

万家券商营业部谋变 加速财富管理转型

Choice数据显示,截至2023年5月30日,全市场共有10233家证券营业部。其中,长三角、珠三角等区域的证券营业部数量较多,头部券商的营业部着力全面覆盖,中小券商则发力本土区域深耕。

中国证券报记者在调研中发现,近年来券商不断加速财富管理转型,增加营业部的智能化程度,伴随服务模式转变,不少券商裁撤A型营业部,增设C型营业部,顺应行业发展趋势。同时,营业部职能逐步向为客户提供全产业链综合金融服务转变。

在业内人士看来,在移动互联网和数字化的时代,被视作券商“桥头堡”的营业部逐渐成为券商各项业务的落地点、营销窗口和服务基地,并被赋予了更多新的定位和角色。未来,相信券商营业部将加强金融科技手段的应用,深化与投行等其他业务的协同,更好地践行财富管理的新理念。

● 本报记者 周璐璐 林倩



视觉中国图片

聚焦国家重大区域发展战略

券商打造全业务服务链条

● 本报记者 周璐璐 林倩

证券营业部作为证券公司的门面,在选址上往往颇具考究。近年来,随着国家重大区域发展战略的发布实施,不少券商加大在长三角区域、粤港澳大湾区、雄安新区等地的投入布局,纷纷设立分公司或营业部,加强区域服务。

与此同时,中国证券报记者在调研中发现,证券营业部也不再简单的只是承接开户等财富管理业务,还承担着投行、资管、衍生品等业务的前端服务,成为券商打造全业务服务链条的首要环节。

提升区域服务能级

近两年来,券商频频设立新的分公司和营业部。2023年5月份,国泰君安青岛分公司正式启动运营;2月份,国泰君安公告称拟设立厦门分公司。3月份,海通证券发布公告称,苏州分公司正式开业。

根据国泰君安介绍,公司聚焦国家重大区域发展战略,坚持“差异化、有特色、重效率”发展思路,优化网点布局,完善协同机制,深耕上海主战场,主动融入长三角一体化发展、粤港澳大湾区建设、京津冀协同发展等国家战略,不断提升区域金融服务能级,更好助力区域经济高质量发展,已经成立苏州、前海、雄安、青岛分公司,设立粤港澳大湾区协同发展委员会,稳步启动重点区域组织创新。

“为顺应国家区域重大发展战略,公司在长三角区域、粤港澳大湾区等重点区域加大资源投入,强化与属地政府、园区企业及各类投资机构的业务联动。”海通证券表示,公司将区位优势转化为资源优势,将资源优势转化为业务优势,不断提升区域金融服务能级。

不仅是头部券商在行动,中小券商也在发力布局。2023年3月份,国联证券公告称,拟在浙江省宁波市新设分公司,在杭州市新设不超过3家证券营业部,在宁波市新设不超过3家证券营业部,在嘉兴市、绍兴市、台州市、温州市、金华市五地新设不超过5家证券营业部。

承担部分业务前端开拓职能

此前券商营业部以经纪业务为主,随着券商财富管理转型的发展,券商营业部不仅聚焦客户的资产管理配置,还承担着券商资管、投行等业务的部分前端开拓职能。

在国泰君安看来,营业部财富管理转型发展将呈现四大发展趋势:一是着力打造完备的客户价值体系,充分运用前沿科技持续提升获客效率,改善客户体验,以客户为中心,真正回归财富管理本源;二是智能投顾与买方模式将成为未来财富管理服务的主流模式;三是建设高水平投顾队伍是财富管理机构的重要制胜因素;四是全渠道数字化将推动财富管理主要价值流重塑。

华兴证券作为经纪财富领域的新晋券商,虽然仅有北京分公司和上海营业部两家分支机构,但也积极利用分支机构推动财富管理转型。华兴证券副总经理、零售事业部负责人马刚表示,公司秉承“用户型券商”战略定位,选择精品成长性赛道,引导分支机构“组合公司资源、创造用户价值”,在某一细分赛道打造用户获益的投资服务模式,建设“用户价值型”营业部。

