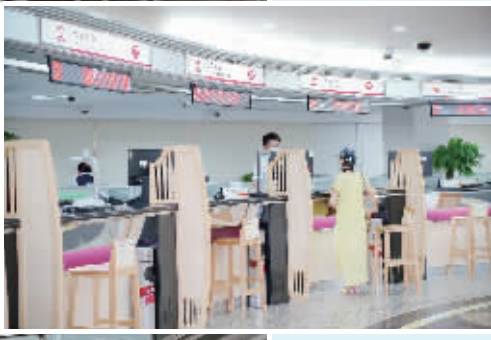


季末信贷投放改善 同业存单发行升温

9月以来,同业存单的发
行力度加大,净融资规模已
超5000亿元,较前几个月出
现明显放量,发行利率也明
显上升。

专家认为,9月以来同业
存单发力明显,主要与季末
信贷投放改善、替换缩量操
作的中期借贷便利(MLF)等
因素有关。展望后市,同业存
单市场整体仍将保持平稳发
展,同业存单市场需求量有
望逐步提升。

● 本报记者 赵白执南
见习记者 陈露



视觉中国图片

净融资规模大增

9月以来,银行同业存单发行力度加大。Wind数据显示,9月以来,截至9月26日,共有1770只同业存单发行,合计发行规模超过15000亿元,到期规模约为10000亿元,净融资规模超过5000亿元,远高于去年同期不足200亿元的净融资规模。

和前几个月相比,9月银行同业存单发行放量也很明显。7、8月银行同业存单净融资规模连续两个月均为负数;4月至8月合计净融资约为-6500亿元。

具体银行来看,9月部分国有大行和股份行的发行规模较为靠前。中信银行、中国农业银行9月以来的同业存单发行规模均超过千亿元,交通银行、浦发银行的发行规模也接近千亿元。

此外,全国银行间同业拆借中心官网显示,9月以来,还有黔县农商银行、宁夏同心农村商业银行披露其2022年同业存单发行

计划,计划发行额度分别为5亿元、8亿元。

在净融资规模增长的同时,同业存单发行利率也有所上升。8月以来,1年期股份制银行同业存单发行利率最低一度降至1.85%,随后始终在2%上下震荡,9月26日,1年期股份制银行同业存单发行利率上行至2.03%,创下8月2日以来新高。

贷款放量刺激发行

业内人士表示,以往同业存单发行规模往往比较稳定,呈现一定季节性特征。今年9月以来,银行明显加码了同业存单发行,主要是受季末信贷投放改善、替换缩量操作的MLF等因素影响。

德邦证券研究所固定收益首席分析师徐亮介绍,银行发行同业存单的主要目的是改善银行监管指标、缓解银行负债端压力、扩大银行资产端规模以及增加银行流动性等。以往,我国同业存单整体发行规模相对稳定,有一定季节性波动。

“通常是在季末,同业存单发行规模扩大。在银行负债压力较大、主动负债意愿提升时,同业存单发行规模也会增高。”徐亮进一步解释。

因此,此前同业存单发行较少的原因也就不难理解。业内人士分析,在财政拨款力度加大、央行上缴利润、各类再贷款工具加码等一系列举措下,银行存款增长优于贷款,负债补充压力下降,所以同业存单发行量减少。

9月以来,季末月信贷投放有所改善,一定程度上推动了同业存单发行规模增加。光大证券金融业首席分析师王一峰认为,信贷投放改善后,存贷比出现变化,会刺激大型银行加大同业存单发行量。此外,增发同业存单或将降低银行的负债成本。当前,1年期MLF操作利率为2.75%,远高于同期限同业存单利率。“业内预期后续MLF或继续缩量续做,银行可能通过增发同业存单的方式替换掉高成本MLF,进而起到降低负债成本的效果。”

市场需求或增加

展望后市,业内人士预计,同业存单市场整体仍将均衡稳定发展,利率持续上行空间并不大。

东吴证券固定收益首席分析师李勇表示,当下我国同业存单存量规模逾14万亿元,较2021年末增长约千亿元,增幅不足1%,市场容量趋于稳定。预计短期内同业存单市场发行量仍会保持均衡稳定发展。

