（上接A12版）

公司	营业收入	净利润	总资产	净资产	净资本
申银万国	10	10	10	10	10
宏源证券	11	12	16	14	12

截至2013年底，我国共有证券公司115家，申银万国和宏源证券上述资产规模指标和营业规模指标均位于行业前15%，稳居证券公司第一梯队，具有领先的市场地位。

2.交易双边业务指标排名

根据中国证券业协会统计数据，2011年-2013年，申银万国和宏源证券主要业务指标排名如下：

公司	指标	2013年	2012年	2011年
申银万国	代理买卖证券业务净收入	8	7	8
	承销、保荐及并购重组等财务顾问业务净收入	41	41	29
	资产管理业务净收入	4	3	15
	投资咨询业务综合收入	7	5	5
宏源证券	代理买卖证券业务净收入	17	17	18
	承销、保荐及并购重组等财务顾问业务净收入	8	7	16
	资产管理业务净收入	3	8	21
	投资咨询业务综合收入	23	27	32

注：上述指标均为合并口径。

由上表可见，申银万国和宏源证券的主要业务收入排名均显著高于行业中位数和平均数，表现出较强的市场竞争力，其中申银万国的经纪业务、投资咨询业务和资产管理业务以及宏源证券的投资银行业务和财务顾问业务具有较为突出的市场地位。

（二）申银万国的竞争优势

1.较强的综合竞争力

公司前身申银证券和万国证券均为当时国内规模最大、实力最强、影响力最大的证券公司之一，申银万国是中国第一家股份制证券公司，自设立以来，综合竞争力始终位于行业前列。近年来，公司坚持创新转型，综合实力稳中有升，公司资本规模、盈利水平始终处于行业领先水平。根据中国证券业协会统计数据，按照合并口径，2013年底公司总资产、净资产和净资本在行业中排名均为第10名，2013年度营业收入和净利润均排名第10位，资产规模指标和营业规模指标均位于115家证券公司前10%，稳居证券公司第一梯队，综合竞争力较强，最近三年，公司加权平均净资产收益率平均为9.02%。明显高于证券行业和上市证券公司的平均水平。在证券公司分类监管评价中，公司自2011年以来连续四年被评为A类AA级，为现有证券公司评级中的最高评级。

2.齐全的业务体系和突出的业务能力

公司业务涵盖证券经纪、证券投资咨询、证券自营、证券承销与保荐、证券资产管理、融资融券、证券投资基金代销、直接投资、创新投资、期货业务、基金基金、销售和管理等，业务体系齐全，业务能力突出，多项业务收入均居行业前列，可为客户提供综合性金融服务。在客户投融资需求多元化的趋势下，齐全的业务体系和突出的业务能力是公司赢得客户、胜出竞争的重要保证。

传统业务方面，公司在境内29个省、市、自治区设立16家分公司、168家证券营业部，2013年股票成交额、基金成交额和债券现货成交额分别位于行业第8名、第6名和第3名；多年来，公司在投资咨询、财务顾问等业务上一直位于行业前列，2013年，公司投资咨询业务综合收入、财务顾问业务净收入分别位列行业第7名和第2名。

创新业务方面，公司以“深化转型、夯实基础、突出创新、提升质量”为方针，持续推出了转型改革和业务创新的系列举措，多项创新业务均处于行业领先水平，截至2013年底，公司融资融券余额居行业第9位，资产管理业务净收入居行业第4位；截至2014年4月底，公司共推荐91家公司在全国中小企业股份转让系统挂牌，居行业首位，市场占有率达12.96%。

3.卓越的成本控制能力

申银万国具有卓越的成本控制和管理能力，根据中国证券业协会统计数据，2011-2013年，公司的成本管理能力均排名行业第一。卓越的成本控制能力一方面直接促进了公司收益的增长，另一方面有效实现了资产营运效率的提升。同时，其还为公司有效对抗证券行业周期性波动的影响提供给了有力保障，进一步巩固了公司在行业中的领先地位。

4.优秀的证券研究能力和品牌影响力

公司从事研究咨询业务的机构主要是控股子公司上海申银万国研究所有限公司，其创建于1992年，是境内成立最早、规模最大、具有独立法人资格的综合性证券研究咨询机构。

申万研究所赋力培育“中国资本市场最优秀的百年研究咨询团队”，目前拥有200多人的证券研究服务团队，以500家中国上市公司为重点，对涉及中国经济、制度、金融市场、各类行业、上市公司和股票、债券、基金、衍生品、金融产品设计和投资策略等领域实行全覆盖，成体系的证券研究和咨询服务。

