

光大银行去年净利增逾四成 零售银行利润贡献度提高

据光大银行今日公布的 2011 年度业绩报告，该行去年实现净利达 180.85 亿元，比上年增长 41.36%，2011 年度拟向全体股东每 10 股派发现金股息 1.33 元（税前）。光大银行在报告中指出，2012 年仍需高度关注地方政府融资平台偿债风险。

去年光大银行集团实现净利息收入 394.4 亿元，同比增 29.64%。手续费及佣金净收入同比增 48.08%，在营业收入中占比相比上一年提高 1.89 个百分点至 15.14%。其中银行卡服务手续费收入增速最快，同比增幅达 83%。光大银行称，主要是信用卡业务收入增长推动。

去年光大银行不良贷款继续双降。截至 2011 年末，光大银行集团不良贷款额为 57.34 亿元，比上年末减少 0.97 亿元；不良贷款率为 0.64%，比上年末下降 0.11 个百分点；信贷拨备覆盖率为 367%，比上年末提高 53.62 个百分点。

就业务条线而言，去年光大银行零售银行业务利润贡献度明显提高。据光大银行年报，光大银行利润总额中零售银行业务的占比由 2010 年的 10.5%提高至 2011 年的 21.4%，大幅提高了 10.9 个百分点。

9家上市券商首季净利合计17.69亿

目前，包括长江证券、东北证券、山西证券、西南证券等 9 家上市券商陆续发布了 2012 年一季度财务信息，上述 9 家上市券商今年一季度合计实现净利润为 17.69 亿元。

其中，长江证券于今日公布一季度报告，报告显示，长江证券今年一季度实现净利润 1.79 亿元，同比下滑 46.24%，实现每股收益 0.08 元。除投行业务外，经纪业务收入和自营业务收入均同比有所下降。

具体而言，今年一季度长江证券实现手续费及佣金净收入 3.07 亿元，同比下滑 29.7%。其中代理买卖证券业务净收入 2.68 亿元，同比下滑 32.2%；证券承销业务净收入 0.195 亿元，同比增长 16.1%；受托客户资产管理业务净收入 0.161 亿元，同比下滑 3%。

自营业务方面，今年一季度长江证券实现投资收益 1.26 亿元，同比增长 17.8%；实现公允价值变动收益 0.67 亿元，同比下滑 50%。

从此前公布首季业务快报的 8 家上市券商来看，虽均实现了盈利，但大部分券商的业绩出现了同比下滑。具体来看，除新上市的国海证券缺乏历史可比数据外，7 家上市券商中，仅山西证券首季净利润同比增长 54.79%，达 5365 万元。而东北证券、长江证券、西南证券今年一季度的净利润同比下滑幅度较大，降幅分别为 53.35%、46.24%和 46.2%。此外，国元证券今年首季的净利也出现了 38.85% 的下降，宏源证券今年首季净利也同比缩水 18.44%，广发证券净利则同比微降 2.13%。

多数上市券商在一季度业绩快报中表示，受一季度证券市场交易量同比下降影响，导致券商经纪业务收入有所减少。而受累于证券市场的震荡行情，自营业务收入也同比减少。

中国太保 首季保费收入493亿

据中国太保今日公布的保费收入公告，中国太保子公司中国太平洋人寿保险股份有限公司、中国太平洋财产保险股份有限公司于 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 3 月 31 日期间根据《保险合同相关会计处理规定》要求的累计原保险业务收入分别为人民币 321 亿元、172 亿元，合计 493 亿元。

聚焦 FOCUS 固定收益类产品受追捧

房地产信托发行加快 固定收益类产品回暖

证券时报记者 张宁

以房地产信托为代表的高收益产品在 3 月份的发行节奏明显加快，固定收益信托产品发行市场亦整体回暖。其中，房地产类信托产品的 3 月平均募资金额达 2.46 亿元，远高于前两月均不足 1 亿元的募资规模，该类产品的预期收益率亦高于去年同期水平。

