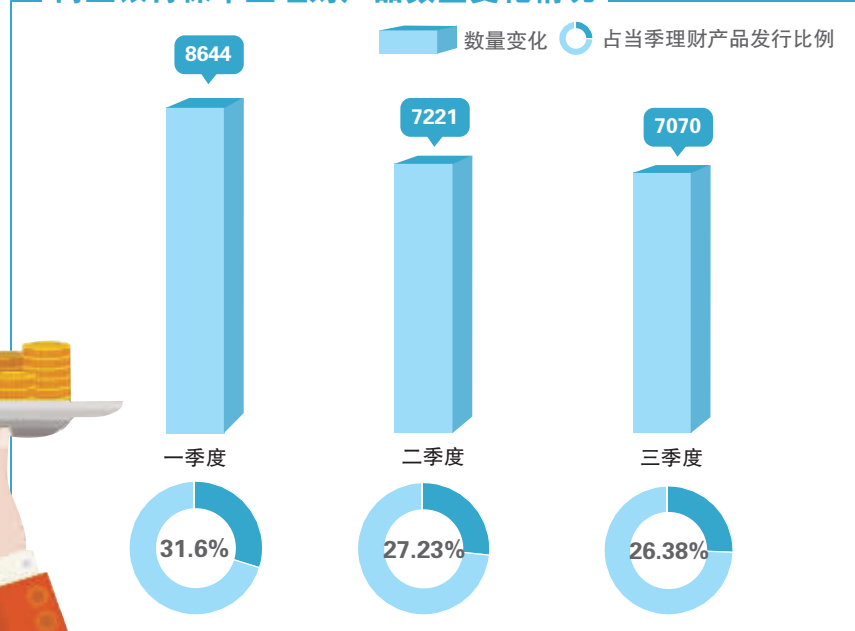


# 交行多款保本理财提前下线

“资管新规”落地一年有余,为落实监管要求,部分银行开始“淘汰”不符合要求的理财产品。11月14日,北京商报记者获悉,交通银行将于2019年11月20日起停止办理“沃德薪金定投组合”产品,一同“下线”的还有该行多款保本型产品。分析人士指出,从产品属性来看,该理财产品属于预期收益型的保本浮动收益类产品,而根据“资管新规”,预期收益型产品及保本产品均要退出。随着资管新规过渡期的推进,银行对“不合规”产品的退出、清理工作将逐步展开。

商业银行保本型理财产品数量变化情况 (单位:款)



## 银行理财业务持续瘦身

交通银行日前在官网发布《关于停止办理沃德薪金定投组合产品的公告》(以下简称《公告》)称,为落实监管要求,将于2019年11月20日起停止办理“沃德薪金定投组合”产品,并提前终止“沃德薪金定投组合”产品协议。

《公告》提到,用户有权在2019年11月20日前按产品协议约定终止协议,自2019年11月20日起,该协议自动终止。若协议在零存整取账户内本金转投理财产品后终止的,用户持有的理财产品本金及收益将在提前终止日后的两个工作日内到账。

从产品属性来看,“沃德薪金定投组合”产品是交通银行推出的专属组合优惠业务,每月根据客户设定的“每月定投金额”和“每月扣款起始日”自动进行扣款,扣款款项存入一年期零存整取账户,一年期零存整取账户到期且本金累计满5万元后转投“得利宝·天添利-沃德薪金”人民币理财产品。

北京商报记者查询交通银行官网发现,该行分别在2016年3月10日、2016年4月15日、2016年5月20日、2016年8月31日对“沃德薪金定投组合”产品预期年化收益率进行了调整,以存续天数1-180天产品为例,首次调整前,该产品的预期年化收益率为3%,经历了三次调整,该产品预期年化收益率持续缩水,第四次调整后的预期年化收益率为2.4%。从其他调整后的产品收益率来看,“沃德薪金定投组合”18(含)-360天产品预期年化收益率为3.1%;36(含)-540天产品预期年化收益率为3.2%;72(含)以上产品预期年化收益率为3.5%。

北京商报记者还注意到,“得利宝·天添利”C款、“得利宝·天添利”C款(至尊版)、“得利宝·天添利”D款、“得利宝·天添利”D

款好生意版、“得利宝·天添利”D款薪金版5款保本理财产品也将于11月20日提前终止运作,原因同样为“符合资管新规要求”。

对于相关产品提前终止的具体原因、存续规模等问题,北京商报记者试图采访交通银行,但并未得到回复。

## 不合规产品清理大幕拉开

在分析人士看来,保本理财等不符合资管新规原则的产品逐渐退出市场的大幕已然拉开。2018年4月27日《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》(即“资管新规”)出台之后,理财产品市场迎来巨变,保本保收益的理财产品即将成为历史,交通银行此举和监管要求也不无关系。

