

本报记者 吴珊 见习记者 方凌晨

Wind资讯数据显示，今年以来截至4月9日，券商累计承销债券数量7778只，承销规模超2.85万亿元，较去年同期增长1978.23亿元。

具体来看，“千亿元俱乐部”成员包括中信证券、中信建投、华泰证券、中金公司、国泰君安5家券商，这5家券商合计总承销金额约为1.40万亿元，占据了48.96%的市场份额。而中信证券和中信建投分别以3799.72亿元和3008.29亿元的承销金额位列一、二位，市场份额分别达到13.29%和10.52%。

平安证券、中国银河等4家券商年内总承销金额达800亿元以上，前10家券商累计承销金额约为1.84万亿元，累计占据市场份额超60%。

全联并购公会信用管理委员会安光勇对《证券日报》记者表示，“头部券商通常拥有更强大的资金实力、更广泛的客户资源和更高的市场声誉，这使得它们在债券承销业务中具有竞争优势。头部券商往往能够获得更多的优质项目，从而进一步增加其市场份额，形成正循环。”

值得一提的是，券商在绿色债券、科创企业债券、民营企业债券承销方面发挥了重要作用。据中国证券业协会发布的数据显示，2022年，证券公司承销发行乡村振兴债券305.21亿元，同比增长42.77%；承销（管理）发行绿色公司债券（含ABS）152只，融资金额1716.58亿元，同比增长24.71%；承销科技创新公司债券83只，合计金额1028.41亿元；承销（管理）民营企业公司债券（或产品）364只，合计金额3491.42亿元。

目前券商在债券承销领域也存在一些问题。近日，部分券商及相关人员因债券承销业务不规范而被监管部门“开罚单”。随着债券承销领域竞争加大，多家券商争抢同一只债券，以及“地板”承销费问题也时有发生。

中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平对《证券日报》记者表示，债券承销是提升客户综合贡献度的重要业务领域，是券商必争之地。对于债券承销而言，券商的规模偏好明显。抢占市场份额做大规模，是承销费价格战的原因，不过这也与券商业务激励机制和承销费定价管理机制不到位有关。

对于债券承销的价格竞争问题，安光勇表示，“一方面，优质项目数量相对较少；另一方面，债券承销业务在一定程度上存在同质化现象，不同券商在承销业务中提供的产品和服务类似，难以形成明显的差异化竞争优势，这使得券商在争夺项目时主要采取价格竞争方式，从而导致承销费率下降，甚至出现‘地板价’现象。此外

，一些券商为了追求业务规模 and 市场份额，可能会在承销业务上采取过于激进的策略，导致竞争更加激烈。”

谈及未来券商债券承销业务的发展，杨海平表示，债券承销业务价格战的治理，需要证监会和证券业协会共同发力。证监会需要进一步强化债券承销业务的监督管理，督促券商发挥好中介机构职能；证券业协会需要在《公司债券承销业务规范》基础上，进一步细化承销费定价规范，优化定价机制。而券商则应该按照监管部门和行业协会的指引，优化债券承销业务的内部管理。

安光勇认为，未来券商债券承销业务有望继续保持活跃态势，但竞争可能会加剧。券商需要密切关注市场变化，灵活调整业务策略，提供具有竞争力的产品和服务，并加强客户关系管理，建立稳固的合作伙伴关系。同时，券商应加强内部合规管理，遵循相关法律法规，保护投资者利益。

“券商需要厘清自身在细分领域的优势所在，并集中资源予以强化和巩固，以此来获得市场生存权与长期发展的可能性。” IPG中国区首席经济学家柏文喜建议。