

# 发力自营App 理财公司仍离不开母行

## 理财公司纷纷试水自营App

又一家理财公司发力自营渠道建设。11月13日,北京商报记者注意到,招银理财App已于苹果手机端悄然上线,功能简介显示,该直销App具有账户服务、产品查询、理财交易、资产查询等功能。

北京商报记者下载体验后发现,目前招银理财App仅支持用户下载并开户,暂无产品呈现。用户进行实名认证、完善个人资料、银行卡绑定、设置密码、风险测评5个环节后即可完成开户。

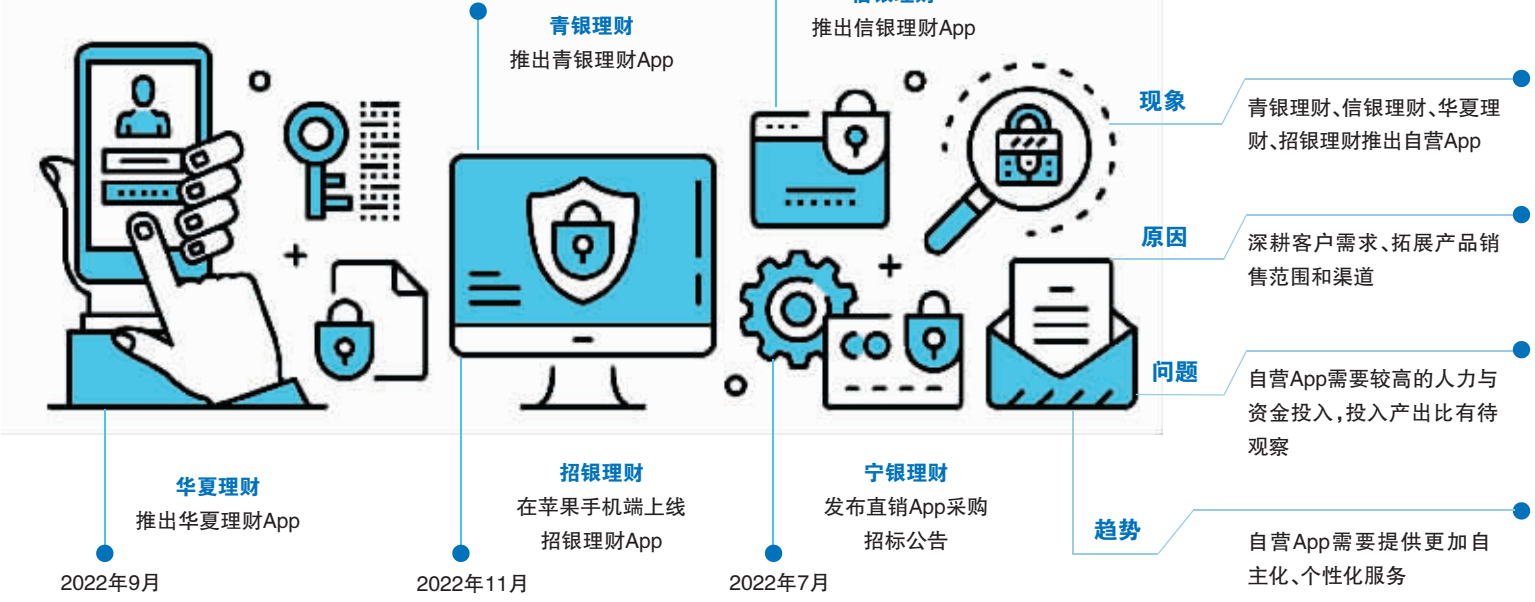
据了解,在招银理财之前,宁银理财曾就筹建直销App进行公开招标,不过目前相关App尚未上线。对于筹建自营App的原因,宁银理财相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,随着用户群体成熟、财富代际转移,线上理财需求持续提升,直销App是广泛触达、持续服务客户的主要阵地。同时,直销App也能够与客户建立直接关联,充分了解客户行为与需求,赋能产品设计与销售管理。另从渠道建设来看,直销App能够突破地域限制,补全理财公司的业务布局,是长期可持续发展的战略拼图和重要助力。

理财公司对自营渠道的建设早已展开,2020年11月,青银理财正式开业并推出青银理财App,成为全国首个银行理财公司直销App。此后,信银理财推出的自营App于2021年5月上线。而在今年,理财公司加快试水自营App步伐,除招银理财、宁银理财外,华夏理财于9月28日正式推出华夏理财App。华夏理财总裁苑志宏彼时表示,华夏理财App的正式发布将补齐该公司全渠道销售体系的最后一环。华夏理财将在巩固现有代销业务的基础上,创新布局移动互联,以移动端应用为阵地,打造一站式财富管理服务平台。

