

39家券商去年“加杠杆”触发信披标准 3家新增借款超上年末净资产100%

■本报记者 周尚任

去年,券商“加杠杆”的迹象非常明显,这从券商新增借款数额的持续增加上可以得到印证。

据《证券日报》记者不完全统计,截至目前,至少有39家券商披露了2020年新增借款情况(新增借款超过上年末净资产的20%或40%触发信披标准)。其中,有8家券商于近期披露2020年1月份至12月份的新增借款情况,累计新增借款额1787.84亿元。

分类明细显示,发行债券和收益凭证成为2020年券商新增借款大幅增加的主要因素。此外,券商新增借款的其他方式还包括同业拆借、卖出回购金融资产、拆入资金、收益权转让、黄金租赁等。

发行债券和收益凭证是新增借款增加一大主因

据《证券日报》记者不完全统计,目前至少有39家券商披露2020年新增借款情况。其中,中信证券、华西证券、申万宏源、天风证券、国信证券、财通证券、国联证券、财信证券等8家券商披露了2020年1月份至12月份新增借款情况,累计新增借款

1787.84亿元。除中信证券外,其余7家券商去年新增借款均已超上年末净资产的30%。财信证券、财通证券两家券商新增借款额更是均超上年末净资产的100%。

在上述8家券商中,去年新增借款额占上年末净资产比例最高的是财信证券。截至2020年12月31日,财信证券去年累计新增借款125.36亿元,占上年末净资产的165.79%。其新增借款主要包括卖出回购金融资产款、应付短期融资款、拆入资金、应付债券。对于新增借款的资金用途,财信证券表示,“公司去年新增借款主要由卖出回购金融资产款组成,主要用于公司日常经营及补充流动资金。”

除财信证券、财通证券外,中金公司去年累计新增借款额也超过上年末净资产的100%。中金公司披露的信息显示,2020年前10个月已累计新增借款833.17亿元,占上年末净资产的1250.35亿元,较上年末债券余额累计净增加484.07亿元,占上年末净资产的99.74%。

近日,券商龙头中信证券也披露了去年新增借款情况。2020年,中信证券借款余额为3986.36亿元,累计新增371.15亿元,新增借款额占上年末

经审计的净资产比例为22.43%。其中,公司应付债券及应付短期融资款余额较上年末增加377.81亿元,占上年末净资产比例为22.84%,主要为应付债券增加。

《证券日报》记者梳理后发现,发行债券、收益凭证成为去年券商新增借款大幅增加的主要因素。其中,发行公司债、短期融资券的占比较大;仅部分大型头部券商会使用银行贷款的方式借款。

对此,中信改革发展研究基金会研究员赵亚斌在接受《证券日报》记者采访时表示:“上市公司特别是券商的负债率已经很高,难以获得银行贷款,债券和收益凭证由于利率相对较高,比较容易发行。”

券商“加杠杆”源于两融业务大幅增长

随着2020年新增借款的不断增加,券商的负债率也在不断攀升,风险也随之加大。

截至目前,至少有财信证券、财通证券、中金公司3家券商去年新增借款占上年末净资产比例超100%。对此,赵亚斌对《证券日报》记者分析称:“高杠杆伴随高风险。如果股市

和经济都非常好的话,加杠杆可以获得超额收益;而一旦出现意外,可能会因杠杆率太高出现超额亏损。”

中信建投证券非银金融分析师庄严在接受《证券日报》记者采访时表示:“证券公司风险控制指标管理办法对券商资本充足水平提出了非常严格的要求,部分券商的风控指标已非常接近监管层所设置的预警线了。在这样的背景下,部分券商进一步加杠杆,或将触及监管层设定的红线。不过,随着证券业风控水平的逐步改善,监管层未来也可能相应放宽对券商资本充足率的要求。例如,去年3月份,监管层就实施了并表监管试点,对全面风险管理体系做得比较好的部分券商进行了风险资本准备计算系数的放宽,让这些券商的杠杆有更大提升空间。”

随着券商向重资本业务转型,券商不断通过发行短期融资券、证券公司债、证券公司次级债、可转债等融资方式补充资本金,增强自身竞争力。与此同时,在两融标的大幅扩容、多重政策利好催化、市场活跃度不断提升的共同作用下,沪深股市的两融余额也在不断增长。

