

工商银行获准发行不超过1900亿元二级资本债券



12月6日晚间，工商银行发布公告称，获准在全国银行间债券市场公开发行不超过1900亿元二级资本债券。

此次二级资本债券发行规模在银行业颇为罕见。业内人士称，这与工商银行资产体量大有关。此外，当前商业银行补充资本需求较强，市场利率相对较低，正是银行发行二级资本债的较好时间窗口期。

● 本报记者 王方圆

资本补充需求较大

对于工行此次获准发行巨额二级资本债券，招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼表示，这与工商银行资产规模大，资本补充需求较大有关。此外，相较于中小银行，国有大行的信用等级更高，具备大规模发行债券的条件。

国家金融与发展实验室副主任、上海金融与发展实验室主任曾刚表示，工行此次获准发行二级资本债券，可能和以下几方面有关：一是工行为国有大行，为更好满足服务实体经济需求，需加大资本补充力度；二是工行作为全球系统性重要银行和国内系统性重要银行，面临追加资本要求等方面的监管；三是从发行时机看，当前市场资金面较为充裕，加之央行降准等因素，市场利率处于相对低

位，是资本债发行较好的时间窗口期。

12月6日，央行发布消息称，决定于12月15日下调金融机构存款准备金率0.5个百分点（不含已执行5%存款准备金率的金融机构）。本次下调后，金融机构加权平均存款准备金率为8.4%。人民银行有关负责人表示，此次降准共计释放长期资金约1.2万亿元，降准目的是加强跨周期调节，优化金融机构的资金结构，提升金融服务能力，更好支持实体经济。

工行财报显示，截至今年三季度末，该行总资产35.40万亿元，核心一级资本充足率13.14%，一级资本充足率14.68%，资本充足率17.45%。

据中国证券报记者不完全梳理，2020年以来，工行已多次发债补充资本。二级资本债券方面，2021年1月，工行在全国银行间债券市场公开发行一笔规模为300亿元

人民币的二级资本债券。2020年全年，工行在全国银行间债券市场合计公开发行1000亿元的二级资本债券。

银行掀起“补血”热潮

分析人士表示，当前商业银行通过债券市场补充资本需求较强。一方面，规模快速扩张会加速银行核心资本消耗，若内生性利润无法覆盖资本消耗，就需通过各种渠道补充资本。

另一方面，近年来，在加快不良资产核销和不断加大对中小微企业信贷投放力度的背景下，商业银行通过资本市场融资补充资本的需求有所提高。此外，为加大金融对实体经济支持，监管机构不断疏通银行资本金补充渠道，也在一定程度上提升了银行发债补充资本的活跃度。

银保监会数据显示，今年前三季度，商业银行累计实现净利润1.7万亿元，同比增长11.5%。截至三季度末，商业银行核心一级资本充足率为10.67%，较上季末上升0.17个百分点；一级资本充足率为12.12%，较上季末上升0.22个百分点；资本充足率为14.80%，较上季末上升0.32个百分点。

Wind数据显示，今年以来，商业银行已发行超120只永续债和二级资本债等资本补充债券，发行规模合计近1.1万亿元。具体来看，大型银行资本补充以其他一级、二级资本为主，股份制银行与城商行则以补充核心一级资本为主。

此外，部分银行可转债蓄势待发。12月6日晚间，兴业银行发布公告称，该行公开发行A股可转换公司债券的申请已获得证监会发审委审核。据该行此前公告，该行拟公开发行不超过500亿元A股可转换公司债券。

“真净值”时代来临 多元配置化解理财难题

● 本报记者 王方圆

资管新规过渡期行将结束，银行理财将进入“真净值”时代。业内专家指出，投资者以往仅通过预期收益率来挑选理财产品的方式并不可取，应结合业绩比较基准、产品期限、风险等级、底层资产等因素综合考虑。对于谨慎型和稳健型投资者，结构性存款、“固收+”基金、大额存单、年金险等产品同样值得关注。

