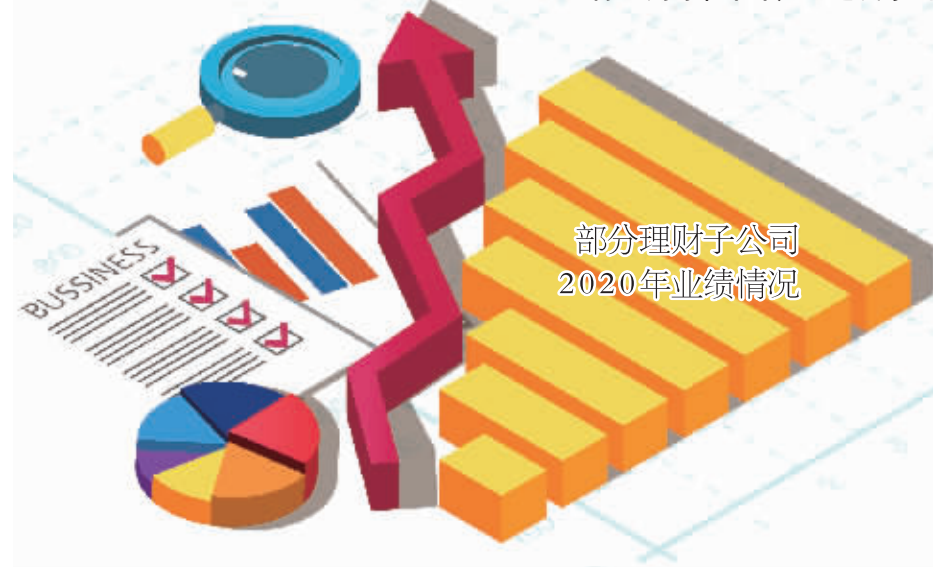


7家银行理财子公司交卷：吸金谁最强

伴随着银行2020年年报揭晓,工商银行、建设银行、交通银行、招商银行、平安银行、光大银行、中信银行7家银行理财子公司去年的经营状况也一同浮出水面,3月28日,北京商报记者统计发现,目前7家理财子公司净利润表现分化。同时,银行理财净值化转型“进度条”再一次更新,资管新规过渡期大限渐近,理财产品整改进展如何也受到业内关注。



公司	净利润(亿元)	注册资本
招银理财	24.53	50亿元
交银理财	6.65	80亿元
信银理财	5.95	50亿元
光大理财	5.64	50亿元
工银理财	4.08	160亿元
建信理财	3.35	150亿元
平安理财	1.65	50亿元

数据来源:银行2020年年报

理财子公司吸金能力分化

从“吸金”能力来看,已披露数据的理财子公司净利润差距较大。

具体来看,2020年招商银行理财子公司招银理财以24.53亿元的净利润暂居赚钱榜榜首位置;排名第二的是交通银行旗下的交银理财,该公司2020年净利润6.65亿元;去年7月新成立的中信银行理财子公司信银理财表现不俗,以5.95亿元的净利润排名第三位。

而后依次是,光大银行理财子公司实现净利润5.64亿元;工商银行理财子公司工银理财实现净利润4.08亿元;建设银行旗下建信理财实现净利润3.35亿元;2020年8月新开业的平安银行理财子公司平安理财实现净利润1.65亿元。

谈及上述理财子公司的盈利差距,北京看懂研究院高级研究员卜振兴表示,理财子公司成立后面临的是激烈的竞争,这种竞争既有理财子公司之间的竞争,也面临来自基金、券商资管等其他机构的竞争,随着竞争加剧马太效应显现,而国有银行的理财

子公司转变定位的流程相对较慢,优势还没有得以充分显现,股份制商业银行灵活的优势比较明显。

据了解,目前理财子公司的盈利主要包括管理费收入、自营投资收益、咨询费收入等。其中,招银理财2020年实现营业收入37.72亿元,其中受招商银行委托管理产品而获得的管理费收入34.64亿元,占比91.83%。

可以发现,目前招银理财的收入绝大部分来源于母行迁移而来产品的管理费收入,在资管新规下,伴随着理财转型平稳过渡,公司的盈利水平会如何变化也吸引市场关注,对此北京商报记者尝试采访招银理财方面,但截至发稿未获得回复。

