

信托公司直销实力悬殊大

以平安信托为代表的公司早对直销毫无压力;后来者尚处起步阶段,抢夺直销人才

证券时报记者 杨卓卿
实习记者 钟惠茹

监管层三令五申禁止第三方理财机构代销信托产品,已有一段时日。在信托风险案例频频曝光的当下,部分后期发力开拓自身渠道的信托公司深感艰难。

我们前两年一直忙于开拓其他业务,现在才开始发力自建渠道,确实不易,信托产品不再像以前那么火爆,自建渠道的好时机已过去。”华南某大型信托公司财富管理中心相关负责人称。

据了解,目前业内信托公司的营销实力差距较大,如平安信托、上海信托等对禁止第三方代销表示毫无压力;包括建信信托、交银信托等在内的银行系信托公司,则因有强大的股东——银行渠道为依托,直销压力较小;业内不少信托公司则处于开拓直销业务的起步阶段,在第三方理财渠道及银行渠道双双收紧之时,也不得不招兵买马,应对直销时代。

毫无压力的第一梯队

监管层对第三方理财机构的管控意图由来已久。

在去年底的杭州信托年会上,监管层与多家信托公司高管座谈时明确表示,将禁止信托公司通过第三方公开销售信托产品。今年5月,99号文”执行细则,将这一监管思路进行了重申。

面对扑面而来的直销压力,已完全具备直销实力的信托公司自然令业内同行羡慕不已。在这方面,以交叉销售闻名的平安信托成为信托直销的典范。

据了解,平安信托有一支综合开拓团队,主要为平安集团内部及外部合作伙伴,提供信托产品交叉销售咨询服务及业务支持,并根据客户投资需求及市场状况提供资产配置、理财规划等财富管理服务。

启元财富研究总监汪鹏称,建立直销渠道必须以强大的产品体系作为支撑,平安信托应该是业内自身渠道最为发达的信托公司。

前述华南大型信托公司财富管理中心相关负责人表示,平安信托自建渠道开始得很早,在业内同行尚未布局的时候,就已把基础搭建起来,很好地抓住了时机。

因此,在业内同行纷纷在年报中表示2014年要大建渠道时,平安信托表示,2014年公司要进一步开展私财渠道的改造,包括产品方面的改造以及服务方面改造,全面提升客户的体验,增加客户黏性。

除此之外,一些口碑较好的老牌信托公司也凭借长期积累的客户资源,已基本摆脱对外界渠道的依赖。

以上海信托为例,早在2010年,该公司集合信托计划的直销规模占集合信托产品总销量的近80%。而据证券时报记者了解,如今上海信托积累的直销客户数已接近2万人,加之上海信托已被浦发银行收购,不仅通道业务受益,客户资源、销售渠道也取得协同效应。

信托系第三方理财机构“单飞”

证券时报记者 刘雁

面对监管部门对非金融机构代销信托的禁令,第三方理财机构纷纷展开了转型。其中,信托系第三方理财机构的动向备受关注。他们曾一度因“信托”的标签而被投资者热捧,而今却要走上“去信托”标签的征程。

信托系第三方密集成立

自去年下半年以来,一批信托系第三方理财机构密集成立,陆家嘴财富、新华财富,以及民生财富相继成立,这些新生代财富管理机构被业界视为“信托系第三方财富管理公司”。

银行系信托优势大

凭借渠道优势,银行系信托公司的资产规模增幅,一直远超前于业内其他同行。

按照2013年年报数据,兴业信托、建信信托以及交银国信这3家银行系信托公司的信托管理规模合计达1.17万亿元,已占全行业的11%。

银行的渠道资源正是这些信托公司的优势所在。与其他信托公司的产品相比,银行自然更乐于代销自家信托产品,银行系信托产品自销占比一直较高。”某中字头信托公司内部人士称,与此同时,银行的客户资源信度容易转移到同系信托公司身上,银行系信托积累客户相对容易。

上述人士亦表示,银行系的信托以发展单一资金信托为主营业务,也就是大家所说的通道业务,这类业务原本就由银行等机构资金对接,不存在在第三方理财机构代销的问题。

而随着一些兑付风险案例的曝光,代销信托的主力机构——银行也开始日趋谨慎。今年上半年,部分国有大行甚至一度暂停代销信托产品,令不少渠道建设尚未完善的信托公司更加紧张。