谈及理财公司纷纷试水自营App的原因,零壹研究院院长于百程认为,理财公司发力自营App,首先需要了解财富管理业务用户,通过自营渠道与用户进行交互,便于了解用户行为画像和需求,以提升服务质量和创新产品。其次自营渠道也是理财产品重要的

销售渠道,自营如果做得好将成为理财公司的重要竞争力。此外,城商行等受区域经营限制,用户以本地为主,城商行系理财公司可以通过自营App突破地域限制获取全国用户。

### 理财公司自营App 筹建时间汇总



### 理财公司自营App要点

- 现象** 青银理财、信银理财、华夏理财、招银理财推出自营App
- 原因** 深耕客户需求、拓展产品销售范围和渠道
- 问题** 自营App需要较高的人力与资金投入,投入产出比有待观察
- 趋势** 自营App需要提供更加自主化、个性化服务

销售渠道,自营如果做得好将成为理财公司的重要竞争力。此外,城商行等受区域经营限制,用户以本地为主,城商行系理财公司可以通过自营App突破地域限制获取全国用户。

## 依托母行代销仍是主渠道

虽然多家理财公司相继发力自营渠道建设,但纵观行业整体,目前建立自营App的仍是少数。银行业理财登记托管中心发布《中国银行业理财市场半年报告(2022年上)》(以下简称《报告》)显示,2022年上半年,有存续产品的25家理财公司均开拓了代销渠道,1-6月累计代销金额26.1万亿元,25家理财公司中有13家理财公司开展了直销业务,上半年累计直销金额0.15万亿元。

《报告》中所涉及的理财公司直销业务包含了线上线下全渠道,而自营App仅是线上渠道的组成部分。按照整体直销业务金额计算,上半年,有存续产品的25家理财公司产品直销金额仅占代销金额的0.57%。

长期以来,理财公司主要依托于母行及其他银行的App或渠道进行产品代销,不少理财公司在接受北京商报记者采访时均表示,暂无筹建自营App的打算。某理财公司相关人员透露,自建App前期投入太大,而客户资源基本都在母行,建设自营App性价比太低。

“从实践来看,自营App需要较高的人力与资金投入,投入产出比的情况有待观察。”资深金融监管政策专家周毅钦认为,“目前,客户本身可以通过母行App购买理财产品,再安装自营App的意义不大,这也是代销渠道长期

营销后形成的护城河优势,即客户购买习惯已经固化。一方面理财公司对于购买习惯的转化难度比较大;另一方面理财公司的自营App功能单一,和银行渠道、三方渠道丰富的产品超市相比对客户的吸引力明显不足。”

目前已推出自营App的理财公司以股份制及城商行为主,对于国有行旗下理财公司暂无动向的原因,周毅钦表示,国有大行的渠道比较强势,产品销售相对更加容易,对理财公司来说,没有充分的动力去做自营App的投入,渠道相对较弱的股份制和城商行则更有动力。

## 差异化路线如何走

当前理财公司产品销售仍然依托于代

销,而要吸引用户下载自营App并购买产品则需提供差异化的产品和服务。于百程认为,虽然目前理财公司的主要销售渠道是母行或其他三方渠道,但母行作为代销机构不只销售自家产品,也有自身的业务考量,所以理财公司要想发展不能完全依赖母行,需要通过自营App进行自主化、个性化的服务。

目前青银理财、信银理财及华夏理财三家理财公司均已上线自营App。北京商报记者体验发现,目前三家理财公司自营App均以销售自家理财产品为主。功能界面相对简洁,均涉及首页、产品、持有、我的四大界面。

三家理财公司中信银理财App展示内容和产品相对丰富,自营App首页涉及信息披露、净值速递、交易规则等功能。相较于母行App的理财功能界面,信银理财自营App中呈现的产品数量较多,分类更加细致,目前理财产品分为稳健精选、稳中求进、尊享理财三类进行展示。

不过,从行业App的建设情况来看,目前三家已上线自营App的理财公司在特色化产品及服务方面仍有提升空间,北京商报记者注意到,部分银行理财功能界面已相对完善,且早已具备分类展示理财产品及理财资讯功能。

