

论文 NO. 2018 年 6

发表时间：2018 年 6 月 5 日

## 第三方财富管理机构如何实现高质量发展

王增武

摘要：《银行家》杂志联合新湖财富发布了“独立第三方财富管理机构研究报告”，希望这份报告能够给国内独立第三方财富管理机构，包括整个财富管理行业提供一些发展的思路，推动行业健康有序地发展。

声明：国家金融与发展实验室论文发表实验室工作人员的研究成果，以利于开展学术交流与研讨。论文内容仅代表作者个人学术观点。如需引用，请注明来源为《国家金融与发展实验室论文》。

### **第三方财富管理市场：虚位以待，前景广阔**

在国内以产品导向的财富管理市场中，除前述持牌金融机构下辖的各类金融产品和服务外，还有独立财富管理机构或家族办公室等非持牌机构。从小样本的调查结果来看，选择独立三方机构作为其资产配置服务机构的客户数占样本总量的比例最多不超过 30%。独立第三方财富管理机构拥有广阔的发展空间，市场前景客观。

### **国内发展现状：差异竞争，品质优先**

据不完全统计，目前我国以“理财公司”“投资咨询公司”等名字成立的独立理财公司达上万家。不可否认，在监管缺失的情况下，部分独立理财公司发展并不规范，风险意识淡漠、一味追求产品销售返佣的公司不在少数。但另一方面，也应注意到，在经历了市场的洗礼后，一批有思想、有谋略的独立理财公司正在崭露头角，他们在发展的过程中逐步明确了自己的市场定位，并在创新业务内容、探寻盈利模式、构建风控体系、完善团队建设等方面为整个行业的发展提供了有益的借鉴。

现阶段，国内第三方财富管理机构出现两极分化现象：一方面，中小企业代销转入地下。“99 号文细则”出台后，中小第三方理财机构并未停止代销业务，而是将“代销模式”转入地下，或出现一些“代销模式变种”，打监管擦边球。另一方面，大型企业向“产品端”转型。政策因素导致十多家大型信托公司已成立了财富中心，进而对第三方理财客户造成较大分流。

转型有两个方式：其一是合作开发理财产品。转型思路为合作开发理财产品，成为财富管理全产业链公司。例如与阿里巴巴旗下阿里小贷公司的私募信贷资产证券化产品。其二是寻找特色理财产品。恒天财富、展恒理财等第三方理财机构，利用代销能力强的优势，找到比较有特色的产品进行销售。

独立第三方财富管理机构的业务模式也出现了分化，呈现出专业多样化的局面。销售金融产品仍是目前国内独立理财机构的主要业务，但可以看到，部分独立理财机构正在努力将其主营业务向专业化、多样化延伸。一方面，相当数量规范化发展的独立理财机构将自己定位为中立的专业理财服务平台，并逐步由产品导向业务模式向客户导向业务模式转型，通过专业的风险控制机制，进行多元化的产品采集与筛选，并基于此，为客户制定个性化的专属理财方案。另一方面，部分独立理财机构积极开发个性业务，打造具有鲜明特色的“品牌形象”，促进了整个市场的业务模式呈现多样化发展趋势。报告分别列举了诺亚财富、展恒财富、好买财富的案例，详细对比了不同的业务发展模式以及各自的优缺点。除此之外，报告还详细地对国内独立第三方财富管理机构的盈利模式、产品体系、增值服务、风险控制、IT 系统等多方面分类研究，并分别列举了国内有代表性的一些财富管理机构案例进行说明，如新湖财富、展恒财富、恒天财富、宜信财富等，对每一个问题都分析的非常细致透彻，读者可以通过不同的案例对比，更加详细的理解我国目前独立第三方财富管理机构的发展现状。

## 未来展望：转换思路，探索适合自身发展的道路

从长期看，国内独立财富管理机构的发展趋势有二：一是以服务或产品驱动为主的模式。“服务主导模式”强调“客户关系”，以资产配置为导向，提供各类研究支持、资产配置方案、筛选产品和全方位财富管理服务。二是对中低端客户普惠性财富管理业态的发展，表现为基于互联网体系支撑便捷交易，提供标准化的产品和高度一致的客户体验。

总结分析国内外独立理财市场及机构成功的发展经验，为我们带来如下三点启示：第一，行业的健康发展需要适度的监管。在国际金融监管整体趋严的大背景下，国内独立理财市场的监管缺失显然不合时宜。第二，独立理财机构首先应明确自身的定位。一是业务层面，独立理财机构可以根据自己的优势和客户定位，创新个性业务，积极打造具有鲜明特色的品牌形象。二是客户层面，对客户群体进行细致科学的分类，深入分析不同客户群体的需求特征。第三，树立并落实核心价值观是企业能否取得长期持续成功的关键，这一点不仅适用于独立理财机构，也适用于其他所有金融机构。一流企业和二流企业的分野，不仅在于资源，更在于价值观的高下和对这种价值观的信守。