

坚定布局财富管理 农商行发力理财代销

本报记者 郭建杭 北京报道

无论是规模还是利润,农商行的代理理财业务在2022年都遇到了增长阻碍,这种阻碍无异于一场对农商行代理理财业务的“压力测试”。值得注意的是,这种“压力测试”正在倒逼农商行更加重视提升财富管理核心竞争力的重要性,以应对不确定性上升的外部环境。

《中国经营报》记者注意到,今年以来,不少农商行纷纷加速与理

财机构开展代理理财业务合作。

4月18日,广东中山农村商业银行(以下简称“中山农商行”)公布与渝农商行(601077.SH)全资子公司渝农商行开展代理理财业务合作。此前的3月8日,中山农商行还公布与广银理财开展代理理财业务合作;4月10日,浙江义乌农商银行新增信银理财为代理理财业务合作机构;此外,浙江云和农商行、浙江遂昌农商行分别在今年新增了杭银理财的代理理财产品;1月,辽宁灯

塔农商行也与兴银理财开展代理理财合作。

之所以频频增加代销合作机构,是为了解决农商行代理理财业务中所存在的服务和产品体系单一等问题。自资管新规全面施行以来,农村金融机构正在结合外部监管要求和内部零售转型战略规划,加大推进代理理财业务进度。从数据上来看,部分农商行代理理财规模实现增长。截至2022年末,江苏如皋农商行代理理财销售金额

29亿元,代理理财余额13.39亿元,较2022年年初上升了11.95亿元;渝农商行代理理财产品余额1391.35亿元,较上年末增长14.11%。

但更多的农商行,在代理理财业务方面还是面临着规模和利润双下滑的困境。从已发布的年报数据中可以看到,2022年上市农商行的手续费及佣金收入下滑明显,在此背景下,农商行在代理理财方面从产品设计到资源整合都在作出调整。

提升对客户需求的认知

在对客户群体的有效分层之外,农商行代理理财业务的竞争力还可以体现在产品引入、服务体验等方面。

长期来看,农商行普遍仍坚定地布局财富管理业务,如何充分挖掘客户需求这一问题受到了行业从业人士前所未有的重视。

众所周知的原因,因其扎根本地的区域性银行属性,农商行的客户结构以农村居民和郊区居民群体为主。在此背景之下,农商行在代理理财业务中对客户的分层方式也有自己的特点。

屈颖告诉记者,“农村金融机构在代理理财方面呈现出以下几个特点。第一,客户群体风险偏好较为保守,风险承受能力相对较弱。第二,产品风险等级整体较低,主要集中在二级(中低风险)。第三,产品投资性质以固定收益类为主。第四,产品运作模式以封闭式净值型为主。第五,产品期限集中在6个月及以上,其中1年至3年期产品占比最高等。”

如皋农商行方面认为,理财产品的最终消费者是客户,做好客户分层、分类并提供差异化服务,是提升客户体验的重要途径。

在具体的做法上,如皋农商行方面指出,2022年,如皋农商行开发上线智慧营销管理平台,将数据集成、数据挖掘、数据回流、数据分析、客户标签等功能结合,实现从业务开展前的商机形成机制到业务进行中的数据赋能,以及业务开展后的业务数据分析、二次营销的促进,达到有效的客户分层分类和精准化营销。如:营销平台会根据客户职业、年龄、在本行的业务种类等进行分层分类,再根据每个细分客

负面影响逐步消退

目前,各农商行纷纷加大对代理理财业务的投入力度,增加代销合作机构补齐短板。

普华永道近期发布的《2022年中国银行业回顾与展望》中指出,2022年以来,为支持实体经济发展,银行继续采取减费让利措施;同时,由于资本市场波动,银行代销基金、理财等手续费收入下降。2022年,手续费及佣金净收入较同期下降2.81%,其中大型商业银行下降2.86%,股份制商业银行下降2.33%,城农商行下降幅度最高,达到了5.68%。

一位农商行内部人士告诉记者,“2022年以来,由于资本市场出现波动,导致理财产品净值随之波动,进而使得客户的赎回增加,引发了流动性管理压力。此后,各家银行纷纷开始着手采取更多有效措施,诸如增加外部合作、建立更完善的代销系统等,以期提升该业务的稳定性。”

资本市场的波动对农商行代理理财业务所带来的负面影响是否正在逐渐消退?

