

信托支撑渐弱 第三方理财洗牌在即急寻新路

证券时报记者 刘雁

经过7年的摸爬滚打,80后王畅(化名)终于当上了某券商营业部的领导。然而就在此时,他却作出了一个令人错愕的决定——辞职。

辞职后他与朋友联合创办了一家第三方理财公司,他们在深圳一高档CBD商圈租下了一套办公室,并在短短半年时间内扩张至深圳四个区域,招聘了近60名理财经理。

无独有偶,同在深圳的李静(化名)作出了一个近乎相反的决定。今年年中,她决定关闭自己一手创办的一家第三方理财机构,放弃一方面是因为市场竞争越来越激烈,另一方面则是因为没有稳定的产品来源。”

这只是第三方理财机构创业大潮的一个缩影。作为独立于金融机构的中介理财机构,第三方理财机构受益于近年迅猛扩容的信托业,如雨后春笋般涌现。据不完全统计,目前国内第三方机构数以千计,其中相当一部分机构一度以代销信托产品作为主要盈利手段。

然而,如今信托业增速放缓,数家大型信托公司开始建设自己的财富管理中心,优质信托产品的分配额度愈发紧俏,加之激烈的同业竞争,以代销信托产品为主业的第三方理财机构正面临越来越严峻的生存压力。

诺亚财富的标杆效应

虽然我们错过了第三方市场最佳的创业时机,但财富管理的市场潜力依然巨大,我们的目标是做成下一个诺亚财富。”王畅毫不掩饰自己的雄心壮志。

在中国,日渐庞大的新晋富豪群体热切地寻找着财富的投资路径,诸如存款等传统投资渠道因收益率过低早已被他们抛弃,却给专为高净值客户服务的第三方理财市场带来了巨大的想象空间。

自诺亚财富2010年在美国纳斯达克成功上市,形形色色的第三方理财机构开始跃入大众视野,并日渐成为高净值人群财富管理的选择。

证券时报记者在调查中发现,稳占行业第一梯队的诺亚财富已然成为诸多第三方理财机构追随的目标。但其实,诺亚财富的经营模式早已超越了传统意义上的第三方理财机构,其已从曾经的信托代销大户转型为财富管理全产业链公司。

诺亚财富近日披露的三季报显示,截至今年三季度末,公司营业收入同比增长61%至4150万美元,归属于股东的净利润同比增长85.3%至1400万美元。此外,集团的总注册客户数同比增长32%至50084户。

除了传统的代销业务以外,诺亚财富亦切入到理财产品发行领域,其先后与其他机构合作发行了一系列产品,包括今年与阿里巴巴旗下阿里小贷公司的首只私募信贷资产证券化产品。

诺亚财富已经完成客户资源的原始积累,整套体系比较成熟,拥有足够的资源整合力,相对接近国际水准,可以说是国内第三方理财机构的一大标杆。”国内某知名第三方理财机构内部人士如是认为。

在王畅看来,以恒天财富和展恒理财为代表的第三方理财机构则位于行业第二梯队。这类机构的特点是代

销能力较强,提供的产品比较有特色,比如恒天财富主要提供固定收益类信托产品,而展恒理财则主攻阳光私募类产品。

而这个市场第三梯队充斥着大量不入流的第三方机构,它们以倒卖现有资源为主营,要么来自于金融机构的产品部门,有获取产品的渠道,要么来自于金融机构的渠道部门,掌握一定的客户资源。”前述人士介绍称。

乱象丛生

一间办公室、数套桌椅、三两个人,便是小型第三方理财机构典型的真实写照。由于监管的空白地带,第三方理财市场几乎没有准入门槛限制,这也是大量资金涌入的原因之一。

有业内人士用“乱花渐欲迷人眼”来形容目前国内第三方理财机构的生存状况。证券时报记者亦调查发现,很多第三方理财机构的运作并不规范:一方面,由于薪酬与销售业绩直接挂钩,很多第三方机构业务人员在营销理财产品时并未尽到风险告知义务;而另一方面,由于很多交易都是一锤子买卖,部分第三方理财机构缺乏风控投入意愿,使其在为用户挑选产品时将收益率高低作为最主要的考量因素。

