

压缩权力寻租空间 证监会从严监管离职人员入股

本报记者 郭婧婷 北京报道

证监会系统离职人员的“职务身份价值”正在不断削弱中。

近日,证监会发布《证监会系统离职人员入股上市公司监管规定(试行)》(以下简称《规定》),10月8日起实施。《规定》有三大

新增变动,拉长离职人员入股禁止期、扩大对离职人员从严监管的范围、对中介提出更高核查要求。

今年4月,新“国九条”提出“打造政治过硬、能力过硬、作风过硬的监管铁军”,要求从严从紧完善离职人员管理,整治“影子股东”、不当入股、政商“旋转门”、“逃逸式辞职”等

问题。不久后,证监会于4月26日公布了《规定》的征求意见稿。

“近年来,证监会系统离职人员入股拟上市公司时,主要问题集中在不当入股情形上。这些离职人员可能利用在任职时的公权力或离职后的影响力,通过低价入股、股权代持等方式谋取不正当

利益,进行利益输送。这种行为严重损害了市场的公平性和公正原则,破坏了资本市场的健康发展,降低了投资者对市场的信任度。”北京社会科学院副研究员王鹏向《中国经营报》记者表示。

受访券商代向记者分析,《规定》一方面保证市场的公平公

开公正性,打击内幕交易、违规直接或间接持股的行为;另一方面督促专业机构更加勤勉尽责、做好相应的合规管理,依法执业。

南开大学金融发展研究院院长田利辉向记者表示,《规定》对资本市场的公平性和透明度有积极影响,有助于防止不当利益输

送,维护公平,保护投资者特别是中小投资者的合法权益。对于拟上市公司和投资者而言,《规定》将带来更加规范的上市前审核流程和更严格的人股行为监管,促使企业加强内部管理,提高信息披露质量,同时也为投资者提供了更加公平的投资环境。

六大不当入股情形+新增三方面要求

新规将监管范围扩大到离职人员的直系亲属,这是基于防范利益输送和维护资本市场公平性的考虑。通过扩大监管范围,可以减少利用家庭成员进行间接利益输送的可能性,确保监管不留死角。

证监会对于离职人员入股拟上市公司的行为一直持严格监管的态度。为了维护资本市场的公平公正,近年来,证监会相继出台多项规定,加强对此类行为的监管。

2021年5月,证监会发布了《监管规则适用指引—发行类第2号》(以下简称《2号指引》),要求中介机构穿透核查证监会系统离职人员股东,对于存在不当入股情形的,必须进行严格清理。

为从严从紧整治政商“旋转门”,严防离职人员利用在职时公权力、离职后影响力获取不当、不法利益。9月6日,在《2号指引》基础上,证监会进一步发布了《证监会系统离职人员入股上市公司监管规定(试行)》。《规定》所称离职人员,是指发行人申报时相关股东为离开证监会系统未满十年的原工作人员。

《规定》界定六大不当入股情形,包括在入股禁止期内入股、利用原职务影响谋取投资机会、入股过程存在价格不公允等利益输送情形、通过代持方式入股、入股

资金来源违法违规、其他不当入股情形。

具体来看,《规定》新增三方面要求:将发行监管岗位或会管干部离职人员入股禁止期延长至10年;对于其他离职人员,根据级别不同,入股禁止期也有所延长。同时,监管范围从离职人员本人扩大至其父母、配偶、子女及其配偶,以防止通过亲属进行间接持股规避监管的行为。

新规将监管范围扩大到离职人员的直系亲属,这是基于哪些考虑?如何确保这一规定在实际操作中得到有效执行?

“新规将监管范围扩大到离职人员的直系亲属,这是基于防范利益输送和维护资本市场公平性的考虑。通过扩大监管范围,可以减少利用家庭成员进行间接利益输送的可能性,确保监管不留死角。”田利辉进一步表示。

谈及监管如何有效执行《规定》,新智派新质生产力会客厅创始发起人袁帅在接受记者采访时表示,证监会已建立并完善了离职人员数据库,其中包含了相关

离职人员及其直系亲属的信息。同时,证监会各派出机构均设置了查询端口,方便中介机构根据需要进行查询。此外,证监会还将加强对中介机构的核查要求,确保其对离职人员及其直系亲属的持股情况进行详细核查,并发表明确意见。

此外,监管还要求发行人、保荐机构及律师事务所提交的专项说明应当明确是否存在离职人员入股的情形。存在离职人员入股情形的,专项说明应当包括,对离职人员基本背景、投资机会来源、资金来源、入股价格等事项。

