

遭遇“增量不增收” 银行理财向底层能力建设求解

“现在单纯关注各家公司的管理规模没有太大意义,更重要的是底层(投研+科技系统)能力建设。”一位银行理财行业观察者意味深长地说。

自2019年5月工银理财作为首家银行理财公司成立以来,银行理财公司走过近5年发展历程,行业在投研能力建设、科技系统建设、销售渠道拓展等方面积累了丰富经验。

与此同时,银行理财行业面临着产品同质化、产品短期化、底层资产单一化等问题,而费率内卷下的“增量不增收”、被公募基金在规模方面反超引发的焦虑同样不容忽视。

展望未来,银行理财行业如何通过提升底层能力破除成长焦虑,拥抱下一个五年、十年、二十年?

● 本报记者 王方圆



部分银行理财公司2022年、2023年净利润

	2023年净利润 (亿元)	2022年净利润 (亿元)	净利润同比变化 (%)
工银理财	13.25	12.36	7.20%
建信理财	13.23	28.4	-53.42%
农银理财	15.97	35.23	-54.67%
中银理财	16.28	18.54	-12.19%
交银理财	12.40	11.88	4.38%
中邮理财	8.41	12.71	-33.83%
招银理财	31.90	35.93	-11.22%
兴银理财	25.82	31.11	-17.00%
信银理财	22.55	20.48	10.11%
光大理财	17.64	18.79	-6.12%
民生理财	11.52	10.38	10.98%
平安理财	18.85	18.82	0.16%
杭银理财	8.83	13.62	-35.17%
宁银理财	6.68	9.14	-26.91%
青银理财	2.99	3.45	-13.33%
渝农商理财	1.70	3.58	-52.51%

数据来源/各银行2023年报 制表/王方圆 李静

视觉中国图片

转型成果丰硕

2023年,“稳健低波”成为银行理财的重要代名词,行业在稳健布局中逐步加大转型力度,这既体现在产品策略、管理规模的变化上,也体现在产品形态、投研策略、渠道建设、系统建设等方面。

这在各家银行2023年报中显现端倪。产品端,中邮理财在邮储银行年报中披露,2023年公司在业内首发多款创新产品,收益互换、信用风险缓释工具、目标日期指数等产品规模突破100亿元。兴银理财在“八大核心、三大特色”产品体系基础上,搭建量化多类型产品

多项难题待解

阳光下也有阴影。在银行理财行业稳健发展的同时,也面临着规模被公募基金超越、行业“增量不增收”等尴尬境地,这在2023年更加凸显。

数据显示,截至2023年6月末和2023年12月末,公募基金资产净值分别为27.69万亿元和27.60万亿元,而同期银行理财市场存续规模分别为25.34万亿元和26.80万亿元。这意味着银行理财失去“资管一哥”宝座。

值得一提的是,今年公募基金的规模还在快速增长,截至2024年3月末,公募基金资产净值规模为29.20万亿元。而银行理财在“季末效应”下规模有所降低,据中信证券研究测算,2024年3月末理财规模环比降低约1.2万亿元,至26.33万亿元。

强化底层能力建设

自银行理财公司成立以来,银行理财行业逐步破解产品净值化、投资者教育等系统性难题,完成了一次“脱胎换骨”。行业如何迎接下一个五年、十年、二十年?