华南地区某第三方理财机构内部人士称,监管层对第三方理财机构代销信托产品态度发生数次变化,曾经是完全禁止代销,后来又允许向信托公司推介客户购买产品,而今又再度禁止,但业内第三方代销的情况始终未完全消失。

短期内完全取缔第三方代销肯定不现实,但此番不少信托公司对监管政策执行态度很强硬。如五矿信托、中铁信托等公司自去年底开始,便表示不再与我们合作。”上述第三方人士说。

人才争夺战开启

实际上,第三方代销与银行代销渠道同时收紧,也在客观上促进了信托公司财富管理业务的发展,尽管这个过程对信托公司来讲,比较吃力。

方正东亚信托研究发展部总经理杨帆表示,信托公司的转型,除了现在的直销渠道建立外,更要从资产管理转变为财富管理,就不再是销售那么简单。

所谓资产管理,即以产品为中心,对资产进行管理和运用,达到保值增值的目的。财富管理则是以客户为核心,通过分析客户的财务状况和风险偏好,发掘其财富管理需求,制定财富管理目标和计划,平衡资产和负债,以实现财富的积累、保值、增值和转移。

据了解,信托公司此前对开展财富管理业务并无动力的原因在于,相比开发产品,这部分业务赚钱相对较慢。而随着行业转型时期的到来,一味倚重产品开发的发展路径,逐渐被信托公司摒弃,向资产管理方向转型成为部分公司的选择。

业内人士表示,很多信托公司的

“99号文”细则严格规范了信托产品的营销,具体明确如下几点:

(一)坚持私募标准。不得公开宣传,不得通过手机短信等方式向不特定客户发送产品信息。

(二)禁止信托公司委托非金融机构推介信托计划。禁止委托非金融机构以提供咨询、顾问、居间等方式直接或间接推介信托计划。切断第三方风险向信托公司传递的渠道,避免法律风险。

(三)基于信托公司私募定位、合规推介、信息披露及客户适当性考虑,信托合同签约原则上应由信托公司和投资者当面签署。

招兵买马

压力较小

处于开拓直销业务起步阶段的公司

银行系信托公司

毫无压力

已完全具备直销实力的信托公司

官兵/制图

直销业务属于起步初期,对高素质的销售人员及管理人员的需求很大。所以,在这个时候,业内的人才争夺战也同时开启。

据近期业内的招聘网站,信托公司的招聘需求大多为直销人员或者财富管理中心负责人。包括华润信托、中泰信托、华融信托、中融信托等

在内的诸多信托公司向记者反映,今年上半年他们也一直在招聘直销人才,并一再感叹招人不易。

北京某中型信托公司财富管理中心相关负责人称,公司之前仅在北京设立财富管理中心,去年底计划在上海、深圳和广州另设三个财富管理中心。其中,上海中心现已成立开

业,华南地区的两个中心今年下半年也可完成设立。

但我们公司对这几个财富管理中心的定位,不只限于开拓直销,相关人员也负责为公司寻找项目资源、扩大区域影响力等工作。”上述北京中型信托公司财富管理中心相关负责人说。

弃信托“单飞”

在监管部门发出禁止非金融机构代销信托产品的禁令后,曾经将代销信托产品作为主业的信托系第三方,如今面临着“单飞”的命运。

事实上,除了陆家嘴财富外,其他四家信托系第三方财富管理公司与信托公司之间,并无直接的股权关系。而在99号文”之后,这些信托公司均已开始招聘营销团队。

作为首家信托系第三方财富管理机构,恒天财富的快速崛起,可谓充分

地借力中融信托。而如今,其更愿意强调自己是一家“独立”的第三方财富管理公司。

据了解,恒天财富最初的团队便出自于中融信托财富管理中心,而其最初的产品来源也主要倚靠中融信托的供给。不过,随着恒天财富的日益扩张,其产品来源也逐渐变得丰富,而他们也更乐于将自己视为独立的第三方理财机构。