“分支机构不仅是不可或缺的服务窗口,更是全业务链的落脚点,可以为投行、PE等推介业务。”海通证券表示,公司的特色营业部或分公司全面推进财富管理和“投、融、保、研”有效协同联动,围绕强化交易服务、投资顾问及基于资产配置的产品销售三大核心能力开展工作。

开源证券也积极运用营业部拓展投行业务。开源证券经纪业务相关负责人指出,部分分支机构发挥公司北交所、新三板业务优势,“一点接入、全局响应”,加强协同,在承揽投行、资管等业务方面做出了自己的特色。其中,开源证券湖北某证券营业部2022年以来承揽新三板挂牌项目8个,较好服务了地方经济发展和企业客户壮大。

“西部证券的特色营业部结合区域情况及资源禀赋进行差异化发展。”西部证券财富管理相关负责人表示,公司西安长安中路营业部重点关注西安及周边地区上市企业客户,以IPO、债券发行等业务承接为切入点,配合财富管理、员工持股计划等综合金融服务方案,强化与投行、资管等条线的专业协同,形成敏捷服务机制,对客户需快速响应、准确回复、持续服务,为投行、资管等板块持续输送储备项目。

稳健发展 数量超万家

证券营业部是证券公司触达投资者、服务实体经济的“毛细血管”。经过三十余年时间,证券营业部随着线上业务普及、金融科技进步而稳健发展,其秉承着服务投资者的初心,是证券公司高质量发展的重要根基。

1986年9月26日,新中国第一个证券交易柜台——上海静安证券业务部的开张,标志着新中国从此有了股票交易。1990年,万国证券黄浦营业部的成立,这是中国第一家真正意义上的全国性证券营业部。自2017年,我国证券营业部数量突破1万家,目前呈现稳步发展态势。

以所在的区域来看,长三角、珠三角区域的证券营业部数量较多。Choice数据显示,仅广东省就有1411家证券营业部;浙江的证券营业部数量为1040家;江苏和上海的证券营业部数量分别为899家和793家;山东和北京的证券营业部数量分别为577家、520家。

从营业部家数来看,有6家券商的营业部数量均超过300家。中国银河证券拥有484家营业部,居于行业首位;方正证券旗下有364家营业部,居第二名;国泰君安营业部家数居行业第三名,为342家;安信证券和广发证券的营业部家数分别为317家、315家,位列行业第四、五名;海通证券的营业部家数也超过300家,为305家。

此外,中泰证券、中信建投证券、招商证券、申万宏源证券的营业部家数均超过250家。

可以看到的是,头部券商凭借公司实力和业务范畴,在营业部布局上投入较多。国泰君安介绍,其公司的营业部已实现31个省份覆盖,主要分布在长三角区域、粤港澳大湾区、京津冀区域等;海通证券的情况较为类似,在上海、江苏、浙江、黑龙江等地网点分布较多。

中国证券报记者在调研中发现,海通证券将一线营业部定位为走差异化高质量发展道路,全面推进财富管理和“投、融、保、研”协同联动,增

减负增效 频做“加减法”

北京证券业协会2022年数据,在北京地区共有277家券商分支机构亏损,占比46.63%,其中约有219家券商分支机构已经连续两年亏损。

与之对应的,券商在营业部上不断做“加减法”。根据中国证券报记者不完全统计,有5家券商过去一年撤销网点数量达到两位数,其中多为中小券商。今年以来,有6家券商发布了10份关于裁撤营业部的公告。

其中,仅红塔证券就在今年3月底的一份公告中宣布撤销6家证券营业部。长城证券也在今年发布3份公告,宣布裁撤3家营业部。此外,光大证券、山西证券、华安证券、天风证券也在今年发布了撤销营业部的相关公告。对于裁撤营业部的决定,多家券商均表示是为了进一步优化营业网点布局并加强资源整合,推进财富管理业务转型升级,提升公司整体经营效率。

