

互联网证券挺进2.0时代

□本报记者 马庆圆 张莉

牛市提供转型契机

“一人多户的消息一出来,公司经纪业务部门和技术部门连夜加班,保证政策正式实施第一天就能满足客户的开户和转户需求。这就是‘互联网速度’。”平安证券董事长谢永林说,互联网改变了证券公司的传统业态模式,“证券业互联网化发展,从企业而言,是充满动力的。”

“一人多户”的落地让中小证券公司看到借助互联网证券大潮“弯道超车”的机会。在多数券商还将互联网证券业务局限在开户环节时,一些“先知先觉”的公司已经着手在特色业务甚至证券公司全业务的互联网化布局,以期在互联网证券时代取得优势。深入发掘客户投资需求和理财习惯,通过组织架构调整、引进互联网人才、整合内部资源和加强产品设计和综合服务能力,部分传统券商正在互联网证券的路上不断创新。

业内人士认为,股市的火爆、“互联网+”时代的到来、监管层的支持,多重因素奠定了证券公司大力发展互联网业务的基础。券商应将眼光放长远,把握住牛市的机遇,积极实现业务转型。



本报记者 车亮 摄

开户火爆 硬件系统超负荷运转

“尽管我们早就做了准备,但市场反应的火爆已经让系统超负荷运转了。”深圳某证券公司负责人说,“一人多户”的放开,让部分证券公司的硬件系统“措手不及”,由于系统对接等技术问题,行业内全面实现“一人多户”可能需要一周左右的时间。

一石激起千层浪,“一人多户”搅动起券商行业整体经纪业务的市场格局,也令不少定位于低佣金、高效服务的互联网券商叫好。有券商分析人士认为,上述规定的实施提升投资者在不同券商之间的迁徙能力,令行业的佣金大战

日渐白热化,而互联网券商无疑已在这场激战中崭露头角。

“在中登公司发布一人多户政策放开的通知后,我们就宣布开始紧急应对措施,增派夜班开户值班人员,周日已经出现通宵开户的情况,很多电话线路都因为咨询量猛增而出现持续打爆的状况。”据中山证券相关人士透露,由于看中其超低佣金和快速开户的优势,此前已经有大量用户从其他券商转户出来,而账户限制的放开正在催化这股“开户”的热情。另据某中型券商营业部投顾反映,周末微信群上,不少客户借着“一

人多户”政策放开的消息,要求券商降低自己目前的佣金,不降佣金就转户,“很多客户已经准备在一些网上服务方便的券商开户了”,上述投顾坦言,政策的放开和券商互联网化的趋势正在让传统经纪业务和佣金收入承受很大压力。

“这次,狼真的来了。”深圳一家大中型证券公司负责人表示,“一人多户”的实施,对于拥有较多经纪业务客户的大型证券公司来说,意味着全面迎战中小券商发起的“佣金战”,而互联网证券时代的来临,无疑将加剧行业争夺客户的激烈程度。

互联网加快渗透

与部分证券公司转型互联网券商“羞羞答答”不同,互联网公司对券商行业的渗透正在不断加深。去年2月,腾讯联手国金证券共同推出互联网金融产品“佣金宝”;2014年12月,腾讯入股富途证券的消息也开始在坊间流出。2015年2月13日,东方财富网公告称将收购同信证券70%股权,这也意味着互联网公司进军券商行业的步伐正在不断加快。有业内人士甚至断言,在拥有庞大流量和技术优势的互联网巨头们的介入下,证券公司的价值将逐渐下沉、沦为渠道,未来的交易佣金也将可能消失。

有券商人士提出,互联网企业进入毫无疑问会加剧当前行业在互联网证券布局方面的竞争,而优秀的互联网企业也有望率先诞生可复制的互联网证券业务的商业模式。“比如东方财富网的平台,尽管起步较晚,但来自股吧平台的大量股民资源的沉淀,令其有机会通过深挖这种庞大的流量价值来挖掘互联网平台上的盈利点,现在东方财富旗下天天基金网不断有新产品推出,让公司互联网金融交易平台的框架日渐清晰,这给传统行业提供了一个非常优秀的案例借鉴。”

涉足证券金融理财的微量网董事长冯永昌

认为,从券商行业的发展来看,证券公司守住自己的一亩三分地去挖别人客户的时代已经过去了。“在服务是同质化的前提下,挖客户只能靠调低佣金,所以佣金越来越低,但对客户而言不仅需要佣金的降低,还需要一个贴近需求的产品,不能既没有产品的创新,也封闭自己的客户。”冯永昌说,如今一个客户可以开多个证券账户,也意味着此前券商割据时代立马会被打破,在这样的情况下,券商业产品与客户实现全面互联网化,各家券商与其“被革命”不如自己“革命”。