对于券商大幅“加杠杆”的目的,前海开源基金首席经济学家杨德龙

在接受《证券日报》记者采访时表示,“券商新增借款增加,可能源于两融业务的大幅增长,导致券商不断加大杠杆借钱所致。如果只是做两融业务的话,券商的整体风险仍可控,因为两融客户有股票账户做抵押,应该不会出现大面积违约现象。”

近年来,券商大力补充净资本,扩大业务发展。从券商去年再融资募用途来看,“补血”信用交易业务、扩大融资融券业务规模成为各家券商争相发力的重点。

对此,东方证券分析师唐子佩认为,两融业务是广阔的“蓝海”,有望持续增厚券商业绩。首先,在科创板及创业板改革并实施注册制的背景下,两融标的范围扩大,券源充足,战略投资者等证券出借方有充足意愿出借券源,这两个板块有望成为融券增长的主战场。其次,两融业务是国内券商重要的重资产业务模式之一,2016年以来券商两融业务利息收入维持在650亿元至700亿元的水平,占营收比重18%左右。最后,2013年以来,两融交易持续提升A股市场活跃度,两融交易额占两市股基交易额比重维持8%至13%之间。随着两融业务“蛋糕”越做越大,有望为市场活跃度的提升贡献更大力量。

PayPal全资控股国付宝 短期难撼支付宝和微信支付地位

■本报记者 李冰

首家外资全资控股的第三方支付机构来了。

近日,PayPal完成了对持牌支付机构国付宝信息科技有限公司(简称“国付宝”)100%股权收购。《证券日报》记者第一时间联系PayPal方面,但其回应“不予置评”。

中国社科院金融所金融科技研究室主任尹振涛在接受《证券日报》记者采访时评价称,“外资支付机构进入中国市场,对支付宝及微信支付的现有格局暂时很难撼动,与微信和支付宝抢占市场的难度很大。”

PayPal完成对国付宝100%控股

工商资料显示,原持有国付宝30%股权的国富通信息技术有限公司现已变为美银宝信息技术(上海)有限公司(简称“美银宝”)。据天眼查信息显示,截至目前,国付宝的两大股东分别为北京智融信达科技有限公司(简称“智融信达”,持股70%)和美银宝(持股30%)。美银宝作为PayPal的全资子公司,持有北京智融信达100%股权,这意味着,PayPal已将国付宝全部股权收入囊中。

央行官网信息显示,国付宝于2011年12月份获央行颁发互联网支付、移动电话支付业务许可,2015年获基金支付业务许可,2016年获跨境

人民币支付业务许可,2016年12月增发预付卡发行与受理业务许可。

早在2019年,央行就批准国付宝股权变更申请,PayPal通过旗下的美银宝收购国付宝70%的股权,成为境内首家外资支付机构。如今PayPal再下一城,将国付宝剩余的30%股权全部收购,使之成为旗下全资子公司,因此也成为中国首家外资全资控股的第三方支付机构。

资料显示,在美股纳斯达克上市的PayPal,是全球领先的第三方支付机构,业务覆盖全球200多个国家和地区,拥有超过3.6亿活跃支付账户,支持全球100多种货币交易。

据国付宝官网信息,国付宝旗下现拥有针对B2B、B2C的网络支付产品、移动支付产品等。此外,还有针对企业资金管理推出的云账户服务、针对跨境商贸领域的跨境支付解决方案以及针对个人用户的手机钱包客户端等多款支付类产品。

天眼查信息还显示,2020年初,国付宝的法人及高管曾多次发生变更。其中,法人及董事长由董甫变更为李金,多位原董事及监事退出,新增副董事长于嘉宁、董事曹志、监事金杰,总经理仍由丁强担任。

据悉,国付宝新增的多位高管来自PayPal大中华区。据公开报道显示,PayPal大中华区2017年的战略和业务发展总监为李金,于嘉宁及金杰分别为PayPal大中华区风险合规及财务部门高管。加上此次股权完

成100%收购,不难看出,PayPal已完

成对国付宝的权力交接。“此次收购是我国非银行支付领域金融开放进程中的里程碑事件。”苏宁金融研究院高级研究员黄大智评价称。

跨境支付有望成为突破点

近年来,我国金融业对外开放成效明显,外资机构加码布局中国市场。作为金融业对外开放重要组成部分的支付清算市场的开放也在持续推进。2018年发布的《中国人民银行公告(2018)第7号》,明确外商投资支付机构准入条件和监管要求,为外资支付机构进入我国境内市场打开了大门。