普益研究院方面认为,当前理财产品净值稳定上涨,净值回撤影响逐步消退。“2022年年末,银行理财产品经历了‘赎回潮’。为留住客户、稳住规模,多家理财公司开始重点推介摊余成本法、混合估值法的理财产品,契合了部分投资者的理财需求。”

事实上,农商行在代销产品方

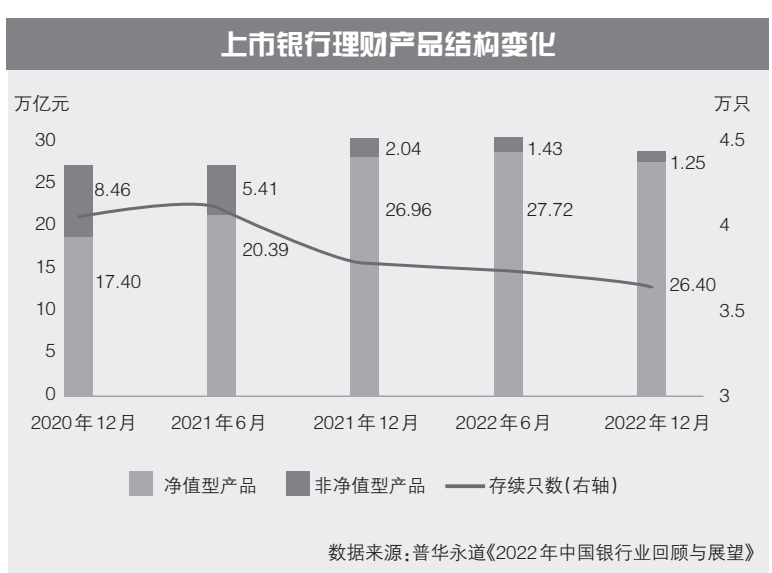
面一直面临着产品相对单一、代销业务开展相对滞后、代销资源获取处于劣势等多个问题。目前,各农商行纷纷加大对代理理财业务的投入力度,增加代销合作机构补齐短板。2023年第一季度,农商行合作的代销机构名单增加,如广西蒙山农商行新增兴银理财,大连农商行及天津农商行新增渤海理财,中山农商行新增广银理财和渝农商行理财等。

那么,如何才能提升农商行代理理财的利润和竞争力?

普益标准研究员屈颖对记者表示,在产品供给端,农商行可丰富产品线提升产品供给能力。通过加大与同业的合作力度,扩大代理理财产品线,农商行可将银行理财、基金、信托、保险等多种理财产品纳入到销售范畴内,以降低业务单一性带来的风险。同时,农商行还需要加强风险管理。农商行要严格按照监管要求开展业务,确保代理理财业务的合规性和风险可控性,加强客户风险评估,并做好产品风险提示等方面的工作。

此外,代理理财遇挫带来的“压力测试”也将促使农商行从更积极的角度来看待财富管理业务。

如皋农商行方面表示,代理理财对于银行内各业务条线具有促进作用,“代理理财的增长并没有将存



款理财化,而是对存贷款及电子银行、中间业务等均有不同程度的促进作用,有力助推了我行零售转型战略的推进。”

数据显示,2022年以来,通过理财签约、理财体验,如皋农商行全年累积客户16936户,其中纯新增理财客户3000户;2022年末存续理财客户7155户,较2022年初新增3741户,增量翻倍。理财客户存款较2022年年初增加1.8亿元、贷款较2022年年初增加1亿元。代理理财的增长并没有将存款理财化,而是对存贷款及电子银行、中间业务等均有不同程度的促进作用,有力助推了如皋农商行零售

转型战略的推进。

江南农商行党委副书记李雷也在近期公开指出,农商行实施大零售转型和发展财富管理业务具有战略优势。首先,长期深耕本土经济,对地方政府的发展规划和客户市场了解更精准,联系也更多、更广,更有利于大零售转型和财富管理业务的拓展。其次,深耕“三农”,客户黏性和稳定性相对较高,可以向客户提供面对面的财富管理。最后,国家实施新型城镇化、支持城乡融合共富,全面推进乡村振兴战略,农村人口收入水平和财富管理需求意愿提升,有助于农商行推进大零售转型、拓展财富管理业务。