“招行之前理财产品规模很大,从母行转到理财子公司后,还会逐步用新产品对接这部分客户,之后的收入也不会出现明显的滑坡。”有银行业分析人士对北京商报记者如是说。

在卜振兴看来,目前代管产品收入占比较高,这是转型的必然表现,随着产品平稳过渡,依靠管理费收入获得收益是理财子公司的主要收入来源,经营能力强的理财子公司收入会表现亮眼。

股份行净值化转型更快

伴随着银行年报的披露,银行理财产品整改转型的“进度条”最新浮出。资管新规发布后,银行保本理财产品规模快速压缩,净值型产品占比大幅增长。

从部分披露数据的A股上市银行理财产品净值化转型进展来看,推进进度不一,其中,股份制银行相对“船小好调头”,净值化规模占比凸显优势。

具体来看,建设银行净值型产品2020年期末余额2939.29亿元,在各类理财产品中占比19.24%;交通银行净值型理财产品平均余额5727.63亿元,占集团表外理财比重52.36%;光大银行净值型理财产品余额5035.52亿元,在非保本理财产品中占比60.21%;浦发银行个人理财产品余额9928.06亿元,新净值型理财产品余额在个人理财中的占比升至67%;中信银行净值型产品规模7228.24亿元,占比70%;平安银行净值型理财产品规模4635.28亿元,占非保本理财产品余额的比例升至71.5%。

按照监管要求,资管新规过渡期将在

2021年底之前结束,这意味着必须在2021年底之前将旧产品的存量转换为新产品以进行净值管理。

“目前各家理财子公司都在积极推进转型,按照资管新规要求,2021年底转型完成,届时理财子公司除部分难以消化的存量资产,绝大部分的产品形态都会是净值型的。”卜振兴如是说。而为了尽快达成监管要求,卜振兴指出,银行及理财子公司当前主要一是做好存量资产的化解;二是新发产品和新增资产要严格满足资管新规要求,减少二次整改压力;三是要做好投资者教育工作。

打造多元化产品布局

距离2019年5月20日首批银行理财子公司获准开业已接近两年,各理财子公司产品发行情况如何、接下来产品发行有哪些看点,也备受市场关注。

北京商报记者根据中国理财网数据梳理发现,截至2021年3月28日,银行理财子公司登记的理财产品共计3896只。

就投资性质来看,当前理财子公司主要发行的产品包括固定收益类、权益类、混合类

三种类型。目前来看,固定收益类产品占据主要份额,该类共发行了3087只产品,占比总发行数量近八成;配置部分权益类资产的混合类理财产品也逐渐增多,达到801只;权益类产品仅有8只发行,其中光大理财发行了3只,招银理财发行了2只,工银理财、信银理财、华夏理财均发行了1只纯权益类产品。

伴随着国内固收类理财产品收益承压,股市行情回暖,部分银行理财子公司已在加大权益类产品的布局力度。有银行业人士对北京商报记者表示,今年理财子公司仍然会加大大类资产配置的力度,权益市场无疑是重要的选择方向。当然,最终投资的力度还是看权益市场的表现。

同时,在多元化产品布局上,部分理财子公司也着力打造全产品线、特色化的产品种类,为投资者提供全方位的资产增值服务。

光大银行在年报中提及,2020年,光大理财倾力打造“七彩阳光”产品体系,发行养老客群、薪资管理、儿童成长、卫生安全、ESG等主题理财,推出股票直投、股票指数、黄金挂钩、1分钱起购等特色化产品,同时加大权益布局,阳光红卫生安全、红利增强、ESG精选等权益产品表现良好。

工商银行在年报中提到,工银理财持续优化业务结构和产品布局,推动非现金、混合类、中长期产品占比稳步提升。持续巩固固定收益、项目类投资核心优势,积极培育多资产、权益、量化、跨境投资能力,推动产品净值整体稳定增长。