若存在离职人员不当入股情形,《规定》明确,应当予以清理,并在专项说明中详细说明清理情况。若不存在离职人员不当入股情形的,离职人员应当出具不存在不当入股情形的承诺,作为专项说明的附件。

值得一提的是,今年4月27日至5月11日,证监会发布《规定》征求意见稿,记者对比后发现,正式稿在征求意见稿基础上进行了两个调整。

比如,《规定》要求中介机构说明离职人员的父母、配偶、子女及其配偶入股拟上市公司情况时,明确中介机构要说明“核查情况及结论”,而征求意见稿只需中介机构“说明”即可。另一处,《规定》对入股禁止期为离职后十年的发行监管岗位和会管干部离职人员认定范围,由征求意见稿中的三年内延长至五年内。此外,对其他离职人员,副处级(中层)及以上的,入股禁止期由离职后的三年内调整至五年内,副处级(中层)以下的由离职后的二年内调整至四年内。

在袁帅看来,对于拟上市公司而言,这些规定将增加其上市过程中的合规成本。企业需要更加注重对股东结构的梳理和核查,确保不存在不当入股情形。从长远来看,这也有助于提升企业的市场形象和竞争力。对于投资者而言,这些规定将提供更加透明和公正的市场环境,有助于其做出更加理性和准确的投资决策。同时,投资者也将更加关注企业的合规性和治理结构等方面的问题。

因证监会离职人员入股 多家IPO企业“撤单”

明泰控股在经过三年的等待后,今年4月主动撤回了IPO申请。

近年来,证监会系统离职人员入股拟上市公司存在哪些主要问题?

据田利辉观察,证监会系统离职人员入股拟上市公司存在的主要问题包括,利用原职务影响谋取投资机会、在禁止期内入股、入股过程存在价格不公允等利益输送情形、通过代持方式入股以及入股资金来源违法违规等。这些问题会破坏资本市场的公平性,损害投资者利益,影响资本市场的稳定健康发展。

记者注意到,《规定》第六条要求发行人提交发行上市申请文件后,发行人或者中介机构发现离职人员入股情况发生变化或者出现媒体质疑的,应当及时向证券交易所报告。

比如,2021年年初,浙江明泰控股发展股份有限公司(以下简称“明泰控股”),在公司启动IPO之际,突然引入六家外部机构股东,包括平阳朴明、温州瓯泰、宁波通泰信、宁波通元优博、安徽森阳鑫瑞、合肥丰德瑞。而这六家机构股东中,多位证监系统的前官员包括原IPO发审委员都身处其中,这引起了舆论风波,也被证监会高度关注。最终,明泰控股在经过三年的等待后,于今年4月主动撤回了IPO申请。

去年9月,由于有8名证监会系统离职人员入股,得一微电子股份有限公司上市之路引发市场高度关注。为此,上交所专门发布答记者问,回应此事,“并称这8名离职人员间接持有发行人股份数量均不足1股”。即便如此,该公司也撤回IPO申请,于今年3月30日终止了上市审核。

国际上是否有类似的监管规定,中国的新规与国际做法有何异同?

“国际上许多国家和地区都有针对公务员或公职人员离职后行为的监管规定,以防止他们利用在任职时的权力或离职后的影响力谋取不正当利益。这些规定通常包括离职后的竞业禁止期、对离职后从事相关行业的限制等。”王鹏举例表示。

在田利辉看来,国际上对离职监管人员入股企业的监管也较为严格,但具体规定可能因国家和地区的法律法规差异而有所不同。中国的新规与国际做法在维护资本市场公平性和防范利益冲突的大原则下相似,但具体的监管措施、禁止期限和核查要求等有所区别,体现了中国资本市场的特色和实际需要。

信用卡发卡量持续下滑 银行加码存量“精细化”运营

本报记者 慈玉鹏 北京报道

国有银行信用卡累计发卡量、消费额整体呈现下降趋势。同时,信用卡业务不良贷款率有所抬头。《中国经营报》记者采访了解到,《关

连续六个季度环比负增长

记者发现,国有银行信用卡累计发卡量多数收缩。具体来看,相关公告显示,截至2024年6月末,工商银行信用卡发卡量1.52亿张,较年初减少100万张,同比下降0.65%;建设银行信用卡发卡量1.31亿张,较年初减少100万张,同比下降0.76%;交通银行信用卡发卡量约为6488.83万张,较年初减少643.59万张,同比下降9.02%;邮储银行信用卡发卡量约为3957.68万张,较年初减少282.26万张,同比下降6.66%。

