

国信证券：以更严更实职业道德准则 筑牢行业发展基础

● 本报记者 胡雨

日前,中国证券业协会修订发布了新版《证券从业人员职业道德准则》。新版《准则》在与中国特色金融文化保持一致的基础上,形成具有证券行业特色的道德规范以及针对证券从业人员的特定展业要求,引导从业人员珍惜职业声誉、恪守职业道德,推动培养德才兼备的高素质专业化人才队伍。

日前,国信证券在接受中国证券报记者专访时表示,新版《准则》以更严更实的标准对从业人员的职业道德素养提出更高要求,将有助于增强投资者对证券行业的信任,提升行业声誉形象,持续筑牢行业发展基础。涵养职业道德需要行业机构以建设价值共同体的高度责任感和使命感长期推进、久久为功,以更高的道德标准和文化自觉,将“五要五不”中国特色金融文化融入公司经营发展全过程。

提升行业声誉形象

国信证券认为,新版《准则》是行业贯彻落实中央金融工作会议精神,进一步强化、巩固行业文化建设成果的重要一环,良好的职业道德

是证券行业从业人员规范展业的基础,事关行业持续健康发展的长远大计。

在实施标准上,新版《准则》要求从业人员以更高的道德标准来规范自身行为,与时俱进弘扬和践行“五要五不”,切实提高政治站位,坚定不移走中国特色金融发展之路。在功能定位上,新版《准则》从共同营造行业良好发展环境出发,提出“做有格局、有担当、令人尊重的从业人员”,引导行业从业人员积极履行社会责任,树立良好社会形象,从文化自觉的高度对行业声誉建设提出明确目标。

在国信证券看来,新版《准则》进一步划定了从业人员的道德底线,为从业人员加强自我约束、规范执业行为、提升道德素养提供了基本遵循。继证券行业提出文化建设十要素、行业荣誉观后,新版《准则》对从业人员行为提出更为具体的道德要求,进一步彰显中国特色金融文化的深刻内涵。通过持续强化从业人员职业道德规范管理,可以有效防范金融风险,为实现金融高质量发展提供坚实的道德支撑和文化保障。

各券商对照新版《准则》逐步完善和落实相关管理制度、深入推

进系列宣导,特别是在选人用人管理、执业声誉信息管理等方面落细落实新版《准则》要求,将有助于增强投资者对证券行业的信任,提升行业声誉形象。国信证券认为,涵养职业道德需要行业机构以建设价值共同体的高度责任感和使命感长期推进、久久为功,以更高的道德标准和文化自觉,将“五要五不”中国特色金融文化融入公司经营发展全过程。

融入人员管理各环节

据国信证券介绍,公司高度重视职业道德管理,围绕制度建设、选人用人、教育培训、激励机制等,将行业职业道德准则融入人员管理各个环节,切实提高从业人员职业操守。

目前,国信证券已将职业道德准则、证券行业荣誉观等要求纳入公司合规守则、从业人员执业行为管理办法、员工手册等制度规范,并通过每年组织全员签署自律承诺文件,督促员工践行行业文化、严守道德底线。新版《准则》发布后,国信证券已启动相关制度修订,完善配套体系。同时,持续严格落实执业声誉信息登记报送制度,强化声誉约束。

在选人用人方面,国信证券持续

规范引才程序和录用条件,开展严格、规范、统一的人职考试,严控人才质量。公司制定发布了员工入职考试管理办法,对新入职员工开展行业文化、合规自律、廉洁从业等职业道德基础内容测试,考试成绩作为人才招聘工作的重要参考依据。

在教育培训方面,国信证券持续开展新闻媒介及文化素养培训,每年对员工进行声誉风险管理、行业文化建设等专项宣导。据了解,国信证券精心打造了新员工文化培训课件,在人口处把好“文化关”,让员工自觉成为行业文化理念和荣誉观的践行者。此外,公司还发布了文化理念识别系统(MI)、文化建设宣传片等,通过线上线下多渠道的密集展示,引导员工树立正确的价值观和利益观,恪守廉洁底线、珍惜职业声誉、恪守职业道德。