北京商报记者发现,早在2018年7月22日起该行就已停止办理“沃德薪金定投组合”产品的签约业务。在普益标准研究员于康看来,根据资管新规要求,资产管理业务是金融机构的表外业务,金融机构开展资产管理业务时不得承诺保本保收益。金融机构不得在表内开展资产管理业务。融360大数据研究院分析师刘银平指出,交通银行的“沃德薪金定投组合”是一年期零存整取存款+“得利宝·天添利-沃德薪金”人民币理财产品,该理财产品属于预期收益型的保本浮动收益类产品;此次提前终止运作的“得利宝·天添利”等产品也属于保本型产品,而根据“资管新规”,保本产品均要退出。

在监管明令要求下,银行理财业务转型升级提速,对存量理财业务的处理,交银理财相关负责人此前向北京商报记者透露,交

银理财已经发布了首批子公司理财产品,产品的监管申报和投资运营完全由子公司独立完成,在业务系统上实现了母行产品、子公司产品的完全物理隔离,此外,还与母行建立了基于代销关系的协议关系与营运流程:“未来会在监管合规、客户权利有保障的情况下稳步开展产品迁移工作。”该负责人表示。

## 业务转型迎阵痛

在保本理财规模压缩、非保本理财向净值化“蜕变”的背景下,理财业务也正经历着转型的阵痛。普益标准“银行理财市场季报”显示,今年一季度,商业银行发行的保本型理财产品数量为8644款,二季度这一数字下降至7221款,三季度进一步缩至7070款,占当季理财产品发行比例分别为31.6%、27.23%、26.38%,呈现不断缩水的态势。

在刘银平看来,银行理财存量产品消化完成、转型结束之后,投资者对净值型理财产品的接受程度将会逐渐提升,理财规模将恢复增长,理财业务自然也会跟着增长。尤其是理财子公司的投资渠道更加宽泛,将会发行更多具有吸引力的理财产品,盈利能力比传统银行更强,不过对于很多小型银行来说,资管竞争力将会进一步削弱,不得不考虑理财业务转型的问题。

“银行在压缩存量老产品的同时,应及时布局新产品满足客户的需求,比如当前有不少银行通过现金管理型产品稳客户、增规模。”于康说道。

北京商报记者 孟凡震 宋亦桐

# 金融壹账通赴美IPO

北京商报讯(记者 孟凡震 实习记者 刘四红)金融系金融科技公司将添首个上市案例。美东时间2019年11月13日,中国面向金融机构的商业科技云服务平台金融壹账通宣布已向美国证券交易委员会公开递交招股说明书,将以交易代码“OCFT”申请美国存托股票(ADS),在NYSE或NASDAQ全球市场上市。据悉,目前每股ADS所代表的普通股数量、将要发行的ADS和普通股数量以及拟公开发行的价格区间等都尚未确定。

金融壹账通披露的招股说明书显示,自2015年12月成立以来,金融壹账通的业务稳定增长,营收自2017年的5.81亿元人民币(0.81亿美元)增至2018年的14.14亿元人民币(1.98亿美元),增幅近143%。截至2019年9月30日的9个月,金融壹账通营收为15.55亿元人民币(2.17亿美元)。

尽管营收高速增长,但金融壹账通的利润并未同步跟上。招股书数据显示,2017年、2018年,金融壹账通净亏损分别为6.07亿元人民币、11.9亿元人民币(1.67亿美元),截至2019年9月30日的9个月,金融壹账通净亏损10.49亿元人民币(1.47亿美元),相对去年同期净亏损0.82亿美元,亏损金额仍在进一步加大。

对于近几年的经营亏损情况,金融壹账通在招股书中提示,公司仍处于发展初期,客户群的快速增长会在短期内增加收入成本,因金融壹账通在业务过程中承担了大部分预付费用,且后续仍将继续花费大量费用开发解决方案,因此预计将来会继续发生经营亏损,且可能暂时无法实现或维持盈利能力。金融壹账通进一步补充:“我们发展业务的花费较预期更高,且可能无法增加收入以抵销我们的运营费用。如果我们无法实现或维持盈利能力,我们的ADS市场价格可能会大幅下降”。

