

证券业大模型布局渐入佳境 建立AI能力分级认证制成共识

证券时报记者 谭楚丹

由证券时报社主办的“2025中国券业数字化实践高峰论坛”近期在北京举行,在主题为“金融大模型在证券业务中的落地实践:挑战与路径探索”的圆桌论坛环节,多家券商首席信息官分享人工智能大模型在证券行业的应用进展与思考。

参与讨论的嘉宾有山西证券首席信息官孙嘉锋、国元证券执委会委员兼首席信息官张国威、华福证券首席信息官兼财富委员会主任李宁、西南证券首席信息官华明,国泰海通证券技术研发部总经理黄韦为圆桌主持人。

大模型布局渐入佳境

在生成式人工智能快速发展的浪潮中,多家券商已展开大模型应用探索,落地进展及成效引发行业关注。

孙嘉锋表示,山西证券重点把大模型能够验证成功的场景如文字生成、合规检索、情感分析等与公司具体业务场景做结合,形成智能问答、外呼、知识库等。“另外我们也会寻找具有高价值的场景,比如固收业务中交易员在通讯软件上靠人工呼叫的方式进行交易,我们去年结合大模型进行布局,在喊单场景中做好语义识别,将研发好的债券交易机器人嵌入交易流程中,把30秒的响应速度提升到3秒,效率提升10倍。”

张国威谈到,国元证券构建了涵盖算力、数据、模型、能力、业务和应用六层架构的AI赋能体系。顶层设计方面,公司金融科技部成立人工智能应用专项小组,联合此前技术条线的其他应用同事及业务部门的信息化专家,共同推进人工智能应用落地。目前在实践方面,国元证券为投行项目承做提供“读查问写”等多项大模型能力工具,包括智能核查能力、辅助撰写能力、法规问答能力。

李宁表示,华福证券在三年数字化规划里有单独AI子规划。“我们每年新增IT投入里大概有25%用于AI相关,并将AI作为直接绩效考核下达到各个部门,同时设立‘含智量’评估指标,比如考察用到AI的项目数量、使用深度情况

等。”目前,财富管理业务中的APP已获算法应用备案,投资领域应用AI信评,中后台则推出了“AI百宝箱”,智能解读公司所有过往制度。

华明谈到,西南证券从2023年开始对AI大模型的探索和尝试。公司设立数字化转型领导小组,由董事长和总裁亲自“挂帅”;另设有专职数字化转型办公室,负责组织协调、推进和考核;同时各个条线也有相应的数字化转型工作小组落地具体工作。公司目前已落地的应用包括智能知识库、智能编码助手、智能投研助手和智能投研助手等。

黄韦也分享称,国泰海通提出“All in AI”战略,“我们举办两届AI大赛,提升员工对AI的理解,共同开动脑筋探讨如何把AI应用到各个业务条线上。”在经纪业务方面,国泰海通的大模型应用投入比较多,对内有“投研助手”,供一线投研员工使用;7月份发布AI大模型对客服务的系统,问答系统。

行业监管框架亟待完善

随着大模型应用不断深入,完善相关监管框架成为行业共识。

对此,华明提供四方面的建议:第一,希望能够建立证券行业“AI金融服务能力分级认证制度”,明确哪些场景可以全自动化,哪些必须人机协同;第二,建议监管明确AI服务的责任界定和披露要求,在保护投资者权益的同时也能保护券商权益;第三,建议制定数据使用规范,促进券商使用客户数据时的透明度和合规性,保障客户隐私与数据安全;第四,建议推动AI技术标准化,要求或者鼓励券商使用可解释性高的模型,提高整个行业的服务质量和水平。

张国威也有相似观点,他提到最好能对券商基于大模型的客户服务进行分级分类管理,比如对于资讯查询、行情查询等通用场景,允许券商快速提供服务;而对于可解释性要求高、准确度要求高的投资建议、资产配置组合等服务,希望监管在模型评审、模型备案层面提供指导意见。

