

秋招“抢人” 理财公司补投研短板

金秋已至，“抢人大战”在即，理财公司也陆续拉开了2024届秋季校招帷幕。9月14日，北京商报记者梳理发现，近日包括工银理财、农银理财、南银理财、苏银理财在内的多家理财公司发布了校招计划，金融科技类相关人才最受青睐。作为资管市场的“生力军”，成立伊始，理财子公司就背负着理财净值化转型的使命，经历了两轮“破净潮”影响后，理财公司的赎回压力仍在延续，下一步，如何提升投研能力建设、提振投资者信心亦是需要解决的难题。



2024年理财公司校招“鸣枪”

每年9月，金融机构就进入了校招的“高峰期”，理财公司也不例外。9月14日，北京商报记者梳理发现，近日工银理财、农银理财、南银理财、苏银理财、宁银理财、杭银理财在内的多家理财公司均发布了校园招聘计划，投研、金融科技类相关人才成“香饽饽”。

根据农银理财发布的2024年校园招聘启事，该行业务管理岗拟招聘20人，主要从事资产管理相关的投资研究、集中交易、风控合规、产品研发、市场营销等工作。

工银理财面向海内外高校毕业生拟招聘的岗位覆盖交易业务岗、市场营销岗、投资研究岗(权益方向)、投资研究岗(固收方向)、金融科技岗、运行管理岗多类。

金融数字化转型已是大势所趋，在招聘环节，理财公司也更加注重金融科技人才的引入。根据南银理财发布的2024年全球校园招聘信息，该公司科技管理部信息技术岗主要从事需求分析、软件开发、软件

测试、数据分析、系统运维等工作。应聘专业以计算机科学与技术、软件工程等相关专业优先。宁银理财也在招收科技部专业技术方向的相关人才。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为，投研人才面向具体行业，理财公司需要对行业的具体情况摸底了解，也需要将行业情况对投资人做说明。而金融科技和风控人才面向理财公司自身管理和营销，通过数据反馈和数据算法来提高风控效率，通过金融科技来强化信息收集能力，并实现理财产品设计上的精准定位，针对用户需求进行针对性的产品设计和产品营销。

资产管理规模涨跌不一

从第一批机构开业至今，理财公司已走过了四年的发展历程。行至今日，理财公司经营能力如何？又向市场交出了怎样的答卷？从A股上市银行2023年半年报中，可一窥究竟。

9月14日，北京商报记者统计发现，截

至今年上半年末，理财公司资产管理规模可谓涨跌不一。国有大行系理财公司中，中银理财、农银理财、工银理财、建信理财资产管理规模均出现下滑，具体来看，截至上半年末，上述4家理财公司资产管理规模分别为1.61万亿元、1.42万亿元、1.5万亿元、1.47万亿元，分别下降8.52%、20%、14.77%、23.04%。

股份制银行系理财公司中，截至报告期末，招银理财产品余额为2.53万亿元，较上年末减少1372.54亿元，较一季度末增加726.22亿元；华夏理财产品余额4718.31亿元，比上年末下降8.10%，对此，华夏银行指出，是受债券股票市场波动加剧、银行理财遭遇大规模赎回、存量产品清算、超额收益减少等多重因素叠加影响。

浦银理财也受到了影响，截至上半年末，该公司产品规模为7057.76亿元，较去年末的8393.03亿元下降15.91%。

从2023年资管市场的发展情况来看，截至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。而公募基金管理规模实现

反超，截至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”，如今宝座“易主”一度引发市场争议。在融360数字科技研究院分析师刘银平看来，部分理财公司管理规模下滑主要有两方面原因：一方面，2022年理财产品遭遇两轮较大的“破净”潮，理财客户抗风险能力不强，对净值波动较大的产品接受度较低，赎回现象增多，今年虽然固收类产品净值持续回升，但投资者的风险偏好没有发生明显变化；另一方面，投资环境不佳，居民理财趋向保守，更加偏爱储蓄，存款的财富属性加强，呈现出定期化、长期化的趋势。

不过，今年上半年，也有理财公司逆势翻盘，资产管理规模复苏、回暖。光大理财、交银理财等公司的管理规模均实现上涨。

提升投研、风控能力建设

伴随全面净值化落地施行，无风险收益时代落幕，2022年“破净潮”的发生也让理财公司清晰地意识到提升投研、风控能力建设的重要性。

在完善风险管理方面，招银理财表示，坚持审慎稳健的风险管理理念，进一步加强信用风险管理及市场风险研判，流动性风险管理妥当，对重点领域、重点行业的风险进行排查，按照监管要求，完成内控新规整改任务，持续完善内控体系建设，推进覆盖全员的分层式合规教育。

中银理财称，深化全面风险管理体系建设，强化科技对业务赋能和“护航”力度，牢固树立底线思维，防范化解风险。

建信理财指出，在产品端，进一步完善

产品体系，优化产品结构，适当增加中长期理财产品的发行，提升资金端稳定性。在销售端，建立健全理财产品准入、筛选、评价体系，强化优质产品发掘和销售能力，提升客户财富管理体验。在客户端，开展定制化精准服务，以“客户需求为导向”做好投资者陪伴。

