

今年A股股权融资1.23万亿 中信证券成承销双料冠军

取得承销保荐费前五的分别是中信证券、国信证券、国泰君安证券、广发证券和招商证券

证券时报记者 李东亮

A股大幅震荡的2015年即将过去。证券时报记者统计,A股今年首发、增发和配股合计为实体经济输血1.23万亿,保荐机构合计赚得137.6亿承销与保荐费。其中,中信证券成为唯一一家股权融资承销保荐费过10亿的券商。

同时,证券业还承销了2.92万亿公司债、企业债等各类债券,中信证券以3343.43亿元的总承销额,遥遥领先其他券商。此外,截至12月21日,今年已公布的涉及中国企业的并购交易总额达7263亿美元,同比增逾六成,再创历史新高。

输血实体经济过万亿

据证券时报记者统计,扣除各项发行费用后,今年A股股权实际融资合计达1.23万亿。其中,企业首发实际融资1470.9亿元,上市公司定向增发实际融资10777.78亿元,上市公司配股实际融资34.38亿元。

与去年相比,总实际融资规模、首发融资规模和定向增发均大幅上涨,同比增长分别达到63.88%、139.85%和59.90%。不过,本已渐成鸡肋融资方式的配股在今年更是出现较大幅度的下降,缩水75.79%。

中信证券成为今年股权融资承销市场最大赢家,所承销的总融资额达813.7亿元,取得承销保荐费10.28亿元,成为今年股权融资市场承销保荐费唯一过10亿的券商。

今年首发、增发和配股等股权融资承销金额前五的券商分别是中信证券、国泰君安证券、中信建投证券、招商证券、西南证券;取得承销保荐费前五的券商分别是中信证券、国信证券、国泰君安证券、广发证券和招商证券。

不过,如果按照首发、定向增发和



郑加良/制表 吴比较/制图

配股的合计数量排序,位次即变化明显,排名前五的券商分别变为申万宏源证券、广发证券、中泰证券、国信证券和中信建投证券。

债券承销逼近3万亿

据记者统计,今年以来证券业承

销的各类债券工具规模达2.92万亿,较去年同比增长46%,逼近3万亿。

这些债券工具包括企业债、公司债、短期中票、金融债、可转债、政府支持机构债、地方政府债、资产支持证券和定向工具,今年被券商承销的金额分别达6939.98亿元、1366.93亿元、1065.95亿元、4979.08亿元、320.98亿元、1500亿元、15.71亿元、3093.1亿元和638.91亿元。

债券承销总额方面,中信证券以3343.43亿元遥遥领先,市场份额达16.72%。国开证券、中信建投证券、国泰君安证券和中金公司分列二、三、四、五位,各类债券承销金额分别达1844.27亿元、1245.49亿元、1077.61亿元和996.66亿元。

并购交易同比增逾六成

汤森路透日前提供的数据显示,截至12月21日,纳入该机构统计的案例数据显示,2015年全年已公布的涉及中国企业的并购交易总额同比增长60.7%至7263亿美元,再次创下新高。

汤森路透还称,在中国企业借壳上市的风潮推动下,反向收购交易总额升至590亿美元的历史高点,同比增长27.1%。中国企业境外并购总额升至1022亿美元的历史新纪录,同比增长88.6%。

汤森路透表示,截至12月21日,私募股权投资参与投资的中国企业并购交易额达421亿美元,同比增长9.8%。其中,高科技行业为主要并购标的,交易额同比增长225.6%至250亿美元,占据59.4%的市场份额。这一增长主要由包括红杉资本、中信证券、周鸿祎、金砖资本及华兴资本组成的投资集团对奇虎360高达103亿美元的并购交易促成。

2015年公司债发行量翻倍企业债锐减五成 银行间与交易所债市竞争升级

证券时报记者 杨庆婉

2015年债券市场可圈可点,公司债是不可缺席的一员。

近日,证监会副主席方星海明确了明年发展资本市场的五项重点工作,第五项便是:大力发展债券市场,加强债券市场的监管协调,加大银行间、交易所两个市场的互联互通,最终目的是要形成统一的债券市场。

公司债作为交易所挂牌的债券,2015年在证监会新政的推动下,发行数量达到1219只,比去年增长111%。相比之下,在银行间市场发行的企业债数量减少了49%。这倒逼发改委放松企业债发行,进一步扩容发行主体。银行间与交易所债市竞争升级。