申万研究所以“独立、全面、严谨、前瞻”的研究特色和“以增值为目的，以务实为风格”的服务特色在中国证券研究咨询行业树立了卓越品牌，在基金公司服务市场倒金总量中始终名列前茅，连续多年名列全国社保基金理事会证券综合服务评价第一名；在由《新财富》、《证券市场周刊》等独立媒体组织、由国内机构投资者参与评比的活动中，连续多年获得“最具影响力研究机构”、“最具独立性研究机构”和“本土最佳（金牌）研究团队”等诸多荣誉。2012年，申万研究所在沛森路透StarMine全球卖方分析师“全亚洲地区”评选中，超过高盛、美林等国际知名投行，获得“获奖最多的券商研究团队”第一名。2013年，在沛森路透StarMine全球卖方分析师“中国大陆及香港地区”评选中，申万研究所与高盛、花旗、瑞银等国际知名投行共同荣获“最佳券商”。

5.较强的创新能力

在证券行业创新发展阶段，创新是证券公司跳出行业同质化竞争、提高自身盈利能力、优化盈利结构和获得持续发展的重要驱动因素。2006年8月，公司通过中国证券业协会评审，成为创新类证券公司。公司具有较强的创新能力和创新意识，坚持“诚信、专业、创新、共享”的经营理念，大力发展创新业务，各项创新业务取得了较快发展，在行业中处于领先水平。2011-2013年，公司受托资产资产管理业务净收入分别为0.57亿元、1.26亿元、3.55亿元，融资融券业务利息收入分别为1.54亿元、3.87亿元、4.95亿元，增长迅猛。2013年，公司受托客户资产管理业务净收入分别位列行业第4名；2013年底，公司融资融券余额位列行业第9名；截至2014年4月底，公司共推荐91家公司在全国中小企业股份转让系统挂牌，居行业首位，市场占有率达12.96%。

6.完善的内控体系和审慎的风险管理制度

证券业属于高风险行业，风险控制是证券公司的生命线。公司始终以“依法、合规、规范”为经营方针，高度重视内部管理与风险控制工作，建立了由“领导层（董事会、监事会、总裁室）—分管领导、合规总监—合规与风险管理总部—各部门和分支机构”构成的四层合规与风险管理组织架构，各层级分工明确、职责清晰、协同配合、有效运作。根据《证券公司监督管理条例》、《证券公司合规管理试行规定》、《证券公司全面风险管理有效性评估指引》等外部法律法规，公司制定了由“证券公司合规与风险管理基本制度—合规与风险管理配套规则—各项具体业务合规与风险管理制度”构成的合规与风险管理制度体系，各类制度层级清晰、有效衔接，规定明确、操作性强。

通过上述四层次管理组织架构和四层次管理制度体系，公司将合规和风险管理覆盖到公司总部各职能部门及经营业务的各个环节，并实行风险控制联席会议、风险控制纳入绩效考核、合规管理有效性评估、风险控制指标压力测试等机制，有效实现了业务发展与规范运作的融合，提升了公司的风险管理能力，为公司近年来的创新转型和持续发展提供了有效保障。在证券公司分类监管评价中，公司自2011年以来连续四年被评为A类AA级，为现有证券公司评级中的最高评级，表现了较高的风险管理能力和规范管理水平。

7.战略的国际业务经营平台

公司主要通过在香港设立的全资子公司申银万国（香港）集团有限公司及其控制的申银万国（香港）有限公司在境外从事经纪代理、股票抵押贷款、发行承销、资产管理等业务，经过多年的发展，申银万国（香港）有限公司已成为公司较为成熟的国际业务平台，成为在港中资券商中业务品种最全、综合实力最强、经营业绩最好的公司之一。

申银万国（香港）有限公司是内地最早到香港发展业务的中资证券机构之一，也是内地证券机构中最早在香港联交所上市的企业。近年来，随着内地上市公司在香港市场地位的上升，申银万国（香港）有限公司逐渐在本地投资者中树立起红筹国企专家的市场形象，成熟的国际业务平台，有利于公司提升国际业务品牌认知度，更好地把握日益增加的跨境业务机遇，满足客户跨境市场的金融服务需求，为公司进一步推进国际业务发展积累经验、奠定基础。

8.良好的区位发展优势和政策支持环境

公司主要经营所在地上海是全国的金融中心，是全国综合经济实力最强的区域之一。2009 年 4 月，国务院发布《关于推进上海加快发展现代服务业和先进制造业建设国际金融中心和国际航运中心的意见》，明确提出到2020年上海基本建成与我国经济实力以及人民币国际地位相适应的国际金融中心。2010年，上海市委、市政府通过了《关于进一步推进上海金融国资和市属金融企业改革发展的若干意见》，指出对具有较强行业竞争力的金融企业，要创造条件支持其发展壮大，2013年8 月，国务院正式批准设立上海自由贸易试验区，上海自贸区将成为推进改革和提高开放型经济水平的“试验田”。公司发展具有良好的区位优势和政策环境支持，有利于公司在金融改革、开放、创新等方面争取先行先试的机会。

