

结构性存款再受上市公司热捧 认购金额超去年3倍

本报记者 张漫游 郝亚娟
北京 上海报道

上市公司再次掀起了购买结构性存款产品的热潮。根据Wind数据统计,今年以来,上市公司购买结构性存款的金额为13022.84亿元,

“安全性+流动性”

上市公司将闲置资金用于购买理财产品,最关注的是不影响企业自身经营发展,比较注重本金的安全性。

结构性存款再度成为上市公司闲置资金投资的“香饽饽”。

5月下旬,山西汾酒发布公告称,公司拟使用不超过200亿元额度的闲置自有资金购买结构性存款,在上述额度内,资金可滚动使用;在此之前,工业富联于3月发布公告称,公司及子公司使用不超过476亿元闲置自有资金投资银行、银行理财子公司等金融机构发行的安全性高、流动性好、中短期(不超过一年)、保本的理财产品和结构性存款。

根据Wind数据统计,截至5月31日,今年上市公司购买结构性存款的金额为13022.84亿元,而2021年同期为3642.15亿元。

“上市公司使用闲置募集资金进行投资,首先要保证资金安全,满足保本要求,而且要具备良好流动性,不能影响募集资金投资计划项目正常进行。”上海财经大学高等研究院“中国宏观经济形势分析与预测”课题组专家、助理研究员李双建告诉记者,对上市公司而言,购买银行结构性存款成为当下提高闲置的募集资金使用效率的重要途径。“短期内,上市公司购买银行结构性存款不仅可以避免通胀折损,还可能会增加公司收益;而且银行结构性存款本身的收益波动幅度较小,对上市公司即期业绩不会造成太大影响。”

记者检索发现,2020~2021年,

结构性存款“量价齐跌”

“预期未来结构性存款仍将继续呈现下降趋势,但降幅较之前将有所收缩。”

从银行业整体情况看,结构性存款规模依然呈现出下降态势。中国人民银行数据显示,截至2022年3月末,中资全国性银行结构性存款余额为58505.79亿元,环比下降0.54%,同比下降12.26%。

近两年,在监管部门规范下,压降结构性存款成为商业银行负债管理的重要内容。

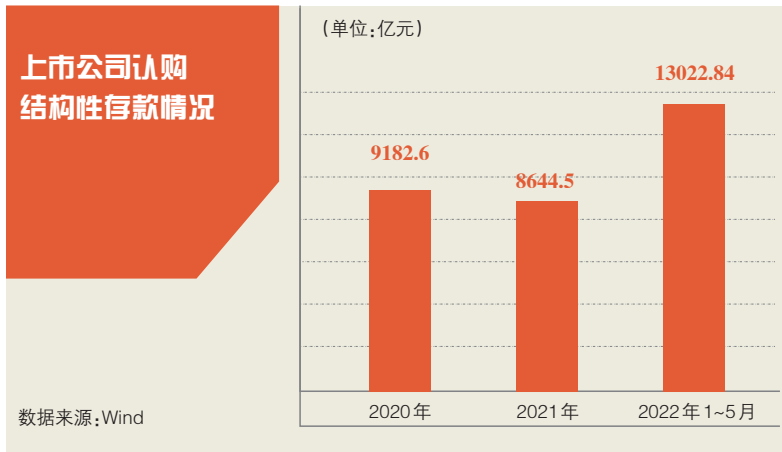
“结构性存款的规模较最高时期已经大幅下降,阶段性的走高也不代表这一趋势会发生变化,合理控制结构性存款规模仍是未来方向。”梁斯告诉记者,“企业增持结构性存款也不意味着银行发行结构性存款的规模必然上升,其原因可能在于企业短时间内对结构性存款的增持意愿上升,且上市公司的行为也仅代表了部分企业的做法,不一定能够完全代表所有企业。上市公司自身存在资金配置需求,合理优化自身的资产配置,

而2021年同期为3642.15亿元。

《中国经营报》记者采访了解到,上市公司再次看重结构性存款产品,一方面是因为短期市场风险加大和预期偏弱;另一方面结构性存款产品兼具安全性、流动性,收益也有一定保障,比较好地匹配了上

市公司闲余资金的投资需求。

值得一提的是,近年来在监管层的指引下,结构性存款整体呈现“量价齐降”的态势。受访人士认为,结构性存款阶段性的走高也不代表这一趋势会发生变化,合理控制结构性存款规模仍是未来方向。



上市公司购买结构性存款的规模逐渐减少。Wind数据显示,截至2020年底,上市公司购买结构性存款的认购金额约为9182.60亿元;截至2021年底,这一规模缩减为8644.50亿元。

为何今年上半年上市公司对于结构性存款产品的热情再次升温?

