

净值修复 理财市场下一站

阴霾渐散、修练内功,这是2023年理财市场的真实写照。

“资管新规”之后,理财市场虽跨越了净值化转型这道坎,但却迎来了更加严峻的挑战,2022年,3月、11月,股市、债市出现调整,理财产品净值大幅回撤,打了不少投资者一个措手不及,赎回、离场成为常态。“能够坚持下来的都是勇士,2023年以来,市场回暖,理财市场也逐步进入修复通道。”看着购买的产品净值全线飘红,萧阳(化名)欣慰不已。这一年,无数投资者见证了理财市场的风云变幻,也见证了理财公司调整资产配置策略、降费率、用真金白银的自购来提振市场的决心。

成立至今,理财公司已走过了四年多的发展路程,这位资管行业的“新生”,经历了“高光”也见证了磋磨,2024年,理财市场又将走出何种行情,只待时间来证明。



净值步入修复通道

新的一年开始了,和往常一样,刚到工位萧阳就打开了手机银行App查看理财产品。看着全线飘红的收益表现,他开心极了。

“买了稳健的理财产品真好”……2023年以来,随着债市回暖,理财市场也逐步进入修复通道,固收、“固收+产品”净值回暖明显。“今年4月中旬,我买的固收类理财产品净值就开始回暖,中途再未出现过大幅‘破净’的情况,11月虽然前几天出现了亏损,但也没有太多影响,进入12月至今,理财产品全线飘红,无一天出现亏损。”

萧阳购买的是一家股份制银行理财产品推出的固收类产品,这周他又购入了一款产品,虽然目前暂未显示收益表现,但他相信,表现绝不会差。

去年在股债“双杀”的背景下,理财产品净值大幅回撤,有不少投资者直呼被“理财刺客”重伤,一时间纷纷割肉、惋惜离场的不在少数。2023年经历了一段时间的调整,市场表现逐渐企稳,理财产品净值回暖。

12月26日,北京商报记者根据中国理财网梳理发现,目前理财产品存续的超1.3万款固收类理财产品中,剔除无净值表现的产品后,仅有近300款产品净值低于1倍,处于“破净”状态。商品及金融衍生品类的5款产品全部处于“破净”状态;权益类理财产品共有36

款,剔除1款无净值表现的产品,共有28款产品处于“破净”状态;1380款混合类产品中有超500款产品处于“破净”状态。

在融360数字科技研究院分析师刘银平看来,商品及金融衍生品类及权益类资产的业绩表现与股市息息相关,但近两年股市整体呈震荡下跌趋势,导致权益类理财产品及含权类理财产品的投资收益率普遍不理想,目前大部分含权类产品仍处于“破净”状态。接下来权益类理财产品的净值表现依然要看股市动向。

目前绝大部分理财产品净值走势已恢复常态,在行业深耕的理财公司也深有体会。谈及造成理财产品净值波动的原因,广银理财产品管理部相关人士在接受北京商报记者采访时表示,理财产品以固定收益类资产投资为主,理财产品净值化运行时间相对较短,固定收益类资产的理财收益来自票息和价格波动两个部分,在票息收益积累的过程中,资产价格存在一定的波动。“资管新规”实施之后,资管行业使用公允价值对理财产品持有的基础资产进行估值,投资者持有的理财产品的净值更加透明。

调整资产配置策略

理财产品一直是稳定的象征,也一直一直被风险偏好较为稳健的投资者所喜爱。经历了2022年两拨“破净潮”带来的惊吓,多数投资者

者在投资产品时还是持保守态度,为了提振投资者信心,不少理财公司开始行动,调整资产配置策略。

一方面,不再通过打“节日牌”推荐专属理财产品,而是将营销关键词放在低波稳健,不断迎合投资者对稳定收益的需求;另一方面,通过降费率、真金白银自购提振投资者信心。

12月26日,北京商报记者梳理发现,目前包括工银理财、交银理财、中银理财、建信理财、中邮理财、浦银理财、光大理财、华夏理财在内的多家理财公司均推出了“低波稳健”系列产品。

这类产品的特点是将市值法估值、摊余成本法估值二者进行结合,通过摊余成本法将理财产品资金投资的资产到期收益,通过分摊的方式,平均分摊到了每一天,从而使产品的净值曲线更平滑,这样既保证了整体净值波动的平稳,也可通过波段择时操作获得资本利得来增厚产品收益。另外,“低波”类理财产品主要投资同业存款/存单,投资方向往往更加稳健,即便面对复杂的市场环境,也能有效应对。