截至2014年二季度末,恒天财富已服务超过3万名境内高端客户;累计管理资产规模突破1500亿元人民币。

据恒天财富内部人士介绍,公司在产品采集方面并不会特别偏爱中融信托的产品,过去几年之所以与中融信托合作较多,主要是因为中融的产品在创

■记者观察 | Observation |

第三方销售信托产品宜疏不宜堵

证券时报记者 秦利

一纸禁令,给第三方销售信托产品当头一棒。日前,监管部门下发的《关于99号文的执行细则》明确要求:“禁止信托公司委托非金融机构推介信托计划”,市场上火爆的第三方理财机构销售的信托产品将不再被认可。

笔者认为,对于第三方销售信托产品,应该像大禹治水一样,宜疏不宜堵,如果盲目禁止,一纸禁令则有可能变成一纸空文。第三方销售信托产品不宜禁止,主要是因需求旺盛。

首先是信托公司有补充销售渠道不足的需求。由于在异地设立分支机构的政策迟迟没有放开,目前信托公司多采取在异地设立营销中心的方式来服务客户。笔者了解到,目前设立最多的公司如中江信托,在全国也只有35个金融研究开发中心,无法满足客户旺盛的需要。在银行、保险、证券和基金子公司纷纷争夺高端客户的背景下,如果禁止第三方理财公司销售信托产品,将对信托公司尤其是中小信托公司产生较大的影响。

其次是投资者有需求。目前,高端客户理财需求的多元化趋势明显,信托产品只是这些客户配置的产品之一。部分第三方理财机构旗下销售的各种理财产品,更容易满足投资者的理财需求。

再者,从以往的案例来看,一禁了之往往会以失败告终。以银保为例,席卷全国的投连险误导风波,促使监管层在2010年颁布了禁令,“禁止保险公司驻点银行进行销售”,但由于需求旺盛,三年后这个政策不得不松动,有条件允许保险公司驻点银行进行销售。只要需求旺盛,相信虽然有禁令,但相关的机构也会采取变通的措施绕开禁令,使禁令效力大打折扣。

那么,采取什么样的措施才能规范第三方理财机构销售信托产品的行为呢?笔者有三点建议。

首先,监管部门可以效仿基金销售,以发放牌照的方式将第三方销售纳入到证监会监管范畴。目前,证监会已经发放了38家独立基金的销售牌照,在互联网金融的背景下,部分基金销售公司发展迅猛,证监会也可以效仿此做法,相应地提高门槛,向符合条件的第三方机构发放信托销售牌照。相信这些获得牌照的机构,会珍惜自己的品牌形象,减少销售误导行为。

其次,监管部门应鼓励信托公司收购第三方理财机构,通过资本运作鼓励信托公司补上销售渠道这个短板。如可以在分类监管评级方面设置加分项,信托公司收购第三方理财机构可以取得加分等。

最后就是监管部门要采取措施加强投资者适当性制度管理,增强违规处罚力度。纵观国内外各种金融违约风波事件,均是将不合适的产品销售给了不合适的投资者。目前,第三方理财机构销售信托产品存在的乱象,就是没有贯彻好合格投资者制度,无视100万元这个起点,并且大量采用拖拉机账户来规避这个政策。只有将第三方理财机构纳入到监管范畴,加大对其违规行为的处罚力度,才可以减少种种误导行为。

综上所述,对于第三方销售信托产品的行为,相关政策应以疏导规范为主,禁止的方式并不利于行业的健康发展。

信睿视点

SHANGHAI TRUST 独家冠名专栏

新和兑付方面表现都比较好。

虽然,恒天财富和中融信托有着共同的股东——经纬纺机,但上述内部人士称,股东方面并未对两者的协同提出具体要求。

此外,面对监管部门的“禁令”,中融信托亦开始大规模地招聘销售团队。该公司最近发布的一则招聘公告显示,正在招聘财富中心区域总经理、财富中心分部总经理等若干职位。

该公司内部人士告诉证券时报记者,在产品代销方面与恒天财富应该不会合作了,因而公司的财富中心也在大规模地招聘员工。

新华财富相关负责人亦表示,今年业务最多一半做信托,另一半做非信托的固定收益类,尤其准备打造自己的产品品牌。