

公募REITs跻身资本市场“新宠” 银行加速入场布局

本报记者 杨井鑫 北京报道

随着各地加大对基建等重大项目的金融支持,REITs的试点范围逐步扩大,公募REITs市场持续升

市场火爆

今年以来公开发售的10只REITs产品吸引资金接近9000亿元,成为了基金市场最火的一类品种。

公募REITs正在成为资本市场的新宠儿,业绩表现也不俗。

Wind统计数据截至2022年11月2日,二级市场上公募REITs的20只产品上市至今的平均涨幅达到了27.74%。在三季度中,14只公募REITs中有11只业绩实现盈利,不少新产品甚至获得了巨认购。

11月2日,华泰江苏交控REIT的认购申请比例结果出炉,比例配售前认购总金额达到了920.62亿元。公众投资者的有效认购申请实际确认比例为0.83%,这也意味着,公众投资者用1万元认购该产品,获配金额只有83.42元。同样的一幕在今年4月13日也上演了。当时华夏中国交建高速REIT比例配售前的募集规模甚至高达1524.12亿元。

此外,受到市场资金追捧的产品还有鹏华深圳能源REIT、华夏合肥高新产业园REIT。前者配售前的募集规模达到1099亿元;而9月份成立的华夏合肥高新产业园REIT,比例配售前的募集总规模达1293.97亿元。

数据显示,今年以来公开发售的10只REITs产品吸引资金接近9000亿元,并成为了基金市场最火的一类品种,显示出强大的吸金效应。

多形式入局

公募REITs产品均通过了监管严格审核,资产质量相对较优,市场资金配置的意愿很强。

除了银行理财公司参与到REITs市场投资,银行还在探索多样化路径参与到该业务中。

据了解,部分银行通过量身定制REITs并购贷款产品,间接参与REITs市场。例如,邮储银行重庆分行向中铁建重庆投资集团有限公司提供了金额为5亿元、期限7年的公募REITs,并购贷款,引入银行系资金支持企业发行公募REITs。邮储银行表示,这一方式可有效缓解该公司战配份额内筹资压力,释放资本金占款,同时有助于企业盘活自有资金。

温,成为了诸多金融机构底层资产配置的重要补充。商业银行对此的参与热情也颇高,不少银行加快了在公募REITs相关业务上的布局。

《中国经营报》记者了解,公募

与火爆的市场相对应的是公募REITs也给投资者带来不错的回报,在已上市的20只公募REITs中,华安张江光大园REIT、建信中关村产业园REIT、红土创新盐田港仓储物流REIT、博时招商蛇口产业园REIT、富国首创水务REIT等产品上市以来的涨幅均超过了35%。

由于公募REITs行情火热,多家商业银行及银行理财子公司也在加速布局中。在多款公募REITs的配售名单中,记者注意到均有银行的身影。其中,招商银行、光大银行等银行及子公司参与了华夏合肥高新产业园REIT产品配售,交银理财也以战略投资者身份,获配华夏中国交建高速REIT金额达2亿元。

在产品端,招银理财、光大银行相继推出了公募REITs主题理财产品。在今年6月,招银理财推出“招银理财招睿鑫远基础设施封闭1号增强型固收类理财计划”,募集规模近1.50亿元。在去年10月,光大理财则发布了首只公募REITs主题理财产品“阳光红基础设施公募REITs优选1号”。

光大理财在11月发布了“阳光红基础设施公募REITs优选1号”

