

# 最高提升200亿元! 多家理财公司上调产品募集规模

2024年以来,随着存款利率下调,在大额定期存单、储蓄国债等产品受到投资者青睐的同时,理财公司也掀起了新一轮上调募集规模上限“吸金潮”。近期,招银理财、光大理财、农银理财等多家理财子公司均发布公告,上调旗下部分产品募集规模上限,上调幅度最高达200亿元。上调募集规模上限的理财产品以定期开放式产品居多,产品主要投向债券、优先股、非标准化债权等多类资产。

■新快报记者 范昊怡

## 上调募集规模满足投资者需求

3月11日,光大理财发布公告称,根据客户需求,公司计划对“阳光橙安盈5号(15M定开)”产品募集规模上限进行调整,由30亿元调整为50亿元。光大理财“阳光金15M丰利(定制14期)”理财产品募集规模上限也将由30亿元调整为50亿元。

同日,招银理财也发布公告称,自3月19日起对招银理财“招睿嘉利日开14个月持有1号固收增强理财计划”进行规模调整,规模上限从20亿元上调至50亿元。

徽银理财自3月12日起,对旗下“徽安活期化净值型理财产品190001”募集规模上限调整至530亿元。交银理财也于3月14日调整交银理财“稳享灵动慧利日开1号(30天滚动持有期)”理财产品规模上限,从10亿元上调至20亿元。

此前,农银理财于2月26日发布

公告,表示将“农银时时付”8号开放式人民币理财产品的规模上限由300亿元上调至500亿元。2月29日(含)开始,将“农银时时付”6号开放式人民币理财产品规模上限由300亿元上调至400亿元。

这是继2023年末逾百只银行理财产品宣布调整资金募集上限后,理财公司相继上调产品募集规模,此次上调募集规模上限的理财产品以定期开放式产品居多,从多家理财公司公告内容来看,上调产品募集规模是满足投资者的需求。

## 理财产品规模将缓慢上升

随着今年债市走牛,银行固收类产品收益率大幅上升,银行理财的资产管理规模也出现了明显增长。

中信证券测算的数据显示,2月份,理财产品收益率保持高位,纯债型和非纯债型固收类理财产品平均收益

率分别为4.04%、5.3%。其中,纯债型固收类理财产品延续较好的收益表现,非纯债型固收类理财产品收益率较1月上升1.94个百分点。伴随银行理财产品收益的回升,银行理财子公司管理规模也在明显回升,银行理财市场2024年2月末时点、日均存续规模分别约27.7万亿元、27.56万亿元,较2024年1月末分别上升约0.83万亿元、0.46万亿元。

融360数字科技研究院分析师刘银平分析认为,理财产品规模主要受自身投资收益表现及竞品的收益表现影响,预计未来规模会缓慢上升。

展望未来,刘银平认为,一方面,理财产品业绩明显好于去年,投资者信心得到提振,银行及理财公司也在跟随市场情形不断优化资产配置策略;另一方面,近两年银行存款利率持续下调,可能会有部分资金流向理财领域。



## 中和农信递表港交所 近三年贷款利率超15%

新快报讯 记者刘艳爽报道 近日,提供综合助农服务的中和农信正式递表港交所。靠提供助农贷款起家的中和农信,贷款利率水平很高,但公司盈利能力不佳。此前吸引了诸多重量级投资者,但由于配发优先股涉及赎回条款,今年年末能否上市将对其至关重要。

## 贷款不良率低于农商行

中和农信是一家提供综合助农服务的企业,公司最早由农村贷款机构转型而来,农业贷款是其主要业务。根据弗若斯特沙利文的报告,中和农信在面向中国农村市场的非传统金融机构中排名第一。

从营收占比看,截至2023年前三季度,中和农信来自于农村普惠信贷服务的收入为14.78亿元,占总营收的比重为65%,这个比重远超其农业生产服务和农村消费品服务,两者分别占总营收的27.3%和7.5%。

中和农信提供的直接贷款利率不低,招股书显示,2021年、2022年和2023年前三季度,中和农信的农村普惠信贷业实际贷款年利率可达到17.5%、17.9%和17.8%。同时,中和农信的不良贷款率较低,截至2023年9月末,其30天以上违约率、90天以上违约率分别为1.83%、1.38%,明显优于农商行的同期表现。

然而,这些并未给中和农信带来较好的业绩反馈,2021年和2022年,中和农信分别录得亏损3644万元和2亿元,2023年前三季度实现22.72亿元营收,录得净利润3.31亿元。

数据显示,营销费用是导致中和农信利润较低的最重要原因。2020年至2023年前三季度,中和农信销售及营销开支占总收入的比重长期高于30%,招股书显示,目前中和农信的乡镇服务团队都是从当地居民中精选得到,其还要求乡镇服务团队必须与其所服务的农户居住于同一乡镇等。

## 上市需求迫切

记者留意到,导致2021年和2022年业绩亏损的另一个重要原因,是可赎回优先股公允价值产生较大变动,形成的亏损额占总营收比重超20%。

可赎回优先股的持有人包括全球最大私募股权投资机构美国德太投资集团(TPG)、蚂蚁集团全资子公司API、安大略省教师基金会全资子公司OTPP、中金公司全资子公司CWI、淡马锡等数家知名资本机构。