记者注意到,从截至目前国有银行已经发布的数据看,仅中国银行发卡量增长。截至2024年6月末,该行累计发卡量约为14617.14万张,较年初增加206.95万张,相比上升1.43%。

从信用卡消费额看,六家国有银行中五家同比呈现下降趋势。其中,相关公告显示,截至2024年6月末,工商银行信用卡消费额1.06万亿元,相比去年同期减少0.03万亿元,降低2.75%;建设银行信用卡消费额1.38万亿元,相比去年同期减少0.05万亿元,降低3.50%;交通银行信用卡消费额12362.99亿元,相比去年同期减少1966.24亿元,降低13.72%;邮储银行信用卡消费额5031.14亿元,相比去年同期减少638.32亿元,降低11.26%。中国银行信用卡消费额6485.76亿元,相比去年同期减少416.52亿元,降低6.03%。

从全行业看,央行公示的《2024年第一季度支付体系运行总体情况》显示,截至今年一季度末,信用卡和借贷合一卡7.60亿张,环比下降0.85%,与2023年末7.67亿张的总量相比,减少约700万

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》”)落地对银行信用卡业务展业增加了限制条件;同时,居民消费偏弱、信用卡需求不足亦导致信用卡业务规模出现收缩。

值得一提的是,新增业务开展受限的背景下,银行陆续加码信用卡存量客户“精细化”运营。受访人士表示,做好信用卡客户“精细化”运营,银

行应进一步注重加强客群定位与细分,优化调整组织架构提升信用卡展业效率;同时,还要加快金融科技创新与数字化转型,开展差异化竞争,打造自身在某领域的核心竞争力。

| 2024年上半年六大国有银行信用卡发卡量、消费额变动 | | | | |
|----------------------------|--------|--------|----------|---------|
| 银行简称 | 数量(万张) | 较年初变化率 | 消费额(万亿元) | 同比变化率 |
| 中国银行 | 14617 | 1.44% | 0.65 | -6.03% |
| 工商银行 | 15200 | -0.65% | 1.06 | -2.75% |
| 建设银行 | 13100 | -0.76% | 1.38 | -3.50% |
| 交通银行 | 6489 | -9.02% | 1.24 | -13.72% |
| 邮储银行 | 3958 | -6.66% | 0.5 | -11.26% |
| 农业银行 | 未公示 | 未公示 | 1.11 | 3.30% |

截止时间:2024年6月30日

数据来源:上市银行公告

张,已出现连续六个季度环比负增长。

谈及银行信用卡数量收缩原因,中国银行研究院研究员叶银丹告诉记者:“第一,监管趋严的影响。从2023年7月开始实施的信用卡新规要求银行业金融机构不得以发卡量、客户数量等作为单一或主要考核指标,特别是对于长期睡眠卡率超过20%的机构,不得新增发卡。这导致银行开始淘汰‘长期睡眠卡’,放缓了信用卡的发卡节奏和数量。监管机构对信用卡业务的监管趋严,也使得银行在信用卡业务经营上更加谨慎。第二,居民消费偏弱,信用卡需求不足。当前居民对未来预期并不乐观,降杠杆和储蓄意愿较强,消费信心不足,超前消费意愿下降,导致信用卡业务规模出现收缩。第三,银行加大风控、积极进行业务布局调整。在当前的经济形势下,银行在信用卡业务上更加注重风险控制和市场调整,不断优化信用卡产品线,聚焦重点消费领域,推进精细化管理,这也一定程度上导致了发卡量的减少。”

苏商银行研究院高级研究员杜娟分析,一是信用卡监管日益严格,如信用卡新规要求银行加强睡眠信用卡动态监测,对于连续18个月以上无客户主动交易且当前透支余额、溢缴款为零的长期睡眠信用卡数量占本机构总发卡量的比例,在任何时点均不得超过20%,超过该比例的银行不得新增发卡;要求银行不得直接或者间接以发卡数量等作为单一或者主要的考核指标;要求银行对单一客户设置本机构发卡数量的上限。所以银行清理睡眠卡、控制客户发卡数量等也体现出合规化、精细化的信用卡展业行动。二是面对类信用卡产品竞争,诸如花呗、白条信用购、分付等“类信用卡”产品,通过线上展业模式,相较于信用卡“三亲见”的卡开流程,使用更为简便,受到更多年轻人偏爱。三是一些银行的信用卡交易规模有缩小,有银行从成本收益角度出发,降低权益配置的影响;还有银行从合规管理角度出发,规范治理信用卡违规行为套现等行行为的影响;还受消费市场情况的影响。四是部分银

