

# 房贷利率“花式”打折

本报记者 张漫游 北京报道

近期,国内多地陆续推出了房贷可“商转公”的消息。

与此同时,为减轻居民房贷压力、满足合理性住房需求,各地还出台了不止稳定房地产市场的政策给存量房贷减压

“商转公”政策主要是针对已购房人群的存量贷款减轻还贷压力的政策,对已购房人群是比较大的利好。

据南宁住房公积金管理中心公告,从7月1日起,南宁住房公积金管理中心铁路分中心开办“商转公”顺位贷款业务,承办业务银行除中国建设银行和中国农业银行之外,新增中国工商银行、中国银行、中信银行三家银行。

《中国经营报》记者注意到,不仅在南宁,哈尔滨、青岛、徐州等地,亦在积极鼓励房贷“商转公”,以减轻还贷压力。

同策研究院研究总监宋红卫表示,“商转公”政策主要是针对已购房人群的存量贷款减轻还贷压力的政策,对已购房人群是比较大的利好,在一定程度上也有可能激发部分人二套购房需求及置换型需求的释放。“不过在当前的经济形势以及楼市趋势下,预计效果不会太明显。”

记者在采访中了解到,部分地区房贷“商转公”落地以后,购房者

## 房贷利率频创新高

2022年6月贝壳研究院监测的103个重点城市主流首套房贷利率为4.42%,二套利率为5.09%,再创2019年以来新低。

除房贷“商转公”外,近期,各地出台了不止稳定房地产市场的政策措施。

如河南省济源市印发《济源市促进房地产平稳健康发展若干措施》(以下简称《措施》),明确提出降低个人住房消费负担,首套房首付比例降至20%,并鼓励房企对首付分期收取,但最长不宜超过一年。《措施》同时提出,使用住房公积金贷款购自住房,无论首套房还是二套房,首付比例均按20%执行;符合条件者延期缴存3个月以内公积金亦可正常申请贷款,公积金贷款额度上限提高至50万元等。

据中指研究院监测,上半年超

策措施,部分城市降低首付比例、放松限购限售、降低社保年限……希望有效满足居民合理的住房需求。

“这相当于在‘因城施策’背景下,一些城市在为楼市‘定向降息’,与5月房贷利率‘双降’的政策方向

对此反响积极。不过,宋红卫提示道:“‘商转公’要具备几个条件,一是应该在原住房贷款商业银行办理转公积金贷款手续,所以要看看自己的商贷银行是否同步此项业务;二是存量贷款存续期间是否有不良还款记录及是否达到最低还款要求,银行需要就这些问题进行调整;三是申请人还需要具备公积金贷款资格。”

对银行而言,王青认为,居民按揭贷款(商贷)是一项高收益、低风险的资产类别。“商转公”意味着银行高收益优质资产规模收缩,会不可避免地对其营收和利润带来一定影响。

“从商业银行角度来讲,‘商转公’直接影响商业银行资产收益安排,甚至影响商业银行的预期利息收入。”中国银行研究院研究员邱亦霖告诉记者,根据不少地方“商转公”的规定,借款人需要满足的

过180个城市调整优化房地产政策,政策出台频次近500次,近两个月“因城施策”加快,政策内容向限购、限贷等方面延伸,城市明显向二线城市扩围。

加上5月份LPR下调,以及首套房贷利率下限下调新政,邱亦霖分析指出,各项政策都在支持刚性和改善型住房需求,旨在降低还款压力,更好提振居民消费能力,也有利于房地产市场趋稳发展。

根据国家统计局反映的市场情况,房地产市场已经出现一些积极变化。从商品房销售数据看,1~5月房地产销售面积同比下降23.6%,销售额同比下降31.5%,仍延续下降

一致。”东方金诚首席宏观分析师王青认为,从购房者角度看,由于各地公积金贷款利率远低于商贷利率,因此“商转公”的直接影响是降低存量房贷利率。在间接影响方面,这意味着新增房贷中也会有更多的贷



部分地区房贷“商转公”落地以后,购房者对此反响积极。

视觉中国/图

条件包括在还贷期间未有过逾期行为等,或者还需要对商业贷款进行提前还款,才能进行“商转公”。“以上都将影响商业银行原有的资产收益安排。同时,商业银行还需要负责公积金贷款初审和复审,虽然最终的决定权还是在公积金中心,但也给商业银行增加了相应的审核负担与成本。”

