

资产客户“友好共享”牌照市场暗中角力

中小银行与理财公司上演竞合戏码

“当前，部分尚未设立银行理财公司的中小银行，正积极寻求与银行理财公司的合作，将自身的资产、客户对接给银行理财公司，以实现自我管理规模有序压降。”上海金融与发展实验室主任、首席专家曾刚说。

今年监管部门加强窗口指导，要求未设立银行理财公司的中小银行压降自我管理规模，有银行表示，接到2026年底前规模清零的通知。面对这一要求，部分中小银行已开始寻求与银行理财公司合作。

不过，合与竞同在。银行理财公司通过引入农村金融机构作为代销渠道加快业务下沉，以抢占中小银行的传统优势地盘。而一些理财业务实力突出的中小银行从未放弃申请银行理财公司牌照的梦想，希望与银行理财公司以同等身份站上竞技场。

● 本报记者 李静



视觉中国图片

有序压降。在此过程中，中小银行可与银行理财公司形成战略合作关系，银行理财公司对接中小银行客户，并根据中小银行客户的情况开发定制化产品，实现理财产品的差异化与个性化，从而满足客户的多元化理财需求，这也有利于巩固提升中小银行的竞争力。

其次，中小银行选择与银行理财公司合作，开发定制化理财产品，核心目的在于增强客户黏性、留住客户，所以客户依然是银行的核心资产，而中小银行则借此契机向财富管理领域转型，即以客户为中心提供投融资服务以及量身定制的理财产品。通过这种模式，中小银行不仅能够稳固并拓展客户基础，还能在精准满足客户需求的过程中，实现可观的产品销售收入。

最后，对银行理财公司而言，可以发挥自己的专业投资能力，同时拓展销售渠道。“银行理财公司销售渠道开拓能力相对不足，往往依赖母行或某些银行的销售渠道。过去，部分中小银行自己也做理财产品，所以并不看重与银行理财公司的合作。未来双方分工更加明晰，中小银行将强化精准财富管理，而银行理财公司则专注于资产管理，双方共同致力于为客户提供更好的产品和服务。”曾刚说。

理财公司拓展下沉市场

一方面，中小银行积极寻求与银行理财公司合作，以有序压降存量自我管理规模；另一方面，银行理财公司加快下沉代销渠道，以抢占业务先机。

“去年，我们批量引入了陕西省联社下辖行社65家农村金融机构作为代销渠道，因为只有农联社体系能下沉到县乡一级，其他规模较大的商业银行只能到县级层面。我们通过中央数据交换平台打造普惠金融服务模式，加强销售区域覆盖，拓展对接长尾客群。正是因为有这样的基础，在今年中小银行纷纷压降自我管理规模、寻求代销转型的背景下，我们才能有效应对这一市场变化。今年我们打算拓展山东、河南两个

省份的下沉渠道。”上述股份行理财公司人士告诉记者。

记者了解到，招银理财、兴银理财、信银理财等银行理财公司正积极拓展下沉渠道。以招银理财为例，今年以来，其开拓了10余家农村金融机构作为代销渠道，重点聚焦浙江地区，涵盖杭州余杭农村商业银行、瑞安农村商业银行、台州路桥农村商业银行及上虞农村商业银行等农村金融机构。此外，在江苏、广东，亦分别有江南农村商业银行、东莞农村商业银行加盟招银理财。

根据银行业理财登记托管中心数据，银行理财公司合作代销机构数量持续增长，2024年6月全市场有511家机构代销了银行理财公司发行的理财产品，较年初增加20家。此外，银行理财公司也在致力于“依托母行，不依赖母行”的代销策略转变。2024年上半年，银行理财公司持续拓展母行以外代销渠道，在已开业的31家银行理财公司中，3家公司的理财产品仅由母行代销，28家公司的理财产品除母行代销外，还打通了其他银行的代销渠道。

不过，随着销售渠道不断拓展，代销需求日益多元化，客户群体覆盖广泛且需求各异，这对银行理财公司的服务也提出了更多挑战。“不同银行的客户需求不同，同一只产品在不同渠道销售未必产生相同的效果，更好的方式可能是我们针对单个渠道、单个客群提供适应性、有竞争力的产品，由渠道提出需求，我们进行定制化开发。”北方地区某银行理财公司人士告诉记者，为实现这一目标，公司已加大金融科技领域的投入，在客户画像、消费者权益保护、反洗钱、智能运营、数据资产激活等重点领域持续加码，优化定制化服务速度和水平。

牌照申请倒计时

与部分中小银行选择积极寻求与银行理财公司合作形成鲜明对比的是，当前多家理财规模靠前、有望获得银行理财公司牌照的中小银行正紧锣

密鼓地推进牌照申请筹备工作，希望能拿到牌照“大门关闭”之前抓住最后的机会。

中部地区某城商行人士透露，今年6月，监管部门对中小银行压降自我管理规模进行了指导，其中不仅包含新内容，还重申了部分既有要求。“当时部分省份中小银行先接到相关指导，有的银行自我管理业务甚至被要求在2026年底前清零退出。我们后来接到了类似指示。”该人士说。

