

编者按:经历数十年的“跨越式”发展后,一方面,中国经济金融体系仍然存在很多“揠苗助长”后的“短板”,如财富管理文化的匮乏和体系的缺失;另一方面,蓬勃发展的金融“试验田”里出现了很多令人眼花缭乱的“后现代”要素,如与国外几乎同步出现的、对传统金融造成巨大冲击的互联网金融与技术。

在“大财富管理”时代到来之际,青岛市全面启动财富管理金融综合改革试验区建设,担负起探索具有中国特色财富管理发展道路的重任。而对于在财富管理中是否应该承担主导作用尚存争议的银行机构来说,当务之急则是从移动互联网技术的渗透中寻找未来的发展模式。

青岛打造“金”字招牌 开启财富管理大格局

■ 本报记者 高洪艳

自今年2月国家11部委批准设立青岛财富管理金融综合改革试验区以来,财富管理成为青岛在“银色养老产业”、“绿色环保产业”和“蓝色海洋经济”之外又一张崭新的金色名片,青岛金融业也因财富管理而备受关注。

日前,在试验区核心区、青岛市金融中心——金家岭金融新区,由中国贸促会、《经济日报》社、青岛市人民政府、青岛市财富管理金融综合改革试验区发展委员会共同主办的2014金家岭财富论坛便将焦点锁定在金融改革与财富管理上。在多位国内外知名金融巨匠的头脑风暴和观点碰撞后,青岛建设财富管理金融综合改革试验区的努力与方向、中国特色财富管理模式的模式和实现途径,渐渐变得清晰起来。

财富管理将更加注重普惠金融

中国经济的快速发展带动了社会财富的快速积累,公众财富管理意识和需求不断增强,特别是随着利率市场化、人民币国际化等金融改革的不断深化以及互联网金融等创新业务持续兴起,中国的财富管理行业迎来了广阔的发展空间。

除此之外,“金融服务实体经济的改革方向,将给财富管理行业带来重要的发展契机;大资本时代的到来,资产管理新政的相继出台,将深刻影响财富管理行业的发展模式和市场格局。”据中国华融资产管理股份有限公司董事长赖小民介绍,2013年,银行、证券、信托、租赁、保险还有各类基金公司六分天下,各种渠道都在积累和管理财富。

澳大利亚前贸易部长克雷格·埃莫森也指出,随着财富不断累积,越来越多的高净值人士(指个人金融资产和投资性房产等可投资资产在600万元以上的社会群体)需要通过专业机构管理财富,利用股权、房地产、债券还有其他金融资产帮助其获得回报,而进行这样的财富管理要面临很大的挑战。

但是,深圳证券交易所总经理宋丽萍认为,颇具规模的高净值人士是财富管理市场的高端客户,受到重视无可厚非,但是过度关注这类人群并不可取。“如果优质的财富管理服务主要提供给高净值人士,而普通人只能得到性价比相对较低的财富管理服务,这在客观上会进一步加大已经较为严重的收入分配差距,不利于社会公平,也会让财富管理市场发展的社会基础变得脆弱,覆盖面狭窄,更不利于财富管理市场拓宽发展空间。”她说。

普惠金融成为2014金家岭财富论坛的一大议题。交通银行副行长朱鹤新发言指出,普惠金融旨在使金融改革的红利惠及更多人群,是为了全方位、高效率地为社会所有阶层和群体提供系统的金融服务。

“我认为,与传统金融财管服务偏重富人及高财商人群不同,普惠金融着力关注的是收入较低的高成长人群。”朱鹤新说,通过技术和营销创新,降低享受金融服务的门槛,通过合规竞争提高透明度和效率,从而释放金融改革的红利。他指出,普惠金融与财富管理各有侧



