

代销公募基金规模回落 银行“销售导向”亟待转型

本报记者 杨井鑫 北京报道

由于销售渠道相比券商、第三方平台等优势明显，银行一直是基金销售的主力军。

然而，在中国证券投资基金管理协会（以下简称“中基协”）日前最新公布的2022年四季度公募基金

代销基金市场变局

2022年四季度多家银行代销基金规模环比有不同程度下降。

近日，中基协最新披露了2022年四季度公募基金销售保有规模数据，尽管大多数机构的排位变动并不大，但是市场排名已经发生变局。

2022年四季度数据中，招商银行“股票+混合”公募基金以6204亿元的保有规模稳居第一，但是相比三季度6291亿元的保有规模略有下降，与2021年四季度7910亿元的保有规模更是减少了1700亿元。

实际上，银行代销公募保有规模整体在呈现回落趋势。在2022年三季度，“股票+混合”公募基金保有规模前10位中，银行占据了8席。但是，在四季度的排位中，民生银行和农业银行两家银行跌出了前10，取而代之的是中信证券和华泰证券两家券商。

从规模上看，除了招商银行代销“股票+混合”公募基金保有规模有所下降，工商银行、建设银行、农业银行、交通银行、民生银行、浦发银行、中信银行、邮储银行、光大银行9家银行2022年四季度的“股票+混合”公募基金保有规模分别为4383亿元、3327亿元、2152亿元、1181亿元、1139亿元、1081亿元、927亿元、719亿元、574亿元，较三季度保有规模分别减少了118亿元、245亿元、60亿元、79亿元、58亿元、725亿元、148亿元、89亿元和119亿元。

同时，中国银行、兴业银行、平安银行、宁波银行在2022年四季度的“股票+混合”公募基金保有规模分别为2698亿元、1417亿元、1226亿元、446亿元，与三季度相比增长分别为6亿元、2亿元、18亿元、27亿元。

记者统计数据发现，2022年四季度前100家机构代销“股票+混合”公募基金保有规模及排名相较2021年四季度均有提升。其中，平安证券以505亿元的保有规模上升至第25名。

销售保有规模中，券商代销基金的市场占有提升较快，而银行代销基金规模出现了明显缩水。

据《中国经营报》记者了解，由于近期的权益市场波动剧烈，投资者风险偏好有所降低，基金代销江湖出现了重大的变化。在资管新规下，理财产品转向净值化，代销

的部分基金甚至出现巨亏，这对原本偏好低风险的银行客户投资造成了冲击。多家银行对此也加强了基金代销的风控，还对部分基金代销产品进行了限售。相比之下，券商的大部分客户一直关注权益市场，风险偏好较高，代销业务优势在市场动荡中突显出来。

2022年四季度基金销售保有规模前十（单位：亿元）		
机构	“股票+混合”公募基金保有规模	非货币市场公募基金保有规模
招商银行	6204	7576
蚂蚁(杭州)基金销售	5712	11545
上海天天基金销售	4657	5845
工商银行	4383	5080
建设银行	3327	3971
中国银行	2698	4380
交通银行	2152	2451
中信证券	1417	1733
华泰证券	1226	1367
兴业银行	1215	2486

数据来源：中国证券投资基金业协会

行、农业银行、中信银行、邮储银行、光大银行9家银行2022年四季度的“股票+混合”公募基金保有规模分别为4383亿元、3327亿元、2152亿元、1181亿元、1139亿元、1081亿元、927亿元、719亿元、574亿元，较三季度保有规模分别减少了118亿元、245亿元、60亿元、79亿元、58亿元、725亿元、148亿元、89亿元和119亿元。

相比银行而言，券商在代销基金市场的份额则在快速上升。方正证券金融研究团队的数据显示，2022年四季度券商系偏股基保有量的市占率从20.46%提升到22.23%，挤占了部分银行的市场份额。其中，中信证券、华泰证券偏股基保有量达1417亿元、1226亿元，环比增长31.81%、3.03%。