中国银行研究院研究员梁斯认为,当前我国经济仍然面临一定的下行压力,加之3月以来,疫情影响逐步扩大,导致经济运行受限,企业生产经营活动受到影响,为避免资金闲置,一些企业会加大对理财产品的购买。

同时,今年以来,资本市场动荡,导致涉及股市、债市资产配置的产品收益波动大,理财产品市场也受到影响,部分权益类理财产品净

值波动明显,并出现“破净”的情况。

“上市公司倾向于用闲置资金购买安全、稳定、流动性较强的理财产品,保本理财已经退出,结构性存款在安全性、流动性等方面与保本理财较为接近,具有保本、保最低收益率的特点,且大多为中短期产品,比同期限的定期存款利率要高不少,所以比较受上市公司青睐。”融360数字科技研究院分析师刘银平表示。

对此,李双建也提到,上市公司将闲置资金用于购买理财产品,最关注的是不影响企业自身经营发展,因此上市公司理财对收益要求并不高,比较注重本金的安全性,其中结构性存款、货币基金、偏固收类产品等安全系数和流动性较好的理财产品,仍将是上市公司的首选。

以提升资金使用效率,从这一角度看,上市公司购买结构性存款存在合理性。”

融360数字科技研究院发布了《2022年4月银行结构性存款报告》显示,4月银行结构性存款收益率也出现下降。2022年4月,银行发行的人民币结构性存款平均预期中间收益率为2.99%,与上月持平;平均预期最高收益率为3.54%,环比下降5BP。

“自监管部门发文要求各银行严控结构性存款规模后,预期最高收益率和实际到期收益率均在下,使其对上市公司的吸引力逐渐减弱,助推结构性存款规模下降。”李双建认为。

在刘银平看来,结构性存款未来收益率存在继续下降的可能。“国有银行结构性存款收益率在2021年已经有较大幅度下调。今年虽然继续下调空间有限,但规模会继续压降。股份制银行对结构性存款

的依赖性更强,因此收益下降会较为缓慢。”

谈及未来上市公司“闲钱”投资的去向,李双建认为,随着市场上信托产品、基金产品等理财产品种类越来越丰富,结构性存款吸引力逐渐下降。“预期未来结构性存款仍将继续呈现下降趋势,但降幅较之前将有所收缩。结构性存款最终将走向量稳价降的格局,并不会完全退出市场。”

梁斯认为,当前信贷条件政策宽松,企业获取资金难度下降,但在当前经济下行压力仍然较大背景下,企业获得资金应当更多用于实际生产经营环节,监管应当适度有所引导,规制资金流向。“随着疫情得到防控,经济活动逐步恢复正常,企业生产经营动力上升,资金需求意愿增强,预计持有理财产品规模或将有所放缓,但结构性存款对企业仍具有一定吸引力。”

激战28万亿消费金融红海

本报记者 张漫游 北京报道

消费金融市场新入局者不断涌现。近日,有消息称浙商银行计划布局消费金融牌照。此前,兰州银行亦在其业绩发布会上透露,未来将在监管政策允许的范围内积极开展消费金融公司等金融牌照的申请工作。

从政策导向来看,消费金融

肩负着推动共同富裕、拉动消费、振兴小微、践行绿色金融等多重社会责任。基于此,麦肯锡认为,消费金融市场仍将保持稳健发展,预计2021~2025年消费信贷市场增速将接近14%,于2025年底增至约28万亿元人民币。

在消费金融的红海中,参与者众多,包括银行、消费金融公司、金融科技公司等。激烈竞争

应对“内卷压力”:围绕获客、风控、科技提升竞争力

近日,银行在消费金融领域频繁布局。除上述浙商银行及兰州银行外,此前新三板金融投资服务提供商新安金融发布公告称,拟将子公司安徽新安资产管理有限公司持有的华融消费金融6.7%股权,转让给宁波银行,交易金额约为1.04亿元。

2021年12月22日,宁波银行以10.91亿元的价格竞得中国华融持有的华融消费金融70%股权。

自2020年以来,银行热衷于获得消费金融牌照。《中国经营报》记者梳理发现,2020年一年便有5家消费金融公司获批筹建;2021年以来虽无新增持牌机构获批,不过宁波银行、南京银行两家头部城商行先后通过收购股权的方式,取得了消费金融牌照。

从2021年消费金融公司净利润情况看,已开业的30家消费金融公司中,分化明显。截至2021年末,招联消费金融、兴业消费金融、马上消费金融和中邮消费金融的净利润分别是30.63亿元、22.30亿元、13.82亿元和12.29亿元,同比增长分别为83.6%、65.2%、94.1%和205.7%,这4家消费金融净利润占所有盈利消费金融公司净利润的比重超五成。

面对竞争日趋激烈的市场,杨俐告诉记者,金融机构要聚焦于细分市场,通过深挖生活消费

场景,将消费金融服务真正渗透到场景中。

麦肯锡方面亦分析指出,如今已经进入“精耕细作”时代,金融机构需要转变过去粗放拓展、“撒胡椒面”模式,转而精耕细作,首先在客户分层分群基础上,精细化经营存量客户,提升投产比;其次在获客上秉持价值导向、降低漏损的同时,试水场景创新等新获客模式。