REITs面世一年多来备受投资者追捧,新品“一日售罄”的情况屡见不鲜,且产品的业绩表现稳定向好。由于该类产品与股债的关联性较低,具

有现金流稳定、波动性适中、较高分红比例等特性,银行在公募REITs代销、托管、权益投资等方面加大支持力度,并推出了多款该主题理财产品。

截至2022年11月3日 (单位:%)			
名称	近半年	今年以来	上市至今(含上市首日)
华安张江光大园REIT	20.61	20.67	50.34
红土创新盐田港仓储物流REIT	7.54	8.98	44.99
建信中关村产业园REIT	1.01	3.87	44.38
中金普洛斯仓储物流REIT	12.88	10.45	39.63
富国首创水务REIT	-10.41	-4.75	39.34
鹏华深圳能源REIT	14.56	14.56	39.21
博时招商蛇口产业园REIT	3.26	14.17	38.36
国泰君安临港创新产业园REIT	4.97	4.97	36.46
中航首钢生物资产REIT	-3.40	0.48	34.91
国泰君安东久新经济REIT	5.36	5.36	33.97
红土创新深圳人才安居REIT	0.59	0.59	30.76
华夏北京保障房REIT	-0.67	-0.67	29.12
东吴苏州工业园区产业园REIT	7.04	8.31	26.90
中金厦门安居保障性租赁住房REIT	-3.52	-3.52	25.42
华夏合肥高新产业园REIT	-6.78	-6.78	21.19
华夏越秀高速公路封闭式基础设施REIT	2.57	-5.81	20.65
浙商证券沪杭甬高速REIT	-3.96	-6.20	12.41
国金中国铁建高速REIT	2.61	2.61	2.90
平安广州交投广河高速公路REIT	-6.41	-7.98	-3.55
华夏中国交建高速REIT	-8.10	-6.34	-4.27

数据来源:Wind

开放申购。相关信息显示,该产品公募REITs的投资比例在80%以上,产品成立至2022年10月19日的年化收益率目前为10.02%。

光大银行人士称,相比普通公

募基金,公募REITs投资标的聚焦基础设施,便利投资者参与大型基建项目;具有强制性分红制度;现金分派率不低且长期收益较为稳定,有助于优化投资者组合。

同时,不少银行还积极参与到REITs代销、托管等业务中。Wind统计数据截至11月3日,共计有14家银行参与14只公募REITs进行代销,其中华夏中国交建高速REIT有8家银行代销产品,博时招商蛇口产业园REIT有4家银行代销产品,中航首钢生物资产REIT、富国首创水务REIT和建信中关村产业园REIT分别有3家银行代销产品。同时,招行、农行、建行、交行、兴业和中信六家银行拿到了已上市的21只公募REITs托管业务。

早在今年8月25日,光大银行在

北京专门举办了公募REITs综合金融服务客户推介会,邀请了全国基础设施领域108家企业参与。光大银行高管明确表示,将依托光大综合金融优势,有条件、有能力提供公募REITs“一站式”金融服务,并综合运用光大集团资源,持续强化对重点客户REITs业务的服务支持。

另外,“城商行一哥”北京银行今年以来也明确了要深度参与到公募REITs的发行中。围绕公募REITs每个阶段,推出公募REITs全流程服务产品,切实推动实体经

济发展,盘活存量资产,促进有效投资,切实助力稳住经济大盘。

“从资产配置的角度看,公募REITs与其他大类资产相关性低,是分散风险、优化投资组合的配置类资产。尤其是当前权益市场波动较大,而公募REITs产品均通过了监管严格审核,资产质量相对较优,市场资金配置的意愿就很强。”一家投资机构人士认为,今年前几批公募REITs发行后,投资者的投资收益都比较好,而产品相对比较稀缺,这也是该类产品获得市场认可的关键原因。

银行非息收入分化加剧

本报记者 杨井鑫 北京报道

随着上市银行三季报披露,多数银行在年内的信贷投放规模增

分化加剧

三季报数据显示,上市银行前三季度合计实现营业收入约4.5万亿元,实现净利润总额约1.59万亿元。16家银行营业收入的增速为两位数,但是多家银行营业收入增速有所放缓,主要是因为非息收入增速的下降。

以国有大行为例,农行、中行、建行、交行、邮储银行前三季度的营业收入同比增长3.62%、2.58%、0.98%、5.05%和7.79%,增速较去年同期均有所下降。

市场冲击

“在市场的冲击之下,银行的财富管理业务前三季度的盈利受到了影响。”一家券商首席分析师认为,规模越大的银行受到的影响会更大一些,而中小银行则在业务上能够通过其他业务和模式来补缺以稳定非息收入。

以代销基金为例,今年前三季度基金行业销售遭遇了滑坡,而多家银行代理基金收入出现了两位数以上的降幅。由于市场的波动不断,投资者不增持基金现象明显,这直接影响的是银行的手续费

及佣金收入。

据《中国经营报》记者了解,在零售转型的大趋势下,非息收入在银行持续提升盈利能力的同时降低

在股份制银行中,招商银行、兴业银行、中信银行、平安银行和华夏银行五家银行的前三季度非息收入均较去年同期有所增长,其中兴业银行的非息收入增长规模达到57.55亿元,而华夏银行的非息收入增速最快,该行前三季度实现了非息收入165.69亿元,较去年同期增长46.71亿元,增幅达到了39.26%。