此外，平安证券、国泰君安证券、国信证券的代销“股票+混合”公募基金保有规模及排名相较2021年四季度均有提升。其中，平安证券以505亿元的保有规模上升至第25名。

银行强化风控

从银行客群来看，银行现阶段不适合销售风险特别高的基金产品。

对于银行代销基金规模缩水情况，一家券商分析师表示，券商的表现亮眼可能是受益于场内基金的销售。另外，从客户的角度分析，资管新规后银行代销的产品打破了刚性兑付。在权益市场波动加剧的市场背景下，银行客户投资受到的冲击会更大一些。“银行的大部分客户还是以前以固收产品投资为主的客群，这部分客群的风险偏好较低，对于偏股型的基金的风险承受能力是有限的。券商等其他机构的客户在风险承受能力上更强。”

“在权益市场波动下，代销江湖正在经历一次大的调整。银行的代销主要是依赖于渠道优势，也是市场主力。这种渠道优势的逻辑是以产品的销售为主。但是，在资管新规之后，投资者的投资会更加理性，对机构的财富管理要求更高。换句话说，代销机构的变局正在从产品销售导向转向为财富管理导向，这也是头部券商基金代销崛起的一个重要原因。”该分析师认为。

此外，该分析师还表示，在财富管理发展的浪潮中，银行、券商、第三方平台等机构的优势各有不同。“但是，从代销基金的角度看，投顾能力将是一个重要竞争力，尤其是部分银行的投顾能力是需要进一步加强的，否则市场份额可能会被其他机构进一步蚕食。”

一家股份制银行人士向记者透露，由于去年不少代销基金出现了亏损，银行受牵连被投诉的

情况也多了不少，很多投诉都聚焦在银行基金销售的合规性上，这也让银行压力很大。“在产品出现亏损结果后，投资者往往会倒追银行此前的销售问题，甚至会对银行起诉。所以，大部分银行目前都对销售加强了管理。同时，还会对一些风险较高的基金产品暂停销售。”

该股份制银行人士认为：“从银行的客群来看，银行现阶段不适合销售风险特别高的基金产品，即使是销售也需要在把关上加强。一方面是对产品进入销售的门槛要严把关，另一方面则是对客户的资质要把好关。”

据了解，2022年监管对于银行代销基金中存在的违规行为进行了严查，数十家银行收到了相应的罚单，这其中也包括了国有大行和头部股份制银行。从处罚的理由看，银行被罚集中在“分支机构基金销售业务负责人未取得基金从业资格”“适当性管理不到位”“个别投资者提供的证明材料不足以证明其符合合格投资者条件”三个方面。

“在投资者亏损起诉银行的过往案例中，一旦投资者证明了不符合投资条件，银行在其中就有相应责任。”上述股份制银行人士表示。

记者了解到，自2022年下半年以来，不少银行也发布公告加强基金代销风控。2022年10月，兴业银行发布了公告称，将在11月8日起在基金定投扣款时增加风险等级匹配判断，若客户的风

险承受能力评估结果已失效或与拟定投的产品风险等级不匹配，系统将不会进行扣款。交通银行2022年9月5日起基金定投扣款、快溢通自动转入扣款发起时，都增加了风险等级判断。

记者在多家银行购买产品实测中发现，不少银行在基金、银行理财产品等产品的购买环节中设置了风险评估问卷，若申请购买的产品风险等级与购买者风险等级不匹配，则会收到“风险不匹配警示函”。

“买者自负，卖者有责。”上述股份行人士认为，银行加强风控尽到银行的责任，这也能够为投资者降低投资风险，避免因风险承受能力不匹配导致损失。

该股份行人士表示，基金代销业务是银行中间业务的一项重要收入。“在银行加强财富管理业务实现零售转型的过程中，银行也在不断提升投研能力，但是这需要一个比较长的时间。”