在接受北京商报记者采访时，有多家理财公司负责人也谈及了对投研能力搭建的愿景。一位股份制银行理财公司人士表示，下一步将以固收产品为经营重心，通过合理使用摊余成本法估值、提高稳定资产配置占比等方式，进一步控制产品净值波动，以低波动核心产品线做大、做实理财规模“压舱石”。

在客户类型上，目前，持有理财产品的投资者主要限于银行渠道，以C端为主，接近99%为个人投资者。一家理财公司人士坦言，“财民”普遍风险偏好较低，资金期限短，流动性需求突出；而理财投资端以标准化资产为主，市场震荡叠加市场价值，资产组合高波动、低流动性特征凸显。客户端的特殊性成为银行理财转型过程中面临的主要矛盾，这些都是银行理财未来亟须提升的能力。

理财公司发展时间短，投研体系从无到有，人才相对匮乏。普益标准研究员张艳指出，需加快培养和引进专业人才，加大福利待遇和透明规范奖励机制，持续完善投研团队。同时，理财公司应该构建行之有效的全方位研究体系，包括宏观研究、行业研究、资产分析等，构建完善的分析框架；在大类资产配置方面，也应该建立起多市场、多策略、多资产品种的大类资产配置框架，促进整体投研能力的提升。

北京商报记者 宋亦桐

今非昔比的信托股权

今年以来，信托公司股权转让频频。9月13日，北京商报记者统计发现，今年以来，已有包括五矿信托、中诚信托、华信信托、西部信托在内的多家信托公司股权登上“转让台”。北京商报记者注意到，若转让成功，有部分信托公司的股东将彻底退出股东行列。在分析人士看来，信托公司股权转让多是小股东，主要原因可能是近年来信托公司业务转型持续承压，经营相对困难，对小股东持有的信托公司股权价值影响比较大。

多信托公司股权被转让

又有股东欲减持手中信托公司股权。9月13日，北京商报记者注意到，近日，五矿信托9.75%股权在长沙联合产权交易所挂牌转让，根据挂牌审查通知，此次转让方为青海省国有资产投资管理有限公司(以下简称“青海国投”)。

天眼查信息显示，青海国投为五矿信托的第二大股东，持股比例21.2%，若此次转让完成，该公司持有五矿信托股权比例将降至11.45%。对此，五矿信托相关人士表示，此次青海国投转让该公司股权，为青海国投进一步加快推进国有资本运营公司转型，更好地实现服务实体经济、深化金融改革基本任务，践行阶段性持股发展思路的一项常规举措。

无独有偶，中诚信托、华信信托、西部信托等多家信托公司的股权也正在转让当中。北京产权交易所信息显示，中诚信托3.3921%股权正在转让，该笔股权转让底价为7.8亿元，转让方为中国中煤能源集团有限公司(以下简称“中煤集团”)。北京商报记者注意到，中煤集团此次转让的股权份额与该公司持有的份额相同，若转让成功，中煤集团将彻底退出中诚信托股东席位。

大连港集团有限公司持有的华信信托3.09%股权也正在转让当中。2021年2月，因治理机制失效，违法违规经营，信用风险和流动性风险突出，华信信托在监管部门和地方政府指导下开展风险处置工作。挂牌信息显示，华信信托目前由大连市政府会同金融主管部门主导管理和化解风险。

西部信托也有多笔股权正在转让，转让方分别为宝鸡石油钢管有限责任公司、中国航空西安航空发动机有限公司，转让股权比例均为0.18%，转让底价分别为1071万元、1150万元。

谈及多家信托公司股权被转让的原因，用益信托

研究院研究员喻智指出，信托公司股权转让多是小股东，主要原因可能是近年来信托公司业务转型持续承压，经营相对困难，对小股东持有的信托公司股权价值影响比较大。且信托行业转型前景仍不明朗，市场对信托公司股权不太看好，很多中小股东转让股权并不太顺利。

信托牌照“不香了”？

曾几何时，因稀缺性、灵活性及吸金性，信托牌照炙手可热，一度被银行、上市公司等各路资本高价求购，然而近几年，机构对信托牌照的热情却不如以往，股权转让数次出现延期、司法拍卖无人出价的情况时有发生。

究其根本，金乐函数分析师廖鹤凯在接受北京商报记者采访时分析称，2018年“资管新规”发布以来，大环境、市场和政策面都发生了较大的变化，信托公司在转型压力以及风险持续暴露的情况下行业整体估值存在下降趋势。中小股东对于信托公司的参股实质上大多属于财务投资，在当下的市场环境下有回归主业、清理非主业资产诉求或监管要求。

