

银基合作频遭“解绑” 中小银行代销业务亟须转型

本报记者 秦玉芳 广州报道

银行理财代销业务迎来强监管。国家金融监督管理总局日前正式发布《商业银行代理销售业 务管理办法》(以下简称“《代销新规》”),对代销理财业务的信息披露、销售匹配、风险提示等环节提

出新要求。《代销新规》将于2025年10月1日起正式施行,将为商业银行代销业务发展划定清晰规范的轨道。

《中国经营报》记者注意到,自基金公司与部分第三方代销渠道密集“分手”后,近来银基合作“解绑”趋势也渐趋显现。平

安基金近日宣布终止与厦门银行的相关销售业务的合作,此前华安基金也公告终止了与渤海银行直销银行的基金销售业务合作。

业内人士分析认为,当前基金代销市场“马太效应”加剧,头部代销机构优势明显,中

小银行竞争力不足。叠加费率让利、市场环境变动及监管持续升级等多因素影响,商业银行财富管理业务的分割化和阵地化或将加速,中小银行将加快代销业务转型,未来或将更加专注于特定群体或细分市场,走差异化竞争策略。

银基合作频现终止

银行渠道尤其是中小银行非货币基金代销规模同比明显下滑,部分中小银行单季度代销收入甚至难以覆盖系统维护和人力成本,这使得商业银行纷纷加快代理业务结构优化调整。

平安基金日前发布公告称,经与厦门银行友好协商,自2025年4月28日起终止与厦门银行的相关销售业务的合作,投资者将无法通过厦门银行办理本公司基金的开户、认购、申购、定投、转换等业务。

2024年12月,华安基金也发布公告称,自2024年12月31日起终止与渤海银行直销银行在基金销售业务上的合作。

对于频繁出现银行合作终止的原因,某股份银行零售业务人士在接受记者采访时表示,当前行业费率改革与市场环境变化或是近来银基合作生变的重要因素之一。

上述股份银行零售业务人士表示,近年来,公募基金推进费率改革,管理费、托管费、代销佣金全面下调,中小银行代销公募基金收入大幅减少;同时市场波动导致基金销售遇冷,银行渠道尤其是中小银行非货币基金代销规模同比明显下滑,部分中小银行单季度代销收入甚至难以覆盖系统维护和人力成本,这使得商业银行纷纷加快代理业务结构优化调整,甚至有部分地方银行主动

选择“解绑”部分代销合作。

中国银行研究院银行业与综合经营团队主管邵科进一步指出,当前基金代销市场竞争日益激烈,相对于大型银行和券商而言,中小银行在客户基础、销售渠道、投顾能力、品牌影响力等方面存在明显劣势,成本效率较低,基金公司更加倾向于选择代销能力更强的大型银行和券商等金融机构。

从公募基金销售保有规模来看,国有银行和股份银行非货币基金保有规模遥遥领先于其他机构,且自2024年下半年以来规模持续增长,领先优势进一步扩大。

银行渠道公募基金代销业务向头部机构集中趋势愈加明显。中信证券研报显示,截至2024年末,国股行保有非货币基金接近3.92万亿元,其中权益基金约1.95万亿元,券商保有权益基金1.32万亿元,其中股票指数基金约0.98万亿元。

普益标准研究员张璟晗认为,中小银行的客户基础与销售能力先天弱于头部机构,尤其是对于基金销量与保有量不佳的机构来说,基金公司投入资源、

时间和精力维护这类代销渠道的性价比不高,这是近期基金公司选择终止合作的主要原因。

“随着代销业务的发展,行业‘马太效应’加剧,头部代销机构凭借流量和技术优势占据市场主导地位,基金公司在费率改革背景下,倾向于缩减低效渠道,将资源集中在销售实力强、规模效应显著的头部机构,以降低运营成本并提升效率,中小银行生存空间被挤压。”张璟晗表示。

此外,监管对商业银行代销业务合规要求也在持续升级。合规成本的上升,进一步加大了中小银行代销业务调整的步伐。

3月21日,国家金融监督管理总局印发《代销新规》,首次对商业银行代理销售业务管理进行全面、明确的规定。《代销新规》要求商业银行加强银行代销业务监管,督促商业银行严格筛选合作机构,审慎准入代销产品,规范销售行为和销售渠道,进一步压实了银行作为代销机构应尽的责任。

