

中证网讯（王珞）2020年8月27日，南京银行全资理财子公司南银理财有限责任公司（以下简称“南银理财”）正式揭牌，这是江苏省首批获准开业的城商行系理财子公司。开业两周年以来，南银理财荣获了普益标准2022年“金誉奖”卓越理财公司、卓越投资回报理财公司和优秀固收类银行理财产品等多项荣誉；去年在全市场率先完成所有产品的移行工作……南银理财始终在同类机构中保持着领先态势。

日前，南京银行发布2022年半年报，从中更是可以观察到南银理财的高增长——今年上半年，南银理财实现营业收入7.03亿元，同比增长87.97%；净利润则达到4.24亿元，较去年同期翻番。

“产品为王、渠道为本、合规为先。”在南银理财相关负责人看来，公司正是紧紧抓住了这三个关键词，深度融入母行的大零售、大财富管理体系，筑牢了如今的发展基本面。

产品为王 发挥债券业务优势

“2004年，南京银行开办了第一笔人民币理财业务，十多年来稳健发展，积累了扎实的管理基础，也形成了较好的品牌认知度。”南银理财相关负责人说，在此前南京银行丰富的理财业务经验基础上，南银理财坚持“产品为王”，对产品体系和产品线进行了全面升级改造。

据介绍，南银理财今年全新推出“添瑞、鼎瑞、增瑞、盈瑞、智瑞”五大产品系列，其中“添瑞”代表现金管理产品系列，“鼎瑞”代表固定收益产品系列，“增瑞”代表固收增强产品系列，“盈瑞”代表混合类产品系列，“智瑞”代表权益类产品系列，构建了多层次产品体系，满足不同客群的理财需求。

成熟投研体系的构建，是产品线不断拓新的前端支撑。“南京银行多年来一直以债券业务在市场中出名，这种优势为南银理财固收业务的发展奠定了广阔的发展空间。”南银理财相关负责人介绍，固定收益类资产是南银理财主力投资的资产，可以为产品提供稳定的票息收益。公司投资团队有超过15年的固定收益类资产投资经验，依托多年来沉淀的同业客户基础，持续巩固和提升特色品牌优势，在债券市场形成了市场化、专业化投研能力和风控能力，充分挖掘固收类资产的投资价值。

同时，南银理财还于今年陆续推出了ETF直投、股票直投，以及挂钩绿色金融、科技金融的主题产品，一方面响应双碳目标号召，践行了社会责任；另一方面也补足传统资管业务的短板，让南银理财的产品更具特色。

渠道为本 深挖母行优质客群

渠道是销售的基础。南银理财在管3800亿规模产品中，主要渠道来自于母行南京银行。基于这一现状，南银理财全力推进“1+N”渠道建设，持续挖掘母行客群、开发好主渠道，并加大代销体系的开拓力度。

“南银理财自成立以来，在多个场合被问及如何与国有大行、股份制银行理财子公司错位竞争。我们认为，公司的优势正来自于南京银行20余年来对长三角的持续深耕，发达的物理服务网点与完备的客群管理体系成为理财子公司优质的客户来源。”

长三角地区是我国经济发展最活跃、开放程度最高、创新能力最强的区域之一，是长三角区域一体化发展战略、长江经济带发展战略等重大国家战略叠加实施的重点区域。深耕长三角26年，南京银行总计拥有17家分行、225个经营网点，完善的客群管理体系又将零售客户分为私钻客群、财富客群、基础客群、互联网客群多个类别，针对性提供适宜产品。

南银理财相关负责人提及，早在资产管理概念还没有普及的阶段，长三角地区的客户就开始研究用家族信托实现财富传承。“这个地区的高净值人群对财富管理的需求普遍要超前一些。”

基于此，南银理财重点完善私人银行产品体系，在全市场遴选优质管理人，打造具有比较优势的私募产品，加大私募理财的发行力度。今年上半年，南京银行私行客户规模达到约11000户，较年初新增超1500户；私募理财发行规模则同比增长超62%。

此外，用好母行主渠道的同时，南银理财也在大力开拓行外代销体系，截至目前已落地代销机构45家，覆盖15个省市，市场占有率及影响力持续提升。

合规为先 提升综合管理水平

产品与销售决定公司能发展多快，合规则决定了公司能走多远。南银理财坚持合规为先、夯实管理基石，不断完善合规管理体系，持续加强理财业务全流程以及重点领域合规管理，有效提升合规管理水平。

“作为银行系的理财子公司，母行先进的风险管控理念和方式是必须传承的。在集团风险管理理念体系下，形成理财子公司风险管理要点与授信政策，作为南银理财风险管理文化的重要组成部分。”南银理财相关负责人介绍。

今年上半年，南银理财认真落实深化监管部门“内控合规管理建设年”的工作要求，以“强化管理、夯实基础”为工作主线，将内控合规管理建设向纵深推进，为理

财业务高质量发展创造良好的基础和环境。在重点风险管理领域，从制度流程、管理机制、系统功能等方面推动外规有效落实。

合规文化建设方面，南银理财还持续加大内控合规培训力度，通过开展丰富多样的合规文化活动，引导员工树立合规为先的意识，营造全员合规的良好氛围。