

理财新征程

以投资者为中心 创造可持续价值回报

访光大理财董事长任锋

本报记者 杨井鑫 北京报道

随着金融强国战略的推进,金融高质量发展已成为业内共识。作为居民财富管理的主要金融机构之一,银行理财子公司成立已5年时间,管理资产规模近27万亿元,成为资管行业的一支新生力量。然而,在资管新规之后,银行理财市场格局风云变幻,机构之间的分化有所加剧。以光大理财为

规模稳步增长 推进渠道建设

居民财富由不动产向低风险理财产品转移的趋势较为清晰,是资管行业的长坡厚雪来源。

《中国经营报》:银行理财规模从2019年23.4万亿元冲高至2021年29万亿元后连续两年回落,2023年年末为26.8万亿元。光大理财怎么看规模上的变化?

任锋:我们自己观察到,从2018年资管新规推出之后至2022年10月,信用债市场处于牛市之中,收益率的下行给银行理财净值化转型营造了适宜的外部环境,银行理财市场规模不断提升。直到2022年年末,随着政策的调整,市场大幅扭转了对房地产及经济基本面的预期,债市收益率快速上行进而导致银行理财产品的净值剧烈波动,并引发了投资者大量赎回,形成整个行业理财规模的波动。

从某种意义上,2022年年末的理财“赎回潮”阵痛是资管新规后,行业净值化转型过程中必然会经历的一堂课。资管新规之后,理财新产品风险收益特征虽然普遍低于公募基金,但是本质上与公募基金产品一样具有波动性,也就是说投资者对于投资风险的认识和产品实际的风险收益特征之间存在偏差,也提示整个银行理财行业需要不断提升投研能力,采取多元化、分散化的投资策略,快速补齐应对波动的能力;同时需要加大投资教育力度,引导广大投资者逐渐适应理财产品的波动属性,准确认知自身的风险

代表的一批银行理财公司凭借持续创新打造差异化优势,在投研能力、风险控制等方面不断提升,在行业竞争中脱颖而出。

2004年光大银行阳光理财发行的首只人民币理财产品正式问世,率先开启了居民财富管理新纪元。20年后,光大理财传承阳光理财品牌,坚持以投资者为中心,创造可持续价值回报,得到了市场和客户的高度认可。截

险偏好,做好流动性安排。

总体而言,我们认为居民财富由不动产向低风险理财产品转移的趋势较为清晰,是资管行业的长坡厚雪来源,银行理财将成为重要的承载工具之一。展望未来,我国经济发展回升向好,长期向好的基本趋势没有改变,理财行业稳中向好的基本面没有发生变化,银行理财也将会保持稳步增长。

《中国经营报》:光大理财2023年管理产品规模实现了稳定增长,能否谈一下渠道建设起到了怎样的作用?怎么看待银行外销售渠道建设和自建渠道?

任锋:渠道的良性互动有助于银行理财行业的市场化发展。随着市场竞争的加剧和客户需求的多样化,单一的母行销售渠道已不足以覆盖更广泛的市场和客户群体,根据银行理财登记托管中心的数据,2023年,已开业的31家理财公司中,只有3家理财公司的理财产品仅由母行代销,其他理财公司的理财产品均上线了非母行渠道,且理财公司合作代销机构数量逐步上升。因此,银行理财公司需要与其他金融机构建立合作关系,通过银行代销机构来扩大自己的服务半径,为投资者提供更加便捷、温暖的财富管理,提升自身的品牌影响力。

目前,光大理财的产品在非

至2023年年末,光大理财的管理资产规模突破了1.3万亿元,在行业中实现了进阶。在普益标准公布的银行理财收益能力排行榜中,从2022年至今,光大理财收益能力也一直稳居前三。光大理财是如何在市场的风云变幻中把握机遇实现突破的呢?《中国经营报》记者采访了光大理财董事长任锋。



任锋

光大理财董事长

母行渠道的代销规模已超过5300多亿元,渠道覆盖超26家银行机构。在代销渠道的合作上,我们坚持选择好的代销渠道,深耕细作,不一味求多,严格落实投资者适当性要求,另一方面,自建渠道也是银行理财公司不容忽视的发展方向。尽管自建渠道可能会面临较高的初期投入和运营成本,但它能提供更为直接和个性化的客户服务体验,有助于塑造品牌形象和提升客户忠诚度。此外,随着金融科技的不断进步,自建渠道还能利用大数据、人工智能等技术手段,为客户提供更加精准和智能的投资建议和服务。

总而言之,行外销售渠道建设有助于其业务的横向扩展,而自建渠道则有利于深化客户关系,两者相辅相成,共同推动银行理财公司在激烈的市场竞争中占据有利地位,服务广大投资者。

深化投研能力建设 布局权益投资

随着权益市场逐步回暖,银行理财公司的权益投资规模有望得到恢复和增长。

《中国经营报》:银行理财的客户风险偏好目前比较低。怎么看待客户风险承受能力?对于目前风险偏好,银行理财公司产品上会有哪些调整?