值得注意的是，该股份行人士还指出市场判断的一个误区。“银行目前着眼于为满足本行客户需求提供相应的服务。如果银行代销基金的风险升高，客户购买的需求下降，银行也会为客户提供其他类型的产品，包括大额存单、银行理财、保险类产品。换句话说，银行代销基金规模下降了，并不意味着银行失去了客户或者客户转向券商等其他机构购买基金了。一旦市场的波动下降，赚钱效应增强，银行的代销基金规模还是会整体上去的。”

银行差异化揽储

本报记者 秦玉芳 广州报道

今年以来，存款利率调整向中小地方银行蔓延。

不过相比大型银行此前的下调趋势，中小银行存款利率调整升降两极分化明显，

通知存款升温

继去年底国有银行纷纷降低定期存款、大额存单等利率后，近来地方城商银行、农商银行甚至部分民营银行也下浮了存款利率。

新疆银行个人存款定期整整取五年挂牌利率由3.85%调整为3.7%。乌鲁木齐银行三年、五年定期存款利率分布由3.5%、3.85%降至3.35%、3.7%。部分国有银行、股份制银行再度小幅度下浮了其存款产品利率。

而也有不少地方中小银行升息吸存的力度不减。临澧农商银行2月15日官方微博推文显示，自即日起，临澧农商银行上调相关定期储蓄存款执行利率。其中，一年期储蓄存款执行利率上调15个基点，年利率达2.25%；三年期储蓄存款执行利率上调5个基点，年利率达3.35%。宜昌农商行也将其一

且智能通知存款等存取灵活、流动性强的存款受欢迎。

分析人士认为，受资本市场波动影响，银行理财、基金等产品收益下调，不论个人还是企业求稳心态越来越明显，尽管大额存款等利率持续下调，但投资者认

购热情不减反升，多数银行的稳健收益类产品普遍热销。同时，随着经济的全面复苏和信贷投放规模的增加，不少地方银行面临较大的揽储压力，这将加剧不同银行、不同类型存款产品之间的揽储策略差异。

整体来看，中小银行存款利率差异化的趋势愈加凸显。部分中小地方银行吸存力度加大，其中兼顾流动性和收益的通知存款为地方金融机构及投资者所青睐。

锦州银行智能通知存款产品7天存款最高利率可达2.1%，每7天自动结息，存取灵活。泉州银行推出了利率2.1%的7天自动结息通知存款产品。众邦银行7天通知存款新户综合利率达4.45%。邢台农商银行上线新型7天通知存款，5万元起存、利率2.05%，7天一个周期，到期连本带息自动转存。

企业购买通知存款产品进行

现金管理的热度也在增加。上海冠龙阀门节能设备股份有限公司公告称，以4000万元购买中国银行7天通知存款，预计年化收益率1.85%。鸿合科技股份有限公司也在公告中披露2笔7天通知存款的现金管理投资。

据上市公司公告显示，2023年1月1日至2月16日，数百家上市公司发布现金管理计划或进展公告，其中多数公司将通知存款列入其现金管理的目标配置名单。

某股份银行对公业务人士透露，受多方面因素影响，不管是个人还是企业单位，对收益稳定、流动性高的存款普遍更为青睐；智能通知存款是基础的业务，且能根据投资人存款期限灵活计息，流动性强，因此去年底以来投资者的配置热度持续升高。

信用卡助力消费复苏

本报记者 张漫游 北京报道

2022年7月《关于进一步促进信用卡业务规范健康发展的通知》（以下简称“《通知》”或“信用卡新规”）落地，其中提到，各银行

信用卡部门需按照要求完成业务流程及系统改造等工作，期限是6个月。目前6个月改造期限已满。

某银行信用卡从业人士向《中国经营报》记者透露，自2023

信用卡展业逐步规范

上述银行信用卡从业人士告诉记者，在2023年1月期间，各家银行就应该向监管层提交过整改清单，对照《通知》要求的整改内容，逐条对照汇报改造情况。

《通知》对信用卡业务经营管理和发卡营销、授信管理和风险管控、资金流向、分期业务、合作机构管理、消费者权益保护、监督管理等方面做出详细要求。信用卡新规过渡期为该《通知》实施之日起2年，存量业务不符合本通知规定的，应当在过渡期内完成整改，并在6个月内按照本通知要求完成业务流程及系统改造等工作。