低佣金“跑马圈地”叫好难叫座

然而,在一片看好声中,多数证券公司的互联网业务目前却仍停留在单纯依赖低佣金“跑马圈地”的阶段,后续服务和创新产品匮乏。“冲着万分之二点五的佣金,我转户到了某中型证券公司,但之后发现在操作界面、投顾和产品等方面都不如原来的券商。现在我大多数操作还是在最初开户的证券公司进行。”投资者刘小姐介绍道。中国证券报记者走访多家证券公司发现,大多数证券公司如今已经都已经具备低佣金网络开户的服务,然而,客户开户之后却鲜有后续服务和产品跟进。

“烧钱”项目,短期资金投入过大而难见成效,也令不少机构对这类创新业务倍感纠结。“目前不少机构和互联网企业合作,靠创投或外围资本的投入进行互联网金融业务的布局,但是对于我们这样大股东来自央企背景的证券公司来说,必须需要拿出合理的方案要求股东方出资投入新业务,如果新业务烧钱过猛,产出不利,可能投入的资金和布局的动力都会受到阻碍。”在深圳某大型上市券商工作的陈静(化名)表示,目前不少大型券商对互联网证券业务的创新仍抱有疑惑和忧虑,仓促投入大量资源来布局或者通过让渡佣金收入切入互联网证券

的方式,可能难有成效。

曾在内地大型券商任职、如今转型进军香港互联网券商的国信证券董事长李泉认为,以佣金降低来换取客户的模式可能会根本性转变其券商内部的业务结构,对于大多数券商而言,这将触及巨额的利益让渡和调整,难度不可谓不大。“过去大多券商只是将互联网作为平台或工具,并未真正融合;或是中小券商抱互联网巨头的大腿,最多只是流量导入,并未有实质性突破。”在李泉看来,从海外互联网券商发展历程看,大券商直接转型互联网的难度颇大,而小券商通过个性化、差异化的金融服务来切入新市场反而更有机会。

积极探索新模式

“证券互联网化还处于一个不断摸索、试错的阶段。整个行业都在设法运用互联网思维武装队伍,创新业务。”谢永林表示,互联网带来的颠覆和挑战“倒逼”传统券商进行革命,行业呈现出百花齐放百家争鸣的生态模式,如果能够有效避免同质化竞争,那么行业将迎来新发展。“如果说目前看到还没有特别成熟的模式,那是因为大家目前正大胆地在闯、在试,还没有到定型的时候。”

据了解,当前多家券商机构正在积极转换业务模式思路,通过新的制度设计和产品研发来积极探索互联网金融新模式的发展。而一批互联网证券业务试点资格的券商,也已在构建账户、打造平台和整合产品上做出探索,在推进业务互联网化的同时推动传统服务的转型升级。比如东方财富证券去年推出的新产品,通过经纪业务客户保证金与货币基金产品对接,让客户实现更高投资收益;银河证券网上商城独立理财账户的上线,为用户提供多款互联网金融产品。

广州某中型券商互联网金融部负责人透露,当前券商正在积极谋求与BAT等互联网企业之间的深度合作,重点探索互联网经纪业务的拓展和投融资产品的线上化。“实话而言,证券公司对互联网的改革实际上是被倒逼着进

行,证券公司目前正在积极寻求和互联网公司的跨界合作,利用成熟平台对自身业务进行互联网基因改造,意图在推进互联网证券业务同时,尽可能快速抢占线上客户资源。”上述券商负责人表示,目前监管层对互联网金融的态度逐渐放开,主张证券公司全面布局互联网金融,按照计划上半年各家机构还需提交布局互联网金融方面的具体方案。

而曾借助“佣金宝”实现经纪业务占有率大幅提升的国金证券如今也在开始筹谋新的业务布局。据国金方面透露,除了完善佣金宝客户端、深挖客户需求之外,未来还将完善注入创业板在线转签、融资融券、沪港通等业务的在线办理,基本实现证券经纪业务的全互联网办理,而且还在积极推进手机开户、闲置资金管理财等新产品新功能。“去年,我们曾结合客群数据分析,在上海、南京、重庆等多地设立证券营业部来推进O2O业务的部署。”中信建投分析师认为,国金这类线上结合线下的“闭环”模式主要基于大数据分析来挖掘现有的流量价值,并存在后续增值服务的巨大空间,已经受到市场的广泛认可。

尽管面临互联网巨头的竞争,但直到今天,传统券商拥抱互联网也非一帆风顺。动力不足和资金匮乏,成为制约传统券商进军互联网的

“桎梏”。

“目前来讲,市场行情火爆,券商业务收入猛增,资本金相对充足,此时切入互联网金融将是一个非常好的时机。如果公司未来实现互联网化的话,可能有必要将现有的组织框架等等一整套管理制度全部烧掉,重新建立一套符合互联网思维的新框架。”据接近监管部门的相关人士表示,当前发展互联网金融正在成为整个资管行业的普遍趋势,传统金融机构急需通过移动互联网技术重构当前的技术和组织架构,转向C2B的定制商业模式以及O2O的市场运营体系,并实施在网络自治机制下的合规与风控,“互联网金融意味着全新的范式,因此它意味着颠覆。”