企业债减半公司债翻倍

2015年债券市场发行总规模累计达56万亿。然而,债券市场依然长期分割,目前分为银行间和交易所两个市场。

银行间市场发行品种较多,包括国债、政策性金融债、企业债、短融、超短融、中票等。其中,企业债由国家发展改革委负责审批,短融、中票等由中国人民银行下的交易商协会负责审批注册。公司债则由证监会负责审批,在证券交易所挂牌交易。

目前,银行间市场仍是债券市场主力中的主力,其债券余额占债市总量的80%以上,交易所市场交易曾十分凋敝。今年证监会出台新规,将原有的公司债和中小企业私募债,转变成可由公众投资者投资的大公募,只能

由合格投资者投资的小公募债和定向发行的私募债;同时,取消公司债只能由上市公司发行的限制,扩大发行主体,并显著加快审批流程。

数据显示,截至12月25日,同业存单、短期融资券、地方政府债和公司债券发行明显超出去年。其中,公司债今年发行数量达到1219只,比去年增加641只,发行数量翻倍。企业债今年一共发行298只,比去年减少286只,减少49%。

发改委也对企业债发行放松审批、核准环节,发行主体进一步扩容,今年10月份出台了《关于进一步推进企业债券市场化改革有关工作意见》,旨在鼓励企业发债融资,用于重点领域和项目建设。

民生固收李奇霖认为,促投资、稳增长"是国家发改委企业债新政的主基调,但受到存量债务和企业转型压力限制,城投平台投资意愿低落,政策上的放松只能是"鼓励",难以实际"推动"。

公司债发行 长城证券匹敌中信

证监会公司债新政之后,各大券商纷纷在公司债发力。一贯在债券发行上占据龙头地位的中信证券也遇到了可与比肩的对手。

数据显示,今年公司债承销数量最多的券商是长城证券,达到33只,超越中信证券的26只。但是,其累计89.5亿的承销金额仍低于中信证券的104.6亿元。排名前十的还有太平洋证券、中山证券、国信证券、西部证券、东吴证券、中信建投证券、国泰君安证券和华融证券。

共建法治环境 共享和谐生态

华夏银行总行个人业务部总经理 王耀增

国务院近期颁发《关于加强金融消费者权益保护的指导意见》,首次从国家治理角度对金融消费者权益保护工作提出了体系建设的整体要求,对金融业落实十八大以来中央关于全面深化改革、全面依法治国和确立五大发展理念的总体布局要求具有重要意义。认真贯彻指导意见要求,银行业金融机构要深刻领悟意见所蕴含的改革精神、治理原则和发展理念,遵循金融服务社会公众和服务实体经济的本源,找准作为金融产品和金融服务提供者的角色定位,加强金融消费者权益保护的行动自觉,积极创建和维护公平和有效率的金融生态,为全面建成小康社会的总目标承担起银行业金融机构的社会责任。

一、消费者权益保护的法治精神

(一)国际经验

作为金融危机爆发后全球金融治理的重要成果,注重和加强金融消费者权益保护的法治建设和法律调整,已经成为全球金融监管和金融治理的普遍共识。作为这一问题的标志事件,美国奥巴马总统签署的《德-弗拉克华尔街改革和消费者保护法》(2010年7月21日)中,就包含了在强化系统性金融风险监管体系建设中加强金融产品消费者权益保护的内容。法案的生效促成了美国政府消费者金融保护署的设立。

美国这一立法行为集中反映了金融危机后政府监管当局对于金融创新与金融监管的辩证逻辑和理性回归,在全球范围内引起了巨大反响。它标志着致力于维护市场体系和发挥市场效率的宏观审慎监管,必须更加注重维护金融体系安全和保护消费者权益。2011年6月,英国政府发布《金融监管新方法:改革蓝图》白皮书,声明对英国金融监管体制做全面改革,包括改革监管机构,培育竞争市场,控制系统风险,

增强消费者保护以及加强国际和欧洲的监管合作。随后英国政府设立了金融行为监管局(Financial Conduct Authority, FCA),负责监管金融机构的业务行为,促进金融市场公平竞争并保护消费者。世界银行2012年6月也出台了涵盖银行、证券、保险、非银行信贷机构的《金融消费者保护的良好经验》,为各国开展金融消费者保护工作提供了参考。世行报告提出要重视和加强金融消费者保护顶层设计,加强信息披露和现场检查评估。报告提出要延伸金融消费者保护前后两端的工作,既要强调事先的纠纷预防(金融知识教育机制),也要关注事后的权利救济(争端解决机制);要优化金融消费者保护市场环境,加大金融机构对消费者保护的义务和责任。