宋红卫补充道:“另外一个重要问题是,很多地方公积金贷款额

趋势,但降幅较1~4月分别边际收窄4.4个和4.8个百分点。“今年以来,银行间市场发行债务融资工具超过了1400亿元,多项数据说明房地产市场在边际回暖。”邱亦霖表示。

贝壳研究院发布重点城市主流房贷利率数据显示,2022年6月贝壳研究院监测的103个重点城市主流首套房贷利率为4.42%,二套利率为5.09%,分别较上月回落49个和23个基点,再创2019年以来新低。

“我们估计,6月全国居民房贷加权平均利率会比3月下降30个至40个基点;作为对比,今年3月较去年12月的全国居民房贷加权平均利率的降幅为14个基点。我们认

款人、更高占比的贷款会符合申请公积金贷款条件。

而考虑到当前楼市仅是边际改善,有业内人士认为,为引导楼市在三季度尽快回暖,预计房贷利率仍有下调空间。

度不充足,如果大量商业贷款转为公积金贷款,可能会快速消耗掉公积金的信贷额度,有可能影响到首套住房的公积金信贷业务,这也是银行要考虑的。”

“不过,‘商转公’后,会为银行腾出相应房贷额度,银行可以加大市场开拓,必要时提供更加优惠的贷款条件,挖掘潜在按揭贷款客户,这也将进一步助推楼市回暖。”王青如是说。

为,这是6月楼市边际回暖的三个主要原因之一。另外两个原因分别是季节性因素以及疫情扰动消退后,一些此前延迟的交易集中签约。”东方金诚高级分析师冯琳指出,考虑到当前楼市仅是边际改善,6月商品房销量同比降幅仍会达到两位数,接下来为引导楼市在三季度尽快回暖,预计房贷利率仍有下调空间。“其中,在政策利率保持基本稳定的前景下,针对房贷的5年期LPR报价还有下调空间。可以看到,4月存款利率市场化调整机制设立,银行存款成本下降明显,并已推动5月5年期LPR报价单独下调。”

财的投向偏好有所变化,主要有两方面原因:一是资管新规以及结构性存款的监管变化影响;二是上半年股债波动较大,导致不少理财产品出现破净现象,上市公司基于风险考虑较多转向了存款类产品。

衍生产品,可以挂钩利率价格、汇率价格、商品价格、指数波动以及实体经济等,使得存款人在担负风险的同时获得一定程度的收益。

而从目前的情况看,上市公司结构性存款、银行理财产品等投资需求均有所减少,进而“转战”风险更低的银行存款。2022年1月1日至7月4日,上市公司存款约为276亿元,较去年同期增加约36亿元;定期存款约为211亿元,较去年同期增加约46亿元;通知存款约为239亿元,较去年同期增加约65亿元。

对来说,结构性存款期限偏短、收益率明显高于同期限的定期存款,更受企业青睐。”

“此外,上市公司投资理财还需要考虑多方面因素。一是投资理财的目的是什么,是保值、增值还是获得更高的投资回报;二是流动性,闲置资金短期内是否动用;三是产品预期回报及风险承受能力,当产品收益出现下降甚至本金亏损的时候,是否会对公司经营产生较大影响。”刘银平如是说。

易观分析金融行业高级分析师苏筱芮则提示道:“长远看,上市公司应该根据自身资源禀赋与风险承受能力合理配置资产,不宜一味追求短期收益率,更不能偏离主业将过多资源投入到高风险投资中。”

# 保险代理人新画像

本报记者 陈晶晶 北京报道

中国已连续四年保持全球第二大保险市场地位,市场规模显著扩容。市场发展的同时,保险代理人群体亦在质变。

行业最新交流数据显示,今年前4月,86家寿险公司的保险代理人数量为400万,较去年同期的626万减少226万。2021年,保险代理人在一年内亦减少252万

## 高学历比例提升

随着保险市场不断成熟,中国寿险行业也在探寻新的发展方向。在第一大销售渠道——保险代理人渠道上,不少寿险公司从传统的“人海战术”大进大出模式转向“高素质、高产能、高收入”保险代理人营销。

近日,泰康保险集团联合第三方调研机构益普索咨询发布的《保险合伙人白皮书》显示,中国MDRT(百万圆桌会员)会员数量出现逆势增长,从2020年的9848人增长至2021年的13200人。

益普索咨询中国区董事总经理李海岚表示,保险代理人总体规模收缩,但优秀人才仍在不断加入。中国MDRT会员数量实现逆势增长,意味着保险需求并未减少,保险消费者需要的是能够满足诉求的产品和优秀代理人。