他还呼吁加强行业共建,建议由行业牵头共建共享通用知识中心,不涉及公司私有数据的部分可以共享成果。在数据层面,可通过隐私计算或联邦学习技术建立一个数据共享平



图为圆桌论坛——“金融大模型在证券业务中的落地实践:挑战与路径探索”活动现场。 宋春雨/摄

台,解决单一机构因自身数据质量、数据不全导致大模型能力泛化不足的问题。

孙嘉锋表示,希望公有算力能够像云计算一样建立标准规范的SLA质量体系。他解释称,“期望能建立白名单机制的公有算力,可以让券商在使用时不必担心数据隐私泄露,这对整个行业算力建设是很有价值的事情。”

研判技术演进重塑业态

伴随技术快速演进,并与业务需求加速融合,未来证券行业的服务模式与运营逻辑可能会发生更大变化,上述券商首席信息官对行业未来发展方向做出研判。

孙嘉锋认为,未来一两年,大模型应用进入幻灭期,市场对其很多不切实际的期望会被证伪。但同时,大模型能力提供了无限拔高的生产力工具,未来未必会出现某个具体场景或应用的杀手级产品,更可能是体系化的生产关系能否快速适应生产力变化,在这方面走出来的企业有可能将这项技术运用到极致。

张国威表示,未来价值最大化的体现在于“智能决策”的产生。他解释,“因为现在大模型主要是作为效率工具使用,但如果能把人、事物、事件都抽象成逻辑主体,同时把外部因素变化比如市场环境变化变成算法或函数导入其中,且大模型具备逻辑思考能力,能理解证券行业投资或者投研的专属逻辑,那么大模型将可

以成为决策工具,甚至生成具体的执行动作,这可能带来更多价值。”

李宁观察到行业内的两大变化:一是各家APP做得越来越AI原生;另一个是在异构算力方面,国产算力挑战还比较大,预计后续发展越来越快,在券商使用算力中的比重应该会快速提升到远远领先于其他异构算力的情况。

华明表示,当前券商做的绝大部分工作都可以由AI智能体完成,预计未来一两年有可能形成比较完整的智能体矩阵。智能体可以做到自我管理、自我适应、自我进化。这种变化将使券商业务模式、工作模式包括伦理层面都会产生巨大改变。另外,多模态场景也将显著增多,为客户体验优化和智能体交互效率带来重大提升。

基金降费重塑财富管理生态 券商公募协同探索买方投顾新路径



图为圆桌论坛——“渠道共赢与协同赋能,财富管理生态探索价值共振路径”活动现场。 宋春雨/摄

证券时报记者 王蕊

公募基金降费正在给财富管理行业带来深远影响,被动投资理念的兴起也在逐步重塑行业逻辑。未来将至,新的财富管理生态圈呼之欲出,金融机构又该怎样重新定位自我?

近日,由证券时报与南方基金联合主办的“2025中国券业财富经纪高峰论坛”在北京成功举办。在题为“渠道共赢与协同赋能,财富管理生态探索价值共振路径”的圆桌对话环节,世纪证券副总经理谭显荣、中邮证券副总裁谷文、华源证券总经理助理兼财富副主任陈洁、南方基金指数投资部基金经理何典鸿,共同探讨了新时期产品管理人及销售机构如何携手共

进,并展望了财富管理行业聚焦资源协同和AI赋能的未来。

财富管理正经历转型阵痛

今年9月,中国证监会修订发布《公募基金证券投资基金销售费用管理规定(征求意见稿)》,公募基金行业第三阶段费率改革落地,费率改革顺利收官。有业内人士以近三年平均数据测算,三个阶段累计每年将向投资者让利超500亿元。

“公募基金降费的政策对销售机构冲击非常大。”谭显荣并不讳言这一点。但他进一步表示,这一趋势最终会倒逼销售机构彻底转向买

方投顾,长期来看并非坏事。与此同时,为迎接新的行业变化,世纪证券近年来已进行了多方尝试:积极推进券结业务;与公募基金合作开发定制化产品;并从投教和投顾等角度入手,大力打造ETF生态圈。

谷文则通过回顾中邮证券2021年以来的市场化业务变革,分享了她对财富管理行业的最新思考。作为邮政体系内唯一的证券公司,中邮证券一方面借助集团遍布全国的4万多个金融网点,积极开发下沉市场;另一方面则秉持“不争大利,但求稳妥”的百年经营方针,坚持走金融向善的普惠路线。为此,公司不仅加快构建专业化团队和产品业务体系,更在金融科技上加大投入,实现了“跨越