(二)我国实践

我国金融消费者权益保护工作一直处于不断补充、修改和完善过程当中。第十二届全国人大常委会第五次会议通过关于修改《消费者权益保护法》的决定(2013年10月25日),2014年3月15日新修订的《中华人民共和国消费者权益保护法》开始实施。我国消费者权益保护工作向前迈出了重大一步。新消法在立法原则上与国际消费者权益保护法法治精神实现了全面接轨,譬如个人信息保护、网络购物、公益诉讼、惩罚性赔偿等涉及消费者权益保护方面问题的法律原则,就突出强调了消费者权益,弥补了原有法律法规在保障消费者权益方面调整作用不全的缺陷。这部法律的出台对包括银行体系在内我国金融体系消费者权益保护工作提出了更高要求。因此,在国际国内法制环境不断完善的背景下,从2012年起,一行三会先后成立了消费者权益保护局,陆续制定出台了金融消费者权益保护工作指引和指导意见,形成并不断完善我国金融消费者权益保护工作的统一监管体系。

(三)治理原则

从国际经验到我国实践,金融消费者权益保护工作体系的形成包括四个层面的工作内容:第一是通过国家立法

明确国家对于金融消费者权益保护的监管目标和监管职责;第二是通过金融体系自我重构,加强金融消费者权益保护工作的制度建设;第三是通过金融监管机构的功能监管督促和引导金融机构履行保护金融消费者权益的工作职责;第四是通过积极合作借鉴和转化国际社会金融消费者权益保护工作的经验成果。此次国务院指导意见的颁布,就是结合了我国金融消费者中央和国务院决策部署,坚持市场化和法治化原则,坚持审慎监管与行为监管相结合,建立健全金融消费者权益保护监管机制和保障机制,规范金融机构行为,培育公平竞争和诚信的市场环境,切实保护金融消费者权益合法权益,防范和化解金融风险,促进金融业持续健康发展。

二、消费者权益保护的系统工程

国务院指导意见从宏观的和系统的层面上对构建金融消费者权益保护工作体系提出了明确的要求,对金融管理部门、金融机构和金融相关组织提出了不同的要求。对金融管理部门,要求按照职责分工,密切配合,切实做好金融消费者权益保护工作;明确金融管理部门和地方政府要加强合作,探索建立中央和地方政府金融消费者权益保护协调机制。对金融机构,要求遵循平等自愿、诚实守信等原则,充分尊重并自觉保障金融消费者的财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全权等基本权利,依法、合规开展经营活动。对金融领域相关组织,要求发挥自身优势,积极参与金融消费者权益保护工作;协助金融消费者依法维权,推动金融知识普及,在金融消费者权益保护中发挥重要作用。

在上述金融消费者权益保护系统架构中,国务院指导意见针对当前我国金融消费领域侵权与纠纷现象,特别突出地强调

了对金融机构的要求。明确金融机构必须保障金融消费者的八项权利,重点描述了各项权利的具体解释和执行标准,提出了金融机构在提供产品和服务的售前、售中和售后等环节的工作要求,体现了指导意见的原则与消费者权益保护上位法精神的一致性。例如,针对目前市场上频发的存款失踪、银行卡盗刷等现象,指导意见明确金融机构要依法保障金融消费者在购买金融产品和接受金融服务过程中的财产安全,采取严格内控措施和科学监控手段。

随着金融产品和服务创新加快,金融消费者存在着金融知识不足、防范意识缺乏等客观情况。为此,指导意见要求金融机构必须强化金融知识普及活动,广泛、持续地开展金融消费者教育,帮助金融消费者提高自我认知和自我保护能力。在提供金融产品和金融服务的过程中,金融机构要充分揭示产品的内在风险属性,不得采取隐瞒和误导消费者的销售行为,不得采取捆绑搭售等违反消费者真实购买意愿的销售策略,严格自觉地保护消费者的公平交易权。当金融消费者与金融机构等发生购买纠纷或者消费者权益受到侵权的时候,指导意见也明确了做为国家支持和保护消费者依法维权、依法求偿的权利。

三、消费者权益保护的实践做法

(一)监管实践

加强体制建设,保障工作落地。我国处在金融创新高速发展的时代。为了推进金融消费者权益保护工作发展,保障金融消费者权益实现,指导意见要求金融管理机构必须从法律法规、监督管理、工作机制、公平竞争四个方面推进监管体系建设和监管方法的形成。