不过,拉长时间来看,专家认为,在货币基金配置短期同业存单及同业存单基金规模扩大的背景下,市场对同业存单的需求或逐渐增加。徐亮表示,未来,同业存单需求量的增长速度需关注监管部门对于同业存单基金的审批节奏。但总体来看,同业存单的需求量或不断增加。

对于同业存单利率走势,王一峰认为,阶段性来看,10月资金市场或受到一定程度的扰动,但同业存单利率持续上行空间并不大。

机构扎堆调研银行 看重息差和风险控制

● 本报记者 石诗语 见习记者 吴杨

Wind数据显示,9月以来,共有近400家机构对A股上市银行展开调研,农商行、城商行等区域性中小银行受关注度较高。调研纪要显示,银行线上贷款获客情况、净息差、风险管理等是机构关注的重点内容。被调研银行普遍表示,接下来会严守合规底线,狠抓风险管控,预计下半年资产质量保持稳健。

机构展开密集调研

从类型和经营区域来看,获机构调研的银行多为区域性中小银行。其中,宁波银行最受关注,在9月8日和9月22日累计获240家机构调研,调研机构包括42家证券公司,85家基金公司、19家保险公司及保险资管公司等。

杭州银行、张家港行、齐鲁银行也获得机构青睐。其中,杭州银行累计获31家机构调研,张家港行和齐鲁银行分别获23家机构参与调研。此外,江阴银行、紫金银行、常熟银行等6家银行均吸引了超10家(含10家)

机构前来调研。

从半年报数据来看,获得机构调研的上市银行均表现亮眼。例如,宁波银行2022年上半年实现营业收入294.12亿元,同比增长17.56%;归母净利润112.68亿元,同比增长18.37%。杭州银行2022年上半年实现营业收入173.02亿元,同比增长16.31%;实现归母净利润65.93亿元,同比增长31.67%。张家港行披露的半年报则显示,2022年上半年,该行实现营业收入23.53亿元,同比增长5.74%;实现归母净利润为7.62亿元,同比增长27.76%。

净息差总体呈收窄趋势

调研纪要显示,机构投资者关心的话题较为广泛,其中息差走向、风险管控内容最受关注。被调研银行普遍表示,接下来会严守合规底线,狠抓风险管控,预计下半年资产质量保持稳健。

今年以来,银行业的净息差总体呈收窄趋势。对此,张家港行表示,在利率下行趋势下,该行主动调优资产结构以抵御息差下行压力,具体表现在优化信贷资产结构,提升

实体贷款占比,提升零售贷款占比;突出分层分类定价,严格执行利率分层分权审批制度和一户一价策略。

常熟银行表示,综合来看,上半年息差稳中微升,未来将进一步优化贷款结构,稳定存款成本,预计2022年全年息差水平基本保持稳定。同时,该行表示,截至6月末,村镇银行业务不良率0.99%,拨备覆盖率295.84%,村镇银行业务总体风险可控。

部分银行还在调研中透露了未来的资本补充意向。苏农银行表示,目前资本补充渠道多元,可采用定向增发、发行可转债等进行融资,目前仍有约12.89亿元规模的可转债未转股,后续将进一步提升经营管理,为可转债转股创造条件,未来结合业务发展需要适时适度进行资本补充。

张家港行表示,截至6月末,该行核心一级资本充足率为9.55%,一级资本充足率为11.15%,资本充足率为13.85%,三项指标较监管下限标准还有一定空间;外部融资安排上,已陆续发行了25亿元可转债、5亿元二级资本债以及20亿元永续债,较好进行了资本补充,后续将通过增厚利润留存和择机采用外源性资本补充相结合的方式来补充和夯

实资本。

理财公司规模增长较快

被调研上市银行中,杭州银行、渝农商行等表示,旗下理财公司表现稳健,规模实现较快增长。

杭州银行在调研中表示,上半年杭银理财规模实现较快增长,原因如下:一是利率下行情况下,债券表现较好,一年以内的定期开放式产品业绩表现优异,吸收了较多理财资金;二是杭银理财打造了数只超百亿级明星产品,业绩相对稳健且出色;三是内部协同的增强以及行外代销贡献的提升。数据显示,截至9月7日,杭银理财合作代销行已超40家,覆盖了国有行、股份行等多类型银行机构,行外代销已逐步成为理财规模新的增长点。

