万元，打破了信托仅为超高净值、家族客户专享的刻板印象，让信托服务“飞入寻常百姓家”。天年信托账户兼具自益和他益属性，不仅构建起风险隔离的坚固壁垒，更通过受托支付、财产传承等核心功能，为委托人打造安全稳健的财富管理闭环。

“天年信托账户可装入现金、金融产品受益权等多种财产，特别是为不动产预留了接口，极大丰富了居民养老资金的来源渠道。信托财产的独立性可有效规避债务纠纷、破产清算等外部风险对养老资金的侵蚀，为养老规划构筑起坚实的法律屏障。账户还延伸出家庭档案存管、健康管理、公证遗嘱等增值服务链

条。”江苏信托相关负责人告诉记者。

践行“五篇大文章”深化信托转型

“养老信托是江苏信托践行金融‘五篇大文章’和转型发展的重要落脚点，公司将养老信托定位为战略业务和重点工作，将其作为地方国有金融机构践行金融工作政治性、人民性的重要抓手。公司主要领导亲自谋划，统筹资源，成立工作专班，既科学制定中期发展规划，又聚焦攻坚进行当期破局。”丁锋说。

据丁锋介绍，嘉信天年养老信托项目团队经过为期一年多的行业调研和客群研究，结合公司资源禀赋，聚焦服务和普惠两大立足点：创设全新的产品系列，将信托账户打造为备老养老金储备以及各类服务场景导入的平台；降低委托人认购门槛，打破传统资产管理信托合格投资者认定和家族信托及家庭服务信托设立门槛的限制性约束，让信托制度惠及广大人群。借助科技力量搭建养老信托系统，提升老年人的使用体验，节约公司的业务办理成本并提升服务质量。

近年来，多项政策鼓励、引导信托公司大力发展养老金融业务。

2024年12月中国人民银行等九部门联合印发《关于金融支持中国式养老事业 服务经济高质量发展的指导意见》提出，加强养老金融产品设计和投资管理。鼓励信托公司通过开展定制化的家族信托、家庭服务信托、保险金信托等财富管理服务信托业务，更好服务居民养老规划。今年3月，国家金融监督管理总局印发的《银行业保险业养老金融高质量发展实施方案》明确，支持信托行业提供养老服务，促进养老产业发展。

人民银行江苏省分行金融研究处处长王海慧表示，江苏信托精准锁定信托功能定位，立足本地养老实际需求，创新推出江苏省首单兼具普惠性与服务性的养老信托产品，为江苏省养老金融发展贡献了信托力量。



公司供图

科技创新与学术研究双轮驱动

在人口老龄化加剧与数字技术革新的双重背景下，江苏信托通过学术研究与科技创新双轮驱动，为养老服务信托业务注入强大发展动能。

在数字化养老层面，江苏信托着力打造“服务信托平台+移动端应用”养老数智系统。新一代服务信托平台作为数字化养老的“数字大脑”，实现信托业务全流程线上化管理，提升了管理效率与风控水平。移动端应用作为数字化养老的便捷入口，秉持适老化核心设计理念，有效弥合老年人面临的数字鸿沟，帮助老年人轻松拥抱智慧养老新生活。

在学术研究方面，在人民银行江苏省分行的指导下，江苏信托联合江苏省国信研究院有限公司与南京大学合作开展了《江苏省养老服务信托模式创新与对策研究》项目。

该项目负责人告诉记者：“近年来，多家信托公司在我国养老服务实践领域做出许多有益尝试，但在学术研究方面仍比较欠缺，特别是缺乏基于问卷调查、访谈资料等方式的实证分析。我们的项目将重点针对老年人的金融需求和养老服务需求进行实地调研，同时系统梳理江苏省养老产业，特别是养老信托的发展现状和市场格局，继而提出相应的对策建议。”

历经四十余年的发展积淀，江苏信托形成了深厚的专业底蕴与稳健的经营风格。丁锋表示：“作为中国信托业首批获准设立的机构之一，江苏信托恪守‘受人之托，忠人之事’的本源定位，坚持稳中求进的经营理念，依托立体多维、动态长效的风险抵御体系，在信托行业新老赛道变轨、部分机构面临风险出清压力的背景下，公司资产质量和风险管理成效位居行业前列，赢得了市场与社会的广泛认可，品牌公信力持续提升。”

站在行业转型的关键节点下，下一步，江苏信托将继续以服务实体经济和发展满足人民美好生活需要为根本宗旨，聚焦金融“五篇大文章”，以科技赋能激发创新活力，持续探索具有江苏信托特色的转型发展路径。