

5月24日，记者从用益金融信托研究院处获悉，上周（5月16日至5月22日）集合信托成立数量下滑，成立规模明显缩水。同时，发行市场也出现一定下滑。

记者注意到，上周集合信托市场股票策略的产品成立数量大增，但募集规模出现下滑。这与标品信托产品信息披露有关，同时证券市场波动也对标品信托募集带来较大影响。

有信托行业观察人士告诉记者，对于信托公司来说，转型权益投资是大势所趋。一方面，投资者教育需要做在前面；另一方面，在守护客户财富的同时，也需要从各个方面加强自身专业形象。

那么，从业人士如何看待市场的波动？客户过往基于非标投资培养出来的习惯能否适应未来的变化？

资金募集相对稳定

相关数据显示，上周共有318款集合信托产品成立，环比减少31.32%；成立规模为94.50亿元，环比减少37.40%。

从投向上看，上周工商企业领域的信托产品成立规模增长明显，而金融类信托和基础产业类信托位居各投向领域成立规模的前两位。

据统计，上周金融类信托的成立规模为40.96亿元，环比减少49.13%；房地产类信托的成立规模为2.21亿元，环比减少88.91%；基础产业类信托的成立规模为38.45亿元，环比减少5.78%；工商企业类信托的成立规模为12.85亿元，环比增加44.49%。

截至5月22日，今年以来集合信托市场累计成立集合产品9825款，累计成立规模3809.71亿元。

用益信托研究员喻智表示，可以看到，集合信托资金募集状况保持在相对稳定的状态。上周日均成立规模为18.90亿元，走势相对稳健，环比增加0.16%。

“整体来看，基础产业类信托表现依旧稳定，而标品类信托产品募集规模则出现相对较为明显的下滑。”喻智告诉记者。

发行市场方面，上周共有37家信托公司发行集合信托产品249款，环比减少40.43%；发行规模为180.06亿元，环比减少34.96%。

用益金融信托研究院指出，集合信托市场发行下滑，但日均发行情况保持相对稳定。当前集合信托产品以基础产业类信托为主，标品信托的发行规模波动性较大。

受到市场波动影响

记者注意到，非标信托产品方面，上周成立数量和成立规模出现一定程度的下滑。据统计，上周共有149款非标产品成立，环比减少44.40%；成立规模为60.24亿元，环比减少29.94%。其中，基础产业信托依旧表现稳健，成立规模占比继续上升，房地产类信托产品成立规模出现较大幅度下滑，不足3亿元。

收益率方面，上周非标类集合信托产品的平均预期年化收益率出现下滑，为6.95%，环比减少0.06个百分点；集合产品周平均期限为1.73年，环比减少0.02年。

标品类信托产品方面，上周成立数量和成立规模也出现下滑。据统计，上周共有169款标品信托产品成立，环比减少13.33%；成立规模为34.26亿元，环比减少47.28%。

喻智指出，上周标品信托产品的成立规模下滑，各投资策略的产品均有一定程度下滑，其中股票策略的产品成立数量大增，但募集规模下滑。一方面与标品信托产品信息披露有关，另一方面证券市场的大幅波动对标品信托募集影响较大。

从产品类型来看，固收类产品的数量占比下滑。具体来看，上周标品业务中固收类产品成立132款，环比减少21.43%；权益类产品成立30款，环比增加76.47%；混合类产品成立7款，环比减少30%。

从投资策略来看，固收策略产品数量占比维持稳定。据统计，上周固收策略产品成立数量为115款，环比减少10.16%；组合基金策略产品成立数量为29款，环比减少12.12%；股票策略产品成立数量为12款，环比增加140%。

转型权益投资是大势所趋

一位北方地区信托公司财富管理部门从业人士告诉记者，不同于一次性的产品和交易，投顾业务的立足点在于服务，即为客户带来价值，因此，需要尽可能地让投资者获得持续、不间断的较好体验，包括风险测评、选择产品、调仓、付费以及赎回离开等各个环节。

“从投资者自身来看，也需要对资产配置在理论和实践上的逻辑和方法有所了解。”该人士进一步指出，在产品选择时，需要选择与自己风险承受能力和收益预期匹配的产品，避免出现高估短期的波动，而忽略长期趋势。

该人士进一步指出，从客户过往基于非标投资培养出来的习惯看，主要包括以下几个方面：一是稳定收入人群对流动性需求相对较低，对于手上资金有多少可以用于长期投资较为清楚；二是客观上风险承受能力强，只是主观上风险偏好往往较低。此外，基于过往长期投资的习惯，在存续期内，对产品的关注相对较少。

一位不愿具名的三方财富理财师告诉记者，从过往情况来看，很容易出现牛市的时候，投资者担心错过了市场大涨，从而去选择市场上最火的、比较激进的方式进行投资，对风险的重视程度较为不足。

“投资者教育没有办法一步到位。”该人士坦言，需要看到的是，在市场情绪和投资预期相对较低的时候，客户往往更愿意以较为理性的态度看待相关分析。因此，对于理财师来说，积累在客户心中信任感的过程并非一蹴而就。在基于长期陪伴理念的同时，也不能错过市场调整带来的机会。

本文源自国际金融报