

25家踩红线 银行基金代销“C位”难保

在基金代销领域，银行主力军的作用不可否认，但在展业过程中的合规性问题也不容忽视。7月23日，北京商报记者统计发现，开年至今已有20余家银行因基金代销违规被监管“点名”，“无证上岗”、销售误导、合规风控管理不到位等成为违规的“重灾区”。

对此，分析人士指出，近年来，基金代销业务快速发展的同时也暴露出一系列问题，银行在开展相关业务时存在专业人员配备不齐等违规行为，但随着监管质效的提升，未来银行代销业务会逐步向规范化方向发展，在合规代销的基础上，银行还应持续提升基金代销能力。



因违规被“点名”

银行频频因基金代销违规被监管“点名”，7月23日，北京商报记者统计发现，年内已有工商银行江西省分行、邮储银行河北省分行、平安银行海口分行、中信银行昆明分行、兴业银行、渤海银行、恒丰银行、杭州银行、重庆银行、温州银行、重庆农商行、温州瓯海农商行等25家银行及分支机构因基金代销违规，被监管责令改正。

从违规行为来看，“无证上岗”成为基金代销违规的“重灾区”，七成银行被监管“点名”的问题涵盖基金销售业务负责人或合规管理人员未取得基金从业资格。以温州银行为例，近日，该行因基金销售业务部门负责人、部分分支机构基金销售业务负责人、部分基金销售合规风控人员未取得基金从业资格等问题，被浙江证监局责令改正，并记入证券期货市场诚信档案。

除“无证上岗”外，在基金代销的过程中，部分银行存在销售不合规的问题也较为突出。例如，唐山银行存在内部相关“营销指引”中对基金推介的话术设计不规范，部分用词可能对投资者产生误导等问题。

风险防控是基金代销业务持续稳定发展的关键所在，部分中小银行因合规风控管理不到位也被“警示”。例如，临商银行存在因未制定完善的基金销售业务的内部控制与风险管理制度等问题，齐商银行则因未对代销的基金产品进行审慎调查和风险评估被“点名”。

“在银行代销基金业务快速拓展的过程中，存在合规重视程度不够、销售人员专业性不足等问题，从而被违规和警示”，厚雪研究首席研究员于程表示，近一年多市场波动较大，基金投资者亏损的情况增加，从保护投资者权益的角度出发，监管方可能也加大了基金代销中违规行为的查处力度。

保有规模占比“缩水”

长期以来基金代销格局呈现出银行、证券公司、独立基金销售机构三足鼎立的局面，而由于网点较多、客户黏性较强，银行往往位居代销“C位”。

根据近日中国证券投资基金业协会（中基协）公布的2023年二季度基金销售机构公募基金保有规模前100强名单，“股票+混合”公募基金保有规模合计56012亿元，环比减少3.34%；非货币市场公募基金保有规模合计84995亿元，环比增长3.09%。

其中，银行依旧占据基金代销保有规模的半壁江山，但规模占比却有所回落。截至二季度末，银行“股票+混合”公募基金保有规模合计为27746亿元，较一季度减少5.64%，占据100家销售机构总保有规模的49.54%，环比下降1.2个百分点；非货币基金保有总规模合计为39123亿元，环比增长0.49%，但占比由一季度的47.22%降至46.03%。

“银行由于具有网点和客户群优势，一直是基金代销中的绝对主力，相比于独立基金销售机构和券商，银行可以代销的理财产品类型丰富，包括基金、银行理财和保险等，因此在基金代销专注性和专业性上要弱于另外二者。”于程认为，但在资本市场疲弱时，基金销售难度增加，银行在基金代销上的动力不足，转而推广其他产品，可能是影响基金代销份额下降的主要原因。

仍需提升服务专业性

银行虽仍是基金代销的主力军，但随着证券公司不断发力、独立基金销售机构快速成长，也面临着不小的挑战。在2023年二季度基金销售机构公募基金保有规模前100强名单

中，证券公司基金代销保有规模有所提升。证券公司“股票+混合”公募基金保有规模合计为13160亿元，占据100家销售机构总保有规模的23.49%，环比上涨1.31个百分点；非货币市场公募基金保有规模达15308亿元，占比由一季度的17.73%提升至18.01%。

与此同时，公募基金销售保有规模前100强中，独立基金销售机构较一季度新增1家至22家，而银行则对应减少1家至25家，证券公司数量未发生变动，为51家，另有2家保险经纪公司。

业内人士认为，在基金销售格局日益激烈的当下，银行应该在合规代销的基础上，持续提升基金代销能力。光大银行金融市场部分析师周茂华指出，近年来，随着基金代销业务快速发展，也暴露出一系列问题，银行机构在开展基金代销业务方面存在专业人员配备不齐、业务风控管理制度不够健全和规范等违规行为引起了监管部门的重视，银行需要严格落实落细基金代销业务监管要求，加快补齐内控制度短板，配备专业、综合素质高的销售人员，健全风控体系，落实好投资者适当性管理要求。

