

打破区域空间限制,延伸零售业务版图——

城商行拓展消费金融赛道

本报记者 王宝会

财金观察

近日,银保监会发布《关于华融消费金融股份有限公司变更股权的批复》公告,同意宁波银行受让中国华融资产管理股份有限公司(以下简称“中国华融”)持有的华融消费金融股份有限公司(以下简称“华融消金”)70%股权。随后,中国华融和宁波银行发布关于股权交割完成的公告,这意味着宁波银行正式获得消费金融牌照。

近年来,城商行加码布局消费金融公司趋势明显。除宁波银行之外,目前,北京银行、上海银行、江苏银行、南京银行等头部城商行均已拿下消费金融牌照,并且不断加大持股比例。城商行为何热衷于布局消费金融?今年消费金融公司财报中又透露出哪些信号?

拓展业务空间

5月7日,宁波银行发布关于华融消金70%股权受让完成公告。公告显示,华融消金收到银保监会批复,对股权转让事宜予以核准。该行已完成股权受让相关事宜,持有华融消金70%股权。

在业内人士看来,消费金融牌照已成为城商行打破地域空间限制、延伸其零售版图的一大利器。中国银行研究院研究员杜阳表示,城商行区域性银行,其经营版图相对受限,虽然避免了金融风险的跨区域传导,但其发展也在一定程度上受到制约。城商行获得消费金融牌照后,可以开展部分不受地域限制的业务,既创造了新的利润增长点,在一定程度上也可以对冲潜在区域性金融风险。

招联金融首席研究员董希淼表示,城商行申请消费金融牌照能够跟现有的消费金融业务形成互补,因为消费金融业务本是城商行自身的重要业务,比如消费贷款、信用卡等业务。消费金融公司的贷款单笔金额在20万元以下,客群更为下沉,正好跟城商行母行的消费金融业务形成互补。如果说消费贷款面向高端的用户,信用卡面向相对中端的用户,那么消费金融公司则聚焦长尾客户。

根据银保监会的批复公告,华融消金股权变更后,宁波银行股份有限公司出资6.3亿元,持股比例为70%;合肥百货大楼集团股份有限公司出资1.38亿元,持股比例为15.3%;深圳华强资产管理集团有限责任公司出资0.72亿元,持股比例为8%;安徽新安资产管理有限责任公司出资0.6亿元,持股比例为6.7%。从股权结构便可以看出,宁波银行作为第一大股东将决定该公司未来的业务发展方向和特点。

对于宁波银行来说,这块消费金融牌照有些姗姗来迟。早在2018年宁波银行就有意入局消费金融赛道,主导发起设立消费金融公司。但是,获取消费金融牌照的计划未能落地。不过,这并没有阻挡宁波银行谋求牌照的步伐。去年6月,宁波银行在对外股权投资议案中称,以股权投资方式入股一家非银行类金融机构,包括但不限于信托、消费金融公司等。不久后,华融消金70%股权以挂牌价7.27亿元对外公开转让,经过多方竞价,宁波银行最终拿下这块梦寐以求的牌照。2021年年末,该行董事会临时会议决议公告进一步证实,宁波银行以10.91亿元受

让华融消金70%股权。

宁波银行入局消费金融公司也有其优势。目前,宁波银行已跻身国内城商行第一梯队,自身资产规模和盈利实力也为其摘得消费金融牌照后的展业奠定了基础。宁波银行2021年年报显示,报告期末,公司总资产20156.07亿元,较上年末增长23.90%;实现营业收入527.74亿元,同比增长28.37%,实现归属于母公司股东的净利润195.46亿元,同比增长29.87%。在已披露2021年业绩的城商行中,宁波银行无论是资产规模还是营收增速,在A股城商行中都可谓“不俗”。该行有关负责人表示,将坚持“大银行做不好,小银行做不了”的经营策略,积极探索差异化发展道路,持续积累差异化比较优势,用专业为客户创造价值。