（三）申银万国的竞争劣势

1.净资本规模有待进一步提高

《证券公司风险控制指标管理办法》的颁布实施，建立了证券公司以净资本为核心的风险控制指标体系和风险监管制度，净资本规模成为决定我国证券公司业务规模和盈利水平的核心因素。经过多年的发展，公司的净资本规模有了较大的提升，如终位于行业前列，2013年净资本排名行业第10位。但是，多年来，公司主要靠内生性增长，凭借历年滚存利润支持业务发展，缺乏资本持续补充机制，与同等规模的其他上市证券公司相比，公司的净资本规模仍不能满足业务发展需要。

在日益激烈的市场竞争中，净资本规模不足不仅影响到传统业务规模的扩大，更影响到融资融券、直接投资等创新业务的发展，制约了公司的发展空间。公司若通过本次交易成功登陆资本市场，将有效利用资本市场，多渠道补充净资本，进一步提高公司的竞争能力。

2.收入结构有待进一步优化

尽管公司近年来大力拓展创新业务，各项创新业务经取得了较快发展，但是目前公司的业务收入仍然主要来源于证券经纪等传统业务，创新业务收入占比仍然较低。今后，公司将继续坚持创新转型的发展思路，进一步加大创新业务、创新产品的支持力度，扩大创新业务收入规模，不断形成新的利润增长点，优化公司收入结构，降低证券行业周期波动对公司收入的影响。

（四）宏源证券的竞争优势

1.较强的综合竞争力

宏源证券近年来保持了前瞻性业务布局，利用上市公司优势扩充资本，完善公司治理，拓宽经营范围，建立市场化机制，强化管控能力，推动业务和管理创新实现了跨越式发展，2011年至2013年的净利润年均增速高达38%，营业收入和净利润行业排名由2009年第20名和第19名分别跃居至2013年的第11名和第12名。

2.新疆区域的竞争优势

宏源证券作为注册在新疆的唯一证券公司，也是全国在新疆拥有最多证券营业部的证券公司。公司占据了新疆地区经纪业务大部分以上的市场份额，积累了众多的客户资源，与地方政府、监管机构和企业维持了良好的关系，对开展业务形成了有力的支持。同时，由于新疆处于陆上丝绸之路经济带中心，宏源证券有机会分享西部大开发的区域红利。

3.固定收益和资产管理品牌突出

宏源证券固定收益业务多年领先行业并表现出猛发展，债券承销业绩一直稳居行业前列，树立了“宏源固收”的优势品牌，其债券目前资产规模及净资本均处于行业前列，自2008年以来，债券目前投资回报率连续5年超过13%，跑赢债券型基金年度冠军，超越中债商收益企业债财富指数收益2倍以上。

宏源证券是中内较早开展银证合作业务的券商。宏源证券抓住先发优势，积极拓展与金融同业的合作，强化通道和主动管理型业务，实现了资产管理业务规模和收入的大幅提升，规模从2011年的20名上升到2012年的第3名，净收入从2011年第21名跃居2013年第3名。

4.规范的内部管控体系

作为一家上市时间比较长的证券公司，宏源证券在公司治理、内控建设和风险管理方面早已形成了一套规范的内部文化和管控体系，并具有日身特色。宏源证券将公司治理和风险管理相结合，公司“三会一层”从不同层面对公司的风险管理工作承担责任；公司在行业内较早地实行了营业部合规风控监察专员的垂直管理体制；公司还通过将风险管理工作与反腐倡廉与纪检监察工作相衔接，加强反腐败惩防体系建设。

（五）宏源证券的竞争劣势

1.客户结构有待优化，资本实力仍待增强

目前宏源证券客户总数虽已突破百万大关，但结构上仍以中低净值客户为主，高净值客户和机构客户比重相对较低，亟需进一步加强优质客户的开拓力度，优化客户结构，提升服务水平，满足客户日益多元化、个性化的投融资需求。此外，宏源证券的资本实力与行业领先券商相比仍有不小差距，需进一步增强，满足以资本中介型为代表的各类创新业务的发展需求，提升核心竞争力。

2.盈利基础有待夯实，收入结构仍不稳定

宏源证券盈利能力虽不断增强，但盈利的基础稳定性仍待夯实，成熟业务特别是经营业务的波动性依然较大。此外，创新型业务的收入比重虽高于行业平均水平，但创新型业务的收入来源相对单一，盈利模式有待完善，需进一步加大对创新型业务的培育和扶持力度，不断完善多层次证券收入结构，提升公司抵御极端行情的能力。

四、交易双方主营业务的具体情况

（一）申银万国主营业务情况

公司具有较为齐全的业务资格，拥有证监会核发的2227731000号《经营证券业务许可证》，主营业务包括境内证券业务和境外证券业务，其中境外证券业务主要通过香港公司进行。本部分有关公司主营业务情况的描述，除“10、国际业务”集中介绍境外证券业务情况外，其余部分分别介绍境内各项证券业务经营情况。