任锋:在光大理财看来,银行理财客户的风险偏好间接反映出客户对于银行理财产品期待。老百姓有资产保值增值的需求,希望风格稳健一些、波动小一些,这都是老百姓朴素的财富管理要求。银行理财公司有责任、有义务通过专业的理财服务满足投资者的需求,因此,当前背景下,银行理财产品以稳健风格居多,这也是银行理财公司擅长的投资领域。

光大理财“七彩阳光净值型产品系列”有着丰富的资产配置和投资策略,可以满足不同投资者的个性化投资需求。在稳健投资和低波动体验方面,光大理财2023年创设了阳光安心计划(存单存款)系列和阳光金同利系列,截至目前,到期产品业绩达标率均为100%,受到了投资者充分认可;同时光大理财的阳光橙安盈系列通过优先股股息偿付能力强,与其他资产相关弱等特点,也构建出了低波稳健的投资风格,在奖项评选和榜单排名中屡获好成绩。

2024年以来,整个银行理财市场规模上涨很快,说明投资者信心已经在快速恢复,尤其是综合能力强、产品表现好的银行理财公司,感受会更加明显。

《中国经营报》:银行理财公司成立5年多以来,权益投资产品规模有所缩水,光大理财对于权益投资方向和策略是怎样的?

任锋:银行理财参与权益类投资是响应国家号召、服务资本市场健康发展的重要举措,同时也是支持实体经济的有效途径。尽管近两年权益市场整体表现较为低迷,导致相关理财产品净值受到负面影响,从而影响了银行理财权益投资规模。然而,随着权益市场逐步

回暖,银行理财公司的权益投资规模有望得到恢复和增长。新的“国九条”的颁布对银行理财业务也将产生显著的促进作用,不仅拓宽了投资渠道,也为理财公司的长期发展提供了政策支持和市场机遇。

从近5年的权益投资实践上看,银行理财的主要客群对净值波动较为敏感,风险偏好较低,银行理财公司在权益投资领域的投研能力和经验相对较弱,这些因素都对银行理财的权益类产品的管理和发行提出了挑战。

无论从财富管理的大背景,还是基于多元化客户理财的需求,我们仍然坚定地认为,权益是银行理财高质量发展不可或缺的赛道之一。光大理财更是权益理财产品探索的先行者,后续也将基于市场时机,布局风格鲜明、主题鲜明的权益类理财产品,在市场的低点位置,公司已积极开始推进布局含权类产品。

在投资路径上,银行理财公司可以通过直接投资股票或采用FOF/MOM形式进行权益投资。在产品设计上,考虑到较多银行理财客户对绝对收益有一定的诉求,含权产品中尤其是固收+含权产品,可以将绝对收益策略作为重要的投资策略方向,并通过强化对底层资产的后续跟踪管理和对理财产品业绩的归因分析,及时调整投资策略和配置比例,确保投资组合的稳健运行。从产品类型来看,权益类、混合类以及部分固收类产品均具备投资权益市场的能力,光大理财也通过这些方式积极参与权益投资。例如在FOF和MOM模式方面,光大理财利用外部优秀的管理人和策略来分散风险并提升收益率。近期,光大理财也加大了权益投资团队建设和优秀人才的引进,同时加强了平台化、多元化、多资产、多维度的投研平台的建设,全力构建具备多元化、多资产、多维度的投研能力,提升投资研究能力和权益投资竞争力,努力为

投资者创造良好稳健的投资收益。

《中国经营报》:银行理财公司的投研能力建设一直为市场所关注,也将是公司发展的一个重要支点。目前银行理财公司的投研能力如何?