目前来看,虽然“低波”类理财产品经过市场修复后吸引力增强,但在“伤疤效应”的影响下,投资者的观望情绪依旧浓厚。回忆去年的“破净”经历,身处上海的投资者杨诺(化名)心有余悸,理财500天,亏了7万多,对于已经步入中年的她再也受不了任何打击。“现在

除了定期存款,我只购买风险较低的现金管理类银行理财,不会再购买其他类别的产品。”杨诺感慨道。

在这一背景下,理财公司亦改变了打法,开启降费、自购潮。招银理财、信银理财、华夏理财等公司纷纷发布费率调整公告,将旗下在售理财产品费率进行下调,让利客户,费率调整范围覆盖固定管理费、销售手续费率、销售服务费。渤海理财、兴银理财、招银理财更是宣布以自有资金投资旗下理财产品,“自购”金额均是千万以上级别。

展望2024年,随着居民对理财认识的提高以及经济平稳恢复,招银理财在接受北京商报记者采访时表示,类似2022年11月市场极端调整发生的概率将下降,理财规模有望继续平稳回升。产品结构上,预计今年以来居民短久期、低波动的资产偏好有望随着收入预期改善、权益市场回暖出现结构上的变化,中长期限类产品以及含权类产品的配置需求预计将小幅提升,产品配置结构将更趋均衡。

持续夯实投研能力

2019年5月,理财公司正式面世,与基金、券商、信托、保险等各路资管机构同台竞技,背靠母行大树好乘凉,背景下,理财公司一时间风头无两。然而“破净潮”“赎回潮”的影响是深刻的,从2023年资管市场的发

展情况来看,相较公募基金,银行的确暗淡了许多,数据显示,截至今年6月末,银行理财市场存续规模为25.34万亿元,较2022年末的27.65万亿元减少逾2万亿元。对比之下,公募基金管理规模实现反超,截至今年6月末,基金公司管理公募基金资产净值合计达到27.69万亿元。一直以来,银行理财都是资管行业的“老大哥”,而宝座“易主”一度让市场哗然。

2023年,理财市场面临行业内赛道的“内卷”加剧以及多重的外部竞争。那么,新的一年,又将有何种新打法?多家理财公司认为,应进一步提高投研能力,密切跟踪宏观经济表现,加强资产研判,继续控制好净值回撤,持续优化客户的持有体验。

兴银理财指出,应打造平台工业化投研体系,实现规模化集约化经营。结合银行理财多资产多策略多产品的特点,围绕大类资产和策略建立专业化分工的投研组织,通过模型和流程打造以及数字化运用,实现大类资产配置与底层工具投资的标准化,使整体业绩表现更加稳定,具有传承性。

广银理财则表示,需要践行以人民为中心的价值导向,布局差异化产品策略,打造以现金类、固收类、固收+作为拳头产品的理财产品货架,对以稳健收益为目标的产品,继续控制好净值回撤,持续优化客户的持有体验;对多资产策略产品,提升弹性收益目标。

投研能力是资管行业的核心竞争力,招银理财强调,银行理财应多手段、多形式打造公司差异化竞争优势,提高行业影响力:第一,进一步提高投研能力,密切跟踪宏观经济表现,加强资产研判,及时调整资产走势预测,提高产品业绩表现;第二,进一步扩充产品丰富度,完善公司产品线,提供多样化的产品类型,以匹配日益丰富的居民不同风险偏好、不同投向的投资需求;第三,提高风险管理能力,加强风险管理和风险预判,降低风险事件对产品的净值的冲击;第四,持续开展投教,加强客户陪伴,以客户为中心,通过持续性的投资者教育、长期的客户陪伴来提高客户满意度,打造核心品牌。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华强调,理财产品底层资产配置多元化主要满足不同投资者风险和收益偏好,随着权益类市场高质量发展,理财公司投研能力提升,权益类资产配置占比还有较大空间。未来理财公司需要加强投研能力建设,提升潜在风险预判。

理财市场行情瞬息万变,但对理财公司来说,唯有不忘初心,通过市场化的运作来找到自己真正的定位,培养出自己真正的核心竞争力才是重点。

北京商报记者 宋亦桐

寿险回暖 11月保险业保费转正

“开门红”概念逐渐淡化的当下,保险业将交出怎样的答卷?12月25日,金融监管总局发布的保费收入数据显示,不同于财产险的稳步增长,11月的人身险保费仍在同比负增长中徘徊,当月保费收入同比下降0.67%,为1697.56亿元。不过,以寿险为代表的险种逐渐迎来曙光,11月已扭转为同比正增长。