在中小地方银行中,多数银行前三季度的非息收入实现了正增长,其中南京银行前三季度的非息

资本消耗,其在营收中的占比是衡量银行实力的一个重要指标。不少银行近年来加大财富管理业务投入,对非息收入增长形成了支撑。

收入同比增长48.27亿元居首。上海银行、重庆银行、青农商行和紫金银行四家银行前三季度的非息收入同比略降。

从非息收入在营业收入中的占比来看,今年上半年银行非息收入占比较年初均有所提升,但是整体在三季度降幅非常明显。

数据显示,工行、建行、农行、中行、交行前三季度的非息收入占比分别为25.83%、23.44%、20.64%、26.68%和39.05%,较去年同期的28.22%、

销售,增长的幅度比较大。同时,在与基金公司的合作中,一直在尝试定制产品和独家产品的模式。一些有鲜明特征的产品对特定人群的吸引力更大。”

“有的中小银行可能会依赖某一款产品或一系列产品拉动销售。这与大行全品类产品的打法是有所不同的。”上述股份制银行零售银行业务负责人称,大行与中小银行提升非息收入的稳定性有差异,在市场不好的情况下出现分化也正常。

他认为,银行的财富管理业务

然而,时下股市、债市等市场震荡剧烈,对一些银行财富管理业务冲击较大,银行非息收入的分化更加明显。

28.23%、21.13%、30.07%和40.36%均有下降,仅邮储银行的非息收入占比由15.72%提升至20.04%。

在股份行和城商行中,兴业银行、中信银行、华夏银行、江苏银行、宁波银行、杭州银行等银行在前三季度的非息收入占比均有所提升。其中南京银行、宁波银行和杭州银行的非息收入占比已经分别高达41.87%、39.18%、34.95%,分别提升9.18个百分点、2.12个百分点和5.45个百分点。

不是短期业务,而是一项长期业务。市场的波动和周期性都是正常的,银行要做好的是了解和满足客户的需求,并做好客户的陪伴。“银行在财富管理业务的空间还很大,银行长期发展的战略目标没有改变。”

记者在采访中还了解到,不少银行人士对于当前的市场环境并未过分担忧,均认为银行的财富管理行情也会逐渐随市场回暖进而反弹。另外,当前市场已经处在一个底部的区域,而这可能也是投资者布局的一个好时机。

零售转型塑造银行“新星”

本报记者 张漫游 北京报道

近日,银行三季报陆续公布,其中零售业务依然是诸多银行业绩增长的牵引,尤其是对部分中小银行而言,这一增长力表现更为明显。

《中国经营报》记者也注意到,部分以零售见长的银行,因经济环境、规模基数较大等原因,部分零售业务指标的增速放缓。光大银行金融市场部

零售业务转型成效逐渐铺开

在业界持续强化零售业务的背景下,银行已经开始分享发力零售业务带来的果实。

如贵阳银行在其三季报中披露称,截至9月底,该行储蓄存款为1637.94亿元,较年初增加186.20亿元,增幅为12.83%,该行通过夯实零售客户基础、提升零售客户端体验等举措,实现了零售业务贡献度持续提升;江苏银行三季报显示,截至三季度末,该行零售AUM规模达10882亿元,较2021年末增长18%。

不过,此前在零售业务领域发展强势的部分银行,在个别业务指标方面增速放缓。有银行将其归因为居民个人住房贷款需求减少,同时疫情反复冲击下小微客户信贷需求偏弱。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐受超表示,从银行实际情况看,国内疫情仍在反复,防疫管控措施部分抑制了商业活动和贷款需求,直接冲击到了零售消费端以及居民消费水平,目前零售贷款需求仍然处于低迷的状态。“前三季度住房按揭贷款、消费贷、信用卡贷款增速明显放慢,较2021年底仅增长了个位数。另外,国内房地产市场还是处于持续的压力中,由于部分房企资金持续承压,叠加疫情影响,进一步延后了房地产市场信心的恢复,也直接影响到住房按揭贷款的增长。”