江苏银行相关负责人认为,金融机构一定要立足自身的资源禀赋,构建自身在消费金融业务中的护城河。“以中小银行为例,可通过深耕当地,借助辖内网点立足本地且更为下沉、熟悉当地信息、对客户消费金融需求能够有更准确的把握优势,提供符合当地需求的非标准化产品,打造区域个性化特色。同时,加大行内各业务板块之间的联动性。中小银行通过深耕本地,消费金融业务通过与自身的大零售业务深度融合,能够提供极致的体验和个性化的服务,这在某种程度上让区域商业银行在激烈竞争中取得一定的后发优势。”

捷信相关负责人告诉记者,消费金融机构应围绕获客、风控、融资等核心要素不断提升自身竞争力。“具体来看,在获客方面,随着线上获客成本的飙升,覆盖线上线下的多渠道获客重要性凸显。风控能力是消费金融公司的核心竞争力。如何精

直面利润压降:平衡产品利率和风险管理

消费金融市场竞争虽激烈,但利润压降是消费金融必须直面的问题。捷信相关负责人坦言,消费金融公司普遍面临融资难、融资贵的问题挑战,特别是非银行系的,消费金融公司须着力最大限度降低包括融资成本在内的各项成本。

且自去年以来,多家消费金融公司收到监管部门的口头指导,要求全面控制个人贷款年化利率。杨俐表示,利率上限一定程度上限制了产品和客群的进一步下沉,但通过精准识别客户,精细化风险管理等方式,在商业可持续的前提下依然能为下沉客户提供匹配的产品。“坚

持普惠金融的初心和使命,这是消费金融行业始终没有改变的。在产品利率和风险管理之间取得平衡,摒弃‘高利率覆盖高风险’的模式,才是行稳致远之道。”

捷信相关负责人赞同道,金融机构需要持续不断地优化风控策略降低信用风险成本、设计符合客户需求价格适宜的产品、通过资源整合降低线上及线下的获客成本、通过利用金融科技手段降低运营成本等。

“从实践看,我行不断加大小镇青年、新市民等下沉客群的拓展,不断优化调整消费金融的客群结构;在不断提升经营能力

下,一年多来消费金融行业面临双重压力:一方面,竞争加剧,出现“内卷压力”;另一方面,利率压降、监管趋严、外部环境风险凸显。

中邮消费金融副总经理、董事会秘书杨俐认为,差异化客群定位、金融科技应用能力、负债成本有效管控以及资产质量把控等,将成为决定中小消费金融公司能否胜出的关键因素。

细化筛选客群,为不同的客户匹配相适应的产品决定了机构的竞争力。而融资方面需要消费金融机构拓展多元化的融资渠道,压降融资成本。”

“精细化运营要求消费金融机构沉下心来探索,要找出与商业银行差异化进展定位,探究优势细分领域,加快核心数据和客户资源积存。更重要的是要打造核心风控能力,摒弃‘高收益覆盖高风险’的粗放风控思路,利用金融科技强化自主风控能力建设。”杨俐补充道。

“以最小的风险快速做出决策的能力也是一个关键的区别,例如,我们利用世界一流的数据理解来降低决策过程中的风险,从而最终保护客户免受过度债务负担,并确保其偿还能力。唯有这样,消费金融机构才能努力打造出一个受到市场和消费者认可的消费金融品牌。”捷信相关负责人补充道。

同时,在采访中,多位业内人士表示要加强科技赋能。江苏银行相关负责人分析称,当前,随着互联网线上化、App生态化、数字智能化对客户消费行为和消费心智的影响,客户的消费金融服务呈现着“线上线下无缝融合、全天候实时全渠道方便可得”的特性,因此,需要全力推进业务的线上化、数智化转型,打造极致的个性化消费金融服务体验,才能在白热化的竞争格局中取得一席之地。

的前提下,逐步提高高风险客群的收益贡献占比。”江苏银行相关负责人说。

同时,捷信相关负责人呼吁,相关部门出台利好政策,能为长尾客户群体提供服务的消费金融公司提供适当的融资政策支持,降低消费金融公司融资成本,从源头降低消费金融价格水平,这样才能更好地为更多“中低收入长尾客群”提供价格适宜的普惠金融产品。否则,为了应对压降贷款价格,消费金融公司只能提高客户门槛,跟银行抢夺头部的客群,从而导致普惠金融“惠而不普”的现象。

广告

绿色让生活更美好

绿色温暖家庭

悦享怡然时光

邮储银行

悦享家庭日

邮储银行致力于为家庭客群提供一站式、多场景的综合服务,围绕家庭客户办卡、用卡、优惠等多样化金融需求,推出家庭卡、悦享家庭日等产品和业务,渗透美食、购物、出行、亲子、教育等多种生活领域,相伴美好家庭时光。

A股股票代码: 601658
H股股票代码: 1658
客户服务热线: 95580
网址: www.psbc.com

中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA

悦享家庭