以开源证券为例,开源证券目前在全国范围内分布89家分支机构,其

加速转型 增强智能化

西部证券营业部经纪业务职能从传统的现场交易服务与业务办理逐步转向以客户需求为中心,集金融产品、投顾服务、大类资产配置为一体的综合财富管理业务。”西部证券财富管理相关负责人表示。

营业部作为财富管理转型落地的关键实施者,如何有效落地最为关键。以开源证券西安曲江某证券营业部为例,该营业部根据客户特征,提供丰富的产品线适配客户风险偏好和投资目标,为客户配置合适的金融产品,得到了不少客户的认可。开源证券上述经纪业务相关负责人告诉中国证券报记者:“公司特别加强了员工专业能力培养,加强资产配置和优选产品等专项培训,引导全员取得基金、投资顾问从业资格,提升员工财富管理领域的综合素质和专业能力,走在了财富管理特色化发展的前列。”

“财富管理的背景下,营业部逐

步转变为公司综合服务方案的前端销售,是一个‘全能销售’团队,而不再是简单的开户和交易终端,原来的开户和交易职能更多被移动互联网的总部级平台所替代。”马刚表示,“全能销售”对营业部及总部的管理体制提出了极大挑战,这些挑战既包括业务培训、绩效考核、人才建设,也包括从客户需求出发的一站式解决方案,需要跨越部门墙的组织能力鸿沟。因此,券商经纪条线开始探索以客户分类作为营业部等分支机构的重点,将具有某一共同属性的客群深度打通。

华兴证券北京分公司负责人闫高杰表示,华兴证券北京分公司选择ETF细分品类作为精品赛道,为客户打造ETF配置服务和ETF工具服务两款核心服务,结合总部科技和投研赋能,发挥自身经营特色,提高客户资产留存规模,力争市场参与各方获益。

西部证券探索投保新模式,建立丰富的产品品类,形成“实体+线上”的资源互联互通。西部证券财富管理相关负责人告诉中国证券报记者,一线营业部依托公司建立的自媒体矩阵,在辖区客户中开展投教宣传活动,配合智慧屏等智能设施,借助各类全国重点新闻媒体的同步推广,提升投教信息曝光量,进一步提高投保工作的受众面和互动性。同时,营业部充分利用互联网多元化表现形式,以金融证券知识、证券市场法律法规等内容为基础,通过图片、动画、音视频等形式进行通俗化、多样化、趣味化的表达,优化投教产品的宣传效果。“此外,在监管部门的指导下,公司、高校协同开展《小西课堂》等系列直播课,结合市场热点、监管动态及投资者需求,邀请专家进行及时、专业、权威的授课与解读,通过线上直播这一交流平台实现了监管、公司、投资者的有效互动。”该负责人说。

中,信息技术类型为B类型的分支机构14家,占比约16%;84%的分支机构类型为C类,没有信息技术类型为A类的分支机构。头部券商中,以国泰君安为例,截至目前,国泰君安342家证券营业部中,C型营业部占比超过50%。

“近年来,随着互联网的高速发展,尤其是移动端交易方式的普及,数字化转型加速,导致A型网点越来越少,B型、尤其是C型网点会更加普及。为了提供更好的服务,可能会形成一个城市以B型为核心+多个C型卫星网点的格局,其中B型网点立足于向客户提供综合、全方位金融服务,C型网点更加贴近客户工作和居住,提供常规服务。”开源证券经纪业务相关负责人说。

“这是市场洗礼的结果。”谈及券商营业部的“加减法”,华兴证券副总经理、零售事业部负责人马刚坦言,随着证券营业部数量增长,不同券商对营业部布局的战略定位不同,裁撤或新设说明证券业市场化竞争程度提升。

金融科技助力 券商投教活动百花齐放

● 本报记者 周璐璐 林倩

“总部分部联袂开展”“‘实体+线上’资源互联互通”“探索图片、动画、音视频等多种创新投教形式”……随着资本市场深化改革稳步推进,投资者保护显得越发重要。作为与投资者关系最为紧密的券商营业部,在投资者保护中发挥了巨大的作用。