理财计划需考虑多个维度

银行理财产品主要有预期收益型和净值型两种。前者具有隐形刚兑的性质，曾经是银行理财产品的主流；后者为非保本浮动收益型产品，盈亏取决于理财产品实际投资情况。随着资管新规的推进，预期收益型理财产品的生存空间逐步消失。

对于净值型理财产品，监管部门鼓励采用市值法计量估值。而且从明年起，银行理财

产品的会计处理将开始实施新金融工具准则的原则，摊余成本法估值方式将进一步受限，净值曲线波动可能加大。

多位业内专家表示，未来投资者购买净值型理财产品需考虑更多因素。首先，关注业绩比较基准和成立以来的年化收益率。业绩比较基准是理财产品管理人基于过往投资经验，参考同类型产品并结合市场情况等因素，对产品设定的投资目标。其次，关注产品期限和风险等级，根据需求选择匹配的产品。此外，相较以往，投资者还要关注理财产品本身投资的底层资产特性、管理机构的实力、产品费率等。

运作仍相对稳健

目前，不少风险等级较低的银行理财产品以追求绝对收益为主，底层资产安全系数相对较高，产品运作也比较稳健，谨慎型和稳健型投资者仍可关注。此外，结构性存款、“固收+”基金、大额存单、年金险等产品也

可供上述类型投资者挑选。

所谓结构性存款，是指商业银行吸收的嵌入金融衍生产品的存款，通过与利率、汇率、指数等波动挂钩或者与某实体的信用情况挂钩，使存款人在承担一定风险的基础上获得相应的收益。需要注意的是，结构性存款的预期收益率为一个区间，银行能够保证本金和最低收益，但不保证能实现最高收益。

“固收+”基金产品同样值得关注。此类产品一方面有债券等资产作为底仓，另一方面可根据市场行情，配置权益资产等争取增厚收益，具有攻守兼备的特性。

若投资者可以进行较长期限的投资，大额存单、年金险也是不错的产品，收益率高于同期同档次的整存整取定期存款。通过前期的资金投入，投资者可以提前锁定一定收益，无惧利率下行的风险。

宜多元配置

业内专家表示，长期来看，没有单一资产

类别可以成为常胜将军，投资者宜多元配置低、中、高风险资产。

摩根资产管理数据显示，1950年起，全球股债混合投资组合的任何一个五年滚动回报均未出现负数，而全球股票组合同期回报则波动较大，介于-3%至+28%之间。多元化配置更有助投资者从各个资产类别的增长中受益。

业内人士建议，人生理财规划必须要有四笔钱，分别是：流动型资产、稳健型资产、收益型资产、保障型资产。其中，收益型资产以股票、权益类基金、公司股权等为主，做到设立合理的预期收益并坚持长期投资，可增加博取更多收益的可能性。

至于投资者如何挑选金融产品，认识自己的风险偏好是关键。一般来说，年龄是评估风险偏好的重要因素之一。此外，个人积累的财富、家庭状况等也是关键因素。选择风险匹配的产品，尽早规划，长期投资，才能较好地实现投资目标。

今年4家银行登陆A股 明年中小银行IPO料提速

● 本报记者 黄一灵

已有4家银行在2021年成功登陆A股市场，较去年明显提速，另外还有12家中小银行正在排队候场。与此同时，包括山东菏泽农商行、内蒙古金谷农商行、日照银行、福建海峡银行等多家银行正在准备向上市目标进发。

在监管部门鼓励银行“补血”进而服务实体经济的环境下，业内人士认为，预计2022年中小银行IPO（首次公开募股）数量有所增加，经营状况优良、风险抵御能力较好的机构将拥有更多上市机会。

4家银行IPO共募集逾160亿元

日前，兰州银行获得证监会IPO批文，这意味着兰州银行即将登陆A股市场。

按照历史经验来看，从取得批文到上市，银行大概需要2个月左右时间。例如今年6月18日，证监会正式核发沪农商行IPO批文，8月19日，沪农商行上市；瑞丰银行5月7日拿到批文，6月25日上市；齐鲁银行4月30日取