这已经不是银行零售业务

宏观研究员周茂华认为,零售业务受宏观经济波动、居民就业、收入以及消费意愿等多因素影响,且他认为,零售业务增速放缓可能是短期因素干扰。

同时,面对竞争愈加激烈的零售市场,业内人士认为,银行一方面要持续深耕个人消费贷款业务,另一方面也要拓宽财富管理、私人银行等领域的业务边界。

首次显现出增长乏力。据Wind统计,29家有可比数据的A股上市银行上半年末零售贷款余额合计36.24万亿元,较一季度末增长1.26%,其中6家负增长。

“今年前三季度,在房地产市场持续低迷和居民消费能力及意愿承压的背景下,商业银行传统零售业务,包括住房按揭贷款和信用卡及消费贷增速显著放缓,而个人小额贷款、个人经营贷款等成为部分银行零售业务发展的新重点。”惠誉评级亚太区金融机构评级董事薛慧如告诉记者。

徐受超补充道,在经过过去数年零售贷款的高速增长,截至2021年底,中国居民部门债务上升至GDP的62%及家庭可支配收入的112%,接近部分欧美国家水平,快速增长的居民债务杠杆率,叠加在疫情下更加审慎的消费支出,使得居民进一步增加零售类贷款的意愿减弱。

“零售业务受宏观经济波动、居民就业、收入和消费意愿等因素影响,不过,零售业务增速放缓可能是短期因素干扰。”周茂华告诉记者,未来银行发展零售业务,需要提升产品创新性和竞争力,细分客户偏好,为客户提供有质量和吸引力的服务,努力实现差异化竞争策略,提升品牌价值;另一方面,完善内部治理、提升管理效率,逐步引入数字技术等,提升风险管理能力。

持续拓宽零售业务市场外延

记者梳理发现,虽然受疫情等多方面因素影响,零售业务涨势还未显著恢复,但零售大行的规模和营业收入依然保持领先。

如邮政储蓄银行三季报数据显示,截至三季度末,该行个人客户AUM年新增超万亿元,达13.60万亿元;VIP客户4670.70万户,较2021年末增长9.56%;财富客户413.34万户,较2021年末增长16.04%。

周茂华认为,大行发展零售业务在品牌、网点、数字技术、资管等方面优势相对明显,大行加码势必加大零售业务竞争力度;但从乐观角度看,国内零售业务市场潜力巨大,部分中小银行充分发挥地缘优势,有针对性地创新产品,提升差异化竞争能力;数字化转型有助于降低大中小行的差异。

“大中型银行零售客户的下沉对中小银行会形成一定的冲击。”薛慧如告诉记者,“由于大中型银行具有品牌优势、政策优势和资金优势,在投资能力和科技应用方面相较于中小银行也有一定的差异。在这样的背景下,大中型银行加大零售业务导致客户不断下沉,确实会对中小银行的客户获取、资产定价以及风险管理带来一定的挑战。”

谈及下一步银行如何增强零售业务实力,中国银行研究院博士后郑沈阳认为,要牢固树立“大零售”思维,在深耕个人消费贷款业务的同时,拓宽财富管理、私人银行等领域的业务边界。

比如,在消费信贷方面,银行需结合后疫情时代涌现的全新消费需求和消费群体,不断

升级消费场景服务,比如面对“宅”消费群体,为其提供便捷的线上信贷服务;面对“银发”群体,聚焦场景建设提供更加人性化、无障碍的金融服务;拓展农村长尾客户,创新个人经营贷、农户贷、振兴乡村贷等消费信贷产品,服务“三农”扩面增效。

在财富管理和私人银行业务方面,郑沈阳认为,应根据客户需求定制兼顾收益和风险的资管产品,随着国内高净值群体比例不断提升,定制化、高端化、全生命周期的资管产品成为主流,银行要与理财子公司协同联动,彻底打破刚性兑付,加速净值化转型进程,回归“受人之托、代客理财”的本源。

同时,周茂华指出,从实践看,银行零售业务数字化转型,通过数字技术为客户提供便捷、高效、个性化、体验式服务;且通过数字信息技术赋能风险管理,提升经营管理效率和市场竞争能力。

中国银行研究院博士后杜阳分析称,零售业务应充分发挥自身优势,在机遇和挑战中重新定位,结合新兴技术手段,打造全方位消费场景、创新线上安全支付方式、赋能零售业务转型发展,例如致力于数字货币的推广,创新便捷化的跨境支付手段,促进跨境零售业务的开拓创新;此外,还应该重点开发人脸识别、语音识别等多元生物识别技术,简化零售业务审批流程,提升客户与人工智能的交互体验;加强与头部科技公司的技术交流与深度合作,充分发挥规模效应,不断探索科技与金融的新型合作模式。