重,但相互促进——财富管理的专业性为普惠金融的发展提供了借鉴模板,普惠金融的全民基础性又为财富管理

财富管理需要有互联网时代思维

但是,在高净值人群之外,财富管理是否仍有商机呢?这个问题实际上已经有了答案。去年6月,支付宝推出“余额宝”,仅用半年时间就拥有了8100万用户,资金累计将近5000亿元。宋丽萍指出,虽然各界对余额宝这个产品的看法目前仍有分歧,但其对财富管理市场发展的启发性不容忽视。“它让我们看到,在高净值人群之外,存在一个人数众多、潜力巨大、需求旺盛的客户群,‘全民理财’的大门并没有想象得那么远。随着城镇化以及居民收入水平的提高,这一客户群还会不断地扩大。”

宋丽萍认为,中国财富管理市场兴起于互联网时代,互联网已经深刻改变了很多行业,财富管理行业和财富市场的发展也需要有互联网时代的思维。互联网和大数据技术为金融业创新发展提供了强大的技术实现手段,低成本地满足庞大客户群的多元化财富管理需求已经成为可能。

“互联网金融是对传统金融的挑战、延续,更是一种金融新业态,特别有利于实现普惠金融,是非常好的平台。”赖小民如是评价。

中国人民大学法学院副院长、互联网金融法律研究所所长杨东也对互联网金融给出了高度评价。他指出,互联网金融的崛起可以从根本上改变财富管理的格局,比如,通过大数据金融和数字金融,打破对担保的过度依赖;可以对财富管理产品进行私人定制,打破标准化、无差异产品设计模式;通过众筹金融,打破刚性兑付和担保机制,实现对投资者和金融消费者的保护;通过移动支付实现快速、便捷、高效、低成本的财富管理,使得全民理财时代到来。

杨东认为,互联网金融开启了财富管理的大格局,它能够打破富人对财富管理的垄断,使普通的老百姓能够公平享受金融服务,真正实现普惠金融。

“由于互联网金融填补了传统金融服务的不足,投资产品的不足、投资渠道的不足、投资服务的不足,所以在内地获得了惊人的发展。”不过,香港金融发展局主席、中国证监会前副主席史美伦认为,互联网金融在客户资金存管、风险控制等方面存在诸多风险,因此还须加强监管。

财富管理的目标是服务实体经济

究竟什么是好的财富管理模式?财富管理的目标是什么?对此,2014金家岭财富论坛的主题“金融服务

经济,财富创造未来”已经做出了回答。

“正是这个主题,标志着财富管理不是富人的游戏,不是资金的单纯运作。”全国人大财经委副主任委员、原中国人民银行副行长吴晓灵指出,改革开放使中国人的财富有了极大的积累,如何使财富保值增值是当前经济发展中的一个重要问题,处理好资金运作与物质生产的关系是财富保值增值的基础。

赖小民也认为,财富管理不仅仅是把钱放在银行里保值增值,更重要的是把居民闲散的财富通过金融机构的有效管理进行有效分配和再分配。财富管理不仅仅是为富人赚钱,更重要的是把财富引到国民经济发展,实体经济发展中来——这是财富管理最本质的东西,也是最高的境界。

众所周知,当前一个比较令人担忧的问题是金融热、产业冷。“这种状况对于中国未来财富的增长积累和发展是不利的。我们资金运作的财富管理一定要尽最大的努力缩短融资链、运作链,让我们更好地以更低的成本、更高的效率来服务于实体经济。”吴晓灵表示。

在吴晓灵看来,在中国的财富管理市场和金融市场运行中,存在着两个极大的扭曲,一个是刚性兑付抬高了中国的无风险收益率,减少了实业发展的资金可获得性。一个是金融机构对政府隐含担保保有期待,所以倾向于将资金配置给有政府背景的融资主体,而且会忽视对企业现金流的分析,致使信贷盲目扩张,在经济下行周期对企业形成加倍的打击。

实体经济融资成本高也是中国保监会副主席陈文辉的心头之忧。他发现,对黑龙江农垦大户来说,贷款利率已超过10%,而且手续非常繁杂。合肥六安市的农户则干脆不去向银行申请贷款,直接靠民间相互借贷来解决问题。他建议对保险资本进行财富管理,有效应对投资周期长的国家基金项目或者民生项目,如基础设施、交通、能源等领域。