得批文，6月18日上市。照此计算，若不出意外，兰州银行或将于2022年1—2月完成上市，成为2022年第一家上市的银行。

与2020年相比，2021年银行股上市节奏加快。2020年仅有厦门银行一家在A股上市，而2021年有重庆银行、齐鲁银行、瑞丰银行和沪农商行4家IPO，共募集资金160.27亿元。

“今年银行IPO节奏加快，主要是国内经济持续复苏，企业与银行经营状况整体改善。近年国内监管部门引导部分中小银行加快完善内部治理，加大风险处置，资产质量持续改善，市场看好估值修复；同时，监管部门鼓励有条件中小银行通过上市等方式，增强融资能力与提升整体经营水平，更好服务实体经济。”光大银行金融市场部宏观研究员周茂华对中国证券报记者表示。

拉长时间线来看，商业银行A股上市的浪潮源于2016年。Wind数据显示，2016年至2020年，A股新增上市银行数量分别为8家、1家、3家、8家、1家。

其中，2019年是公认的银行上市“大

年”，不仅数量多，且种类丰富，既有国有大行邮储银行，也包括股份制银行浙商银行，还有西安银行、渝农商行等城商行和农商行，8家银行共募集资金近654亿元。

明年中小银行IPO将增多

今年以来，越来越多银行投入到IPO进程中。

今年2月，山东菏泽农商行与民生证券签订了上市辅导协议，目前正在接受IPO辅导。9月，金谷农商银行与中信证券正式签订A股上市辅导服务协议。日照银行、福建海峡银行也相继在今年完成上市保荐机构招标工作。

同时，由陕西省地方金融监督管理局、陕西省发展和改革委员会联合印发实施的《陕西省“十四五”金融业高质量发展规划》提出，支持长安银行上市，成立理财公司，争取进入国内城商行领先行列；支持秦农银行争取在全省布局，加快筹备上市，走特色发展之路，打造全国一流农商行。

Wind数据显示，截至目前，仍有12家城

农商行IPO排队中，审核状态均为“已预披露更新”，包括湖州银行、东莞银行、广州银行、重庆三峡银行、江苏大丰农商行、安徽马鞍山农商行、广东南海农商行、广东顺德农商行、厦门农商行、亳州药都农商行、江苏海安农商行和江苏昆山农商行。此外，处在辅导备案登记受理状态的还有湖北银行等多家银行。

在各地银行争相上市的热潮下，2022年银行股的IPO会否提速？“预计明年中小银行IPO数量略增加。”周茂华表示，从供给端看，国内部分中小银行积极拓宽融资渠道，缓解融资压力。从需求端看，经济进一步恢复常态，银行盈利前景乐观；国内银行板块估值低洼、股息率高，仍将获得稳健型投资者青睐，预计银行板块整体估值修复前景可期。

易观高级分析师苏筱芮认为：“公开上市是银行寻求资本补充的理想方案，预计伴随着宏观经济的恢复以及银行业机构经营整体向好的态势持续，上市进度将有序稳步推进，经营状况优良、风险抵御能力较好的机构将拥有更多上市机会。”

多家险企明年起暂停开展互联网保险业务

● 本报记者 程竹 黄一灵

日前，富邦财险、信泰保险纷纷宣布，将自2022年1月1日起暂停开展互联网保险业务。业内人士认为，部分险企暂停互联网业务是因为互联网人身险新规已落地，根据新规，不符合有关条件的主体和产品明年起不得通过互联网渠道经营。

互联网人身险“最严”新规

12月6日，富邦财险在其官方微信公众号发文称，自2022年1月1日起暂停开展互联网保险业务，恢复时间另行通知。已经承保的客户保障权益不受影响。

此前，12月2日，信泰保险也在官网发布“关于暂时停止互联网保险业务的通知”，表示将自2022年1月1日起暂时停止互联网保险业务。公司恢复互联网保险业务将另行公告通知，在此之前购买的公司保险合同不受任何影响。

