

## 保监会:扩大财险理赔信息客户自主查询范围

为切实保护被保险人合法权益,进一步推动财产保险公司实现信息公开透明,近日中国保监会下发通知,要求相关保险机构进一步完善财产保险承保理赔信息客户自主查询制度,扩大查询范围。

保监会要求,各公司应在2011年8月1日前实现财产保险全险种领域(特殊风险业务除外)的查询。保监会还强调,各公司在执行过程中应加强客户信息的保密工作,注意保护投保人、被保险人的个人隐私和商业秘密。同时,鼓励提供少数民族语言查询等方便客户的服务。

通知还明确指出,保监会将于2011年9月抽取部分分公司进行调研,对未落实通知要求的公司,将采取公开披露、通报公司股东大会和董事会、降低分类监管评分、实施专项现场检查等监管措施。(徐涛)

## 险资受高收益诱惑 6月吃下近900亿商业银行债

不断高企的收益率,让银行次级债成为了保险资金投资新宠。6月份银行次级债密集发行,保险机构成投资主力。据中国债券信息网公布的数据显示,当月保险机构增持债券431.07亿元。其中,当月保险机构累计增持的商业银行债额度高达896.15亿元。

不过,其他债券品种6月份均遭保险机构减持。其中,国债减持277.92亿元,政策性银行债减持74.9亿元,企业债减持4.05亿元,短期融资券减持17亿元,中期票据减持7.72亿元。

保险公司人士介绍,目前商业银行债高企的发行利率对险资颇具吸引力。在银行间市场资金面偏紧的环境下,次级债票面利率今年以来一路上扬。目前,多数银行次级债利率已提高至5%以上,更有高达7%以上者。

据了解,今年以来,工商银行、中国银行、农业银行等国内大行相继加入发债大军,致使银行债发行扎堆。据中债网披露的信息显示,今年上半年商业银行累计发债规模达1639亿元,同比增长逾180%,其中6月份单月新增次级债1013.5亿元。

国泰君安分析师周文渊也表示,自2009年7月1日次级债新老划断以来,保险公司便成次级债投资主力,而银行之间基本不会互持次级债。(郭吉柯)

## 券商权益类理财产品 业绩迎来反弹

今年以来伴随着股市震荡不休,券商权益类理财产品几乎全军覆没。所幸,自6月下旬以来股市重新走强,再次带动券商权益类产品的净值上涨。

据Wind数据显示,截至昨日,今年以来取得正收益的产品共有32只。其中,在所有可比的产品中,今年以来业绩排名靠前的5只产品中,固收类产品国泰君安君享稳健仍暂居业绩冠军,其余4只为权益类产品,依次为中信理财2号、银河99指数、中信优选成长和华泰紫金智富,收益率对应为2.74%、2.72%、2.58%和2.41%。

此外,股票型产品兴业证券玉麒麟1号和混合型产品第一创业创价值成长表现抢眼。资料显示,兴业证券玉麒麟1号成立于今年1月20日,截至昨日,已为投资者带来了8%的业绩回报。值得注意的是,在6月20日到昨日的11个交易日里,该产品的单位净值由1.016元一路上升至1.08元。

第一创业创价值成长则成立于比较好的投资时点6月7日,虽然募集规模仅为5.19亿元,远未达到30亿元的目标规模,但该产品业绩却表现不错,截至昨日该产品已取得5.26%的投资回报。(曹攀峰)

## 光大银行获北京存量房交易资金监管行资格

日前,北京市住房和城乡建设委员会为进一步规范存量房交易市场,拟对辖区内存量房交易资金进行监管。光大银行北京分行率先完成了技术对接及流程梳理等工作,获得了市建委存量房交易资金监管资格,成为北京市首批4家试点银行之一。(楼蓉)