此外,平安集团联席CEO陈心颖今年曾在平安集团中报业绩发布会上公开回应:“平安科技业务的孵化和成长分为四个阶段,从建平台、引流量,到产生收入,最终产生利润。目前集团对于金融壹账通的定位还在第二到第三个阶段之间。金融壹账通50%的成本是放在新产品上,如果不做新产品的马上可以盈利。但金融壹账通还会持续进行创新产品的开发和投入。”

有业内人士指出,金融壹账通的上市对

平安集团来说意义深远。近年来,中国平安围绕金融服务、医疗健康、汽车服务、房产服务、智慧城市五大生态圈,构建了“科技赋能金融、科技赋能生态、生态赋能金融”的战略发展路径。而此次金融壹账通赴美IPO是继平安好医生2018年5月在港交所正式挂牌上市后,平安集团五大生态圈中又一家科技类企业启动上市进程。

北京商报记者注意到,脱胎于平安集团的金融壹账通经过多年的发展,业务定位已从早前为C端客群提供一站式的金融生活服务切换至为中小金融机构提供全产业链的科技赋能方案。

金融壹账通在招股书中介绍,金融壹账通采用“使用-深化-融合”的三步走商业模式,主要通过交叉销售更多产品来深化客户关系,实现平台融合。目前,金融壹账通的商业科技云服务平台覆盖银行、保险、投资等金融行业的多个垂直领域,包括从营销获客、风险管理到客户服务的全流程服务,和从数据管理、智慧经营到云平台的全体系底层技术服务。

一资深行业观察人士在接受北京商报记者采访时表示,金融科技是一个有前景的市场,尽管部分公司打着金融科技旗号行一些非法之事,但也不乏踏踏实实干事的金融科技公司在。金融科技不断向好的行业趋势以及庞大的市场需求背景下,金融壹账通基于中小金融机构现有场景和痛点,为其提供相应解决方案,短时间内难免会付出大量的资本成本及人力成本等,因此,从金融壹账通的业务模式来看,尽管其目前未实现盈利,但未来市场价值仍然可期。

15.55 亿元

截至2019年9月30日的9个月,金融壹账通营收为15.55亿元人民币(2.17亿美元)。

# 10月以来18只基金调低管理费率

北京商报讯(记者 孟凡震 刘宇阳)公募基金降费潮已从被动产品延伸至主动产品。11月14日,长盛基金发布公告称,将旗下一只定开债基的管理费率由0.6%降至0.3%。北京商报记者注意到,10月至今,多达18只主动管理型基金相继调低管理费率,部分更是管理、托管费率双降。业内人士透露,主动产品降费率大概率与机构投资者需求有关。另外,随着未来公募基金市场持续发展,主动产品降费也将成为大势所趋。

11月14日,长盛基金发布关于长盛年年收益定期开放债券型证券投资基金(以下简称“长盛年年收益定开债”)降低管理费率并修改基金合同的公告。公告内容显示,自11月14日起,该基金的管理费率由原来的0.6%调整至0.3%。

除了长盛年年收益定开债以外,北京商报记者注意到,还有多只基金也在近日公开表示下调费率。据不完全统计,10月以来,截至11月14日,至少有18只主动管理型基金先后发布公告表示降低管理费率,部分产品还将管理费率与托管费率一同降低。就基金类型而言,灵活配置混合型基金更积极,共有14只产品宣布降低管理费率。其中,有4只产品为管理费率与托管费率双降。

降费幅度方面,北京商报记者发现,14只混合型基金中,诸多调整前管理费率高达1.5%的产品,此次均作出了较大的调减,如招商盛合灵活配置混合、天弘策略精选混合两只基金降幅高达六成,调整后管理费率均只有0.6%,已接近ETF(交易型开放式指数基金)的平均管理费率。

就基金公司密集降低基金费率的原因,长量基金资深研究员王骅表示,下调管理费率可能和基金的投资者结构有关,如果机构资金占比较高或者直接转为机构定制,那么机构可能会要求调整管理费率降低持有

期成本。

南方一家基金公司内部人士也坦言,如果有机构的大额资金拟投入基金产品中,那么基金方面也有可能降低费率作为优惠。不过,在此之后,产品费率大概率保持现状,不会再次提升,对于后买人的投资者来说,也是一种让利。

事实上,近年来公募基金产品数量逐渐增多,尤其是被动指数型产品由于同质化情况明显,也由此引发了被动产品的降费潮。在此之前,多数产品均收取0.5%的管理费率和0.1%的托管费率。而在降费潮之下,0.15%的管理费率加0.05%的托管费率则成为了新一轮的最低标准。当前,这一趋势也影响到了主动管理型产品。

