

前有存量规模压降 后有风险识别挑战 中小银行理财业务谋突围



自收到压降自营理财规模的监管要求以来

多家未设立理财公司的银行（简称“非持牌银行”）为维持自身客户黏性，正在积极寻找新出路，包括申请牌照，全方位铺设代销渠道，与理财公司探索合作模式，联合创设理财产品等。

由于各家非持牌银行情况不同，现阶段的工作侧重点有较大区别。对于联合创设理财产品，在采访过程中，多位业内人士表达了顾虑，这类产品大多只是挂了理财公司的名字，底层资产还是由非持牌银行进行管理，理财公司如何有效穿透识别底层资产值得深入探究。

● 本报记者 吴杨

寻找发展新路径

“尽管当前理财牌照竞争很激烈，但我们没有放弃，仍在积极申请和筹备。当然，也会对申请不到牌照带来的影响有所预判，安排解决的方案，包括积极拓展代销资源、有选择地压降理财规模等。目前正在与一些理财公司商讨，探索不同的合作模式。”南方地区某农商行资产管理部负责人表示。据了解，其在银行目前的理财规模已超700亿元，在未设立理财公司的银行中，理财规模相对靠前。

今年以来，监管部门加强了对理财业务的管理，包括严禁使用信托平滑机制、收盘价估值法，要求非持牌银行压降自营理财规模等。有银行称，此前已收到通知，要求其在2026年底前有序压降理财业务规模。对此，不少银行做了多手准备，在积极申请牌照、结合自身资源禀赋结构性压降理财规模之余，探索与理财公司的合作新模式。

目前，全市场共有32家银行理财公司，包括国有大行理财公司6家、股份制理财公司12家、城商行理财公司8家、农商行理财公司1家、合资理财公司5家。2022年仅有北银理财和法巴农银理财两家理财公司获批筹建，2023年以来理财公司的设立进度明显放缓，仅浙银理财1家获批筹建。虽有多家中小银行正在积极申请，但2022年后未再有区域性中小银行理财公司获批。

“还是希望能获得理财牌照，这样就能维持现有客户黏性，满足本地地区的理财需求，肯定是不甘心沦为代销机构。现在，我们处于一个尴尬的境地：一边是我们发行的理财产品被本地客户‘抢着要’，追问我们还有没有更多额度；另一边是监管限增，要求控制规模，至少不要再增加了。总体上鼓励未持牌银行积极开展理财代销业务。”一家总资产超4000亿元的农商行资产管理部负责人表示。按照前述限定时间点的存量理财规模压降要求，涉及众多未持牌中小银行，数万亿元规模的存量理财将进入压降或清理阶段。

除了积极争取牌照外，目前非持牌银行还在与理财公司积极寻求合作，具体包括两种合作方式：一是自营理财转为代销理财，非持牌银行仅作为理财公司的产品代销平台；二是非持牌银行将自己的客户、资产等推介给理财公司，二者联合开发定制化的理财产品。

受访人士普遍表示，伴随存量理财规模压降提速，一些理财规模小或获批理财牌照可能性不大的银行加快了理财代销业务的布局，预计理财代销市场业务竞争会变得更加激烈。“理财业务本就对风险管理和专业人才的要求较高，而且需要达到一定规模的业务量才能实现盈亏平衡，部分银行尚未形成这样的规模优势。再加上没有理财牌照做隔离，可能出现风险传导问题，所以有的非持牌银行开始提前布局和抢占代销资源。”前述南方地区某农商行资产管理部负责人说。

“在牌照少、监管趋严背景下，部分银行已在内部探讨与理财公司联合创设理财产品的模式。”某股份制理财公司相关负责人表示。据了解，联合创设理财产品的运作机制是，非持牌银行向理财公司推介资产，双方共同筛选并确定资产白名单，比如对非标资产实施共同准入，由理财公司纳入这些资产并发行产品，随后由非持牌银行进行全额代销。

“抢占代销渠道是大部分非持牌银行正在发力的方向。关于与理财公司的其他合作模式，更多还处于内部研讨阶段，因为模式能否落地与各地经济发展、监管态度等密切相关。”前述南方地区某农商行资产管理部负责人说。

代销优势尚待强化

“目前，我们正在努力引入和对接更多的理财公司资源。”在采访过程中，不止一家非持牌银行相关负责人如是说。但在理财代销市场竞争日趋激烈的背景下，相较持牌银行，非持牌银行的代销能力有待加强。

