

银行理财产品超额收益怎么分

随着资管新规的实施,银行理财产品净值化转型提速,收益率不再固定,而是跟随市场波动,这也意味着投资者可能获得高于业绩比较基准的超额收益。那么超额收益如何分配?是银行独揽还是与客户共享?5月17日,北京商报记者调查发现,银行理财子公司已经开始让利客户,按50%-80%不等的比例收取超额业绩报酬(浮动管理费),而部分母行发行的理财产品仍在100%收取产品的超额收益。

◇银行理财产品收取费用情况



多公司收超额收益

银行理财产品收取的费用一般包括固定管理费、销售手续费、托管费和超额业绩报酬等。前三种费用的收取标准较为清晰,按照固定费率“明码标价”;而超额业绩报酬是作为浮动管理费收取,对超过业绩比较基准的收益进行按比例收取。

北京商报记者调查多份产品说明书发现,工银理财、中银理财、交银理财、农银理财、建信理财、兴银理财、杭银理财等公司会对理财产品收取超额收益,多数收取比例在50%(含)以上,个别理财子公司收取100%的超额业绩报酬。例如,工银理财5月12日-14日发行的“工银理财·恒鑫固定收益类期间分配封闭净值型产品(2020年1号)”,业绩比较基准为3.8%(年化,下同),当产品到期时若年化收益率超过业绩基准,超过部分的20%归客户所有,其余80%作为工银理财的浮动管理费。

通俗来说,也就是当上述产品到期时,若最终年化收益率低于或者等于3.8%,客户获

得实际收益率,工银理财不收取浮动管理费;反之超过3.8%时,工银理财收取浮动管理费,超出的部分客户和工银理财2:8分成。

对于收取超额业绩报酬的缘由以及收费标准等问题,交银理财相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,一切以产品说明书为准。某国有银行客户经理也并未直接解释原因,而是表示:“净值型理财产品都是有业绩报酬的,收取的方式和收取的比例都不太一样”。

但与理财子公司多数采取“分享”超额收益的模式不同,北京商报记者注意到,不少理财子公司的母行仍在100%收取产品的超额收益。比如,工商银行一款“步步为赢2号收益递增型灵活期限人民币理财产品WY1002”,在说明书中指出“按照约定的预期最高年化收益率支付客户收益后,将超过部分作为银行投资管理费收取”。此外,交通银行、农业银行等银行的部分理财产品也有类似规定。

分配比例存差异

超额业绩报酬因产品类型、风险等级的

不同,收取的比例差异较大。北京商报记者调查部分近日正在发售的理财产品发现,对于混合类以及风险等级高的固定收益类产品,理财子公司一般收取的超额收益相对较低。

以工银理财为例,该公司5月12日发行的“工银理财·恒睿平衡混合类封闭净值型理财产品(20HH6109)”,为混合类非保本浮动收益型,风险等级为PR3,业绩比较基准为4.1%,若到期时年化收益率超过4.1%,超过的部分客户可分到70%,工银理财收取30%作为浮动管理费。而上述工银理财案例中的产品“工银理财·恒鑫固定收益类期间分配封闭净值型产品(2020年1号)”,风险等级为PR2,工银理财将收取80%的超额收益。

对此,融360大数据研究院分析师殷燕敏表示,超额收益的分配制度有所差异,是银行依据底层产品的投资标的可获得超额收益的概率、可获得超额收益的最大区间以及客户所承担的风险大小而决定的。她指出,固定收益类产品很难获得很高的超额收益,同时投资者承担的投资风险也相对偏低,因此管理人在分配超额比例时,给投资者的比例不高;对于混合类、权益类理财产品,收益的波动性

·专家解读·

收取浮动管理费用,一方面降低了客户固定管理费用的支付,有助于吸引客户;另一方面超过基准的部分收取浮动费用,其实是一种分成比例。此外,收取浮动管理费用,体现了资管机构依靠本领吃饭的考核机制。

投资者的权衡

银行理财子公司收取超额收益是否合理?上述不愿具名的行业人士认为,收取超额业绩报酬是符合监管规定的,也有其合理性。只要有合同约定,且客户双方认可收费模式即可。根据资管新规的要求,金融机构为委托人利益履行诚实信用、勤勉尽责义务并收取相应的管理费用,委托人自担投资风险并获得收益,金融机构可以收取合理的业绩报酬,但需计入管理费并与产品一一对应。