对于自营直销App将如何区别于母行App在理财方面做出特色,宁银理财相关负责人表示,母行的App设计上要兼顾银行的各类业务,在理财模块也货架式供给了基金、理财、保险等各品类的财富管理产品。而宁银理财App将专注于宁银理财品牌,深耕投资理财赛道,不断做精做深。未来,宁银理财将以自营直销App为抓手,力图打造一个业务专精的直销主阵地。

谈及未来理财销售的趋势,星智金融研究院研究员黄大智认为,后续理财公司是否推出自营App主要与银行理财公司自身战略定位和规划有关,有的银行致力于将理财公司划分至单独模块去开展业务,有的则致力于放在整个银行大战略之下考虑,虽然目前部分股份制、城商行相继推出自营App,不过,国有行未必会跟进这一趋势。

北京商报记者 李海颜

## 券商资管子公司扩容至24家

随着万联证券于近日获证监会核准设立资管子公司,券商资管队伍再迎“新兵”。公开资料显示,截至11月13日,2022年以来已有3家券商先后获批设立资管子公司。总体来看,目前已有20家券商资管子公司登记在案,加上2021年获批并在同年成立的山证(上海)资产管理有限公司(以下简称“山证资管”)及上述3家,券商资管子公司的行业队伍已逐渐扩容至24家。在业内人士看来,资管业务已逐步成为券商主流业务,因此,券商向资管子公司业务方向发展也是趋势,其业务潜力值得重视。

### 行业队伍持续扩容

继国金证券、申万宏源证券在年内获准设立资管子公司后,又一家券商资管子公司在近日获批设立。11月11日,证监会发布《关于核准万联证券股份有限公司(以下简称“万联证券”)设立资产管理子公司的批复》。据批复内容显示,证监会核准万联证券通过设立万联证券资产管理(广东)有限公司(以下简称“万联资管”)从事证券资产管理业务。批复内容还提到,万联资管注册地为广东省广州市,注册资本为5亿元,业务范围为证券资产管理,由万联证券全资设立。

据证监会公布资料显示,万联证券于2020年10月递交设立资管子公司申请并被证监会接收材料,于2021年3月获证监会反馈意见。如今,耗时两年有余,万联证券终于获准设立资管子公司。

北京商报记者注意到,除万联证券外,2022年以来,还有国金证券、申万宏源证券两家券商获批设立资管子公司。其中,申万宏源集团在11月4日公告表示,证监会已核准

申万宏源证券通过设立申万宏源证券资产管理有限公司(以下简称“申万宏源资管”)从事证券资产管理业务。据了解,申万宏源资管注册地为上海市,注册资本为25亿元,由申万宏源证券全资设立。

同年7月,证监会也核准国金证券通过设立国金证券资产管理有限公司(以下简称“国金资管”)从事证券资产管理业务。国金资管注册地为上海市,注册资本为3亿元,业务范围为证券资产管理,由国金证券全资设立。

总体来看,据中证协官网显示,目前已有包括安信资管、渤海汇金资管、财通资管、长江资管、德邦资管、东证融汇资管、广发资管、国盛资管、华泰资管等在内的20家券商资管子公司被“登记在案”。在这一基础上,山西证券旗下资管子公司——山证资管也于2021年5月获批,并于同年11月成立;加之年内获批的3家资管子公司,目前业内券商资管子公司已扩容至24家,行业队伍进一步扩大。

据公开资料显示,近年来,也有多家头部券商纷纷申请设立资管子公司,并在年内取得进展。例如,中信建投证券于9月30日收到证监会关于其申请设立资管子公司的审核反馈,要求中信建投证券需就业务了结计划方面、资管子公司部门设置等方面进行回复。除中信建投证券外,还有中金公司、中信证券也相继于今年6月、7月收到证监会关于其设立资管子公司的反馈意见。上述3家公司已于2021年公布设立资管子公司的计划。

### 资管业务潜力值得重视

为何近年来券商纷纷成立资管子公司?中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平认为,此举

将推进资管业务板块转型,在大资管格局中抢占市场地位,同时也是在《公开募集证券投资基金管理人监督管理办法》出台后,抢抓布局公募资管业务的重要时间窗口。此外,更能利用子公司框架下的机制优势,全方位提升券商资管业务的竞争力。

今年5月,证监会发布《公开募集证券投资基金管理人监督管理办法》显示,同一主体或受同一主体控制的不同主体参股基金管理公司的数量不得超过2家,其中控制基金管理公司的数量不得超过1家。这一背景下,公募持牌数量限制被适度放宽,券商资管子公司正稳步扩容。

