

# 资管新规实施一月半 银行理财“虎力”全开

银行理财产品执行新金融工具准则、中央数据交换平台上线、养老理财产品试点扩容……资管新规今年正式实施以来,银行理财行业动作频频,银行理财公司积极推进新年重点工作。

作为资管行业新兵,银行理财公司面临多道待解难题。中国证券报记者调研多家公司发现,在全面净值化时代,银行理财公司的制胜之道在于,完善投研体系,开发更具竞争力的产品,加快渠道建设,做好投资者服务。

● 本报记者 王方圆



视觉中国图片 数据来源/银行业理财登记托管中心 制图/王春燕

## 紧锣密鼓部署新任务

2022年如何建立和完善市场化的投研体系,是银行理财公司的头等大事。

某股份行理财公司人士李伟透露,公司已在研究调整薪酬体系,向市场化资管机构看齐。中邮理财在2022年工作会议上表示,今年公司将完善投研运行机制,提升多维度研究能力,加强投资经理队伍建设。

1月1日起,银行理财产品执行新金融工具准则,诸多银行理财产品的估值方法将从摊余成本法切换至市值法,在特殊情形下,底层资产如何估值

## 多道待解难题

虽然蓝图绘就,但在全面净值化的第一年,银行理财行业有多道难题待解。

权益投研能力是投研体系建设的重点。业内人士介绍,由于银行理财客户的风险偏好较低,银行理财产品体系以固收和“固收+”为主,该行更擅长债券和非标资产投资,权益类资产的投研能力较弱。此外,部分银行理财公司尚未建立FOF和MOM投资模式。

各家银行理财公司还面临规模增长的压力,而规模是母行考核的重要指标。中国证券报记者注意到,2021年7月以来,多家银行理财公司降低部分产品的管理费率和销售服务费率,与其他银行建立代销合作关系,部分公司开通了直销渠道。

与其他资管子行业相比,银行理财行业具有从业机构、产品数量多,期限复杂等特点,这些都考验公

司的金融科技能力。银行理财公司与银行进行代销合作时,经常面临数据标准不统一、信息交互及时性差等问题,需要一一进行系统对接,成本很高。而1月上线运营的理财产品中央数据交换平台还不能完全解决这些问题。

由于客户风险承受能力较低,专业知识不足,投资者教育仍是“老大难”问题。李伟说,与基金行业不同,银行理财产品多为按期发行,且净值化历程较短,这意味着银行理财产品很难进行业绩“复盘”,向投资者诉说长期投资的魅力。

一位银行理财经理表示,投资者因理财产品亏损而上门投诉的案例并不鲜见。此外,一些投资者依然怀有“刚兑信仰”,误以为银行理财产品出现亏损银行会“兜底”,这都需要行业花 ([ 固收+ ] 为时进行投资者教育。

业内人士认为,2022年银行理财行业有望多点开花。

产品体系方面,预计“固收+”产品成为主流。兴银理财副总裁汪圣明表示,2022年公司“固收+”的种类将更加丰富,从原有的“+权益”,进一步延伸到“+商品、衍生品和另类资产”。

投资者教育方面,华夏理财投资研究部总经理助理邓文硕表示,2022年华夏理财计划向长三角、粤港澳、成渝经济圈三个重点地区增派常驻人员,与当地分行客户经理保持实时联络,讲解产品运行逻辑,做好投资者服务工作。有银行理财公司市场部人士表示,2022年公司将尝试通过漫画、小视频等形式,帮助理财客户增加专

业知识。

业内人士称,虽然资管圈竞争激烈,但银行理财有“独门”优势:一是可装入非标资产,增厚投资收益;二是可借助母行,获取优质资产;三是以追求绝对收益为主,投资者盈利概率大,可作为普惠金融发展的重要载体。

此外,银行理财行业正迎来发展新契机。贝莱德建信理财日前获批准与养老理财产品试点。至此,养老理财产品试点范围扩展至5家机构、5个地区。在中信证券明明债券研究团队看来,养老理财有望成为资管新规全面落地后重点发展的理财产品。多家理财公司正为养老理财产品试点做准备。

也是利好。前海开源基金管理公司执行总经理杨德龙在接受中国证券报记者采访时说,物价保持温和运行态势,为货币政策靠前发力提供有利条件,随着稳增长政策效果显现,流动性的充裕与增长预期的改善,有望提振市场信心,支持A股市场

## 实探银行网点: 营销策略嬗变 银保基金产品受宠

● 本报记者 石诗语

中国证券报记者日前走访多家银行网点,包括工行、中行、建行、交行等国有大行,招商、民生、兴业、中信、光大等股份行,以及北京银行、北京农商行等城商行和农商行,发现银行理财经理主推的产品向复杂化方向发展。业内人士认为,这体现了老百姓整体金融消费素养提升,是银行财富管理业务升级转型的缩影。

### 银保、基金产品成主力

中国证券报记者走访各家网点时观察到三种银行营销现象。

一是“一句话营销”以银保产品为主。有多位非理财经理为中国证券报记者推荐了银保产品,形式多为“一句话营销”,即在客户办理业务过程中或业务办理完结时,业务办理人员用一句话对某个产品做简单介绍,从而达到吸引、拦截客户的目的,为下一阶段理财经理的深度营销做导流和转介绍。