1.证券经纪业务

（1）业务概述

证券经纪业务主要包括代理买卖证券业务、基金分仓业务以及代销金融产品等业务等，是公司重要的收入来源。其中，代理买卖证券业务是指公司通过证券营业部，接受客户委托，按照客户要求，代理客户买卖证券从而获取代理买卖证券手续费收入；基金分仓业务是指公司通过向基金等机构客户提供证券研究报告及服务，同时向租用公司交易单元的基金等机构客户收取一定交易单元费用所产生的佣金分仓收入；代销金融产品业务是指公司接受金融产品发行人的委托，为其销售金融产品或个人理财产品并向其收取手续费等业务。

公司是全国营销服务网络最广、客户规模最大的证券经纪服务商之一，服务能力和市场份额始终位于行业前列。截至本报告书签署日，公司在境内29个省、市、自治区设有16家分公司、168家证券营业部，凭借覆盖广泛的营销网络、优秀的研究实力、先进的证券交易系统及集中交易运营平台，为个人客户及机构客户提供高效、全方位的证券经纪服务。

根据证券发展的新形势，公司确立了营业部转型发展的四大定位，即委托代理通道、产品营销终端、创新业务载体和综合业务中介，并以“强渠道、硬约束”战略考核为导向，以理财产品、托管业务、证券、融资、融券、基金、期货为重点，制定一系列业务发展方案和政策制度指导营业部开展工作，促成经纪业务市场地位的全面提升。根据Wind资讯统计，2011-2013年，公司股票基金交易市场份额分别为3.35%、4.36%和4.22%，按照母公司口径分别排名行业第7位、第6位和第6位。此外，公司的客户交易结算资金余额、证券托管市值也稳居行业前列。

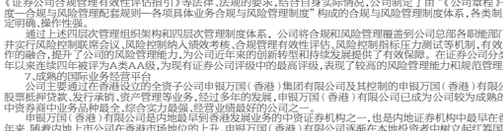
随着非现场开户政策的实施及证券营业部设立限制的放开，证券公司之间经纪业务的竞争日益激烈，公司采取了多项有效措施巩固传统优势，坚持“资产立证、产品强证”的理念，大力发展创新业务和综合业务，促进营业部的多元化经营和差异化发展，推进营业部分类分级管理与组织创新，继续构建多层次的业务发展模式，实现向财富管理功能转型。公司经纪事业部中心组合开发了专业移动证券软件“赢家理财移动商端版”，在《证券时报》社和人前财富》杂志社主办的“第十四届（2013）金融IT创新奖杰出券商网络评选”活动中荣获“最佳移动终端”奖。2013年，公司“资产立司”的经营策略取得了成效，客户资产总值由2012年的5,108.7亿元上升到2013年的5,796.69亿元，市场占比由2012年的3.56%上升到2013年的3.65%。

近年来，公司证券经纪业务获得的主要荣誉如下：

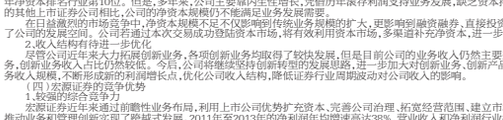
时间	荣誉	颁发机构
2013年	中国最佳财富管理机构	证券时报
	中国最佳融资融券券商	证券时报
	最佳互联网应用券商	证券时报、新财富
	2013中国最佳经纪业务证券公司	理财周报
2012年	中国证券业最佳财富管理机构	证券时报
	中国最佳投顾服务品牌	证券时报
2011年	中国最佳证券经纪商	证券时报
	最令投资者满意证券公司	和讯网
	2010年度中国最佳经纪业务证券公司	21世纪经济报道

（2）组织结构

公司确立了“以市场为导向、以客户为中心，全面构建具有行业竞争力的经纪业务发展体系”的发展思路，为优化证券经纪业务服务模式，加快证券经纪业务转型升级，2013年完成了经纪业务组织架构调整，以综合管理总部为后台，以行生品经纪总部与信用业务总部为业务线，以私人业务总部与零售业务总部为客户线，建立了“业务的全客户负责、客户的全业务负责”的矩阵式管理模式。公司和关职能部门依据有关法律法规及公司相关管理办法，在各自的职责范围内，履行对分支机构的监督管理职能。

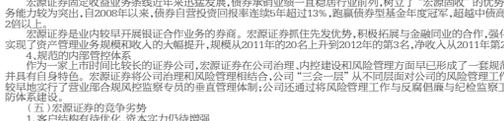


机构客户总部是经纪事业部的平级部门，主要为公募、私募、银行、信托等机构客户提供增值服务、销售服务及量化投资咨询服务等。机构客户总部以“做好传统业务，推扩核心机构客户，开拓资产管理业务”为目标，联合公司经纪事业部、资产管理事业部等其他部门共同为基金、银行、信托等机构客户提供服务，下设公募基金部、保险业务部、银行信托部、量化投资部和综合业务部。其中综合业务部属于后台支持部门，主要从事机构客户信息平台需求整理及相关业务运行管理和服务，其他部门属于业务部门，负责对口机构客户的业务管理。