任锋:投研能力建设是银行理财公司的核心能力建设之一。银行理财产品多数执行低波动、低回撤策略,理财公司需要结合自身资源禀赋不断提升投研能力。具体包括三个层次:

第一,提升跨资产研究的宽度。银行理财产品的投资标的,除了标准化资产之外还可以投资其他具有绝对收益特征的另类资产,与公募基金相比,银行理财可以通过更加广泛的资产配置宽度降低组合的波动性。

第二,提升固定收益领域研究深度。银行理财擅长判断利率风险和信用风险,在固定收益底仓的配置方面具备比较优势,银行理财可以通过对固定收益市场的深度研究降低组合波动。

第三,银行理财要更加重视多元化资产配置策略的研究。为了实现低波动、低回撤的产品特征,银行理财充分利用多元化资产配置策略,坚持组合+分散的资管管理第一性原则,努力保持产品的净值稳健表现。

自成立以来,光大理财始终肩负“为投资者创造长期可持续的价值回报”的企业使命,深化投研能力建设,打造以价值发现为目标“产—研—投”系统化架构,及时调整投资策略,动态优化组合管理,积极挖掘高性价比资产,持续丰富多资产、多策略工具箱,坚持完善以固收资产打底,依据策略适度搭配低波、权益等大类资产的资产配置框架,努力提升产品业绩的稳健性。2023年,光大理财全年累计为投资者创造收益超335.3亿元,服务客户数超过660万户;今年1—3月,光大理财为投资者创造收益超过81亿元。

提升投研投顾能力 助力财富管理高质量发展

访南银理财总经理黄艳红

本报记者 郝亚娟 张荣旺

上海 北京报道

自2019年首批理财子公司成立以来,5年间,理财公司逐步实现全面净值化转型,回归资管本源,成为银行理财市场的主力军。在全面净值化时代,理财公

满足投资者多元化需求

《中国经营报》:设立单独的理财公司对于银行开展财富管理业务有哪些影响?

黄艳红:理财公司经过近5年的发展,已成为银行理财业务的主流机构,也是银行财富管理业务高质量发展的重要推动力量。理财公司的成立极大丰富了银行财富管理业务的产品货架,打破了银行只能销售自家理财产品的限制,使其可以根据自身客群特征、产品体系建设等情况市场化地引入他行理财产品,丰富自身产品货架,打造具备特色的理财产品“超市”,从而为投资者提供更加丰富和优质的产品与服务。

理财公司的市场化运作能够更好地响应财富管理业务的发展需求。激烈的市场竞争促使理财公司不断优化自身产品体系,加速产品迭代升级,以满足市场多元化的财富管理需求。南银理财打造推出的“瑞”系列理财产品体系,覆盖现金管理类、固收类、固收增强类、混合类、权益类产品,能够有效满足不同风险收益偏好客群的配置需求。2022年以来,南银理财积极加大对低波稳健类产品的布局,

司如何应对投资者需求?在资管行业的差异化竞争如何破局?针对上述问题,《中国经营报》记者专访了南银理财总经理黄艳红。

黄艳红表示,理财公司作为独立法人机构,与银行财富管理业务的合作更加多元、服务更加前置,在投研输出和投资者联动

主推的封闭式“鑫逸稳”系列产品2023年实现规模增长近500亿元。

理财公司多元化的合作和服务输出有助于银行机构提升财富管理的能力。理财公司作为独立法人机构,与银行财富管理业务的合作更加多元、服务更加前置,在投研输出和投资者联动服务方面,能够更好地助力银行提升财富管理业务的专业化、精细化水平。

《中国经营报》:在全面净值化时代,投资者需求有哪些变化?理财公司在产品体系上如何调整?

黄艳红:全面净值化时代,银行理财回归代客理财的本源,但投资者对于净值的波动有一个逐步理解和接受的过程。受到2022年债市负反馈以及权益市场波动的影响,投资者整体风险偏好有所下降,希望寻找更安全、更稳健的产品,表现为对储蓄存款的青睐和对低风险等级产品的偏好。

南银理财坚持以市场为导向,以客户为中心,顺应市场趋势和投资者需求变化,对产品策略进行优化调整。

一是以绝对收益为导向,通过专业的投资能力严控净值回

服务方面,能够更好地助力银行提升财富管理业务的专业化、精细化水平。



黄艳红

南银理财总经理

撤,降低净值波动,为投资者提供稳健的预期和回报。

二是产品供给向低波稳健型产品倾斜,采用“优两头”策略。加大短期灵活申赎类产品的发行力度,满足投资者对于高流动性产品的偏好,同时对中长期稳健策略的封闭式产品为抓手,稳定负债资金来源,引导投资者长期投资理念。

三是创新产品形式,优化产品规则,细化投资者服务。南银理财发行的“悦稳红利”持有期产品,在持有期内可根据实际运作情况适时安排分红计划,满足投资者流动性资金需求。四是重视投资者体验与投资者陪伴,上线微信账单功能,延长部分产品的闭市时间,提高投资者理财投资的便利性和时效性。

深度融入资管生态圈

《中国经营报》:理财公司在资管生态圈扮演什么角色?与其他类型资管机构的竞合关系如何?

