

产品扩容投资升温 柜台债迎来新机遇

本报记者 秦玉芳 广州报道	道发售的债券数量、规模持续增长,投资者配置意愿在逐步上升。部分商业银行加快柜台债系统的优化升级,提升面向	个人及中小机构投资者的服务水平。与此同时,中国人民银行发布最新通知,进一步放宽机构投	资者通过柜台投资银行间债券市场的有关限制,提高银行间债券市场柜台业务的便利度和参与机构的积极性。	业内人士分析认为,对个人及中小金融机构投资者来说,投资者通过柜台投资银行间债券市场的限制放宽将带来更多机	遇和挑战,可投资产品日渐丰富的背景下,投资者需要更加谨慎地选择柜台债产品,了解其中的风险和收益特征。
近来,债券业务柜台市场发展提速,通过商业银行柜台渠					

柜台债投资配置意愿上升

资管新规出台后,随着银行理财净值波动影响持续,柜台债这类资产越来越受投资者关注。

近来,面向个人及中小机构投资者

的柜台债发行提速。
Wind数据统计显示,今年年初至8月10日,柜台市场发行债券数量为95只,发行规模达1.788万亿元,发行数量及规模增幅扩大。

年初以来柜台市场债券托管规模持续增长。中国债券信息网发布的月报数据显示,截至6月末,债券市场整体托管规模为1003298.16亿元,其中柜台市场托管规模增至7707.53亿元。

从产品来看,面向个人及中小机构投资者的柜台债产品愈加丰富。

7月18日,中国农业发展银行在上海清算所以公开招标方式,面向全球投资者成功发行1年期支持农业科技创新主题债券70亿元,发行利率为1.95%,由中国银行、浦发银行等5家商业银行发行柜台债券10亿元。募集资金将主要用于农发行支持农业关键技术攻关、先进农机装备应用推广、农业科技创新平台建设等贷款的投放。

农发行官微显示,此次创新柜台债券业务的推出,是常态化发行面向个人和企业柜台债券业务之后,落实有关部门加快推动柜台债券业务发展决策部署的重要举措,持续创新柜台债券业务,助力中小金融机构等合格投资者通过商业银行柜台渠道在一级市场发行认购、二级市场交易流通等环节全面

2023年上半年债券业务柜台市场数据统计

月度	本月末债券发行量(亿元)	本月末柜台市场投资者数量(个)
1月	17474.54	30606360
2月	18904.45	30694551
3月	25987.78	30789870
4月	21210.54	30929750
5月	21927.86	31022488
6月	22310.96	31156849

数据来源:中国债券信息网

参与银行间债券市场。

新疆维吾尔自治区财政厅于近日通过商业银行柜台市场发售3年期地方政府债券3.3亿元,利率为2.33%,由6家银行网点向广大个人及中小机构投资者发售。

柜台市场债券投资者数量增长趋势明显。中国债券信息网披露的月度数据显示,截至6月末,债券业务柜台市场投资者数量增至31156849个,较1月末增加了55万余个。

某股份银行零售业务人士向《中国经营报》记者透露,近来客户对柜台债的关注越来越高,理财、基金等产品投资收益非常不稳定,存款利率也越来越低,很多客户愿意配置一些收益稳定的柜台债,加上上半年银行承销的几只债券定价也不错,网点业务人员推荐力度提高,投资者认购热情确实有较大的提升。

上述股份银行零售业务人士表示,过去银行理财收益高且稳健,投资者对柜台债不会有太多关

注,资管新规出台后,随着银行理财净值波动影响持续,柜台债这类资产越来越受投资者关注。

“投资者在买入柜台债后持有至到期获得的利率是稳定的,且本金安全,即便中间估值波动,对于投资者来说也是安全的。而相对于目前存款利率,柜台债的收益率普遍更高一些。因此,对追求稳健又不甘于只投资货币基金、存款等产品的投资者来说,柜台债吸引力正在快速上升。”上述股份银行零售业务人士指出。

与此同时,商业银行也在积极提升柜台债业务服务能力。江西银行日前宣布,完成中央结算公司柜台债的系统优化升级,进一步提升投资者交易的便捷性和体验感。江西银行在官网公告中表示,下一步,将持续做好柜台债业务的发行工作,稳步扩大柜台债的业务规模和种类;持续优化柜台债业务的各项系统,丰富交易功能,不断提升投资者交易的便捷性和体验感。

理财中期成绩单发布:亟须转向“买方思维”

本报记者 张漫游 北京报道

随着理财产品的稳步转型,市场逐渐成熟,理财的投资者日益增多。

近日,银行业理财登记托管中心发布的《中国银行业理财市场半年报告(2023年上)》(以下简称

投资者倾向投资低风险、短期产品

《报告》显示,2023年上半年,全国共有225家银行机构和30家理财公司累计新发理财产品1.52万只,累计募集资金27.75万亿元;截至2023年6月末,全国共有265家银行机构和30家理财公司有存续的理财产品,共存续产品3.71万只,较年初增长6.88%;存续规模25.34万亿元。

分机构类型看,截至2023年6月末,理财公司存续产品数量和金额均最多,存续产品只数为1.62万只,存续规模20.67万亿元,不过较年初下降7.09%。

谈及理财公司存续产品规模缩水的原因,普益标准研究员何雨芮认为,首先是因为投资者“破净”阴霾还未消散。“由于债市波动等原因,2022年出现了两次破净潮现象,不少投资者无力面对产品净值连续下跌,纷纷赎回产品,投资者对银行理财的信心度显著下降。即使破净潮过去已有半年多,但个人投资者恐慌情绪并未完全消散,这在一定程度上造成了理财公司存续产品规模下降。”

