

中国高端服务的北京高华版本

证券时报记者 游芸芸

北京高华语录

- 我们有些方面的自律标准,甚至比现有监管要求更严格。
- 我们宁愿选择做最优秀的公司,而非最庞大的公司。
- 高华期望自己的员工在工作和私人生活中都能够保持高度的道德水准。
- 适时从纯粹的机构投资者向公司客户和零售客户市场转型是大势所趋。

2009年10月,在北京金融街英蓝国际中心大厦,北京高华证券刚低调地庆祝生日。这家被市场普遍误读为合资身份的券商有着百分之九十九的中国血统,在中国券商经纪业务高端路线探索中,北京高华已经默默进行了五年。

近日,北京高华面对证券时报记者,讲述了其经纪业务高端服务的中国道路。

立足本土探索高端服务

北京高华于2004年由包括方风雷在内的几位个人投资者及联想控股共同创立,拥有证券经纪及自营、资产管理业务牌照,而高盛是其全球战略合作伙伴。

五年来,北京高华一直秉承合作伙伴高盛的风格,极为低调地进行业务开展。无可置疑的是,尽管北京高华有着百分之百的中国血统,但其业务却打上了浓厚的“高盛”烙印。高盛在多个方面为北京高华提供先进的技术支持,这让北京高华诞生于本土,却走出了一条中国版的高盛式高端服务路线。

高华采用国内券商中独有的筛选体系对客户的背景进行调查,资金来路不明的客户将被拒绝。高华要对意向客户的背景进行调查,包括第一桶金的来历,有无犯罪记录、商业污点或洗钱前科等。

北京高华究竟怎样的与众不同?一位了解北京高华的市场人士评价,在竞争近乎白热化的经纪业务市场,如果说还有哪家券商会将客户拒之门外,你可能觉得不可思议,但北京高华就有可能。

这当然有点夸张的意味,但北京高华对经纪业务规范化要求的标准之高,可能处于行业最前列,公司有些方面的自律标准甚至比现有监管要求更严格。”北京高华首席执行官章星表示。

据悉,北京高华的客户资金门槛远高于行业平均水平,并且还有一套严格的客户甄别体系。一位接近北京高华的人士说:对客户而言,能在高华开户,从某种角度来说不仅是显示了一定的资金实力,也意味着清白的资产来历。”

据记者了解,北京高华采用国内券商中独有的筛选体系对客户的背景进行调查,资金来路不明的客户将被拒绝。据上述人士透露:北京高华要对意向客户的背景进行调查,包括第一桶金的来历,有无犯罪记录、商业污点或洗钱前科等。”

北京高华为何以高门槛和严要求来筛选客户?章星解释道:以严格标准筛选客户正是基于高华的合规文化。”而高华筛选客户正是沿袭了高盛的十四条原则之一。该原则宣称,我们最重要的三大财富——员工、资本和声誉中,最重

建的是声誉。我们不仅致力于从字面上,更从实质上完全遵循约束我们的法律、规章和职业道德准则。”

当然,严格调查和欢迎合格客户并无冲突,北京高华不会轻易放行任何一个合格客户。”章星笑道。

独特的合规文化极大地推动了北京高华业务的开展。Wind资讯显示,虽然只有两家营业部,但北京高华今年上半年经纪业务收入达1.7亿元,均收入超过8000万元,远超过行业平均水平。

尽管营收收入高企,但北京高华的客户数和收入绝对值偏小却是不争的事实。对此,章星的解释很坦然:高华整体高端定位和高端服务的宗旨不会改变,这决定了高华的客户数量无法与国内其他拥有大量中小客户的券商相提并论。在高华的战略理念中,服务质量远比数量重要。”

记者在高华的十四条原则中看到这样的文字:如果我们必须在质与量之间作取舍的话,我们宁愿选择做最优秀的公司,而非最庞大的公司。”

高盛文化的中国体验

目前,国内不少券商客户维护专员与服务客户比例为1:1000甚至更高,而北京高华的Sales(销售经理)面对的客户可能只有几个或者十几个。显然,面对为数不多的客户,销售经理可以提供更高质量的服务。

业内人士认为,如果要在券商的销售人员队伍中选出劳动模范,那非高华的销售经理莫属。而章星也乐于承认这一点,高华的销售经理可能比行业中大多数销售人员更加刻苦。”

章星介绍,高华的销售经理每天的工作时间从早上七点一直持续到晚上七点,期间,销售经理不仅要与全球、亚洲区和国内分析师就经济环境、市场趋势等进行讨论,还要为客户提供大量细致的沟通服务。