多项数据显示,越来越多年轻、高学历、高素质的优秀人才加入保险代理人队伍,高学历占比逐年递增,为保险行业的“内核升级”提供了支撑和基础。

根据中国银保监会《关于2021年底保险公司销售从业人员

## 树立个人IP

众所周知,目前国内寿险行业仍存在增员难、获客难等痛点。尤其近两年疫情对保险行业影响较大,大部分保险代理人无法在线下与客户见面。不过,线下展业受阻也直接促进了线上沟通方式的快速发展。

据悉,不同于以往保险代理人天天给客户打电话、面对面推销保险产品,目前新一代的保险代理人善于借助互联网流量传播优势,通过文字、图片、视频、直播等形式,不断完善自我营销模式,重点打造个人IP体系。

上海复旦发展研究院中国保

险与社会安全研究中心联合云保发布的《中国互联网保险代理人生存状况调查报告》显示,有94.2%的互联网保险代理人认为直播对业绩有提升,他们也愿意将保险直播作为未来发展的核心。

“在这个IP为王的时代,需要打造个人IP,打造自己对客户的吸引力,让展业更加人性化。对于保险从业者来说,拥有一个成功的个人IP,就相当于拥有无限的品牌价值。它不仅能增加保险代理人的辨识度,还能拉近与客户、距离、获得客户的信任,进而创建自己的粉丝和流量池,实现流量变现。”一位资深IP孵化导师对记者表示。

据了解,打造个人IP主要包括搭建人设定位、确定传播渠道

## 复合型人才趋势

实际上,不只是保险营销,保险代理人还是以服务为主的职业。在实际展业过程中,最为重要的是各项知识储备和服务客户的专业度。特别是目前大众对于健康、财富等管理需求不断增加的背景下,培养跨领域复合型保险代理人成为各家险企的发力重点。

以某寿险公司重点培养的健康财富规划师为例,该岗位集保险顾问、全科医生、理财专家三位身份于一体,欲实现寿险、金融和实体服务相结合,从传统保险产品的销售者向高净值客户健康和财富管理规划者转变,可为高端客户提供跨保险、健康养老、财富管理三大领域的综合性服务。

今年4月,某大型寿险公司开启了健康理财保险规划师“HFP”招募计划,旨在打造一批

人。与此同时,保险代理人高学历、高素质占比明显提升,中高端人才加速向保险业流动。

《中国经营报》记者了解到,目前中国寿险市场迎来全面改革升级,保险代理人线上经营等一系列“年轻化”的经营模式开始常态化,培养复合型人才成为多家险企转型方向,进一步推动国内寿险营销迈向职业化、专业化的新时代。

执业登记情况的通报》,在2021年641.9万保险销售人员中,大专及以上学历人员246.5万人,占比达到38.5%;高中学历人员302.8万人,占比47.1%;初中及以下学历人员92.6万人,占比14.4%。

财新数据可视化实验室携手中国平安联合发布的《“2021新一代保险代理人”群体画像洞察报告》则显示,在受访者中,拥有本科及以上学历的保险代理人占比达到了73.5%;尤其是新加入保险代理人行业的职场新人中(从业3年以下),有86.2%的保险代理人拥有本科以上学历,包含经济学和管理学背景的专业人才。值得一提的是,其中7.8%的保险代理人拥有海外留学经历,在一线城市中这一比例达到了18.8%。

“目前,我的销售团队本科学历占比达到60%,大专以上占比为80%。保险代理人学历水平越高,业绩提升的占比越大。尤其在硕士以上的保险代理人中,每年保单成交量显著高于其他人。”一家大型寿险公司资深保险代理人余女士对记者表示。

和输出内容。

“首先,需要复盘个人优势以及过往工作经验,梳理客群画像,确定IP形象与定位,为打造个人IP打好基础。其次,输出优质内容。这需要保险代理人对保险领域有充分的认知和专业知

识储备,了解客户感兴趣的内容。然后利用抖音、快手、视频号、小红书、公众号、头条号、微博、知乎等,建立自己的内容矩阵及分发矩阵,不断重复、强调、曝光,实现低成本引流。”上述资深IP孵化导师进一步解释。

记者观察到,目前有不少专门为保险代理人打造个人IP的第三方服务机构。“资深导师提供1V1专属孵化指导,根据保险代理人特性甄选个人IP亮点,从分解客群画像到打造商业定位,手把手打造保险个人IP。”某机构宣传材料显示。

