

商业银行上半年净赚7531亿

今年二季度末,不良贷款余额为5395亿,创17个季度新高

证券时报记者 贾壮

中国银监会昨日公布的数据显示,商业银行二季度末不良贷款余额为5395亿元,总额创下自2009年二季度以来17个季度新高,较一季度增长130亿元。二季度末,商业银行不良贷款率为0.96%,与一季度持平。

截至2013年6月末,银行业金融

机构资产总额达到144.2万亿元,同比增长13.78%;总负债134.8万亿,同比增长13.46%。

上半年,商业银行净利润为7531亿元,同比增长13.83%。二季度末,商业银行净息差为2.59%,较一季度末增长0.02个百分点;非利息收入占比为23.73%,较一季度末下降0.11个百分点。截至二季度末,商业银行不良贷

款余额为5395亿元,总额创下自2009年二季度以来17个季度新高,较一季度增长130亿元。其中,次级类贷款2335亿元,可疑类贷款2413亿元,损失类贷款648亿元;大型商业银行3254亿元,股份制商业银行956亿元,城市商业银行496亿元,农村商业银行625亿元,外资银行63亿元。二季末商业银行不良贷款率为

0.96%,与一季度持平。贷款损失准备15781亿元,较一季度末增加411亿元;拨备覆盖率为292.5%。

6月末,商业银行核心一级资本净额与一级资本净额均为70366亿元,资本净额为87450亿元。核心一级资本充足率与一级资本充足率均为9.85%,资本充足率为12.24%。累计外汇敞口头寸比例为4.24%。

前7个月银证转账资金净流入2584亿

证券时报记者 桂衍民

2584亿元,这是今年前7个月银证转账净流入的资金规模。不过,7月末空仓的A股账户占比依然高达六成,环比略有增加。

7月转账净流入804亿

根据中国证券投资者保护基金数据统计,今年前7个月,证券交易结算资金银证转账有6个月份呈现净流入,仅3月份净流出305亿元。今年前7个月交易结算资金银证转账累计净流入2584亿元,其中7月份净流入金额约804亿元。

7月份股市交易相对活跃,根据中国结算公司月度数据,沪深两市7月结算总额合计为36.45万亿元,环比增加43.55%;日均结算总额为1.58万亿元,较6月份增加了6.1%。值得关注的是,此日均结算金额创造了最近25个月的新高。

不过,创新高的日均结算额并未吸引更多的投资者入市。7月份沪深两市合计日均新开A股账户数为

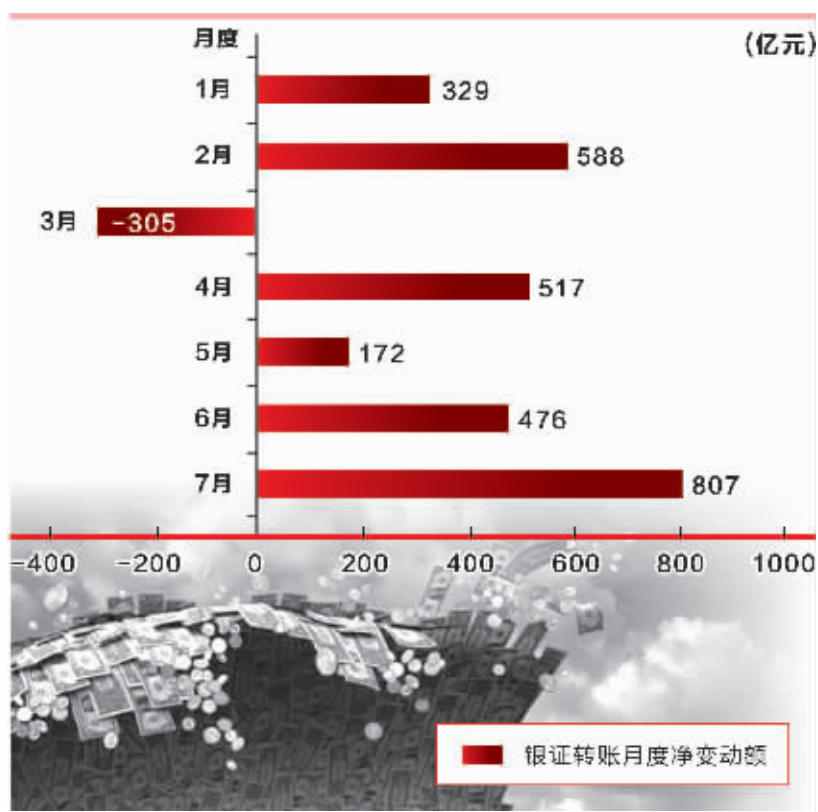
1.59万户。其中,沪市平均每日新开A股账户数为8102户,环比降幅为27.55%;深市平均每日新开A股账户数为7808户,环比降幅为25.04%。