在部分业内人士看来,银行理财公司纷纷开启管理费率、申赎模式优化,“0费率”“理财夜市”等模式获得不少投资者好评,更有部分理财公司管理规模突出重围,实现逆势增长。但这些仅是表象,以投研能力、科技能力为基础的底层能力建设才是理财公司作为资管机构的最终竞争力。

对于投研能力的建设,兴银理财董事长景嵩表示,要“展多资产中板,补权益短板”。未

发力五篇大文章

中央金融工作会议指出,要加快建设金融强国,做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章。在业内人士看来,作为服务实体经济的金融组成部分,银行理财在产品端、投资端、资产端甚至是内部管理方面都可以有效发力。

“针对科技金融,理财公司要在科创金融基础上进一步拓宽视野,通过私募股权投资产品等方式,引导长期资金投资非上市公司一级市场股权。针对绿色金融,理财公司要在产品端、

线,发行“固收+优先股”等低波含权理财,持续完善主流策略产品线。

事实上,多资产、多策略已成为银行理财公司的热词。“目前各家公司都在实行多资产多策略投资。我们公司也在完善策略库建设,会根据行情发展创设不同策略产品,比如前阵子就创设了包含黄金投资策略的产品。”一位国有银行理财公司高管对中国证券报记者表示。

渠道端建设更是多面开花,这不仅体现在销售渠道数量增多,也带动着理财公司管理规模的提升。

在规模没有得到明显增长和响应降费让利号召的背景下,行业经营业绩整体出现下滑,部分公司更是出现“增量不增收”的窘境。中国证券报记者梳理多家银行年报发现,2023年,中邮理财、兴银理财、青银理财、中银理财、招银理财净利润均较2022年减少超10%,农银理财、建信理财、渝农商理财净利润均较2022年减少超50%。

对此,国信证券银行业首席分析师王信分析称:“2023年理财规模增加的同时业务收入同比下滑,进而导致占总营收比例有所下降。我们判断这与产品结构短期化、高收益资产留存不足、代销议价能力强等因素有关。”

数据显示,截至2023年末,1年以上期限封闭式产品存续规模占全部封闭式产品比例为

来,银行理财需要建立和完善包括策略、行业、个股在内的多维度、多层次权益投研体系,大力培养多资产、权益投资优秀队伍,与各类优秀资管同业、市场研究机构及高校开展深度合作,灵活运用衍生工具、对冲手段管理好含权产品的波动和回撤,在多资产及权益投资上实现高质量增长。

与其他资管子行业相比,银行理财行业具有从业机构和产品数量多、期限复杂等特点,这些都考验公司的金融科技能力。这也将促使银行理财加大科技系统建设,加大相关人才培养力度,为后期丰富投研体系和产品投资策略奠定坚实基础。

投资策略端和资产端同时做好文章,推进ESG绿色产品创设发行,探索绿色理财产品形态创新、投资策略创新和资产创新。”景嵩表示。

近日,国务院印发《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》,有望为理财公司服务实体经济打开更大窗口。

招银理财相关负责人表示,对于银行理财公司来说,《意见》意味着产品端可配置更多优质资产,提高资产配置的多样性和投资效率。通过参与资本市场,银行理财产品能够更好地分

中信银行2023年报称,2023年信银理财不断加强“线上宣传+线下推广”“机构+个人”的直销体系建设和“12(国有、股份)+3(头部互联网银行)+N(中小城农商行)”的代销渠道建设,进一步完善销售渠道生态圈,截至2023年末累计与127家代销机构开展合作。

截至2023年末,平安理财已与超40家同业银行合作开展代销业务,代销余额超3400亿元……平安银行数据显示,截至2023年末,平安理财管理规模突破万亿元级别大关,产品余额10130.60亿元,较2022年末增长14.2%。

67.02%,较年初减少5.58个百分点。2023年末,权益类资产配置规模下降,仅为0.83万亿元,占总投资资产比例为2.86%,而2022年末占总投资资产比例为3.14%。

在业内人士看来,这种短期化的产品结构容易带来管理规模和经营业绩的不稳定,底层资产单一化更是“危险”。

“过去几年来银行理财规模实现大幅提升,但这只是债牛行情下的一种表象。当未来权益市场行情大幅好转之后,长期着重发力固收投研的银行理财不一定能经得起市场考验,客户、管理规模可能会被其他资管行业快速夺去。”一位股份理财公司高管对银行理财的产品结构和投资策略表达担忧。

