

· 资讯 ·

4月末债转股签约金额2.3万亿  
投放落地9095亿元

北京商报讯(记者 孟凡霞 吴限)6月5日,在国务院新闻办公室举办的国务院政策例行吹风会上,国家发改委副主任连维良表示,发改委会同相关部门积极推进落实市场化法治化债转股的各项工作。截至2019年4月末,债转股签约金额已经达到2.3万亿元,投放落地9095亿元。已有106家企业、367个项目实施债转股。实施债转股的行业和区域覆盖面不断扩大,涉及钢铁、有色、煤炭、电力、交通运输等26个行业。

从目前债转股项目来看,国有企业相对较多,而民营企业的债转股同样备受市场关注,连维良指出,民营企业参与债转股有两个层面:一方面,民营企业本身债转股;另一方面,民营企业参与国有企业的债转股。他介绍道,民营企业本身债转股,现在已经有24个企业债转股项目落地,民营企业参与国有企业债转股也有许多成功的案例,比如沙钢、德龙钢铁,它们分别控股了重整之后的东北特钢和渤海钢铁。下一步,将进一步加大力度支持民营企业债转股,也将进一步加大力度支持民营企业参与国有企业的债转股。

自2016年以来,本轮市场化债转股开始启动,并以稳增长、调结构、防风险的长效机制备受市场期待。在债转股企业选择方面,连维良指出,此次市场化法治化债转股,在名称当中突出了市场化法治化债转股,也就是说转股企业的选择由市场来决定,只要遵循市场化法治化原则,自主协商,就有利于降低企业债务风险,提高资源配置效率,各类企业都可以依法依规依政策来开展债转股。

央行呵护市场流动性  
三日逆回购投放2000亿元

北京商报讯(记者 孟凡霞 吴限)6月初,央行公开市场继续大手笔投放“呵护”流动性。6月5日,央行以利率招标方式开展了600亿元逆回购操作,期限为7天期,中标利率为2.55%,与上次持平。鉴于当日有2700亿元逆回购到期,当日实现净回笼2100亿元。这也是央行在6月以来连续第三个交易日开展逆回购,三日累计投放2000亿元流动性。分析人士指出,受6月到期资金压力的影响,央行后续可能会通过加大逆回购额度、续作MLF等方式来保持流动性平稳。

从央行近期公开市场操作来看,自6月3日以来,央行已经连续三日开展逆回购操作。6月3日和6月4日,央行分别开展了800亿元和600亿元的7天期逆回购操作,三天时间内,央行累计投放流动性2000亿元。由于6月3日、4日和5日分别有800亿元、1500亿元及2700亿元逆回购到期,因此资金回笼3000亿元。

从资金面情况来看,市场流动性仍较为充裕。据中国外汇交易中心数据显示,6月5日,上海银行间同业拆放利率Shibor涨跌互现。其中,隔夜Shibor利率报1.593%,较上一交易日下跌14.5个基点;一周Shibor报2.472%,上涨7.3个基点;两周Shibor下跌3.1个基点至2.383%;一个月Shibor小幅上涨1.1个基点至2.832%。

值得注意的是,尽管当前资金面偏宽松,但是6月流动性整体走势仍有很大不确定性。在公开市场操作方面,6月共有近1.2万亿元逆回购和中期借贷便利(MLF)到期,其中6月第一周就有9930亿元资金到期,包括逆回购到期5300亿元和MLF到期4630亿元。

分析人士指出,一般而言,月初扰动因素较少,流动性较为充裕,而本周大量逆回购和MLF自然到期,央行开展逆回购操作也在意料之中。未来为对冲到期资金压力,可能会加大逆回购、续作MLF等方式。资深金融分析师肖磊表示,从目前的情况看,6月有大量的逆回购和MLF到期,后续操作可能会增加逆回购的额度和速度,月初进行逆回购也证明了这一点。

上市传闻再起  
陆金所回应仍无时间表

北京商报讯(记者 孟凡霞 宋亦桐)针对媒体报道“中国平安计划收购陆金所更多股份,可能涉及平安H股与陆金所之间股权交换”的消息,6月5日,中国平安向北京商报记者回应称,公司没有任何重大收购计划,也没有应披露而未披露的信息。