地产信托再举高收益大旗

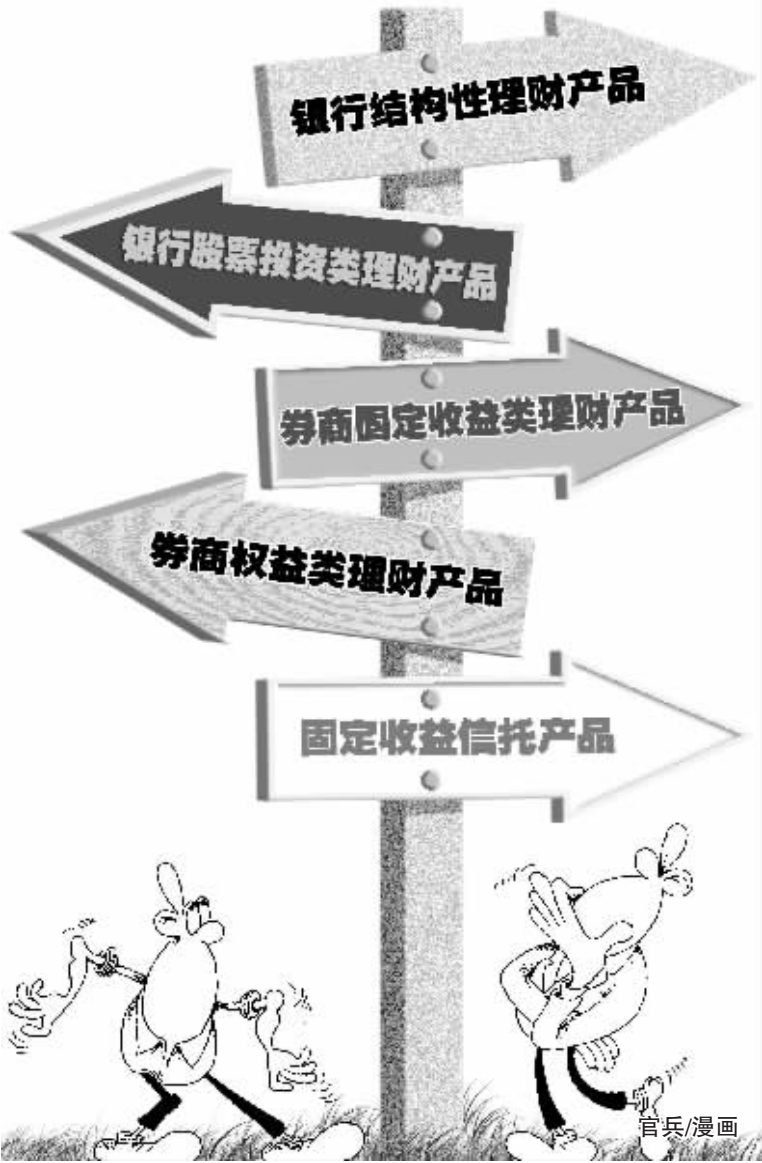
据最新数据统计，3 月共有 38 家信托公司总计成立 190 只固定收益信托产品，相对二月环比增幅为 47.29%。纳入统计的产品总规模为 254.29 亿元，环比增加 94.07%，平均规模为 1.77 亿元，较前几月呈现放大之势。

其中，房地产信托在沉寂数月后，再度成为发行市场的明星品种。在 3 月的固定收益信托产品中，募集资金投向最大的行业为房地产行业，而单只产品募集资金规模最大的也为房地产类，平均募资金额为 2.46 亿元，远高于前两月均不足 1 亿元的募资规模。

此外，3 月新发的房地产信托产品均具有大信托平台、大品牌房地产企业的特征。如平安信托发行的佳园 32 号，募集规模达 10 亿元。

对此，展恒理财研究员吕训孜认为：在政策严格监管之下，房地产市场的资金面仍非常紧张。如果下半年房地产销售市场没有起色的话，预计地产信托产品的收益率还会继续走高。事实上，根据展恒理财的调查，目前市场上的投资者对 1.5 年期以上的房地产信托要求的收益率已经高于 9.5%，远高于去年同期水平。”