高华的销售经理与客户的关系非常紧密,对客户的持仓明细以及投资偏好、习惯趋势都了如指掌。很多高华的销售经理既是客户的好朋友,也是客户在资本市场的一个拐杖。

章星表示:高华的销售经理与客户的关系非常紧密,对客户的持仓明细以及投资偏好、习惯趋势都了如指掌。贴身服务自然更有竞争力。很多高华的销售经理既是客户的好朋友,也是客户在资本市场的一个拐杖。”

高华的一个员工认为,高华的执业原则很大程度上影响着高华人的精神面貌。高华提倡员工坚持两项原则,即:客户利益永远至上。只要对客户尽心服务,

业内人士评价北京高华

在竞争近乎白热化的经纪业务市场,如果说还有哪家券商会将客户拒之门外,你可能觉得不可思议,但北京高华就有可能。

对客户而言,能在高华开户,从某种角度来说不仅是显示了一定的资金实力,也意味着清白的资产来历。

业内人士认为,如果要在券商的销售人员队伍中选出劳动模范,那非高华的销售经理莫属。

成功就会随之而来”;正直及诚信是我们业务的根本。我们期望我们的员工无论在工作上还是在私人生活上都要保持高度的道德水准。”

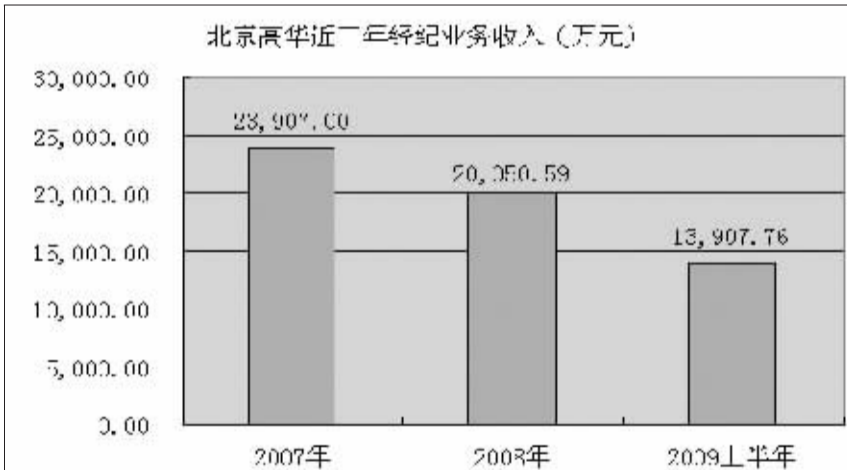
对此,章星的评价是:这让员工思想始终保持一种高尚的境界里,一群人在一起用同样的理念相互影响,我觉得确实有效。”

不仅如此,高华还不停地鼓励员工:你是最好的,提供的服务也应是最好的。”为此,高华借鉴了高盛的培训体系。据了解,高华的销售经理每年的各种培训费用高达数万元人民币,包括业务培训、产品培训、文化培训、合规培训、市场培训在内的各种培训,全面渗透了销售经理的日常工作。

先进的研究和交易手段

高华的高质量服务除了依靠高素质员工,还主要依托于实力不俗的研究团队与先进的交易技术系统。研究驱动和交易技术是支撑高华经纪业务向高端发展的两条高速公路。”章星说。

章星解释道:简单概括,高华目前经纪业务的模式是:销售员把研究成果转换成客户能懂的语言,指导客户买卖,而客户则选择高华作为交易平台。”



因此,研究是一切业务的基础。我们愿意投入大量资金和人才组建研究队伍。目前,高华的研究团队,加上战略合作伙伴高盛在全球市场的研究人员,共有百人之多。”

来自高盛的研究支持让高华的研究成果更具吸引力。2009年11月初,北京东方君悦大酒店,全球数百名高华客户及潜在客户齐聚一堂,高盛全球首席经济学家及全球经济、商品和策略研究部主管吉姆·奥尼尔亲临现场进行专题演讲。吉姆·奥尼尔在2003年率先提出“金砖四国”理论,并在近6年中得到了印证,很多投资人对该理论深信不疑。

高华的研究具有三大特点:第一是擅长宏观的研究判断;其次是其战略伙伴高盛独特的全球研究视野;第三是对国际大宗商品研究有独到之处。

这是高华的独特优势。对于其客户而言,和国际领跑投行的首席经济学家进行零距离交流,这种机会显然极为难得。

有国际知名投行做后盾,高华的研究与众不同之处体现在哪些方面?据章星介绍,高华研究具有三大特点:第一是擅长宏观的研究判断。高盛/高华对宏观走势的研究判断已在市场上形成独特的品牌。这均基于高盛十几年来中积累的海量模型构建。

