

新规落地! 现金管理类理财产品迎来严监管

6月11日,中国银保监会、人民银行发布了《关于规范现金管理类理财产品管理有关事项的通知》(简称《通知》)。自2019年12月下旬监管发布征求意见稿后,时隔一年半后,银行理财现金管理类产品的监管“靴子”终于落地。

■新快报记者 范昊怡

对投资管理、流动性和杠杆管控作出规定

早在2019年12月,银保监会、央行就已发布《关于规范现金管理类理财产品管理有关事项的通知(征求意见稿)》。《通知》相较征求意见稿并无太大变化,这也让市场有了充分预期。

具体来看,《通知》对现金管理类产品的投资管理、流动性和杠杆管控等方面作出规定。

在现金管理类产品的投资管理方面,《通知》要求,现金管理类产品应当投资于现金,期限在1年以内(含1年)的银行存款、债券回购、中央银行票据、同业存单,剩余期限在397天以内(含397天)的债券(包括非金融企业债务融资工具)、在银行间市场和证券交易所市场发行的资产支持证券等货币市场工具。不得投资于股票;可转换债券、可交换债券;以定期存款利率为基准利率的浮动利率债券,已进入最后一个利率调整期的除外;信用等级

在AA+以下的债券、资产支持证券等金融工具。

在投资集中度上,对每款拟使用的现金管理产品,调整同一商业银行的同业存款和同业存单与信用等级AAA的产品资产净值的比例。由“合计不超过10%”调整为“合计不超过20%”。

在流动性和杠杆管控方面,《通知》亦做了相应要求,加强投资组合流动性管理;规定现金管理类产品持有高流动性资产比例下限和流动性受限资产比例上限;要求现金管理类产品的杠杆水平不得超过120%;限制投资组合的平均剩余期限不得超过120天,平均剩余存续期限不得超过240天。

在过渡期设置方面,本次《通知》给金融机构预留了相对充裕的时间,整改需要在2022年底前完成,整体整改过渡压力对银行理财来说不会太大。

收益率下滑,将与货币市场基金持平

2018年资管新规发布以来,现金管理产品规模快速增长。据银行理财备案托管中心发布的数据显示,今年一季度末,现金管理理财规模为7.34万亿元,较2019年末增长近80%。占所有理财产品29.34%。

招联金融首席研究员董希淼表示,现金管理类产品在近年来增长比较快,主要是由于资管新规出台后保本型理财产品逐步退出市场,银行及银行理财子公司发行了比较多的现金管理类产品作为对保本型理财产品的替代。

一直以来,相比货币基金,银行理财管理类理财增厚收益的方法主要是资产端拉长周期、投资非标、信用下沉等方式,在理财收益率更有优势。然而,由于《通知》加强了在集中度、流动性、杠杆、久期等各方面的要求,在收益率上,现金管理产品以往通过监管套利,配置长周期、低流动性资产,采用信用下沉策略以提升产品收益率的模式将无法持续。现金管理类理财产品

品相较货币市场基金的收益率优势将明显收窄。

“主要是之前现金管理类理财配了大量的非标和长期限的资产,不满足要求。”有银行人士如是表示。《通知》出台后,银行现金管理类理财过去增厚利润的手段将被遏制,“投资范围和货基基本上一致了,和货基比收益没优势,竞争压力会很大。”

董希淼也认为,此次《通知》的出台主要是为了拉平现金管理类理财产品与货币市场基金的监管标准和要求,保证监管的一致性与公平性,“可以预见现金管理类理财产品的收益率接下来会下滑,最终将与货币市场基金趋同,但短期内不会很快下滑,因为过渡期比较少”,董希淼表示,现金管理类理财产品的规模短期内可能会有所收缩,但是从长远看,现金管理类理财产品还是银行理财产品的重要组成部分,这跟银行理财投资者结构及投资者的风险偏好有关系。

天河路商圈客流同比下降40%

有商场转战线上直播,有商场推出促销活动保营收



■响应在家过节,这个端午假期广州天河路商圈人流量有所减少。

■天环广场的智能消毒机器人。

刚过去的端午假期,在号召宅家过节的情况下,各大商圈人流骤降。即使在唯一仍供应堂食的天河区,平日最为繁华的天河路商圈的客流量同比下降也达40%。记者走访了解到,不少商场转战线上,开通直播或微信群吸客,也有商场迅速推出促销活动刺激消费。