部分第三方提供的产品收益率甚至可以达20%~30%,我们认为其中的风险实在太高了,甚至都不敢代销。”北京一家大型第三方理财机构人士直言,市场中存在部分第三方理财机构将风险意识较薄弱的群体定为客户目标,这类比较容易被忽悠的人群,不仅包括老年人、学历偏低的人群,还包括一些“土豪”。

值得一提的是,还有很大一部分第三方理财机构扮演着掮客的角色,这些第三方凭借此前的人脉从信托公司获取产品,没有项目端,也没有客户端,主要对接的也是大笔单资金。”深圳高德财富创始人张永昌认为,一旦行业政策出现变化,这类机构很容易倒闭。

与王畅不同的是,另一位由券商出走的创业人士刘振东选择了另一条道路——与朋友合伙发行私募产品。据悉,他原本也计划创办一家第三方理财机构,但经过大量调研后他发现,这个市场鱼龙混杂的程度远远超出他的想象。

代销理财产品也存在风险,如果我们没有足够强大的风控团队严格把关,一旦产品出了问题,第三方理财机构也很难做下去。”刘振东坦言,此外,这个行业的特点是靠天吃饭,无法获取高质量的产品就没办法维持生存。



国内第三方理财机构三大梯队

- ◆第一梯队:诺亚财富,已转型为财富管理全产业链公司
- ◆第二梯队:以恒天财富和展恒理财为代表,代销能力较强,提供的产品比较有特色
- ◆第三梯队:充斥着大量不入流的第三方机构,以倒卖现有资源为主营,或拥有获取产

品的渠道,或拥有客户资源

实际上,目前多数第三方理财机构均依托于固定收益类的信托产品而生存。以诺亚财富为例,数据显示,该公司第三季度分销的120亿元财富管理产品中固定收益类产品达到75.6%。

信托直销博弈

中国信托业协会数据显示,尽管今年以来整个信托业的规模仍在增长,但增速已经开始逐季放缓。这一事实,成为以代销信托产品为主的第三方理财机构不得不面对的一大问题。

我们明显地感觉到,集合信托产品发行市场竞争非常激烈,其中一个原因是优质的信托产品愈来愈少。”深圳一家第三方理财机构销售人士称。

与此同时,不少信托公司亦在大力发展自己的直销渠道,这分流了一部分优质信托产品的发行。目前已有多家信托公司旗下拥有自己的财富管理中心,甚至有信托公司参股成立财富管理子公司。

恒天财富便是其中之一,这家脱胎于中融信托的第三方公司仅通过3年时间,便将代销规模做到逾700亿元。

去年刚完成重组换牌的陆家嘴信托公司亦看到了其中的机会,并于今年宣布成立陆家嘴财富管理公司。陆家嘴集团方面希望这家公司未来三年能达到1000亿元财富管理规模。”陆家嘴财富负责人公开表示。

在目前的第三方理财市场上,虽然类固定收益的信托产品屡屡爆出风险事件,但依然是市场上最受欢迎的产品,大部分第三方理财公司均以销售信托为最主要的业务领域。因而,关于信托代销收紧的消息总是能触动第三方理财机构敏感的神经。

上海某信托公司总经理向记者证实,监管部门确实正在研究修订信托公司营销管理办法,未来方向将是鼓励信托公司发展自己的财富管理中心。

然而,受访的多位第三方理财人士对此并不看好。信托公司做直销只是短期行为,毕竟它们的核心能力是产品设计和对项目的把控,在产品发售方面可能并没有太多优势,这是不同的商业模式,投入的精力也不一样。”王畅说。

在前述北京某第三方理财机构人士看来,金融机构发展直销团队比较受限

制,因为成本较高。实力雄厚的大企业可以考虑,对中小企业而言,建立自己的财富管理团队还是有风险的,毕竟财富管理领域还是需要精细化分工,信托公司的优势还是在于项目端。