招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希森认为,PayPal获批进入中国境内支付市场并非偶然。“有助于培育创新驱动的竞争新优势,进一步优化支付产业结构。同时,有利于营造公平竞争的市场环境,提高资源配置效率,提升支付机构和支付产业的服务水平。”

黄大智对《证券日报》记者分析称,“未来会有更多外资支付机构入局,不管是中国境内支付市场,还是与中国进行跨境贸易的跨境支付市场,都是一个前景广阔的市场,足够的市场就会吸引足够多的支付机构入局,并逐渐形成动态的进入和退



出机制。”

PayPal入局后,是否会对国内现有支付格局带来巨变?黄大智认为,“中国在电子支付方式上已走在世界前列,国外的支付机构暂时很难撼动现有支付格局。”

研报数据显示,作为目前中国移动支付领域两大巨头的支付宝和财付通,合计市场份额高达90%。《证券日报》记者还了解到,在服务费率方面,PayPal也并不具备优势。

黄大智对记者介绍称,“在服务费率方面,国内支付机构的手续费率比国外特别是美国的支付机构通常要低5倍至10倍。由此可见,短期内PayPal在国内并无实质竞争力。”

多位分析师认为,PayPal未来的发力点或将瞄准跨境支付领域。

“可以预见,跨境支付领域需求旺盛,或许会成为支付机构的下一个蓝海。”尹振涛认为,“未来PayPal或将寻求突破的重点放在跨境支付业务上。”

董希森也认为,“作为一家国际化程度高、拥有丰富跨境支付经验的外资支付巨头,PayPal未来或将集中资源大力发展跨境支付业务,同时发挥国付宝的优势,在此基础上培育并形成差异化的竞争能力。”

黄大智表示,“PayPal的优势是在国际跨境支付领域,相比于支付宝和微信,PayPal在国际支付领域的布局更早、也更广。相比于国内支付领域,跨境支付的市场前景更加广阔。由此判断,PayPal的布局应该主要落在跨境支付领域。”

抗“疫”奏响年度主旋律 2020年新增备案慈善信托规模超4亿元

■本报记者 张志伟 见习记者 张博

纵观2020年,我国慈善事业整体稳步发展,社会各界参与积极性较高,慈善信托更是交出一份亮眼的成绩单。《证券日报》记者不完全统计后发现,2020年全国合计新增备案慈善信托264单,财产总规模超4亿元。

总体来看,2020年慈善信托备案的规模有所下降,但备案的数量大幅增加,这意味着,参与的主体更多、投向领域也更广。同时,小额慈善信托项目快速增长,信托覆盖的领域也不断拓宽。

值得一提的是,2020年慈善信托服务实体经济和社会民生的功能有效发挥。最典型的是由中国信托业协会倡议、由国通信托担任受托人发起设立的“中国信托业抗击新型冠状病毒慈善信托”,由61家信托公司共同参与,受托财产总规模达3090万元,主要用于抗“疫”。

千万元级慈善信托占比5%

2020年成立的慈善信托数量再创新高。《证券日报》记者对全国慈善信息公开平台进行不完全统计后发现,2020年全国新增备案慈善信托264单,合计受托财产总规模超4亿元。其中,单个信托规模从1万余元

至3000多万元不等,涵盖的服务领域也更多。

具体来看,受托财产规模在1000万元以上的慈善信托有14单,约占备案总数的5%;受托财产规模在100万元至1000万元之间的慈善信托有61单,占比23%;受托财产规模低于100万元的慈善信托有189单,占比72%。

在14单受托财产规模超1000万元的慈善信托中,有6单为光大信托设立,受托财产规模为0.97亿元。光大信托去年新成立的慈善信托数量及规模均位居行业首位。统计数据显示,光大信托仅2020年就设立了超80单慈善信托,设立目的大多投向疫情防控 and 精准扶贫等领域。其中,“光信善·光大集团定点扶贫慈善信托2020”设立规模为3019万元,用于精准扶贫项目,推动中国扶贫事业的发展。

2020年成立的规模最大的单是由中国信托业协会倡议、国通信托担任受托人发起设立的“中国信托业抗击新型冠状病毒慈善信托”,由中航信托、五矿信托、华宝信托、山东信托等61家信托公司共同出资参与,受托财产总规模达3090万元,主要用于新型冠状病毒疫情的防控及救助。

