

机构调研瞄准区域性中小银行

聚焦净息差变化趋势

9月以来,共有13家上市银行迎来机构投资者调研,合计获调研次数达26次,券商、基金、保险资管公司等类型机构投资者均有参与。

从调研内容来看,在存量房贷利率调整背景下,上市银行净息差变化趋势得到了机构的重点关注。对此,获调研的银行普遍表示受影响不大,且有助于减缓存量房贷提前还款趋势。对于净息差后续趋势,这些银行判断,下半年收窄趋势将放缓。

●本报记者 王方圆



视觉中国图片

青睐区域性中小银行

Wind数据显示,9月1日以来,共有苏州银行、宁波银行等13家上市银行接受机构投资者调研,合计获调研总次数达26次,较去年同期获调研次数有所回落。具体来看,13家银行均为区域性中小银行,其中苏州银行、宁波银行、苏农银行获调研次数最多,分别达5次、4次、4次。齐鲁银行、贵阳银行也分别迎来3次、2次机构投资者调研。

调研纪要显示,机构投资者关注的问题较为多元,信贷投放、财富管理、资产质量等常规性问题依旧是机构关心的重点。

谈及下半年信贷投放的重点领域,贵阳银行表示,该行将紧紧围绕贵州省“四化”(新型工业化、新型城镇化、农业现代

化、旅游产业化)“强省会”及乡村振兴等重大战略部署,强化信贷资源有效供给。

今年上半年,资本市场出现调整,多家上市银行手续费收入受到影响。对于财富管理业务的下一步发展,浙商银行表示,该行正在打造财富管理的“中台”,整合客户中心、产品中心、策略中心,实现营销管理、产品推介、资产配置和客户陪伴等功能的一站式集成。

存量房贷利率下调影响有限

8月31日,两部门发布《关于降低存量首套住房贷款利率有关事项的通知》《关于调整优化差别化住房信贷政策的通知》,此后多家商业银行披露存量房贷利率调整细则。业内预计,9月25日政策施行后,将对商业银行净息差起到负面影响。

从上市银行回应来看,存量房贷利

率调整对商业银行影响有限。江阴银行表示,截至2023年6月末,该行按揭贷款规模不到100亿元,占总贷款的比例为8%左右,规模占比相对较小,因此按揭贷款利率调整对息差的影响较小。

据开源证券测算,本次存量房贷利率调整将负向影响上市银行息差约4.94个基点,国有行、股份行的2023年息差受冲击更大,分别下降5.7个基点、3.9个基点,但考虑到提前还贷现象或可因此缓解,存量房贷利率下降若使提前还款比例下降5个百分点,上市银行息差有望改善1个基点。

多措并举稳定净息差

目前银行净息差普遍承压,如何稳定净息差成为各银行的重要课题。对此,多家上市银行向机构投资者透露了后续

工作计划,涉及下调存款利率、控制结构性存款规模增速、对高成本存款限额管理等等。

贵阳银行表示,下调存款利率有利于缓解息差下行压力。为保持基础盈利能力相对稳定,优化资产负债结构,压降负债成本,修复净息差,该行后续计划对部分期限的普通定期存款和大量存单挂牌利率进行不同幅度的下调。

展望未来净息差走势,齐鲁银行分析,息差仍有收窄压力,下半年收窄幅度预计小于上半年。宁波银行用“压力与机遇并存”来形容:压力方面,预计新投放贷款定价将继续承压,同时存款定期化趋势短期暂无扭转,成本保持相对刚性;机遇方面,市场信心和国内需求在逐步回暖,国家政策在积极引导净利息收益率水平回升。该行将积极采取措施,力争将净利息收益率保持在合理水平。

五大上市险企寿险业务增速放缓 预定利率产品仍具吸引力

●本报记者 陈露

亿元,同比增长6.9%。

行业呈复苏态势

近日,A股五大上市险企披露了2023年前8个月原保险保费收入情况。前8个月,A股五大上市险企合计实现保费(原保险保费,下同)收入2.05万亿元,同比增长7.19%。其中,A股五大上市险企寿险业务前8个月合计实现保费收入1.29万亿元,同比增长7.37%。整体来看,A股五大上市险企寿险业务前8个月的保费收入增速略有回落,8月单月的保费收入增速也出现分化。