在考核约束上,国信证券将廉洁从业、合规管理(含反洗钱)、全面风险管理、声誉管理、文化建设等要素纳入员工年度考核,并赋予对考核结果的“一票否决权”。多年来,国信证券持续开展“国信荣誉榜”年度评优评优,深入挖掘道德模范和优秀典型,表彰合规自律、爱岗敬业、绩效突出的先进集体和个人,树立清晰明确的价值荣誉导向。

乘用车板块业绩稳定向好

“智能化+全球化”驱动产业竞争力升级

● 本报记者 答秀丽

2024年1-8月乘用车批发销量1615.1万辆,同比增长3.3%。零售端,7月零售销量177.0万辆,同比增长1.9%,环比增长2.5%。包括长江证券汽车行业首席分析师高伊楠在内的多位行业分析师表示,看好汽车行业自主高端化进程和海外市场持续扩张,“智能化+全球化”将驱动中国汽车产业全球竞争力升级。

汽车需求有望进一步提升

专家认为,得益于汽车行业整体平稳运行以及结构性的变化,乘用车板块业绩稳定向好。机构数据显示,上半年,汽车行业营业收入同比增长8.4%;归母净利润为305.9亿元,同比增长14.9%,其中二季度归母净利润为185.8亿元,同比增长47.4%。

高伊楠表示,新能源汽车和出口增长表现强劲,叠加政策加码和旺季到来,汽车需求有望进一步提升。

“2024年以来,内需具备韧性叠加出口持续突破,驱动中国乘用车需求持续向上。中国品牌乘用车在此过程中通过驱动技术路径的选择与储备,持续的技术创新及显著的性价比优势提升国内及海外市占率。”广发证券汽车联席首席分析师闫俊刚表示。

东吴证券所长助理、汽车行业首席分析师黄细里坚定看好中国汽车行业发展,预计2024年国内新能源汽车销量有望超过1000万辆。

看好汽车智能化逻辑

展望后市,行业分析师表示,看好汽车智能化逻辑,消费者为智能化买单的拐点或将到来。

黄细里表示,看好汽车智能化逻辑有两方面因素。一方面,汽车仍处在供给创造需求的时代;另一方面,大模型推动高阶智能化性能与成本质的飞跃。

高伊楠表示,展望下一阶段,智能电动化加持竞争力,看好自主品牌高端

化进程和海外市场持续扩张。以比亚迪、华为智选以及头部新势力为代表的自主品牌发力中高端市场,2024年车型开启密集投放。相较于传统的合资高端品牌,自主品牌智能电动化竞争力更强。智能驾驶进入端到端大模型阶段,国内车企保持智能驾驶方面的持续投入。短期来看,随着城市NOA(自动辅助驾驶)逐步落地,国内头部车企端到端智能驾驶算法陆续推送,智能驾驶有望进入量变到质变的阶段,使用体验大幅提升。

此外,机构分析师认为,从国内零部件来看,汽车智能电动化变革打开行业远期成长空间,我国优秀零部件企业凭借技术、成本、响应速度等优势逐渐重塑行业格局,未来有望涌现一批世界一流企业。智能电动汽车相较于传统汽车,内部零部件发生巨大变化,带动增量市场。

关注全球化布局

汽车行业全球化布局的逻辑同样被看好。分析师认为,海外需求方面,2024年以来乘用车出口景气度依旧不错,新品类叠加性价比将共同驱动中国品牌海外终端份额持续向上。

闫俊刚表示,短期出口需求主要关注中国品牌海外终端市占率,2024年上半年中国品牌海外终端市占率提升速度依然较快,出口增速亮眼;中长期出口需求主要关注中国品牌海外竞争力及突破路径。

“国内零部件企业凭借技术、成本与服务优势切入全球供应链,加速海外扩张。随着汽车模块化和外包化更加成熟,越来越多的企业开始拿到全球平台的订单,厂商国际化战略加速推行,如拓普集团、新泉股份等诸多企业均已开始在海外布局,我国汽车零部件企业出海开启加速键。同时,国内汽车零部件企业相较于海外企业具有更明显的成本优势。”高伊楠表示。

