

外汇市场平稳有序运行 人民币资产仍具吸引力

9月15日,8月银行结售汇数据、外资购债数据出炉。数据显示,我国外汇市场表现出较强韧性,银行结售汇和涉外收支均为顺差。同时,境外机构连续两个月增持中国国债,同时其持有境内债券下降势头也进一步放缓,这意味着人民币资产仍具有较强吸引力。

业内专家表示,我国国际收支结构更加稳健,市场化调节机制日益成熟,外汇市场参与主体更趋理性,应对外部环境变化的综合能力进一步提升,我国外汇市场将继续平稳运行。

●本报记者 连润 彭扬

双向波动是常态

时隔两年,人民币汇率再度破“7”。Wind数据显示,截至9月15日19时30分,离岸人民币对美元汇率报7.0009元,最低报7.0183元,创2020年8月以来新低;在岸人民币对美元汇率报6.9888元,最低报6.9998元。

“人民币近期波动更多地或者说过度地反映了美联储高通胀与欧洲能源危机的影响,人民币汇率是否‘破7’已经没有那么重要。”中信证券联席首席经济学家明明称,应理性看待国际形势复杂多变下人民币汇率出现的短期波动。

Wind数据显示,美元指数在9月7日最高报110.78、创20年新高后,近期保持在110附近。截至9月14日,今年以来美元指数已上涨14%,非美元货币普遍贬值,日元、欧元、英镑、韩元、新西兰元等货币对美元贬值幅度均超过10%,其中日元贬值超过20%。

粤开证券首席经济学家、研究院院长罗志恒分析,美联储鹰派立场超出预期,货币紧缩预期再度抬头,支持美元指数保持强势,对人民币汇率形成压力。此外,中美货币政策分化加剧,也对人民币汇率走势产生一定影响。

多位专家强调,人民币汇率的



视觉中国图片

点位本身不是最重要的。平安证券首席经济学家钟正生表示,我国跨境资本流动形势是否平稳才是关键问题,“破7”本身不易引起人民币汇率超调。

中国人民银行副行长刘国强此前表示:“未来,世界对人民币认可度会不断增强,这是长期趋势,但短期内人民币汇率双向波动是一种常态,不会出现‘单边市’”。

外汇市场交易理性有序

最新结售汇数据也表明人民币汇率在合理均衡水平上保持基本稳定。国家外汇管理局9月15日公布的结售汇数据显示,我国外汇市场表现出较强韧性,银行结售汇和涉外收支均为顺差,外汇局副局长王春英称,8月份银行结售汇顺差250亿美元,企业、个人等非银行部门涉外收支顺差113亿美元,均高于今年以来的月均水平。

“市场预期保持平稳,外汇市场交易理性有序。”王春英表示,近期,美元走强背景下非美货币普遍贬值,人民币汇率表现相对稳健,外汇市场反映汇率预期的相关指标运行平稳。8月份,衡量结汇意愿的结汇率为71%,较今年以来月均值提

升3个百分点,显示市场主体保持“逢高结汇”的理性交易模式,结汇意愿有所增强;衡量购汇意愿的售汇率为67%,与今年以来月均值基本持平,市场主体购汇意愿总体稳定。

从银行代客涉外收付款数据看,2022年8月,银行代客涉外收入38184亿元人民币,对外付款37418亿元人民币。2022年1-8月,银行代客累计涉外收入277683亿元人民币,累计对外付款272335亿元人民币。

业内人士表示,银行代客涉外收付款数据反映出当前市场预期保持平稳。市场主体呈现“逢高结汇、逢低购汇”的交易模式,外汇市场交易秩序总体良好。

外资流入情况改善

从8月结售汇数据可以看到,境外投资者投资境内债券和股票市场情况持续改善。王春英称,货物贸易项下跨境资金净流入延续较高规模,直接投资等渠道外资流入稳中有增。

具体而言,8月份货物贸易跨境收支顺差552亿美元,较7月份增长31%。同时,来华直接投资项下净流入较7月份增加,境外投资者投资境内债券和股票市场情况持续改善,外汇市场平稳运行奠定坚实基础。

凸显了我国市场以及人民币资产的长期投资价值。

8月外资购债数据显示,境外机构连续两个月增持中国国债,同时其持有境内债券下降势头进一步放缓,还有更多境外机构主体参与债券市场。具体而言,中债登9月15日公布数据显示,截至8月末,境外机构持有中国国债23252.07亿元,与7月末相比有所增加。