业内人士认为,在新老产品切换、销售人员集中休整等因素影响下,上市险企寿险业务保费收入增速放缓,符合预期。展望未来,预定利率3.0%的保险产品仍具优势,短期新单承压不改全年高景气度。

8月寿险业务增速分化

2023年前8个月,中国平安、中国人寿、中国人保、中国太保、新华保险分别实现原保险保费收入5766.49亿元、5336亿元、4910.75亿元、3209.40亿元、1278.61亿元,分别同比增长6.25%、5.6%、8.53%、10.31%、5.59%。A股五大上市险企合计实现原保险保费收入2.05万亿元,同比增长7.19%,较7月份增速略有回落。

在寿险业务方面,2023年前8个月,A股五大上市险企合计实现保费收入1.29万亿元,同比增长7.37%。具体来看,中国人寿、平安寿险、太保寿险、新华保险、人保寿险分别实现保费收入5336亿元、3523.88亿元、1888.87亿元、1278.61亿元、872.90亿元。其中,人保寿险前8个月保费收入同比增长11.50%,是唯一一家增速超过10%的公司,其余4家的保费收入增速均较前7个月有所放缓。

具体到8月单月保费收入,A股五大上市险企寿险业务增速略有分化。其中,人保寿险8月实现保费收入39.81亿元,同比大增70.71%;太保寿险、平安寿险8月实现保费收入138.15亿元、303亿元,分别同比增长3.40%、1.71%;中国人寿、新华保险8月的保费收入同比出现下滑。在环比方面,中国人寿8月保费收入环比增长2.56%,其余4家均出现不同程度的下滑。

在财险业务方面,人保财险、平安财险、太保财险前8个月合计实现保费收入6987.04

对于上市险企寿险业务保费增速放缓,业内已有预期。8月人身险产品预定利率换挡,险企纷纷进行新老产品的切换。业内人士认为,寿险业务保费增速放缓,主要是受到新老产品切换、销售人员集中休整等因素影响。

国泰君安证券非银金融首席分析师刘欣琦表示,人保寿险8月单月保费高增长主要受到2022年同期退保导致的低基数影响;而其余保险公司保费增速均出现明显放缓,主要为新老产品切换后短期面临客户弱需求而销售人员集中休整等因素影响,上市险企新单承压。

开源证券非银金融首席分析师高超认为,8月以来,负债端受到需求提前释放、新老产品切换以及队伍短期休整、增员等因素影响,新单销售短期承压。

在上市险企的上半年业绩说明会上,也有部分高管对此进行了回应。中国人寿董事长白涛表示,今年上半年保险业保费两位数增长属于复苏态势。短期来看,受到上半年寿险需求释放等因素影响,下半年会有所回调,但今年全年的行业发展情况好于2022年。

全年高景气度不改

展望未来,业内人士预计,居民资产配置需求长期存在,预定利率3.0%的保险产品仍具优势,短期新单承压不改全年高景气度。

高超认为,短期看,客户需求或仍需一定时间修复,不同地区渠道对新产品掌握情况或有一定差异,销售是否回升仍需进一步观察,9月新单业务仍面临一定压力。“长期看,居民资产配置需求长期存在,预防性储蓄需求有所提升,且储蓄型产品相关竞品收益率有所上升,储蓄型产品在2024年‘开门红’以及长期展望中仍有望保持价值发展牵引地位。”

刘欣琦认为,存款利率下调背景下,居民旺盛的储蓄需求仍将成为寿险产品超预期的驱动力。随着9月初银行存款利率进一步下调,保险3.0%预定利率的产品性价比逐步体现,预计居民对3.0%预定利率的产品仍有旺盛的购买需求,这将推动2024年“开门红”超预期。

“攒金豆”成理财新宠 跟风购买不可取

●本报记者 张佳琳

中国证券报记者近期在调研中发现,随着近期国际金价走高,“金豆”的价格已上涨到每克540元-550元,而黄金回收的价格则在450元-470元。随着金价上涨,“攒金豆”正在社交平台风靡,不少网友都在分享着自己的“攒豆经验”。中国证券报记者走访北京地区多家金店时,部分金店店员表示,由于“金豆”备受年轻消费者的青睐,而工厂出货有限,店里的备货量并不多,经常出现“货到就秒光”的情况。专家提醒,“金豆”走俏体现出年轻人的新型理财观念,但盲目跟风并不可取。