（3）业务流程

公司证券经纪业务客户委托公司代理买卖证券的交易流程如下图所示：



（4）具体经营情况

代理买卖证券业务是公司的优势业务，2011-2013年，公司证券经纪业务股票基金交易金额的境内市场份额分别为3.95%、4.36%和4.22%，按照母公司口径分别排名行业第7位、第6位和第6位。2011-2013年，公司代理买卖证券业务净收入分别为278、622万元，213、973万元和303、343万元，占母公司营业收入比例分别为66.95%、53.35%和59.17%，行业占比分别为4.04%、4.24%和4.00%。

2011-2013年，公司证券经纪业务交易金额及市场份额情况如下表所示：

单位：亿元

项目		2013年度	2012年度	2011年度
股票	交易金额	38,845.52	26,813.68	32,783.06
	市场份额	4.18%	4.30%	3.92%
证券投资基金	交易金额	1,613.12	1,087.55	727.15
	市场份额	5.63%	6.99%	6.03%
债券现货	交易金额	67,351.58	39,480.13	27,277.10
	市场份额	5.42%	5.57%	7.50%
权证	交易金额	–	–	85.52
	市场份额	–	–	1.23%
合计	交易金额	109,068.90	68,020.94	61,480.51
	市场份额	4.89%	4.98%	4.99%

数据来源：Wind资讯近年来，随着网络技术的发展，公司大力推动网上交易等非现场交易方式，2010年起，公司与同花顺合作，建立经纪业务移动互联网平台，客户可通过手机等移动终端办理业务；2013年，公司推出“赢家理财”等移动互联网应用，进一步推出理财咨询、理财产品购买等功能。推告期内，公司网上交易额占经纪业务交易总额比例一直处在较高水平。

单位：亿元

交易类型	项目	2014年1-3月	2013年度	2012年度	2011年度
现场交易	交易额	670.35	3,215.30	2,714.62	3,427.93
	占总交易额比例	9.96%	11.59%	13.42%	13.15%
电话交易	交易额	231.75	1,045.95	807.57	1,344.15
	占总交易额比例	3.44%	3.77%	3.99%	5.15%
网上交易	交易额	5,180.77	20,914.34	15,120.25	19,437.20
	占总交易额比例	76.94%	75.36%	74.76%	74.54%
手机交易	交易额	646.13	2,541.23	1,542.49	1,862.96
	占总交易额比例	9.60%	9.16%	7.63%	7.14%
其他方式	交易额	4.81	33.94	39.61	4.89
	占总交易额比例	0.07%	0.12%	0.20%	0.02%
合计		6,733.81	27,750.77	20,224.54	26,077.17

注：上表为股票基金交易数据，系根据申银万国交易系统中营业部客户交易数据统计得到。

报告期内，公司股票基金代理交易佣金率变化情况如下：

项目	2014年1-3月	2013年度	2012年度	2011年度
公司平均佣金费率（‰）	0.8204	0.8393	0.8574	1.0274
市场平均佣金费率（‰）	0.7197	0.7926	0.7883	0.8124

注：平均佣金费率=代理买卖证券业务净收入/股票基金交易总金额。

报告期内，针对证券业经纪业务佣金费率下滑的趋势，公司采取了多项措施，具体包括：①通过差异化的资讯、咨询产品及软件工具，提供高附加值服务，提高客户服务品质；②增加线上服务内容，提高客户操作便捷性，优化客户服务体验；③加强分支机构营销队伍建设，实行客户经理分级管理制度，规范高净值客户服务标准，内容和流程，增强客户服务的“覆盖广度和深度。通过前述措施，公司平均佣金费率整体高于市场平均佣金费率，表现出较强的市场竞争力。

依托于公司控股子公司申万研究所强大的研究实力和品牌影响力，公司基金分仓业务收入市场份额始终位于行业前列，2011-2013年，公司证券经纪业务公募基金分仓情况如下：

项目	2013年度	2012年度	2011年度
分仓股票成交额（亿元）	2,994.27	2,952.94	3,735.62
市场份额	4.96%	5.88%	5.94%
行业排名	4	2	1
分仓佣金（万元）	26,736.16	25,378.74	30,935.69
市场份额	5.01%	5.95%	5.98%
行业排名	3	2	1

