

# 整体“趋冷”局部“高温” 上市公司理财投资分化加剧

本报记者 秦玉芳 广州报道

2024年上半年,上市公司理财投资的差异化趋势加剧。《中国经营报》记者采访了解

## 理财投资局部升温

为了充分使用资金获取收益,企业开始将更多闲置资金进行委托理财,投资领域涉及存款、理财、基金等产品。

近来相继披露的2024年中期业绩数据显示,部分上市公司投资收益占公司净利润同比大幅上升。

百度集团(600865.SH)8月20日披露的委托理财公告显示,近12个月公司投资的理财产品共计23个,实际投资额合计17.72亿元,实现实际收益5471.41万元。百度集团在公告中强调,最近12个月委托理财累计收益占最近一年净利润的比重高达403.16%。

理想汽车(2015.HK)2024年上半年财报显示,截至6月末,公司实现净利润16.92亿元。其中,上半年利息及投资收益净额高达14.39亿元,同比增幅为69.5%,主要由于现金状况(包括现金及现金等价物、受限制现金、定期存款及短期投资,以及计入长期投资的长期定期存款及理财产品)增加。

中国银行(601988.SH)研究院银行业与综合经营团队主管邵科表示,2024年上半年,我国市场利率持续下行,债券市场表现良好,固定收益类基金、理财产品的收益水平以及市场估值大幅上升,使得不少A股上市公司理财投资收益大幅增加,个别公司甚至依靠投资理财收益扭亏为盈。

某A股上市公司财务人士透露,近两年尤其2024年年初以来,市场消费需求不足,导致公司业务表现远不达预期。因此,2024年上半年公司生产投资有所缩减,更多现金进行投资理财。一方面保

到,在整体理财配置降温收缩的同时,部分上市公司却在持续加码理财资产的配置,相关投资收益占公司净利润的比重也在明显上升。

证充裕的流动性需求,另一方面也通过理财产品的投资收益平衡公司的营收波动。

上述公司财务人士强调,为了保证资金安全,公司投资的理财产品多是通过定制的银行结构性存款或者稳健型的固收、固收+理财产品,尽管收益率较以前都有下调,但相比普通存款仍有一定的优势。

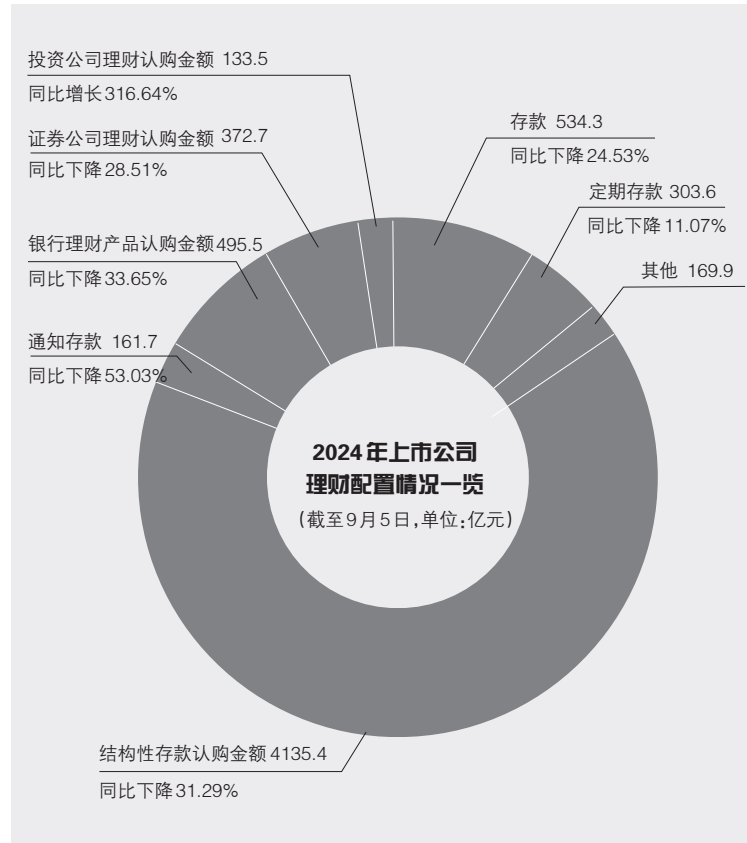
东吴证券(601555.SH)在此前发布的相关研报中也强调,在经济温和复苏背景下,多数企业资本开支相对谨慎,设备、厂房等投资意愿相对较低。为了充分使用资金获取收益,企业开始将更多闲置资金进行委托理财,投资领域涉及存款、理财、基金等产品。