其次是高盛独特的全球研究视野。

全球化使得全球市场联动异常紧密,蝴蝶效应越发明显,对全球各市场的综合判断、研究、感觉的国际视野,是国内券商短时间难以具备的。

第三是对国际大宗商品研究有独到之处。目前国内上市公司相当部分是第二产业的制造业公司,其产品或能源,比如铜、钢、电力、石油等在市场上的表现,都与大宗商品的价格息息相关,而高盛多年来对大宗商品的研究判断,将满足相关客户的投资需求。

毋庸讳言,以高盛/高华所代表的基于基本面的分析,在国内市场已经遭遇了新的挑战。对此,章星十分理解:国内研究着重市场货币供应量或交易趋势,以此来判断价格,对基本面的看重程度不如海外研究机构。我们相信,价格最终会向价值回归。投资者在基本面分析的基准上,综合资金供应的情况加以考量,就会对价格做出更为准确的判断。”

交易技术系统是高华奔跑的另一条腿。近年来,随着券商IT水平的整体提升,越来越多的投资者享受到了交易手段带来的便捷和机会。其中,高华先进的交易技术系统在业内引人注目。

章星透露,高华已从高盛集团引进算法交易和篮子交易,为QFII、公募基金等提供更具有科技含量的交易手段。但交易技术系统背后,对风控、清算和合规等后台的要求极高。将所有东西程序化、动态监控后台从清算到交易的实现,需要很强大的后台支持,关系到客户的直接利益,这使得我们必须投入大量精力和资金,确保不出错。”

高华和高盛的关系显然不只学习和借鉴那么简单。作为高华的大客户,高盛近几年为高华贡献了不菲的收入。高

高华已从高盛引进算法交易和篮子交易,为QFII、公募基金等提供更具有科技含量的交易手段。即便佣金率很高,高净值客户财富管理业务也无法填满高华的“胃口”。据了解,高华的下一个发展重点将是公司客户。

华则为高盛提供包括QDII介绍以及与其他QFII客户交易等多项服务。这是一个双赢的格局。”章星爽朗地笑道。

高端客户所享受的高华服务究竟需要付出多少费用?在记者再三追问下,章星仅仅透露:高质量服务带给高华的佣金率,远高于目前行业平均水平。

即便佣金率很高,高净值客户财富管理业务也无法填满高华的“胃口”。据了解,高华的下一个发展重点将是公司客户。

记者了解到,现阶段国内佣金市场可细分为零售客户、机构客户(基金客户加QFII客户)、公司客户,其中,公司客户贡献的佣金在整个二级市场占比超过10%,是当前很多券商觊觎的蛋糕。章星丝毫不掩饰对这块蛋糕的兴趣:适时从纯粹的机构投资者向公司客户和零售客户市场转型,已是大势所趋。”

(上接A5版)

从手写填单到电话委托,证券经纪业务服务实现了从现场到非现场的转变,而从电话到网络、手机证券,则实现了从有线到无线的飞跃,打开了经纪业务向上发展的无限空间。

首先是集中交易系统的建立有力推动了证券经纪业务向集中委托、集中清算的交易模式转变,使得营业部交易委托通道功能被高度简化为公司集中交易委托系统的一个电脑终端。客户保证金第三方存管的实现,也使得证券营业部摆脱了资金管理的束缚,从而转向专业的证券服务。

同时,网上交易的出现也大大突破了传统经营中地理区域的限制。各券商在整合和压缩有形证券营业网点的同时,纷纷加大以网上交易为主的非现场交易拓展力度。目前网上交易发展迅速,在某些证券经纪商的经纪业务总额中已占50%以上,而柜台交易等现场交易的比重则持续下降。

从这几年来年的发展状况来看,国内互联网用户数量稳步增长,互联网普及率的稳步、快速提升为网上交易发展提供了丰厚的土壤。

此外,随着近年来手机硬件的功能日臻强大,移动网络运营商的服务收费下降以及3G网络的推出,证券经纪业务正在逐渐向“无线”方向发展。

统计数据表明,目前部分券商的手机证券交易额已接近电话委托。国信证券金太阳手机证券、国泰君安阳光指手机证券、招商证券智远手机证券、宏源证券天游手机证券、长江证券手机炒股、长城证券随身手机证券,还有专门为手机炒股设计的华林证券IQ机在业内的影响力越来越大。

未来,手机证券不仅是投资者重要交易形式和信息获取渠道,也将成为券商多种业务的营销与服务总平台。投资者不仅可以通过手机进行银证转账、基金开户、基金申购与赎回、对账单查询等服务,并将成为券商主动营销和拉近客户紧密度的重要通道。客户经理、客服人员、研究所分析师均可通过移动可视系统为客户解答问题,使券商服务水平上升到一个全新的高度。