

银行理财 10 万亿元背后：信披依然朦胧

去年6月份，银监会主席尚福林首次提出，要充分利用银行业自身的技术、网点和人员优势，将理财业务规范为债权类直接融资业务。去年9月14日，银监会业务创新监管协作部主任王岩岫表示，为避免通道业务风险，今后应当推出银行自己的资产管理计划。

但银行理财是银行资管的前身——这一诞生于特定历史背景下的产物已经发展了10年，并且存量规模突破10万亿元大关，是百姓最常用的投资产品。

和基金、券商、信托资产管理产品相比，银行理财更为同质化，但同质并非一切都相同，它们的差异还是能反映一家银行的资产管理能力。基于此，21世纪资管研究中心制作了银行理财竞争力排行榜，可以一窥银行资管的竞争力。

10年，10万亿元，这将成为商业银行理财业务问世以来所交出的一张答卷。

中国银行业协会的数据显示，截至2013年9月底，银行理财资金余额已达992万亿元，较2012年同期增长48.06%，而同2007年底的0.53亿元相比增长近18.7倍，2013年全年余额突破10万亿已无悬念。

但在理财规模高速增长的背后，围绕其运作方式、信息披露、监管标准等方面的诸多争议始终未见休止。

事实上在较长一段时间里，银行理财产品仍然以“理财”之名，行“存贷”之实，并通过通道业务的开展，成为银行资产负债业务的延伸，而产品管理银行在实际操作中的信用中介身份也并未实现改变。但是，这一现状显然不利于银行理财和其资产负债业务的风险隔离，以及理财认购人的投资者教育。

去年可谓银行理财业务的转型之年。3月，震动资管界8号文（《中国银监会关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知》）横空出世，对银行理财资金投向等要素明确监管要求；下半年，象征着银行理财进化方向的“银行资管计划”亦在13家银行中得以试点。

这些努力并不易见成效，绝大多数银行短期内无法实现理财业务和传统业务的分割，而理财产品保有“刚性兑付”，且银行作为实际风险承担者的现状仍难以撼动。

不过，换个维度审视，其实银行理财业务及其管制套利活动一直在扮演推动利率市场化过程中的重要角色，可以预期的是，在存款利率市场化真正到来前，银行理财产品向真正的资产管理业务转型仍然是荆棘满路。

四个节点与六个维度

纵观2013年全年，银行理财业务共经历了四个关键节点：非标管制、同业投资、流动性紧缩和债市走熊。

受制于存贷比和授信额度管制，此前银行多以理财资金对接单一信托、券商资管和基金子公司专项计划等通道，对授信客户实现“曲线放贷”，并构成了以银行理财为根基的影子银行体系；与此同时，银行理财在类贷款模式下的快速发展，也间接带动了通道类机构受托资管规模的成倍放大。

去年3月，银监会下发8号文，要求银行理财资金投资非标准化债权资产（下称非标资产）的余额不得超过理财产品余额的35%和银行总资产的4%，其中的非标准化债权资产指未在银行间市场及证券交易所市场交易的债权性资产，同时文



件要求银行理财产品要做到单独管理、建账、核算。

无疑，8号文的下发给理财产品非标投资划上了规模“红线”。但是，这一管制并未能够遏制银行从事类贷业务的冲动，8号文下发后，银行间的非标交易逐渐由理财转向同业，而理财则以投资同业存款的形式对同业非标业务提供支持。

彼时，同业资产的买入返售在银行间兴盛起来，而期限错配和杠杆率也随着表内非标比重的增多而提高；而银行也在尝试扩大理财余额“分母”或将非标资产包装为标准化资产等方式规避8号文管制，例如中小企业私募债通道业务。

同业投资的增多又加剧了去年6月份的流动性紧张，央行按兵不动下，银行以短期同业资产配置长期非标资产的模式显然受到了威胁。

另一方面，流动性紧张又导致了两个现象出现，其一是银行不得不祭出预期收益率更高的理财产品，以完成资金的募集，据Wind数据统计，2013年银行理财平均预期年化收益率为4.7%，较上一年度高出36个BP。

其二是银行的“持非标而弃债”，加上上半年的债市整肃风暴，大量债券面临抛售压力，而债券市场的收益率更是一路抬升，这亦对债券型理财产品的投资业绩构成压力，据报道，部分银行理财为满足本金和预期收益的刚性兑付，不得不通过关联交易等方法将实际亏损掩盖或转移。