信托公司股权转让行情与行业发展情况、自身资产情况、经营状况、发展潜力和风险都有很大关系。廖鹤凯进一步指出，在目前市场环境下，大量上市金融机构股价都已“破净”，市场对信托牌照的价值仍在重新评估，未来较长时间信托公司股权转让或将处于较为惨淡情况。

如今，中小金融机构股权难以成交成为常态。正如廖鹤凯所言，部分中小金融机构的转让估值较高、单笔金额较大，且存在内部治理不完善、经营状况不佳、涉及诉讼和债务风险较多、不良率高企、前景不明朗的问题。在此背景下，这类股权对于财务投资者而言容易存在回报率和风险不成正比的情况，所以投资者观望情绪明显。

北京商报记者 宋亦桐

场景搭建、线上银行“双轮”驱动 甘肃银行构筑区域特色生态圈

随着银行业服务的不断下沉，地方性银行如何走出差异化的发展之路尤为重要。有“西北银行第一股”之称的甘肃银行交出自身的“答卷”，该行通过场景生态搭建和线上第二银行打造，探索构筑极具本地特色的区域场景生态圈，形成行业与金融联动、线上与线下融合的金融新生态。

目前甘肃银行区域特色生态圈的构筑已初显成效，场景建设成效突出，今年以来已新增场景518户，线上渠道客户数量、覆盖度、活跃度和交易规模继续稳步提升。甘肃银行特色化经营之路的进程正在稳步推进……

场景生态建设成效突出

随着数字化转型的深入，银行业的金融服务方式正在被颠覆和重构，布局场景生态增强渠道获客能力、提高客户黏性已成为行业共识。

自2022年下半年起，甘肃银行通过对客户基础、服务模式和业务结构的充分分析，并结合市场调研和同业发展参考，启动了重点业务转型工作，推动场景生态建设就是其中之一。该行以场景业务规模化发展为抓手，着力发挥地方法人银行机制灵活、特色业务对接能力强的优势，积极促进资产、负债业务两端经营和构建业务生态闭环。

进入2023年，甘肃银行通过场景促进和推动业务综合化转型的步伐进一步加快。该行潜心分析产品，按客户适配分类并细化分解任务，科学制定市场活动方案，依托“红五月”智慧食堂等场景专项拓展活动使得场景业务快速提升。

数据显示，截至6月30日，甘肃银行全行新增场景518户，达标372户，其中缴费类场景221个，包含党团工会费、学费、物业费；对接类场景151个，包含停车场、智慧加油站、智慧食堂等。上半年累计实现缴费2.2万人次。

“线上第二银行”持续推进

面对用户习惯向移动端迁移，甘肃银行加快数字化转型战略的推进，以建设“线上第二银行”为抓手，强化线上服务能力的提升，不断拓展线上场景生态。

今年以来，甘肃银行将“线上第二银行”建设工作全面纳入数字化转型和产品创新工作中统筹推进。从推进成效来看，该行已构建了个人/企业网银、手机银行、微信银行、银企直连、POS收单、互联网支付、聚合支付、门户网站、短信平台、电商平台、客户综合积分等十余个对客线上服务平台，并逐步将其打造

成为全行业务的交易主平台、销售主渠道和服务主阵地。截至上半年末，甘肃银行线上产品总数达到96个，产品线上化率较年初提升1.93个百分点。

同时，甘肃银行自有渠道整体运行平稳，线上渠道客户数量、覆盖度、活跃度和交易规模继续稳步提升。截至6月末，该行手机银行签约客户369.32万户，对全行个人客户覆盖率达到53%；本年月月活客户83.4万户，活跃占比22.58%。企业电子渠道签约客户7.08万户，对全行企业客户覆盖率达到71%；本年新签约客户6644户，其中活跃客户5739户，新增活跃占比86%，全行自有渠道交易合计笔数达到1823.58万笔，自有渠道业务离柜率达到91%。

构筑区域特色生态圈

甘肃银行正通过“金融+场景+生态”模式，通过场景生态搭建和线上第二银行打造，大力构筑极具本地特色的区域场景生态圈，形成行业与金融联动、线上与线下融合的金融新生态。

目前甘肃银行区域特色生态圈的构筑已初显成效。该行积极开展多渠道优化，协同推进战略实施落地，上半年线上优化需求个人电子渠道73个、企业网银17个，持续丰富完善渠道功能。同时，健全渠道安全校验机制，完成手机银行SIM卡认证、扫码认证、防重复提交等集中优化，提升客户资金安全保障能力。此外，推进线上线下一体化建设，开展可线上化业务分析，已基本达成产品线上化要求。另外，该行还推进智能柜台功能优化，上线功能点30个，助力网点智慧化转型，并推进智慧网点建设标准化，完成信息发送系统的部署，试点网点门楣LED内容发布、维护。

甘肃银行相关负责人表示，该行将以线上渠道服务模式的持续迭代为基础，继续发挥地方法人银行资源禀赋，依托商户、场景业务的全面、持续规模化发展，推动特色化、差异化专业品牌打造，与区域内其他类型金融机构形成错位竞争，实现共同发展。