监管工作机制,发挥协同效应。构建良性的金融生态环境,需要社会各方的共同努力,各司其职,有关部门和地方人民政府要在各自职责范围内积极支持和配合金融消费者权益保护工作,打造"协同共治"为根基的金融保障体制,指导意见从多维度对全社会进行号召,提出了六项机制。分别是全方位、多领域的金融消费者权益保护工作保障机制,重大突发事件协作机制,金

融知识普及长效机制,金融消费纠纷多元化解决机制,促进普惠金融发展,以及以政府为主导、社会广泛参与的金融发展环境优化机制,为全面推动金融消费者权益保护工作,为保护金融消费者权益合法权益创造良好金融发展环境。

(二)商业银行实践

按照人民银行和银监会的要求,华夏银行在落实金融消费者权益保护工作方面进行积极探索,补充形成了结合我行的工作体系和工作流程。

1.建立工作体系,落实主体责任。

强化顶层设计,落实主体责任。从保护银行业消费者的合法权益出发,在公司章程中增加了战略委员会消费者权益保护工作的责任,强化顶层设计,完善公司治理。董事会批准的《华夏银行股份有限公司消费者权益保护工作建设方案》,明确了消费者权益保护工作的指导思想、工作原则、战略目标、工作体系 and 组织实施要求,将消费者权益保护纳入到华夏银行经营发展战略层面进行管理。

加强组织建设,完善体系运转。2013年,华夏银行成立消费者权益保护工作委员会,全面负责消费者权益保护的规划制定、政策修订、信息归集、统计分析、对外宣传、监督协调等工作,为消费者权益保护工作提供组织保障。推行"预防为先"的消费者权益保护工作机制,从保护消费者权益实际出发,建立《华夏银行消费者权益保护工作管理办法》,《华夏银行个人金融信息保护工作管理办法》,修订相关管理制度,保证消费者权益保护要求在产品、流程、渠道、服务等不同层面、不同环节得到落实,保障全行消费者权益保护工作正常运行。

加强综合治理,提升企业文化。将金融消费者权益保护要求纳入《华夏银行企业文化理念纲要》。依法、公平、维护"是华夏服务的保障,从保护消费者切身利益出发,以完善我行消费者权益保护工作体系为主旨,不断改进我行服务质量,积极践行向消费者公开交易信息的义务,履行公平对待消费者的责任,消费者权益保护充分融入华夏企业文化体系。

2.强化公众教育,持续开展活动。

全行将消费者权益保护纳入社会责

任管理体系。围绕金融服务京津冀协同发展、自贸区金融体系建设、第二银行"服务体系建设和中小企业金融服务、经营网点优化机制,为全面推动金融消费者权益保护工作,为保护金融消费者权益合法权益创造良好金融发展环境。

2013年以来,全行组织开展各类金融知识普及教育活动,除了根据人民银行、银监会、银行业协会统一开展"金融知识普及月"、"金融知识进万家"和"金融知识万里行"等活动外,我行还根据市场变化和消费者需求,组织开展了存款保险制度、打击非法买卖银行卡、加强国家网络安全宣传、人民币反假、打击非法集资等多项主题活动。利用门户网站、短信、微信、微博、微刊、电子海报、LED广告、公益广告等媒体形式开展宣传。主动开展进社区、进学校、进企业、进村镇、进商户、进商圈、进养老院等主动宣传活动,通过举办文艺汇演、知识讲座、文体健身等活动,全面开展金融知识宣传和消费者权益保护的教育工作。

3.规范服务流程,保障工作落地。

为保证消费者权益保护融入业务管理和业务办理流程,全行明确要求各业务条线必须把消费者权益保护要求落实到产品和服务的设计开发、定价管理、协议制定、审批准入、营销推介、售后服务、投诉反馈、应急处置等各业务环节,全面维护消费者的合法权益。为维护理财客户合法权益,全行率先推行了一系列规范厅堂销售行为管理的措施要求:对有权销售本行及代理类产品的理财经理进行厅堂公示;对产品、流程、渠道、服务等不同层面、不同环节得到落实,保障全行消费者权益保护工作正常运行。

未来,华夏银行将坚持以人为本、服务至上、社会责任的价值取向,以服务实体经济和社会公众发展为本,严格践行金融消费者权益保护工作行为准则,积极完善工作机制,全力推进华夏银行中小企业服务战略实施,全力打造第二银行服务体系,全力建设华夏服务品牌,切实保护金融消费者权益,防范和化解金融风险,促进金融业持续健康发展。(CIS)