谈及后续基金销售格局以及银行该如何稳固代销“C位”，中国（香港）金融衍生品投资研究院院长王红英表示，未来基金代销仍会呈现多元化格局，商业银行要提高代销规模，首先要建立比较好的激励制度，其次要利用金融科技的手段大力发展App等互联网金融销售方式，此外，还要提升投资者教育方式，从而进一步提高销售份额。

“对于银行来说，基金代销是重要的非利息净收入业务，并与其他财富管理类的业务形成协同”，于程认为，银行一方面继续强化传统网点和客户的优势，另一方面提升数字化的运营能力，用更好的体验更准确地识别用户画像和需求，匹配合理的产品，以技术赋能基金代销服务。

北京商报记者 李海颜

· 相关新闻 ·

券商占比半数 基金代销百强放榜

二季度基金代销百强机构近日公开开放榜。7月21日，中基协公布2023年二季度公募基金销售保有规模榜单。截至二季度末，百强机构“股票+混合公募基金保有规模”合计5.6万亿元。其中，招商银行以5924亿元的保有规模位居第一，蚂蚁基金、天天基金则分别以5545亿元、4633亿元的保有规模紧随其后，位列第二、三名。而从“非货币基金保有规模”看，百强机构规模合计达8.5万亿元，蚂蚁基金以1.27万亿元的保有规模位居榜首。

就代销百强的具体名单而言，包括51家券商、25家银行、22家独立基金销售机构以及2家保险经纪公司。与一季度相比，二季度榜单中新增1家独立基金销售机构上海陆享基金销售有限公司以及1家券商机构西部证券，同期，青岛银行、渤海证券则退出百强行列。

若仅从代销榜前十名来看，则较上一季度变化不大，其中，银行仍占6席，包括招商银行、中国工商银行、中国建设银行、中国银行、交通银行以及中国农业银行，另有2家券商中信证券、华泰证券以及2家独立基金销售机构蚂蚁基金、天天基金。

不过，值得一提的是，二季度百强机构代销数据稍显平淡。“股票+混合公募基金保有规模”较一季度数据环比减少3.43%，对比2022年同期更同比缩水11.63%。而同期，榜单中非货币基金保有规模环比增长3.09%。

就二季度基金代销机构保有数据稍显低迷的原因，前海开源首席经济学家杨德龙解答称，二季度受到市场行情影响，产品整体赚钱能力不算强，因此渠道基金销售较为平淡，总体新增量并不大。

也有公募基金分析人士认为，二季度机构“股票+混合公募基金保有规模”同比、环比均缩水的原因可能是市场整体风险偏好下降，投资者对股票、混合基金的需求减少。

分渠道来看，在“股票+混合公募基金”保有规模方面，银行渠道仍占比

最高。截至二季度末，其保有总规模达2.77万亿元，在百强机构保有规模中占比49.54%，但较一季度末的2.94万亿元有所缩水。

事实上，二季度保有规模下滑的不止银行，截至二季度末，独立基金销售机构“股票+混合公募基金保有规模”达1.44万亿元，较一季度末数据环比减少4.41%。在百强机构保有规模中占比为25.68%。相比之下，券商机构的相关保有规模则持续增长。截至二季度末，证券公司“股票+混合公募基金保有规模”达1.32万亿元，环比增长2.38%，同比更增长6.45%，占总保有规模的23.49%。

其中，中信证券、华泰证券“股票+混合公募基金保有规模”均破千亿元，分别为1372亿元、1297亿元。广发证券则以824亿元排名第三，在全部代销机构保有规模中排名第17。此外，招商证券、中信建投证券、中国银河证券等6家券商“股票+混合公募基金保有规模”超过500亿元（含）。

杨德龙表示，二季度券商渠道“股票+混合公募基金保有规模”出现较大增长，也能够体现出券商机构的销售能力正在提高，在代销市场中占比正在提升。但就目前而言，主要销售渠道仍在银行与独立基金销售机构。

财经评论员郭施亮则表示，券商从事基金销售更具有专业性的优势，对资金吸引力更强，而且不少券商理财收益率偏高，较银行代销渠道可能更具吸引力。

就后续基金代销江湖格局可能如何变化，郭施亮指出，银行、券商、保险、独立基金销售机构等代销渠道竞争会更加激烈，且更可能倾向于头部化、专业化竞争。代销渠道的专业性、产品丰富性以及费率成本优势等也更受关注。