业务办理人员是银行营销链的最前端,其“一句话营销”的产品基本是该行当前主推的产品。在中国证券报记者走访的银行网点中,超半数“一句话营销”以银保产品为主。

二是银保、基金为理财经理主推品种。除北京农商行外,其他银行理财经理都向中国证券报记者推荐了保险、基金产品,且营销力度超过理财产品。

“如果有长期不动的资金,可以优先考虑银保产品。”某国有行西城区一家支行的理财经理向中国证券报记者介绍了一款代销的万能型保险产品,“6年期预期年化收益率4.7%,目前还有额度,但卖得很快,想买要抓紧了。”与多数理财产品相比,银保产品期限较长、灵活度欠佳,但预期收益率较高。

三是并非所有客户都被推荐。中国证券报记者观察到,并非办理业务的所有客户都被推荐了银保、基金产品。某股份行销售人员称,“保险产品规则比较复杂,而且并非所有客户都可以购买,大多数产品有可购买人群年龄上限,预期收益率会随着年龄的增加相应递减。因此,对年轻人和复杂金融产品接受程度高的群体,我们才会重点推荐。”

### 缘何受偏爱

某银行资深理财经理向中国证券报记者透露,首推银保、基金产品很大程度上与理财经理的收入提成结构有关。银行代销的保险、基金产品,是银行零售业务赚取中间收入的重要来源之一,银行内部的业绩考核指标会以此为参照,给理财经理的提成比例也会高一些。

理财产品“式微”与全面净值化有一定关系。某股份行零售业务负责人告诉中国证券报记者,之前所谓的“伪净值”理财产品因其收益率稳定,且可选择的期限类型较多、产品逻辑简单,受到多数客户青睐,理财经理在营销中的成单率高。但全面净值化后,理财产品的收益率难以保证,产品优势逐渐缩小。

“遇到对收益有要求但对期限不敏感的客户,理财经理会尝试推荐银保产品,因为多数保险产品有写在合同里的最低保证利率,这对一部分风险承受力弱的客户比较有吸引力。而对于风险评级高、想要获取高收益的客户,基金定投是一个不错的选择。”上述负责人说。

银行理财公司的成立一定程度上对理财产品的营销产生了影响。“我们揽储压力较大时,也会大力推荐自家银行的理财产品。但现在很多理财产品是代销银行理财公司的,所以主要还是看业绩要求和各家公司给的提成比例。”某国有行内部人士说。

### 投资者教育任重道远

业内人士表示,老百姓对相对复杂产品的了解程度不高,投资者教育任重道远。

“理财产品相对来说比较简单,投资门槛低,客户可根据自己的收益预期、期限偏好进行判断。但保险、基金、信托等属于复杂产品,需要在投教方面加大力度。对于我们来说,就体现在营销的侧重点上。”某股份行零售部负责人说。

“主动咨询‘固收+’等产品的人会多一些,这说明老百姓金融消费素养有了一定程度提升。我们营销已不再局限于定期、基础理财等简单产品,这是大力布局财富管理业务取得的初步成效。”上述负责人说。

业内人士认为,消费者一定要根据自身风险偏好,在完全知晓产品逻辑的前提下,选择正规专业的发行、代销机构理性购买。

## 北京“打头阵” 新一轮集中供地出现积极变化

● 本报记者 王舒娜

2月16日,北京开启2022年首批集中土地拍卖,共出让18宗地块。从报价情况看,9宗土地进入现场竞价环节,8宗以底价成交,1宗流拍。

专家认为,相比去年后两轮集中土拍,在北京此轮集中土拍中,房企参与意愿回升明显,后续其他城市土地市场也存在复苏的可能性,但整体恢复尚需时日。

### 多地公布集中供地计划

土地市场是观察房地产市场运行的重要窗口之一。随着多地日前启动新一轮集中供地,更多积极现象陆续出现。

“新年首轮集中供地成交情况对市场信心恢复影响显著。”易居企业集团CEO丁祖昱说,如果在土地价格方面做一些调整、让利,给予企业较合理的利润空间,可吸引民营企业参与,房企投资也将迎来结构性改善。

北京此轮土拍有多宗地块受到房企青睐。其中,昌平区中关村生命科学园地块有10家房企参与报名,朝阳区崔各乡地块有8家房企参与报名,大兴、丰台、石景山相关地块分别吸引了5家、4家、4家房企报名。

中原地产首席分析师张大伟认为,在北京此轮集中土拍中,房企参与意愿回升,主要有三方面原因:一是年初拿地、年内有望实现回款;二是北京楼市已有回暖迹象;三是此轮挂牌的土地位置较优,部分被视为稀缺地块。“各地块受青睐程度不一,分化较明显,企业出价差异较大。”张大伟说。