农商行方面,今年上半年,渝农商理财的理财产品规模稳健增长,较年初增长逾20%。渝农商行表示,下一步将坚持固收打底、多资产配置的理念,同时进一步拓展代销机构,在销售渠道建设方面持续发力,不断巩固和提升理财产品销售能力。

北京多家银行频出招 增强服务新市民能力

● 本报记者 赵白执南

北京银保监局及多家银行相关部门负责人在9月26日举行的“首都银行业支持实体服务民生系列工作发布会新市民金融服务专场”上表示,将不断增强获取、服务和维护新市民客户的能力,持续提升新市民金融服务的数字化建设水平,推动开展新市民客户身份识别工作。

持续提升新市民金融服务水平

据悉,北京市约有800多万新市民,占全部常住人口的近四成。北京银保监局国有银行监管处副处长吴萌介绍,在新市民金融服务方面,北京银保监局搭建平台,推动新市民金融服务增量扩面。截至2022年8月末,已累计完成首贷审批4.93万笔,金额2029.11亿元;完成续贷审批1.84万笔,金额669.4亿元,

帮助企业节约融资成本超25亿元。

同时,吴萌表示,北京银保监局还细分客群,精准解决新市民需求“痛点”。截至目前,辖内银行机构已推出新市民专属信贷产品十余种、资金账户结算类产品等专属金融服务十余类、新市民专属银行卡12张,覆盖创业、就业、安居、消费、就医等多个领域。

吴萌透露,下一步,北京银保监局将引导辖内银行机构以新市民金融服务工作为切入点,推动业务转型发展,不断增强获取、服务和维护新市民客户的能力;持续提升新市民金融服务的数字化建设水平,继续扩容、升级北京金融综合服务网功能;推动开展新市民客户身份识别工作,完善新市民金融服务监管统计标准;联动政府部门,不断完善新市民金融服务的基础设施建设;加强与北京市银行业、保险业协会联动,以线上线下多种形式开展新市民金融知识宣传活动,新市民专属金融产品的展示活动。

银行积极布局新市民服务场景

中国证券报记者了解到,各家银行根据自身优势和特色,均在新市民金融服务方面积极布局。

比如,在支持新市民住房安居方面,建设银行北京分行携同建信住房北京公司积极探索集体土地租赁住房建设、宅基地改造、商(工)改租等方式,增加保障性租赁住房供给。截至2022年8月,建行北京分行已经信贷支持租赁住房建设超5万套,并协同建信住房北京公司通过收持改造闲置房源,提供租赁房屋6万余套,帮助3万多新市民及青年人解决住房困难。

平安银行北京分行创立“平安宅抵贷全国通”模式,针对新市民“人房分离”场景,为客户实现通抵通货,异地授信及无还本续贷。截至8月末,累计发放12亿元,有效解决

了新市民在甲城市有房但在乙城市经营企业或工作的抵押贷款问题。

在支持创业方面,北京银行针对新市民创业者,推出专属创业贷款“创赢贷”,给予简化条件、灵活还款、优惠利率,特别是对于在北京银行各家分支机构所在城市拥有房产的客户,可支持异地房产抵押,便利新市民来京创业。“创赢贷”已发放400余笔,授信余额超过20亿元。

针对“职场小白”“大学生”等新市民群体,民生银行北京分行推出“民生小微普惠信用卡”“民生京东PLUS联名信用卡”等特色卡,帮助小微企业主、跨城就业的“职场小白”和大学毕业生等群体更快融入城市。针对个体工商户、小微企业,农行北京分行提供“房抵e贷”“助业贷款”“产业链e贷”等一系列普惠贷款产品。截至今年8月,农行北京分行累计发放新市民贷款1650笔、368户,合计金额2.27亿元。

多家车企争相入局 保险经纪业务成“香饽饽”

● 本报记者 石诗语 见习记者 陈露

车险综改转型已满两年,“降价、增保、提质”成效明显。此外,车险市场正迎来强大的人局者,车企巨头“涉险”步伐提速。近日,国家市场监督管理总局企业名称申报登记公告显示,已核准“宝马(中国)保险经纪有限公司”的名称申报。这是继蔚来、比亚迪、特斯拉等公司之后,又一大车企进军车险行业。