当日,有媒体报道称:“中国平安旗下陆金所因一直无法在内地取得网络借贷经营许可,致上市计划受到重重阻挠。市传中国平安计划斥120亿美元(约942亿港元)回购陆金所股份,并正就计划与陆金所股东商讨,回购方案或涉及交换平保的A股及H股”。

陆金所方面则向北京商报记者表示,正在积极备案,并已按监管最新要求做好备案前的准备工作。对于上市是否有最新时间表,陆金所方面表示,会根据公司业务发展需要及市场情况做好资本规划,目前没有时间表。

自2017年以来,关于陆金所上市传闻不断。今年3月,中国平安联席CEO陈心颖在2018年度业绩发布会上在被问及“陆金所是否选择在科技板上市”时表示,中国平安旗下科技子公司都在近期得到融资,资金充裕,不会急于上市。

根据中国平安披露的2019年一季报显示,陆金所控股收入与利润在一季度持续稳健增长,一季度管理贷款余额达4031.21亿元。一季报显示,截至2019年3月末,陆金所在财富管理领域,资产管理规模较年初增长2.0%至3767.07亿元;在个人借款领域,信贷质量保持稳定,管理贷款余额较年初稳健增长7.5%至4031.21亿元;在政府金融领域,陆金所控股积极探索金融科技在财政管理方面的应用。

# 公募基金爆款难掩发行焦灼

正值第二批科创基金开启发行之际,市场在期待爆款再现的同时,却已感受到一丝丝寒意。北京商报记者注意到,进入6月的5天中,累计已有7只基金发布延长募集期公告,其中不乏关注度较高的主打低费率的特色产品。与此同时,也有金元顺安沣泉债券、长信合利混合等宣布提前结束募集。在业内人士看来,市场转冷、科创基金等爆款产品的发行等因素或是延长募集期的主因。但对于发行分化的现象,还需根据具体情况进行分析。

## 新基金延募案例频现

6月5日,华宝基金发布关于华宝消费升级混合型证券投资基金(以下简称“华宝消费升级混合”)延长募集期的公告。公告内容显示,华宝消费升级混合于5月10日开始募集,原定的募集截止日为6月6日,为充分满足投资者的投资需求,根据基金合同等文件中的相关规定,经与基金托管人协商一致,决定将募集截止日延长至6月14日。

无独有偶,同日,汇添富基金也发布了汇添富中债1-3年农发行债券指数证券投资基金的延长募集期公告。将募集截止日由原定的6月5日延长至6月21日。

事实上,包含上述两只产品在内,6月以来,仅5天内,已累计有7只基金发布相似的延长募集期公告。从产品类型看,有5只权益类基金,2只债券型基金。其中还不乏关注度较高的平安人工智能ETF等主打低费率的特色产品。

据产品招募说明书显示,平安人工智能ETF采取0.15%和0.05%的管理费率和托管费率。值得一提的是,这已达到目前股票ETF产品中的最低费率,据同花顺FinD数据显示,截至6月5日,存续的172只股票ETF的管理费率和托管费率平均约为0.49%和0.1%。

而拉长时间线看,5月以来,基金



发行已表现出了一定的颓势。据北京商报记者不完全统计,5月全月至少有20只基金先后发布公告表示延长募集期,而3月和4月仅有9只和3只。

## 多因素致市场焦灼

在业内人士看来,当前基金延长募集期情况频现主要与当前市场转冷有关。沪上一家中型公募内部人士坦言,一方面,国际环境的不确定性导致大量投资者持币观望。另一方面,国内市场目前尚不成熟,尤其是普通投资者倾向于“追涨杀跌”,A股市场近期的震荡走势也使得投资者不愿入场认购新产品。虽然我们目前的发行状况尚可,但对比年初的募集情况,还是能明显感受到一丝寒意的。”该内部人士如是说。

长量基金资深研究员王骅也表示,当前股市由热转冷,资本市场的吸金力度减弱。同时,近日,第二批科创板基金,也是首批可以参与科创板战略配售的科创板基金正式发售,也会对其他基金产品募集造成一定程度的分流。