除北京已开启集中供地外,福州、合肥等城市日前也公布了今年首轮集中供地计划。其中,福州计划推出20宗土地,含涉宅用地18宗和

## 春来赶工忙 上市公司演绎花式“抢人大战”

(上接A01版)建霖家居董秘许士伟告诉记者,公司正通过不断加大人文关怀力度、提升福利待遇等方式,让更多员工选择建霖家居、留在建霖家居。目前,人员到岗顺利,公司生产已恢复至春节前正常水平。公司通过内部员工推荐和对外招聘两种方式,发布“以老带新”“新工帮扶”等措施及内部介绍奖励方案。

“有较高技术水平的人才相对稀缺。”许士伟说,对高技能人才,公司建立围绕全职业生涯周期的人力资源管理体系,采取从职业高校引进大专生、高职生开展系统培训,推动内部技能人才等级考核认证,持续提升高技能人才薪酬待遇等多项举措,以保障公司对人才的需求。

不少浙江企业向记者反映,目前用工总体保持稳定,但“招工难、招工贵”问题依然存在,技术工人、营销人员流失严重。针对一些大企业而言,管理类、财务类等人才也有一定缺口。一位上市公司负责人向记者坦言,一线工人流动较快,具备一定技术水平的熟练工非常紧俏。目前,一些有技术的临时工工资是公司自有员工的1.8倍至2倍。

乐歌股份人力资源总监林烨对记者说,目前的用工情况总体保持稳定乐观,员工流动性低。春节后,随着新项目的研发和启动,公司出现了一定的用工缺口,包括一线员工及高端研发人才和领军人物等。高端人才的招聘难度在于专业对口和企业文化理念认同。要解决这个问题,需在企业内部培养的同时,持续扩大对外招聘范围,以物色合适人才。

圣湘生物副总经理邓中平表示:“我们与一些第三方中介机构有合作,在订单特别忙碌时,也会招一些临时工解决用工需求。”松霖科技相关人士表示,公司已提前安排引入临时工,以确保有序生产。

### 上市公司订单火热

2月12日,义乌中国小商品城在短暂“待机”休整后,7.5万市场经营

商服用地2宗,计划于3月16日至3月17日公开出让;合肥今年首轮集中供地拟出让32宗土地,拍卖起始时间为3月17日。

### 土拍市场短期难显著回暖

在业内人士看来,土地市场回暖迹象能否成为趋势,将受房地产市场恢复、政策优化调整及企业经营决策共同影响,还需进一步观察。

丁祖昱表示,2022年伊始,在集中供地暂缓、疫情反复等因素影响

## 18宗

北京开启2022年首批集中土地拍卖,共出让18宗地块。从报价情况看,9宗土地进入现场竞价环节,8宗以底价成交,1宗流拍。

下,全国土地市场低开,成交规模下滑。春节假期后首周,大部分城市的土地市场未正式恢复运转,供应和成交规模均处于近一年低位。

克而瑞研究中心数据显示,1月全国经营性土地供应总建筑面积为9485万平方米,环比下降39%。

丁祖昱认为,虽然近期政策环境有所改善,但各能级城市成交量价均呈现同比和环比下降趋势,除个别城市土地市场回暖外,大部分城市土地市场仍偏冷。在偿债压力下,部分房企无钱拿地,短期内谨慎观望的态度难以大幅扭转,加之今年房企收购并购机会增加,2022年整体土地市场回暖的速度可能不会很快。

户再度开门喜迎四海宾客。在新冠肺炎疫情防控常态化背景下,今年义乌首次采用线上直播方式,同步向全球采购商传递市场开市盛况。

记者在现场看到,当天很多商户迎来“开门红”,一些玩具、饰品、小家电、五金厨卫的商户在线上接到不少订单。此外,电商、物流、工业企业等相关行业也忙碌起来。

“一季度接单量同比上涨,主要原因还是下游客户普遍缺货,补货量加大。另外,部分欧美客户所在地疫情管控放松,在出货顺畅后销售预期看涨。”小商品城董秘许杭对记者说。

在福建厦门同安区,记者走进金牌厨柜生产车间,各条生产线机器轰鸣、马力全开。在压贴车间,全自动化大型机械臂正夹起一片片素板基材,进入流水线进行铺纸、压贴,核心制造区内被自动压成不同纹路的木板正在开料、封边、打孔。

“这是即将发往贵州等地的年前预订的订单。”现场生产负责人指着不远处即将运出的产品对记者说,目前一季度订单已排产,随着各种营销活动持续推进,陆续会有更多新订单下到工厂生产。

不少上市公司对一季度经营情况表示乐观。许士伟告诉记者,公司目前订单情况良好,产能利用率保持在较高水平。随着公司近年制造能力不断提升,产能安排更加灵活且有弹性,届时将帮助公司获取更多订单。

宸展光电工作人员对记者表示,目前工人返岗率达98.3%,春节后复工一周内就完成了20余人的招聘和人员补充,基本满足生产需求。公司产品以出口为主,复工以来,物流航运与去年底的情况相比没有显著变化,公司出货顺利。

在乐歌股份滨海制造基地内,数千名员工正忙碌在生产一线。乐歌股份制造中心生产总监贝雷贤向记者介绍,目前公司订单充足,结合一季度多个节日,公司在营销方面密集发力,整体销售向好,产能利用率比较高。