

本报记者 陈嘉玲 北京报道

在家族信托业务发展的近10年间，存续规模从0到1000亿元用了7年，从1000亿元到3500亿元只用了3年。

作为监管鼓励的信托本源业务之一，家族信托近年来快速发展，已成为信托公司重要的业务转型方向，各家机构不断提升重视程度、加大投入力度、提升服务能力。

中国信托登记有限责任公司最新数据显示，截至2021年末，家族信托存续规模约为3494.81亿元，较2020年增长约30%。今年以来，家族信托表现更为亮眼，6月新增家族信托119.95亿元，环比增长63.22%。

“从需求端，50后、60后那一代的企业家普遍进入到财富传承的窗口期；从供给端，近10年间，家族信托业务取得了长足的发展，参与的机构类型更加多样化，数量正在逐渐发展壮大，能够落地的业务类型也更加的多元化。”百瑞信托百瑞财富家族办公室负责人张羽在接受《中国经营报》记者采访时指出。

规模快速增长

从2012年国内开始逐渐探索至今的近10年里，家族信托业务的发展呈现出明显的指数型增长特征。

据了解，2012年，平安信托设立国内首单家族信托。在国内68家信托公司中，2013年仅有6家开展了家族信托业务，而到2021年底，开展家族信托业务的公司已经超过50家。

从公司发展层面来看，多家头部信托公司的家族业务规模站上新台阶，也呈现了这一朝阳业务的进化态势。普益标准研究员罗倩最新发布的研报指出，2020年末，家族信托业务存续规模超100亿元的仅有5家，而截至2021年末，已增长至16家。

云南信托研究发展部分分析指出，家族信托自2020年以来的平均年增长率为75%。截至2021年末，家族信托存续规模已逼近3500亿元。

实际上，国内家族信托需求激增，与经济发展阶段密不可分。改革开放后成长起来的第一代民营企业多数已到了传承的年纪，而企业的交接班常常存在风险。近日，植信投资研究院首席经济学家兼院长连平在《中国财富管理行业发展报告（2021—2022）》发布会上表示，2021年底中国平均每户家庭财富规模约113万元，未来10年全国将至少新增300万亿元的财富管理需求，家族信托等创新业务将成为发展亮点。

对此，张羽表示，企业家不再认为自己的企业目前经营良好便高枕无忧，更注重提升家族财富的承载能力和对抗风险的能力，比如万一企业经营不善，会不会导致家庭内部的资金受到牵连，能否继续维持家庭成员现有或至少是有品质的生活水平。可以说，对于企业家群体而言，比起财富的再创造，其现在更为迫切的需求是建立起家族财富的安全垫或“防火墙”。

受托财产扩围

在家族信托业务规模不断扩大的同时，随着私人财富管理向家族财富传承的演进，近年来高净值客户对于财富传承的诉求已经逐渐由金融资产的简单安排，转向多元资产的复杂规划。

“信托财产从最初只能装资金类财产，到现在可以装保单、金融产品、股权、艺术品等等，信托公司都在不断进行尝试，服务边界持续扩展。”张羽告诉记者。

记者了解到，家族信托业务开展初期，委托人设立的信托财产以金融资产为主，尤其是货币资金，资管产品、保单等位居其次。随着高净值客户在传承非货币类财产方面的需求逐步增多，家族信托财产的类型不断丰富，以企业股权、不动产、艺术品等财产设立家族信托的情形进一步增加。

从中国信托业协会历年的调研问卷数据来看，以货币资金为受托财产的家族信托规模占比呈现下降趋势。具体来看，2019年末，存续家族信托的受托财产类型中，货币资金占比约为89.19%；资管及信托理财产品占比为8.66%；保险单与股权型占比分别为1.75%和0.40%。而到2020年末，在纳入信托业协会调研问卷统计样本的家族信托规模中，货币资金规模占比66%；理财产品规模占比26%；保单规模占比5.6%。此外，2020年，9家信托公司开展了股权作为委托财产的家族信托业务，合计18单。

据了解，从企业主要持有的资产类型角度看，房产和企业股权仍占据主要比例，其他资产为金融产品、资金、保单等。

值得注意的是，当前房产装入信托依然面临比较大的法律障碍和税收成本。张羽指出：“对于不动产类的信托财产，由于目前登记制度的缺失，难以在房产登记部门以信托合同为依据完成不动产权变更至受托人名下的动作。因此，实践中不得不采取迂回策略，先设立资金信托，再以资金信托直接或通过SPV（特殊目的公司）交易购置不动产，由此也在设立、持有和出售房产环节均涉及比较高昂的税负。目前，市场上能够看到的不动产信托基本上都是采用这种迂回策略，更适合资产隔离动机比较强的高净值客户。”另外，超高净值客户的主流财富形式是企业股权，股权家族信托项目涵盖范围广、应用场景多，包括股权投资基金、pre-

IPO阶段股权、上市公司股票等。

构建服务能力

家族信托的进化，还体现在综合金融服务能力的提升、资产配置多元化等方面。

在张羽看来，从服务理念角度，集合信托是以项目为核心，重点关注项目运行期内的风险收益特性。而家族信托业务则是服务于高净值客群及其家人的全生命周期，具备长期属性，期间还可能涉及各种非金融服务（如财产规划、子女教育、医养服务、慈善捐赠等）。作为家族信托的受托人，信托公司要根据客户多样化需求，依托自身资源禀赋积极探索，服务理念在不同类型的项目上需要进行不同的侧重。

某信托公司原家族信托业务负责人告诉记者，家族信托业务之前经历过以产品销售为导向的阶段，各家信托公司的资产配置都是依据自己的信托产品进行配置，核心的资产类别就是偏固定收益的产品。近两年来，各家资管机构更多聚焦于构建专业的综合性、多元化金融服务能力。

“与其说产生这样的市场转变，不如说顺应现有客户的需求，市场是服务于客户的。”张羽进一步表示，家族信托只是高净值客户家族财富管理的一项基石性工具，是重要的一环但不是全部。对于家族信托产品，以产品销售为导向的营销理念是难以为继的，家族信托的出发点和落脚点必须是委托人的安排和受益人的利益，信托目的必须首先是家族财富的保护和传承，并基于此构建客户整个生命周期的服务，理财及其他金融服务只是服务的一部分，且是为了信托财产保值增值而非为了销售信托产品。

当前，家族信托业务正在从1.0时代转向2.0时代，从通道业务转向主动管理，从产品销售思维转向构建多元化综合服务能力。但是，构建专业的金融服务能力并非一蹴而就。

光大信托方面认为，“1.0时代的受托人只是简单给客户管钱，在2.0时代，家族信托要在产业投资和企业发展层面陪伴客户共同成长、壮大，这是2.0时代家族信托重要的服务理念。”

“这要求家族信托业务拥有专门的系统，长期跟进信托利益分配和服务内容的实现。同时，家族信托业务的团队需要拥有各类专业知识背景。”上述负责人表示。

在罗倩看来，目前我国家族信托尚处于初级发展阶段，家族信托服务体系尚难以做到个性化定制，我国家族信托各项内容仍有待完善。存在的问题及困难主要集中法律制度、产品体系、服务体系与人才体系等方面。比如，在服务能力方面，面对高

净值人群日益多元的财富保值、增值、传承、法律、税务、子女教育、高端医疗、海外移民等需求，持续满足并超越客户期待成为信托机构构筑核心竞争力的关键。