数据来源：Wind资讯

（5）营销服务模式

公司最步推进实体经营网点的申请等建，进一步优化现有网点布局，推动营业部组织创新；加快网上营业厅建设，上线测试网站产品中心专区，协同完成见证开户技术开发，进一步丰富业务受理渠道，优化客户体验；促进营销人员队伍建设，坚持“竞进严留”原则，加强考核淘汰，扩大营销团队规模，通过上述方式，公司形成了实体网点、网上经营平台和营销团队“一网统产”架构。此外，公司与融业银行、保险公司等金融机构共享客户资源，共同开发服务产品，通过共享部分客户资源改善公司客户结构，通过共同开发理财产品，带动发展高净值人士财富管理业务，针对互联网金融的兴起，公司大力开展互联网金融营销工作，提升非现场开户和服务的客户体验，并配以相应的资源支持。Pad开户、手机开户系统已于2014年4月上线运营。同时，公司不断完善PC及移动客户端建设，建设了赢家理财客户终端，现阶段主要围绕创新业务发展，促进金融产品销售，最终目标是向未来互联网金融，打造申银万国网上营业部，通过财富管理终端为客户提供行情、交易、资讯、业务办理、综合理财，在线服务等服务功能，实现客户在线一站式自主服务的统一业务办理平台。

①个人客户服务

公司实施客户分级分类管理制度，对客户进行细分，并根据不同类别客户的不同需求提供差异化服务，优化配置客户服务资源，逐级匹配差异化的服务强度和频度，从而提高客户满意度。

根据客户资产和价值贡献，公司将客户细分为普通客户、银牌客户、黄金客户、白金客户、钻石客户和至尊客户六类。前三类属于零售业务总部服务的零售客户，后三类属于私人业务总部服务的私人客户。

客户服务主要由营业部投资顾问、客户经理等服务人员担任，主要工作包括：传递公司研究部门或采购的第三方研究机构的投资研究报告，投资顾问的投资建议和资产配置建议，各类业务和产品信息、业务规则介绍和操作说明，投资者保护和教育工作等。私人客户配有营业部的专属客户经理，提供一对一的客户服务，对重要的私人客户根据客户的服务需求安排公司级的客户经理提供专业服务，公司级客户经理主要由公司和分公司领导，研究所，投资银行，资产管理部门的专业人员担任。

公司制定了客户服务的制度和流程，全面建立了客户档案，每个客户均有书面档案，并在CRM系统中建有数据档案。客户的开户资料、服务协议、风险评估、重要资料变更等均作为书面资料归档，客户的基本信息、各类投资属性、交易记录、风险承受力测评、客户服务记录均在CRM系统中保留和记载。

公司定期和不定期安排研究所研究人员为营业部客户举行报告会，提供咨询服务；建立了满足零售客户需求的财富管理平台，实现短信集中发送及客户回访功能；启用全国统一接入短号码95523，向客户提供操作辅导、信息咨询、账户管理，资料修改，投诉建议等一站式优质服务构筑了一个强大的客户资源网络，与国内几乎所有的基金公司、保险公司、大型券商以及众多实力雄厚的投资机构都建立了合作关系，形成了畅通的双向交流渠道，拥有很强的证券承销与配售能力和境内外业务的协同开发能力。

经过多年实战的锻炼和考验，公司磨炼了一支“组织严密、纪律严明、分工明确、训练有素”的人才队伍。业务团队由资深的保荐代表人和拥有财务会计、法律、企业管理、金融等专业知识背景及丰富的资本市场从业经历的人员构成，主持或参与了大量IPO、再融资、财务顾问及场外市场项目，积累了丰富的项目执行和运作经验。

作为国内证券行业的先行者，公司投资银行始终以成为“企业最好的金融顾问”为目标，以持续的创新精神，创造了新中国证券市场上一系列“第一”，在行业内建立了良好品牌：代理发行了新中国第一支首次公开发行的A种股票—上海飞乐音响股份有限公司A股；担任了第一支人民币特种股票—上海真空电子股份有限公司B股的主承销商；承销了中国企业首次在境外发行的B股可转换债券—中国纺织机械股份有限公司；承销保荐了第一家在国内上市的中国网络企业—浙江网盛科技股份有限公司；承销保荐了第一家A+H同步发行的中国企业—中国工商银行股份有限公司；承销保荐了第一家新三板转主板的企业—北京久其软件股份有限公司。

公司一贯致力于为客户提供优质、全面的融资服务，通过对客户的深刻、辅导，保荐上市等服务，帮助上海石化、青岛啤酒、上海汽车、光大银行等众多知名国有大中型企业驶上了资本市场的快车道。此外，公司先后为宝钢集团、强生集团、上海石化、青岛啤酒、上海汽车、锦江股份等200多家国有大中型企业提供专业财务顾问服务。经过多年的实践和发展，公司在银行、证券、汽车、能源、有色金属、基础建设等行业领域确立了品牌优势。目前，公司同时拥有A股与H股保荐资格，可为客户提供海内外资本市场综合金融服务。