此外,信托参股的第三方理财机构还面临着独立性的质疑。公司选择产品时会优先推荐自己的还是外部的,这也是一个问题。”张永昌称。

去信托标签进行时

尽管冲击尚不至于摧枯拉朽,第三方理财市场仍难逃洗牌的命运。

事实上,关于第三方理财机构的完整数量和规模迄今为止尚未有权威的数据统计,这个行业每天都有公司成立,也每天都有公司倒闭。由于这个行业没有监管部门,真空令这个行业的发展充满了蛮荒的味道。

这个行业每天都在洗牌,尤其那些定位为金融掮客的第三方理财机构,一旦上游有风吹草动,公司层面很容易受到波及。”李静称。

证券时报记者采访发现,更多的第

三方理财机构选择在大资管时代谋求转型。从某种意义上说,券商资管计划和基金子公司的壮大正助推这些第三方理财机构的转型。

基金子公司和券商资管计划近期发展迅速,目前我们公司代销产品的分配比例大致是信托产品占50%,券商资管和基金子公司的产品合占50%。”张永昌称。

曾经以信托为标签的第三方理财机构开始积极地与其他金融机构展开合作。据记者调查,相较于信托公司而言,易于拓展市场的基金子公司能够给予第三方理财机构更高的返佣。这也是促成第三方机构大力推介子公司“类信托”计划的动力之一。

在启元财富投资分析总监汪鹏看来,第三方理财机构与信托公司之间其实也是双向选择的过程,如今第三方也开始代销基金子公司的产品,由于收益率还不错,现在也开始受到投资者的追捧。

资管市场放开是第三方理财机构的一个利好,大资管时代有更多的产品和合作机构可以选择。它们总会想方设法拓展产品线,去信托标签是迟早的事儿。”前述北京某第三方理财机构人士称。

资本掮客林奕的生财之道

如果说让自己的钱生钱是一种理财的话,那么用他人的钱生钱,同时也为自己带来收益就属于智慧投资。

33岁的林奕(化名)就是这类智慧投资人。不过,了解林奕的人都说他是资本掮客,因为他本人并非腰缠万贯,他只是利用别人的钱赚钱。也正因如此,林总是他在圈内的常用名,很少有人知道他全名叫林奕。

“432”门槛分流出的市场

约见林奕时,他正在洽谈一个三线城市的地产项目。林奕说,地产项目是他们主要的项目标的,一线城市抢不过正规军,但二三线城市很多项目常常主动找上门。“最夸张的一次,一周之内收到了100多个地产项目,全是三线城市的。”林总指着笔记本电脑文档说。

“我们操作灵活,与信托相比,最大的优势就是没有‘432’门槛要求。”林奕说,正是“432”门槛分流了项目资源,让他们这些资本掮客有了这块可开拓的市场。

据了解,目前一般房地产信托项目都受“432”门槛限制,该文件要求,房地产公司《国有土地使用证》、《建设用地规划许可证》、《建设工程规划许可证》和《建设工程开工许可证》“四证”,项目中房地产公司至少要有30%的自有资金,开发商至少有2级或以上的资质。

此外,林奕称,由于担心地产泡沫,如今很多资金非常忌讳投向二三线城市。很多正规渠道的资金也不愿投向项目前端,一般只愿介入已经产生一定效益的项目。“但在我这里,这些都不受限制。”他说。

“游说资金投往二三线城市,不外乎收益保障和风险管理。”林奕说,他们拥有专业的设计团队,在保障渠道方和管理方正常利益前提下,尽可能给投资者高的收益。举例而言,如果近期走信托渠道比基金子公司成本高,他们就会尽可能走基金子公司渠道。如果资金比

较集中,他们也会采取合伙制形式。

至于风险管理,林奕介绍说,一方面是全程监管资金,做到每一笔资金用途都清晰明了;另一方面决定对某个地产项目融资后,会要求融资方拿出一定的资产进行担保,同时要求高管签署连带责任,这些属于增信保障。林奕表示,增信是个很重要也很高深的学问。如果他们认为项目的风险可控,他们自己还会以自有资产进行增信。