# 债券承销加速洗牌 大银行份额下滑不止

### 股份制银行机制灵活,继续抢占市场

证券时报记者 罗克美

过去两年已遭股份制银行强劲冲击的国有大型银行债券承销业务,今年上半年的市场份额再度急剧下滑。

证券时报记者从相关渠道了解到,在上半年的短期融资券和中期票据承销市场上,以往某一家大行承销占比高达20%~25%的情况已不复存在。以短期融资券为例,占比最高的建行市场份额仅为16.7%,相比去年的21.2%下降了4.5个百分点。而在中期票据市场上,工行去年占比高达20.8%,上半年的份额也急剧萎缩至10.4%。

### 大银行份额急剧缩水

根据彭博资讯的统计数据,去年短融承销额前三位的建行、工行和光大银行,今年上半年的市场份额均出现明显下滑。其中,建行占比从去年的21.2%下降至16.7%,工行占比从17.3%下降至12.5%,光大银行从13.6%降至11.7%。

相比之下,以招商、兴业银行、中信银行和国开行为代表的第二梯队,其市场份额均有明显增长。其中,招商从去年7.1%上升至9.2%,兴业银行从4.1%升至6.9%,中信银行从3.8%升至6.0%,国开行从0.8%升至3.0%。

中期票据承销市场的份额变化情况也基本类似。除工行从去年的20.8%骤降至10.4%之外,农行、交行、建行的市场占比也都明显下滑。农行从13%降至10.1%,交行从12.8%降至9.8%,建行从9%降至8.4%。反观中小银行,其份额上升趋势则很迅猛,光大银行从4.8%升至7.1%,国开行从1.3%升至5.5%,民生银行从3.1%升至5.2%,中信从2.4%升至5.1%。

在国有大行中,仅有中行在短融和中票市场份额上保持了上升势头。其中,短融承销份额从7.3%升至8.2%,中票承销份额则从7.8%跃升至16%,成为上半年的排行榜冠军。

### 两大原因

据银行业人士称,导致债券承销市场“国退民进”的主要原因有两个。

首先,大银行和股份行的客户结构不同是基本原因。一家股份行投行部负责人表示,大行的客户多是信用等级高、规模庞大的优质客户,但此部分客户的增长潜力在过去两年期间已被过度挖掘。中票基本都发了一轮,短融则直接对贷款形成冲击,在今年信贷偏紧的市场行情下,大行在策略上自然倾向于回报率更高的贷款。目前大行单



只债券的发行规模都偏大,总承销家数并不多。”该人士称。

以工行为例,该行上半年共承销19只短期融资券,是承销额排名前八位的银行中承销只数最少的银行。同时,工行上半年还承销18只中期票据,也是承销额排名前五位银行中承销只数最少的银行。

相比较大银行的保守,股份行的策略则明显激进,在承销只数上一骑绝尘。短融券方面,招商上半年承

销37只之多,兴业银行则更高达40只;中票方面,民生银行承销达21只,总承销额为164.5亿元,平均单只承销金额不到8亿元,仅为工行18亿元平均规模的一半不到。

另一个重要原因则是机制问题。包括国有大银行在内的多家银行人士均坦陈,股份行能在债券承销市场迅速崛起,除了战略层面的重视外,执行层面的激励到位也是重要原因。我们的激励机制比大银行要灵活得

多,同时也不排斥小型客户,并充分利用银行间市场交易商协会放开通道后比较好的市场环境来发展业务。”另一家股份行投行部人士称。

业界预测,按照上半年的发展趋势,未来大银行在债券承销市场份额下降的趋势仍将延续下去。这是必然趋势,大银行的综合服务能力虽然仍是最强的,但像以往那样通吃的局面将不复存在。”前述股份行投行人士称。

# 卖方研究两大突围路径显现

证券时报记者 黄兆隆

昨日证券时报报道了因买方机构不买账,券商研究所遇到发展困难的现象。记者了解到,面对这些困难,券商研究所各显神通,两大突围路径逐步显现。

路径一是围绕小股票板块、新三板等新兴领域的卖方研究正逐渐兴起,并且其服务的客户并不全是传统的公募基金;路径二是围绕私募基金、询价机构、信托公司等新兴机构客户和营业部高净值客户做好对内、对外服务,逐渐扩大客户群体。