近年来，公司以大型央企债券承销为突破口，先后担任过二峡债券、光大债券、久事债券、浦东建设债券、华鼎债券、上海城市建设债券、上海光荣债券、上海世博债券等多个项目的主承销商，2011年、2012年连续第两年排名铁道债承销团第一，创新业务方面，公司的抵质押中小企业私募债券承销商资格，目前已完成5单中小企业私募债发行；对于资产证券化业务，公司是上海交易所资产证券化专家评审委员会委员，拥有较强专业实力。

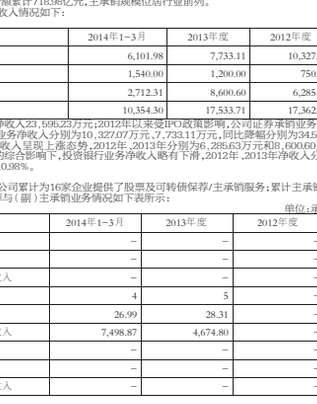
公司十分重视合规经营，建立了健全的内控控制体系，自2004年施行保荐制度以来，未受到证券监管部门的处罚。面对市场环境与监管政策的不断变化，公司紧扣实体经济和企业金融服务需求，以大力发展债券业务为契机，积极推动从“项目导向”到“客户导向”，从“提供融资服务为核心”向“综合金融服务为特征”的业务模式转变，进一步加强投资银行事业部的管理型职能，形成统一的投行管理体系和企业客户服务体系，打造面向企业客户的综合金融服务平台，形成“统一开发、统一管理、专业运作”集合效应，建立综合金融服务长效机制，为客户提供一站式综合金融服务，以满足企业客户不断提高的需求，使客户资源发挥最大价值，在提升客户忠诚度的同时提升自身竞争力。

近年来公司投资银行业务获得的主要荣誉如下：

时间	荣誉	颁发机构
2014年	最佳并购重组项目—武汉控股重大资产重组	证券时报
2013年	最具成长性债券承销商、最佳债券承销团队	证券时报
	最佳债券承销项目—2012年中国铁路建设债券	
2012年	最佳销售投行	证券时报
	最佳IPO项目—冠昊生物	
	最佳场外交易市场投行	
	最佳创业板IPO项目—冠昊生物	新财富
	最佳可转债项目—国电电力	
2011年	2011中国最具发展潜力投资银行中国券商金方向奖	理财周刊
	2011中国区最具定价能力投行	证券时报
	最佳IPO项目—光大银行IPO	
	最佳债券承销项目—2010年中央汇金第二期债券	
2010年	2009年度优秀保荐机构	深圳证券交易所
2010年	最受尊敬的投行	新财富
2010年	最佳创业板IPO项目—同花顺	
2010年	中国CFO最信赖的IPO承销机构	首席财务官
2010年	2010年财务顾问奖—“锦江股份”重大资产重组	全国工商联并购公会

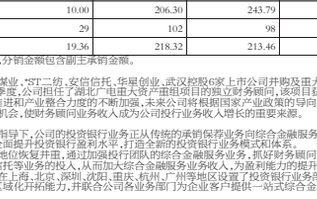
（2）组织结构

公司的投资银行业务主要由投资银行事业部和固定收益总部负责，其中固定收益总部主要负责各类债券的承销与发行，股票、可转换债券的保荐承销和发行、上市公司资产重组、兼并收购及股权激励等财务顾问业务主要由投资银行事业部负责。

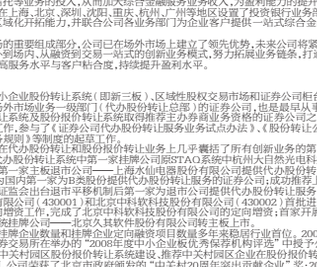


（3）主要业务流程

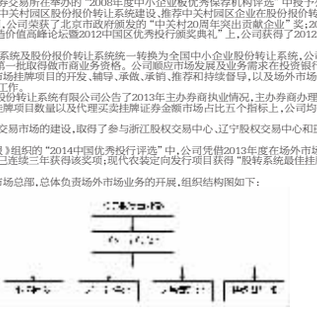
①IPO项目业务流程



②债券承销项目业务流程



③上市公司再融资/重大资产重组项目业务流程



（4）具体经营情况

根据Wind资讯统计，2011-2013年及2014年1-3月，公司境内股票及各类债券主承销金额分别为157.06亿元、273.28亿元、251.64亿元和36.99亿元，报告期内主承销金额累计718.98亿元，主承销规模位居行业前列。

报告期内，公司投资银行业务净收入情况如下：

单位：万元

项目	2014年1-3月	2013年度	2012年度	2011年度
证券承销业务净收入	6,101.98	7,733.11	10,327.07	15,772.93
证券保荐业务净收入	1,540.00	1,200.00	750.00	2,450.00
财务顾问业务净收入	2,712.31	8,600.60	6,285.63	5,372.30
投资银行业务净收入合计	10,354.30	17,533.71	17,362.71	23,595.23