实现优势互补

在当前息差不断收窄,叠加新冠肺炎疫情出现反复的背景下,城商行盈利的可持续性也受到挑战,多数银行寻求多元化综合经营开拓业务领域。杜阳表示,消费金融公司属于全国性牌照,谋求消费金融牌照能够打开城商行的消费贷款业务空间。消费金融作为“蓝海”市场,在当前仍有很大发展空间。

5月份,消费金融公司财报披露落幕。记者梳理发现,30家已开业的消费金融公司中,业绩分化明显,呈现强者恒强的局面,头部公司盈利能力相对较强。一些体量较小的公司尽管增速较快,但是与头部公司相比,业绩差距被逐渐拉大。

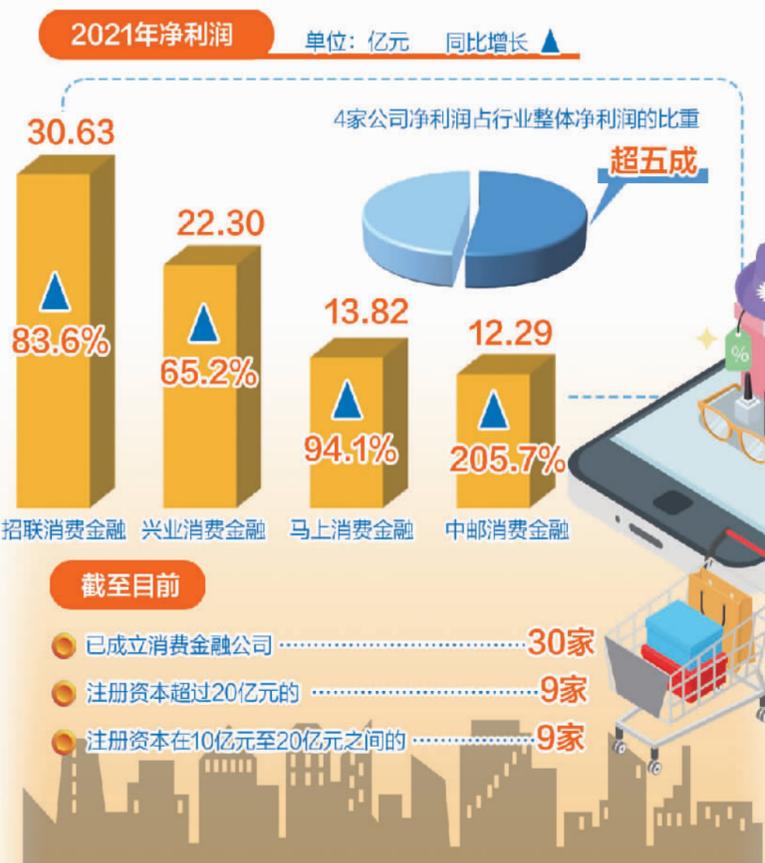
以头部消费金融公司的净利润和资产规模为例,排名前4位的消金公司合计体量占一半。2021年财报显示,招联、兴业、马上和中邮消费金融公司净利润分别是30.63亿元、22.30亿元、13.82亿元和12.29亿元,同比增长分别是83.6%、65.2%、94.1%和205.7%,这4家消费金融净利润占所有盈利消金公司净利润的比重超五成。

从资产规模角度看,这4家公司总资产分别达1496.98亿元、617.90亿元、610.91亿元和444.22亿元,同比增长分别达38.2%、38.7%、16.4%和30.6%,合计资产规模占已开业消费金融公司总资产规模近一半。

“总体上看,头部消金公司大多是银行系出身,银行一直是消费金融市场的绝对主力,消费金融公司和小额贷款公司作为重要的补充,一度势均力敌。近年来,随着监管对贷款类公司资本充足率要求的提高,小额贷款公司因资本补充渠道较窄而慢慢掉队,相比之下,消费金融公司取代网络小贷公司成为资本布局消费金融行业的主力,发展前景向好。”星图金融研究院副院长薛洪言表示,我国消费金融公司大多是银行系背景。据不完全统计,目前获批开业的已有15家以上,银行系消费金融的优点是资金成本低,对于利率敏感的优质客群有较强的吸引力。对于互联网消费金融来说,其优势则是客户基础大、获客成本低,能够较广地覆盖资信略差的客群。现阶段,以助贷、联合贷款等方式为纽带,二者持续加大合作,实现优势互补和差异化发展。