对此,中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出,2024年年初以来市场竞争加剧,股票市场和债券市场波动较大,在此背景下,上市公司更倾向于通过投资理财产品来获取稳定的收益。在他看来,理财产品收益相对稳健,加之上市公司闲置资金较多,因此其更愿意将资金投入投资理财产品中。

在易观千帆银行理财咨询专家田杰看来,过去两年由于市场利率下滑,导致银行定期理财产品和存款类理财产品收益率下降,上市公司减少了存款类理财产品资金配置,转而购买收益率更高的银行理财和信托类产品,这一转变在2024年上半年尤为明显,这个特

业内人士分析认为,上半年部分上市公司经营压力加剧,对生产运营业务投资减少,个别公司在稳定现金流的同时加大了稳健型理财投资,以平衡收益波

动。不过,当前企业投资者在资产配置领域的偏好正经历深刻转型,这也驱动着金融机构进行多元化、稳健型资产配置策略的调整。



数据来源:Wind数据 秦玉芳/制表

征和趋势预计未来一段时间还会延续。

从市场表现来看,延续上半年趋势,三季度不少上市公司对理财产品的配置依然较为积极。

Wind数据显示,2024年7月1日至9月5日,435家上市公司进行了理财产品的配置,新增持有理财产品数量1833个,合计新增持有规模1313.4亿元。

仅9月1日至5日,就有53家上市公司认购理财产品74个,合计认购规模62.5亿元。其中,结构性存款和定期存款认购规模52.8亿元。认购金额超过2亿元的上市公司有9家,认购多为结构性存

款和定期存款。

此外,多家上市公司发布大额理财配置计划。汤臣倍健(300146.SZ)日前公告称,同意公司及下属企业使用总额度不超过12亿元的闲置自有资金进行委托理财。本次增加额度后,公司使用闲置自有资金进行委托理财的额度将调整为不超过27亿元,使用期限为自董事会审议通过之日起至2025年3月17日。

明德生物(002932.SZ)此前公告也显示,公司将使用不超过40亿元的闲置自有资金投资安全性高、流动性好、低风险的理财产品或定期存款、结构性存款。

## 资产配置结构分化

企业投资者在资产配置领域的偏好正经历深刻转型,表现为对低风险、稳定收益产品的强烈需求。

尽管年初以来部分上市公司对理财资产的配置持续增加,但整体来看,相比去年,2024年上市公司对理财产品的配置数量、规模等均呈现萎缩趋势。

Wind数据显示:2024年1月至9月5日,进行理财产品配置的上市公司为975家,相比去年同期的1182家,数量减少明显;上市公司认购理财产品的自筹资金规模4550亿元,同比降幅为30.05%;上市公司合计持有理财产品数量为9643个,去年同期为13007个;合计持有理财产品规模6306.67亿元,去年同期为8949.15亿元。

业内人士指出,一方面,不少上市公司理财产品的投资收益不断增加;另一方面,整体上市企业对理财产品的配置意愿却在持续降温。在冷热分化趋势下,上市公司对理财产品的配置差异化正在加剧。

在对理财配置冷热分化的同时,上市公司对不同类型理财产品的配置也呈现结构性的差异。

从产品结构来看,今年以来至9月5日,上市公司理财配置中,除投资公司理财产品认购规模同比增幅超过316%以外,其他理财产品均呈现同比两位数降幅。其中,结构性存款、银行理财产品规模同比降幅均超过30%,通知存款产品同比降幅均超过53.03%。

不过,结构性存款依然是上市公司配置的首选。尤其在经历了一段时间的调整后,近期结构性存款越来越受到企业投资者青睐。

2024年以来至9月5日,上市公司配置结构性存款规模达4135.37亿元,占认购总规模比65.57%。其中,7月1日至9月5日,配置结构性存款规模863.62亿元,占认购总规模比65.75%,占比较去年同比上升0.35个百分点。

普益标准研究员屈颖分析指出,当前,企业投资者在资产配置领域的偏好正经历深刻转型,表现为对低风险、稳定收益产品的强烈需求。在此背景下,货币市场基

金、现金管理类理财产品及部分固收类银行理财产品凭借其独特优势,成为企业投资者的优选。

在屈颖看来,对于因手工补息整治而陷入困境的企业活期存款而言,货币市场基金与现金管理类理财产品凭借其卓越的流动性管理能力,不仅可保障资金的灵活调度,更可以在保持流动性的同时,展现优于传统活期存款的收益潜力。