此后，市场中一度传闻监管层将下发“9号文”（《商业银行同业融资管理办法》），对同业非标投资建立监管框架，该文件虽然仍未出炉，但同一时刻，象征着银行理财产品转型方向的“银行资管计划”试点工作也已悄然开启。

然而理财产品转型并未能够消减银行的表外授信冲动，下半年中，招商银行的“委托定向投资”和民生银行的“TRS理财”的出现标志着银行的管制套利活动进入了新的阶段。

围绕着转型和套利两个主题，21世纪资管研究中心在此次榜单中综合银行理财发行数量所体现的发行能力、发行增速背后成长能力、信息披露的充分程度、标准化投资和非保本比重所体现的进化能力以及投资品种、币种所体现的多样性等六个维度进行了评比。

与此同时，本榜单还将业务转型、渠道布局、产品创新、体系建设、舆情等五项

非量化要素作为附加项纳入榜单排序范围。

国有行发行能力仍充沛

于零售端来说，在理财产品业绩多以预期收益率形式体现的背景下，理财产品的发行量对于银行理财竞争力具有不可替代的象征意义，更大规模发行数量的背后，是发行银行渠道布局、产品优势、投资回报稳定性等多种因素共同支撑的结果。

由此，在本次榜单中，21资管研究中心将2013年理财产品发行数量在300只以上的银行纳入了总榜单范畴。

根据统计，共有30家银行进入了此次榜单，其中共包括5家国有银行、10家股份制银行、12家城商行、1家农商行以及南洋商业银行和中国邮政储蓄银行。

Wind数据统计，2013年我国商业银行理财产品发行总量达到45107只，较2012年的32406只同比增长39.19%，而理财发行量排名前列的银行多以国有大行为主，工、农、中、建、交五大银行均进入发行能力排名前十。

其中，发行数量排名前三的银行分别为由中国建设银行的5015只、中国银行（含香港）的3618只和工商银行的2495只，此外，招商、广发、平安、浦发、民生五家股份制银行亦进入发行能力前十名。

同时，本次银行理财排行榜以2013年理财发行量同上一年度作同比较后，将同比增长率作为成长性指标进行打分，并赋予成长性得分20%的权重。

其中，杭州银行、中国邮政储蓄银行及中信银行分别以158.87%、152.84%、151.66%的产品数量发行增速位居前三，位列第四的深圳农村商业银行亦成为了产品数量增速排名第一的农商行。

进入排行榜的前30家银行的平均增速则达到了56.54%，而在国有大行中，仅建设银行增速高于该比值，而其他四家大行增速均低于33%。值得注意的是，苏州银行、恒丰银行和包商银行的产品发行增速出现负增长，其产品发行数量降幅均超20%。

理财信披仍待进一步透明

在信息披露问题上，银行理财产品的行业性顽疾再次暴露出来，即投资品种为“空”或披露中包含“其他”，事实上，正是

这样的信息披露方式为银行理财账户间的关联交易和资产腾挪留下空间。

Wind统计显示，无一银行拥有明确投资范围（投资品种不为“空”且不包含“其他”）理财产品数量超过其发行总数的一半，其中表现较为出色的银行是南京银行，其明确投资范围类理财占理财总数的48.14%；而在保本情况的信息披露上，绝大多数的银行均实现了全覆盖。

另一方面，由于保本理财属于表内，而为了考量理财产品与表内业务的脱离程度，榜单亦将非保本理财的占比纳入理财进化力排序范畴，其中汉口、江苏两家城商行的非保本理财占比接近或达到100%。

而根据8号文的监管方向，榜单在进化能力方面，以理财投向标准化资产的倾向性（投资品种中包含半数以上标准化类资产的理财产品）和非保本型理财的占比情况为依据进行了排序。

需要注意的是，由于银行理财信息披露的缺失，前述仅衡量投资标准化资产产品数量的方法尚无法对理财投资标准化资产的真实情况作出更为有效的排序，而在目前的监管环境下，银行理财有关标准化资产投资的信息披露亦需得到进一步完善。