可赎回优先股的存在导致中和农信存在大量负债。截至2023年前三季度,该公司负债总额为129.8亿元,其中计息借款、已发行资产支持证券、可赎回优先股分别为35.6亿元、18.41亿元、63亿元,分别占总负债的27.4%、14.3%、48.5%。而同期中和农信的账面资金仅剩11亿元。

按照可赎回优先股的约定,在中和农信向港交所首次提交IPO申请后,赎回权不再可行使,但如果公司的IPO申请因任何原因遭撤销、拒绝、失效,或IPO无法于2024年12月31日落实,赎回权将恢复为可行使。若要回购投资者的股权,势必对中和农信的资金链造成冲击。

## 消金公司管理新规出炉 准入门槛大幅提升

新快报讯 记者张晓茵报道 征求意见发布三个月后,3月18日,修订后的《消费金融公司管理办法》(下称《办法》)发布,自4月18日起施行。

在准入标准方面,《办法》对消费金融公司主要出资人的持股比例要求,从不低于30%提高至不低于50%。金融机构作为消费金融公司主要出资人,最近1个会计年度末总资产由原不低于600亿元提高至不低于5000亿元或等值的可自由兑换货币;非金融企业作为消费金融公司主要出资人,最近1个会计年度营业收入由原不低于300亿元提高至不低于

600亿元或等值的可自由兑换货币。消费金融公司至少应有1名具备5年以上消费金融业务管理和风险控制经验,并且出资比例不低于拟设消费金融公司全部股本三分之一的出资人。

在强化风险管理方面,《办法》特别强调了消费金融公司的自主风控能力,要求担保增信贷款余额不得超过全部贷款余额的50%。同时,还规定了流动性比例不得低于50%。

此外,《办法》新增了“消费者权益保护”“合作机构管理”方面的内容。要求消费金融公司将消费者权益保

护纳入公司治理,建立健全消保工作机制,设立消费者权益保护委员会,健全完善消保信息披露机制、个人信息保护制度,加强消费者适当性管理。此外,要求消费金融公司加强合作机构名单制管理、集中度管理,对合作机构进行持续管理和评估,明确合作机构的禁止性规定,避免因合作机构特别是催收机构不规范催收侵害消费者合法权益的情形;要求消费金融公司落实催收管理主体责任,制定催收机构绩效考核与奖惩机制,依法合规开展委托催收行为,切实保护金融消费者的合法权益。

## Zara确认3月底撤出东莞、惠州

高价策略下,包括中国在内的“亚洲及其他地区”销售额占比下滑

新快报讯 记者陆妍思报道 近日,Zara母公司Inditex中国确定,将于3月底关闭位于东莞、惠州两地的Zara门店。其中,东莞星河城的Zara门店面积达2000平方米,曾是华南面积最大的旗舰店,也是目前东莞唯一的Zara门店。惠州华贸天地的Zara门店同样是当地唯一一家Zara店铺。两家门店月底的关闭,意味着Zara线下彻底撤出惠州、东莞两地市场。

对于一次性关闭两家大湾区门店,Inditex中国表示,中国是Zara的重要战略市场,除线下门店外,顾客可以通过官网、小程序、APP以及天猫和抖音进行在线购买。Inditex中国称,Zara将持续投资创新,继续专注于线上线下整合模式,更好地满足中国消费者的需求。

据统计,从2018财年至2022财年,Zara中国内地门店从179家减少到

119家,缩减约30%。不仅是Zara,过去五年间,Inditex旗下其他品牌也收缩了在中国的业务,Inditex在中国内地的门店总数从589家减少到242家。其中,Pull&Bear、Bershka和Stradivarius在2022年完全退出中国市场。

虽然在中国市场频频收缩门店,但凭着高价战略,Inditex集团业绩再次创下历史新高。其3月13日发布的最新财报显示,在截至2024年1月31日的2023财年,Inditex销售额达到359.47亿欧元(约合人民币2826亿元),但10.4%的增速较2021财年的35.8%、2022财年的17.5%明显放缓;净利润增长30.3%至54亿欧元(约合人民币425亿元),毛利率同比增加0.77个百分点至57.8%,是2016年以来最好水平。

欧洲地区仍是Inditex最重要的市场,贡献了Inditex超六成销售额。包

括中国在内的“亚洲及其他地区”销售额占比下滑,为16.9%,而在2020年这一数字为23.2%。

Inditex在收缩门店数量的同时推行“开大店”策略。2023财年,Inditex全球门店数量净减少123家至5692家,门店总面积增加2%至456万平方米;门店平均面积达到801平方米,也是历史新高值。

自2021财年开始,Inditex集团多次表示为应对原材料成本上升等风险,将进行必要的价格调整以保护利润率。根据公开数据,自2022年1月以来,Zara每个月的起售价都比上年同期提高了10%以上。“Zara越来越贵了,以前连衣裙定价一百多,现在普遍399元。”一位Zara熟客在社交平台吐槽。记者在Zara官方旗舰店看到,一条春季新品连衣裙定价为2799元。