“退潮之后,才知道谁在裸泳。传统证券公司现在应该做的,是在涨潮的时候,多加几件衣服。券商的各项传统业务均可一定程度地互联网化,长远来看,也必须互联网化。”谢永林认为,互联网带来的颠覆和挑战“倒逼”传统券商进行革命,未来几年,行业将出现“洗牌”,“有关部门和监管层对互联网金融发展给予了足够的重视、宽容,提出了互联网+的战略,并给予专业指导。我非常看好中国互联网金融证券化发展的前景,相信不久就会有相对成熟、能够全行业推广的成熟模式出现。”

互联网证券专业委员会主任委员、平安证券董事长谢永林:券商业务须互联网化

□本报记者 马庆圆

作为“互联网+”时代金融行业的创新重点,互联网证券的发展广受市场关注。尽管业内认同传统证券公司转型互联网券商的大方向,但目前真正在战略定位和具体落地方式层面先行先试的证券公司并不多。在互联网金融大潮中,传统证券公司的机遇在哪里?互联网证券未来的发展路径和模式是怎样的?互联网证券又将如何再造证券公司业务流程、改变投资者的生活?针对互联网证券热点话题,互联网证券专业委员会主任委员、平安证券董事长谢永林日前接受中国证券报记者专访。

处于摸索、试错阶段

中国证券报:证券业互联网化发展的方向得到业内广泛认同,但在具体落地过程中目前却鲜有成熟模式,产生这一情况的原因是什么?大型互联网企业对互联网证券“虎视眈眈”,在此背景下,传统证券公司的优势和发展方向是什么?

谢永林:对于互联网转型,券商是很积极的,不少券商已经专设互联网金融中心,配备专业团队,提供7×24小时、360度服务支持,着重提升证券理财服务水平。同时,证券互联网化还处于不断摸索、试错的阶段。整个行业都在设法运用互联网思维武装队伍,创新业务。互联网带来的颠覆和挑战“倒逼”传统券商进行革命,行业呈现出百花齐放百家争鸣的生态模式,如果能够有效避免同质化竞争,那么行业将迎来新发展。目前看到还没有特别成熟的模式,那是因为大家目前正大胆地在闯、在试,还没有到定型的时候。

互联网证券的本质还是金融业务。如同金融企业学习互联网思维一样,互联网企业进军金融行业,同样也要具备金融思维。券商作为传统金融机构的优势,一是风险控制能力。如何将业务规模化的同时有效控制风险,券商积累了丰富的经验,手段也不断专业化。有人可能会提到互联网公司的大数据优势,但是实际而言,受制于数据的处理成本和计算能力,运用大数据技术来提升风控质量还仅限于信用风险,对市场风险、流动性风险、操作风险等方面,都是金融机构更具有优势。二是客户优势。从用户结构来看,金融机构的合格投资者比例显然是要高于互联网企业的。互联网企业涉足证券业务,运用互联网思维提供金融产品,跟我们立足金融思维,用互联网方式来提供服务是有差别的。相对互联网产品需求,用户的金融需求更复杂、专业,如果没有一个标准化的客户识别和管理体系,单纯的把金融产品通过互联网平台海量投放到市场,很容易造成需求与供给的错配。

中国证券报:以低佣金网上开户为主要切入点的互联网证券2014年以来快速发展,但目前也面临同质化严重、后续服务不足等情况。平安证券在互联网金融方面的整体战略和思路是怎样的?公司在互联网证券业务具体实现路径上,有哪些创新亮点?

谢永林:很多人都将互联网证券狭义

地理解为“网上开户”或“网上获客”,但是互联网证券绝不止是开户的“互联网”化,同时也是服务的互联网化。互联网的“海量获客”,降低了获客成本,同时也带来大量客户,增加了服务压力,所以互联网化的客户服务,也一定和传统的线下服务有所区别。

平安证券正打造的“一站式互联网理财平台”就紧紧围绕“中国最领先的资产管理公司”这一战略定位,以用户需求为中心,利用未来中国经济升级和资本市场飞跃发展的有利条件,帮助客户进行资产管理,提供集投资者教育、理财信息、财经资讯、产品交易、理财、融资等全方位的金融服务,达到客户财富增值及保值的目的。服务与产品的问题,正是我们要打造的这个“一站式互联网理财平台”的核心。

目前,平安证券的互联网证券业务是以“经纪业务转型”和“APP战略实施”两项重点工程为具体路径实施展开的。目前,在两项工程中已有数个创新成果落地。

解除对通道业务依赖

中国证券报:任何创新都面临现有机制等的束缚,互联网证券也面临线下、线上业务之间的平衡问题。平安证券在处理现有业务与互联网创新对接的过程中,面临怎样的挑战,又是如何处理的?

