

金融深一度

手续费连年下降 期货公司如何突围？

■本报记者 王宁

近日,中国期货业协会(以下简称中期协)发布的最新数据显示,2023年,全行业150家期货公司手续费收入合计为234.65亿元,相较2022年的246.62亿元,下降4.85%;而2021年全行业手续费则为314.98亿元。整体来看,期货行业手续费呈现连年下降态势。

长期以来,期货公司依靠经纪业务“一条腿”模式生存。回顾期货发展历史,期货交易手续费先后经历“数倍模式”“红利期”“+1”时代,及短暂经历“零佣金”等时期,曾经固若金汤的“佣金规则”逐渐土崩瓦解。现阶段,手续费“+1分”成为普遍现象,竞争尤为激烈。

手续费竞争日趋激烈缘于市场充分竞争。期货公司通过并购重组、行业结构多元化,业务类别和内容更加丰富,从而使得行业竞争更为激烈。因此,手续费“+1分”现象凸显期货行业业务转型发展迫在眉睫。

多位受访者认为,随着《中华人民共和国期货和衍生品法》的正式实施,期货行业将驶入高质量发展快车道,传统的业务模式势必迎来新挑战,期货经营机构应立足自身特色,探寻突围的有效路径。

“+1分”已成常态

经过30多年的发展,在市场充分竞争、各类创新业务丰富和交易参与结构完善等影响下,手续费“+1分”成为行业常态。目前,期货业呈现“三足鼎立”格局。即:传统系、现货系和券商系。其中,券商系期货公司逐渐跃居头部地位,现货系期货公司紧随其后,传统系期货公司逐渐落后。期货行业手续费竞争日趋白热化。

“近10年,期货手续费竞争从未停止。随着行业不断发展,不同类型的交易者参与进来,客户对手续费条件要求越来越高。”一位从业20多年的中粮期货相关人士对《证券日报》记者表示,在此背景

下,期货公司纷纷下调手续费,甚至出现了“零手续费”或“+1分”等情况,主要是为了吸引客户、扩大市场份额。

北京市东二环朝阳门某期货分公司总经理金琳琳(化名)向记者坦言,现阶段,期货公司在交易所手续费条件基础上加收1分已是常态,尤其是在存量客户方面更加明显,一方面在于行业透明度提高,另一方面则是同质化竞争所致。

在此之前,期货手续费曾经历“数倍模式”“红利期”。上述中粮期货相关人士向记者讲述着自身的成长史,早在2000年,彼时中粮期货在中粮集团只能算作一个部门,期货公司的手续费议价能力很高,有的品种手续费可按交易所基础数倍收取,这种红利期持续很长时间,交易者对手续费高低也未有太多计较。直到2008年,期货手续费红利期突然结束了,期货公司开始在手续费上展开竞争。

金琳琳也回忆说:“早期的手续费红利阶段,是我们这些行业老人最难忘的。那时的期货营业部只要有3000万元保证金,就足够撑起一个10人团队,时过境迁,现阶段恐怕1亿元都不够。”

利润空间不断压缩

自期货业迈入规范和创新阶段后,行业发展逐渐从“量变”向“质变”过渡。例如,在全市场管理规模方面,由此前的不足1万亿元到最高1.8万亿元;期货公司发展呈现出“1+1>2”特征;业务类别也由单一的经纪业务扩充至目前的经纪、资管、投资咨询和风险管理等多元业务类型。

在海证期货相关人士看来,期货行业手续费竞争由来已久,缘于行业服务同质化、盈利模式单一和发展水平参差不齐等因素;同时,在行业集中度提升背景下,中小型期货公司生存压力更加明显。“现阶段,期货公司利润空间不断压缩,生存艰难,急需变革。”



“期货公司为了争夺客户和市场份额,采取降低手续费方式来留住客户,这种竞争态势有助于提高市场活力和水平,倒逼期货公司创新和服务升级,从而更好地服务客户。不过,过度的同质化竞争也可能带来负面影响,会导致行业整体盈利能力下降和市场风险增加。”金信期货副总经理胡晓波认为,行业手续费同质化竞争不可避免。

进入2024年,期货业又迎来新的变革。年初,国内期货交易所先后宣布交割和套期保值手续费减免,同时,交易佣金也再度优化;可以看到,一场期货版“费改”大戏迅速上演。

在前述中粮期货相关人士看来,期货公司突围要抓住四点:一是加强服务创新;二是提高技术水平;三是优化收入结构;四是树立品牌口碑。对于中小型期货公司来说,更要加大客户拓展力度,做好小切口市场定位。

