

本报记者 袁元

8月20日，中国财富管理50人论坛2022年夏季峰会在北京举行，建信理财董事长刘兴华在发言中首先回顾了银行理财走过3年历程后取得的4个标志性的成果：一是以旧代新。净值型的产品替代预期收益型老产品，理财的收益开始了波动。二是三单代池。也就是单独管理、单独建账、单独核算替代了资金池。三是市值计价。市值法替代了成本法估值，理财产品的净值开始波动。四是要公私分开，权益资产的私募不准公募，名股实债受到限制。

刘兴华认为，应始终按照金融规律和理财文化办理财。建信理财秉持了建行的优秀传统，相对保守的文化，审慎稳健的风格、合规发展的理念，系统的风控能力，始终遵守法纪，按照金融规律办理财。

如果以做成“百年老店”为要求，理财公司的企业文化以及用人准则，对公司的影响可能比投研、投资、交易更为重要。尤其在复杂的环境里，用人显得尤其重要，必须在复杂的结构中用明白人，在巨量的交易投资中用清白人。

刘兴华认为，理财公司的核心竞争力就是“稳”。一是收益稳而不高；二是净值稳而不破；三是风格稳而不偏。这种“稳”源于银行母体的资源禀赋。理财的触角不可伸得太长。在中国中产及以上群体可能是理财产品的购买主体，理财虽有普惠特征，但与银行存款相比，毕竟属于投资范畴，很难做到人人都会买理财。大中城市是银行理财的主要市场，银行理财的深度和广度可以提升，但对于县域、乡镇以及广大农村，银行理财的广度和深度就不宜太广、太深。

刘兴华认为，目前，理财市场进入全面净值化时代，但理财客户对产品兑付的要求短期内难以突破。市场对“卖者尽责，买者自负”虽已知晓，但对“管者有责”似乎要求更高，资管业务发行与兑付能力决定了理财业务的发展规模。

理财公司的规模应不超过居民存款的50%为宜，理财公司不可能无限发展，整体规模应当以不冲击影响银行的整体流动性为上限。我国的居民存款到6月底是112万亿元，银行理财规模的未来宜在50万亿元上下大体稳定下来。

刘兴华表示：到今年6月末，建信理财公司服务客户超过1600万户，支持了京津冀、长三角、西部大开发、东北振兴、粤港澳大湾区等重点区域的投资规模超过7000亿元，支持实体经济的规模1.24万亿元，支持资本市场的规模1.13万亿元。

展望未来，理财公司需要完成自己的“成人礼”。一是要自立门户，具备极强的独立能力。二是要成家立业，在各个板块做到精耕细作。三是要回报社会，为社会作出应有的贡献。

(编辑 张钰鹏)