

期货“触网”：不止佣金那点事儿

□本报记者 官平



互联网期货时代来临

谁也不知道互联网炙热的火,下一次会烧到哪儿。电信三巨头混战多年后始发现,实际腾讯才是自己最大的竞争对手,传统家电零售商国美、苏宁醒来相对及时,否则也将面临残酷淘汰。

2013年6月中旬,天弘基金与支付宝合作推出的互联网货币基金——余额宝上线,其高收益及极佳的流动性迅速点燃了市场对于互联网货币基金的热情。

一年前,上海的一家期货公司宣布对新开户客户免收佣金,仅代收取交易所手续费及期货投资者保障基金,且存量客户除特殊法人账户外,也统一降至“零”佣金。尽管此举后被叫停,但业内多认为,那是倒逼期货业转型的必然之举,互联网期货时代悄然到来。

最新的统计数字显示,中国期货业2014年151家期货公司实现净利润41.43亿元,同

比增长16.55%,净利润前20名的公司合计为25.52亿元,占全行业的比重为61.60%;全行业共有27家公司出现亏损,亏损总额为1.44亿元。

据统计,去年全国151家期货公司代理交易额、交易量均有所增长,客户权益总额已达到2742.72亿元。行业整体盈利情况有所改善,净利润同比大幅增长,利息净收入保持快速增长,但手续费收入同比下降。同时,除手续费收入外,其余主要指标同比稳步走高,但佣金继续下滑。

令业内羞赧的是,期货公司原本仅靠经纪业务“吃佣金”,如今开始靠保证金“吃利息”。随着近年来手续费费率的持续下降,利息收入已成为期货公司重要的收入来源。

为缓解行业困境,大力推进创新业务,引导期货公司转型,降低经纪业务在期货公司收入结构中的比重已成行业共识。而互

颠覆营业部模式

有营业部,一方面虚拟平台替代了实体柜台,为降低营业成本提供了可能,同时客户的体验感和交易便捷性大大提高。”一位期货公司的市场经理表示,传统的扫楼、陌生拜访、电话营销、会议营销、大赛等营销方式将逐渐成为辅助营销方式,让位于基于网络社交平台上的互联网金融营销,同时也将降低营销成本。

据了解,一些大型期货公司已经设置了互联网相关部门,并配备了专业人才。张勇表示,互联网金融已然成为最有效的销售渠道、营运平台、服务窗口和创新沃土,正在改变期货公司的生存环境和生存方式,使得“高收益、零佣金”的运营模式变为可能,从而提升了期货公司的竞争力。

日前,中国期货业协会(中期协)起草制定了《期货公司互联网开户规则》(下称《规则》),并公开向社会征求意见。中期协称,前期已在行业内征求了意见,根据意见反馈情况,对《规则》进行了修改完善,形成了新的《期货公司互联网开户规则(征求意见稿)》,并起草了《期货公司互联网开

“躺着”不如“跑着”

货公司的运营成本,而且可以通过设计“余额宝”式的期货账户理财产品,允许客户将账户中的沉淀资金用来购买理财产品,在有效扩大期货公司资产管理规模的同时,实现客户账户沉淀资金的保值增值。

他进一步指出,在新“国九条”金融开放政策指引下,作为民营资本的互联网企业依靠金融资本和渠道资源优势,有望在证券期货市场发起新的并购重组,必将带动国内期货市场实现跨越式、多路径发展。

2月6日,央行研究局局长陆磊在中国政府网解读降准时表示:互联网金融就是有利于引导资金流向小微、“三农”的金融创新,在互联网技术的推动下,小微企业和普通大众能更便捷地获得金融服务,这个体系有利于更加有效地甄别谁是合格的融资者。