邵科表示,相对而言,中小银行在客户风险评估、产品准

入、信息披露、风控体系、信息技术等方面存在短板,容易受到监管处罚,基金公司为避免连带责任,会更加倾向于选择合规经营、内部控制完善的大银行和券商等代销机构。

在张璟晗看来,《代销新规》的出台,提高了商业银行与私募基金的合作门槛,并明确提出对代销产品进行资产穿透,禁止直销代办等要求,也在一定程度上使得这类业务有所收紧。

值得一提的是,记者注意到,自去年以来,银行因基金销售业务违规被处罚的情况屡见不鲜。中国证监会官网公告显示,从2024年至今,各地监管局开出的银行基金销售业务违规罚单达20余份,涉及17家商业银行分支行。

中信证券在研报中分析指出,《代销新规》的落地施行将有效提升银行作为代销机构的专业化程度,切实保护投资者利益。叠加政策推动私募行业高质量发展、公募权益基金指数化带来挑战、理财跨行代销业务迅速推进等最新动态,产品代销业务或迎洗牌。

挖掘代销下沉渠道市场

业内人士认为,聚焦区域市场,强化差异化策略转型,将成为中小银行渠道代理业务破局的重要方向。

随着市场环境变化和监管的持续升级,业内人士普遍认为,未来中小银行公募基金代销业务优化调整趋势或将延续。

新金融专家余丰慧表示,在行业整合趋势下,强者恒强,弱者将面临更大的生存压力,同时监管趋严也促使金融机构更加注重风险控制和服务质量。在此背景下,银基代销合作终止的情况有可能会继续增加。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也指出,在市场竞争加剧和监管趋严的背景下,基金公司对代销机构的要求会越来越高,中小银行面临的压力更大,未来可能会有更多区域的中小银行收缩甚至退出公募基金代销业务。

对于中小银行来说,邵科强调,当前需要更加重视合规管理,加快现有的代销业务管理系统的升级改造,满足监管对系统基础设施、网络承载能力等方面的要求,强化客户风险评估、产品准入、信息披露、风控体系建设,充分保护客户的利益。

与此同时,中小银行渠道在代销业务方面仍面临多方面的挑战。在张璟晗看来,国有银行和股份银行凭借客户基数、品牌信誉及投研能力,在公募基金、理财等标准化产品代销中占据主导地位,中小银行面临代销产品同质化、竞争力不足的困境,而新出台的《代销新规》也在合规成本、技术压力以及管理能力等方面给中小银行带来了考验。

业内人士认为,聚焦区域市场,强化差异化策略转型,将成为中小银行渠道代理业务破局的重要方向。张璟晗强调,中小银行或进

一步强化自身合规能力、优化服务模式,从卖方销售向买方投顾转型,针对客户的个性化需求进行资产配置,逐步构建以客户需求为核心的代销生态。

张璟晗强调,未来县级区域及以下市场仍然是值得中小银行发展的潜在代销客群,如何利用自身区域优势向这类人群普及金融及理财相关业务知识,挖掘代销下沉渠道市场,或是广大中小银行进一步破局代销业务现状的必然趋势。

邵科也指出,对于中小银行来说,需强化区域化的比较优势,利用地缘优势充分挖掘当地客户的需求特点,提供具有区域特色的代销产品,形成与大型银行和券商的差异化竞争优势。

此外,柏文喜还指出,中小银行需要重新评估和调整代销业务策略,寻找新的业务增长点,尤其要聚焦本地市场或特定细分市场,挖掘潜在客户。同时加强投研团队建设,提升对资管产品的筛选和推荐能力,为客户提供更专业的投资建议。

浙江大学城市学院文化创意研究所秘书长林先平表示,整体来看,中小银行在资管产品的代销业务领域中面临的挑战仍然很大,然而随着市场竞争的加剧和数字化、智能化的推进,中小银行也需要不断创新和改进,以适应市场的变化和满足客户的需求。未来中小银行在更加注重客户体验和个性化服务、加强与其他金融机构的合作、探索新的销售模式和策略等方面或将持续布局,构建细分客群的差异化服务优势,在新一轮财富管理市场洗牌中实现突围。