“以往有一些理财公司的运营人员是外包的,目前也在逐渐走向自主化建设,培养和招募专业的人才。”一位国有银行理财公司运营部门人士表示。还有一位股份理财公司人士表示,银行理财在债券市场发挥着机构投资者和产品定价者的作用,公司内部正在研究债券量化交易,其中科技系统建设将发挥重要作用。

据了解,目前银行理财呈现精细化管理特征。某理财公司表示,投研交易板块,2023年投资系统新增9项投资品种或场景,智能交易平台项目上线,询价交易效率大幅提升,投研交易管理功能持续完善。风险管理板块,实现对产品全流程阈值偏离度、破净产品修复跟踪监测的数字化。

享经济增长的成果,提升理财产品的收益水平,进而提高投资者的财富感知。《意见》有助于推动银行理财业务的创新和发展。政策鼓励银行理财产品通过参与资本市场,提升权益投资规模,这为公司提供了更多业务创新空间,可加大对股票型、混合型理财产品的设计创新力度,满足投资者对高收益产品的需求。

“新国九条的发布让我们加大权益投资能力的决心更加坚定。”一家理财公司人士对中国证券报记者说。

“费率战”难解理财产品收益率下行之忧

● 本报记者 李静 王方圆

面对底层资产收益率不断下行,银行理财公司纷纷“出击”。

近期,银行理财公司再度密集调降旗下产品业绩比较基准,并辅以费率优惠的形式以留存和吸引客户。展望后续,在低利率和“资产荒”市场环境下,银行理财产品收益率将继续整体下行。

在业内人士看来,理财产品掀起“费率战”并非留存客户的长久之计,银行理财公司及时捕捉市场行情,提升产品收益率才是化解问题的根本之道。对于投资者而言,若想实现长期稳健的收益,需要适时拉长投资期限。

应对“资产荒”

近期,农银理财、民生理财、华夏理财等理财公司下调理财产品业绩比较基准,下调幅度少则5个基点,多则超过100个基点。

3月27日,农银理财发布公告称,2023年以来,债券静态收益率出现幅度较大的下降,保持低位。基于当前市场情况变化,自2024年4月26日开始的封闭期起(含当日),“农银安心·半年开放”第2期人民币理财产品业绩比较基准由3.65%(年化)调整为2.60%-2.90%(年化)。

部分理财产品的业绩比较基准开年以来更是数次下调。如“华夏理财固定收益纯债型日日开理财产品3号”,华夏理财发布公告称,拟于4月24日起将该产品A份额业绩比较基准调整至2.45%-2.95%。据悉,这已经是该产品A份额今年以来第三次下调业绩比较基准。前两次分别为,2月2日起调整为2.70%-3.20%,3月1日起调整为2.64%-3.14%。

业绩比较基准下调与近年来的“资产荒”情况有关。“客观上市场利率下行,降息预期仍在,在当下市场环境中做出更高回报率难度较大。”华宝证券分析师张菁表示,目前理财产品业绩比较基准下调更多是基于客观市场原因下的理性调整。

仅以存款利率来看,据招商证券分析师邵春雨梳理,2023年定期存款挂牌利率经历三轮下调:一是6月国有行下调存款利率,2年期、3年期、5年期定期存款利率分别下调10个基点;二是9月6家国有行和多家股份行下调存款利率,1年期、2年期、3年期和5年期定期存款利率分别下调10个、20个、25个和25个基点;三是12月,国有行和股份行1年期、2年期、3年期、5年期定期存款挂牌利率分别下调10个、20个、25个、25个基点。城商行、农商行以及村镇银行等在2024年初也相继下调存款利率,是对去年底年初由国有大行引领的新一轮存款挂牌利率下调的跟随式反应。目前多家银行明确提出,将继续压降高息存款占比,这意味着存款利率将进一步走低。

掀起“费率战”