上述海证期货相关人士也认为,期货公司还是要凭借自身优势

形成核心竞争力,夯实自身实力、修炼内功,为客户提供价值服务,尤其是对中小型期货公司而言,要做精做强重点业务,以点带面寻求发展,应对同质化竞争冲击。

头部公司率先突围

记者在实地走访中了解到,面对同质化竞争困局,部分期货头部公司索性放下手续费竞争,将重点转向创新业务。

当前,风险管理业务已成为部分头部公司业绩重要增长点,从而有效改变了“一条腿”发展模式。截至目前,近三分之二的期货公司设立风险管理子公司,备案相关试点业务,包括仓单服务、业务、场外衍生品业务、基差贸易、合作套保、定价服务等。其中,场外衍生品业务更是成为各机构争相发力的方向。

自2012年中期协提出通过期货公司设立子公司的方式开展以风险管理服务为主的业务试点方案以来,经过10余年发展,该项业

务已成为期货公司的重要支撑点。截至2023年11月底,备案风险管理业务的期货公司已突破百家,达到101家,总资产高达1875亿元,净资产突破430亿元,注册资本近444亿元。

某券商系头部期货公司高管向记者介绍:“场外市场是头部公司近些年的主要竞技场,场外衍生品业务空间巨大。当前,公司风险管理业务营收超过了经纪业务。”

不过,从业务实际开展情况来看,呈现出集中度偏高特征。上述某券商系头部期货公司高管表示:“风险管理业务‘二八’特征明显。其中,某单一业务市场规模占比较高的主要是几家头部公司,这种现状(市占率)或是后期布局的期货公司难以改变的。”

目前,《衍生品交易监督管理办法(征求意见稿)》正处二次征求意见稿阶段。监管部门对场外业务门槛、范围和未来发展方向等重新规划。可以预期,未来的风险管理业务发展大有可为,期货业也有望彻底告别单一业务模式时代。

基金公司逆市布局进行时 新发权益基金占比超六成

■本报记者 冷翠华

今年以来,A股市场呈现较明显的下跌行情。不过,基金公司正在进行逆市布局。Wind数据显示,年初至1月24日,新成立的基金有31只,正在发行的基金共有93只,且权益基金占比超六成。同时,基金公司进行了22次自购,无一例赎回。

分析人士认为,基于对中国经济回升、长期向好的基本趋势判断,基于当前A股市场估值水平已处于历史低位的判断,机构正加大布局力度,为未来获得良好收益奠定基础。

基金公司自购22次

天相投顾基金评价中心数据显示,今年以来截至1月19日,新发在募集基金共71只。其中,权益类基金46只,包括20只股票基金和26只混合基金。与去年12月同期新发16只基金相比,今年1月份新发基金明显增多。天相投顾认为,这说明在权益市场整体震荡下行的态势下,机构投资者持续加大逆市布局力度,以寻找更多投资机会。同时,从今年新发基金的类型来看,权益类基金占新发总数的64.79%,债券基金共计20只,占新发总数的28.17%。可见,逆市布局资金更倾向于权益市场。“当市场遇冷时,权益类资产的投资性价比愈加凸显,基金公司往往通过发行此类基金进行布局。”天相投顾表示。

晨星(中国)基金研究中心高级分析师代景霞对《证券日报》记者表示,机构可以通过调整资产配置来逆市布局资本市场,即在股票市场下跌时,增加股票资产的配置权重。

在今年的新发基金中,有18只为发起式基金,占新发总数的25.35%,这是一种将基金公司和基金利益深度捆绑的基金,基金管理人及高管认购净值不少于1000万元。这也说明公募基金管理人投资信心坚定,积极看好后市,愿意与投资者实现更利益绑定。

天相投顾认为,除了新发基金,基金公司还可以通过自购的方式进行逆市布局,这可以向市场传递对自家产品的信心,并稳定投资者情绪。Wind数据显示,今年以来截至1月24日,共有12家基金公司进行了22次自购,自购总金额达2.34亿元,最多的一家公司进行了8次自购;同期,基金公司无一例赎回。这也表明了基金公司对未来市场的坚定信心。