据 Wind 数据统计显示，已公布 2011 年年报的 49 家上市房地产公司，负债总额达 5789 亿元，同比提高 40%，负债率也明显上升，平均负债率超过 70%，创出 10 年来最高。平均每股经营现金流量为-0.27 元，27 家公司呈经营现金



净流出，其中保利地产、招商地产、金地集团，每股经营现金流为-1.12 元、-1.6 元、-0.81 元。

债券成证券信托新宠

而在证券信托领域，债券类产品也开始冲击传统的股票类产品的市场。据私募排排网统计，3 月份阳光私募发行总量为 46 只。其中，债券类产品发行数量达 10 只，占发行总量的 21.74%，成为创新型私募产品新宠。截至 2012 年 3 月

31 日，累计发行的债券类私募基金数量超过 80 只。

融智投资研究中心总监助理陈琴表示，从去年底开始，以债券为主要投资标的的阳光私募产品从去年底开始走俏市场。短期看，债券类私募可能整体投资实力不如券商、公募和银行，但债券类私募无需遵循严格的债券型基金的定义，投资范围更广，投资方式将会更加灵活，可满足不同投资者的需求。

券商理财产品发行遇冷 亟待全产品线布局

证券时报记者 曹攀峰

2012 年券商集合理财产品正遭遇业绩翻红但产品难发的困局。受大盘反弹的推动，截至昨日，该类产品最高收益已达 18.7%。然而，受制于多重因素，券商理财产品的发行却颇为惨淡，一季度成立的 16 只产品仅募资 67 亿元，仅为去年同期募资规模的三分之一。受访的券商资管负责人表示，各家券商资管部门均在探索设计和管理固定收益类产品，打造从低风险到高风险的全产品线。

业绩翻红但产品难发

近年来，大盘在震荡中向上攀

升，券商理财产品的业绩也逐步走出亏损的阴霾，多数产品业绩翻红。根据 Wind 数据统计，截至 4 月 16 日，220 只产品取得了正收益，占比高达 84.6%。相较于去年权益类产品几乎全军覆没的惨状，近年来，券商资管权益类产品打了个翻身仗，截至 4 月 16 日，权益类产品业绩前三甲中银国际中国红 1 号、兴业证券玉麒麟 2 号和兴业证券玉麒麟 1 号的收益分别达 18.7%、16%和 14.9%。

尽管业绩全面翻红，券商理财产品的发行却遭遇滑铁卢。根据 Wind 数据统计，今年一季度共有 16 只产品宣布成立，共筹集资金 66.9 亿元，平均单只产品募资 4.4

亿元，混合型产品长城 2 号募资最多，也仅为 9.14 亿元。而去年同期成立的 20 只产品则募集了 197.2 亿元的资金，平均单只产品募资 9.9 亿元。相比之下可见今年券商理财产品发行的艰难。今年成立的海通海蓝量化增强、国泰君安君享成长、国信金理财中性量化 3 只产品的成立规模分别仅为 1.78 亿元、1.55 亿元和 1.31 亿元。按照规定，券商理财产品资产净值规模不得低于 1 亿元，这就意味着，上述 4 只产品均是擦着产品终止底线而成立。

固收类产品将大量增加

事实上，除了券商理财产品外，公募基金一季度的发行也颇为艰难。

根据 Wind 数据统计，今年一季度公募基金发行数量同比增加了 13 只，但规模仅为 319.4 亿份，同比降低近半。

申银万国资产管理总经理单蔚良认为，两大原因制约了理财产品的发行。一是一季度银行存款缺口较大，作为理财产品发行主渠道的银行，把大量的精力放在了吸纳存款业务上，无暇顾及公募基金以及券商资管等理财产品；二是去年公募基金以及券商理财权益类产品整体陷入亏损境地，客户以及银行客户经理均对权益类产品的销售有抵触情绪。