合力促行业发展

目前,我国消费金融参与主体众多,多层次消费金融服务体系逐渐形成。头部以各大银行为主,抓住优质客群,给予低息高额消费贷款;中部以消金公司为主,客户下沉的同时开展普惠产品和服务。经过十多年布局和发展,越来越多的金融机构进入消费金融赛道,接下来在促消费、扩内需等方面大有可为。



陶然论金

“惠民保”又一次迎来高光时刻。5月25日,上海市定制型商业补充医疗保险——“沪惠保”开启2022年预约投保。开放预约投保首日,预约人数就突破100万。

作为商业医疗保险,“惠民保”执行的策略是保本微利。这意味着绝大多数保费最终要转化为赔付金,支付给被保险人。以“沪惠保”去年739万投保人计算,累计保费8.5亿元,去掉已经赔付的6亿元,在剩下的理赔周期里仍有经营空间,实现保本微利的目标已是大概率事件。此前,市场上对“沪惠保”赔穿、甚至赔本赚吆喝的担心大可不必。从运营情况来看,各地“惠民保”的首席承保人多是大型保险公司,还引入了其他保险公司形成共保体,最后还要经过再保险公司分散风险。可以说,“惠民保”在风险管理方面已经做足了功课,经营模式基本成型。

从产品形态来看,“惠民保”为一年期产品,财产险公司、人身险公司均可参与。此前,市场上对“惠民保”模式是否可持续一直存在担忧。不过,从实际情况来看,短期健康险因为迭代升级速度快,每一次迭代都是一次涅槃重生的机遇。例如,保险公司可以通过调整费率来应对医疗通胀,化解经营风险;还可以通过扩展保障责任,纳入新的治疗方案和最新的创新药成果,更好惠及被保险人。此外,人身险公司的稳健经营能力、财产险公司的产品创新能力在市场竞争中也得到了充分发挥。这对于“惠民保”更好地衔接基本医保具有促进作用。

不过,“惠民保”在运行中也有些问题需要注意。例如,有的城市有两个“惠民保”产品,部分省份既有面向全省参保人的“惠民保”,也有面向地级市户籍人群的“惠民保”。产品虽然丰富了,但是同一产品的投保率有所降低,容易陷入低投保、高赔付的“死亡螺旋”。此外,部分地区在“惠民保”定价过程中,政府部门简单把“低保费”与“普惠”画等号,忽略了当地被保险人的年龄结构与既往症情况,导致低价产品难以持续。

保险产品说到底依据的是大数法则,做大蛋糕才能更好地积累数据,进而实现精准定价和产品创新。绝大部分“惠民保”均有政府背书,政府部门应该加强统筹协调,不让同类产品遍地开花;金融监管部门应加强监管,避免低价产品形成恶性竞争。这样才能让“惠民保”真正惠民,以免变成地方的面子工程和保险公司圈地赚流量的工具。

疫情持续之下,传统的重疾险、寿险业务已经受到冲击,健康险业务却出现了逆势增长。“惠民保”也是传播正确保险理念,帮助保险公司获客的重要渠道。特别是不断壮大的新市民群体,低保费、低费用率、高保障的“惠民保”甚至可以成为他们在城市中的兜底保障。从百万医疗险到“惠民保”,健康险产品已经有了长足进步。在从“保健康人”到“保人健康”的过程中,保险产品越来越回归保障本源,发挥社会减震器的作用。

本版编辑 陆敏 彭江 美编 夏祎

「惠」可

黄金市场为何在降温

本报记者 马春阳

幅下降,导致金条销量整体下滑。对于近期黄金市场降温,南华期货贵金属分析师夏莹莹表示,一方面国内疫情影响了线下消费活动;另一方面纽约商品交易所的黄金价格在3月初达到2078美元/盎司高位后,4月下旬以来,随着美元的走强,美债实际利率持续回升,黄金价格呈现快速下跌现象。投资者普遍存在买涨不买跌的心理,进而导致黄金投资的热情下降。