普益标准研究员康蓉芸也指出,由于不同理财产品的业绩基准、投资组合构建、管理难度不一,银行作为代理理财的服务供给方,收取一定的超额业绩报酬是合理的。目前市场上收取100%超额业绩报酬的产品,通常业绩比较基准高于同类型理财平均收益,说明该产品在设计时已经让渡了一部分利润给投资者。但如果在理财产品本身收益水平不高的情况下,收取100%的业绩报酬则存在一定的不合理性。不过,也有专家认为,银行应着重披露超额投资收益的分配比例。北京商报记者在调查过程中也发现,在多数产品的宣传页面中,银行或理财子公司并未标注超额收益收取的标准,只有进一步查询产品说明书才可发现。

2020年是资管新规过渡期的最后时点,届时净值型理财产品会占据主导地位,结构设计也会更为复杂,对于投资者而言,如何挑选适合自己的理财产品?殷燕敏建议道,投资者首先要关注产品的风险等级,是否符合自己的风险承受能力;然后再比较同类产品的历史收益情况、当前的业绩比较基准;最后再关注比较超额收益的分配比例情况。

北京商报记者 孟凡霞 吴限

头部券商争市场 债券承销“白菜价”埋隐患

北京商报讯(记者 孟凡霞 马楠)中信证券“白菜价”债券承销引起轩然大波,低价竞争背后的原因也引发市场思考。北京商报记者根据Wind数据统计,截至5月17日,今年券商债券承销规模同比增长超过两成,排名前五券商分食超四成蛋糕。但伴随着债券市场信用风险不断暴露,今年已有24家券商承销“踩雷”违约债。业内人士指出,眼下债券市场规模导向未得到根本改变,主承销商为争取市场份额打价格战,极易埋下风险隐患。

在当前的债券承销市场,头部券商占据了主要市场份额。北京商报记者根据Wind数据统计,截至5月17日,今年券商债券承销金额达到328万亿元,由86家券商分食,承销规模较去年同期的259万亿元增长26.36%。中信证券以超过4000亿元的承销规模领跑国内各大券商。

具体来看,今年以来,有9家券商承销规模超过1000亿元,中信证券和中信建投在债券承销规模上占据了绝对优势,年内债券承销总金额分别为4151.92亿元、4013.34亿元,市场份额分别为12.67%、12.25%,两家瓜分近1/4的市场“蛋糕”。年内债券承销额位居三四五席位的分别是国泰君安、海通证券、华泰证券,规模分别为1985.14亿元、1826.18亿元、1776.57亿元。从规模来看,排名前五家券商占据了超过四成市场份额。

在债券承销上积极“开疆拓土”对于券商而言本无可厚非,但部分头部券商为了争取市场份额,不惜打起价格战,则引起了行业自律组织的注意。

5月15日,中国银行间市场交易商协会(以下简称“交易商协会”)表示,中信证券、兴

业银行在部分非金融企业债务融资工具项目招标过程中,中标承销费率远低于市场正常水平,预计承销收入明显低于两家机构核算的业务开展平均成本。交易商协会表示,两家机构不正当竞争行为,对市场正常秩序造成不良影响,对两家公司予以警告,并责令两家公司限期整改。

今年4月27日,海南股权交易中心就曾发布公告,海南省发展控股有限公司(以下简称“海南发展”)公开选聘发行中期票据主承销商,最终确定中选单位为中信证券和兴业银行,承销费率为0.03%。这意味着海南发展每发行1亿元规模债券,两家合计才收3000元承销费。业内人士将此费用戏称为“白菜价”,直言这么低的承销费率可能连差旅费都不够。对相关问题北京商报记者尝试采访中信证券,但截至发稿未联系到相关负责人。

事实上,债券承销低价竞争已不是新鲜事,一些公司看似赔本的生意背后,却有着自己的“小算盘”。北京一家中型券商人士对北京商报记者表示,在券商分类评级中,债券承销规模靠前有助于在分类评级中取得更高评级,同时规模排名也成为项目投标中的加分参考项。此外,一些券商用低成本获得债券承销资格之后,可能会在后续的销售环节通过某种操作覆盖成本,但这种方式难免会影响执业质量,埋下风险隐患。

值得注意的是,近年来,债券违约风险不断暴露,在券商积极抢食债券市场“蛋糕”的同时,市场信用风险增加也给券商执业能力带来更大的考验。北京商报记者根据Wind数据统计,从违约日期来看,截至5月17日,今

0.03%

海南发展公开选聘发行中期票据主承销商,最终确定中选单位为中信证券和兴业银行,承销费率为0.03%。这意味着海南发展每发行1亿元规模债券,两家合计才收3000元承销费。

