

中行上半年净赚716亿  
6月末存款总额达9.48万亿

证券时报记者 蔡恺

中国银行今日发布的 2012 年半年报显示, 该公司上半年实现净利润 716 亿元, 同比增长 7.58%。

中国银行表示, 若剔除去年上半年中银香港雷曼兄弟相关产品的影响等一次性因素, 该公司净利润同比增长 12.22%。基本每股收益 0.26 元, 同比增长 7.58%。截至 6 月末, 中行资产总额 12.83 万亿元, 负债总额 12.03 万亿元, 分别比上年末增长 8.42%和 8.68%。

上半年, 中国银行集团净息差为 2.10%, 比上年同期下降 0.01 个百分点。其中, 中国内地人民币净息差 2.31%, 同比微降 0.04 个百分点。中行称, 影响集团净息差的因素包括: 人民币进入降息周期, 利率市场化进程加速, 利率浮动区间扩大, 加上客户存款呈长期化趋势, 人民币付息负债成本上升快于生息资产收益, 以及外币存款增长较快, 但外汇贷款需求减弱也造成净息差缩窄等。

资本充足率方面, 截至 6 月末, 中行资本充足率为 13%, 核心资本充足率为 10.15%。资产质量方面, 不良贷款率 0.94%, 比上年末下降 0.06 个百分点。存贷款方面, 6 月末, 中行客户贷款总额 6.75 万亿元, 比上年末增长 6.5%; 存款总额则为 9.48 万亿元, 增长 7.5%。

中国平安上半年  
盈利139.6亿增9.4%

中国平安今日发布的 2012 年半年报显示, 该公司实现归属于母公司股东净利润 139.59 亿元, 同比增长 9.4%; 基本每股收益 1.76 元; 该公司拟向全体股东派发中期股息每股 0.15 元 (含税)。

半年报数据显示, 中国平安上半年净投资收益率 4.5%。在银行业务方面, 2012 年上半年, 银行业务为平安集团贡献利润 34.67 亿元。信托方面, 平安信托私人财富管理业务稳健增长, 高净值客户数已突破 1.5 万人, 较 2011 年末增长 21%; 信托资产管理规模达 2362.42 亿元, 较 2011 年末增长 20.4%。(蔡恺)

民生银行  
上半年净利增长37%

民生银行今日发布的 2012 年半年报显示, 该公司上半年净利润同比增长约 37%; 同时该公司宣布拟每 10 股派发现金股利 1.5 元 (含税)。

半年报数据显示, 民生银行 2012 年上半年实现营业收入 514.56 亿元, 同比增长 32.43%; 基本每股收益为 0.69 元。

截至 2012 年 6 月末, 民生银行的资本充足率为 11.36%, 核心资本充足率为 8.41%, 较去年同期提高约 0.5 个百分点。资产质量方面, 民生银行不良贷款率较去年略微提高 0.06 个百分点至 0.69%; 拨备覆盖率也同比减少 4.93 个百分点至 352.36%。(蔡恺)

国海证券  
上半年净赚1.49亿

国海证券发布的 2012 年半年报显示, 该公司实现归属于上市公司股东的净利润 1.49 亿元, 同比减少 3.94%。

半年报数据显示, 国海证券上半年实现营业收入 7.88 亿元, 同比增加 5.1%; 营业利润 2.2 亿元, 同比减少 6.32%。在各项业务中, 证券经纪业务收入同比减少 27.84%至 3.35 亿元, 投资银行业务收入同比减少 55.11%至 5980.7 万元, 自营业务同比增长 544.08%至 1.85 亿元。(蔡恺)

邱晓华出任  
民生证券首席经济学家

证券时报记者获悉, 民生证券已聘任原国家统计局局长邱晓华担任首席经济学家一职。民生证券相关负责人介绍, 该公司成立了“研究咨询专业委员会”, 由董事长及总裁牵头, 部分研究业务负责人参与, 邱晓华将扮演研究业务带头人的角色。

根据资料, 邱晓华 1996 年~1997 年在美国斯坦福大学亚太研究中心任高级访问学者, 1999 年出任国家统计局副局长, 2006 年 3 月任国家统计局局长, 2008 年 6 月, 赴中海油总公司下属研究机构任职。