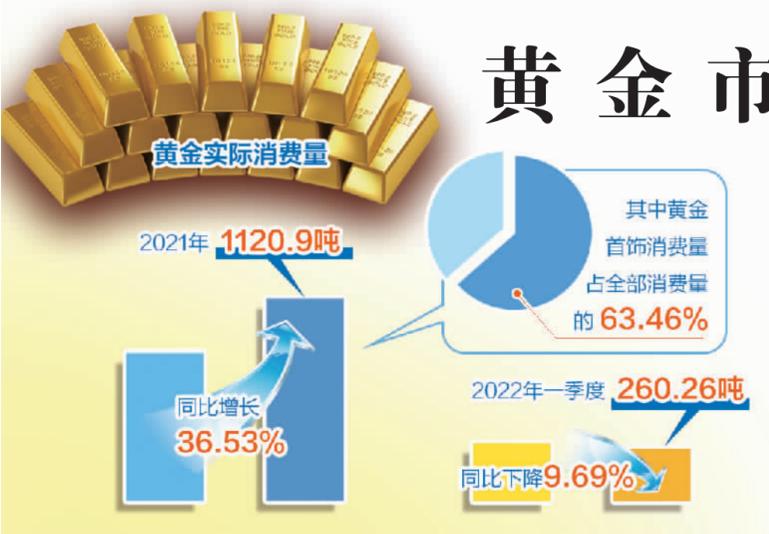
展望未来,业内人士普遍认为,新冠肺炎疫情能否得到有效控制是决定短期内黄金需求的关键。菜百股份的一位高级黄金投资分析师对记者表示,在目前全球经济面临下行压力、国际地缘政治复杂演变等超预期变化影响下,投资者会更倾向于选购投资金条来防范风险,“下半年如果美联储继续加快加息节奏,短期对国际金价会形成压制,在国际金价相对较低时,很多投资者会出手购买一些投资金条。”

“目前金价相比3月份的历史次新高已回

调至20元/克,国内黄金投资产品要从从中长期的角度来看,面对未来的全球不确定性,资产配置中黄金仍是值得投资的标的,建议投资者在购买投资金条时可以在下跌的过程中采取分批买入的方式,把价格拉回。”上述黄金分析师表示。

世界黄金协会中国区CEO王立新认为,随着疫情得到有效控制,未来压抑已久的金饰消费需求可能会在短期内得到一定释放;另外,对通胀压力及低收益率的预期可能会对黄金投资需求起到支持作用。

夏莹莹表示,目前美联储正处于加息周期中,美国高通胀倒逼美联储不得不加快收紧货币政策。美联储与美元指数体系内其他经济体的货币政策反差正推高美元指数,从而对美元标价的黄金造成拖累。从全年来看,今年美联储货币政策有望前紧后松,加息对经济的影响也将逐渐显现,流动性收缩初期大类资产的普跌,将逐渐转化为资金的优化配置,并增加对贵金属这类避险资产的偏好,下半年黄金需求仍有望迎来上涨。



近来,黄金消费和投资出现降温迹象。中国黄金协会最新统计数据,2022年一季度,全国黄金实际消费量260.26吨,与2021年同期相比下降9.69%。其中:黄金首饰168.86吨,同比下降0.19%;金条及金饰69.62吨,同比下降27.71%。

中国黄金协会对此表示,受益于消费需求释放,又恰逢春节、元宵节、情人节购物

热潮,1月份至2月份黄金首饰消费保持强势,但随着3月份黄金价格的上涨及国内部分地区新冠肺炎疫情出现反复,黄金首饰消费受到较大冲击,一季度整体消费被拉低。全球政治经济形势的多变支撑了黄金投资需求,一些大型黄金零售商和商业银行金条销量仍维持一定增长,但金价的高企加重了民间投资者的观望情绪,标准金条出货量大