人民银行上海总部同日公布的数据显示,截至2022年8月末,境外机构持有银行间市场债券3.48万亿元,约占银行间债券市场总托管量的2.8%,与7月末相比,境外机构持有银行间市场债券减少300亿元,减持规模进一步放缓。此外,8月新增8家境外机构主体进入银行间债券市场。

王春英表示,当前国际形势复杂严峻,世界经济增长明显放缓,我国高效统筹疫情防控和经济社会发展,稳经济一揽子政策措施落地见效,国民经济延续恢复态势,长期向好的基本面没有改变。同时,我国国际收支结构更加稳健,市场化调节机制日益成熟,外汇市场参与主体更趋理性,应对外部环境变化的综合能力进一步提升,为我国外汇市场平稳运行奠定坚实基础。

MLF缩量续做 利率持稳

流动性保持合理充裕无虞

●本报记者 连润

9月15日,人民银行缩量续做9月到期中期借贷便利(MLF),中标利率没有变化。业内人士指出,目前市场资金面宽松,货币供应量适度,外部环境有新变化,9月MLF缩量续做,利率持稳,符合市场普遍预期,但年内政策利率继续下降的可能性并未排除。在财政与货币政策持续协同发力的背景下,货币市场流动性将保持合理充裕,助力巩固经济恢复发展基础。

操作符合预期

15日,“麻辣粉”(MLF的市场俗称)如期“上桌”。人民银行公告,当日开展了4000亿元1年期MLF和20亿元7天期逆回购操作,中标利率分别为2.75%、2.00%,均保持不变。Wind数据显示,当日有20亿元逆回购和6000亿元MLF到期。

对于此次操作,业内人士分析,从量上看,继8月之后,9月MLF以同等规模缩量续做,符合当前流动性状况及此前市场预期。数据显示,8月,MLF到期量和续做量也是6000亿元、4000亿元。

“9月MLF缩量续做,主要与近期市场利率低于政策利率、市场需求减少有关。”东方金诚首席宏观分析师王青认为,人民银行连续两个月缩量续做到期MLF,释放了避免金融

体系流动性过度,遏制资金空转套利,引导银行加大对实体经济信贷投放的政策信号。

Wind数据显示,9月14日,1年期AAA级同业存单到期收益率为1.96%,低于1年期MLF利率近80基点。这意味着,金融机构可从市场获得更便宜资金,对人民银行供应流动性的需求可能不足。

中国民生银行首席经济学家温彬表示,人民银行主动增加资金投放的诉求也不强。9月MLF继续小幅缩量续做,以维持流动性合理充裕,在支持经济增长、就业和物价稳定的同时,又不搞大水漫灌、不透支未来。

此次MLF操作利率稳定在2.75%,上个月则下降了10基点。光大证券首席固收分析师张旭称,8月MLF利率已下降10基点,一方面,政策效能具有持续性,8月MLF利率下降对融资市场的影响继续显现;另一方面,政策效能的完全发挥也需要一个过程,短期内连续下调政策利率的迫切性不强。

MLF利率保持不变,也体现出人民银行“以我为主兼顾内外平衡”的货币政策导向。温彬分析,近期主要发达经济体加息预期强化,外汇市场波动加大,稳定汇率的重要性边际提升,需灵活把握货币政策操作的节奏。

降息可能性并未排除

虽然9月央行政策利率未有变

化,但不少业内人士预计,降息仍在政策工具箱中,年内实施的可能性并未排除。

王青表示,受全球经济下行压力明显加大影响,接下来我国出口增速有可能延续8月出现的波动下行势头。同时,国内物价形势和人民币汇率波动不会对政策利率下降构成实质性障碍。

今年以来,以公开市场逆回购利率和MLF利率为代表的央行政策利率分别在1月、8月各下降10基点。

信达证券首席固收分析师李一爽表示,考虑到为补充信贷投放所消耗的流动性,四季度或有降准操作。

温彬也称,考虑到9月至10月专项债增发超5000亿元,四季度MLF到期仍有2万亿元,不排除人民银行会再度降准置换一部分高成本MLF,如此既不过度投放基础货币,又能够降低银行负债成本,达到降成本和保持流动性合理充裕的双重目标。

创造适宜的货币金融环境

MLF连续缩量续做,会引发流动性收紧吗?机构人士认为,今后一段时间,资金面可能不会重现7月份极宽松场景,但也无需过度担忧,流动性过度和过快收紧的可能性不大,总体将保持在合理充裕水平,继续为巩固经济恢复态势创造适宜的货币金融环境。