事实上,千万元级大单在慈善信托里比较稀缺,存在更多的是百万元以下的小单,2020年成立的慈善信托也呈现出这个特点。数据显示,近年来受托资产规模在100万元以下的慈

善信托数量占比在逐年增加,已从2016年的不足三成增至2019年的超过七成,再到2020年的超过七成。2020年新增的264单慈善信托中,受托财产规模低于20万元的就有119单,占比达45%。

资管行业研究员袁吉伟在接受《证券日报》记者采访时表示,慈善信托自2016年9月诞生以来,一直在不断进步和迭代,探索可持续发展模式。但要看到的是,慈善信托在我国还是个新事物,在社会认知、政策支持、可持续发展机制等方面还存在一定不足,导致慈善信托的发展呈现短期化、小型化特征。

“不过,这只是慈善信托发展初级阶段的产物。随着未来慈善信托持续深入人心,受托人专业水平不断提升,居民参与慈善事业的热情不断上升,将为慈善信托的发展注入更多生命力,最终会出现一批运行时间较长、受托财产规模较大、具有可持续发展生命力的慈善信托。”袁吉伟乐观地表示。

值得关注的是,慈善信托在数量增长的同时,覆盖的服务领域也越来越广泛。例如,陆家嘴信托成立首单文化艺术类慈善信托“弘远6号文化艺术慈善信托”,以“促进教育、科学、文化、卫生、体育等事业的发展”为目的,向贫困、孤、残儿童及青少年提供文化艺术普及等福利事业。中铁信

托则成立了首个用于支持高校研究生或博士生开展学术研究的“致远”系列慈善信托。

1/3受托财产投向疫情防控

抗“疫”成为2020年慈善信托服务的重要主题。据中国慈善联合会慈善信托委员会披露的数据显示,仅2020年第一季度新备案的76单慈善信托中,就有66单为抗疫慈善信托,合计受托财产规模达1.43亿元,约占总规模的三分之一。

“信托公司作为重要的金融机构,应积极参与公益事业,发挥社会价值。因此,慈善信托成为各家信托公司普遍布局的业务领域。”资深信托理财师苏伟对记者介绍称。

用益信托研究员尹国让在接受《证券日报》记者采访时表示,“2020年启动的慈善信托大多是抗疫专项项目。一方面,说明慈善信托在促进慈善事业发展方面积极有效,彰显了在危难之际信托业积极服务民生的责任担当;另一方面,慈善信托契合信托回归本源的需求,是信托业转型的主要方向之一。”

抗疫慈善信托的具体体现形式也更为多样化,除了类似传统信托的资金形式外,还出现了实物医疗资源等其他新的形式。例如,“中融·乐享康宁医疗慈善信托计划”在疫情期间,为

在全国抗疫工作中做出贡献的政府、医疗组织及慈善机构发放大量医疗物资,对全国各地一线医护人员发放防疫保障、救助新冠肺炎患者等。

袁吉伟对《证券日报》记者透露,“2020年,慈善信托在抗疫中发挥了积极作用,而且更具创新性。一方面,慈善信托发挥了动员社会公益资金的强大作用,积极支援疫情重灾区;另一方面,创新发展了物资类抗疫信托、关爱医护人员类抗疫信托,体现了慈善信托所具有的人文关怀。”

“慈善信托与公益基金会均是参与社会慈善事业的重要渠道。”袁吉伟认为,而且更具备创新性。一方面,慈善信托发挥了动员社会公益资金的强大作用,积极支援疫情重灾区;另一方面,创新发展了物资类抗疫信托、关爱医护人员类抗疫信托,体现了慈善信托所具有的人文关怀。”

同时,银保监会也对消费者进行了提示:一是要明白短期健康保险产品的保险期间一般在1年及以下,且不保证续保。同时,对于费用补偿型健康保险产品来讲,发生的医疗费用不能重复理赔,建议消费者购买此类产品时重点关注保险条款相关情况,不建议重复购买此类产品。二是消费者在选择健康保险产品时,不仅要关注产品的价格,还要关注产品的长期保障功能和保障水平。

