

解密广发证券:经纪业务转型的坚定践行者

证券时报记者 杨冬

在国内证券交易佣金价格战趋于白热化的当下,券商经纪业务转型已势在必行,作为这一转型的坚定践行者,广发证券一直朝着构建“专业、专心、专为您”的目标努力前行。

对于经纪业务的转型,广发证券副总裁欧阳西指出,传统的粗放型渠道式服务已不能满足客户需求,寻找证券经纪业务价值新的增长点,开拓佣金之外的收入来源,正是各个券商需要重新思考的问题。

他进一步表示,在监管部门认可的情况下,券商应通过提供专业的理财服务,使得经纪收入结构发生变化,即由“佣金+收费”两大块构成,逐步实现从通道制到服务制的转变。

事实上,广发证券已经在经纪业务转型上开始了自己的探索,如“金管家”的服务体系,“百日成才”市场管理精英成长计划,“星起点”财富管理师招聘等等,这些战略规划令广发证券站在了经纪业务转型的制高点。

经纪业务实现快速发展

在券商的核心业务中,经纪业务成为券商收入的主要来源,因此,经纪业务的发展速度和规模在很大程度上决定着一家券商的市场地位。

作为国内最具影响力的券商之一,广发证券是目前国内拥有经纪业务资格最多的券商之一,并成为今年国内首批获得融资融券业务试点和股指期货IB资格的券商。

●为了全面满足机构客户的需求,广发证券总结出了赖以凭借的两种“武器”。第一种武器是,糅合了证券经纪、投行、研发、资产管理的全方位、一站式服务。另一种武器是,个性化、高度私密性的服务。

广发证券成立十多年来,坚持“稳健经营、规范管理”的经营原则,经纪业务规模不断壮大,在服务上秉持“专业、专心、专为您”的理念,获得了广大投资者的认可。自1994年开始,公司经纪业务主要经营指标已连续15年稳居国内十大券商行列,成为中国市场最具影响力的证券公司之一。

在激烈的市场竞争中,广发证券利用市场和行业机遇,在自身积累发展的基础上,通过多次兼并收购,大胆扩张,加强了经纪业务网络体系建设。广发证券目前共拥有证券营业部189家,营业网点遍布珠江三角洲、长江三角洲、渤海湾、华南、东北、华北、华中等全国主要城市及经济发达地区,形成了覆盖全国、分布合理的经纪业务网络体系,营业网点数量位居国内券商前列。

据中国证券业协会初步统计数据,2009年106家证券公司实现营业收入2050.41亿元,累计实现净利润932.71亿元,比上年分别增长63.9%和93.5%。广发证券实现营业收入突破百亿美元,达到104.7亿元,实现净利润49.25亿元,同比增长49.97%。

2009年广发证券股票基金权证成交额46227亿元,同比增长81.9%,高于全行业75.1%的增幅。市场份额为3.85%,与去年同期相比有所上升。2009年,广发证券实现归属母公司所有者的净利润46.90亿元,同比增长48.79%,其中,经纪业务收入同比增长58.6%。

与此同时,广发证券在全面整合内部资源的基础上,依据适当性原则对客户进行分类服务,推出金管家客户服务体系,通过专业化服务团队,为客户提供多层次、全方位的服务及产品。

广发证券副总裁欧阳西表示,广发证券下一阶段的战略目标是,通过3-5年的努力,拥有稳定的市场竞争力和综合实力,业务排名、经营业绩进入行业前列,树立“蓝筹广发”的品牌形象,成为广受尊敬的价值创造者和社会责任承担者。为此,经纪业务要提前布局,尽快由通道服务向综合价值增值服务转

变,尤其是要建设全面的经纪业务客户服务体系,包含人才队伍、技术平台建设等多方面。

竞争下的品牌战略

随着经济全球化的深入,特别是中国加入WTO以后,中国证券市场正走向市场化和国际化。国外证券公司的进入以及交易佣金制度的国际接轨,令我国券商正面临着国内外竞争的双重压力。

欧阳西表示,面对严峻的竞争形势,广发证券提出要通过品牌吸引客户,通过服务留住客户。在产品创新与服务创新上下功夫,不断提高增值服务水平,提升客户对产品与服务的依存度,以此来延缓佣金下滑的趋势。

欧阳西介绍说,2009年,广发证券综合国内外优秀券商的经验,推出了以客户为导向的“金管家”服务体系,确立了以“金管家”作为公司经纪业务的主品牌,以及面向不同客户的“财经汇”、“财智汇”、“财富汇”等三个子品牌为配套的品牌体系。通过“五星专属财富管家”的服务定位,为客户提供交易、资讯、关怀、增值、团队五个层面的服务体验,以服务的定制化、多样化、创新性与针对性,使公司的客户服务水平在贯彻客户分类管理和适当性服务的过程中得到了整体提升。广发证券的“金管家”客户服务体系包括9种交易方式、26种投资资讯产品、20种投资增值服务、多种亲情关怀服务以及专业理财顾问团队,是为客户量身定制的个性化综合服务。目前,“金管家”服务体系已取得了一定的效果,其服务素质逐步获得了广大投资者的认同。

人才的竞争也是决定未来券商经纪业务发展能否取得制高点的关键因素之一。

对此,欧阳西表示,随着中小板、创业板推出,多层次的资本市场增加了投资的复杂性和多样性,今年推出的融资融券、股指期货等创新业务,对投资的专业性也提出了更高的要求,相应地,客户对券商的服务也要求更高,而高起点、高素质的顾问型人才是提升券商经纪业务服务的基石。