“金豆”大热

当前,“攒钱不如攒金豆”成为了社交平台上的热门话题。中国证券报记者了解到,以“金豆”“金瓜子”“金元宝”等造型为主,重量在1克-3克的小克重黄金产品正受到年轻消费者的喜爱。

在淘宝、京东等网购平台可以发现,多家售卖“金豆”的店铺月销售量已经破万,多数店铺的券后价在每克520元-550元。有店铺在页面打出宣传标语“投资或收藏纪念皆宜”。还有店铺联合主播,在直播间里推广售卖,领取优惠券后,到手价每克500元左右。

部分线下金店也出现了“手慢无”的销售情况。某六福珠宝店的店员透露:“制作师傅捶锤子的速度再快,也赶不上顾客订单的速度。工厂出货也需要时间,每次货一到,我们在朋友圈一发,就立刻被顾客们预订了。卖得特别好,大多是用来投资,可以每月买一颗,这几天金价上涨得厉害,估计国庆节前都不会再降价了。”

受到年轻消费者追捧

“金豆”为何会如此受到追捧?记者采访了多位购买“金豆”的年轻消费者了解到,保值与可爱是主要原因,不少消费者认为“攒金豆”入手门槛低,既能满足自

身购物欲,又能变相实现存钱的作用。

北京居民小吴说:“每个月攒一颗金豆,不知不觉快攒一罐了,看着满满一罐就开心。见证了金价从四百多涨到五百多,也算是一种另类的攒钱方式,年底准备给自己和家人打些首饰。”

广东居民小高也表示:“想着平时花钱大手大脚,不如省下几顿吃喝的钱用来买金豆,也算是存上钱了。好玩,也不算乱花钱。”当被询问是否考虑投资金条时,小高表示:“太贵了,一下子拿出一两万,确实拿不出来。”

中国证券报记者注意到,有银行乘着这股“金豆”热潮,推出攒金豆系列产品。例如,招商银行推出“招行金攒金豆”系列产品,有单枚装(1克)、五枚装(5克)、十枚装(10克),价格为每克529.80元。

专家提醒切勿盲目跟风

业内人士表示,“金豆”产品热销的背后,能够体现出年轻消费者对于多元

化理财方式的需求。但跟风式购买的做法并不可取,尤其是在当前金价上涨明显的情况下。

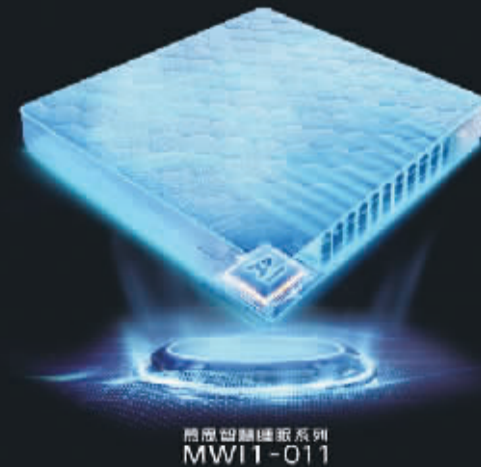
日前,中国证券报记者走访北京地区多家金店时发现,不少金店正在开展优惠活动,但受到近期金价上涨因素影响,饰品的报价已在每克600元以上。“金豆”的价格也随之上涨到每克540元-550元,与7月中旬相比,每克价格上涨了20元-30元。

当日,中国证券报记者还以黄金回收的名义,向多家店铺人员进行了咨询。“金豆”的回收价格在每克450元-470元。某线上回收黄金的店铺客服说:“回收的价格实时变动,以您将黄金寄过来,我们收到货当天的黄金交易所回收价格减去折旧费来计算的。”

“消费者通过‘攒金豆’来理财时,要区分投资金与工艺金,还需要关注金价波动,以及回购渠道和要求。需要注意黄金价格回落风险,不要盲目跟风。”巨丰投顾高级投资顾问李名金表示。

慕思AI智慧床垫

为中国国家游泳队提供睡眠装备



慕思AI智慧床垫系列 MW11-011

家有慕思 睡得香

连续5年高端床垫销售第一



DeRUCCI 慕思集团

中国国家队睡眠装备指定品牌