谈及理财子公司2021年的产品布局以及推进情况,招商银行行长助理刘辉在该行2020年业绩发布会上表示,关于理财子公司今年的产品布局,招银理财定位是全产品线、全能型的资管机构。从招银理财现有的客群结构和招行的零售渠道本质特质来看,公司以现金管理类的产品作为重要的主打产品;第二个大的品类是银行传统优势的“固收+”和多资产产品;还有一个正在探索的是和招行零售渠道合作的定制化产品,结合招行零售客户的画像,按照客群分类打造,例如今年很重要的目标布局就是养老产品;另外,还有另类产品、跨境产品、对冲FOF、被动投资、权益产品等,这些都将成为未来战略性布局安排。目前全产品线推进的情况比较好。北京商报记者 孟凡霞 马楠

权益投资“立功” 2020年五大上市险企日赚近7亿

随着中国太保年报出炉,A股五大上市险企2020年成绩单正式揭晓。3月28日,北京商报记者统计,2020年五大上市险企合计归母净利润2523亿元,日均赚约6.89亿元,同比降低7.37%。尽管上市险企净利润整体下滑,然而投资端表现依旧不俗,部分机构投资收益甚至创下近30%的增长率。诸多上市险企指出,对于权益类投资市场机遇的把握,是资产端“立功”于净利润的重要原因。

权益投资增长10.03%

北京商报记者统计,2020年五家A股上市险企合计净利润为2523.14亿元,日均赚约6.89亿元,同比降低7.37%。其中,部分险企净利润下滑程度甚至跌破一成,如中国人保和中国太保归母净利润分别下滑10.41%和11.38%。

净利润普降原因为何?多家上市险企将其净利润的变动归因于税收政策的变化。

而具体来看,在产险板块,三家产险上市公司净利润出现不同程度下降。如人保财险净利润208.34亿元,同比大降16.4%;太保产险净利润52.09亿元,同比降11.9%。

而在人身险板块,五大上市寿险公司净利润增势出现分化,如人保寿险净利润同比大增42.7%;太保寿险净利润186.42亿元,同比降低9.2%,其余险企寿险净利润亦均同比降低。

尽管五巨头净利润普降,但投资端收益却放“异彩”。北京商报记者梳理发现,2020年上市险企合计净投资收益为4816.56亿元,同比增长10.03%;总投资收益则同比大增14.2%至5856.34亿元。

以投资收益率最高的中国平安为例,2020年,集团净投资收益自2019年的1440.5亿元攀升至去年的1634.62亿元,同比增速达

13.48%,居于2020年五大上市险企净投资收益榜首位。总投资收益增长率方面,新华保险更是猛涨近三成,达28.4%。

北京商报记者梳理各险企资产配置发现,2020年各险企尤其青睐权益类资产。中国人寿便在年报中指出,其同比猛涨27.7%、达2075.41亿元的投资收益,主要变动原因来自权益类资产投资收益增加。

而投资收益增速最快的新华保险亦表示,其2020年把握结构性机遇,择时提升权益类投资占比。

首都经贸大学保险系副主任李文中认为,这主要得益于2020年我国股市有着较好的表现,且近年来保险公司的投资能力明显提升,能够根据市场变化不断调整投资结构与标的,较好地把握股市的结构性投资机会。

在中国人寿2020年业绩发布会上,中国人寿投资管理中心负责人张涤亦表达观点称,中国权益市场长期向好趋势不会改变,并表示中国人寿将采取围绕中枢和敞口做投资安排等策略。

健康险成“黑马”

在人身险板块,各上市险企的寿险业务收入呈现出“三降两增”的分化趋势。

其中,新华保险领跑寿险业务收入增速榜,同比增长15.5%至1595.11亿元;中国人寿寿险业务收入增速位列其后,同比增长7.6%至4805.93亿元。另一方面,太保寿险和人保寿险业务收入则分别下降0.3%和1.99%。

为何五大上市险企寿险业务收入出现分化?李文中认为,首先,由于新冠肺炎疫情的影响,导致多家保险公司个人营销渠道业务大幅下降。其次,这也是各家保险公司主动调整业务结构的结果。

以中国太保为例,2020年,其个人客户业务同比下降1.2%至2019.92亿元。其中,代理人渠道的新保业务收入为290.35亿元,同比减少26.7%;续期业务收入1622.56亿元,同比增长4.3%。代理人渠道在总保业务收入中的占比为90.3%,同比降低1.5个百分点。