7月末六成账户空仓

资金的净流入和日均结算额的提升,都源自证券账户交易的发生。

从是否参与二级市场交易角度看,根据中国结算数据,有4490.12万户近一年内参与了二级市场交易,占7月末A股有效账户的33.36%,较6月上升了0.1个百分点;未参与交易的A股有效账户为8969.39万户。在参与交易的A股有效账户中,七成期末持有证券。而未参与交易的账户中,则有七成期末未持有任何证券。

尽管持仓A股账户数量有所增加,但占A股有效账户的比重却在下降。数据显示,7月末持仓的A股账户数为5457.35万户,环比增加了9.91万户,增幅为0.18%。与此对应的是,空仓账户占比为59.45%,较6月末增加了0.04个百分点。



桂衍民/制表 张常春/制图

恒泰“创富1号”涉嫌违规为关联方融资

证券时报记者 桂衍民

7月中旬,恒泰证券发布旗下理财产品“创富1号”终止公告,这距离该产品成立仅有半年时间。

据知情人士透露,“创富1号”因涉嫌违规向关联方提供融资,监管部门7月份已对此启动调查。

产品委托人不足两户

7月17日,恒泰证券公告称,恒泰创富1号限额特定集合资产管理计划(简称“创富1号”)委托人不足2户,已满足集合计划终止条件。恒泰证券决定从该日起提前终止该集合计划。

按照今年6月实施的《证券公司集合资产管理业务实施细则》规定,“计划存续期间,客户少于2户”集合计划应当终止。“创富1号”已触及终止条件。据了解,恒泰“创富1号”于2013年1月16日成立,这意味着,“创富1号”存续期仅有6个月,而该计划原定的存续期为3年。

根据恒泰证券官方说法,“创富1号”在存续期间运行良好,提前终止系委托人与管理人协商后作出的决定。恒泰证券将依据相关合同约定,对该集合计划进行清算。清算结束后,将及时公布清算结果并将变现后的资产按合同的约定,以货币形式全部分配给委托人。

值得一提的是,“创富1号”推广

期比较短。该集合计划原定推广期为2013年1月4日至2月1日,但实际的推广期为1月4日至1月11日。对此,恒泰证券此前表示,推广以来,客户认购积极,从而使得该计划提前达到预期规模。”

据了解,“创富1号”成立时,规模为1.51亿元,有效持有人仅2户。也就是说,“创富1号”有效参与户数才刚达到成立的门槛。

涉嫌违规为关联方融资

7月底,在深圳召开的券商创新业务座谈会上,“创富1号”作为违规融资的典型案例,被监管部门相关负责人予以点评。

据一位参会的券商高管透露,该集合产品违规为关联方融资,这是有关法规明令禁止的行为。但因有部分问题有待核实,恒泰证券尚未被直接通报。

业界对融资关联方的界定有两种:一种是与融资方或业务部门有直接利益关系的对象,如公司股东、公司其他业务部门等;另一种是与融资方有相当业务往来的客户或对象。

从该产品的情况分析,这笔由两位委托人出资的1.51亿元资金,很可能是有目标的拆借。”一位不愿具名的券商资管负责人说,也就是说,该产品在成立之前已有明确的投向,资金仅象征性地走一趟流程,然后流向券商的关联方。

长江证券携手长信基金设立资管子公司获批

长江证券今日公告称,该公司日前收到中国证监会的批复,核准长信基金公司设立子公司,该子公司名称为上海长江财富资产管理有限公司。根据公告,长江财富资管公司注册地在上海,注册资本为2000万元;业务范围为,特定客户资产管理业务

以及证监会许可的其他业务。长江财富资管公司的股权结构为:长信基金公司出资800万元,占比40%;长江证券出资600万元,占比30%;上海和尔投资管理中心出资600万元,占比30%。

(张欣然)