多位城商行理财业务人士认为，鉴于地域客户群体的需求存在差异，理财服务本土化至关重要，预计监管部门将在尚未设立银行理财公司的省份，挑选符合条件的机构优先发放银行理财公司牌照，而对于拥有一家或多家银行理财公司的省份，新增批复银行理财公司牌照的可能性较低。

某家正在积极筹备申请银行理财公司牌照的城商行人士表示，鉴于其规模、投研能力及市场声誉均位居省内前列，正全力准备申请材料，期望能在明年成功获得牌照。同时，多家理财规模领先的城商行亦接到今年年底前适度缩减理财规模的通知，但在具体实施层面，各地监管要求不尽相同。一些城商行因前期已有效控制规模增速，面临的压降任务较小，而部分理财规模靠前的城商行则需承担更多压降任务。“在这一关键时期，各家银行面临的理财规模压降指标不同，或影响银行理财公司牌照申请结果。”该人士说。

此外，在某些省份，单家银行理财规模在全国范围内并不突出，这些地区倾向于由当地理财规模最大的银行牵头，联合其他银行共同申请银行理财公司牌照。

在业内人士看来，未来银行理财公司差异化发展特征将更加明显。头部银行理财公司依托规模优势走全能化发展路线，凸显平台综合优势；中型银行理财公司依托自身资源禀赋走特色化发展路线，展现品牌标签；小型银行理财公司依托区域聚焦发展，走精品化发展路线，突出区域特征。

人身险预定利率调降 多家保险公司产品上新

● 本报记者 陈露

中国证券报记者近日调研了解到，多家保险公司已上新预定利率2.5%的普通型保险产品，包括年金险、终身寿险、重疾险等。多位保险经纪人向记者表示，与预定利率3.0%的产品相比，新上市的保险产品保费有所上涨。

业内人士表示，在利率下行背景下，保险资金投资收益率持续承压，降低负债成本是资产负债匹配的内在要求。预定利率下调有助于降低人身险公司负债成本、化解利差损风险，促进行业可持续发展。

陆续上线新产品

根据监管要求，自9月1日起，新备案的普通型保险产品预定利率上限为2.5%。预定利率超过上限的普通型保险产品停止销售。多家保险公司9月1日前陆续停售预定利率3.0%的普通型保险产品。此外，多家保险公司已上线新产品。

某保险公司保险代理人告诉记者，9月1日起，该公司上新了一款定期寿险产品，预定利率为2.5%的增额终身寿险和重疾险产品目前还未上新。一位保险经纪人告诉记者：“我们合作的保险公司陆续上线新产品，包括增额终身寿险、重疾险、年金险等，最近每天开早会都在培训学习新产品。”

多家保险公司通过微信公众号发布新产品上市的消息。比如，工银安盛人寿上新多款增额终身寿险、两全保险、重疾险产品；中英人寿推出一款两全保险产品；建信人寿推出新的增额终身寿险产品；复星联合健康推出多款重疾险产品。部分新上架的产品保障责任较此前有所升级。比如，有少儿重疾险增加了基础保障责任、特需医疗服务、专家视频问诊等增值服务。

对于消费者来说，预定利率下调后，保险产品价格或迎来上涨。上述保险经纪人告诉记者，下调后，交同样的保费，增额终身寿险、年金险等储蓄类产品的收益会较此前有所降低；重疾险等保障类保险产品的保费有所上涨，以某款重疾险为例，同样的保障责任，保费较之前上涨约30%。

促进行业可持续发展

业内人士认为，保险产品预定利率下调后，或在短期内对保费收入产生冲击，但长期来看，有助于化解行业利差损风险，促进行业可持续发展。

记者调研了解到，不少消费者在预定利率下调之前赶“末班车”投保。部分上市险企披露的数据显示，8月保险保费收入有所上升。中国人寿公告显示，该公司2024年前8个月累计实现保险保费收入5649亿元，同比增长5.9%；8月单月保险保费收入为414亿元，环比增长22.12%。

上述保险代理人告诉记者：“8

月，不少消费者投保热情较高，赶在预定利率3.0%的产品下架前投保，月最后几天核保部同事一直在加班。我们分公司在8月31日当天合计收到的保费金额相当于此前一个月的保费金额。由于前段时间消费者的保险需求集中释放，9月这几天投保人明显减少。”

业内人士认为，预定利率下调后，保险产品价格上涨、收益率下降，吸引力或有所减弱，再加上部分消费者保险需求提前释放，或在短期内对保费收入产生冲击。

中信建投非银金融首席分析师赵然表示，短期来看，在旧产品停售前，居民对储蓄险的需求会迎来一波集中释放，进一步提振新单保费增速。在旧产品停售后，部分需求提前透支可能导致新单保费增速出现下滑，但新业务价值率可能会受预定利率下调的影响而有所改善。赵然认为，近年来长端利率趋势性下行，保险资金投资收益率持续承压，降低负债成本是资产负债匹配的内在要求。长期来看，预定利率下调有助于降低人身险公司的刚性负债成本，有利于防范化解利差损风险和行业的长期稳健发展。