首先,人民银行连续缩量续做

MLF本身就说明当前银行体系流动性总量处于较充裕的状态。Wind数据显示,9月15日银行间市场存款类机构7天期回购加权平均利率(DR007)报1.51%,9月以来平均值为1.44%,均远低于2.00%的公开市场7天期逆回购利率。值得一提的是,8月末,DR007有所上行并一度突破1.70%,但进入9月很快重回低位。

其次,9月作为三季度的最后一月,是传统的财政支出大月,月底财政集中支出将形成大额流动性供应,充实银行体系流动性。信达证券首席宏观分析师解运亮表示,随着财政支出力度加大,财政存款加快向居民、企业部门转移,财政存款投放力度可能大于季节性规律。Wind数据显示,2019年、2020年、2021年的9月份财政存款平均减少6791亿元。

此外,人民银行调控流动性的工具充足。除公开市场操作以外,丰富的结构性货币政策工具在使用过程中也会形成一定规模的流动性供应。人民银行指出,结构性货币政策工具也具有基础货币投放功能,有助于保持银行体系流动性合理充裕,支持信贷平稳增长。人民银行数据显示,截至2022年6月末,各类结构性货币政策工具使用规模达53977亿元。

“不排除市场资金面在9月税期高峰及季末时点前后出现一些波动,但总体上保持宽松无虞。”一位债券投资人士说。

丰富业务类型 机构发力主题类理财产品

●本报记者 石诗语

“9月底预计推出国庆主题的专属理财产品,业绩比较基准相对同类产品会高一点,整个国庆期间都可线上购买。”某股份行理财销售人员最近加大了对客户的营销力度。

中国证券报记者日前在调研中了解到,节日类主题理财产品成为部分银行及理财公司近期营销的着力点。例如,不少机构日前推出中秋节、教师节专属理财产品,获得了投资者青睐。此外,养老、ESG(环境、社会与公司治理)、“专精特新”、疫情防控等主题也都成为机构纷纷争抢的新赛道。

业内人士表示,主题类产品多契合当下热点或热门投资板块,能较好吸引投资者关注,且投资方向较为明确,更能得到投资者的认可。但在产品创新中,机构应结合自身特点,基于资管业务本源,注意风险控制,不可盲目求新求异。

节日主题产品升温

日前,中国证券报记者调研发现,部分中秋节、教师节专属理财产品的募集期尚未结束,不少银行及理财公司已展开国庆节专属理财产品的预热活动,有投资者陆续接到理财经理的产品预约通知。

日前,中秋节与教师节“双节”同庆,不少银行及理财公司推出节日主题理财产品。“我们推出了两款中秋专属理财产品,业绩比较基准在2.80%-3.00%之间,是中秋节期间特有的,产品募集期仅为一周。”工商银行北京海淀区某理财经理告诉中国证券报记者。从产品期限来看,这两只产品的封闭期均在110天左右。

此外,教师节专属理财产品更为多元,且部分产品只针对教师群体特定开售。如兴业银行开通了教师节综合金融服务专区,推出多只面向教师群体销售的专属理财产品,例如“稳利恒盈14M封闭(桃李满园)”,“丰利增盈稳享31号(师泽如光)专属款D”等,产品业绩比较基准分别为3.9%-4.5%和4.15%。

中国证券记者在调研时发现,部分银行及理财公司推出的“教师节专属”理财,并未限制特定购买人群,非教师群体也可购买。

固收产品仍是主角

从销售情况来看,多款中秋节、教师节专属产品在募集期结束之前就已售罄。

某股份行理财工作人员表示:“节日

主题产品对投资者比较有吸引力,一方面,我们在节前提前做了营销预热,为意向群体发布海报或产品预约链接等;另一方面,节日主题类产品一般募集期较短,销售时间仅为节日期间,且募集额度有限,由于限时营销等因素,往往会促使客户尽快下单。此外,部分产品的业绩比较基准相对同类产品会高出一点。”

也有银行销售人员透露,由于市场环境不确定因素较多,银行减少了新产品发售,节日主题类产品较去年同期有所减少。

从产品类型来看,中国理财网数据显示,目前在售及在售的中秋节、教师节专属理财产品共有24只,均为固定收益类产品。产品封闭期限多集中在一年期左右,投资方向多为存款、债券等相对风险较低的资产。

业内人士认为,理财产品客户通常以稳健型为主,对中低风险的固收类产品有较强偏好,且固收类理财产品收益率相对稳定,银行设置较高业绩比较基准之后,可通过费率优惠等让利措施让投资者拿到更高的收益率。