在中海油从事研究期间, 邱晓华较少公开露面。最近一次发表观点是在海通证券的一次高端内部会议上, 他认为中国经济短期不要太悲观, 可以看到一点曙光, 但需要做好应对长期困难的准备。(贾壮)

聚焦 FOCUS 券商资管业务大松绑

## 新规强化券商资管私募定位 将与公募展开错位竞争

证券时报记者 李东亮

日前, 证监会公布了《证券公司客户资产管理业务试行办法》及其配套细则修改文件, 并公开征求意见。对此, 多数接受证券时报记者采访的券商高管表示, 本次修订核心为降低券商资管的成立门槛和拓宽投资范围, 这进一步强化了券商资管的私募定位, 将促进资管运行模式由目前的标准化转型为个性化, 券商资管将与公募基金进行错位竞争。

强化私募定位

券商资管业务本身的私募定位更为清晰了。”这是接受证券时报记者采访的业内人士评论《试行办法》修订时说得多的一句话。他们表示, 在新规中, 此前业界关于允许公开宣传、降低投资者门槛等带有公募性质的建议并未得到采纳, 而审批改备案、取消清盘线等多项带有私募性质的条款均得以体现, 表明券商资管私募性质再次强化。

不仅如此, 《试行办法》和配套细则修订的主要内容可谓多点开花, 还适度扩大了资管的投资范围和运行方式、将限额特定资产管理成立条件由 1 亿元调整为 3000 万元、自有资金参与单个计划的最高比例调高至 20%、取消了限额特定资产管理计划的双 10%规定等。

业界认为, 这表明监管层不仅给予资管业务清晰的私募定位, 在未来还可能将重点鼓励专项资产管理计划、定向资产管理计划和限额特定资产管理计划 (小集合) 的发展。

申银万国资管总部总经理单蔚良表示, 券商资管的出路是和公募基金进行错位竞争, 因此券商资管偏向私募的定位不仅无可厚非, 而且非常必要。他说, 创新性和公共性具有天然的矛盾, 因为无论是投资范围创新还是投资策略创新均有一定风险, 而普通投资者则难以承受这种风险, 因此定位为私募有利于发挥券商创新优势, 同时可以避免因此带来的风险。

不过, 也有券商人士认为, 投资者门槛决定着产品的需求, 投向、小集合和大集合投资者的门槛分别达到 100 万元、10 万元和 5 万元, 这无疑使得资管和公募基金处在不同的起跑线上, 毕竟公募基金也涉足“一对一”和“一对多”的产品。

实现个性化服务

券商资管业务长期以来的标准化服务模式将有望转型为个性化的服务模式。”单蔚良表示。

记者调查结果显示, 由于不能发行分级产品和投资范围受限, 券商资管仅能向投资者提供标准化的服务产品, 无法满足高净值客户的个性化服务需求, 这限制了资管业务的发展, 而《试行办法》此次修订将有望改变这一现状。