央行官员在公开场合对互联网金融给予高度评价,这是鲜见的。在此之前,央行官方及央行官员对互联网金融的态度是,鼓励互联网金融创新的政策不会改变,但也要予以适度监管。

随着国家层面对互联网金融的肯定与

网金融的涉足,可能是一个颠覆性的方向。

“互联网金融意味着金融机构盈利模式的改变,零佣金时代的到来,期货公司的生态环境将发生巨变,不能做出调整将面临淘汰。”上海中期相关负责人张勇表示。

资料显示,互联网金融与传统金融的区别不仅仅在于金融业务所采用的媒介不同,更重要的在于金融参与者深谙互联网精髓,通过互联网、移动互联网等工具,使得传统金融业务具备透明度更强、参与度更高、协作性更好、中间成本更低、操作上更便捷等一系列特征。

张勇表示,互联网金融可以提供通道、销售平台、融资平台以及另类平台,几乎囊括了传统金融业的全部功能,超越了传统奇虎公司所能提供的功能。互联网技术的便捷和快速,强大的数据分析和挖掘能力,大大提升了平台运行效率、服务能力和增值能力。

操作指南(征求意见稿)》。

业内人士表示,《规则》的发布,一方面预示着期货业创新步伐的一大迈进,另一方面,网上开户实现后,期货公司业务将突破地域上的障碍,这对降低公司成本有很大的推动作用。

这也意味着,未来线下的营业部将变成“网上营业部”。国投中谷期货王琳此前表示,网上营业部的出现,将极大地提高期货市场运行效率,有助于监管部门全面掌握期货公司及客户情况,大大提高风控效率,有助于期货公司降低运营成本,提高合规水平,有助于投资者更加便捷、及时地享受期货公司提供的服务和跋履,这对于市场参与各方都是有利的。

目前,商品期货开户要求必须与客户当面开户,股指期货必须客户到期货公司临柜开户。王琳表示,对于期货业的互联网金融而言,便捷的人口是实现互联网金融的基础,在互联网开户的过程中,与客户进行的真实可确认的视频对话应可认定为符合当面开户要求。

支持,期货业如何利用这一崭新的渠道和手段来进行金融创新呢?

业内人士表示,首先要利用互联网渠道优势细化客户服务。依托大数据以及电子商务的发展,将期货与互联网的深度融合,借助互联网渠道扩大客户覆盖面,利用基础数据分析不同客户个体需求,并提供相应的产品服务匹配客户的多样化需求,向不同类型的客户提供分层、专业化的服务。

在大资管背景下,利用互联网平台加强与各大金融机构合作。一些接受本报记者采访的期货人士表示,目前国内金融混业时代已经到来,随着互联网金融的崛起,随着金融机构混业经营趋势越来越明显,金融产品也会实现混业,期货公司可与银行、证券、基金等金融机构合作,金融产品也可以实现混业,实现利润最大化。

但必须指出的是,目前互联网金融尚处在起步阶段,缺少明确的监管和法律约束,面临诸多政策及法律风险,因此期货公司在发展互联网业务的事后,必须是创新建立在合规之上。

毛海东：“触网”不意味期货业进入冬天

□本报记者 官平

近日,东航期货总经理毛海东接受中国证券报记者专访时表示,随着期货新业务的不断发展壮大,佣金收入占比下降的趋势将更加显著。市场规模仍在不断扩大,经纪业务互联网化带来成本节约,经纪业务佣金费率会进一步下降,但这并不意味着行业进入冬天,相反,这将加速期货行业的差异化发展。

中国证券报:互联网对金融业冲击不言而喻。从期货业来讲,传统线下业务 营业部 面临怎样的困境? 营业部扩张的方式还适应市场的发展吗?

毛海东:互联网的核心是信息流、数据流的广泛、快速传导和交互,在这个过程中,个人的作用被弱化,传统单线的业务模式演变为社会化、网状的形态。随着信息技术的不断进步,客户端功能的不断成熟,可以预见,银行、证券网点在未来十年也会逐步减少。