线上获客成本高企 消费金融奔向线下

本报记者 郑瑜 北京报道

在线上获客流量成本日趋攀升、优质资产日渐减少的今天,竞争激烈的消费金融行业也开始重新审视战略重心,不少消费金融公司的展业途径已经重新开辟了线下市场。

日前,有行业中等规模消费金

线上第三方引流成本高企

多位业内人士表示,一直以来,成本与风控都是消费金融公司的痛点,但是随着行业发展成熟,如今除了头部公司,越来越多的业内公司开始探索股东协同之路,以期实现强化客户黏性、更长周期的金融服务等目标。

“很多从抖音、快手等第三方平台引流来的用户黏性并不高,很容易被其他平台吸引走,这些第三方引流来的用户借款产生的利润与引流的用户几乎不相上下。”一家深处行业第二梯队的渠道维护人员表示。

收入能否覆盖成本有待考量

中国银行业协会去年发布数据,2021年有高达71%的消费金融公司在持续加大市场拓展力度,触达并服务更多客户。部分消费金融公司新增触达客户同比增长数倍之多,引领消费金融行业将普惠金融服务出更大范围的人群。

零壹智库特约研究员于百程表示,消费金融业务实际上最早是以线下模式开始,包括线下营销中心、与消费场景合作等,随着移动互联网兴起和互联网金融模式发展,线上模式才得到快速发展。目前看,一些消费金融公司重点发展线下获客方式,通过线上与线下结合方式开展业务,与传统的线下展业方式也并不相

融公司告诉《中国经营报》记者,计划在2024年借助股东完成线下直销网点布局,推动金融服务升级。

不仅如此,南银法巴消费金融也将线下直营业务作为拓展重点。据悉,目前,南银法巴消费金融线下业务覆盖了有南京银行消费金融中心网点的地区,包括江苏地区、上海、北京、杭州等

线上第三方平台引流长久以来都是消费金融公司客户来源的主要方式。中银协统计结果显示,目前30家消费金融公司均开展了线上业务,其中线上第三方引流为最主要的业务渠道,共有28家机构开展了线上第三方引流业务,仅有两家机构未通过线上第三方引流开展业务。并且,依据22家机构反馈线上第三方引流投放占比超过50%,仅有其他6家机构线上第三方引流投放占比在50%以下。有13家机构反馈投放渠道占比与上年同比仍

同。这种转变,一方面与互联网红利消失相关,线上获客成本上升,贷款利率不断下降,适合客群增长受限;另一方面通过线下方式,在场景客群、大额信贷等方面进行拓展。至于线上还是线下,主要还是看哪种方式更有效,成本更低。对于金额高、期限长、利率相对低的消费金融产品,线下获客更能发挥获客和风控优势,在平均成本上比较低。未来看,在一些消费金融业务上,线上与线下结合的方式也会成为主流。银行背景的消费金融公司,多脱胎于银行零售消费部门,在线下模式上更加得心应手,兴业、锦程等都比较有代表性。

黄大智认为,在扩张性策略之

地,另外还在合肥、成都等省会城市设立线下直营中心。此外,宁银消费金融自去年年初开始大规模招聘直销团队,目前其线下业务已经覆盖了数十个城市,直销团队规模500人左右。小米金融也在扩充直销团队,目前已经在全国多地招聘市场人员。

近年来,行业头部比如招联消

有上升趋势,仅有4家机构反馈投放渠道占比与上年同比出现下降趋势。

某头部消费金融公司高管告诉记者,为了稳定风险问题和加强风险控制能力以保证资产质量,公司主要采取从外部互联网流量平台(比如短视频平台、社交平台等)购买流量,公司独立授信审批风控把关,而不是过去由助贷平台通过保证金承诺兜底坏账的合作模式。“这种模式下,消费金融公司不单单要与同业竞争,因为电商平台也要买流量。”

下,只要线下收入能够覆盖成本,其(线上+线下)将不失为一个不错的选择。“回顾消费金融行业发展,穿透依靠线下展业的公司成功的背后,都有其本身的资源禀赋,无论是从背后的风控还是合规文化,以及网点优势,都能在线下展业过程中获得不错的成绩。”

但他同时强调,“如果具备银行股东背景又有较高的战略协同程度,借助银行股东网点展业也将具备较大优势,但如果与股东联系密切程度一般,则无法达成交叉营销的效果,优势也无法传递到消费金融公司。”