2011年公司实现投资银行业务净收入23,595.23万元；2012年以来受IPO政策影响，公司证券承销业务净收入、证券保荐业务净收入出现下降，2012年、2013年证券承销业务净收入分别为10,327.07万元、7,733.11万元，同比降幅分别为34.53%和25.12%；同时，并购重组交易活跃上升，财务顾问业务净收入呈现上涨态势，2012年、2013年分别为6,285.63万元和8,600.60万元，同比增幅达37.00%和36.83%。在上述分项收入增减变动的综合影响下，投资银行业务净收入略有下降，2012年、2013年净收入分别为17,362.71万元、17,533.71万元，同比变动幅度分别为-26.41%、0.98%。

（5）营销服务与承销业务

根据Wind资讯统计，报告期内，公司累计为16家企业提供了股票及可转债保荐/主承销服务；累计主承销金额110.03亿元。

报告期内，公司股票、可转债保荐与（副）主承销业务情况如下表所示：

单位：承销金额（亿元）；次数（万元）

项目		2014年1-3月	2013年度	2012年度	2011年度
IPO	次数	–	–	–	3
	主承销金额	–	–	–	24.42
	保荐及主承销收入	–	–	–	11,104.50
增发	次数	4	5	–	3
	主承销金额	26.99	28.31	–	11.98
	保荐及主承销收入	7,498.87	4,674.80	–	2,100.00
可转债	次数	–	–	–	1
	主承销金额	–	–	–	18.33
	保荐及主承销收入	–	–	–	1,933.33

数据来源：Wind资讯

②债券承销业务

公司可为客户提供从设计、协助申报、定价、发行、销售以及后续监管、服务的全过程债券融资专业服务，业务范围包括企业债券，公司债，中小企业私募债券，国债、央行票据，其他各类金融债券，中期票据，短期融资券等品种。公司以大为发展债券业务为契机，积极推动从“项目导向”到“客户导向”，从“提供融资服务为核心”向“综合金融服务为特征”的业务模式转变，进一步加强投资银行事业部的管理型职能，形成统一的投行管理体系和企业客户服务体系，打造面向企业客户的综合金融服务平台，形成“统一开发、统一管理、专业运作”集合效应，建立综合金融服务长效机制，为客户提供一站式综合金融服务，以满足企业客户不断提高的需求，使客户资源发挥最大价值，在提升客户忠诚度的同时提升自身竞争力。

根据Wind资讯统计，截至2014年3月31日，公司债券承销金额居行业前列，具体如下：

产品名称	成立时间	规模（元）	类型	收益率	同类排名
申万2号	2009-7-17	397,456,087.01	权益类	7.81%	92/247
宝鼎1期	2010-3-26	38,913,675.11	权益类	23.31%	23/247
申万3号	2010-11-18	230,794,196.77	基金宝	15.59%	38/247

2011年以来，公司资产管理产品获得的主要荣誉如下：

时间	产品	荣誉	颁发机构
2011年1月22日	宝鼎1期	2010年度“最受欢迎理财产品”之受券商集合理财新锐奖”	2010年度（第五届）中国私募基金风云榜
2012年6月18日	宝鼎1期	2011年度最佳投票型券商集合理财计划（小集合）	上海证券报
2013年5月18日	申万3号	2012年度金牛券商集合资管计划	中国证券报、金牛理财网
2013年5月18日	宝鼎5期	2012年度金牛券商集合资管计划	中国证券报、金牛理财网
2014年3月25日	宝鼎1期	产品三年优胜奖（2011-2013）	中国私募基金年会

（5）营销服务模式

随着国内财富持续积累，个人投资者、机构投资者和实体经济中的企业资需专业化资产管理的产品与服务。市场需求导向因素对资产管理业务发展的驱动作用不断增强。行业监管政策的放松扩大了证券公司资产管理计划的投资范围，为证券公司资产管理业务创新提供了广阔空间。

①建立大资产管理平台，不断满足客户需求

公司充分发挥综合类券商的优势建立大资产管理平台，公司的大资产管理平台是总部与各分支机构联动的平台、各部门跨业务协作的平台、投资管理平台、合规风控平台、运营保障平台五个方面的有机结合。通过大资产管理平台管理整合公司内部资源，满足个人客户、企业客户、机构客户的资产管理需求，大资管平台除了实现资源整合，帮助公司不断进行产品创新，打造齐全的产品线，同时还形成了各部门之间协同合作和上下联动的机制，是打造完善产品体系的基础和保障。

在公司内部，资管部门充分利用公司优势资源：与申银万国研究所展开优势互补、有效沟通，实现对行业和重点公司的跟踪和把握；利用申银万国遍布全国的168家分公司和168家营业部网络优势，及时地发掘主题性投资机会，与公司其他业务部门紧密合作，不断创新出适合客户需求的产品。在公司外部，资管部门通过与业内知名研究机