增加分红险销售占比

业内人士认为，预定利率下调后，分红险的吸引力有望提升。多家上市险企管理层透露，未来将提升分红险的销售占比。

据悉，分红险的收益分为保证收益和非保证收益两部分。保证收益就是预定利率，是分红险产品定价时为保单设计的利率，写入合同；非保证收益是分红，受保险公司投资能力影响，具有不确定性。当前，分红险产品的预定利率上限为2.5%，自10月1日起，新备案的分红型保险产品预定利率上限将调整为2.0%。

东莞证券分析师吴晓彤认为，在低利率环境下，分红险的“保底+分红”价值凸显，各寿险公司主打产品或逐步从增额终身寿险切换至分红险，有利于险企更好地应对利率下行周期资产配置的压力和投资收益波动，对分散部分利差损风险也有积极意义。

太平人寿总经理程永红在中国太平中期业绩发布会上预计，2024年后四个月分红险占比会有大幅提升，明年分红险占比将在50%以上。

中国太保总精算师兼财务负责人张远瀚表示，随着预定利率的下调和宏观环境的变化，公司原来的产品结构已经不太适合客户需求，未来将从保障型业务转向分红型业务。长期来看，分红型产品占比有望超过50%。

新华保险副总裁、总精算师龚兴峰表示，一方面要做优传统险，另一方面要在分红险领域发力，满足客户对于保障、储蓄以及资产传承等多方面需求，从而使得分红险与传统险均衡发展，也希望通过发展分红险带来新的业务增长动力和增长红利。

深耕厚积 实力护航 嘉实中证A500ETF (159351) 重磅首发中

9月10日-20日，嘉实中证A500ETF首发募集开启认购，产品代码159351。作为A股优质龙头资产的新表征，中证A500指数既有面向未来的成长性，行业均衡的特性也契合与当下投资需求。嘉实中证A500ETF有望成为海内外投资者高效布局中国百业龙头资产的投资利器。低位布局A500ETF优选指数投资实力大平台。作为公募领域最早布局指数业务的头部基金公司之一，嘉实基金深耕厚积了丰富的指数投资管理和运营经验，在指数投资权益ETF方面打造了从宽基、风格到高景气细分行业的全系列产品，为广大投资者提供便捷的配置选择。截至2024年中，嘉实基金被动股票资产管理规模超1600亿元，排名全市场第五(5/104)，综合实力位居行业前列。(资产管理

规模数据来自银华证券) 起步宽基主战场，嘉实基金凭借先发优势领跑行业指数投资。2005年嘉实基金推出了业内首只沪深300指数基金，在我国指数投资发切阶段率先为投资者提供了高效布局沪深两市核心资产的配置工具，也奠定了嘉实在被动指数投资领域的开拓者地位。此后嘉实基金围绕沪深300指数深耕细作创造了数个“第一”，沪深300系列也是嘉实主流宽基ETF的旗舰招牌、市场名片：从国内首只跟踪沪深300的指数基金、深交所上市的首只沪深300ETF、深交所首批沪深300ETF期权产品，到以沪深300指数作为参照的指数增强基金嘉实沪深300指数研究增强，以及策略类产品嘉实沪深300红利低波动ETF。截至目前嘉实宽基

ETF广泛跟踪沪深300、中证500、北证50指数、中证科创创业50指数、中证A50等主流指数，均为首批/首只ETF布局者。全系列产品前沿布局，策略广度与深度兼备。根植前瞻性布局 and 精细化管理的综合实力，嘉实基金以深度投研驱动产品研发，宽基之外还聚焦中国经济高质量发展、引导资金流向现代化产业体系，布局了一系列颇具特色的高景气细分行业ETF，为投资者打造了兼顾工具和配置属性的ETF生态圈。截至2023年末，嘉实基金旗下规模排名第一的ETF产品有10只，包括深交所规模最大的嘉实沪深300ETF、嘉实中证500ETF，全市场规模最大的嘉实稀土ETF、绿电ETF、科创芯片ETF等。指数化投资管理能力强，规模加权跟踪误

差小，持续位居行业前列。为了锻造综合实力更强的指数投资管理，嘉实基金专门建立了聚焦Beta产品的研究团队，结合系列数据模型和投资者需求进行产品开发。截至2023年底，嘉实基金指数相关投研人员平均从业年限10年，拥有扎实的专业基础，优势能力圈互补。并构建专业的系统支持和严格的流程控制，多方合力之下，嘉实基金ETF产品的跟踪误差控制在行业内一直保持着领先水平。根红叶茂，本固枝乃荣。作为宽基ETF领域的又一重要落子，嘉实中证A500ETF(基金代码159351)将在完善嘉实全系列产品矩阵的基础上打造更具里程碑意义的“新名片”，满足更多中长期资产配置需求，助力服务实体经济高质量发展。基金有风险，投资需谨慎。