从宏观上看，理财行业的代销渠道正在发生变化。“理财产品销售渠道市场化特征日趋明显，根据各自定位、投资者偏好等因素，理财公司与银行在代销合作关系、渠道端上架产

品方面进行双向选择。”北方地区某城商行相关负责人表示，对于理财公司而言，由于母行资源禀赋、零售业务战略的不同，拓展行外代销机构的策略会有所差异。例如，股份行理财公司对非母行代销渠道拓展态度积极，而国有大行理财公司对非母行代销渠道拓展态度较为保守。

今年上半年，代销理财公司发行的理财产品的机构数量突破500家。银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场半年报告（2024年上）》显示，截至2024年6月末，全市场有511家机构代销理财公司发行的理财产品，较去年末增加20家。

当前，部分非持牌银行正在加速布局理财代销业务。有业内人士表示，虽然国有大行理财公司管理资产规模大，但在拓展代销渠道方面相对保守，代销渠道数量较少，且较少与中小银行合作。

“一般而言，倘若通过中小银行代理销售，相较中小银行自营理财，国有大行理财公司发行的理财产品在收益率方面优势不大，再加上国有大行自身渠道很多，内部足够‘消化’现有额度。同时，相较股份行理财公司，国有大行理财公司的销售和考核压力不大，拓展代销渠道动力不足。”前述北方地区某城商行相关负责人表示，而且国有大行理财公司对代销机构的准入要求很高。

“代销渠道的拓展方向以国股行、省级城商行为主，再加上部分头部互联网银行。通过体量较小的中小银行代销可能‘得不偿失’，前期系统测试、对接等耗费了大量成本，还要支付代销费用等。倘若上线后销售情况欠佳，整体算下来可能出现亏损。”南方地区某城商行理财公司相关负责人补充道。

需要注意的是，代销合作是一个双向选择的过程，需要先进行机构准入再进行产品准入等系列操作。2021年发布的《理财公司理财产品销售管理暂行办法》规定，理财公司应对代销销售机构开展尽职调查，实行专门的名册制管理并定期评估，明确规定准入标准和程序。

“一般来说，我们会根据机构的代理销售数据、管理情况等综合选择代销机构，准入的农商行的确较少。”某国有大行理财公司相关人士表示，签署了合作协议的机构不一定进入到实际产品代销环节，只有完成系统对接、筛选出合适的产品后才会开始实际的代销合作。

识别底层资产有难度

多位受访人士普遍表示，非持牌银行在与理财公司探讨合作模式过程中，需关注底层资产识别问题。

“即使是转化为代销平台，在推进理财公司和产品准入的过程中，也需要关注底层资产风险情况。有的代销机构会定期要求理财产品供给方提供底层资产材料，避免给代销机构带来声誉风险。”前述总资产超4000亿元的某农商行资产管理部负责人表示。

尽管联合创设理财产品的合作模式，看似在规模压降和维护非持牌银行现有资源间达到了平衡，但其背后可能存在的风险不容忽视。

“直白地说，这种模式可以理解为非持牌银行借用理财公司产品名字来卖产品，底层资产主要由非持牌银行进行管理。在理财产品净值化转型背景下，这种模式风险还是较高的。因为产品是以理财公司的名义进行销售，理财公司就需要对每一笔底层资产负责。但这种模式可能存在一定的信息盲区，理财公司很难了解底层资产全貌，比如非持牌银行可能配置一些低评级的城投债券。”前述某股份制理财公司相关负责人表示。

信息盲区具体体现在哪？前述南方地区某农商行资产管理部负责人解释道：“由于非持牌银行对本地信用债情况更了解，包括其收益率、信用利差等，在向理财公司推介资产时会倾向于选择这类资产。与此同时，理财公司需要进一步评估资产信用风险，方可实现资产准入，但一些理财公司对当地情况不了解，在穿透识别底层资产方面会十分被动。”

“与非持牌银行共建投资策略库的白名单，可能导致区域集中度过高的问题。在全市场找资产，可能意味着在全国范围内找优质、性价比高的资产。若共建白名单，资产可能会集中在非持牌银行所在的区域。”前述某股份制理财公司相关负责人表示，虽说是共建，但在资产推介方面，非持牌银行的“强势地位”可能更突出。

此外，多位受访人士认为，联合创设理财产品能否落地，还与当地监管部门的态度密切相关。倘若监管部门的态度保守，联合创设理财产品面世的可能性就不大。但如果非持牌银行仅做产品代销，那么该行的资产管理部门就会丧失存在的必要。如何在风险与收益、多方利益之间寻得平衡点，目前多家非持牌银行仍在上下求索。