黄细里认为,我国汽车产业全球化将形成中国特色模式。智能电动汽车强产品力叠加燃油车的高性价比将共同驱动中国汽车出海成功。

网络安全概念爆发 关注三大投资主线

● 本报记者 刘英杰

9月23日,网络安全概念板块再度迎来大涨,电科网安、国网安涨停,国投智能大涨7.61%,国民技术、科蓝软件、安恒信息等涨幅超5%。Wind数据显示,该板块已经连续第三个交易日涨幅位居前列。

分析人士表示,当前网络安全板块性价比凸显,随着下游新场景安全需求快速释放,看好其中长线投资机会,建议关注数字化、智能化和信创投资三大投资主线。

网络安全问题日益受到关注

日前,联合国国际电信联盟发布的《全球网络安全指数2024年版》报告指出,全球各国正在普遍加强网络安全措施。关键信息基础设施的网络安全对于国家和社会稳定至关重要,但只有54%的国家拥有负责此类基础设施网络安全的机构,而具有实施有关网络安全标准框架的国家仅占49%。各国能源、交通、医疗等关键基础设施易遭受网络攻击并导致灾难性后果。

为减少网络安全事件发生,我国证券行业积极布局网络安全事件应对处置方案。日前,中证协向券商下发了《证券公司网络安全事件舆情处置应急预案》,以进一步完善证券行业网络安全事件应对机制,完善网络安全事件舆情处置应对流程。

光大证券研究所所长助理、传媒互联网行业首席分析师付天姿认为,网络安全面临广泛而深刻的变革,一方面网络安全攻击门槛正逐渐降低,另一方面AI技术提升了威胁检测能力,还提供了自动化安全评估和漏洞修复等功能。

多家公司积极布局

多家上市公司积极布局网络安全行业。

“我们现在每个终端产品都依赖全球供应链,由大量供应商来完成。如何确保生产、运输、仓储过程中每个环节可控,安全尤为重要,尤其是对国家安全的关键设备和技术,应该加速自主研发和生产,确保设备的可信性和安全性,避免被外部力量动手脚,所以加

《证券公司网络安全事件舆情处置示范案例》发布

中证协着力提升网络舆情应急处理能力

中国证券报记者近日从业内获悉,为进一步提升证券行业应对突发网络安全事件的能力,加强网络安全事件的应急处置并及时回应舆情,维护行业形象和市场稳定,中国证券业协会近期组织编制了《证券公司网络安全事件舆情处置示范案例》,于近日下发至各证券公司。

据了解,《示范案例》旨在聚焦网络安全事件舆情的日常监控、监管报告流程、舆情处置流程、公众应对措施等主要环节,突出重点,同时注重舆情应对的覆盖性和可操作性,以指导券商如何及时发现、报告、处置类似事件,保持事态的良性发展,减少事件对业务运营和市场的影响。

● 本报记者 赵中昊

明确适用范围及处置原则

《示范案例》谨适用于应对处置网络上出现的关于券商因网络安全事件引发的新闻报道或微信、微博、论坛、贴吧转帖,或对券商网络安全可能产生重大影响的相关信息等突发网络舆论情况应急处置工作。

网络安全事件发生或相关信息发布(以下合并统称网络安全事件)并引发舆情时,券商应主动通过有效地识别、评估网络安全事件舆情带来的风险,快速响应和高效处置,诚信专业地回应投资者的关注,最大程度地防范和减少网络安全事件对公司和投资者造成的损失和负面影响,积极维护行业声誉。

根据《示范案例》,券商处置网络安全事件需秉持四大原则:第一是审慎处置原则。券商要对网络安全事件及网络安全事件舆情进行主动识别和防范,审慎评估和判断,加强对网络安全事件及网络安全事件舆情的分析原因、影响程度、发展变化的分析和预测,及时做出应对,避免低估其可能造成的损失和负面影响。

第二是快速处置原则。券商要建立网络安全风险及舆情监测和应急处置机制,在出现网络安全事件后,第一时间启动网络安全事件处置及舆情应对程序,主动应对和积极控制网络安全事件舆情,防止一般舆情升级为重大舆情。

第三是客户第一原则。券商要充分保障投资者等利益相关方对事件进展的知情权,向客户及时公布相关

信息,如事件的情况、受影响的功能和客户群体、修复的进展、客户查询的电话等,不刻意隐瞒、误导,以负责的态度、积极的行动和有效的沟通,增强客户信任,引导事态良性发展。