式”的追赶。

何典鸿提到,公募基金销售费用管理新规涉及系统改造的有12个月过渡期,为各参与方梳理业务流程、改造技术系统、更新产品法律文件等提供了良好缓冲,各家机构应把握好这一宝贵的时间窗口,积极拥抱新规变化。中国结算最新推出的公募基金机构投资者直销服务平台(FISP),也为后续直销、托管、运营等业务的标准、高效化提供了便捷工具。“在新的政策导向下,金融机构正在经历从流量服务到存量服务的历史性转变。”

转型买方从产品构建开始

产品体系如何搭建和优化,是每一家财富管理机构的自诞生时就在持续思考的重要议题。“作为一家中小券商,我们选择构建一个精品化的产品货架,而不是开一家产品超市。”陈洁介绍,在覆盖不同策略的前提下,华源证券筛选基金管理人的第一步是看规模,头部管理人的持续经营能力和抗风险能力通常更强;接着再从定性、定量的角度去筛选管理层稳定,团队投研能力突出,超额收益、最大回撤、模型迭代等能力居前的管理人;此外还要根据市场环境变化和基金投后情况不断调整重点合作的经理人,尽可能保证货架上产品足够优质且适应市场。

谭显荣则提到,根据近几年的实践经验,世纪证券在基金管理人的准入方面更加强调“志同道合”,有时候并非规模最大的就是最好的,重要的是投资理念、产品风格要契合客户需求。具体到产品筛选上,也要从客户长期利益出发,根据投资者诉求寻求收益、波动、回撤匹配的产品。“我们的使命是帮助客户保卫财富、规避风险,让客户真正从我们的专业服务中感受到获得感。”

“专业是唯一的衡量标准。”谷文称,中邮证券对金融产品部门最大的要求是选出好的产品,为客户提供好的投资体验。为此,公司将上架产品最后的收益表现而不是销售收入,作为该部门的重要考核指标,并特别设立了资产配置研究部,以跟踪、验证投研组合的有效性。她还提到,基于对目标客群的调研刻画,中邮证券还特别围绕私募基金和ETF,打造区别于银行

的产品体系,这也是其财富管理业务近几年快速发展的原因之一。

ETF时代启幕机构摩拳擦掌

Wind数据显示,截至10月9日,南方基金管理的ETF总规模接近3700亿元。“过去几年,ETF的规模和市场占比都有了明显提升,ETF也已成为南方基金的重点业务板块。”在何典鸿看来,不管是头部管理人在积极补齐产品图谱,还是中小管理人尝试走精品化路线,在创设产品和投资者服务时都必须遵循“提升投资者的长期获得感”这一核心理念。

他提到,与过去特别重视首发不同,目前业内的一个新趋势是“轻首发、重持营、重服务”,通过为投资者提供更具前瞻性的产品、足够丰富的策略库,满足客户的自主决策需要,适配其长期投资价值的增值。ETF的管理人应当与产品建立更深的情感纽带,从产品设计到售后全生命周期持续跟踪,每一个环节都需围绕客户真实需求展开,强化投研支持与场景化服务,提升投资者在不同市场环境下的持有体验,推动ETF业务可持续发展。

谭显荣介绍,早在2019年底,世纪证券就提出要“做ETF的理财专家”,目的是在不具备专业投研优势的情况下,也能借助这一客观、公允、透明度高、客户接受程度高的投资工具,帮助客户捕捉到指数和主题投资红利。为此,世纪证券近年来通过ETF产品定制、ETF大赛、ETF投教APP专区等方式,引导客户走上长线投资和长期投资的道路,后续还计划推出“ETF定投”“前海50ETF精选池”等产品,为客户提供差异化的ETF服务。

虽然很早就意识到ETF的巨大潜力,但直到最近两年,谷文才在一次次市场调研中确认,ETF的时代终于要来了。很多家办已经在将ETF作为重要的配置工具,且ETF在长尾客户中的渗透率也已经高到了令人惊讶的地步。通过联合邮政其他金融机构共同引导客户参与ETF投资,中邮证券正逐步触及更多的管理人和行业资源,进而针对不同类型的客户构筑不同的ETF服务模式,一步步打造自己的ETF生态圈。