自8月起,伴随着预定利率下调,阶段性“炒停售”告别市场,人身险保费增速回落明显。加之保险公司“开门红”进入关键期,监管出手立规矩,种种因素交织,保险业尤其是人身险业的后续走势备受关注。

寿险“元气恢复”

保险业最新保费数据出炉。12月25日,金融监管总局公布了2023年11月保险业经营情况表。

11月,保险业保费收入2743.31亿元,同比微增2.01%,告别10月的同比负增长。其中,财产险保费收入1045.75亿元,同比增长6.67%。不同于财产险一路高歌,人身险保费续写负增长这一局面。不过,相较于10月,人身险保费在11月有所回暖,保费收入1697.56

亿元,同比下滑0.67%。

复苏态势也体现在寿险业务方面。11月,人身险公司的寿险保费告别负增长,保费收入1194.06亿元,从10月的同比下滑7.51%扭转为11月的同比增长0.36%。

不过,人身险公司其他主要险种仍未从负增长中脱身,其中,意外险11月保费收入26.59亿元,同比下滑7.16%,健康险保费收入391.85亿元,同比下滑2.77%。人身险公司整体的保费收入也受到拖累,11月保费收入1611.6亿元,同比下滑0.55%。

不同于人身险过山车式的大起大落,财产

险公司保费尤其是车险保费增速趋于平稳。11月,财产险公司保费继续稳步增长,保费收入为1131.71亿元,同比增幅5.88%。除了健康险外,其他主要险种均正增长,其中,车险以15.54%的同比增速领先,车险次之,该险种11月保费收入742.69亿元,同比增长5.66%。

“受不得大幅提前预收保费限制,在开门红节奏调整后,保费增速回暖,寿险与意外险增速回升。”对于11月的保费收入情况,方正证券研究所研报中指出。

虽处在寒冬时节,但每年四季度保险公司总热情满满,冲刺“开门红”。不过,今年的火热程度不可同日而语。此前,一纸文件的下发为“开门红”降温。10月,监管发布的《关于强化管理促进人身险业务平稳健康发展的通知》(以下简称《通知》)分别从科学制定年度预算、严格执行“报行合一”、规范销售行为、加大查处力度等四方面对人身险公司推进“开门红”过程中常见的违规行为进行预警。

此外,从人身险市场年内的“心路历程”来看,储蓄险需求提前释放加之近期银保“报行合一”的影响,难免导致人身险公司保费增速放缓。

“11月保费收入下滑,仍然延续预定利率

3.0产品上线以来市场的调整态势。”北京工商大学中国保险研究院副秘书长宋占军表示,今年6月、7月保险公司以3.5%预定利率产品下架为契机,提前收揽了全年相当一部分客群保费。

全年增速几何

在当前人身险市场转型与增长压力并存的背景下,人身险板块同样面临一定的机遇。最具代表性的便是存款利率下调,或进一步刺激储蓄型保险产品的销售。

近期,国有大行迎来年内第三次存款利率下调,在业内看来,以3.0%定价利率为代表的人身险产品由于具有保本等优势,将持续受到市场青睐。根据东吴证券研究所发布的研报,预计定期存款利率调整后,对年金、增额终身寿险等储蓄型业务提振力度较大。

方正证券研究所发布的研报也认为,中长期看,12家全国性股份制银行均已下调人民币存款挂牌利率,保险产品保本属性和收益率水平较同类产品竞争优势持续加强,同时也依旧是银行收入的重要贡献部分,2024年一季度人身险依旧有望延续增长趋势。

虽然当前各家险企“开门红”略显沉寂,加之投资市场波动、监管纠偏银保渠道等因素持续带来影响,但全年的保费增速及来年并不会受到过多影响。

“寿险负债端复苏动能有望持续,供给侧改革利好价值表现;产险保费有望延续景气表现,降本增效和风险减量有望打开盈利空间。”信达证券发布的研报指出,产品定价预定利率调整逐步落地,降低负债成本利好行业长期发展,同时监管进行银保“报行合一”,严控银保渠道佣金费用,防范解决潜在“费差损”风险,后续个险及经代渠道亦有望执行“报行合一”。佣金费用下调后产品价值率有望持续提升,推动保险业新业务价值增长。

从最新的数据来看,今年前11个月,保险业原保险保费收入4.79万亿元,按可比口径,同比增长9.63%。其中,财产险原保险保费收入1.24万亿元,同比增长7.5%;人身险保费收入3.55万亿元,同比增长10.39%。

宋占军认为,前11个月的保险市场为全年的恢复性增长奠定了坚实基础,总的来看,2023年保险市场将呈现中高速增长态势。

北京商报记者 胡永新