王骅表示,对于主动权益类基金来说,虽然目前“1.5%管理费率+0.25%托管费率”仍是市场主流,但是近期不管是ETF主动降费还是新发的产品都有降费的趋势。一方面,存量基金的数量和规模都很庞大,新发市场的产品数量众多,主动降费能在新基金销售时提升吸引力。另一方面,银行理财子公司来势汹汹,主动降费也是金融普惠的一种举措,提升公募基金产品的竞争力。

另外,王骅还表示,部分基金费率设置的变化,也成为了基金公司差异化发展的缩影。具体来看,基金公司的赚钱模式可能从单一依靠管理费收入,慢慢转变为通过股票转融通、投顾服务来赚钱,FOF、养老目标基金、北上资金等长期配置资金的流入,也都将推动作为优质资产配置原料的配置型基金扩容,那么这些指数基金、ETF等被动型产品的费率有可能出现普降。而一些选择精耕细作的基金公司、争取超额收益的基金公司则可以设置浮动管理费率制度,这有利于激励基金公司倾力做好投资业绩,以投资者赚钱为核心去做好经营管理。

# 银行为何集体“营销”手机号转账

北京商报讯(记者 孟凡震 吴限)11月14日,北京商报记者注意到,近期包括工商银行、农业银行等多家商业银行纷纷在官方微信公众号上主动推广“手机号码支付”以及“转账”功能。在分析人士看来,推出此类业务的目的是,银行有意增加手机银行App活跃度,以抢占支付市场。

“手机号转账”业务是人民银行依托网上支付跨行清算系统推出的面向个人客户开放的“手机号码支付”业务,让客户更加便捷、快速实现跨行支付。在该功能的支持下,近期工商银行、农业银行、浦发银行、中信银行、民生银行、宁波银行、江阴农商行等银行纷纷在微信公众号上推荐“手机号转账”功能。

北京商报记者通过工商银行手机银行App亲测了手机号码支付的开通流程:打开工商银行手机银行App界面依次点击“最爱”“转账汇款”“更多功能”“手机号收款”“绑定”,确认绑定信息并获取短信验证码,输入验证码后再通过人脸识别就完成了绑定。记者另体验了招商银行手机银行App“手机号转账”功能,只需输入收款人手机号和姓名,就向工商银行账户完成了快速转账。

值得注意的是,一个手机号码可以关联多家银行,但一家银行只能绑定一张银行卡,并且不支持绑定信用卡。当收款人手机号绑定多家银行的卡时,转账款项将转入默认绑定银行账户中。另外,在使用手机号转账时,若收款人手机号已绑定收款银行账户,款项将实时入账;若未进行绑定,汇款银行将向收款人手机号发送短信,收款人按照要求在规定时间内回复卡号收款。

此外,由于各家银行服务的不同,在转账限额上也有一些差异。例如,工商银行用户使用手机号转账时,如收款人未绑定手机号或向他行绑定账户汇款,单笔不超过5万元。交通银行手机号转账限额以转出卡为单位,单笔转账限额5000元,日累计限额5000元。江阴农商行手机号转账额度同转账汇款业务共享账户的总额度,单笔限额为5万元。

银行上线“手机号支付”功能是为了方便用户体验,提升支付效率。苏宁金融研究院研究员黄大智表示,传统的银行转账业务,需要填写银行账号、户名等信息,流程繁琐,且银行账号不易记住,用户体验很差,相比之下,手机号作为日常交流通讯的号码,用其作为转账的账号,比银行卡号要

更为便捷。

在麻袋研究院高级研究员苏筱芮看来,银行开通手机号转账业务一方面是为了方便用户体验,不再需要输入繁杂的卡号、户名、开户行等信息,提升了支付效率;另一方面,通过设置新功能来吸引用户,抢占支付市场。

“实际上,今天银行业在零售渠道的竞争,很大程度上就是手机银行App的竞争。银行主动营销手机号转账就是为了抢占用户,同时也达到活跃手机银行App的效果。”一位资深银行业人士指出。

事实上,除了商业银行外,支付宝、微信支付也均有类似功能。分析人士指出,目前支付宝、微信等基本满足日常小额消费转账需求,而人们对大额转账则依赖于银行系统。银行推广手机号转账服务,可与支付宝、微信形成一定补充。黄大智认为,通过支付宝、微信支付虽然十分便捷,但这些第三方支付工具开始对提现、还款等业务收费,对转账金额限制较多;而常规银行转账需要输入多项信息,安全验证程序相对复杂。银行的“手机号转账”功能则兼具了这两者的优点,对于用户更加便捷,对于支付宝、微信的替代性或会更高。