黄艳红:截至2023年年末,银行理财规模达26.8万亿元,在大资管行业中的占比接近20%,是资管行业的重要组成部分。从服务客群、产品定位、投资偏好等方面看,银行理财凭借特色的市场定位、独特的竞争优势,与其他资管机构优势互补、合作共赢,共同推动了资管行业的高质量发展。

在服务客群上,银行理财投资者以个人为主,截至2023年年末,持有银行理财产品的投资者数量达1.14亿,其中个人投资者数量1.13亿,数量占比98.8%,持有规模占比约90%。银行理财投资门槛低,1元乃至1分钱的起购门槛,具有极强的普惠属性。

在产品定位上,银行理财有效满足了投资者对于稳健投资回报的需求。脱胎于银行体系,理财公司天然具有稳健经营的基因,银行理财投资者的风险偏好总体较低,对于理财产品的定位也偏向于稳健,对于财富保值增值的刚性需求强烈。

在投资偏好上,银行理财凭借在固收投资等领域积淀的优势,为银行投资者提供了风险相对可控、收益相对可观的投资选择,相对于其他金融产品具有更高的安全性、稳健性,因此成为投资者财富避险增值的重要港湾。

银行理财与其他资管机构拥有广阔的合作共赢空间。银行理财与其他资管机构共同为投资者

提供了丰富多元的资管产品货架,银行理财可以借鉴基金、信托、保险资管等机构的投研经验,提升大类资产配置能力,不断拓展和优化产品布局。在投资者服务、投资顾问、研究共享、金融科技等多方面,各类资管机构交流互鉴、竞合发展为资管行业持续蓬勃发展注入了强劲动力。

《中国经营报》:理财公司在为投资者创造价值的同时,亦承担着助力实体经济的重任。理财公司在助力实体经济方面能做什么?

黄艳红:理财公司可以充分发挥在资源配置上的优势,在金融“五篇大文章”赛道上持续发力,为推进中国式现代化、发展新质生产力贡献金融力量。

发力科技金融,支持产业转型升级。聚焦新质生产力的培育支持,加强对科技创新产业的研究,加大资产配置力度。近年来南银理财通过发行科技创新主题产品、投资科技企业债券等方式,积极助力科技创新,未来也将持续锤炼行业研究能力,倾斜金融资源支持科技创新发展。

发力绿色金融,助力美丽中国建设。聚焦节能降碳、环境保护、清洁能源等领域,优选绿色投资者、升级绿色服务,创新研发碳中和、ESG等主题产品,加强绿色债券和相关行业权益投资,为绿色产业发展提供资金支持。南银理财已将ESG评价纳入投资决策体系,累计投资ESG相关债券超百笔。

发力普惠金融,拓宽服务深度

与广度。聚焦城乡居民财富管理需求,深化渠道布局提升服务的覆盖面,通过产品创新、费率优化等多种方式,为城乡居民提供更加优质的理财产品和服务陪伴。南银理财与超百家代销机构建立合作关系,服务的城乡居民超490万人,2023年为投资者创造收益近100亿元,成立以来累计创造收益超350亿元。

发力养老金融,融入银发经济建设。聚焦养老群体的投资需求,提供不同期限和投资策略的养老理财产品,以更加稳健的收益表现为老年投资者财富保驾护航;围绕推进多层次养老服务体系,关注康养机构、智能装备等领域,加大相关债券、股票、REITs等的投资力度。2023年,南银理财创新推出分红型产品“悦稳红利”,通过定期分红的形式帮助老年群体更好进行养老储备。

发力数字金融,赋能转型发展。聚焦数字经济创新发展,加大对信息技术、数字经济等领域的资产投资;深化大数据、人工智能等技术在理财业务领域的创新应用,对外提升投资者服务体验,对内提升经营管理效能。南银理财目前已建立了稳定、高效的信息科技系统,并将持续保持科技资源投入,着力深化数字技术应用,打造面向未来的数字化理财经营体系。

总而言之,理财公司要充分发挥资管机构产融结合、连接实体的桥梁作用,积极服务国家战略,助力实体经济发展。