从期货行业来看,也是如此。期货行业没有指定交易的概念,好多投资者都在数家期货公司有账户,随着线上业务的不断进步,传统同质化的线下业务势必面临地域限制、信息不对称的打破,处于一个完全竞争的状态。既然是完全竞争,期货公司只能通过价格优势、服务能力来实现差异化竞争。因此,总部的作用逐渐体现,营业部的功能开始弱化。当然,营业部也已开始转型,逐步从撒网式的营销模式向以面向高净值客户、机构投资者为主导的线下服务模式转变;同时,营业部的业务范围也正突破传统单一经纪业务,朝着财富管理、资产管理、现货及仓单服务以及跨界业务一体化的平台业务方向转化。

从2013年公开数据看,证券营业部共5700多家,期货营业部1400多家,从客户数量比和业务收入比来看,期货营业部数量还是多的。当然,未来的趋势,是牌照的互通,证券和期货不分彼此,业务可以互相交叉,但是,传统线下业务的竞争也会加剧,这就同样面临着差异化服务的问题。期货公司的营业部需要解决如何结合公司线上服务和后台的平台优势,推进线下业务的升级,为客户做好定制服务、跨界服务。

中国证券报:东航期货较早试水互联网,目前取得了哪些成效?(经营成本的变化等)此前,不少业内质疑“零佣金”,请介绍一下,佣金对于互联网期货的意义大吗? 期货公司发展互联网业务,应该有怎样的格局或者思路?

毛海东:东航期货自2014年2月18日推出“零佣金”和“手机开户”,是基于对自身业务形态和行业发展趋势的考量。2014年,公司关闭了唯一的一家营业部,加快系统建设,为接下来的业务转型奠定了基础。

的确,期货行业由于之前受到各方面的限制,经纪业务是收入的主要来源,这其中,佣金收入的占比远高于其他业务。但是,这在金融改革、互联网发展、行业壁垒打破的趋势下,行业的竞争力量面临着诸多挑战。从行业数据来看,业内规模较大的公司收入来源中,佣金的比例有降低的趋势,不少已经降至50%以下,这还是包含了交易所的减免。我们算过,对东航期货来说,我们现在每手收一分钱,照样能盈利,但对整个行业来说,不收手续费不行,因为每家公司的单位成本不同。但是不能因为你成本高就可以收高手续费,高手续费要靠高服务品质才能被客户接受。你说你提供什么增值服务,所以收这么高手续费,客户不一定买账。中国的消费者是最精明的,期货投资者无疑对性价比更为敏感。为什么目前投资咨询业务做不好?就是因为客户对你的投资建议不信任。要做好,只有你比他更专业、更有盈利能力,这恰恰又是好多期货公司所不具备的。

随着新业务的不断发展壮大,佣金收入占比下降的趋势将更显著。市场规模仍在不断扩大、经纪业务互联网化带来成本节约,经纪业务佣金

期货“触网”是大势所趋

□本报记者 官平

尽管面对互联网金融的挑战,传统期货公司暂时仍具优势,但互联网技术的应用是大势所趋。期货公司早日顺应大势,便能获得优势并转化为竞争力。

这是一个跨行业跨市场的时代,每一个行业或者市场都在交叉,都在相互渗透。原本一直获利产品或者行业,在另外一个行业或者市场就可能变成一种增值服务,这就是互联网金融。互联网金融作为传统金融业的补充与延伸,有着独有的特点和优势:第一,成本低,改善信息不对称问题;第二,效率高,操作主要由计算机完成,操作流程规范;第三,覆盖面广,互联网金融服务图片时间和地域的限制,极大地提高了市场资源配置效率。

金融行业与互联网结合的模式可以划分为两种:一种是金融行业走向互联网,一种是互联网企业向金融行业渗透。其实,金融行业近年来一直都与互联网密不可分,并不断改善工作模式,从而更好地利用互联网提升自身的服务。互联网企业走向金融最好的案例就是阿里金融,阿里巴巴强势控股天弘基金,为其在金融方面的渗透增添了砝码。