从历史来看，主攻权益类产品，一直是券商资管的产品发展策略。据 Wind 数据统计，现存的 260 只券商集合理财产品中，混合型、股票型、

基金中的基金（FOF）型、合格境内机构投资者（QDII）等权益类产品的数量高达 218 只，占比达 83.8%，而债券型、货币型等固收类产品仅有 42 只，占比仅为 16.2%。

去年行情的冲击，令不少券商不得不调整发展策略，开始发展从低风险到高风险的系列产品线。根据 Wind 数据统计，今年一季度发行 16 只券商资管产品中，固收类产品占 6 只。

华东某券商资管负责人认为，目前整个市场将处于涨跌互现的震荡行情，靠权益类产品赚大钱的可能性已不大。对于以提取业绩报酬为主要收入来源的券商资管而言，及时布局理财产品全产品线，既是适应经济发展的需要，也是券商资管得以生存所需。

一季度银行青睐结构性理财产品

当下震荡的股市行情，令投资者的口味也随之变化，固定收益类产品颇受投资者青睐。无论是对于银行、信托，还是对于券商的理财产品，叫座的均为这类产品。这里真是弱市的避风港吗？最热点又在哪里？

证券时报记者 唐曜华

去年以来股市的持续下跌以及今年一季度的震荡行情，使得银行和投资者今年一季度对直接投资股票的理财产品均保持谨慎态度，银行普遍青睐发行结构性理财产品，间接分享资本市场投资收益。除了比股票投资类理财产品更为稳健外，结构性理财产品可直接带来存款是银行热衷发行此类产品的重要原因。

固定收益类产品占优

一季度股市的大幅波动让银行股票类理财产品收益率跑输固定收益率理财产品。

据中信银行所披露的数据显示，中信理财之蓝筹计划 3 号今年 3 月 30 日净值为 1.1031 元，仅较去年 12 月 30 日的净值增长了 1.06%，折算成年化收益率仅为 4.24%。

招商银行一款股票投资类理财产品同样收益不佳，招商银行“金葵花”增强基金优选系列之金选双赢 2011 年 12 月 28 日的净值为 0.5914 元，今年 3 月 28 日的净值为 0.5976 元，一季度净值

仅增长了 1.05%，折算成年化收益率为 4.2%。

而今年一季度固定收益类理财产品收益虽然有所下行，但却高于上述理财产品。今年 1 月份，47 家银行发行的 621 款人民币债券类产品的平均预期收益率为 5.1%，今年 2 月份 45 家银行发行的 724 款人民币债券类产品平均预期收益率为 4.86%。

股票类理财产品收益率表现欠佳，加之股市前景不明朗，使得一季度银行青睐发行更为稳健的结构性理财产品，间接分享资本市场的投资收益。

银行热衷结构性理财产品

今年一季度，我们基本上不怎么销售股票投资类理财产品，将销售重点放在结构性理财产品以及开放式理财产品，尤其是结构性理财产品。”深圳某股份制银行财富管理中心负责人告诉证券时报记者。

今年以来银行保本类理财产品的发行数量占比持续上升。我们观察到，今年以来保本类理财产品发行数量在新发行理财产品中的占比持续上升，去年四季度占比为 35%，今年 1、2 月已上升至 38%和 41%。”中金公司近期发布的报告称。

银行发行结构性理财产品的主要目的在于获得更多存款。”上述股份制银行人士称。据了解，银行结构性理财产品通常先进行一笔存款，再使用存款利息收益进行投资，以此达到保本的目的。因此对于发行此类产品的银行来说，发行结构性理财产品所募集的资金将给银行带来一笔稳定的存款。

