

# 2014年首月募资规模大降

## 集合信托转型 路漫漫”

□本报记者 陈莹莹

多家机构数据显示，今年1月集合信托产品发行数量和募资规模均出现大幅萎缩。分析人士指出，除春节因素和1月市场资金面仍偏紧导致很多产品推迟发行，2013年末监管层大力整顿非标市场、今年初中诚信托“减至金开1号”兑付危机等事件，在很大程度上制约了信托产品发行。

另据媒体报道，近日部分已经拿回中诚信托的“减至金开1号”投资本金的投资者正努力追讨产品利息。对此，不少信托业内人士坦言，对于信托公司和投资者而言，回归信托“代客理财”、树立“买者自负”意识等，仍有很长的路要走。

### 募资规模降六成

多家研究机构数据显示，集合信托产品在2014年无论成立数量还是发行数量较去年同期均出现大幅度下降。

根据用益信托数据统计，2014年1月发行的集合信托计划共229个，募集资金417亿元，环比分别下降58.7%和65.2%。而2014年1月共有52家信托公司发行了228只集合信托产品，发行规模为417.09亿元，平均规模为1.86亿元。与上期的1198.86亿元相比，集合信托发行规模下降了65.21%，平均规模下降了17.53%；与去年同期相比，



CFP图片

集合信托的发行规模下降了55.21%，平均规模下降了20.74%。

尤其值得注意的是，2014年1月房地产信托的发行萎缩尤为明显。相关数据显示，今年1月发行房地产集合信托共54个，募集资金170亿元，环比大幅下降逾五成。而2013年1月发行的集合信托产品投向

房地产领域的有107款，共募集资金329亿元。业内人士指出，2013年房地产信托无论是发行数量和规模均出现较大幅度增长，共计发行1147款产品，发行总规模为3857.58亿元，较2012年分别上升了44.64%和76.22%。

不少信托业内人士认为，除季节因素外，导致1

月集合信托产品募集规模大幅下降的另一个重要原因在于今年1月中诚信托“减至金开1号”信托计划的兑付风波，加剧了信托产品的销售难度。

华宝证券分析师胡立刚预计，2014年信托业在突破10万亿元规模后并不会迎来拐点。2014年信托产品将迎来集中兑付期。

# 银保谋转型：驻点匿迹 渠道创新

□本报实习记者 李超

就在农历马年来临前的几天内，保险业迎来多项政策刺激。其中，商业银行代理销售、互联网销售等与渠道相关的内容成为业内关注焦点。监管层对于“银保驻点”持谨慎态度，银行也在按照有关要求执行。业内人士认为，新规的目的更多在于促进保险业结构调整，规范保险产品销售，银行和保险公司需更紧密合作。

### 银保驻点匿迹

1月16日，保监会、银监会联合下发《关于进一步规范商业银行代理保险业务销售行为的通知》，明确商业银行在销售保险产品时，应当对投保人进行需求分析与风险承受能力测评，根据评估结果推荐保险产品，并把合适的产品销售给有需求和承受能力的客户，而保险产品的销售人员依然为银行的工作人员。

有消息称，保监会于2013年底下发的《关于进一步规范银行、邮政保险代理渠道销售行为的通知（征求意见稿）》中有“在代理合作期内，连续两个季度银行、邮政代理机构省级机构代理同一保险公司业务，期交保费达到或超过该省级机构代理该保险公司全部保费收入30%的，该保险公司人员可以在该省级机构的相关网点进行辅助咨询”的提法。在正式通知中，已不见该表述。

最新的通知将于4月1日起实施。中国证券报记者日前走访多家银行，未发现有关保险公司在银行驻点的情况。在望京地区某银行的工作人员表示，以前有保险公司在银行驻点提供服务，但目前已撤销。从整体上看，近一年来，这方面的业务量比之前呈现下降趋势。但客户如果有购买保险产品的需求，银行也有相应人员可以接待和办理。