质量至上 规模让位 理财公司监管评级办法呼之欲出

● 本报记者 李静

中国证券报记者从业内人士处获悉，《理财公司监管评级与分级分类监管办法》有望在近期正式出台。此前，国家金融监督管理总局曾表示，将根据监管评级结果对理财公司实施分类监管，对于评级好的理财公司，支持其优先开展综合性、创新试点类业务。

值得一提的是，今年5月，监管部门就理财公司监管评级办法在行业内征求意见，引发了热烈讨论。该办法重点考察理财公司的质量，具体包括投研能力、消费者权益保护、系统建设等方面，不再把在管规模作为得分项。记者了解到，当前已有理财公司做出相应调整，例如加大对理财产品业绩达标率的考核力度。

开展分级分类监管

今年8月，金融监管总局在对政协第十四届全国委员会第二次会议第04805号（财税金融类294号）提案的答复中表示，目前金融监管总局正在抓紧起草《理财公司监管评级与分级分类监管办法》，拟将养老理财产品等养老金融业务开展情况纳入理财公司监管评级重要考虑因素，并依据监管评级结果对理财公司实施分类监管。

金融监管总局强调，对于评级优良的理财公

“理财公司监管评级办法的征求意见稿参照了部分其他金融行业成熟的评价体系，设置了相应的得分项与扣分项，考察重点是质量，涉及消费者权益保护、公司声誉管理等多项内容。”

司，支持其优先开展综合性、创新试点类业务。

事实上，市场对于《理财公司监管评级与分级分类监管办法》的出台早有预期。

原银保监会2022年发布的《理财公司内部控制管理办法》明确，银保监会及其派出机构应当对理财公司内部控制执行情况和有效性进行持续监管，逐步建立理财公司评价体系。

当前，金融监管总局资管机构监管司统筹理财、信托、保险资管的监管工作，而有关保险资产管理公司与信托公司的评级办法已经出台。

2021年出台的《保险资产管理公司监管评

级暂行办法》明确，监管评级主要从公司治理与内控、资产管理能力、全面风险管理、交易与运营保障、信息披露等五个维度指标对保险资产管理公司进行综合评分，五个维度指标满分分别为20分、30分、25分、15分、10分。根据2023年出台的《信托公司监管评级与分级分类监管暂行办法》，信托公司监管评级包括公司治理、资本要求、风险管理、行为管理、业务转型五个模块，分值权重分别为20%、20%、20%、30%、10%。

“理财公司评级办法出台是迟早的事，并且很有可能在一定程度上借鉴保险资产管理公司与信托公司的评级办法。”北方地区某理财公司人士说。

推动综合能力提升

早在今年5月，对于监管部门就理财公司监管评级办法在行业内征求意见的讨论就已热烈展开。

记者多方获悉，理财公司监管评级办法的征求意见稿参照了部分其他金融行业成熟的评价体系，设置了相应的得分项与扣分项，考察重点是质量，涉及消费者权益保护、公司声誉管理等多项内容。“这份评级办法不再将在管规模作为得分项，更注重考量理财公司的投研能力、系统建设情况等。其中，对于投研能力的评价不仅依

据收益率，还综合考虑产品线的丰富度、底层资产配置、回撤控制等多个维度。”某城商行理财公司人士表示。

业内人士认为，《理财公司监管评级与分级分类监管办法》的出台有望积极引导理财公司践行长期投资、价值投资理念。“理财公司作为一类专业的资产管理机构，监管方还是希望其能提升投研能力、综合服务能力，从而给投资者创造长期稳定的收益。”东部地区某理财公司人士表示。

开源证券银行业首席分析师刘呈祥认为，若《理财公司监管评级与分级分类监管办法》出台，将对行业格局产生较大影响。国有大行理财公司的投资风格一向稳健，相对符合监管导向，未来有望获得较高的监管评级，从而优先获得部分业务试点的机会，规模也将继续保持在行业前列。股份行、城商行、农商行理财公司的投资风格分化会较大，部分理财公司投资风格或趋向稳健，比如在资产配置上会减少资管产品嵌套、非标投资，提升标债占比。

已有理财公司开始行动

南方地区某理财公司人士告诉记者，自监管部门就该文件向业内征求意见以来，公司已经加大了对理财产品业绩达标率的考核力度。