### 新三板研究成突破口

目前,以申银万国证券、华泰联合证券为代表的部分券商已开始逐步加大对新三板研究的支持力度,相继搭建新三板研究团队。其中,前者搭建以行业研究员为主兼顾新三板的研究团队,后者则仍在扩大专门的新三板研究团队。

与传统行业研究并不一致的是,公募基金并没有渗入到新三板领域,营业部的高净值客户对这块业务更感兴趣。”申银万国研究所某负责人表示,这其实是做大对内综合支持业务的一部分。”

在业内人士看来,围绕新三板的研究或许将成为券商做大对内综合支持业务的潜在突破口。

新三板未来的流动性是值得关注的。随着参与交易的市场主体逐渐多样化,这一块业务有望给卖方研究带来新气象。”深圳某大型券商研究所负责人表示,这也有助于买方研究系统化的构建,丰富买方研究按区域分割的研究思路,形成互补效应。”

据部分券商透露,新三板的行业研究客户群体也将包括一级市场的机构投资者,这也将进一步延伸研究所既有客户群。

### 争抢私募基金客户

除却对内综合支持业务以外,券商研究所也开始逐渐扩大卖方客户群体。

日前记者获悉,以长江证券为代表的部分券商逐步搭建中小板策略团队,覆盖行业研究员所未能覆盖的中小型公司,甚至行业“黑马”。值得注意的是,其服务的客户群体除公募基金以外,还包括

了私募基金。

据了解,国内许多私募基金主要围绕中小盘的“黑马”股票进行投资,并且发行了不少款专门投资于中小盘的基金产品。

卖方研究对公募基金佣金分仓的争夺已进入白热化,但是对广阔的私募基金仍未有效覆盖。”长江证券研究所相关负责人对记者表示。

虽然今年阳光私募行业的半年报还未出来,但据一季度的统计报告显示,其规模已逼近2000亿元,加上更为广阔的非阳光私募市场,这将给券商带来新的卖方收入。

除却私募基金以外,询价机构、信托公司等机构也成为了券商研究所竭力开拓的潜在客户。以申银万国为例,其所服务的430家客户中,公募基金大约为60多家,占比约为15%,剩下的大多数均为上述机构客户。

我们可以与这些机构联合做产品设计的定制方案,或者提供定制的研究服务。”申银万国相关负责人表示,“不过,这一块业务要实现盈利,还需经过一段时间培育。”

## 卖方研究突围系列(二)

## 券商自家营业部挖潜 拓展营销盘活客户资产

证券时报记者 伍泽琳

今年以来,围绕客户资产产品化的经纪业务转型已悄然拉开序幕。证券时报记者获悉,近期部分券商纷纷加强理财产品营销,激发营业部通过销售产品盘活客户资产。

今年将通过营销工作来实施经营转型,产品的销售是重中之重。目前来看,产品的销售已初见成效。”方正证券副总裁施光耀日前表示。据其介绍,上半年该公司启动了一场产品销售竞赛,一方面通过营销的方式把低佣金水平的股票型客户逐步转化成理财产品 and 基金产品客户,另一方面通过专业理财服务方式帮助客户实现资产保值增值。

据介绍,这种以产品销售为导向的经纪业务营销模式转型,主要针对不同需求的客户推荐不同的理

财产品,与过去券商为客户提供简单通道进行股票交易的方式明显不同。而这些理财产品包括券商资管产品,以及与基金、信托、期货等合作开发的理财产品。

实际上,在部分券商看来,理财产品的销售并非只是弱市时期的特殊产物,而是将营销和服务相结合的技术活”。据记者了解,某大型上市券商近期就在招聘理财产品销售人员,有别于经纪人与客户经理,该券商更青睐熟悉市场上理财产品的品种分类、能对不同客户需求进行区分的人才。

市场被瓜分得差不多了,提升服务就显得更为重要了。目前所谓的将客户资产产品化,实际上是在合规的前提下争取客户的另一种方式。”广东某券商客户中心负责人表示。据介绍,现阶段监管部门