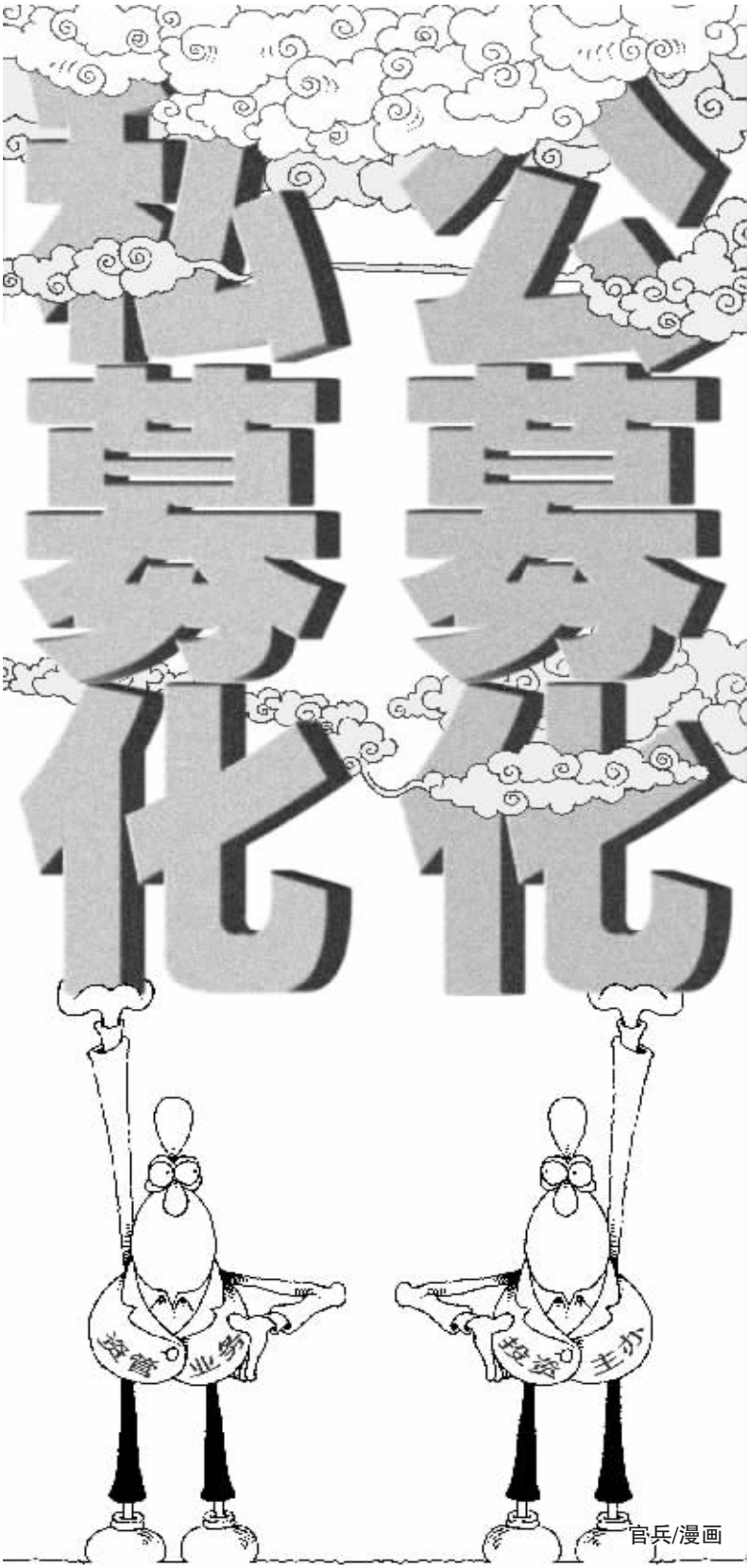
《试行办法》拟允许集合计划份额根据风险收益特征进行分级, 适度扩大资产管理产品的投资范围, 其中限定型集合资产管理计划和定向资产管理计划的投资范围仅需与客户在合同中约定即可。

单蔚良表示, 分级产品率先在信托业设立, 后被公募基金采纳入产品序列, 一旦券商资管可以设立分级产品, 非常有希望后来居上。他认为, 分级产品设立的关键在于找到足够多的特定客户——那些风险承受能力较强但要求收益率相对较高的客户, 这部分客户多集中在券商系统内, 因此券商资管具有发展分级产品业务的先天优势。

客户细分要求更高

《试行办法》此次修订, 进一步加强了对资产管理计划适当销售的监管, 将使得券商资管更加重视细分客户。

业界人士表示, 私募性质的定位使得券商资管必须通过不断地创新与其他理财机构进行竞争, 而创



券商资管人事管理公募化

未来投资主办人待遇有望向基金经理看齐

证券时报记者 黄兆隆

当资管新政正式出台后, 券商资管私募定位将进一步加强, 但与此形成反差的是, 未来对投资主办人的管理将“公募化”, 对其监管会逐步与基金经理监管接轨。

按照证监会日前公布的《证券公司客户资产管理业务试行办法》及其配套细则修改文件的征求意见稿, 其中拟调整对投资主办人的资质要求, 要求具备良好的诚信记录和职业操守, 通过中国证券业协会的注册登记。

监管纳入正规军

上述征求意见稿显示, 中国证券业协会将同步研究制定投资主办人注册登记自律规则, 明确投资主办人注册、变更、注销管理等具体要求, 以提高投资主办人专业素质, 引导其合理有序流动, 维护客户合法权益。