业内人士表示,随着新能源汽车市场不断壮大,新能源车险经纪业务将是汽车行业和保险行业强强联合、携手转型的一个突破口。但车企在获得车险业务必备牌照、搭建线下服务网络体系等方面也将面临一定挑战。

车企争食车险“蛋糕”

车险综改两年以来,“降价、增保、提质”效果显现。车企巨头也频频切入保险赛道,争食车险这块“大蛋糕”。

近日,国家市场监督管理总局企业名称申报登记公告显示,已核准“宝马(中国)保险经纪有限公司”的名称申报。事实上,车企进军保险业早有先例。2011年,上汽集团成立上海汽车集团保险销售公司,广汽集团联合多家企业成立众诚汽车保险股份有限公司。

近年来,以“蔚小理”为代表的造车新势力动作不断。今年上半年,比亚迪保险经纪公司、蔚来保险经纪公司成立;特斯拉于2020年8月在中国注册成立特斯拉保险经纪有限公司;小鹏汽车于2018年7月成立广州小鹏汽车保险代理有限公司。

还有部分车企通过收购的方式“曲线入场”。今年上半年,理想汽车通过车和家金融科技(江苏)有限公司100%控股银建保险经纪有限公司的方式,曲线拿下保险经纪牌照。

和传统车企不同,新能源车企大多是通过设立保险经纪公司的方式入局保险行业。业内人士认为,此举或是看好新能源汽车的广阔市场。据中汽协数据,今年1-8月,新能源汽车产销分别完成397万辆和386万辆,同比增长1.2倍和1.1倍,已超去年全年新能源汽车产销量。此外,去年12月份,中国保险行业协会发布《新能源汽车商业保险专属条款(试行)》,要求所有新能源汽车必须投保新能源车险。

为转型寻求突破口

业内人士表示,在新能源汽车市场不断壮大的背景下,新能源车企选择“涉险”,旨在与保险行业强强联合,寻求携手转型的突破口。

某汽车金融公司相关业务人员表示,新能源车或将掀起车企进军保险行业新浪潮。与传统燃油汽车分销模式不同,新能源车企全链条介入生产、销售及修理等多个环节,拥有新能源车前、中、后端的翔实数据,在风险数据积累以及保费制定方面具有优势。“在客户服务方面,新能源车企了解个人客户和汽车的风险状况,未来可能推出更多定制化服务,且对于大型车企来说,进军保险业可有效降低保险成本,同时获得一定的经营收益,也能整合产业链,丰富汽车售后服务的方式。”

此外,从保费方面获利也是部分车企布局车险业务的原因之一。有分析人士认为,由于新能源汽车的出险率和赔付率较高,再加上新能源汽车更新换代的速度快、维修费用高、专业维修人员少等问题,近年来,部分保险公司在综合评估之后提高了新能源汽车保费价格,保费带来的利润让车企看到了收入增长点。

车企布局有优势

根据相关规定,车企经营保险业务需得到监管机构批准。业内人士指出,此类保险经纪公司未来若要开展相关业务,还有待监管部门进一步的审核批准。不过,业内人士看好其前景,并认为车企在新能源车险市场有一定的优势。

申万宏源证券分析师葛玉翔表示,车企在新能源车险市场优势明显,一是新能源车企可以简化新能源车理赔流程,二是车企可以设计出风险和理赔更匹配的创新性车险产品。“新能源汽车直营模式的兴起使得车企直接接触新能源车险的购买人群,从而直接获取购买新能源车险的车主信息。”葛玉翔说。

对于车企进军保险行业的未来发展,艾瑞咨询研究报告认为,车险有望成为车企服务车主的入口。具体来看,车企有望在直销模式以及汽车网联化的基础上直面终端消费者,未来车辆交付仅是车企创造价值的起点,后续以车险为服务抓手,车企能够开拓更多车后生态、车主权益等服务体系。

但也有业内人士认为,车企为开展车险业务获得必备的经营牌照存在一定难题。另外,为了给用户提供优质的理赔、维修、车主服务,要求车企与大量的线下服务网点达成协作或自建庞大的服务网络体系,这都需要大量时间和资金成本,一旦准备不足可能影响用户的服务体验。



视觉中国图片