



李利明：关注理财子公司的 声誉风险



文/新浪财经意见领袖专栏作家 李利明（北京道誉企业管理服务公司
执行董事）



理财子公司作为经营风险、管理风险的金融机构，其经营管理中的各项风险都可能经网络传播或媒体报道转化为声誉风险。自从 2019 年 6 月首家银行理财子公司——建信理财开业以来，多家理财子公司出现过理财产品跌破面值的情形，几家理财子公司的管理层频繁变动，甚至有理财子公司的董事长及其他高管人员接受审查调查，这些都成为媒体关注报道的内容，给被报道对象带来了声誉风险。

笔者认为，未来一段时间，理财子公司面临严峻的声誉风险压力，各类风险都可能转化为声誉风险，其中，监管及合规风险、母子公司风险传染、合作方风险和消保投诉是最突出的声誉风险隐患类型，需要做好重点

关注和防范。

监管及合规风险

监管机构发布《资管新规》、允许商业银行设立理财子公司的初衷是“规范金融机构资产管理业务，统一同类资产管理产品监管标准，有效防控金融风险，引导社会资金流向实体经济，更好地支持经济结构调整和转型升级”，对理财子公司的设立和开展资产管理业务有着严格的审批标准和监管要求，从某种程度上说，理财子公司承担着银行理财业务“非标”转“标准”、“固定收益型”转“净值型”、引导金融投资支持实体经济等任务，监管机构并不希望理财子公司成为规模快速扩张、实现高额收益但风险隐患重大、消费者保护不力的金融机构。一旦理财子公司出现了这样的苗头，一定会遭遇严格的监管措施，如对于非标产品处理的进度、净值型理财产品的占比，对使用成本法对理财产品估值的限制，等等。针对监管机构对理财子公司提出的业务方向、规定时限和估值方法等方面的要求，媒体都会比较各家理财子公司的相关指标和数据，报道哪家公司未能如期达标，引发声誉风险；一旦有理财子公司未能满足监管要求，或是因为其他原因而导致监管行政处罚或者监管通报批评，必将受到媒体的高度关注和重点报道，引发重大声誉风险。

母子公司风险传染

虽然《商业银行理财子公司管理办法》要求银行理财子公司与其主要股东之间等应当建立有效的风险隔离机制，并特别强调“确保机构名称、

产品和服务名称、对外营业场所、品牌标识、营销宣传等有效区分，避免投资者混淆，防范声誉风险”，银保监会在 2021 年年中工作座谈会上也提出“建立理财子公司与母公司的风险隔离机制”，但在现实中，如何防范母子公司风险传染，特别是声誉风险之间的相互传染仍然是一个全新的考验。究其原因，一是理财子公司的品牌还是建立在母行品牌的基础上，从名称上一眼就能看出母行是谁，投资者之所以敢放心购买理财子公司的产品，很大程度上还是基于对母行的信任；同时，各家银行在半年报和年报中介绍零售业务发展成绩时，理财子公司的业绩都被放在了显著位置，并特别强调理财业务的一体化与全行的协调，如招商银行半年报披露“各子公司结合差异化优势，主动融入大财富管理体系，体现了多牌照服务的优势。招银理财产品规模跃居市场第一，为零售 AUM 增长发挥了基石作用”，这种表述更增进了投资者将理财子公司与母行视为一体的认知。二是理财子公司的产品主要还是通过母行的网点和渠道进行销售，销售给母行的客户，母行的销售人员在营销过程中不可避免的会强调这类产品“还是银行自己的产品”、“和之前销售的理财产品一样”、“理财子公司就是把银行的资产管理部单独分出去，产品没啥区别”等等，绝大多数客户还会把理财子公司与母行视为一个整体甚至一家机构。在这种情形下，一旦客户就产品的风险、收益和流动性问题等与理财子公司发生冲突，首先找的就是销售产品的母行，如果发生投资者到网点静坐等群体性事件或者找媒体曝光，母行都会首当其冲，并且不能以“这是理财子公司的产品，不是我行的产品，我行仅是代销”等话术来搪塞客户，母行与理财子公司

的声誉风险难以分离。同时，如果母行经营业绩大幅下滑甚至出现亏损、主要行领导出现重大变动、因重大违规问题被监管机构处以巨额罚单等，在成为媒体关注报道的焦点时，投资者也会对理财子公司感到担心：经营状况是不是也很差？管理层是不是也有问题？管理过程中是不是也存在较多问题？母行会不会把风险转嫁给理财子公司？一旦投资者有这样的疑虑，母行的声誉风险将会直接传染到理财子公司，让投资者对理财子公司的信任出现下降。

合作方风险

过去两年来，理财子公司与各类金融机构开展了合作，除了母行是首要合作方之外，也与各类银行开展代销合作，如平安理财已经签约的代销行覆盖国有银行、股份制银行、省联社、城商行、农商行、外资银行和互联网银行，2021 年上半年通过该模式实现理财产品销量突破 600 亿元。此外，理财子公司与私募基金、公募基金等其他非银行金融机构开展合作，共同设计开发理财产品、将理财产品投资于合作机构发行的私募产品或者公募产品等。理财子公司与众多合作方开展合作，因合作方出现风险或者

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_27030

