

诺亚控股发布三季度财报： 转型完成 业绩稳健 变革深入 品质发展

中国上海，2021年11月24日——诺亚控股有限公司(纽交所证券代码:NOAH,以下简称诺亚)公布了2021年第三季度财务报告。得益于聚焦主营业务“以客户为中心,以生存为底线”的主动深刻变革,三季度集团收入保持稳健增长。财报显示,诺亚控股钻黑客户数增长、活跃客户数、管理费收入等均表现亮眼。

诺亚控股创始人、董事局主席兼CEO汪静波在财报发布后的电话会议上表示:“诺亚经过了两年坚定的转型,在2021年上半年率先成功完成了非标资产清零,为诺亚在未来的健康发展奠定了基础。今天,我们比较从容地站在行业历史的拐点上,深刻意识到未来的发展、有品质的增长需要更加专注在财富管理和资产管理行业,诺亚也从一个创业初期、产品驱动的公司,向‘以客户为中心、以生存为底线’全面转型。”

变革转型不断深入 业绩持续稳健增长

诺亚的变革源于对“以客户为中心,以生存为底线”的思考。随着中国经济转向高质量发展阶段,以及行业的净值化下金融产品渐趋同质化,提升客户服务和体验才能打造差异化的竞争优势。客户的需求也会更专业、更复杂、更综合、更动态,需要不断深入对客群的精准洞察。

自开启“以客户为中心”的变革以来,诺亚的经营业绩持续向好。财报显示,第三季度诺亚控股继续保持稳健增长,净收入同比增长5.8%,达成9.1亿元(人民币,下同)。其中,随着长期期的私募股权和私募证券产品不断累积形成雪球效应,管理费收入录得5.7亿元,同比增长1.2%,创下单季同比新高。业绩报酬收入录得0.8亿元,同比增长16.5%;募集费收入录得2.2亿元,同比增长10.4%。

今年前三季度,诺亚控股非通用会计准则净利润已经达到10.8亿元,同比增长24.9%,完成了90%以上的全年盈

利指引。从核心业务数据来看,三季度诺亚给客户配置的总资产达240.7亿元,其中私募证券产品募集量大幅增长,达成105.5亿元,同比增长22.6%,环比增长36.8%。

业绩持续稳健的增长,也陆续获得权威机构的看好,在认可诺亚非标转标成功的同时,也肯定了诺亚的高增长潜力。8月,标普全球评级上调诺亚控股评级展望为稳定,并维持BBB-投资级信用评级;10月,星展银行发布首次覆盖报告,给予诺亚控股目标价56.25美元的买入评级,至此十家覆盖诺亚控股的投行全部给出买入评级。

10月,诺亚控股投资者开放日上,诺亚提出将持续专注于财富管理、资产管理行业和这两个行业的国际化、精细化管理,实现有品质的可持续高质量增长。三季度电话会上,诺亚控股CFO潘青表示,集团的总资产首次超过100亿元人民币,这是诺亚16年历史上又一个显著的里程碑。

资产管理结构持续优化 投研赋能打造客户财富底仓

资产管理端,在夯实了投研能力的基础上,聚焦主动管理,力争成为最懂高净值客户的资管公司,并通过目标策略产品,成为客户财富底仓的首选品牌。

财报显示,歌斐AUM结构持续优化,三季度歌斐资产的管理规模为1560.8亿元,在完成存量信贷资产退出后持续企稳回升。其中私募股权的管理规模达到1303.5亿元,较去年同期增长14.2%,依然是中国最大的市场化的私募股权母基金之一。歌斐主打的一级市场S基金,坚持客户需求洞察先行,在前五期优异表现的基础上,四季度重磅推出第六期,获得市场热烈反应。

歌斐的目标策略基金,是深度理解客户需求,锚定客户“目标达成”的需求,而特别设计的多策略基金。截至2021年9月30日,目标策略产品全部达成目标回报,在市场动荡时,有效地降低了组合波动,获得了相对稳健的超额收益,发挥了稳健低波动的财富底仓作用。

歌斐希望做大目标策略产品,持续保持S基金的行业领导地位、充分利用头部GP生态圈做强跟投,并持续打造投研与数智化的系统能力,力争成为最懂高净值客户的资产管理公司。未来,歌斐搭建了数字化转型的蓝图规划,2021和2022年主要围绕投研行为线上化、数据治理及结构化、存续体验提升的目标展开。

客群洞察再度进阶 钻黑客户再创新高

今年以来,诺亚围绕客户需求持续深入推进“铁三角”服务模式和体系化的深度精准客群洞察,力求成为高净值客户百里挑一的财富管理公司。同时,数字化转型助力着诺亚从“产品驱动”到“以客户为中心”的变革,在过去两年诺亚坚决地加大对科技的投入,重塑客群发展、客户经营、解决方案、运营管理等全业务流系统。

财报显示,诺亚钻石客户在2021年前三季度增长了14.6%;黑卡客户在2021年前三季度增长了22.3%,铁三角的服务模式被诺亚的核心客户群认可。诺亚的客户活跃度也同时稳步提高:2021年第三季度诺亚的高净值客户群体,活跃客户数(含公募基金)同比增长3.7%,环比增长4.8%;传统口径下的活跃客户数在三季度同比增长25.5%。

