

□ 本报记者 王宝会

银行理财步入规范发展轨道

《中国银行业理财市场年度报告(2023年)》显示

截至2023年末

全国共有 **258家** 银行机构和 **31家** 理财子公司

有存续的理财产品

共 **3.98万只** ▲较年初增加**14.86%**

银行理财市场存续规模 **26.8万亿元**

全年累计新发理财产品 **3.11万只** 募集资金 **57.08万亿元**

理财产品投资者数量增至 **1.14亿个**

为投资者创造收益 **6981亿元**

分机构类型来看

理财子公司存续产品

数量 and 金额均最多

存续产品 **1.94万只**

存续规模 **22.47万亿元**

▲较年初上升**1.01%**

分产品类型来看

固定收益类产品存续规模为

25.82万亿元

占全部理财产品存续规模的

比例达 **96.34%**

混合类产品存续规模为

0.86万亿元

占比为 **3.21%**

2004年,以光大银行“阳光理财计划”的发行标志,我国正式开启银行理财业务的试点探索。此后,各家商业银行陆续跟进,并不断拓展理财产品的投资形式,从单一的固收类扩充到权益类等。回顾过去的20年,我国理财市场从无到有,从小到大,经历了由野蛮生长到规范发展的深刻转变。

从无到有

随着我国经济的高速发展,居民财富不断增长,促进资产保值增值成为投资者的重要需求。在此背景下,银行理财业务应运而生。

中国银行研究院中国金融团队主管李佩珈表示,2004年至2006年期间,1年期银行理财产品收益率普遍在3%及之下,相比3年期定期存款利率优势并不明显。大多数产品的投资起点为5万元,居民对理财产品的认可和接受度还不高,市场规模扩张相对缓慢。当时参与理财业务的主要以股份制银行和大型商业银行为主。

2008年之后,理财产品成为金融同业业务合作的重要载体。从负债端来看,商业银行通过吸收理财资金来扩充资金来源。从资产端来看,理财资金配置于“非标”资产,以获得高额收入并兑付给客户。李佩珈介绍,与起步阶段理财产品主要投向于结构性存款、债券等固定收益产品不同,当时理财产品资金主要投向房地产行业,由于这些行业资金需求旺盛、盈利能力较强,推动理财产品收益率大幅上行。同时,第三方理财机构野蛮生长,行业市场乱象明显增加。

银行理财市场在丰富金融产品供给、满足投资者资产配置需求的同时,诸多问题也逐渐显现。李佩珈表示,一是业务运作不够规范。一些银行理财产品信息披露不够充分,投资者适当性管理不到位,尚未真正实现“卖者有责”基础上的“买者自负”。二是不同行业资管业务准入标准不同,助推了资金空转、加杠杆等套利行为,造成资金价格易上难下,实体经济融资难、融资贵问题更加突出。三是资金池操作模式下,银行期限错配、流动性错配风险加大,“影子银行”规模扩张,金融风险隐患增加。

为解决上述问题,2018年《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》(以下简称“资管新规”)出台。资管新规除了对资管产品的准入门槛、投资标的集中度等方面做了严格限制,还要求打破刚性兑付、计价方式采用市场公允价值进行计量等。普益标准研究员赵伟表示,资管新规以“全面覆盖、统一规划”为出发点,旨在实现公平的市场准入和监管,从根本上消除监管套利的空间,推动整个资

产管理行业的规范化运作。

规范发展

随着净值化转型持续推进,理财业务也已逐步从追求规模的粗放式增长转向注重质量和效益的规范性发展,在支持实体经济等方面也发挥了更加积极的作用。

2022年是资管新规过渡期正式结束后的第一年。光大证券金融行业首席分析师王峰表示,在资管新规大框架下,银行理财业务取得了长足发展,也呈现诸多新特征,如净值型产品占比超过95%、净值表现与市场形势相关性提升、投资者机构选择更加多元等。

2019年至2022年期间,银行理财规模一度逼近30万亿元大关。但由于资本市场波动加剧,2022年理财产品出现两次大规模“破净”并引发赎回潮。“破净”也成为银行理财成长中的新烦恼,引发了市场的广泛关注。

王峰表示,2022年,银行理财主要经历了两轮较大的“破净”压力:第一波为当年3月份之后,资本市场大幅震荡调整,带动银行理财“破净”现象增加,“破净”理财以“固收+”产品为主。银行理财从产品策略调整、投资者教育、费率优惠、自购产品等多重维度应对破净压力、提振投资者信心。第二波为当年11月份之后,资金市场利率快速波动上行,导致理财净值明显回撤,以最短持有期产品为代表的开放式产品面临较大赎回压力。