正如王骅所说,从公司实力上看,近期延长募集的产品多来自汇添富基金、平安基金等大型基金公司,

渠道资源实力并不弱。但受渠道拥挤等相关因素影响,科创基金的热度居高不下,也对其他新基金的发行造成影响。

南方一家大型公募基金市场部人士表示,公司旗下有一只权益类产品正在发行过程中,但由于科创基金热度更高,部分代销渠道会优先选择销售科创基金,其他产品则可能会延迟到端午节之后才继续销售。

据悉,第二批共5只科创板基金已于6月5日开启募集,每只产品均设立了10亿元的募集上限。有业内人士表示,回顾首批科创板基金合计70亿元的募集上限,实际募集规模却超千亿元、发行当日即提前结束募集的盛况,第二批科创板基金也有希望提前结束募集,并触发末日比例配售。

此外,在债券型基金方面,有基金公司旗下产品则因“包商事件”而被迫延长募集期。某公募基金内部人士表示,由于包商银行存在严重信用风险,并于日前被央行和银保监会联合宣布接管后,部分银行也开启自查工作,而在此期间,资金无法及时到位。公司旗下某只机构定制的债券型基金也因此延长了募集期限。

## 募集状态分化

在7只基金延长募集期的同时,北京商报记者发现,6月以来,也有4只基金提前结束募集。

6月5日,金元顺安基金发布了关于金元顺安沣泉债券型证券投资基金(以下简称“金元顺安沣泉债券”)提前结束募集的公告。公告内容显示,金元顺安沣泉债券于4月1日开始募集,原定募集截止日为6月28日。截至6月4日,基金募集的基金份额总额和认购户数均已达到基金合同生效的备案条件。为了更好地保护投资者利益,经与基金托管人协商一致,决定募集截止日提前至6月4日。

除了金元顺安沣泉债券外,6月以来,华安安平6个月定开债、平安惠泰纯债和长信合利混合也提前结束了募集。在产品类型方面,债券型基金提前结束募集的数量明显较多。对此,王骅表示,规模过大可能会对债券基金的既定策略造成影响,而提前结束募集则能够保障基金的平稳运行。

北京一位市场分析人士指出,提前结束募集的债券型基金大概率属于机构定制基金。他表示,债券型基金当前较少面向普通投资者募集,往往是机构投资者和基金公司提前协商好,产品发行后,只要机构资金到位后就可以快速实现成立。

就新基金发行出现延长募集期和提前结束募集的分化现象,王骅表示,基金发行情况一定程度上能够反映市场热情,5月权益市场出现大幅波动,当前市场环境下投资者的认购情绪比较低落,新基金募集面临较大的压力。同时,5月以来,债市也经历了从回暖到震荡的过程,但是相比权益基金募集情况乐观一些。募集出现分化,除了和基础市场表现相关,也与基金公司的渠道、宣发以及管理能力有直接联系。因此,还需要根据具体情况来分析。

北京商报记者 孟凡霞 刘宇阳/文  
宋媛媛/制表

## 重点关注 Special focus

# 抢滩数字支付 巨头B端圈地战升级

随着互联网渗透率的节节攀升,线上购物体验也进一步激发了用户的消费需求,支付巨头开始抢滩登陆数字化支付市场。6月5日,银联宣布,通过开发者平台开放银联国际钱包解决方案,丰富已有钱包产品的移动支付功能和使用场景,为用户提供基于银联卡的移动支付服务。而其他第三方支付巨头支付宝和微信也早已提前入场站稳脚跟。数字化服务从C端移至B端,将成为支付机构即将到来的新风口。

## 抢滩数字化支付

在一年一度的银联“6·2”活动收官后,银联马不停蹄地展开针对B端用户的举措。此次,银联宣布,将通过开发者平台开放银联国际钱包解决方案。而这也是对技术服务能力的进一步提升。

银联国际首席执行官蔡剑波表示:“银联国际正持续加强各类技术支持平台的建设与迭代,体系化地提升数字化支付服务能力”。据了解,今年1月,银联国际推出开发者平台,首批将18项银联跨境移动互联网支付产品和服务开放给全球开发者。据蔡剑波介绍,开发者平台推出以来,有效满足了境外机构快速接入银联创新产品和支付场景的需求,此次银联国际进一步开放数字钱包产品建设经验,有助于为更多境外持卡人提供移动支付服务。