互联网渗透 改变传统银行商业模式

■ 陆岷峰

互联网和金融的结合,使金融商业模式发生了根本性变化。在互联网给社会生活带来的变化处于由量变到质变的关键时期,商业银行并不能独善其身。更多的企业希望得到安全、快捷、操作简便的网上银行业务。电子商务已经充斥各行各业,从线上到线下,企业的管理模式、运作模式和财务模式都在深刻变化;电子货币和电子支付的快速覆盖,对实体货币产生了冲击,而银行以纸币为核心,更多的受到来自网络的冲击,代理业和结算业务份额都将减少。

另外,互联网金融业正从单纯的支付业务向转账汇款、跨境结算、小额信贷、现金管理、资产管理、供应链金融、基金和保险代销、信用卡还款等传统银行业务领域渗透。越来越多的公司申请了第三方支付牌照,他们截留了银行的大量结算业务,致使银行中间业务缩水,金融脱媒化趋势将对商业银行传统经营方式和结构提出严重的生存挑战。

所以,展望银行业未来的商业模式,渠道电子化将是一大特征。未来,客户对银行服务的需求将是无时无处、不分时间和地点的全天候、实时的业务需求,任何客户都可能在任何时间、任何地方以任何方式和渠道发起任何交易。商业银行的实体网点显然无法满足这一类快捷、便利的金融服务需求,只能通过基于通信网络技术的自助式服务才能满足这种需求,并增加客户的粘性。电子化自助式服务渠道具有延伸服务、叠加服务、降低成本和风险的优势,将取代或迫使遍布大街小巷的传统银行营业网点转型。银行间的竞争优势将不再取决于分支机构及网点等物理渠道的数量,甚至物理网点将成为个别银行的负担。商业银行会延伸出电子化的虚拟“网点”和“柜台”,以金融互联网、社区智能银行、移动支付为载体,为客户提供全天候金融服务。

传统型银行业务模式中,对公业务方向是要积极把握新型城镇化建设、服务业崛起以及人民币国

际化等带来的对公业务机会,重点发展投资银行、资产托管、金融市场、跨境融资结算、供应链金融等金融业务。中小企业客户是重要的目标客户群体。零售业务重点发展消费信贷、个人经营贷、理财、私人银行、移动支付、保管箱、代理贵金属、书籍和高档商品销售等业务。除了中高端个人客户以外,女性客户、老龄客户、跨境客户和年轻消费型客户都是未来零售业务的目标群体。

随着国家鼓励民间资本进入银行业和信息技术的发展,越来越多的工商企业开始通过网络涉足金融业务,如支付宝、快钱等第三方支付互联网公司。金融企业通过各种代理、代销业务涉足一般商业活动。互联网金融使得银行与一般企业界限模糊,为了应对挑战,商业银行必须跨出门槛,为客户提供包括金融服务、信息服务乃至商业服务在内的一揽子服务,将业务边界无限拓展。

除此之外,银行还可以发挥自己在支付环节的优势,抢占“O2O”里的支付结算业务。所谓“O2O”就是“Online to offline”,将线下的商务机会与互联网结合在一起,让互联网成为线下交易的前沿阵地。如今,“O2O”打开的将是一个万亿元级别的市场,中国人在线上消费的比例已经远远超过线下消费。在实际生活中,网购消费其实只占消费者支出的一小部分,餐馆、理发店、干洗店、服装定制、KTV这些与生活息息相关的服务消费才是占据最大比重的,而这些服务必须要消费者到实体店去享受,这就是“O2O”所蕴含的巨大商机。银行若能主动介入到这一消费过程中来,将会获得相当丰厚的收益。而作为本身最擅长做支付业务的银行来讲,在“O2O”的支付环节,目前仅仅是“收银员”的角色。所以银行需要考虑如何发挥自己在支付环节的优势,将“O2O”里的支付结算环节填满,才能将线上、线下连起来,产生巨大的爆发式的力量。

(作者系南京财经大学风险管理研究所所长、教授,现供职于江苏银行总行)