中国证券报记者日前调研获悉,近年来,券商营业部多渠道、多形式地开展专项教育,主动贴近投资者,积极服务投资者。在此过程中,金融科技正成为券商营业部百花齐放地开展投教活动的有力抓手。

多渠道多形式展开

中国证券业协会今年5月发布的《2022年度证券公司投资者服务与保护报告》披露,据不完全统计,2022年券商开展各类投教活动16.6万场,累计覆盖约8.56亿人次。

中国证券报记者从多家券商处获悉,近年来,证券行业投教工作取得亮眼成绩的背后,券商营业部对投教活动的重视,以及对投教活动多渠道、多形式的积极探索功不可没。

开源证券建立了总分联动、全媒体的投教体系。何为总分联动?开源证券经纪业务相关负责人介绍,总部层面,以公司投资者教育基地为核心,除了常规的实体展示和月度投资者交流会外,开展了走进上市公司、投教系列漫画图文、非遗文创投教产品等创新投教模式,获得了广泛关注和传播。分支机构层面,公司组织开设了财商课、财报研习社、ETF小课堂和投资训练营等系列课程,通过视频直播、短视频等全媒体,整体构建了开源证券特色的投资者教育体系,推动投资者教育工作向专业化、规模化、信息化方向发展,深受各方好评。

西部证券探索投保新模式,建立丰富的产品品类,形成“实体+线上”的资源互联互通。西部证券财富管理相关负责人告诉中国证券报记者,一线营业部依托公司建立的自媒体矩阵,在辖区客户中开展投教宣传活动,配合智慧屏等智能设施,借助各类全国重点新闻媒体的同步推广,提升投教信息曝光量,进一步提高投保工作的受众面和互动性。同时,营业部充分利用互联网多元化表现形式,以金融证券知识、证券市场法律法规等内容为基础,通过图片、动画、音视频等形式进行通俗化、多样化、趣味化的表达,优化投教产品的宣传效果。“此外,在监管部门的指导下,公司、高校协同开展《小西课堂》等系列直播课,结合市场热点、监管动态及投资者需求,邀请专家进行及时、专业、权威的授课与解读,通过线上直播这一交流平台实现了监管、公司、投资者的有效互动。”该负责人说。

充分利用金融科技

中国证券报记者了解到,证券营业部投教活动百花齐放的过程中,金融科技成为有力抓手。

“最新的金融科技手段,为高质量服务投资者提供了助力。”开源证券经纪业务相关负责人称,例如,在开源证券肥猫App这一自主品牌移动金融终端上,持续优化迭代,强化功能和服务建设,改进用户体验,通过应用场景建立基于用户画像的智能推送,提升服务触达的效果和精准度,以科技力量为用户提供易于参与、易于学习和决策、更具个性化的移动金融终端平台。

国泰君安安全上线了新一代核心交易系统,优化君弘App数字财富管理平台以及百事通投顾平台建设,增强数字化运营与服务能力。作为头部券商,国泰君安具有“分支遍布全国、客群覆盖面广”的优势,因而投教活动在“普”和“惠”上下功夫,深化数字科技应用,优化客群经营体系,提升“数字化+科技感+沉浸式”投教服务体验。

“西部证券营业部在客户服务中主要运用三种金融科技手段。”西部证券上述财富管理相关负责人表示,向中国证券报记者介绍,其中,西部证券信天游App实现自助开户、业务办理、行情交易、新闻资讯、投顾服务、投教服务等核心业务场景的线上开展;“点将台”采用业内首创的专家咨询模式,形成一个客户、一个投顾、N个专家构成的“1+1+N”投顾服务链条;公司智能运营平台对接App、短信、微信、智能外呼等多种渠道,方便营业部进行客户触达。

海通证券营业部也充分利用金融科技,强化专业客户交易服务能力。海通证券表示:“一线营业部高度重视数字化带来的变革,投教内容不再局限于传统的讲座、海报等表现形式,而是通过短视频、微信长图文等各种形式进行多元维度的传播,通过数字化渠道将优质的投教内容触达投资者,帮助投资者更好地了解相关业务规则和风险。”



视觉中国图片