去年前11月财产险公司健康险承保亏损超40亿元 银保监会整治市场乱象 让短期健康险健康发展

■本报记者 冷翠华

1月11日,银保监会下发《关于规范短期健康保险业务有关问题的通知》(下称《通知》),以问题为导向,聚焦保险行业短期健康险业务发展存在的突出问题。

事实上,短期健康险出现的乱象,不仅损害消费者权益,也对保险公司的经营形成不利影响。《证券日报》记者从相关渠道了解的数据显示,去年前11个月,财产险公司的健康险业务承保亏损达40.11亿元,承保利润率为-4.50%。

《通知》下发后,部分保险产品缺乏定价基础、保额虚高、混淆概念、短险长做等突出问题都将采取有针对性的监管措施,有助于健康险市场更健康的发展。

短期健康险是在赔本赚吆喝

健康险是指保险公司通过疾病保险、医疗保险、失能收入损失保险和护理保险等方式对因健康原因导致的损失给付保险金的保险。

银保监会指出,近年来,我国健康险快速发展,商业健康保险保费收入由2012年的863亿元增长到2019年的7066亿元,年均复合增速超30%。截至2020年11月末,我国商业健康保险保费收入达7641亿元,同比增长16.4%;赔付支出达2531亿元,同比增长22.4%。目前,我国的健康险以重疾险为主,占比近60%。此外,医疗险近年发展也十分迅速。

以短期健康险产品的代表百万医疗险为例,艾瑞咨询发布的《中国百万医疗险行业发展白皮书》预计,2020年百万医疗险的用户规模将突破9000万人,在0-65岁用户中的市场渗透率为7.4%,较上年增加2.2%。该报告还预计,百万医疗险市场未来几年将保持25%-40%的年均增速。

从经营主体来看,人身险公司和财产险公司都能经营短期健康险,但财产险公司只能经营短期健康险。因此,他们的经营数据能够比较精准地反映短期健康险的市场现状。《证券日报》记者获得的行业数据显示,去年前11个月,财产险公司的健康险承保亏损达40.11亿元;承保利润率为-4.50%,在财产险公司主要业务中排名倒数第五,仅好于信用保险、保证保险、船舶保险和工程保险。

“近年来,保险公司经营短期健康险,有赔本赚吆喝的味道。虽然保费增速很快,但承保持续亏损,且健康险赔付率恶化趋势尚未出现转折。”一家保险公司的精算负责人向《证券日报》记者分析称。对于赔付率过高的产品,部分保险公司采取停售的方式降低损失,无论对消费者权益还是对保险业发展都无益。

随意停售产品行不通了

所谓短期健康保险,是指保险公司向个人销售的保险期间为一年及一年以下且不含有保证续保条款的健康保险。

对于一年期健康保险,很多消费者在看中保费便宜等优点之外,也难免会担心,如果不能续保怎么办?如果产品停售了怎么办?在实践中,部分保险公司使用“承诺续保”等提法,让部分消费者误以为产品是保证续保的。

对此,银保监会在《通知》中明确要求,保险公司不得在短期健康保险产品条款、宣传材料中使用“自动续保”“承诺续保”“终身限额”等容易与长期健康保险混淆的词汇。

一位业内人士向记者透露,近年来,随着百万医疗险等一系列短期健康险的走红,该类保险产品创新和迭代速度加快,市场竞争也变得愈加激烈,财产险公司经营短期健康险整体处于承保亏损状态。而且,有机构预测,短期健康险的赔付率将继续恶化。

银保监会在《通知》中指出,部分险企销售行为不规范,把短期健康险当作长期健康险销售,一旦赔付率超过预期就停售产品,严重侵害了消费者权益。对此,《通知》明确要求,严禁保险公司通过随意停售保险产品,弥补其因激进经营造成的损失,侵害保险消费者权益。同时,保险公司需要通过官网和即时通讯等方式,公开披露产品的具体停售原因、停售时间,以及后续服务措施等信息。保险公司主动停售保险产品的,应当至少在产品停售前30日披露相关信息。

“这对保险公司将形成制约作用。试想,如果一家保险公司的产品频繁停售,而其经营状况又堪忧,消费者的认可度是不是会下降呢?”上述保险公司精算负责人表示。

同时,银保监会也对消费者进行了提示:一是要明白短期健康保险产品的保险期间一般在1年及以下,且不保证续保。同时,对于费用补偿型健康保险产品来讲,发生的医疗费用不能重复理赔,建议消费者购买此类产品时重点关注保险条款相关情况,不建议重复购买此类产品。二是消费者在选择健康保险产品时,不仅要关注产品的价格,还要关注产品的长期保障功能和保障水平。