产业经济资深人士王剑辉则评价道,“越来越多的机构把资管业务部门划分出来成立子公司,而作为子公司,在业务方面的便利性、灵活性、合规性都有显著提升,因此券商成立资管子公司,可以更好地开展资管业务”。

东方财富Choice显示,合并报表基础上,今年前三季度,A股41家直接上市券商共实现资管业务净收入335.46亿元,较2021年同期的349.24亿元减少3.95%。

虽然受年内市场表现不佳影响,券商资管业务收入同比小幅下滑,但多家券商的资管业务收入仍同比大涨,如光大证券、天风证券、东北证券等6家券商涨幅均超50%。从单家券商的最新排名情况看,有8家券商资管业务净收入超过10亿元,中信证券、广发证券以及华泰证券排名前三,分别实现收入80.83亿元、66.78亿元、25.97亿元。

“券商资管的业务潜力值得重视,有较好的前景。未来随着规模扩大,竞争逐步增加,业绩以及增长速度可能会有一定的分化。”王剑辉如是说道。

北京商报记者 刘宇阳 实习记者 郝彦

## 税优健康险如何“叫好又叫座”

北京商报讯(记者 陈婷婷 李秀梅)沉寂许久的税优健康险终于迎来新的动向。11月13日,北京商报记者注意到,近日银保监会就《关于扩大商业健康保险个人所得税优惠政策适用产品范围有关事项的通知(征求意见稿)》(以下简称《意见稿》),在行业内征求意见,拟扩大个人所得税优惠政策适用商业健康保险的产品范围。

作为我国首个享有税收优惠政策支持的商业健康保险产品,税优健康险曾被寄予厚望,但是却面临着“叫好不叫座”的尴尬。此次调整能否让税优健康险乘上健康险发展的快车备受业内关注。

税优健康险,顾名思义,是一款可以享受个人所得税优惠政策的健康保险。个人购买符合规定的商业健康保险产品,按照2400元/年的限额标准在个人所得税前扣除。简单理解,如果居民投保税优健康险,个人所得税起征点可以从5000元提升至5200元。

为推动商业健康保险个人所得税优惠政策惠及更多人民群众,促进多层次医疗保障有序衔接,进一步发挥商业健康保险积极作用,近日,银保监会向业内下发《意见稿》,拟进一步扩大个人所得税优惠政策适用的商业健康保险产品范围,同时放宽对相关产品形态、定价、经营等方面限制。

在产品扩容方面,《意见稿》拟将税优健康险产品范围扩展到健康险主要险种,即扩展到医疗保险、长期护理保险和疾病保险,同时对保障期限提出了要求,医疗保险的保证续保期间不低于3年,长期护理保险和疾病保险的保险期间不低于5年。

在既往症人群方面,《意见稿》延续了此前税优健康险不得因既往病史拒保,或者进行责任除外等要求,同时拟定,保险公司可针对既往症人群设置不同的保障方

案,进行公平合理定价。此次调整还将扩大产品被保险人群体,可以为投保人本人,也可以为配偶、子女和父母投保。

《意见稿》提及,扩大税优健康险适用产品范围是为了有效降低自付医疗费用,丰富对既往症患者、老年人群的保障保障,增强人民群众的获得感、幸福感和安全感。

2016年,税优健康险试点工作正式启动,并自2017年7月1日起推广至全国范围。不过,从市场反响来看,税优健康险面临“叫好不叫座”的尴尬。行业数据显示,截至2020年末,税优健康险累计销售保单约51万件,累计保费收入21.75亿元。从保费规模来看,税优健康险的表现远不及预期。

对于税优健康险发展滞后原因,北京联合大学管理学院金融系教师杨泽云称,主要有三方面原因,一是每年2400元的税收优惠力度偏低。二是税收优惠减免复杂,大多需要单位集体投保,需要单位配合。三是税优健康险要求保险公司差额返还、保本微利,保险公司推广税收优惠健康险的积极性不高。

此外,税优健康险本身条款复杂也在一定程度上降低了代理人推广和消费者投保积极性。资深精算师徐昱琛向北京商报记者分析,税优健康险的产品形态是“医疗险+万能账户”模式,还分为正面清单和负面清单,不要说普通保险消费者,就连业内人士理解起来也非常困难,如果不做一些改变,很难在市场上推广。

“此次税优健康险产品扩容,将会是非常好的尝试。”徐昱琛指出,税优健康险发展关键在于产品,如果将常规的医疗险、重疾险等增加到税优产品目录且投保操作简单方便的话,有利于吸引更多消费者,也能让保险公司加大推广力度。