券商资管业绩评价陷三误区 业内呼吁建立有效评价体系

近两年,券商资产管理的创新产品层出不穷,分级类、量化类、杠杆类……不光投资者感到眼花缭乱,就连不少业内人士也表示看不透。

然而,在创新产品日益复杂的背景下,券商资管产品业绩评级体系开始显露不足,给投资者和管理人带来了不少困扰。业内人士纷纷呼吁,应早日建立科学、有效的评价体系和标准。

误区一:主动型与被动型产品混淆

评价产品时,要对同一类产品进行业绩比较,这是基金、券商产品的评价基础。

过去,券商集合理财产品只有货币、债券、股票、混合型四大类。后来,在券商资管产品大发展的情况下,产品种类越来越多,量化投资、现金管理等细分领域的投资产品种类层出不穷。券商集合产品的结构也越来越复杂,股票、债券的分级产品也越来越多。

然而,市场上对券商资管产品的认识与评价,似乎并未跟上券商创新脚步。我经常看到个别机构或媒体把分级产品和平层产品的业绩进行比较,被动的指数型产品和主动管理型产品相比较,有的甚至把固定收益产品和股票产品放在一起排名。”一家券商资管业务负责人说,“在质上不同的事物,怎么可以在量上相比较呢?”

这样的情况是否存在?笔者查看了最近盘点券商资管产品上半年业绩的多篇文章后,发现国泰君安“君享融通一号”产品次级就被多次提及,其中有这样的表述:“今年以来理财产品的最低回报率更是达到了-51.49%——为国泰君安的君享融通一号次级,而该产品在排名中已多次垫底。”

笔者在向国泰君安证券资产管理公司求证该产品业绩情况时,了解到“君享融通一号”其实是一款与某股票挂钩的杠杆类产品,其业绩主要由该股票涨跌决定,并非主动投资型产品。次级份额净值与产品所持有的股票价格之间存在杠杆对应关系。次级净值的涨跌仅与该股票的涨跌相关,与该公司的投资管理能力无关系。

误区二:分级产品与平层产品“赛跑”

XX产品次级以70%的收益率位居所有券商集合产品业绩首位”,XX产品次级以-50%的收益排名垫

底”——笔者发现,随着分级产品数量激增,市场上对此类产品的关注度越来越多,类似评价也频频出现。

事实上,分级产品的次级表现,受到其投资范围、优先级成本、杠杆比例等多方面因素影响。还有些分级产品属于被动投资型,次级的净值表现并不代表管理人的实际管理能力。

有多位业内人士称,现在的产品确实越来越复杂,为了确保评价是公正、客观的,希望评价机构和媒体一定要避免在不同类型、不同分层结构产品中比较。不同类型产品在面对相同的系统风险表现可能迥异,这种差异主要由两类产品不同的风险特征所致,而不是投资经理不同的管理能力所致。

误区三:固收产品与权益产品“大平均”

截至7月底,市场上已有85家券商发行了超过1450只的券商集合理财产品。然而,在对上述85家管理人的整体投资实力进行分析和评价时,市场上最常见的方法是,将一家管理人旗下所有产品的收益率简单地进行算术平均。

怎么能把股票和债券产品、被动和主动投资产品的收益率平均?”有业内人士表示,这样的分析方法十分不科学,也缺乏对产品最基本的分类。

在产品的评价体系方面,基金行业要比我们领先。”一位券商资管人士说,基金评级是“苹果与苹果比”式的同类比较,分类是评价的基础,而且证监会发布了相关规定,明确规定,只有相关有基金评价资格的机构及其人员才能进行收益评价及管理人能力评价。

笔者查阅资料发现,2009年,证监会发布《证券投资基金评价业务管理暂行办法》(第64号令)指出,所谓基金评价业务,是指包括基金评价机构及其评价人员对基金投资收益和风险或基金管理人的管理能力开展评级、评奖、单一指标排名或证监会认定的其他评价活动。

业内人士纷纷呼吁,在券商资产管理行业发展壮大到当前阶段,为了行业的健康发展,应该通过引入专业的评级机构,建立合理的评价体系与评价指标,尤其是风险调整后的收益指标,来客观、规范、科学地评价券商集合理财产品。这样才能引导投资者在投资时,选择与自己风险偏好相匹配的产品。

(黄兆隆)

阿里推信用支付勿操之过急

证券时报记者 蔡恺

电商为了提高用户体验并增加交易量,与银行合作推出类信用卡业务,初衷是值得肯定和鼓励的。但是,如果是在未经过全方位风险测试的情况下仓促推出,则有可能砸了招牌又流失客户。

