

理财子公司未来发展建议

常红

(中国邮政储蓄银行吉林省分行 吉林 长春 130000)

摘要:为解决《商业银行法》带来的多重嵌套、刚性兑付问题,有利于金融监管和资管行业长远发展,在“资管新规”等制度规范要求下,理财子公司成立。从2019年到2020年末,理财子公司在万众瞩目下经过3年的发展,不断推进净值化转型发展,市场地位日渐提高。然而,理财子公司出现的问题随之显现,“保本保收益”的利器失去,业务大而不强,业务转型压力大,主动管理能力不足等问题日益突出。本文针对理财公司发展存在的问题进行分析,并结合当前宏观经济及市场情况,借鉴同行发展经验,提出旨在有利于理财子公司未来发展的参考性建议。

关键词:理财子公司;发展转型;主动管理;投研能力;高质量发展。

引言:随着理财子公司的发展壮大,作为资管体系中的新兴主体,其发展情况如何,未来如何走好发展道路等受到越来越多的关注。本文从理财子公司成立的背景入手,再介绍理财子公司发展情况,剖析业务发展过程中面临的问题和挑战,最后提出有利于理财子公司未来发展的几点建议。

一、理财子公司产生的背景

为打好防范化解重大金融风险攻坚战,解决《商业银行法》带来的多重嵌套、刚性兑付问题,有利于金融监管和资管行业长远发展,2018年4月“资管新规”应运而生,要求“主营业务不包括资产管理业务的金融机构应当设立具有独立法人地位的资产管理公司开展资产管理业务,强化法人风险隔离”,“建立资管子公司”,实际上是专门针对商业银行的,主要基于两方面的考虑:一是将银行理财这一最大的资管业务参与主体置入法律监管的范围内;二是让银行理财业务真正实现独立运作,与传统业务风险隔离,为银行理财业务的市场化、专业化运营创造条件。

2018年12月,中国银保监会正式发布《商业银行理财子公司管理办法》,理财子公司正式成为一类全新的商业银行投资的非银行金融机构。理财子公司实现了“资管新规”提出的“公平竞争”原则,在产品准入、销售分销和投资管理等部分与公募基金和资金信托计划站在了同一起跑线上,加上银行固有的渠道优势和信誉优势,理财子公司成为资产管理行业中重要的参与者。

二、全国理财子公司发展情况

2019年6月,工商银行理财子公司在全国首家获准开业。截至2020年末,全国已有24家理财公司获批筹建,其中20家已正式开业。产品存续余额6.67万亿元,占全市场比例达25.79%。

理财子公司产品主要特点:开放式产品占比超八成。截至2020年底,开放式产品存续余额占理财公司全部产品的80.61%。以固定收益类产品为主。理财公司存续产品中固定收益类产品规模最大,占比92.26%,其次是混合类产品,占比7.47%。权益类产品占比仅为0.27%,初期主要通过FOF、MOM和私募股权等形式探索布局,且多采取私募形式募集。封闭式产品期限较长。理财公司存续的封闭式产品中,期限一年以上产品的存续余额占比78.4%。投资标的以债券为主。截至2020年底,债券配置占

比全部资产64.54%。

三、理财子公司发展存在的问题及面临的挑战

得益于传统“资产池+刚性兑付”的运作模式,理财业务占据我国资管市场30%左右的份额,但理财产品净值波动,“保本保收益”的利器失去,理财业务大而不强的问题日益突出。综合来看,理财子公司面临的问题及挑战主要体现在以下几方面。

1.业务转型压力较大。受存量资产期限长、品种多、结构复杂等因素制约,总体处置压力较大,“资管新规”过渡期延长到2021年年底也是监管机构基于处置难度较大考虑。新业务发展方面,受制于客户培育、投研能力、风险管理、IT系统、后台运营等配套体系建设,难以在短期内比肩市场化资管机构。普遍发行较好的产品主要是期限短、流动性好、净值相对稳健的现金类和固收类产品,其他类型的产品发行数量、规模相对滞后。