牵线资金项目发现商机

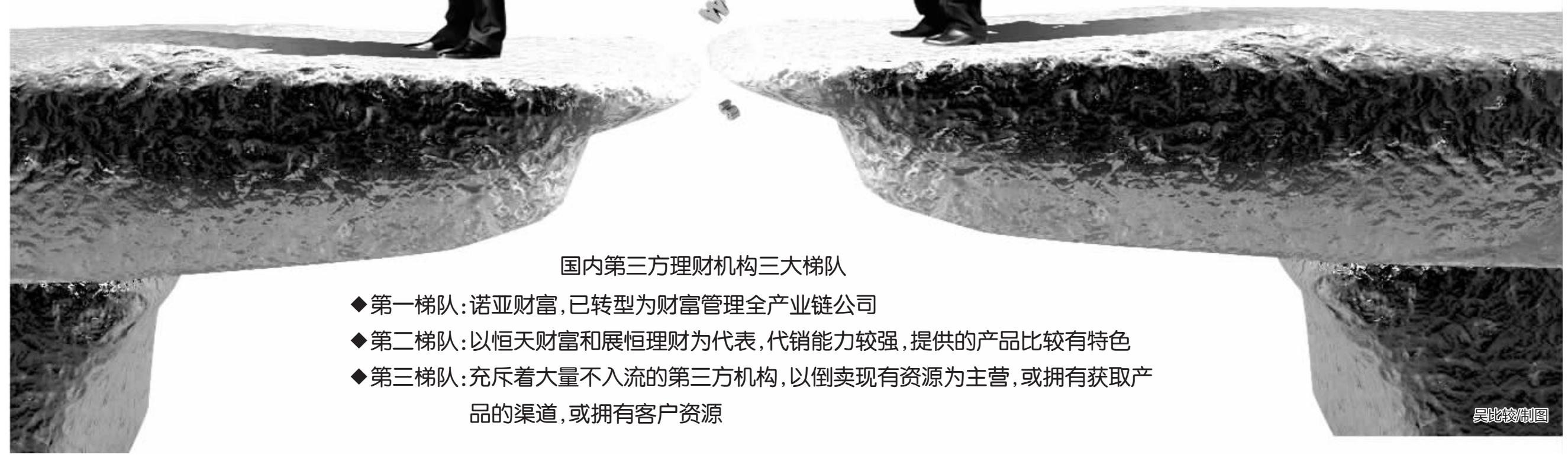
据了解,林奕先后在媒体、行业协会和证券公司都历练过。他自认为,对其目前事业最有帮助的还是证券公司的经历。

“那时在证券公司负责银行渠道,看着那么多地产项目被银行一脚踢走,而我负责的不少大客户又在四处寻找这类投资项目,当时觉得应该撮合双方。”林奕说,开始他仅是牵线,把一些被银行遗弃的项目介绍给自己所在证券公司的大户。

然而,林奕慢慢地发现,由他牵线介绍的项目最终对接成功的少,问题就在于这些地产项目融资额过大,单一客户很难接下,需要将项目融资设计成产品,按份额出售。此外,还需给项目提供额外的增信以消除投资方对风险的担忧。

“之后,我找了几个朋友组建了一个团队,其中包括一个负责产品设计的。”林奕说,利用在证券公司积累下来的大客户资源和银行渠道资金资源,他的团队开始运作起来。几单生意过后,尝到甜头的团队成员决定成立公司,于是就有了他现在的公司。

据悉,林奕公司的产品设计师对市面上所有地产项目的运作形式都了如指掌,可以根据各种投资方的要求设计出符合要求的产品。“曾经有基金子公司出重金挖我整个团队,但被我们拒绝了。”林奕说,他看好这块市场,只要地产泡沫没破,他的生意便仍可继续。(桂衍民)



吴比较制图