如今“互联网金融”已成为各媒体关注的焦点,近期一条“支付宝即将推出信用支付”的消息搅动了整个互联网市场。从3月初阿里金融公开称计划推出信用支付至今已历时近半年,信用支付一直“犹抱琵琶半遮面”,各家媒体报道的信用支付上线时间表也不一样。至今也没有明确的官方说法,唯一能确认的部分就是首家合作银行为上海农商行。面对着众多期盼、好奇,甚至质疑,阿里信用支付的推出似乎承载了不少压力。

阿里信用支付本着方便买家和商

户、提高移动支付交易量乃至引领互联网金融行业创新发展的初衷,是值得肯定和鼓励的。不过,如果该产品是在强烈的市场预期催促下,未经过严格审慎的压力测试以及周全的客户体验优化而仓促推出的话,则可能会造成一些不良后果。

首先,由于信用支付涉及与银行合作,而且信用支付的体量不容小觑,那么合作银行就必须具备一定的资金实力。阿里旗下的淘宝和天猫是中国市场占有率最高的电商平台,仅去年“光棍节”一天时间,天猫就为支付宝贡献了191亿元的交易量;而上海农商行2012年年报显示,截至2012年末该行本外币各项贷款余额1915亿元,比去年初增加250亿元,其中个人贷款仅增加24.84亿元。对比之下,不禁让人担忧上海农商行的放贷能力能否胜任庞大的信用支付需求。

其次,合作银行的网银系统稳定性也是关键因素之一。在每年的电商促销期,总有一些银行的网银系统不堪重负,去年“光棍节”就有多家银行的网银因为使用人数过多而出现系统繁忙情况。阿里信用支付必然涉及支付宝与合作银行进行系统对接,那么一旦遇上购物高峰期,上海农商行的信息技术系统能否应付得了洪水一般涌来的信用支付指令呢?这儿也是一个问号。

综合以上两点,阿里信用支付酝酿时间这么长就很容易理解了。因为这中间涉及大量与合作银行及监管机构沟通、网银系统对接以及压力测试工作。而且电商企业十分注重客户体验,长时间的内部公测更是免不了的。

所以,如果阿里信用支付太快推出,对于银行及用户来说反而不是一件好事。所以,我们还是静待阿里先把自己的活干好,再看看信用支付有什么真本事吧。

财商教育从小做起 中信建投“财商未来星 小小企业家”夏令营启动

笔者近日从中信建投证券了解到,中信建投举办的首届“财商未来星 小小企业家”夏令营活动正在火热进行中。现在关注下一代的财商教育是一个非常热门的话题,为此笔者也专门了解了这次活动的情况。中信建投表示举办这次夏令营是该公司为中高端客户更好地提供增值服务,打造财富管理品牌的努力之一,目的是提升高净值客户下一代的财商水平,为财富的传承打好基础。现在中国富裕人群的规模越来越大,随之出现的就是严重的“二代”问题。富裕人群越来越关心他们的财富如何能在下一代手里得到继承和发展,为此中信建投专门举办了首届“财商未来星 小小企业家”夏令营(北京站)活动。这次活动主要面向中高端家庭,活动提出

现一个人的理财观念在12岁就会建立起来,所以财商教育要从小做起。美国人从小就让孩子学会赚钱、花钱,鼓励孩子从小就工作挣钱,并教导小孩通过正当的手段赚取收入。此次夏令营活动就是引入发达国家先进经验的一种积极尝试。

中信建投证券作为证券行业“财商”教育的倡导者,在业内第一个意识到了财商教育的重要性,并据此进一步深化其财富管理品牌的内涵。中信建投认为作为一个专业的财富管理机构,不仅要关注客户的财富积累,更关注客户的家庭及其下一代的财富传承,为此中信建投专门举办了首届“财商未来星 小小企业家”夏令营(北京站)活动。这次活动主要面向中高端家庭,活动提出

了“给孩子钱,不如给孩子财商!”的口号,希望通过寓教于乐的财商夏令营活动培养和提升客户子女的财商,辅助财富家庭达成财富传承的目标。

所谓“读万卷书不如名师开悟”,活动为了打开孩子财商教育的全球视野,特地聘请了香港资深财商老师授课,课程内容以金融知识普及、商业案例学习、理财意识培养等为目的,激发孩子们对经济、商业和创新的兴趣,锻炼创新能力和表达能力,提高团队合作精神和领导力,并通过实战经验对企业家精神产生深刻的领悟。活动详情请咨询中信建投证券全国客服热线95587,或关注中信建投证券新浪官方微博及微信公共账号“中信建投证券”。

(CIS)