第四是及时报告原则。券商要按要求及时向监管机构报告,根据实际情况,在事件初发、原因查明、故障修复等不同阶段更新事态演变和处理情况,确保监管机构获知必要信息,统筹协调处理好网络安全事件舆情。

《示范案例》还要求券商建立完善的网络安全事件应急处置团队并明确职责分工,包括但不限于:应急领导小组、信息技术应急小组、舆情应对小组等。

明确舆情分级及应对工作机制

《示范案例》通过设立网络安全事件舆情等级判定指标,包括网络安全事件等级指标、舆情影响范围指标、舆情传播指标、舆情态势指标等四项具体指标,综合研判网络安全事件严重程度并就以上四项指标赋分,最终判定网络安全事件舆情级别为轻度、中度、严重、特别严重等四项网络安全事件舆情级别。

《示范案例》通过分析总结券商网络舆情的共性和代表性问题,提出了网络安全事件应急处置工作机制、舆情监测与分析工作机制、投资者投诉处理工作机制等。

其中,网络安全事件应急处置工作机制包括发生网络安全事件时的内部信息传导与决策、由信息技术现场小组中负责技术应急处置成员组

成的技术小组主要处置工作、由信息技术现场小组秘书处牵头组织信息技术现场小组成员完成应急事务类工作的事务线小组主要处置工作;舆情监测与分析工作机制包括券商建立日常舆情监测机制,通过实时和定期收集、筛选、分析、记录和跟进舆情信息,及时了解市场变化和投资者情绪,并建立专人专岗机制日常对接舆情监控;投资者投诉处置工作机制针对券商网络安全事件舆情中可能发生的客户投诉,就投资者安抚策略和投资者沟通要点等方面提出妥善处理投资者投诉相关问题的方式。

需要注意的是,投资者安抚策略涵盖两个层面:网络安全事件问题确认前,券商应以积极的态度和服务安抚客户的情绪,表示对客户理解,认真倾听客户陈述的问题,并指导客户进行尝试处理,检查系统是否能够恢复正常使用;网络安全事件问题确认后,券商应根据客户受影响程度,积极动员公司力量,组织人员针对不同客群分层分级分组开展应诉安抚工作。对客户造成损失的,应及时与客户协商解决,尽早取得客户谅解。对于无实际证据证明受损情况的客户,也要正面回应,充分沟通,增强客户对公司的信任和支持。对于情绪激动、言辞激烈的客户,要安排专人跟进,对后续可能产生的舆情影响进行评估并及时在内部进行沟通。

提出舆情应急处置流程

为确保券商在出现网络安全

事件后即刻启动舆情应对程序,主动应对和积极控制网络安全事件舆情,《示范案例》明确了舆情应急处置流程:首先是舆情的发展与确认。网络安全事件舆情的发生一般是网络安全事件负面新闻或信息在投资者平台上传播,进而引发外界对公司的负面评价,直接或间接危害公司声誉、品牌形象和经营发展。舆情的发展一般分为事件曝光、舆情发酵、声誉受损、市值波动等几个阶段。

其次为舆情的过滤与确认。网络安全事件舆情一般具有实时变化、难以量化评估、受整体市场环境影响较大等特点。券商在对舆情的日常监测与分析中,要对舆情信息进行过滤,减少误判和噪音。舆情应对小组确认网络安全事件舆情等级后,根据舆情级别秉承公司内部相关处置原则,及时、有效处理网络安全事件舆情。

在舆情处置过程中,舆情应对小组及时将外部舆情信息持续传导至包括信息技术部门、事件责任部门及受影响业务部门在内的信息技术应急小组,及时定岗并解决问题。

《示范案例》明确了舆情外部回应要点,包括规范一致的舆情解释口径、专业冷静的媒体互动、多渠道的外部回应。应急处置工作基本完成后,券商应根据实际情况及时制定声誉修复方案,可采取诚恳致歉、加强管理、维护公共关系等多种方式修复声誉,重建客户和投资者的信心和信任度。

视觉中国图片