同时，投资品种及币种多样性也被纳入了榜单考量范畴，而坐拥更多资源的国有大行和部分股份制银行无疑在此项考量中具备明显优势。其中平安、工商、招商等八家银行的投资品种超过5种，同时中国银行（含香港）、交通银行发行的理财产品各自涉及7种货币。

附加项中，本次榜单既加入了包商银行“日溢宝”等新型开放式理财的考量，同时亦对致力于管制套利的理财创新（如民生银行TRS理财）进行了价值重估，并在一定程度上认可该类创新对于推动利率市场化和理财产品多样性的积极作用。

最后，21资管研究中心还在本次榜单附加分的“舆情得分”项中执行了减分操作，而据统计，共有17家银行在理财业务中存在负面舆情。

其中，去年中国工商银行代销中诚信托、建设银行代销吉林信托陷入兑付风险是较有代表性的行业负面舆情，另据统计，2013年涉及负面舆情银行的较多问题都集中在理财产品“飞单”私售等问题上，这也从侧面印证了今年监管层严控理财私售及部分大行停止代销的原因。

（21世纪网）

银行理财产品有了“身份证”

钟榕华 报道

去银行购买银行理财产品，却被引导购买了保险产品甚至是私募基金，从而蒙受损失。这样的现象今后有望被扼制。近日银监会向各地银监局下发相关指导意见，要求银行发售普通个人客户理财产品时，需公布所售产品在“全国银行业理财产品登记系统”的登记编码，而客户可依据该编码查询产品信息。

本月起，银保产品新规实施，对银行渠道销售的保险产品作了进一步规范，以更有效防止销售误导。而近日，有媒体报道称，对银行自有理财产品，银监部门也出台了进一步指导意见。

报道称，银监会已向各地银监局下发《中国银监会办公厅关于2014年银行理财业务监管工作的指导意见》（下称39号文），其中规定正规的理财产品都必须有编码供查询，市民不用担心到银行购买理财产品时，遇到银行员工私卖的理财产品。

文件要求银行发售普通个人客户理财产品时，需在宣传销售文本中公布所售产品在“全国银行业理财产品登记系统”的登记编码，而客户可依据该编码在“中国理财网（www.china-wealth.cn）”查询产品信息，而未在理财系统等级的银行理财产品一律不得销售。

针对以往常出现银行理财、保险产品等产品混售情况，39号文提出，监管层将引导银行逐步在营业场所设立有明显标识的理财产品专门柜台。此外，39号文还指出，研究建立银行理财师资格认证分级体系，培养专业化的理财业务从业人员。

记者登录“中国理财网”，在首页的显眼位置，即看到了银行理财产品的信息公布栏，其中包括了工行、农行、厦门银行、招商银行等众多银行理财产品的编码和收益类型信息。此外，在网站还可根据产品编码或名称，查询产品信息。产品编码多以“C”打头。

不过，记者9日随机走访了多家银行在厦网点，却发现此类产品编码的公示。

在一家网点，记者看到了提示谨防工作人员私下销售私募产品的告示，但当问及银行自有理财产品时，网点大堂经理拿出一份近期在售产品清单里，只有理财产品名称、收益率、类别等信息，并没有“C”开头的统一编码。

银行理财产品收益吻合度调查

罗雪峰 报道

从今年一季度最新情况看，16家上市银行中，银行理财产品预期收益率吻合度最高的是民生银行，一共799只产品中，有655只实际收益率等于预期收益率，吻合度为82%。

超“6”！超40%！超45000只！一个个吸引眼球的数据背后，是银行理财产品的单兵突进。互联网理财“宝宝军团”正在谢幕，开年以来收益率已由“6%”普遍下滑到“5%”；银行理财产品大军正在阔步前行，不光是产品发行提速，预期收益率也你追我赶。

2013年，受各类互联网理财“宝宝军团”的影响，银行揽储大战越发白热化。银行一贯用来保障存款规模的理财产品这一手段更是被运用到极致，不单产品数量新高迭出，其预期收益率也是一路提升。据记者统计，2013年，可供统计的178家银行共发行了46823只理财产品，较2012年同比增长了45%。而且预期收益率也普遍在5%以上。