钻黑客户数的持续增长充分得益于“铁三角”服务模式的深入推进,通过“1+1+N”的服务模式,即1个客户关系经理(AR)加1个交付专家(FR)加N个产品专家(SR)的协同服务,有效提升了客户服务体验,增强了客户黏性。诺亚控股CFO潘青表示,钻黑客户群的强劲增长反映了铁三角服务模式和拓客模式升级的成功实施,也源自于得到了战略支出预算的支持。从长远来看,扩大这一客户群将继续是一个关键的

战略重点。

通过超新星计划、3K匹配、铁三角服务等一系列的创新型模式与打法,联动服务客户,是诺亚控股“以客户为中心”战略落地的核心。铁三角3R(AR、SR、FR)围绕“以客户为中心”的服务模式,实现了内部的协作赋能,3K(KYC、KYA、KYP)系统的上线,帮助铁三角更加精准为客户匹配产品,“超新星”计划帮助铁三角为客户提供更高品质的服务。

战略客群一直是诺亚控股客户拓展战略的重要支柱,包括境内外上市公司客群、非上市龙头企业客群、歌斐资产的被投企业生态客群等。基于客群需求的深刻洞察,诺亚控股不断打磨体系化的产品解决方案能力,以集团“空军”+城市“地面部队”的集成式打法,从传统的C to C模式到 to B与to C相结合的模式,形成立体的、多源头的客群识别和拓展策略,构建“以客户中心”的差异化服务能力,提高服务质量效率。

在11月杭州举办的“第二届上市公司高峰论坛”上,诺亚控股发布《2021年中国上市公司司库洞察报告》,对中国上市公司司库管理所面临的经济和政策背景、最新趋势、经典案例和解决方案建议等方面做了阐述,也是战略客群服务能力逐渐提升的集中体现。

以专业金融人才为本 激活组织能力深化变革

财富管理市场在不断成熟,客户也更加理性,诺亚引进了组织改革。诺亚持续推进的“以客户为中心”的变革,核心是建设“组织能力”,把个人能力沉淀为组织能力。

今年,诺亚引进了全球化的顶级咨询力量光辉国际,通过岗位称重体系化为组织赋能。在人才端以专业金融人才为本,突破佣金为主的分配模式,激活组织能力。逐渐从过去的偏重产品推动的组织结构,到今天围绕着以客户需求、定制化的解决方案、以及更看重客户体验的新的组织结构和业务场景。

作为诺亚变革关键的组织人才变革项目,也得到了行业领先人力资源智库众旗(HRflag)创立的备受业界推崇的“极帜奖”(Flag Awards)获奖者标识,荣膺“极帜奖”2021最佳人力资源管理项目,以及由中国领先人力资源媒体公司HRooot颁发的“2021大中华区卓越雇主”。

可持续发展报告获AAA评级 持续为绿色GDP贡献力量

自成立以来,诺亚控股一直坚持可持续发展理念,并积极携手客户履行企业社会责任,推动社会的共同富裕与可持续发展,至今已连续七年发布可持续发展报告。11月,作为第四届进博会的重要环节,由工业和信息化部与联合国全球契约组织共同主办的企业社会责任国际论坛上,工信部授予诺亚控股优秀企业社会责任报告最高AAA评级,是为数不多获此高评级的民营金融企业。

为响应联合国生物多样性缔约大会(COP15)精神,作为阿拉善SEE会员并长期支持“诺亚方舟项目”核心企业之一的诺亚控股支持并参与了“崇明东滩生物多样性公益系列活动”,并发起了首届诺亚方舟绿孔雀生物多样性保护音乐会,为保护极度濒危的绿孔雀筹款。

此外,诺亚控股作为中国区“透明度和报告”类别获奖主体,荣膺2021年度联合国妇女署亚太区WEPS奖项。9月,诺亚财富可持续发展理念获中国经营报与中经未来认可,荣获“年度ESG责任企业”大奖。10月,在财联社举办的2021 ESG高峰论坛暨评选颁奖典礼上,诺亚财富蝉联了“中国企业ESG最佳案例奖”,成为在环境、社会、公司治理三方面全面发展的企业案例。同时,诺亚的卓越案例被收录进财联社联合商道纵横共同发布的《2021中国企业ESG案例白皮书》,为其他企业开展ESG实践提供参考。

今年,诺亚已经在境内的微笑基金和境外的iNoah平台上线了ESG产品专区。汪静波表示:“诺亚将坚持高质量发展,继续为可持续发展和绿色GDP贡献力量。”

展望未来,汪静波表示:“2021年,我们更加深刻地感受到中国经济由高速增长阶段转向了高质量发展阶段,中国经济进入了一个‘新型确定性’时代,唯一确定的就是确定性。监管趋严是全球性的,合规是生命线,是竞争壁垒,诺亚尊重常识,敬畏市场。经过16年的发展,我们越来越清晰自己的定位,也更坚定了在财富管理、资产管理行业中深耕的决心。诺亚的核心价值观,是坚持以客户为中心、以生存为底线,连接全球卓越的资产管理公司,持续改进,成为时间的朋友。”