此轮暂停溯源于银保监会最新相关通知。今年10月，银保监会发布《关于进一步规范保险机构互联网人身保险业务有关事项的通知》，对互联网人身险产品的经营门槛、产品范围及费用控制都有了更为严格的界定，被业内称为互联网人身险“最严”新规。

据悉，该《通知》要求已经开展互联网人身保险业务的保险公司应于2021年12月31日前完成存量互联网人身险业务整改，不符合《通知》有关条件的主体和产品2022年1月1日起不得通过互联网渠道经营。

近年来，互联网保险发展较快，已成为保险销售的重要渠道之一。根据中国保险行业协会发布的数据，2020年，互联网人身保险业务累计实现规模保费2110.8亿元，较2019年同比增长13.6%，渠道业务仍占据主导。不过，由于部分保险机构违规经营、不当创新，互联网渠道投诉激增、竞争无序，严重损害消费者权益，引发社会各界关注。《通知》的出台是就为规范互联网人身保险领域的风险和乱象。

部分产品还可在互联网销售

据一位互联网保险公司负责人表示，这次新规影响最大的是储蓄型险种、复利3.5%以上的高收益产品、增额终身寿险、年金险、投资连险等。明年1月1日起，有资格在互联网上销售10年期以上增额终身寿险和年金险的保险公司，必须符合特定的条件。重疾险、增额终身寿险及年金险，下架产品将回归线下业务销售，但不再回归线上。重新上架的互联网销售的产品名需备案带有“互联网”三个字，才能在线上销售，并且仅在线上销售。

据上述互联网保险公司负责人透露，64家保险公司之中，有56家公司可销售互联网产品，占比87%左右，但可销售互联网10年期及以上普通型人寿和年金产品的公司只有20家，其中新华人寿尚处于待定状态，人保寿险、泰康人寿、平安人寿、中国人寿等头部公司依然在列。值得注意的是，百年人寿、渤海人寿、华夏人寿、君康人寿等8家保险机构不具备销售互联网产品的资质。

不过，一些互联网保险产品停售，并不意味着关闭互联网购买渠道。据清华大学国家金融研究院中国保险与养老金研究中心等机构联合发布的《2021年中国互联网保险消费者洞察报告》指出，传统线下网点、保险代理人是首要购险渠道，八成消费者通过互联网购买过保险，互联网渠道还是会受到更多消费者青睐。

《报告》认为，高知、高收入、高等级城市的“三高人群”对互联网渠道接受度更高，四线及以下城市、农村市场消费者对互联网渠道的接受度也在提升，已成为互联网保险新的增长点。

面对互联网渠道的巨大增长点，险企如何将产品更加完善？如何消除消费者购险时担心理赔困难、担心被骗等情绪？一位业内人士指出，首先，提升理赔品质是险企提高竞争力的重要途径，就医保绿色通道、体检套餐、医疗垫付是最受消费者欢迎的三大保险福利。“健康+保险+医疗”深度融合的大健康生态平台是发展方向。其次，险企要结合自身定位、资源和能力，制定产品策略和业务路径。“保险+服务”的模式有望进一步深化，为客户提供全流程、端到端的一站式服务体验。

新规落地利好头部险企

在业内看来，《通知》对互联网人身险产品的经营门槛提出更高要求，这将对头部险企形成利好。

西部证券分析师罗钻辉表示：“《通知》可能致使互联网保险业务短期受到一定冲击，中小险企受限于服务能力及经营范围，将面临一定发展困境，但长期来看，高门槛叠加细规范与严监管，将利好业务布局完善、定价能力较强的龙头险企。”

面对强监管，那中小险企该何去何从？天风证券分析师夏昌盛认为，中小保险公司线上销售人身险产品受限，收益率激进的理财险将下架，后续长期险产品将回归线下经营，拥有自建队伍仍是核心。

信泰保险总裁谭宁认为，中小险企虽然多或少会受影响，但仍可以结合自身定位、资源和能力，制定产品策略和业务路径。一是领先策略，可借助新规转换，快速在互联网市场大力推进，建立优势；二是专注线下策略，这需要根据各家公司中长期战略和产品业务优势情况而定。