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超亦赞同上述观点。

“《报告》”显示,截至6月末,持有理财产品的投资者数量已突破1亿,上半年累计为投资者创造收益3310亿元。

然而,《中国经营报》记者在采访中了解到,目前理财客户存在两大特点:一是银行理财客户风险偏好较低,二是客户对长期

限的产品接受度不足。业内人士认为,前期理财公司主要是基于“承接储蓄资金分流”的定位发展,客户风险承担意识和能力偏低,投资领域必然受限,因此产品创新不足,这种封闭逻辑严重束缚了净值化转型下理财业务的发展。

在风险偏好方面,截至2023年6月末,持有理财产品的个人投资者数量最多的仍是风险偏好为二级(稳健型)的投资者,占比34.31%;在产品期限方面,投资者更偏好中短期产品,如2023年6月,全市场新发封闭式产品加权平均期限为346天,较年初缩短30.32%。何雨芮表示,中短期产品流动性强,能满足投资者对资金快速赎回的需要,近期零钱类理财产品的火爆也佐证了此点。

“目前市面上理财多为净值型理财,主要构成固收类产品、开放式基金等,增量在期限上以短久期产品为主。”徐雯超分析称,在经历去年年底理财净值大幅波动后,投资者风险偏好仍然偏保守。“今年上半年,高流动性、低波动性资产的占比持续上升,债券占比在同比和环比上均有下降,其中主要投资资产信用债持有量持续下降,反映投资者偏低的

锻造特色管理模式

面对投资者需求的变化,下一步理财公司要如何发力?

普益标准研究员周彦希认为,针对银行理财客户相对偏低的风险偏好,当前理财机构的产品风险等级主要为二级(中低),其次为一级(低),产品类型集中于固定收益类,能够较好地与客户需求相契合;而针对客户对长期限产品接受度不足的现象,目前理财机构已对整体产品期限结构进行调整,1年以上的封闭式产品存续规模显著下降,新发封闭式产品整体结构逐渐偏向短期限类型。“为应对买方市场,理财机构应深度把握银行理财客户需求,丰富固收产品投资策略,提升收益增厚可能性的同时,控制产品风险。”

中邮理财党委书记、董事长吴姚东在新金融联盟举办的研讨会中总结道,理财行业有着较深的存贷款业务烙印,前期主要基于“承接储蓄资金分流”的定位,为客户开发比传统储蓄收益率略高的产品,这种封闭逻辑严重束缚了净值化转型下理财业务的发展。以“承接储蓄资金分流”的客户定位来决定投资领域,由于客户风险承担意识和能力偏低,投资领域必然受限,因此产品创新不足,反过来又影响债持有量持续下降,反映投资者偏低的

吴姚东认为,银行理财要应

2023年6月末各类机构理财产品存续情况

机构类型	机构数量(家)	存续产品数量(只)	存续规模(亿元)	存续规模同比
全市场总量	295	37062	253397	-13.07%
大型银行	6	694	7624	-29.43%
股份制银行	11	913	6543	-84.37%
城商行	105	9257	21755	-37.29%
农村金融机构	131	8058	10039	-16.54%
理财公司	30	16202	206652	7.99%
其他机构	12	1938	784	5.95%

数据来源:银行业理财登记托管中心

对未来的分化与错位竞争格局。虽然银行理财产品经历了破净潮和赎回潮,但理财公司通过防御性投资和保守性产品投放,在一定程度上稳住了市场和客户,仍将牢牢占据投资者的绝对信任地位,成为投资者财富管理需求中最主要的“产品批发地”,这一状况将长期持续。未来,大型银行理财子公司或将向全能型资管公司转型,通过对各类资产的全覆盖,布局全谱系资管产品,来满足各类型客户的综合化财富管理需求。

值得一提的是,今年以来,理财产品

的“破净”情况依然存在,净值波动犹存。
周彦希认为,面对净值波动,首先,理财机构需优选投资标的,配置具备持续增长实力及稳定盈利能力的优质资产;其次,理财机构要充分运用各类资产与策略,坚持多元均衡配置及大类资产策略,通过多资产、多策略降低波动风险。

“我们看到银行方面为对冲净值波动,持续在产品端做调整。例如6月末一年期以上的封闭式产品规模占全部封闭式产品的比例持续提升。”徐雯超建议,

为稳定理财负债端,增加摊余和混合估值产品发行,引入更多估值技术与模型以支持多品种产品的估值核算。同时加强投资者沟通与教育以及产品信息披露,强化客户陪伴支持,借助科技手段提高客户画像精准度,提升核心竞争力。

周彦希还表示,要根据市场形势灵活调整,更好地应对行情波动,在收益和风险之间做好平衡。

吴姚东建议,对银行理财来讲,还应该坚持可预期的投资收益目标,在这个过程中逐渐锻造一些具有特色的管理模式,比如业绩基准、防止亏损、低回撤、低波动的风险控制等,努力达到收益目标,这是相较于公募基金非常好的一个状态,也会成为理财在资管行业中差异化的文化和竞争能力。

另外,兴银理财方面补充道,要做好投资者适当性匹配和投资者教育工作,引导投资者理解净值型产品收益风险共担的本质,以精准产品画像和客户画像为驱动,做好客户适配,让投资者更好地适应净值波动,树立理性投资、价值投资、长期投资的理念。