谢永林:互联网+推动了中国经济的“新常态”,我认为,券商的各项传统业务均可一定程度地互联网化,长远来看,也必须互联网化。平安证券内部通过建立“去传统证券化、产品驱动、构建账户、建立机制、安全至上”等五个差异化竞争优势,解除券商对于通道业务的依赖,以产品吸引客户,用账户留住客户,借助资源高效利用的配套机制,完善的风控合规体系,在互联网证券时代,成功实现各项业务的促进和融合。

的确,互联网对传统经营模式的冲击很大,早些年网点数量和质量是衡量金融机构竞争力的重要指标,但是业务一旦线上化,物理网点反而会形成包袱。完全将业务线上化,对于传统金融机构而言,是一道难关,其中面临的挑战很多:如何搭建线上团队,如何建立全新的业务模式,线上与线下的利益如何有效切分等。

平安证券采取以下两个策略同步推进:第一,所有能在线上完成的流程坚决线上化,已经线上化的服务还要运用互联网思维优化升级。比如,开户、融资这一类业务,我们运用用户分群模型、人脸识别技术,将一些以往要通过线下验证的环节全部线上化,精简流程,节省资源,同时客户体验也得到提升。第二,全面优化升级线下网点,为O2O打造坚实基础。去年底我们开始在全国近三十个重点城市设立分公司,推动“1+N”转型服务模式落地,传统上投行业务只有在IPO等项目进行时与客户进行短暂的沟通和调研,但我们可以通过线下分公司,获得客户长时间的稳定数据和信息,从而对客户做出更全面和深刻的评估分析,以及最及时快速的面对面服务。

上市券商业绩亮眼

□本报记者 张莉

在市场行情不断上攻的趋势下,券商业绩也不断水涨船高,一季度成绩单抢眼也在市场普遍预期之中。数据显示,截至4月10日,20家上市券商公布3月月度业绩,实现营收247.87亿元,净利124.55亿元,超过去年12月份的业绩巅峰。

从分项收入看,受益于A股成交量的不断创新高,券商经纪、两融等业务大幅增长,成为3月业绩的主要动力。业内分析认为,目前市场格局下,券商优良的业绩表现有望持续,预计2015年全年行业利润增速将达80%。

券商业绩飙升

尽管券商板块经历一段时期的“蛰伏”,但一季度靓丽的成绩单足以证明券商已然成为牛市中最新鲜的行业。从数据统计看,在一季度业绩预告或快报的5家上市券商中,有4家券商2015年首季净利润已接近或超过2014年的一半。

从各大券商公布的业绩来看,券商业绩同步,环比暴增局面成为普遍,其中以去年年底上市的国信证券表现最为亮眼,营收、净利润分别居首,其3月营收305.3亿元,净利162.1亿元,分别环比增长155%、199%,前三月累计净利润29.5亿元。3月,国信证券一举超过中信证券与海通证券,成为最赚钱券商。与此同时,前三月,中信证券和招商证券母公司净利润较2014年同期分别大增2.88倍、2.87倍。

分析人士认为,当前牛市行情下,A股市场指数和交易量的不断攀升刺激券商业绩的业绩飙升。针对首季利润暴涨8倍,东方财富表示,国内证券市场指数大幅攀升,公司自营投资及资产管理业务盈利显著增长;市场交投活跃,交易量迅速增长,公司经纪业务净收入增幅较大;新三板做市业务取得良好收益;资本中介业务快速发展。

经纪、两融受益明显

从分项收入看,经纪业务及两融业务收益的飙升无疑成为此番靓丽业绩的重要推力,业内普遍认为,在大盘上涨成交量翻倍的情况下,券商经纪和两融业务将会明显受益。

根据iFind数据,3月份沪深A股成交量1.52万亿股,成交金额20.75万亿元,日均成交量近万亿,最高成交额达到1.42万亿元,创历史新高。而在融资融券方面,4月9日,沪深两市融资余额已经高达1.62万亿元,据测算,按照目前券商主流的融资利率8.35%估计,券商每日坐收利息逾3亿元。

市场分析人士表示,由于券商股业绩增长,其估值还将进一步提升。“尽管短期内市场对于4000点有恐慌情绪,但中期来看,牛市仍在继续,券商股走势值得期待。”南方基金首席策略分析师杨德龙认为,券商股是市场中最能代表大盘人气的板块,一方面市场交易带来的佣金量增加,两融业务收入也会激增,对券商贡献超预期的业绩;二是作为牛市中受益的板块,券商股本身就会提高估值。