在采访中，多位业内人士表示，自2023年1月以来，已经开始参照信用卡新规要求进行展

业。不过，业内人士普遍认为，对信用卡分期业务受到的影响较大。

《通知》中明确强调，“银行业金融机构应当审慎设置信用卡分期透支金额和期限，明确分期业务最低起始金额和最高金额上限”“分期业务期限不得超5年”“客户确需对预借现金业务申请分期还款的，额度不得超过人民币5万元或者等值可自由兑换货币，期限不得超过2年”。

某股份制银行信用卡中心人士坦言：“此前信用卡业务做了很多大额分期业务，虽然每笔资金规模不算大，但资金流向很难把控，且不排除有客户存在以卡养卡的情况。”

“随着近年来信用卡业务野蛮生长，叠加新冠病毒感染‘黑

天鹅’事件，信用卡的风险表现周期缩短。此前，信用卡的风险表现一般是在18个月左右，现在已经提前到了12个月左右，这并不是好现象。”上述银行信用卡从业人士透露道。

“信用卡新规对恶意透支、大额花费都会有一定的要求，这意味着，监管层鼓励信用卡回归对于消费支撑、方便持卡人购物消费的初衷。”艾媒咨询首席分析师张毅说。

但这种变化也给信用卡的展业带来了挑战，最直观感受到的就是前台营销人员。“对于下一步如何开展信用卡业务，我们还没有形成明确的目标，现在就是按照信用卡新规要求，稳扎稳打地展业。”上述银行信用卡从业人士坦言。

的发展方向，但他们也坦言，这类模式的维护成本会很高，对中小银行而言是难以实现的。

“中小银行信用卡业务主要还是要依靠自身银行的App渠道。”上述银行信用卡从业人士认为，“要做成单独的信用卡App，不仅需要信用卡端的努力，还需要收单端的努力，这是需要时间积累的。”

“信用卡新规一方面是对金融秩序的规范，另一方面也是为了让信用卡更好地服务实体经济，尤其是在消费领域发挥好作用，这也将是信用卡发力的方向。”张毅分析称。

上述银行信用卡从业人士说，下一步商业银行还是要更加深入了解自己的客户群体，精准发力。

信用卡如何发力？

对于营销团队而言，另一个棘手的问题，是客户从哪儿来？上述银行信用卡从业人士表示，信用卡的优质目标客户实际上是有消费需求的、年轻的、未来可期的、有稳定收入的白领客群，种种限制之下，其实比较难获取。

同时《通知》对合作机构进行了规范，其中包括，“银行业金融机构通过单一合作机构或者具有关联关系的多家合作机构各类渠道获取信用卡申请的，批准信用卡的发卡数量合计不得超过本机构信用卡总发卡数量的25%，授信额度合计不得超过本机构信用卡总授信额度的15%”。

“且符合条件的优质目标客户，引流公司也不一定可以提供。”上述银行信用卡从业人士亦认为，未来在消费场景搭建信用卡客户、促销卡的平台、分期平台的人口是比较多的。

在采访中，多位业内人士肯定了招商银行信用卡“掌上生活”、交通银行信用卡“买单吧”

的发展方向，但他们也坦言，这类模式的维护成本会很高，对中小银行而言是难以实现的。

“中小银行信用卡业务主要还是要依靠自身银行的App渠道。”上述银行信用卡从业人士认为，“要做成单独的信用卡App，不仅需要信用卡端的努力，还需要收单端的努力，这是需要时间积累的。”

“信用卡新规一方面是对金融秩序的规范，另一方面也是为了让信用卡更好地服务实体经济，尤其是在消费领域发挥好作用，这也将是信用卡发力的方向。”张毅分析称。

上述银行信用卡从业人士说，下一步商业银行还是要更加深入了解自己的客户群体，精准发力。