核准的理财方式只有券商的资管产品,为此各券商都努力尝试在资产管理业务上有所突破。而由于监管部门对个人客户的理财没有明确的规定,为避免触及监管的灰色地带,部分券商开始着手将客户的资产产品化。

不过,对于已开展该项业务的券商而言,从客户营销向产品营销转型,仍面临客户接受程度以及调动营业部员工积极性两方面的考验。

据了解,现阶段券商普遍选取交易不活跃的客户优先进行理财产品的销售。因为原本交易就较为活跃的客户往往觉得自己就是专家,短期内不会轻易相信专家理财。

## 清谈券业 | Wu Qinghua's Column |

### 券商的多重业务角色



证券时报记者 吴清桦

仔细观察不难发现,券商经常在自己的各项业务中扮演多重角色,有的是利益冲突的双方,有的是一致对外的利益共同体,有的本应由第三方承担的角色也一并被券商扮演。

就直投业务来说,券商投行既承担着企业上市承销的角色,同时又是拟上市公司的股东。这种“保荐+直投”模式在业内一直备受争议。在这背后,券商收益与股价的高低有着捆绑的关系,为了自身利益最大化,券商就可能帮助发行人掩盖相关问题、高估投资价值以提高发行价、最大化地拔高发行人股票的发行价,客观上导致新股高价、高市盈率、高起募发行。

在公司债券发行中,投行也扮演着债券受托管理人和保荐人两个角色。根据《公司债券发行试点办法》,发行公司债券,应当由保荐人保荐。此外,发行人应当为债券持有人聘请债券受托管理人,并订立债券受托管理协议;在债券存续期限内,由债券受托管理人依照协议的约定维护债券持有人的利益。债券受托管理人由发行的保荐人或者其他经中国证监会认可的机构担

任。但在实际的业务操作过程中,债券受托管理人通常由保荐公司债券发行的保荐机构担任。公司债券的保荐人更多地从发行人的利益角度出发,而债券受托管理人则更多地从维护债券持有人的利益出发。由此,同一机构既担任公司债券发行的保荐人,又担任该债券的受托管理人,这将存在潜在的利益冲突。

另外,在财务顾问业务中,投行的角色也存在类似的冲突。券商往往作为收购与被收购方的牵线搭桥人,可能会同时获得收购人财务顾问和被收购公司财务顾问的业务机会。

有鉴于此,一般而言,券商内部都会建立信息隔离制度,管理利益冲突和防范内幕交易。然而,当前券商的信息隔离在某些方面仍旧存在着一定的问题。比如,同在一个证券公司内部,各业务部门之间的来往和交流难免会无意透露一些敏感信息。有的证券公司设定敏感信息相关人的观察名单,但是证券公司应该在哪个时点对其他业务进行限制,是否应对整个业务大类全部进行限制,尚无定论。再如,国际投行通常会禁止研究部门在再融资项目簿记询价期间发布研究报告,但是国内并没有严格要求,很多券商投行在发行推介项目时,其研究所也会发表研究报告推荐该项目。

因此,对于信息隔离制度有待进一步完善。对于券商而言,其应适度放弃在部分业务上的双重角色。此前就有券商投行为了争取对某个项目更大比例的股权投入,而放弃了该项目的承销资格。而在公司债发行或者财务顾问业务的实践中,当遇到两个完全冲突的角色时,回避其中一个也是一个明智的选择。

## 中行与台湾玉山银行开展合作

昨日,中国银行与台湾玉山银行在京签署《业务合作协议》。根据协议,双方将在贸易融资、资金拆借、银团贷款、基金托管、信息和人员交流等领域开展合作,共同为大陆和合资企业提供金融服务。

据悉,玉山银行成立于1992年2月,是台湾地区中型商业银行,在财富管理、信用卡、中小企业业务等领域拥有良好声誉。(贾社)

**中证期货 CITIC**

全国统一客服热线: 400-6789-819

www.citicsf.com

公司地址: 深圳市福田区海外人才花园二楼

专心专业专注 创造智慧财富

**东证期货 ORIENT FUTURES** 东证热线: 95503

一流衍生产品投资服务提供服务商

网址: www.orientfutures.com