在记者走访的邮政储蓄银行、工商银行、北京银行网点内，宣传架上都摆放着保险产品宣传单，但并未作出特殊推荐标识或提供醒目广告。

银监会相关负责人此前表示，不允许保险公司人员进驻银行，一方面是从培养银行自己的销售人员角度出发，同时也是为了避免银行、保险两家机构销售责任分工不清等问题。

业内有分析认为，新规延续了监管部门进行保险产品结构调整的思路。从银行的角度来说，与保险销售渠道相关的费用划分问题成为重点考虑因素之一。对于一些较多依赖这方面渠道的中小险企来说，未来的发展增速放缓是大概率事件。

### 新规促产品转型

有分析指出，在银保渠道恢复无望的背景下，互联网渠道或成为2014年保险公司营销渠道创新的

重要选项。

北京工商大学经济学院保险学系主任王绪瑾认为，《通知》的目的在于加强对银保销售渠道的监管，解决销售误导行为，这并不会撼动各家公司已经制定好的长期发展策略。

近年来，银保渠道新单保费连续出现负增长，从2013年开始，部分保险公司推出高现金价值、低利润率的银保产品，从而加大了退保压力。业内人士认为，新规可以从渠道层面促进银保业务转型，从长期来看，这有助于银保渠道价值贡献的提升。而保险公司有望借此捕捉到多方面机会，拓展银保渠道并推动产品转型。银保新规有望为那些拥有强大产品设计和卓越分销渠道管理能力的中型及外资保险公司带来活力。

另有分析认为，银保新规推出后，银行和保险公司之间的关系可能发生改变。在产品选择上，

据不完全统计，2014年全年将有2467只集合信托产品到期，到期规模达4555亿元。其中，房地产信托到期数量为452只，到期规模为1316亿元，平台类信托到期数量为683只，到期规模为1482亿元。同时，煤矿类信托到期规模达150亿元。投资者须密切关注煤矿类信托风险，慎买三四线城市地产信托。

### 树立“买者自负”意识

当外界以为中诚信托的“减至金开1号”兑付风波平息之时，不少投资者正努力追讨利息。信托业内人士指出，兑付风波始末让信托业转型之路愈发艰难漫长，却又不得不为之。未来依靠配套机制并通过市场的力量，打破刚性兑付是大势所趋。信托公司亟须摆脱以往的经营模式，而投资者必须树立“买者自负”意识，不能再迷信“刚性兑付”神话。

专家和分析人士认为，“减至金开1号”兑付风波将导致商业银行对于非标类资产的代销渠道显著收窄。“预计作为中国金融系统中流砥柱的商业银行将吸收很多教训，严控风险代销环节。当这一渠道不再畅通后，非标资产的拓展扩张将受到极大抑制。从宏观上来说，这有助于控制风险资产增长速度。”更为重要的是，经历了2013年高速增长的信托业，将放缓“疯涨”步伐，正视未来的转型之路。

银行和保险公司需紧密合作，议价能力有望重新向寿险公司一方倾斜，产品设计和更全面的分销协议将在银保渠道中占据重要地位。

首都经济贸易大学金融学院教授庾国柱表示，未来保险公司需要开发一些适合在银行销售的产品。例如，应鼓励发展长期的普通寿险产品。现在通过银行销售的保险大部分都是分红险和万能险。通过发展风险保障性和长期储蓄型产品，不仅可以改善保险公司的保费结构，对经营结构的调整也有重要意义。

有预测认为，2014年银保销售规模会相对集中在新规正式实行的“开门红”阶段。在一季度的缓冲期内，部分银保占比较大的保险公司可能会倾向于短期业务，相应的银保保费或出现明显增长。通知将进一步对银行、邮局网点销售保险产品进行规范和约束。