在分析线下展业利弊时,冰鉴科技研究院高级研究员王诗强透露,部分客户信用卡以及花呗等线

费金融业已经在借助股东资源,推出“纯线上授信+线下交付”的金融合约分期产品,将金融业务累计覆盖联通实体渠道网点。

中国银行业协会(以下简称“中银协”)消费金融专业委员会编著的《中国消费金融公司发展报告2022》显示,当前消费金融线下投放占比虽然较低,但已现上

“在与流量平台议价过程中,消费金融公司很弱势。”上述高管表示,尤其是在运营客户上面,一个新客户的获取成本可能是几百或者上千元,于是在客户第一次借款的时候,往往无法产生利润,而金融借贷需求又是一个低频的需求,由此往往陷入不挣钱的困境中。

星图金融研究院高级研究员黄大智表示,在过去,线下展业的痛点之一就是成本,尤其是相对于互联网金融而言,线下展业的成本越来越高,加之展业过程中

上贷款额度有限,大部分机构贷款客均不足一万元,且期限很短,集中于一年以内。因此,消费金融公司可以与线上机构差异化竞争,开展线下大额贷款,贷款期限扩展到三年,甚至更长,应该可以吸引到一批优质客户。此外,线下销售可以与客户深度沟通,了解客户需求,开展定制化业务。“但是很可惜,目前大多数线下机构开展业务时,前线销售与后端数据分析师、产品沟通较少,对客户的真实需求了解不透,导致设计出来的信贷产品只能满足部分客户需求,大量注册客户并没有贷款。”

对于在数字经济快速崛起的当下,采用线上+线下模式,王诗强认为,线上线下同时布局并不

升趋势。

自开展消费金融公司试点以来,消费金融公司就以针对传统金融服务无法触及的中低收入群体与缺乏信贷记录人群为主要目标发展普惠金融,线下的成本与风险一直是金融普惠的痛点,而今线上+线下的结合趋势是否能说明行业发展转至了新阶段?

带来的风险成本,比如从业人员的道德风险,使得线下场景相对线上场景更不被看好。但就现阶段而言,线下模式已经是各大消费金融公司值得拓展的方向。“目前线上展业的公司中,有一部分无法自建场景,其实它的获客高度依赖外部,比如向外购入流量。由于受到互联网线上化加深趋势的影响,流量成本高企,甚至占据了绝大多数成本支出,在流量越来越贵的压力之下,两相对比,线下产业就因此成为一个性价比不错的选择。”

违背,线下成本确实相对较高一些,但从客户生命周期计算,客户复借,其产生的价值要远大于成本。因为客户对金融的需求是一个长期的,会在整个生命周期里不定时有各种资金需求,比如结婚举办婚礼、新房装修、买车、旅游等。但是,如果因为利率太高或者其他服务跟不上导致客户流失,获客成本必然很高,甚至难以覆盖运营成本。

前述高管亦指出,在银行利率下行背景下,对消费金融的挤占效应逐渐显现,线上+线下优化客源结构,也是消费金融公司顺应市场发展、政策导向以及客户需求变化、寻求多元化发展谋求优化的重要措施之一。

上接B6

招行上述产品显示,“日日宝”是一种理财销售服务。资金转入“日日宝”即一键购入银行代销的一只或者多只现金类理财产品。单只产品自然日快速转出的额度为一万元,日日宝旗下由40只理财产品。

按照货币基金的赎回规则,大部分货币基金的赎回都是“T+1”,而目前不少银行现金管理类理财产品却能够提供实时的赎回,这如何做到呢?上述业内人士向记者透露,实时赎回回归于基金公司的垫资,也就是说在缩短赎回期限的做法上,基金公司通过短暂的垫资弥补了产品流动性,而银行在其中只是起到了代销渠道的作用。

据记者了解,市场上有部分货币基金产品也推出了“T+0”快速赎回服务。实际是将基金份额质押给了基金公司,而基金公司用等份额价值的现金垫付给客户。与此同时,快速赎回当天的预期年化收益让渡给了基金公司,即客户在快速赎回的当天没有收益。

一家基金公司人士向记者表示,在银行与基金公司的合作中,银行可能会根据客户需求占据主导地位,而基金公司则根据银行的需求提供现有的产品服务或定制服务。“很多时候看双方谈的情况。短期规模不大的垫资对基金公司来说影响不会太大。”