这一趋势在2014年不但没有缓解，而且愈演愈烈。据记者不完全统计，2014年一季度，银行已经发行了13730只理财产品，比去年同期的9684只增长了41%。

“尽管银行理财产品的预期收益率不断高涨，但投资人仍要有清醒的认识，那就是对于银行理财产品来讲，预期收益率只是银行按照其投资标的以及历史投资收益数据，预期理财产品能实现的最高收益率。”光大银行西城金融街支行一位谭姓理财经理告诉记者。

也就是说，银行理财产品在发行时向投资人宣传的收益率，只是画了一个大大的“饼”，这个“饼”与投资人真正吃到嘴里的饼，可以一般大小，也可以不一般大小。比如某银行在售的一款72天期理财产品，预期最高年化收益率为7%，但由于种种原因，到期后该产品银行给出的实际收益率是0.7%，那么投资者拿到手的也就是0.7%的收益率，而非购买时所说的7%。

16家上市银行中，农业银行的理财产品2013年实际收益率与预期吻合度最高，共发行了1663只银行理财产品，其中6只产品实际收益率大于预期收益率，1460只产品实际收益率等于预期收益率，二者吻合度达到了88.1%。

从今年一季度的情况看，招商银行垫底。截至2014年3月31日，据Wind数据，16家上市银行中，银行理财产品吻合度最高的是民生银行，一共799只产品中，有655只实际收益率等于预期收益率，吻合度为82%；招商银行今年一季度到期的理财产品共有461只，已公布实际收益率等于预期的仅28只，吻合度仅为6.07%。

节后变脸 银行理财收益率跳水

陈思源 报道

目前来办理银行业务和咨询理财产品的市民与三月末相比确实相对减少，在理财预期收益上，节前超6%的银行理财产品比比皆是，而清明小长假过后，收益超过6%的产品已经寥寥无几了。

据普益财富数据统计，3月底（3月22日—3月28日）79家银行共发行了758款理财产品，产品发行量增加73款，平均预期收益率为5.43%。

记者从银行了解到，目前大部分股份制银行发行的收益较高的产品收益率也仅在5.5%—5.8%之间，国有银行的产品则大部分在5%附近徘徊，个别股份制银行和城商行针对贵宾客户发行的结构性理财产品预期收益率达到6%，起售金额多在10万元以上。理财产品期限方面，短期理财产品的收益率基本在5%左右徘徊，长期理财产品收益率保持在5.5%左右。

节后理财收益下滑

记者在不少银行网点看到，目前来办

的时点会有一些紧张，但是这种紧张仅是价格上的，数量上的宽松仍会持续。因此，一旦过了这一时点，价格肯定会降下来的。”

虽然短期理财收益已经跌破了6%的情况，让银行理财产品稍显寒碜，但是依旧坚挺的中长期理财产品却为理财产品增色不少。记者了解到，就在清明小长假

理财业务和咨询理财产品的市民与三月末相比确实相对减少，和节前形成了鲜明的对比。同时，在理财预期收益上，节前超6%的银行理财产品比比皆是，而清明小长假过后，大多银行预期收益率超过6%的产品已经寥寥无几了。

收益率或继续回落

“市场上的理财产品都是根据资金面的紧张程度来定价的，资金趋紧张的时候，回购利率就会飙升，而这时候银行要获得资金也必须提高理财产品收益。”一位股份制银行经理表示，“市场资金面是影响理财产品收益高低的重要因素之一。因此目前随着资金面逐渐宽松和上海银行间同业拆放利率的回落，各种理财产品的收益率也随之下降。”

银行人士分析认为，“资金面在跨季

前夕，某股份制商业银行一款中长期理财产品一经发售便出现了抢购一空的情况。据了解，这款产品投资期限为364天，时间较长但是预期年化收益率高达6.5%。不少投资者纷纷抢购提前锁定高收益。

“我刚刚买了六个月的理财产品，大概9月底到期收回，到时候可以继续购买90天左右期限的产品，这样正好到期赎回以后又可以赶上年底的高收益。”市民王女士告诉记者，每个季末、尤其年底的时候，银行理财产品收益相对较高，“所以我基本会选择在月末，尤其是季度末的时候购买理财产品，收益高划算。”

有理财专家提醒，由于近期市场资金面比较宽松，预计未来的收益或将进一步下滑。如果现在想要买理财产品，可以投资半年内的理财产品，“眼下银行资金面宽松，所以短期理财肯定是收益率下行的趋势，如果家庭资金流动性充裕，则可以考虑一下中长期理财产品。”