## 节后银行理财 收益率或走低

□金牛理财网 薛勇臻

春节前夕，银行间市场资金面处于紧绷状态，银行理财收益率止跌回升，但涨幅较小。金牛理财网监测数据显示，春节前一周（1月25日-1月30日），银行理财产品平均收益率为5.76%，环比仅上涨1BP。春节长假过后，现金陆续回流，使得银行的资金压力大大减轻，预计春节后银行理财收益率有望走低。对于投资者来说，由于银行理财收益率跌势可能延续，因此适当延长投资期以锁定收益或为上策。

### 城商行收益率走高

春节前一周，74家商业银行共发行687款人民币非结构性理财产品，环比少发200余款，平均收益率5.76%，环比上涨1BP。1月29日，金牛银行理财综合收益指数最高行至5.83%，较本月最低点上涨了12BP。此外，节前高收益产品明显增多，其中近四成产品收益率超过6%。

从发行银行来看，春节前国有商业银行和股份制银行的新发产品收益率不升反降，仅城商行涨幅明显。国有商业银行新发产品的平均收益率环比下跌14BP至5.30%，股份制商业银行的平均收益率环比下跌7BP至5.87%，城市商业银行平均收益率环比上涨9BP至5.98%，农村商业银行收益环比下跌3BP至5.72%。

从收益类型来看，春节前保本类产品市场占比和收益率均大幅回落，非保本类产品占比大幅上升，收益率小幅上涨。其中，保本浮动收益型产品平均收益率下跌18BP至5.17%，保证收益型产品收益率下跌27BP至4.83%，非保本浮动收益型产品收益率上行3BP至5.95%。

从委托期限来看，各期限产品收益率全线上行，其中短期产品涨幅明显。1个月以下产品平均收益率为4.64%，环比上涨6BP；1至3个月平均收益率上涨8BP至5.77%，3至6个月平均收益率上涨3BP至5.89%，6至12个月平均收益率上涨5BP至6.01%，1年以上产品平均收益率上涨18BP至6.48%。

综合来看，春节前城商行非保本产品涨幅较高，平均收益率达到6.2%。股份制银行非保本产品虽然整体下跌，但其1至3个月和3至6个月产品收益率还是有不小的涨幅。国有商业银行保本类产品跌幅较大，其中保本浮动收益型产品跌幅超过40BP。显然，春节前资金面紧张对国有商业银行影响不大。

### 料节后收益率承压

受传统春节和月末因素的影响，节前货币市场利率连续走高。2周SHIBOR利率最高行至7.07%，1个月利率曾高达7.33%。不过，由于央行连续开展逆回购向市场注入资金，短期限利率基本平稳，隔夜SHIBOR最高行至4.85%。

春节后资金面虽然存在不确定性，但现金回流已使得银行资金压力大大减轻，因此银行理财新发产品收益率大幅走低。从春节后新发产品收益率来看，受春节长假影响，上周（2月1日至2月7日）33家商业银行仅发行152款非结构性人民币理财产品，平均收益率5.52%，环比下跌超过30BP，收益率超6%的产品占比降至两成。

从产品类型来看，春节后国有商业银行新发产品收益率较节前微涨2BP，但股份制银行和城商行跌幅较大，低于节前超20BP。非保本产品收益率下跌超20BP，跌幅超过保本类产品。各期限产品几乎全线下跌，其中1至3个月和3至6个月产品跌幅超过25BP，6至12个月的跌幅近40BP。

虽然银行理财的平均收益率水平大幅下行，但从具体银行来看，春节后部分银行发行的产品依然保持了较高收益率。比如，恒丰银行、平安银行、宁波银行、杭州银行、渤海银行、浦发银行等发行的非保本产品收益率均在6%以上，招商银行收益率也维持在较高水平。

总的来看，春节后高收益理财产品渐少，投资者在购买理财产品时更要货比三家。此外，由于银行理财收益率跌势或持续，因此，适当延长投资期，锁定收益或为上策。