行信用卡贷款余额下降,这与信用卡不良抬升,银行收紧授信放款有关。

值得注意的是,《2024年第一季度支付体系运行总体情况》显示,截至今年一季度末,信用卡逾期半年未偿信贷总额为1096.76亿元,环比增长11.76%,占信用卡应偿信贷余额的1.29%。

此外,今年上半年,国有银行信用卡不良贷款整体亦有小幅抬头。

具体来看,相关公告显示,截至2024年6月末,工商银行信用卡不良贷款额度为216.03亿元,较年初增加47.02亿元;信用卡不良贷款率为3.03%,较年初增加0.58个百分点;建设银行信用卡不良贷款额度为185.94亿元,较年初增加20.53亿元,信用卡不良贷款率为1.86%,较年初增加0.20个百分点;农业银行信用卡不良贷款额度为109.83亿元,较年初增加11.75亿元,信用卡不良贷款率为1.42%,较年初增加0.02个百分点;交通银行信用卡不良贷款额度为115.37亿元,较年初增加21.52亿元,信用卡不良贷款率为2.32%,较年初增加0.4个百分点。

数字技术推进精细化运营

记者注意到,原中国银保监会与中国人民银行2022年7月发布的《通知》已结束过渡期,于今年7月1日全面实施。其中,信用卡新规明确,银行业金融机构不得直接或间接以发卡量、客户数量、市场占有率或市场排名等作为单一或主要考核指标,同时强化睡眠卡管理等。

今年7月份以来,多家银行陆续宣布停发部分信用卡产品,记者注意到,停发信用卡主要集中在联名信用卡、主题信用卡等。

例如,某国有银行信用卡中心发布公告称,因业务调整,2024年9月1日起停发国家宝藏信用卡;8月23日起停发27款信用卡产品,包括兔年生肖卡等;某股份行信用卡中心发布公告称,因信用卡整体产品升级优化及结构调整,该行于2024年9月10日起停止新增发行6款信用卡产品。

在这种情况下,银行陆续开始加码信用卡存量客户的精细化运营。例如,某国有银行在半年报中提及,在存量客户方面,信用卡发挥总部集约化经营优势,联合微信、支付宝、抖音、拼多多等主要线上平台开展促活跃、促消费精准营销活动,营销效率显著提升;另一家国有银行提及“优化信用卡产品线,推出银联尊然白金卡、万事达全球支付白金卡、Visa全球支付白金卡(奥运版)等产品。强化重点客群渗透,布局文旅和线上场景,提升信用卡客群精细化管理水平”。

谈及存量客户精细化运营,杜娟告诉记者,银行应借助数字技术推进精细化运营,如基于用户授权获取多维度数据,实现更加科学的用户

分层、更加精细化的用户画像。借助各类数字运营工具,实现客群在银行私域的沉淀、实现自动化的运营动作(如促活提醒、客户资产达标后奖励发放等)、实现适当产品的自动匹配推荐、实现呈现页面的千人千面、精准营销等。还有数字赋能工具,可以帮助员工更好了解用户偏好需求、提供推荐赋能等。此外,还有银行通过调整组织架构提升信用卡展业效率、创新产品功能权益贴近年轻用户需求、调整获客方案及激励措施提高客户转化、加强场景生态合作等多样化方式提高竞争力。

叶银丹告诉记者:“第一,加强客群定位与细分。商业银行应关注不同客群的细分需求,如个体工商户、新市民等,这些群体可能因为没有稳定的工作和收入而难以申请到信用卡,但也存在一定的消费意愿和信用卡需求。商业银行可在做好风控的基础上,挖掘这些信用卡业务发展的潜在市场。第二,灵活产品定价与差异化竞争。商业银行在信用卡产品的定价上可以更加灵活,实现与其他银行的差异化竞争,同时对不同客户群体提供差异化定价,以满足不同客户的需求。第三,加快金融科技创新与数字化转型。”叶银丹表示,信用卡业务的数字化转型是大势所趋,商业银行需要通过发展金融科技提高数字化服务能力,加快产品迭代不断提升信用卡产品的便捷性、顺畅性与安全性,更好地满足不同客群在支付结算、消费信贷等方面的需求。通过数字化手段不断提高精准营销、综合化服务能力,银行还可以增强客户黏性。