“如中国太保等上市险企主动转型,调整个人营销渠道业务的比重,同时其他业务渠道的业务增长暂时尚不能弥补个人营销渠道的业务下降。”对此,李文中如是评价。

另一方面,新华保险2019年就提出了“资产负债双轮驱动,规模价值全面发展”的发展模式,结果在2020年效果显现,银保业务出现迅猛增长,带动寿险业务出现明显增长。

在人身险板块,除了“顶梁柱”寿险之外,2020年杀出的“黑马”健康险业务尤为引人瞩目。如人保健康保费增速遥遥领先,实现保险业务收入322.57亿元,同比增长43.9%,其银保渠道保费收入大增284.9%,个险渠道保费同比增长59.6%。

李文中认为,健康险业务迅猛增长应该是多方面原因共同作用的结果。

“首先,随着人口老龄化的快速发展与居民收入水平的提高,人们越来越重视健康风险管理,健康保险已经多年保持高速增长,

2020年仍然是这种高增长趋势的延续。其次,由于受疫情的影响,人们普遍受到了一次生动的健康风险管理教育,刺激了健康保险需求。再次,很多地方政府引导保险公司推出定制的惠民健康保险,其投保条件宽松、低保费、高保额的特点吸引了众多投保人,一些上市险企也参与其中了。”对此,他如是解释。

车险马太效应显著

在财险险板块,三家财险公司在保费收入方面均取得了不错的成绩。其中,财险“老大哥”人保财险保险业务收入为4331.87亿元,相较2019年的4331.75亿元基本持平。同期,平安产险及太保产险的保险业务收入则分别达到2858.54亿元和1477.34亿元,同比分别增长5.51%和11.1%。

具体到险种来看,受宏观经济压力和疫情影响,去年新车销售量下滑,叠加车险综合改革等因素,车险市场竞争激烈。面对这样的局面,头部产险公司祭出“线上化”的科技赋能“法宝”以应对车险背上的几座“大山”。

如平安产险便表示,疫情期间进一步加强客户线上化服务,2020年已有超234万客户体验“平安好车主”App“一键理赔”服务,且公司未来拟推出新能源车险、UBI(Usage-based Insurance,基于使用量的保险)等新型车险产品满足客户需求。

人保财险亦在疫情期间推出“零接触”理赔服务,并通过追偿、科技理赔“驾安配”报供一体等减损手段,对冲配件工时、人伤标准上升等不利因素,推进降本增效。

部分产险公司亦进行了业务结构的优化。以人保财险为例,其发力家庭自用车业务,以

改善车险业务质量,并于年报中表示持续优化车险风险定价模型,提高精准定价能力,不断提升经营效能。太保产险则表示,其车险业务中续保业务成为增长的核心动能。

基于此,“老三家”的车险业务增速高于行业平均水平。在整体保费同比增速下滑至0.69%的大背景下,2020年,人保财险、平安产险和太保产险的车险业务收入依次为2656.51亿元、1961.51亿元和956.7亿元,同比增长率分别为1%、0.9%和12.6%;此外,2020年,“老三家”“夺走”行业近七成的保费收入。

“预计三家产险公司未来的保费和利润结构还会进一步增长和优化。”对此,著名经济学家宋清辉亦如是预测。

不过,相较于车险而言,各上市险企在产险板块发力非车险趋势越明显,后者占比有着显著提升。除了信保业务大幅缩水外,包括短期健康险、意外险、货运险、农险等在内的非车险收入大增有望成为产险保费新的增长极。

以中国太保为例,2020年其非车险业务收入同比增长29.9%,占比提升5.2个百分点,达35.9%。其中,农险实现原保费收入94.42亿元,同比增长39.3%,市场份额快速提升。

李文中分析称:首先,短期健康险高速增长与惠民健康保险在各地的发展应该有非常大的关系,农险也一直在国家相关政策的推动下保持较快的发展速度。其次,车险业务综合改革导致费率大幅下降,利润空间被进一步压缩。在此背景下,一些险企需要主动进行业务结构调整,发展非车险业务,特别是那些利润空间相对较好或者稳定性高的非车险业务自然是发展的重点,意外险、货运险和农险都是不错的选择。”

北京商报记者 陈婷婷 周茜怡