2.市场竞争日趋激烈。理财子公司直面公募基金、券商资管、保险资管、海外资产管理公司等市场化机构的竞争,业务短板领域日益凸显。未来基金子公司与理财子公司之间的业务重叠度高,同质化竞争将不可避免。

3.主动管理能力不足。银行理财子公司与经验丰富的信托、基金、券商资管等理财机构相比,投研能力较为薄弱,投资品种较为有限,主要局限在境内的债券、非标、同业等固定收益资产领域,难以开展跨市场、跨资产品种的大类资产配置。另外,理财子公司投资策略较为单一,以安全获取利息收入为主要立足点,在获取资本利得收入方面能力不足,难以适应多变的、尤其是低利率的市场环境;投资模式以被动资产获取为主,管理的精细化水平有待提升。

四、未来发展建议

在经济高质量发展的新阶段,理财子公司作为商业银行服务金融供给侧改革的重要抓手,应依托母行优势,大力发展直接融资,未来聚焦打造核心竞争力,走高质量发展道路。具体几点发展建议:

1.银行理财子公司要继续加强投资者教育,让客户打破刚兑预期,接受产品净值的合理波动。

2.坚持行司协同发展,并搭建外部的生态圈投研体系。理财

子公司要借鉴母行稳健的信用风险管理经验,实现业务稳定健康发展。加强客户体系共享,充分挖掘母行客户的投资理财需求,以优质的产品和服务开展客户拓展和维护。同时,要与市场上优秀的外部机构加强业务的联动协同,搭建研究生态圈、投资生态圈,在产品销售、投研体系等多领域加速布局。

3.突出子公司差异特色。第一,要充分认识客户的需求特点,运用“固收+”“量化对冲”等绝对收益策略,重点打造几款稳健收益型的“拳头产品”,优化客户的投资体验,有效满足客户对稳健收益的需求。第二,可通过C2B产品定制的方式满足私人银行、财富客户的个性化理财需求,通过一揽子资管解决方案增强客户黏性。第三,近期“跨境理财通”业务试点正式落地,也将为理财业务打开更广阔的市场。

4.发展具备全资产谱系的投资能力。理财子公司在开展全谱系、多资产、多策略投资时,覆盖货币市场工具、债券、ABS、REITs、项目融资、股票、定增、股权、商品衍生品,还包括各类指数工具等,资产谱系的广度和深度都较公募基金大很多。此外,还需要国际化的资产配置,跟踪海外市场做投资。

5.推进数字化转型,寻求科技赋能。提升数据价值挖掘能力,充分满足客户的需求,让“合适的产品,在合适的时间,卖给合适的客户”。近期《关于组织开展金融科技赋能乡村振兴示范工程的通知》出台,理财子公司应努力做好金融科技赋能乡村振兴,

打造理财业务新优势。

6.加快推进投研能力建设。以投研一体化为目标,对标公募基金,以投资经理负责制为核心,实现投资人员责权利对等,进一步促进投资组合的精细化管理。在投资决策委员会管理框架下,构建覆盖宏观、行业、策略等自上而下的投研体系。

结束语:理财子公司作为新兴的资管机构参与者,在净值化转型发展的过程中,要充分认识自身存在的问题与不足,发挥自身优势,加强投资者教育,与母行协同,突出差异化特色,推进数字化转型,加快投研能力建设,积极谋求专业性、市场性、差异化发展道路。

参考文献:

- [1] 中国理财业市场年度报告(2020年),P:47-56.
 - [2] 顾卫平.2021 卓越竞争力金融峰会,演讲资料,2021年11月.
 - [3] 吴姚东.《投研科技双轮驱动 助力银行理财高质量发展》演讲稿,2021年度中国银行业高质量发展论坛.2021年11月.
- 作者简介:常红,中国邮政储蓄银行吉林省分行,金融同业部,1984年11月出生,女,汉族,吉林长春人,研究生学历,职称:中级经济