业内人士表示,打造个人IP,让自己变成一个品牌,变被动为主动,或许能成为代理人展业的新转折点,加速业务增长。

该业内人士同时提醒,打造个人IP也要注意一些风险,例如不能触碰监管红线以及说假话、贩卖焦虑等,要真正输出有质量、正能量的内容。此外,在选择第三方服务时亦要综合考虑自身需求,理性决策,避免盲目跟风而给自身带来不利影响。

# 投资偏好趋向保守 上市公司“闲钱”青睐存款类产品

本报记者 王柯瑾 北京报道

利用闲置资金投资理财是上市公司提升资金利用率的一种有效方式。近年来,越来越多的上市公司选择将“闲钱”进行投资理财。

## 存款类产品投资规模提升

根据Wind数据统计,截至2022年7月4日,上市公司持有理财产品个数为916只,认购金额合计约为5427亿元。而去年同期,上市公司持有理财产品个数为1069只,认购金额合计约为7162亿元。

“上市公司理财规模取决于公司的闲置资金金额及投资情况,闲置资金规模较多、投资比例更高,则理财规模也会更高,反之亦然。”融360数字科技研究院分析师刘银平表示。

在冰鉴科技高级研究员王诗强

## 对安全性与流动性要求高

上市公司用于投资理财的资金一般为自有资金或自筹资金。在业内人士看来,上市公司在理财过程中比较看重资金的安全性和流动性。

以宁德时代(300750.SZ)日前发布的公告为例,其在公告中表示,董事会同意公司使用不超过230亿元向特定对象发行股票闲置募集资金进行现金管理。公司将按照相关规定严格控制风险,对投资产品进行严格评估,闲置募集资金投资产品必须满足:安全性高,满足保本要求,产品发行主体能够提供保本承诺;流动性好,不影响募集投资项目的正常进行。拟投资的产品品种包括但不限于保本型理财产品、结构性存款、定期存款或大额存单等,持有期限不超过12个月。

根据《中国经营报》记者观察,上市公司近年来主要以投资银行理财产品为主。随着资管新规的落地,以及银行理财产品净值化转型加速推进,上市公司逐渐倾向于投资银行结构性存款。

值得注意的是,上半年以来,

看来,在经营状况较好、盈利较多、有息负债较少、暂时没有新的投资机会,亦或者资金需求呈周期性变化时,上市公司倾向于将闲置资金用于理财,此时理财规模往往较大。”

上市公司购买理财产品,主要集中在银行理财、结构性存款、存款、定期存款、通知存款,以及证券公司理财、投资公司理财和信托等。

具体来看,2022年1月1日至7月4日,上市公司认购银行理财产品金额共计约630亿元,较去年同

刘银平表示:“上市公司的闲置资金往往会购买存款、理财产品,不过一般对资金的安全性和流动性要求较高,倾向于存款产品、中低风险理财产品。”

王诗强也表示:“上市公司闲置资金投资品种有限,一般倾向于低风险、期限灵活的投资品种,比如银行短期存款、国债、低风险银行理财产品、低风险信托计划等。”

那么,在目前的环境下,下半年上市公司理财又会呈现哪些趋势?

刘银平认为:“下半年,上市公司的‘闲钱’大部分还是会投向低风险、中低风险领域,存款类产品、中低风险的银行理财产品和债券等都是上市公司的主要投资方向。”

“随着理财市场回暖以及银行

比减少五成左右;认购结构性存款规模约为3582亿元,较去年的4544亿元也有不小幅度的减少。

刘银平表示:“随着资管新规过渡期结束,今年开始银行理财进入全面净值化时代,产品不再保本且收益有一定波动性。对机构来说,这类产品的稳定性不够,购买理财产品的需求下降。”

据了解,结构性存款是在存款的基础上增加了“结构”。从本质上看,其仍然为存款产品,但从挂钩的“结构”来看,其能够嵌入各类金融

理财产品净值有了更长的净值回报记录,上市公司闲置资金的投资方向也会更加积极。”于百程指出。

有业内人士表示,虽然今年上半年结构性存款认购规模同比下降,但目前来看,结构性存款对上市公司而言,仍是“性价比”较高的投资产品。

易观分析相关研报亦认为,上市公司理财对结构性存款产品的热情不会减少,而在认购结构性存款产品时,上市公司更倾向于选择平均期限更短、利率更高的中小型银行,以尽量抵消大环境下的利率损失。

刘银平表示:“目前保本理财产品全部退出,收益波动的净值型理财产品不太适合企业购买,而普通定期存款短期产品利率又偏低。相