新“国九条”中明确提出:“引导证券期货



费率会进一步下降,但这并不意味着行业进入冬天,相反,这将加速期货行业的差异化发展。根据公司自身资源禀赋和发展路径的不同,介入互联网业务的切入点也应当有所差异。互联网的确会带来成本的降低,但是,不在服务上不断创新,不提升服务的品质,仅凭低价并不会带来较大的业务增量,相反会侵蚀公司的正常经营利润,影响服务品质,从而制约公司长期发展。投资者的需求不仅仅是低佣金,而且在通道的安全和稳定、投研的质量以及一揽子金融服务等领域有各自的要求,期货公司从事互联网业务,要突破一维或是二维的思维局限,而是从更多的维度去构建业务框架,丰富服务内容,提升服务品质,才能在互联网业务的竞争中占得先机。

中国证券报:互联网是一个新事物,整合了各方面的资源。东航期货在发展互联网业务时,如何整合资源? 对未来这块业务有哪些规划?

毛海东:事实上,东航期货早在2008年启动“蓝海密剑”开盘大赛起,就已经开始业务转型的布局。公司利用自身遴选投顾的系统,在大赛中选拔优秀选手,于2009年推出第一个MOM资管计划,自成立起保持年化20%以上的收益率。同时利用股东资源,2012年推出业内第一个纯期货基金专户,2014年股东东航基金控股取得第一批私募基金管理人资质后,不断在期货资管领域取得突破。如今,蓝海密剑开盘大赛参赛权益突破15亿,2014年总体盈利3.9亿。

2014年底,东航期货与股东联手推出30亿CTA孵化计划,跨境套利“杠杆平衡宝”产品,进一步丰富服务产品线。CTA孵化计划设计了50万—500万、500万—2000万、2000万以上的不同资金规模的台阶,稳健推进CTA培养工程,目前在孵化中的CTA近30人;“杠杆平衡宝”旨在为客户提供短期保证金流动性安排,提升客户跨境套利资金使用效率。同时,我们在仓单业务和场外衍生品领域,将逐步打造特色产品,择机推出。在信息技术方面,东航期货在自主开发领域不断取得突破,业内第一个网上开户系统、期货公司自主开发的多风格交易系统、跨境一体化交易系统、期权做市商系统、资管系统都已上线使用,客户自助服务系统、增值服务系统、自动风控系统也正在加快升级推出。

在产品丰富、服务多样的基础上,东航期货未来还将进一步与股东资源协同,推进国际化、跨界平台化发展。与互联网企业相比,期货公司在数据来源的丰富性上有较大差距,大多只是局限于客户的基本信息数据和交易行为数据。当然,我们对这些数据的分析要比互联网企业更擅长和专业。但是未来的社会形态是网络化的,多维度的,互联网企业的业务正在涵盖用户的大部分日常行为,也包括融资、理财等个体金融服务领域。期货公司如想提升对客户需求的把握能力,也不能停留在上述领域,而应扩展到整个投融资领域,利用风险管理的专业优势,满足客户多样化、深层次需求,这样,才能在未来的行业变革中体现自身的价值。

互联网业务有序发展,建立健全证券期货互联网业务监管规则。支持证券期货业、各类资产管理机构利用网络信息技术创新产品、业务和交易方式。支持有条件的互联网企业参与资本市场,促进互联网金融健康发展,扩大资本市场服务的覆盖面。”

在期货市场上,过去一年中互联网金融的第一次冲击,来自于某期货公司启动的“手机开户+零佣金”事件。虽然零佣金后被叫停,看似互联网金融的手段有些浮躁,但是它给投资者带来的是较低的交易成本,给期货公司带来较高的运营效率。

业内人士指出,期货公司参与互联网金融的方式有很多,关键是要充分利用互联网和公司本身的优势,走出一条创新的路子,使得资源利用最优化,公司利润最大化。期货公司可以打造一个金融平台,整合资源、创新服务。客户通过期货公司的金融平台,可以对接券商、银行、现货公司、基金公司、境外期货公司或交易所等金融机构,获取多样化的服务,同时也可以和其他在金融平台上、在线上的投资者和专家互动交流,获取自己想要的资讯和投资策略。

互联网金融,是时代发展的大势所趋,也是金融业的重要变革。抓住机会,取得先机,方能让企业走在时代的前端。