作为数字经济发展的基础设施,数字化支付已经成为各支付巨头们拉拢B端用户的新举措。5月22日,微信支付亮相腾讯全球数字生态大会,展示了以无感支付为核心的智慧交通布局,并推出针对无感支付停车场的专项扶持计划。

而支付宝则重点押宝刷脸支付,通过刷脸注册会员等方式帮助商家进行数字化转型。4月17日,在支付宝开放日北京站上,支付宝宣布推出第二代基于线下消费场景的刷脸支付机具“蜻蜓”,定价1999元,相比第一代价格直降近30%。

另外,新蜻蜓也实现了刷脸注册会员卡的功能,前期试点显示,刷脸注册会员的转化率相比传统模式提升6倍以上,将投入30亿元助力商家数字化转型。

对于支付巨头不约而同发力数字化支付的原因,麻袋研究院高级研究员苏筱芮介绍称:“支付行业发展史,先后经历了从实物支付、信用支付、电子支付三个重要阶段。作为电子支付领域的重要分支,数字化支付借助现代通信、智能设备等,已成为目前全球支付业发展的主流方向”。

## 支付机构错位竞争

中国的支付行业经历了迅猛发展后,正在迎来新一轮高增长期。受银联、支付宝、微信的强寡头冲击,其他中小支付机构也在夹缝中谋求B端发展。

6月5日,连连支付跨境收款产品全面接入Shopee六大站点(新加坡、马来西亚、泰国、中国台湾、印尼、菲律宾),帮助中国跨境电商卖家淘金东南亚和中国台湾市场。更早前的5月27日晚,汇付天下公告称获调入MSCI中国小盘股指数。而这次调入核心指数,也被业内解读为汇付天下引领B端新零售支付入口生态底层基础设施建设的举措。

在C端红利渐失的情况下,B端市场的机会还有多少?苏宁金融研究院高级研究员黄大智在接受北京商报记者采访时表示,B端支付是一个很广的概念,从目前的市场来看,还没有哪个支付机构能够在B端的支付市场占据绝对的领先地位,支付机构完全可以依据对行业的理解不同进行错位竞争。在苏筱芮看来,从竞争格局来看,C端支付已经由支付宝、微信这样的巨头确立了垄断地位,短期内难以撼动;而B端目前还处于蓝海。从用户需求来看,多数C端用户已被垄断的支付巨头培养了支付习惯,而B端

市场刚刚起步,不同行业、不同企业诉求各异,由此形成了大量未被充分挖掘的需求。

## B端争夺战三大难点

5G时代即将到来,数字支付场景的争夺已经成为这个时代巨头争战的主题之一。但也有业内人士提出,在数字领域,这些数据很难以国家特定的方式进行监督。

黄大智进一步指出,与传统的支付方式相比,数字支付的方式在安全和便利方面都有很大提升,但是附带的风险却更大了,传统支付方式的损失仅限于货币本身,数字支付的风险却来自于数据,一旦发生风险,扩散性极大,危害更具传播性。此外,数字支付带来的价值不言而喻,但对于老年、残障等弱势群体来说,他们很难适应或使用新的支付方式,却要承担着部分场景不接受传统支付方式的问题,如何解决两者间对立的矛盾,是推广数字支付必然面临的问题。

苏筱芮也强调,支付机构之所以能快速打通C端市场,一方面得益于支付机构轰炸式的“红包”营销手段,一方面则与C端用户使用数字支付几乎不花费资金成本有关。而B端用户作为付费方,在新型支付的使用效率等方面还存在疑虑,这就需要支付机构充分评估数字支付为企业带来的价值,从观念上帮助B端用户进行更新。

对于支付机构布局B端的发力方向,黄大智表示,首先是要满足用户的定制化需求。B端支付的需求更复杂、更个性化,支付机构甚至面临每一个企业都有不同需求的现象,如何做到满足企业多样的需求将是支付机构的核心竞争力之一。其次是安全、快速的服务和响应能力,C端支付市场更重便利,B端支付市场更偏安全,安全稳定的通道和对于企业需求的快速响应是影响企业选择支付机构的重要因素。

北京商报记者 孟凡霞 宋亦桐