赵伟表示,两轮“破净”导致投资者选择产品赎回,赎回潮的影响一直延续到了2023年年初,对银行理财的规模和市场地位造成了影响,对理财机构的风险控制能力构成了考验,同时也暴露出理财行业对于投资者的风险教育和投资理念教育的普及推广依然不到位的问题。专家表示,银行理财需对客群真实风险承受能力及需求进行再认识,同时制定针对特定客群更加精细化的产品销售和定价策略,推动银行资管体系更加完善。

把握新机遇

随着行业监管的逐步完善,各类资管产品回归“受人之托,代人理财”的业务本源,在自己的专业领域内发挥竞争优势,资管产品规范化运作和服务实体经济质效显著提升。

近年来,监管部门以规范展业、全面风险管理、机构内控、产品销售托管、投资者保护等关键领域为核心,先后出台了理财新规、标债新规、信托三分类等一系列监管政策,资管

行业的监管体系不断完善。《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》提出,建立培育长期投资的市场生态。伴随我国资本市场改革发展不断向纵深迈进,叠加机构客户拓展、养老金账户制建设等业务机会,中长期来看,理财公司将进一步做大资产管理并提升权益投资占比,持续为资本市场带来增量资金。

2023年下半年以来,随着资本市场的逐步回暖和投资者信心的修复,银行理财业务迎来了新一轮的快速扩容。《中国银行业理财市场年度报告(2023年)》显示,截至2023年年末,银行理财市场存续规模26.8万亿元,全年累计新发理财产品3.11万只,募集资金57.08万亿元,理财产品投资者数量增至1.14亿个,为投资者创造收益6981亿元。

赵伟表示,进入资管发展的新时期,理财机构需要将打造绝对收益的投资能力作为重要抓手,以维持行业健康和持续向上发展。一方面,理财机构应立足投资者的实际需要,以“绝对收益”为目标,围绕产品特色和自身资源禀赋,构建专业投研体系和投研团队,不断提升绝对收益投资能力,从而带领投资者有效穿越周期;另一方面,理财机构需要加强与投资者的沟通互动,提升投资者教育和服务水平,帮助投资者树立正确的投资理念,提高风险识别能力和承受能力,从而减少产品短

期波动引发的投资者恐慌。

建设更好的投资者生态,应发挥各行业力量,共同提高投资者教育水平,加强投资者保护,优化客户服务。在投资者服务提升方面,财富管理平台扮演着重要角色。理财魔方创始人兼CEO袁雨来表示,财富管理平台应以客户盈利概率的提升为目标,提供财富管理增值服务。应根据不同投资者的风险收益特征提供个性化资产配置方案,同时持续通过工具和内容的投资者行为进行理性引导,陪伴投资者理性应对市场波动。应积极借助先进技术手段,全方位优化财富管理各服务流程,让财富管理更智能、专业、理性,提升投资者体验,适应净值化转型,重塑金融市场投资信心。

李佩珈表示,未来一段时间,随着居民收入水平的不断提高以及中等收入群体的扩大,特别是房地产市场调整背景下,居民财富管理预期和配置偏好也将发生明显变化,理财市场发展空间巨大。

商业银行要充分把握机遇,加快理财业务发展。业内人士表示,相比其他金融机构,银行具有资金、客户、渠道等独特优势,但也存在投研能力相对不足等短板。为此,银行要扬长避短,力求形成特色化、差异化竞争特色。一是丰富财富金融产品供给,满足客户综合化、个性化、全球化投资理财需求。二是银行要提高主动管理能力,加强投研体系、人员、系统建设,完善适应产品净值化转型的信用评级体系,全面提升投研能力,增强理财产品的长期表现。三是关注ESG、养老金融等财富投资的新机遇。

构建人工智能创新生态

□ 本报记者 周琳

□ 中国人工智能发展坚持以“赋能实体经济、支撑社会发展”为战略主线,构建起独具中国特色的研发体系和应用生态。应加强学科联动夯实人工智能研究底座,强化应用驱动丰富人工智能场景,深化产学研互动构建人工智能创新生态。

□ 推动新一代人工智能发展,要构建以人工智能为基础支撑的前沿科学研究新范式,形成完善的人工智能产业生态,完善人工智能人才结构,加强人工智能领域高水平开放合作。

本屆智博會發布的《中國新一代人工智能科技產業發展報告(2024)》顯示,我國立足自主創新,已構建起包括智能芯片、大模型、基礎架構和操作系统、工具鏈、深度學習平台和應用技術在內的人工智能技術體系、產業生態和企業聯盟,對重工業體系、大力推進新型工業化的關鍵支撐效應正逐漸顯現。

從加持云技術的港口大模型,到快譯類的語言大模型,再到智能校對的政務大模型……在這一屆智博會上,最“卷”的領域是人工智能大模型,集體亮相的大模型超過40個。參展的企業紛紛表示,目前,人工智能的表現越來越“類人”,在實驗室內、生產線上,生成式人工智能正成為助力工業製造業提升質效的“好幫手”。