邵科也表示,整体来看,2024年上半年,受满足监管或主管部门要求,进一步聚焦主营业务、规避防范市场风险、强化市值管理、树立良好企业形象等多方面因素影响,上市公司对理财的配置需求正经历深刻变化。“上市公司一方面在适当降低理财投资的规模,将更多的闲余资金用于主业经营以及进行分红、回购,避免过度的金融化;另一方面,更加倾向于配置低风险、稳定收益、期限灵活的理财产品,比如现金管理类和固收类银行理财产品。”邵科指出。

邵科还强调,当前环境下,上市公司对理财资产的配置过程中,更加关注理财公司的全方位服务能力、产品定制化能力、风险管控能力以及市场口碑。

企业投资者对理财配置需求的变化,一定程度上也影响着理财机构的产品及业务布局策略的调整。

屈颖表示,当前,理财公司在产品设计上更偏向将稳健性置于核心地位,在资产配置策略上也更倾向于精选信用等级高的低风险资产,旨在构建更为稳固的收益防线,确保投资者财富的稳健增长。

柏文喜指出,针对资产配置与收益和风险之间的平衡问题,一些上市公司开始寻求专业的资产配置顾问的帮助,以制定符合自身需求的投资策略和资产配置方案。这些方案通常会考虑上市公司的财务状况、投资目标、市场环境等因素,以实现风险和收益的最佳平衡。

# 业绩持续下行 现金管理类理财降费“吸金”

本报记者 秦玉芳 广州报道

近日,多家理财公司启动新一轮理财产品费率优惠,密集加码对固收及现金管理类理

财产品的费率优惠。

《中国经营报》记者采访获悉,收益率持续下降是理财机构密集发力费率优惠的关键。

数据显示,截至8月底,现金管理类理财产品近7日平均年化收益为1.7249%,较上月进一步下调;截至9月5日,存续的千余只现金管理类理财产品中,

区间7日年化收益率均值超过2.5%的不足百只。

业内人士分析认为,降费让利是为了更好地提高理财产品自身产品的市场竞争力,增

加存续规模,但同时,大规模进行费率优惠,也减少了金融机构的中间业务盈利能力。长期来看,现金管理类理财尽管符合投资者稳健、流动性的投资

需求,但收益率下降趋势难改,理财公司需要会加大产品创新力度,强化差异化、定制化的产品开发,进一步提高自身产品的“吸金”能力。

## “降费潮”再起

二季度以来,理财公司纷纷发布费率优惠公告,对旗下多款现金管理、固收理财等产品进行费率优惠。

9月4日,南银理财公告称,将自2024年9月5日(含)起对南银理财珠联璧合日聚鑫现金管理类公募人民币理财产品(内部销售代码:A27001)的销售费进行费率优惠,优惠后费率从0.2%降至0.05%。

华夏理财也在近日相继发布数十份公告,对旗下几十款固收及现金管理类产品进行管理费、销售手续费的费率优惠。优惠后,多数产品固定管理费每年为0.02%—0.05%,部分产品份额的销售手续费率甚至降至0.00%/年。

中银理财也在官网宣布,9月起阶段性下调旗下多款理财产品的管理费和销售服务费,部分产品份额固定管理费由0.15%(年化)下调至0.10%(年化)、销售费率也由0.30%(年化)下调至0.10%(年化)。

近几个月来,已有多家银行理财公司固收和现金管理类产品进行管理费、销售服务费、托管费等费率的阶段性优惠。

普益标准分析认为,此次银行理财公司再度掀起“降费潮”,主要因为近期理财产品的收益表现普遍下降。“银行多次下调存款利率,导致现金管理类及固定收益类产品的收益承压较大,叠加美联储降息预期不断

下降、国内资本市场表现不佳、理财投资‘资产荒’愈加严峻等因素,理财产品的收益表现普遍下降。”

天风证券(601162.SH)在研报中披露,截至8月29日,372只货币基金7日年化收益率均值1.44%,243只现金管理类产品样本7日年化收益率均值1.67%。

根据普益标准数据统计,截至2024年8月底,现金管理类理财产品近7日平均年化收益为1.7249%,较上月下降5.41BP。

招商证券(600999.SH)在最新研报中也指出,截至8月15日,现金管理类理财7天年化收益率中值为1.76%,较债基高约28BP;样本中的大行现金管理类平均7日年化收益率为1.70%,股份行为1.76%,城农商行为1.80%。近一个月,各类型银行现金管理类理财平均7日年化收益率均有所下降。

仅有少数产品区间7日年化收益率均值超过2.5%。根据Wind数据,截至9月5日,公布最新净值数据的1315只现金管理类理财产品,区间7日年化收益率均值超过2.5%的仅有98只,其中27只超过3%。