从前两月银行新增存款中也可以看到，个人结构性存款的占比均有不同程度上升。”中金公司上述报告称。

投资者教育：任重而道远

山西证券股份有限公司 张国华

投资者教育工作历来受到世界各国证券管理机构高度重视，近年来，我国证券市场管理层也一直致力于加强投资者教育的工作，目的是不断提高投资者的整体素质，倡导投资者理性投资。但目前尚有不足之处，中国证券市场投资者的整体素质依然不高，市场充斥着盲目炒新、狂热炒小、博傻炒差，盲目跟风、频繁交易等非理性投资情绪。究其原因，我们认为与中国证券市场发展历史、证券市场结构、投资品种结构、投资者结构有一定关系。

首先，中国证券市场至今仅有 20 余年历史，市场各个层次的参与者需要有一个不断学习、不断提高的过程。

其次，我国的证券市场结构还不

够健全，还处在构建多层次证券市场的进程中。虽然已经初步建成了上海、深圳主板和中小板、创业板，新三板也在紧锣密鼓准备中，但是相关的配套制度尤其是退市制度尚不健全，这就给盲目炒差等非理性投资行为提供了沃土，导致投资者不能理性对待投资。

再次，中国市场的投资品种结构也和成熟市场有很大不同。中国的证券市场投资品现状是低风险的债券供给偏小，交易不活跃，普通投资者也不熟悉，而风险更高的股票供应庞大、交易量大、周转率高，完全占据了投资品的主流地位。这样的结构注定了投资者面临较大的风险，所以需要接受风险教育。

由于中国证券市场发展历史较短，证券市场结构、投资品种结构及投资者结构的特殊性，使得我国的投资者教育工作重要、紧迫。切实有效的投资者教育工作需要证券市场参与各方各负其责、通力合作，才能使投教工作确实起到教育引导投资者学会了解市场，从而理性投资的作用。

从监管层面讲，证监会及派出机构、证券业协会、交易所要负起一线监管的责任，严厉打击各种扰乱证券市场秩序、破坏交易规则、内幕交易及操纵市场的违规违纪违法行为，并且将各种典型案例公之于众，劝告投资者避免陷入投机骗局导致亏损，同时要完善市场相关制度建设，比如上市公司强制分红、劣质公司退市制度

等，让优质公司能够为投资者带来长期投资回报，让劣质公司尽早退市，避免误导投资者。

证券公司是投资者教育工作的主要环节，起到承上启下的关键作用。应该充分认识到客户乃生存之本，投资者教育工作比业务拓展、业务创新更为重要，应该将投资者教育工作制度化、日常化，而且具备可操作性，避免投教工作走过场和形式化，各证券公司一定要提升从业人员素质和客户服务意识，一定要把适当性管理制度全面贯彻到证券业务的各个环节，通过客服中心、呼叫中心、视频培训、现场培训等环节做好总部的投资者教育工作，同时把投资者教育工作考核与

各部门、营业部考核挂钩，充分体现投资者教育工作的重要性。

证券公司营业部是投资者教育工作的桥头堡和根据地。作为直接面对投资者、为投资者提供投资服务的营业部，要从投资者开发、开户、交易、客户咨询、客户服务各个环节严格规范，把适当性管理制度切实贯彻到客户服务的各个环节，办好投资者教育园地，通过多种形式促进投资者教育工作，引导投资者远离投机，理性投资。

作为投资者，尤其是中小投资者，应当加强证券业务学习，熟悉所投资产品的收益风险特征，不从事不熟悉产品和不能承受相应风险的产品投资，以价值投资为核心，不盲目轻信

暴富神话，不盲从各种媒体、专家所推荐的股票。

首先，要把那些最没有股市风险承受能力的人群隔离出去，其次，对于大多数投资者来说，最好的投资准则就是遵循常识：买绩优大盘股；不要把鸡蛋放在一个篮子里，尽量多买几只股；买入价格不能太高。最后，只有那些有专业知识且有能力承受较大风险的投资者，才适合去挑选那些大家不太熟悉、业绩不太稳定、前景很不明确的公司，就是说这是一个小众市场。”这是证监会主席郭树清关于推行适当性管理制度的一段讲话，一语中的，直击要害。以此作为结束语，希望能够引起大家思考。

(CIS)