

21世纪经济报道记者 胡天姣

深圳报道

平安银行在寻找新的业务增长曲线。该行在其2022年半年报中表示，将面向资本市场和直接融资，构建投行驱动的复杂投融生态。通过“投行+商行+投资”服务，布局基金生态和债券生态。

一方面，通过发行策略、投资工具、交易能力的全面升级，为客户提供专业解决方案，支持债券市场高质量发展；另一方面，围绕基金生态客群，通过私行募资能力、撮合服务能力、项目并购及退出能力、风险管理输出能力、科创企业投贷联动能力的全面升级，打造基金生态核心竞争力，支持资本市场快速发展。

平安银行零售业务总监、私财事业部联席总裁蔡灿煌表示，今年1-8月，私募（含固收部分）零售代销收入贡献占比约为36%，公募贡献占比约为18%。两块业务互补性很强，合作大于竞争，是“走好财富管理这条路的两条腿”。

“公募与私募无所谓高低重要。”他称，于银行而言，二者均是帮助客户实现财富管理的一种手段。从客户层面看，公募基金具有普惠性，它的低起点特征决定能触达更多的客户，也成为很多客户首次接触财富管理的首选。而私募基金因其高起点和较高的风险属性，更多面向高净值客户，满足其多元化的配置需求。

蔡灿煌说，很多时候客户先是配置了公募基金，进而在自己资产提升后能够更好的理解私募运作原理。公募为私募输送了部分客户；私募客户很多时候也同样配置了公募基金。这里不仅有资产配置的需要，也体现出长久以来形成的配置习惯。

平安银行私行财富部总裁洪帅认为，超高净值客户对定制化投资方案的需求也在快速上升，平安银行期待将其打造为该行新的增长曲线。

满足私募客户多元化资产配置需求

通过精选行业赛道，提升行研能力，平安银行丰富“募、投、管、退”四个环节核心产品体系，强化与平安集团内专业公司联动，不断深化与基金客群业务合作。

产品选取是竞争优势的核心。洪帅表示，平安银行设置开放式的产品货架。“在寻觅到好的产品时，平安银行的产品团队会主动出击，与对方建立联系。”

洪帅称，平安银行希望健康地销售产品，并非仅看数量。为此，平安银行招募了约100名投资顾问，通过一个完整的培训体系训练后者，以既了解客户，也了解产品。

。

强化投行专业能力是平安银行的重点，即发挥“产品+行业+跨境”的架构优势，建立总分行投资银行服务体系，强化投行产品创新，捕获市场明星项目，抢占重点行业结构性机遇。

据介绍，投研板块其实可被视为一个投研决策机制。该机制之下，平安银行会指导每一类客群的资产配置操作，如在此刻的市场环境中，应该分散配置哪类资产。进一步，在配置基金的比例中，团队会建议客户的资金配置权重。在对上述方面进行分析后，平安银行的客户经理才会正式开始与客户沟通。

蔡灿煌称，平安银行的投研平台汇集了平安理财、平安基金、平安证券等大部分平安集团的专业公司，具有不俗的科技与金融能力。投研平台会每月定期举办策略委员会会议，宏观市场与各个相关板块的负责人和投资经理都会参与其中，讨论对大类资产的配置建议，近期应重点关注哪些具体的产品。

今年以来市场整体行情跌宕起伏，对客户的投资情绪影响较大，公募基金市场的交易量较去年折腰下滑。蔡灿煌称，因资产层级较高，私募产品锁定期等特性，私募投资者整体情绪比较稳定，目前更多的是一个“账面浮亏”，而非“实际亏损”，私募客户接受程度较好。

“公私募基金产品易受市场环境的影响而出现波动为资管行业正常现象。”蔡灿煌说，平安银行代销基金产品的引入严格按照资管新规，遵循“先机构准入、再产品准入”的基本原则，同时在合作机构准入、基金产品准入与基金产品检测方面设置严格的规则。

数据显示，2022年上半年，平安银行新增私募股权基金托管规模144.08亿元。

寻找新潜力增长曲线

银行近年均加大业务转型的力度，代销保险、代销基金等代理业务所取得的手续费及佣金收入正逐渐成为其促进中间收入增长的重要抓手。

同时，上市险企重新聚焦银保渠道，持有银行牌照的保险集团也加速探索保险业务与银行业务的融合。

从业务发展趋势的角度出发，平安银行行长特别助理蔡新发表示，客户的需求是在逐步向高中收产品迁移：从存款、理财等基础理财需求，逐步向基金、保险等投资类、保障类产品迁徙。

2021年，平安银行总行提出的“大财富管理”战略，即通过“银保改革”，打通原财富管理板块业务和银保业务，建立一支懂保险且愿意从事保险的财富管理队伍。

蔡新发表示，平安银行代销保险的业务量在上升，超高净值的大单客户在增多。与传统的代理人相比，客户经理在介绍产品方面较为专业，客户接受度由此也相对高一些。

其称，平安银行未来也在布局顶尖的保险业务，在该领域投入力度相当大。“在海外银行中，保险中收普遍占零售收入30%-40%，目前，平安银行该数值约为11%，仍有不小的市场潜力与空间。”

数据显示，2021年，平安银行实现代理保险手续费收入15.16亿元，同比增长15.1%。2021年，平安银行财富客户人数为109.98万户，增长17.7%，管理零售客户资产（AUM）为31826.34亿元，同比增长21.3%。

洪帅说，随着高净值客户数量不断增多、投资经验的不断积累，在对新的投资方式和投资标的都有了较好的接受基础。如，此前在高净值客户中比较小众的量化策略、CTA策略、REITs等，随着财富管理市场的发展以及投资者教育的持续推进，越来越多的投资者开始配置这些资产，投资者对于新的资产类别的接受度也有了较高的提升。

他认为，另一个更重要的趋势是，超高净值客户对定制化投资方案的需求也在快速上升，平安银行同时也在围绕这一新的变化或趋势进行布局，并期待将其打造为平安银行新的增长曲线。

据介绍，围绕超高净值客户经营，平安银行做了一系列探索，其中包括顶级私行业务体系构建，针对超高净值客户提供包括“平安家族办公室、综合金融方案、特色圈层拓展”等定制化、综合化服务等。近期，该行正在深入推进买方投顾“平安50”项目，通过引入外部投顾，联合打造“平安锦和金”系列私享定制FOF产品。

洪帅补充，买方投顾服务模式近年市场关注度高，依托向客户提供的包括投前、投中、投后一体化的陪伴服务，正逐渐成为财富管理领域的趋势性业务之一。

更多内容请下载21财经APP