而在杨德龙看来，未来基金代销格局仍处于不停变化之中，部分平台拿到基金销售牌照，也可能加入第三方独立基金销售机构或平台的竞争行列。

北京商报记者 刘宇阳 郝彦

个人养老金保险再上新 中小企业身影难觅

个人养老金保险产品扩容进行时。7月23日，北京商报记者了解到，近日，个人养老金保险产品已从4月的32款增加至39款，招商信诺人寿的产品首次出现在名单中，其余的入局险企几乎均为行业头部险企、银行系险企以及专业养老险公司。事关养老钱的个人养老金制度实施已半年有余，缘何仍是部分险企打头阵？在市场需求不断增加的大背景下，为进一步提高普及率，当前参与者以及未来入局者，需要进一步做好哪些功课？

头部险企仍是主流

去年11月，6家公司的7款产品首批入选个人养老金保险产品名单，时隔半年有余，产品数量已增加至17家公司的39款。

新增的7款产品分别来自人保寿险、泰康人寿、友邦人寿、泰康养老、招商信诺人寿及工银安盛人寿。值得关注的是，这是个人养老金保险产品自4月以来的再次扩容。其中，人保寿险有2款产品入围，招商信诺人寿首次出现在名单中。

从参与公司层面，入局者仍以头部险企、

银行系险企、专业养老险公司为主，难见中小险企身影。对于这几类险企可以第一时间抢占市场，在业内人士看来，对接个人养老金制度的保险产品，有一部分为专属商业养老保险，部分专属商业养老保险产品经过两年的试点，为当前的快速上架打下了基础。一些专属商业养老保险产品在符合个人养老金制度的要求下，甚至不需要“改头换面”，直接上架即用。

其实，在开展个人养老险产品业务层面，监管对保险公司的风险防控要求较为严格，这也直接导致更多的中小险企被拒之门外。去年11月，原银保监会发布《关于保险公

司开展个人养老金业务有关事项的通知》，明确保险公司开展个人养老金业务需要符合上年度末综合偿付能力充足率不低于150%、核心偿付能力充足率不低于75%等在内的多个条件。

然而，中小险企除了跨过经营门槛外，还需要解决产品开发等难点。财经评论员张雪峰表示，一是，开发个人养老险产品需要具备相关领域的专业人才和资源，中小险企可能相对缺乏。二是，头部险企和银行系险企在个人养老险领域具有较强的品牌影响力和市场份额，中小险企需要在激烈的竞争中找到差异化和切入点。三是，个人养老险产品需要适应不同人群的需求和风险管理，中小险企需要在产品设计和创新方面投入更多的精力和资源。

不过，未来将会有更多人身险公司进入这一领域。今年5月，《关于促进专属商业养老保险发展有关事项的通知》已下发至各人身险公司征求意见，专属商业养老保险拟常态化经营。业内人士预测，这意味着符合条件的人身险公司均有望拿到经营专属商业养老保险的资格，并且在政策落地后参与该项业务的险企数量将增加不少。

提高普及率是头等难题

随着老龄化社会的到来，养老金缺口巨大，这为保险公司提供了巨大的市场机遇。

据有关统计和预测，到2035年我国将进入重度老龄化社会。此外，据业内人士分析，未来20年，我国人口加速老龄化，老年抚养比攀升，养老需求旺盛，而居民收入也将随着经济社会发展持续增加。2022年，我国人均GDP为8.57万元（按年平均汇率折算达到1.27万美元），可支配收入的提升直接带动了财富管理需求的增加，进一步提高了商业养老保险产品的购买力，居民养老金资产逐渐从传统的储蓄养老向投资养老型转变。

由于个人养老金保险产品具有保证收益和提供综合解决方案的优势，非常契合中老年人的个人养老需求。不过，在面临广阔发展空间的背景下，我国养老保险行业却面临着一些挑战。比如目前养老保险的普及率仍然较低，许多人还没有意识到养老保险的重要性等。

因此，在面临广阔的市场需求和机遇的背景下，不论是当前参与其中，还是未来即将入局的险企，都需要在产品、服务端进一步发力，做好准备工作。

比如，为了提高个人养老金保险产品的普及率，保险公司可以从加大宣传力度、推出灵活多样的产品等方面发力。张雪峰表示，面对普及率低和缺乏养老意识的挑战，保险公司可以采取教育与宣传等措施，比如通过教育和宣传活动，提高公众对相关保险重要性和必要性的认识和理解。还可以根据不同人群的需求和风险管理，推出个性化定制的养老保险产品，提供更加贴近用户需求的解决方案。

“网络渠道拓展和建立合作伙伴关系同样重要。”张雪峰进一步表示，如通过互联网和移动应用等渠道，提供更加便捷和灵活购买以及管理养老产品的方式，吸引更多年轻群体的关注和参与；与雇主、券商、银行等组织建立合作伙伴关系，通过共同推广和销售个人养老金保险产品，来拓展市场渠道和受众群体。

北京商报记者 孟凡霞 胡永新