■新快报记者 陆妍思

天河路商圈加强防疫措施

“这是商场的通行码,请扫码再入内,谢谢!”记者端午节走访天河路商圈,发现广州太古汇、天环广场、正佳广场、东方宝泰、万菱汇等商场都加强了防疫举措,除了测体温、戴口罩外,消费者如入场均要扫每个商场专属的“通行健康码”。扫码后,手机上会显示该商场名称,除了可以填报个人信息外,还可以添加同行人信息一并进行提交。提交成功后,顾客手机端会显示核酸检测结果、健康码等信息。

各商场除了对公共区域客梯、货梯、手扶电梯进行定时消毒,在人流密集的地区摆放空气净化器,在商场内增添多处防控知识宣传外,还加入了科技防疫措施,天环广场还增添了高科技“新员工”——智能消毒机器人。据介绍,这些智能消毒机器人会在天环各个空间中自主移动,并在指定的位置完成母婴级消毒液喷洒、紫外光照等混合消毒灭菌操

作,“顾客经过无需担心被喷湿,因为机器人会通过360°全息感知系统实时感知室内环境在进行消毒作业时自动避让大家,而且消毒液转化为干雾,采用母婴级别消毒液,有效杀菌的同时保证安全。”天环广场相关负责人对记者说。

多家商场转战线上创营收

进入商场后,记者发现人流量比平时周末明显下降。天环广场日日挤爆人的苹果店,罕见地出现了店员比客人还多的景象。广州太古汇此前天天排队的LV、CHANEL、爱马仕等奢侈品门店都不用等候随便进,广州文和友仅开20%面积堂食仍无需等号,与此前“五一”排队超过3000桌的热闹情况迥异。据天河路商圈统计,疫情发生以来,在一系列的防疫措施之下,商圈目前客流量同比下降40%左右。

疫情之下,多家商场都转战线上创营收,广百百货相关负责人介绍,由广百

开发的购物APP“广百荟”提早在6月12日开启618大促,SK-II、海蓝之谜、兰蔻等热门品牌推出限时85折套装,雪花秀、娇韵诗、爱慕等品牌轮流登上直播间卖货,让端午节宅家的消费者也能“保住绿码”无忧买买买。

天环广场则在微信公众号推文中贴出了各大品牌的折扣详情,同时附上店铺专属客服二维码。国内设计师服装品牌之禾的店员对记者说,去年疫情期间,他们就建立了微信客户群,不定时发新款或折扣款,可以线上付款快递到家。现在微信群的销量占比已越来越高。

太古汇推出满赠活动刺激消费

为了刺激消费,广州太古汇复制去年经验,于6月11日至20日上线“燃酷之夏,跃动好礼”促销活动,记者看到,其间顾客于广州太古汇消费满额即可获赠超市礼品卡及可在多个运动品牌使用的跃动消费礼券。

不过上述消费除了满额外还有附加条件,需当日至少累积两笔、最多三笔不同商户的消费,每笔消费需满人民币200元或以上。全场除了CHANEL及DIOR不参与之外,其他所有品牌均参与消费满赠,上至爱马仕、LV、GUCCI、PRADA等奢侈品牌,下至优衣库、Charles Keith等快时尚,以及Ole’超市、餐饮门店全部网罗。

记者发现,或许是在消费券促销的刺激下,虽然广州太古汇客流量较少,但顾客的提袋率却并不低。一位提着LV礼品袋的顾客对记者说,这天是来超市购买生活物资的,见到LV不用排队就逛一下,想不到心仪很久的一款手袋居然有现货,加上店员说现在有送券活动,于是立即下手。

此前广州太古汇总经理黄瑛接受新快报记者采访时曾表示,2020年在疫情最严重之时,广州太古汇不仅坚持正常营业,还当机立断在3月1日推出第一轮促销活动。作为高端商场,广州太古汇极少进行促销,去年却罕见地密集推出五场促销,拉动销售逾1.7亿元,极大刺激了业绩的恢复。

据太古地产年报显示,广州太古汇2020年全年业绩增长高达36%,下半年增长更达到强劲的65%,成为太古地产内地业绩最好的商场项目,高于成都远洋太古里和上海兴业太古汇6%及15%的销售增幅,而北京三里屯太古里和北京颐堤港的收入则分别下跌18%和12%。

今年以来,广州太古汇表现更为强劲,据太古地产发布的第一季度业绩显示,广州太古汇销售额增长169.6%,租用率达到100%。不过,随着广州最新一波疫情的出现,广州太古汇今年高开的业绩必定受到一定影响,再一次的当机立断促销能否奏效,尚要经受未来疫情走向及市场恢复情况的考验。