中國新一代人工智能發展戰略研究院首席經濟學家劉剛介紹,基於目標人群、用途和適用場景的不同,人工智能大模型可分為通用大模型和垂直大模型兩大類。通用大模型對標ChatGPT,以技術攻關為目的,面向廣泛的人群和場景。2022年之後,人工智能已經由專用人工智能進入大模型為主的通用人工智能發展階段。

國家數據局局長劉烈宏表示,大模型作為新

一代人工智能技術發展的重要方向,高效賦能千行百業。一方面,要加快推進大模型基礎設施化,並結合行業高質量數據集,推動中小企業利用大模型培育創新生態;另一方面,要推進通用大模型基礎設施統籌建設和普惠高效使用,引導企業錯位協同,避免盲目發展。

中國科學院副院長吳朝暉認為,面向未來,應加強學科聯動夯實人工智能研究底座,強化應用驅動豐富人工智能場景,深化產研互動構建人工智能創新生態。希望各方引育更多高層次人工智能創新人才,推動更多產業政策落地落實,共同促進人工智能產業高質量發展。

中國科學技術協會主席萬鋼在智博會上表示,中國人工智能發展堅持以“賦能实体经济、支撑社会发展”为战略主线,构建起独具中国特色的研发体系和应用生态。推动新一代人工智能发展,要构建以人工智能为基础支撑的前沿科学研究新范式,形成完善的人工智能产业生态,完善人工智能人才结构,构建多层次人才相互支撑、协同发展的格局,自律、他律、法律相结合,促进人工智能健康有序安全发展,加强人工智能领域高水平开放合作。

当前,文旅市场火热,各地开足马力提升影响力。但有了爆款,如何抓住风口,还需要在服务细节上下功夫,应建强旅游发展硬支撑,提升旅游服务软实力,并形成良性联动机制。

马呈忠

电视剧《我的阿勒泰》的热播,让新疆阿勒泰地区成为游客新的“诗和远方”。数据显示,今年端午节期间,阿勒泰地区接待游客87.23万人次,同比增长42.58%;实现旅游收入7.42亿元,同比增长48.46%。

但随着阿勒泰旅游火爆,有游客反映“如厕难”问题也引发关注。

当前,文旅市场红红火火,各地文旅部门纷纷开足马力,挖空心思加大推介力度,希望产生爆款,提升影响力。

但有了爆款,如何抓住风口、持续长红,还需要在服务细节上下功夫。

游客“如厕难”,虽然只是一个小细节,但直接影响游客体验,反映出当地旅游基础设施建设跟不上旅游产业发展,现有服务能力不能满足游客期待的现实。这也提醒当地要在应对预案、资源调配、游客引流等方面提升能力,做好旅游与基础设施、公共服务的衔接。

建强旅游发展硬支撑。建设旅游强国,努力创造宜业、宜居、宜游的良好环境,是新时代旅游高质量发展的重要目标。这显然离不开吃住行游等基础硬件的强力支撑,需要各地围绕旅游市场需求和游客流量变化,持续加大对旅游产业硬件的投入力度,为游客提供更加优质的服务设施。既要根据地区景区承载能力,做好前瞻布局和规划设计;也要加强临时应急调度能力,通过设置移动厕所、错峰使用停车场、加开区间车等方式,满足游客需求。

提升旅游服务软实力。中西部地区有着优质的旅游资源,但长期“养在深闺人未识”,旅游产业发展和服务意识亟待提升。仅从“如厕难”问题来看,可以将沿街公共机构、服务窗口、景区景点、酒店宾馆、商家店铺等卫生间对外免费使用,缓解游客尴尬。旅游市场正在从观光旅游向深度文化体验游转变,应借鉴旅游发达地区先进理念,不断提升服务意识,做大服务品牌,才能让更多“回头客”变成“回头客”。

形成良性联动机制。很多地方都希望接到“泼天富贵”,但流量来了能不能接得住,不仅是对旅游产业的考验,更是对当地综合治理能力的考验,例如物价调控、游客组织、流量引导等组织调动能力,以及不同产业、不同部门的衔接与配合能力。如果某个环节不能打通就可能出问题。只有加强政府部门之间、政府与企业之间、景区与游客之间、景区与景区之间多方联动,才能统筹优化旅游资源配置,丰富优质旅游产品供给,将“流量”变成“留量”。



7月1日,江苏省太仓市储备粮管理有限公司新建粮食储备用房及配套用房项目现场,工人正在进行圆仓、配套工作室等项目载体施工。该项目总建筑面积约19500平方米,规划总仓容8.5万吨,预计明年年初竣工。 计海新摄(中经视觉)