年已有24家券商及其子公司承销“踩雷”违约债。其中,纵然有市场环境的因素,但部分券商“重数量、轻质量”的行为也极易发生风控把关缺失,未充分履行适当的尽职调查义务的情况。近年间更有多家券商因债券承销未勤勉尽责遭到处罚。比如国泰君安在担任富贵鸟相关公司债券的承销机构和受托管理人时,未能勤勉尽责地履行相关责任,在今年4月被福建证监局出具了警示函。德邦证券因承销五洋债时出现未充分核查募集文件的真实性等违规行为,2019年11月被证监会责令改正,给予警告,没收违法所得1857.44万元,并处以55万元罚款。

券商投行从业人士何南野指出,作为“看门人”,券商应“爱惜羽毛”,避免风控流于形式盲目扩大市场份额,同时也应制定相关的项目承揽、承做、承销、持续督导等各个阶段的清晰制度,并要求员工按制度严格执行,一旦发现问题,应积极进行风险处理和应对。

上市险企4月保费重回两位数增长

北京商报讯(记者 陈婷婷)经历了3个月的低谷期后,4月上市险企保费终于重回高光时刻。截至5月17日,除中国人保外,其余4家A股上市险企均披露了前4月保费数据情况。北京商报记者梳理发现,前4月上市险企合计保费收入同比增长6.61%;而从单月情况来看,4月,保费重回两位数增长,同比增长16.57%。其中,健康险业务增速领跑,较去年同期增长超五成。

数据显示,今年1-4月,中国人寿、中国平安、中国太保和新华保险保费收入分别为3375亿元、3212.01亿元、1535.37亿元和685.84亿元,分别同比增长14.45%、-3.15%、3.62%和13.11%。上述4家险企前4月合计保费收入为8808.22亿元,相较于去年同期的8262.28亿元,同比增长6.61%。

从4月单月保费收入情况来看,4家上市险企合计保费收入为1266.16亿元,同比增长16.57%。此前受疫情影响,上述险企“开门红”失利,每月保费收入仅同比微增。1-3月,上述险企合计保费收入分别为2064.3亿元、1112.35亿元、4365.42亿元,分别同比增长8.8%、-0.51%和0.92%。

就单个公司而言,4家险企也均实现同比两位数增长。其中,中国人寿领4月增速榜首,保费收入实现297.25亿元,同比增长31.87%;新华保险以23.76%的增速位列其后,单月实现103.39亿元保费收入;中国平安和中国太保4月保费收入分别为633.73亿元和231.79亿元,分别同比增长10.48%、13.83%。

对于上市险企4月保费加速回暖,招商证券研报分析,寿险保费边际改善明显,各公司均辅助以积极的费用政策刺激代理人销售动力,同时积极将疫情期间积累的客户

资源进行挖掘开发实现较好效果;财险刚性消费属性凸显,得益于汽车销量的强劲转正及经济活动的逐步恢复带来非车险的有序回暖,整体而言,财险业务保费呈现相对刚性且具备向上的弹性。

具体到各业务板块,4月,健康险业务增速一骑绝尘,从目前披露健康险保费的情况来看,平安健康险保费收入实现6.99亿元,较去年同期增长超五成。财产险板块增速高于寿险增速。包括平安产险和太保产险在内的两家财产险公司保费收入分别为239.57亿元和122.62亿元,同比增长21.04%和17.19%。寿险板块中,除了中国人寿和新华保险外,平安人寿和太保寿险分别增长10.27%和12.95%。

疫情提高了民众购买保障型产品的积极性,保险需求在疫情过后得到逐步释放。中国社科院金融所保险与社会保障研究室副主任王向楠表示,居民对健康服务和健康保障的需要和要求有明显提高,健康保险产品服务和监管的“供给侧”创新不断丰富和深入,以及健康险赔付占居民医疗费用支出比重还很低,所以潜力很大。

“三大因素支撑上市险企二季度负债端改善超预期。”谈及二季度上市险企负债端走势,国泰君安证券非银首席分析师刘琦分析道,二季度以来各家持续加大营销政策推动力度,主要为加码代理人费用激励及新推高性价比保障型产品,预计将推动新单及新业务价值增长超预期;同时,重疾定义及发生率修订出台将加速上市险企推出新重疾产品,使得当前重疾产品更具销售卖点,有助于推动新单增长超预期;此外,2019年二季度因“开门红”后业务节奏调整导致新单基数较低,为当前二季度新单增长提供了有利环境。