比起底层资产收益率的变化,更为银行理财公司所担忧的是客户流失。于是,在下调业绩比较基准的同时,光大理财、民生理财、招银理财、汇华理财等理财公司推出降低管理费举措,一边留存

优质客户,一边响应降费让利号召。

如4月19日,民生理财发布公告称,对正在发行的“民生理财贵竹固收增利周周盈7天持有期9号理财产品”开展费率优惠。4月25日至5月25日期间,将固定管理费与销售费率均由0.3%调降至0.1%;自5月26日起,将固定管理费与销售费率均调整至0.15%,优惠截止时间另行公告。据悉,4月以来,民生理财已对旗下多只正在发行的理财产品实行降费。

更有公司将费率直接调降为0,如招银理财招睿金鼎(增益)封闭3号固定收益类理财产品计划于4月17日起实行固定投资管理费0费率。

“其实在我们还是资管部的时候就实行过产品费率优惠,这么做的初衷是想在产品收益不及预期时给投资者一些‘心理补偿’。”一位股份理财公司人士对中国证券报记者说。张菁认为,开展阶段性费率优惠有利于理财公司提高销售规模,是增强市场竞争力的营销推广手段。

探寻长久之计

华宝证券分析师蔡梦苑等表示,利率中枢主要由经济基本面决定,在转型发展过程中,我国经济增速放缓,当前面临“三期叠加”、有效需求不足和社会预期偏弱等问题,物价存在下行压力,仍需适度宽松货币政策支持经济复苏,预计我国将中长期面对低利率环境。

在低利率市场环境下,业内人士认为,银行理财产品的业绩比较基准将继续下行。

“高收益资产稀缺所带来的收益压力,成为当前理财机构面临的主线问题。无论是存续还是新产品,业绩比较基准下限都呈现下降趋势,不过市场中仍有82%以上的存量非现金管理类理财产品业绩比较基准超过2.5%,短期内业绩压力将会持续。”华证证券刘郁团队分析称。

但“费率战”并非应对业绩压力和优质“资产荒”的长久之计。业内人士认为,一方面,一味降低产品费率可能导致公司利润空间被不断压缩,或导致其忽略投资能力的提升,从而影响到长期发展;另一方面,投资者更注重产品业绩表现以及是否符合自己的资金流动性安排,仅仅依靠“降费”提振销售的作用或有限。

在业内人士看来,能够吸引投资者长期持有且持续投资的重点在于产品业绩表现和实际收益水平,这需要理财公司在投研能力建设方面更上一层楼。

“未来随着固收市场波动,产品的稳健性会受到影响,因此机构需要在投资策略上下更多功夫。”普益标准表示,在“资产荒”背景下,机构需要进行更多产品研发,还需要通过资产分散化控制组合的波动和回撤。需要机构提升对宏观经济的把控和分析能力,提升对多资产的风险管理能力。

在低利率市场环境下,对于投资者而言,可以通过拉长投资期限实现稳健收益。“我们发现2022年末市场波动时新发长期产品收益率是不错的,但逆向布局和长期投资如易行难,需要投资者和资管机构一起转变思维。”一位股份理财公司人士说。

部分理财产品业绩比较基准调整

	调整日期	调整前业绩比较基准	调整后业绩比较基准
民生理财贵竹固收增强一年定开12号	4月24日	3.7%-5.3%	3.2%-5.0%
华夏理财固定收益纯债型日日开理财产品3号A份额	4月24日	2.64%-3.14%	2.45%-2.95%
徽银理财“安盈”固定收益类季季开1号净值型理财产品	5月8日	2.8%-3.8%	2.7%-3.2%
光大理财“阳光金日添利1号”理财产品	4月22日	2.3%-3.3%	2.2%-3.2%
盛京银行添益系列理财产品六个月定开11期	4月16日	3.00%-3.90%	2.70%-3.90%

数据来源/各理财产品业绩比较基准调整公告

制表/李静