市场普遍认为,短期内现金管理类产品收益率下降趋势或将延续。普益标准研究员李霞表示,在存款利率下行、债券收益率走低,叠加“手工补息”禁令影响下,存款及

债券类资产收益欠佳,而现金管理类理财产品主要投向存款、债券等资产,故该产品收益持续下降。

李霞进一步强调,今年4月以来,现金管理类理财产品的近7日平均年化收益率一直处于2.00%以下,若市场利率仍然下行或监管政策持续收紧,该产品的下降趋势很有可能延续。

在李霞看来,通过降低费率,理财公司一方面能够提高自身理财产品的市场竞争力,保持用户黏性,另一方面,也是对近期理财产品业绩比较基准的普遍下调的一种收益补偿。

年初以来,理财公司频繁加码对旗下理财产品的费率优惠,以提升产品对个人投资者的吸引力。不过,业内人士普遍分析指出,理财产品的“降费让利”竞争越来越激烈,使得理财产品比较优势凸显的同时,短期内也直接影响了理财机构的营收,压缩了其利润空间。

普益标准方面指出,当前部分理财产品的费率已降至较低水平,受制于盈利能力,理财产品的“阶段性降费”仍会发生,但下调幅度将受限。长期来看,为了弥补因降费造成的利润损失,理财公司可能会加大产品创新力度,开发更多差异化、定制化的理财产品,从而提升研发和运营能力。

## 打造产品差异化优势

尽管8月现金管理类理财产品近7日平均年化收益继续下跌,但投资者配置热度在经历了上半年的调整后开始缓慢回温。

银行业理财登记托管中心披露的《中国银行理财市场半年报告(2024年上)》显示,截至2024年6月末,开放式理财产品存续规模为22.78万亿元,占全部理财产品存续规模的79.87%,较年初增加0.84个百分点,较去年同期减少0.08个百分点。其中,现金管理类理财产品存续规模为7.49万亿元,占全部开放式理财产品存续规模的比例为32.88%,较年初减少7.44个百分点,较去年同期减少2.71个百分点。

6月份以来,现金管理类理财最新存续规模连续回升。普益标准统计数据显示,截至9月5日,全市场存续理财规模29.6万亿元。其中,最新存续的现金管理类理财产品规模7.78万亿元,较8月底新增323.8亿元;现金管理型产品最新存续规模占比26.27%,占比较8月底增加0.11个百分点。

普益标准研究员杨国忠认为,当前环境下,多数投资者对理财产品的需求没有明显变化,仍然偏向于收益稳定的产品,包括

各种固收产品、打活钱管理概念的每日开放式产品和现金管理类

产品更受个人投资者关注。融360数字科技研究院高级分析师艾亚文也表示,投资者对现金管理类理财产品的配置意愿受到市场利率、产品收益率及宏观经济环境的影响。随着市场无风险利率下降,现金管理类理财产品相较于银行存款和货币基金仍展现出一定的收益优势。

杨国忠进一步指出,虽然从《规范现金管理类理财产品的通知》颁布开始,这类产品经过多次规范,总规模逐步下降。但由于现金管理类产品是短期存款的良好替代品,现在仍然是各机构主推的类型之一。

“鉴于产品设计限制比较严格,目前市场上现金管理型理财很难从资产配置上拉开差距,同质化严重。因此,各家金融机构的竞争方向主要是费率优惠和增加产品便利性,例如在周末和夜间也可购买。但也要注意,夜市这类便利性措施对投资者的收益没有本质影响,尤其是金额较小的个人投资者。”杨国忠表示。

如何实现差异化产品竞争,正在成为理财机构现金管理型

理财业务关注的重点。艾亚文认为,现金管理类理财产品向“稳健+灵活”模式转变,理财公司开始探索更多元化的投资组合,平衡风险和收益,提升产品的流动性管理能力,以满足投资者的需求。

艾亚文同时强调,当前投资者对现金管理类理财产品的收益率期望有所下降,风险偏好分化,部分投资者在寻求部分资产的超额收益,促使资产管理人增加理财产品的多样性,推出更多组合式现金管理产品,通过产品创新来吸引和保留客户。

在艾亚文看来,在现金管理型理财产品收益提升空间相对有限的情况下,理财机构还可以从提升服务质量出发,增加客户黏性,费率调整让客户,通过规模效应来提升整体盈利能力。

艾亚文还表示,预计受利率中枢下移影响,未来现金管理型理财大概率会延续下降趋势,理财公司仍需在产品和服务上打造差异化。比如,理财公司可以推出组合式现金管理产品,满足投资者对收益稳定与灵活赎回的需求。同时,可以调整下沉策略,搭配一定比例的高收益资产,以保持与货币市场基金的竞争优势等。