南方基金相关负责人对《证券日报》记者表示,从改善客户体验,帮助投资者提升实际盈利的角度看,逆市布局含权类产品有助于解决“基金赚钱,基民不赚钱”的痛点,能减轻将来在权益资产高估和情绪高涨时顺势做大规模的压力。当前基金公司逆市布局既有利于资本市场健康发展,又有利于提升投资者体验。

证监会近日表示,将继续支持行业机构逆市布局,并将研究制定“逆周期布局”激励约束机制,强化对逆周期布局的正面激励,引导机构践行长期投资、价值投资,切实提升投资者获得感。

坚定发展权益类产品

回顾历史,在过去股市波动发展的过程中,基金在低谷期进行的逆市布局取得了较好的成效。当前,无论是基金公司还是其他机构投资者,都在积极布局市场,未来,基金公司还将通过多种方式坚定发展权益类产品。

代景霞表示,一般来说,逆市布局可以为投资者带来较好的投资收益,当市场情绪低迷、资产价格低于其内在价值时,逆市布局者往往能够以较低的成本购买资产,从而获得更好的投资回报。

天相投顾根据沪深300指数的走势,选取2019年1月2日、2020年3月23日、2022年4月25日,以及2022年10月28日这4个市场低点,并统计这4个时间点前后一周成立的基金至今的业绩表现结果显示,在第一个市场低点成立的基金,只有海外混合基金和偏股混合基金为负收益,其余类型基金均斩获正收益。其中,积极投资股票基金和增强指数股票基金平均收益率均超70%。在第二个市场低点成立的基金,除了积极投资股票基金和灵活配置混合基金,其余类型基金均取得正收益。其中,增强指数股票基金表现较好,成立以来平均收益率接近60%。

在第三个和第四个市场低点成立的基金,纯债债券基金、指数债券基金和固定收益类混合基金获得正收益。整体来看,在市场下跌或回调时,逆市布局有利于降低市场波动,维护市场稳定,也有利于获取长期的投资收益。

在基金公司积极设立权益类产品的背后,还有其他机构投资者通过相关产品积极布局市场。尽管近期A股弱势盘整,但规模靠前的4只沪深300ETF交易额持续放大。基于中金公司对各类机构投资者ETF持仓结构的测算,宽基ETF是机构的主要持仓品种,保险公司和证券公司中行业主题型产品的持仓占比较高。嘉实沪深300红利低波动ETF基金经理王紫茵认为,当前,投资情绪亟待提振的背景下,机构投资者普遍发挥“压舱石”作用,因此主要采用哑铃策略,布局宽基打底,公募基金类基金为辅。

南方基金相关负责人表示,未来,公募基金将坚定发展权益类产品,重点措施包括:提升指数基金开发效率,加大产品创新力度;推进公募基金费率改革全面落地,降低管理费率水平;增加权益类基金发行比例,促进公募基金总量提升和结构优化;建立“逆周期布局”激励约束机制,减少顺周期共振;有效运用股票股指期货、股指期货、国债期货等工具,降低波动性,力争为投资者提供长期稳健收益等。

国有四大行提升金融服务高质量发展质效 做好“五篇大文章”

■本报记者 杨洁

近日,工商银行、农业银行、中国银行、建设银行等国有四大行纷纷召开会议,传达学习习近平总书记在省部级主要领导干部推动金融高质量发展专题研讨班开班式上的重要讲话精神,研究部署贯彻落实工作。国有四大行均表示,切实扛起国有大行的使命担当,全力抓好工作落实,坚定不移走中国特色金融发展之路。

在服务实体经济方面,国有四大行表示,大力提升金融服务高质

量发展质效,做好“五篇大文章”,聚焦重大战略、重点领域和薄弱环节,在调结构、优服务上下功夫,当好服务实体经济主力军。

具体来看,工商银行表示,紧紧围绕实体经济和人民群众需要创新产品、改进服务,强化对重大战略、重点领域和薄弱环节的精准支持,助推经济回升向好。农业银行提出,要全力把服务“三农”主责主业做得更好、做到最好,准确把握农业银行在中国特色现代金融体系中的职能定位。

中国银行表示,主动适应新业态、新模式,提供多元化、专业化金融

产品,加大对保障性住房等“三大工程”、关键核心技术攻关、新型消费等领域的金融支持,助力消费增长、投资扩大和结构升级。建设银行表示,大力支持城乡融合、区域协调发展,持续加大扩投资、促消费重点领域服务保障力度,促进经济金融良性循环。