创新需回归本源

近年来,银行及理财公司热衷布局主题类理财产品。养老、ESG、“专精特新”、疫情防控等主题都成为机构纷纷争抢的新赛道。

某国有行零售业务部工作人员表示,主题类产品多贴合于当下热点或热门投资板块,能较好地吸引投资者兴趣,且投资方向较明确,更能得到投资者的认可。

以养老主题为例,据中国理财网数据统计,截至9月15日,在售及存续的养老主题理财产品共47只,较6月末增加了22只,发行机构主要包括中银理财、中邮理财、交银理财等试点机构。

不少业内人士认为,银行及理财公司基于政策方向发行主题类理财产品,有助于提高金融服务实体经济的效率,也在供给侧丰富了业务类型,拓展多元化理财产品资源。同时,理财产品面临基金、信托等的同台竞争,多元化、创新性的产品供给有利于提升银行及理财公司在理财市场上的竞争力和产品丰富度,满足各类投资者的理财需求。

国有行北京海淀区某支行零售业务负责人表示:“要以做好产品为主,银行及理财公司应结合自身特点,创新产品形态,并加强主动管理能力,也要注意风险控制,回归资管业务本源,不可以主题、热点为噱头,盲目求新求异。”

消费金融公司上半年业绩分化 新市民服务成重点

●本报记者 欧阳剑环

随着上市公司半年报披露工作完成,部分上市公司控股、参股的消费金融公司上半年业绩也浮出水面。总体来看,上半年消费金融公司业绩表现分化,多数公司实现营收和利润正增长,也有部分公司业绩出现下滑势头。在业务创新方面,各公司普遍积极探索加大对新市民等群体的服务力度。

行业强者恒强

上半年,消费金融公司业绩表现分化。专家分析,在营收和净利润方面,排名前三的公司与2021年相比没有变化。头部公司市场份额较高,体现出消费金融公司行业强者恒强的特点。

从营业收入来看,招联消费金融、马上消费金融、兴业消费金融位居前三,上半年分别实现营业收入84.16亿元、57.01亿元和47.64亿元。另外,中邮消费金融和杭银消费金融紧随其后,上半年均实现营业收入逾10亿元。

有6家公司上半年净利润超过2亿元。其中,招联消费金融、兴业消费金融、马上消费金融稳居前三,上半年分别实现净利润19.37亿元、11.5亿元和5.84亿元,同比分别增长25.6%、12.3%和32.4%。蚂蚁消费金融和杭银消费金融紧随其后,上半年分别实现净利润4.65亿元和3.06亿元。

也有机构业绩表现不尽如人意。部分机构上半年净利润同比下滑。其中,中邮消费金融和中银消费金融上半年分别实现净利润1.91亿元和1.36亿元,同比分别下降75.9%和44%。

对于中邮消费金融上半年净利润同比下滑的原因,邮储银行在2022年半年报中没有明确说明,但提及中邮消费金融上半年新发放贷款综合定价同比下降1.41个百分点,在经济下行压力加大、疫情多点散发的不利情况下,持续压降利率,让利消费者。

“总的来说,消费金融公司上半年业

绩分化明显,净利润排名前6的公司营收和利润增速较快,市场份额也较高,‘马太效应’显著,行业集中度也在提升。”招联金融首席研究员董希淼表示。

发力新市民金融服务

今年上半年,消费金融公司持续加快信贷产品推广和创新升级,助力稳消费。其中,新市民成为服务重点。

自今年3月银保监会、人民银行联合印发《关于加强新市民金融服务工作的通知》以来,各家消费金融公司纷纷采取相关措施,因地制宜开展了针对新市民群体的创新产品和服务,加强了对新市民的金融服务力度。

兴业银行半年报显示,报告期内,兴业消费金融响应国家加强对新市民金融服务的号召,完善“兴才计划”产品设计,助力在职青年提升学历,加快“兴业计划”投放,满足新市民租房支出、职业培训等需求。

马上消费金融则联合合作伙伴资源,创新推出多项举措服务新市民。例如,马上消费金融联合重庆百货,上线“助力新市民 乐享新生活”主题购物节,努力实现新市民场景营销的多样性。

在董希淼看来,新市民是金融需求旺盛的重要群体,围绕新市民在创业、就业、住房、教育、医疗、养老等领域的金融消费需求,将开辟金融促消费的新蓝海市场。