实际上, 这是将投资主办人和基金经理的监管方式并轨, 或者

着券商资管投资范围扩大, 服务客户的手段将大幅增加, 五花八门的产品必然要求进行必要的适当性销售。

不过, 也有部分券商资管人士表达了担忧。他们认为, 如果资管业务未来沿着私募方向发展, 按现有的按照规模收取管理费的收费模式, 将需要比公募基金付出更多的努力, 但收益有可能还不到公募基金的百分之一, 毕竟创新的努力需要付出很多。

投资范围松绑  
助券商争夺高净值客户

见习记者 张欣然

本轮政策松绑, 将有助于券商资管丰富产品线以挖掘高净值客户。”接受记者采访的券商人士对《证券公司客户资产管理业务试行办法》修订后正式实施寄予厚望。

在《试行办法》此次修订中, 明确将集合类产品由审批转备案制、根据风险收益对产品分级。值得注意的是, 固定收益类产品投资范围放开将有效提升券商资管规模; 限定性产品可投向信托及股权, 在拓宽券商资管投资范围的同时, 将为其抢占产业高净值客户提供条件。

整体市场行情不好, 产品收益下滑, 客户对产品业绩的信心逐渐减弱, 我们也在不断想办法吸引高端客户。”一位券商资管部门人士称, 一直以来银行利用渠道优势吸引了不少高端客户, 而《试行办法》此次修改中对投资范围进一步拓宽, 将有助于提高券商资管产品开发能力, 实现集合理财产品多元化格局。

在原有国债、基金、股票的基础上, 未来我们产品将会有更多的选择, 产品的种类也将更加丰富。”上海某券商资管部门人士表示。

据了解, 高净值客户一般对理财产品收益的稳定性及抗风险能力要求较高。针对不同客户制定个

■记者观察 | Observation |

券商与渠道合作  
应采取差异化策略

证券业热盼已久的资管业务大松绑渐行渐近, 券商纷纷摩拳擦掌做好备战。在此背景下, 未来将有大量的资管产品集中面世。那么, 券商将面临的一个问题是, 销售能力能否跟得上? 在为资管业务松绑大声叫好的同时, 券商也应该制定适合自己的渠道合作差异化策略, 避免陷入哄抢渠道的恶性竞争之中。

目前, 国内开展资管业务的机构众多, 基金公司、银行、信托公司等机构对券商资管业务形成了一定的威胁。其中, 在产品销售上,

银行渠道对券商的重要性毋庸置疑。近年来, 随着券商资管产品的发行对银行渠道依赖程度加深, 券商资管销售成本也在快速上升。据了解, 现阶段券商资管产品通过银行代销, 除了要支付渠道费用之外, 还要收取部分销售额度提成, 甚至客户的托管费用都要给银行分一杯羹。今年以来, 券商为了血拼业务规模, “赔本吆喝”的也大有人在。

值得欣慰的是, 部分券商已意识到一味以同质化的产品和公募基金、私募产品拼银行渠道, 其发展前景不容乐观。可以肯定的是, 随着资管产品进一步丰富, 有越来越多的产品需要通过渠道销售。那么, 目前的代销渠道无疑需要扩容。实际上, 除了大型银行, 一些第三方理财机构, 以及位于二、三线城市的城商行都可以扩充到券商资管产品的代销队伍当中。

现阶段, 第三方销售机构的牌照正逐步放开, 未来券商资管产品完全能借助专业的第三方销售机构销售, 为券商资管业务带来更加多元化销售渠道。据了解, 在海外成熟市场, 第三方理财机构是金融产品的主力军。以美国市场为例, 第三方机构销售的产品比重达 70%。

除了积极扩充外部渠道外, 券商内部销售渠道也有待完善。近年来, 券商营业部代销自家资管产品的业绩一直不尽如人意, 一方面除了资管产品品种有限外, 另一方面就是内部利益分配有问题。曾有券商人士形容, 经纪业务部门代销资管产品的内部核算是一个“世纪难题”。让人困惑的是, 券商自家的营业部渠道资源都被公募基金看重, 为何券商自己的资管产品反而舍近求远呢?

随着券商业务的转型, 通过整合公司内部资源, 打造全产业链已成为业内共识。在此基础上, 券商利用自有渠道销售资管产品也将得到进一步发展。值得一提的是, 近期广东某中型券商资管部门负责人算了一笔账: 新发行的一只理财产品销售中, 经纪业务部门包销了募集规模的六成。(林巧)