在服务金融高水平对外开放方面,中国银行表示,发挥特色优势,当好服务高水平对外开放的排头兵。用好境外机构布局优势,发挥金融纽带作用,服务“走出去”和“引进来”,提升内外贸一体化金融

服务水平,助力加强境内外金融市

场互联互通,提升跨境投融资便利化水平。建设银行强调,紧抓共建“一带一路”、RCEP区域一体化等战略机遇,持续深化境内外、本外币一体化经营,推动重大外资项目落地,支持重点企业“走出去”。深入推动跨境人民币业务发展,稳慎扎实推进人民币国际化,做好稳外贸稳外资服务,用好供应链金融,促进全球贸易畅通。

国有四大行还表示,要统筹发展和安全,当好维护金融稳定的压舱石。工商银行提到,“持续有效推进房地产、地方债务、中小金融

黄金消费持续走热 银行“蹭热度”营销贵金属

■本报记者 彭妍

临近春节,黄金消费、投资的热度持续走高。

《证券日报》记者在走访中发现,不少银行密集推出了以龙年生肖为主题的贵金属产品,包括金条、转运珠、金钞、金币、金章等。与此同时,不少投资者消费热情高涨,也开启“买买买”模式。

多家银行推贵金属产品

今年以来,作为避险和资产保值增值工具的黄金,越来越受到投资者的重视,进而拉动了黄金投资热度,推升黄金价格。

在黄金消费热下,银行金融机构开始发力贵金属业务。今年以来,多数银行加大贵金属产品推广,纷纷推出贵金属专场活动,通

过优惠折扣的方式吸引投资者的目光。

据中国银行国贸支行的工作人员介绍,该行贵金属展会主要推出了生肖系列金条、龙年贺岁金产品,还有龙生肖金章、银条、纪念钞等諸多主题产品,涵盖了投资、收藏、礼赠、消费等各类需求。

农行德胜门支行网点客户经理告诉记者,对于黄金产品,该行纷纷推出不同力度的优惠活动。比如,从2024年1月15日至2024年3月31日,该行向购买自营黄金500克(含)以上的个人客户赠送保管箱一个。上述银行的工作人员还表示,每年岁末年初,都是银行贵金属的销售旺季。今年明显感受到客户对黄金投资热情的提升。

随着黄金投资热情高涨,银行顺势加大了对积存金的推广力度。今年1月份,中国银行、民生

银行、上海农商银行、广州农商银行等都推出与积存金有关的营销活动。比如,民生银行的“缴费抽积存金兑换券”活动。上海农商银行也推出了积存金活动,1月1日至12月31日期间,客户每月成功申购积存金满2笔可获得30元微信立减金,每月成功申购积存金满4笔,则可获得60元微信立减金。

“积存金”是商业银行推出的一款黄金类“产品”,投资者通过建立黄金积存账户进行投资,攒够一定的克重可以实物提取黄金,也可卖出变现。

对于近期银行加大贵金属营销力度的原因,中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平对《证券日报》记者表示,春节前后往往是黄金消费旺季。商业银行密集推出贵金属产品品鉴营销活

动,一方面可以增加非息收入;另一方面,也对银行的获客、活客有较大的促进。

需防范价格波动风险

银行营销频推贵金属产品,与近期黄金价格持续走高、黄金投资热情有所升温有关。

2023年,在多重因素交织下,全球避险情绪升温,黄金价格多次冲高,COMEX黄金价格一度冲破2100美元/盎司关口。进入2024年以来,看涨金价的观点占据压倒性优势。接受《证券日报》记者采访的业内专家表示,2024年金价或仍有上升空间。

“黄金消费热反映出投资者对避险和资产保值的强烈需求。特别是近年来投资收益率持续下行,作为避险和资产保值增值工

具的黄金,越来越受到投资者的重视。”工商银行管庄支行的客户经理告诉记者,黄金具有抵御货币贬值风险和多元化资产配置的作用。投资者通过增加黄金配置以对冲风险,并保持资产配置的平衡和收益的稳健,适合投资者进行长期配置。

展望后市,在杨海平看来,2024年,黄金作为避险资产仍有广阔的用武之地。同时,在去美元化和避险、保值考量推动下,全球央行增配黄金会持续,将金价提供有力支撑。综合判断,2024年黄金价格仍有一定的上升空间。

业内专家还提醒投资者,目前黄金价格处于较高水平,影响黄金价格走势的不确定性因素较多,从稳健投资角度,建议投资者保持理性,根据个人的风险偏好进行资产配置,防范潜在风险。