欧阳西进一步指出,广发证券推出



了“星起点”财富管理师招聘计划,拟在两至三年内招聘400名高端理财人员,“星起点”财富管理师选拔计划,正是广发证券打造经纪业务品牌——“金管家”五星级财富专家的一部分,以期通过全面提升经纪业务服务水平及理念来抵御日益激烈的行业竞争,帮助公司在新一轮的市场竞争中占据竞争优势。此外,公司从2007年开始连续四年组织境外培训,通过深入考察北美资本市场,学习和借鉴成熟资本市场同类型业务的发展经验,以此增加公司的市场竞争力,培养全球视野、国际化的金融人才。下一阶段,公司经纪业务将打造全面的金管家客服体系、金管家手机证券以及完成相配套的人力资源部署等。

广发证券对于经纪业务的这种未雨绸缪很快成效显著。数据显示,今年1-5月,广发证券股票基金交易量的市场占有率达到4.06%,同比增长4.88%,市场排名从去年的第6名提升

至今年的第4名。

欧阳西认为,这些成果的取得与广发证券建立了一支与业务发展水平相适应的营销人才队伍密不可分。欧阳西介绍,营销人员均与公司签订了正式的劳动合同,增强了营销队伍的归属感和凝聚力。但同时,广发认识到,未来经纪业务的竞争将不仅仅依靠人海战术,人才的专业化水平将起到更大的作用。为提高营销人员的专业水平,建立合规文化,公司建立了完善的营销人员培训体系。

此外,记者获悉,广发证券已经启动了市场管理精英“百日成才”计划,这是广发证券为未来业务发展选拔、培养和储备营销管理人才的一项战略计划。“百日成才计划”招聘培养的人才去向是广发证券营业部的区域经理职位,而区域经理是管理证券营销团队的高级专业人才,在通过系统专业培训后,这批专业人才将为广发证券营销区域经理、区域总监等职位做人选储备。

打响机构客户争夺战

随着广发证券的成功上市,广发证券的各项业务发展也引起了多方关注,其中新兴发展起来的机构客户部成为关注的焦点之一。

专业人士指出,机构投资者已经成为市场的主力。券商对机构客户的重视程度、服务质量在很大程度上关系到证券公司的市场占有率和品牌美誉度,在将来,甚至可能决定证券行业的竞争格局。在机构客户业务方面寻求突破,成为券商必然的发展方向。

据介绍,作为广发证券于2008年底成立的新兴部门,机构客户部自成立之日起,就面临着做大做强的压力。一方面,高端营业部的前期和持续投入大、各种支出和费用高企,只有达到一定规模后才能开拓出盈利空间,另一方面,高端营业部必须迅速做大做强,形成品牌效应,才能在

近乎白热化的竞争中抢占制胜高地。

按照广发证券预定的目标,在不久的将来,广发机构客户部都要在全国重点城市复制广州的成功模式,迅速将资产规模拓展到1000亿。在资产达到这一规模后,传统的代理证券买卖业务在整个机构客户的业务链条中所占的比重将有所降低,取而代之的是诸如财务顾问、咨询业务、专门项目等新收入来源。

与普通投资者需要的服务相比,机构客户需要更为专业、精细、个性化的服务。据记者了解,为了全面满足机构客户的需求,广发证券总结出了赖以凭借的两种“武器”。

据广发证券相关负责人透露,第一种武器是,糅合了证券经纪、投行、研发、资产管理的全方位、一站式服务。在广发证券机构客户部,客户不仅能享受到传统的证券经纪服务,还能参与到诸如投行的定向增发项目、私募融资项目、Pre-IPO项目中,也可以参与购买资产管理部的理财产品、或是由资产管理部提供的定向资产管理业务。

另一种武器是,个性化、高度私密性的服务。一方面,广发证券向客户提供包括针对个人投资风格和习惯的专属投资组合推介、资讯推送、市值管理方案、报告定制、委托联合调研等个性化服务,另一方面,广发证券还为高端客户配备了一个高素质的团队。而在机构客户的旗舰营业部中,广发证券一改传统营业部的开放式设计,将营业部打造为多个私密空间,使得客户能够在完全私密的空间与专享的客户经理、理财师进行交流。

据悉,为了尽早实现千亿资产规模的目标,广发证券相关负责人透露,广发证券机构客户部团队将今后业务的重点主要集中在三个方面,“一是大力开发维护机构客户和高净值个人客户,这个群体对投资多样化、精细化的要求极高,有着非常高的业务开拓前景;二是积极开展上市公司市值管理及大小非股权交易业务,随着上市公司日益增多,这块业务的机会和利润极具吸引力;三是大力发展阳光私募及信托等机构客户,从长远来看,私募基金随着立法的规范和政策的支持,必将成为资本市场一股不可忽视的力量。”



金管家:五星专属财富管家

证券时报记者 杨冬

队服务于一体的个性化服务。”

三大子服务品牌

广发证券金管家服务体系强调,要向投资者提供专属的个性化经纪服务。

据广发证券相关负责人介绍,按照客户的投资需求及规模,金管家服务体系可分为金管家财经汇、金管家财智汇、金管家财富汇三大子服务品牌。

金管家财经汇是广发证券金管家大众投资服务品牌。据介绍,该服务品牌主要面向中、小投资规模的自主型投资者,安全、便利、多选择的交易工具为客户制定全面、标准化的财经资讯。

金管家财智汇是广发证券金管家高端客户投资理财服务品牌。据介绍,该服务品牌面向社会工薪富裕阶层、中小企业家,为其提供投资理财服务,实行账户资产配置、投资组合咨询等量身定制的投资理财资讯服务,以及一对一

的理财顾问服务。

金管家财富汇则是广发证券金管家顶级投资理财和财富管理服务品牌。该服务品牌主要面向高净值私人投资和财富管理客户,拥有专享的VIP快速交易通道以及专属的财富管理平台,汇聚广发证券投资银行、定向理财、研发中心、财务顾问、投融资业务等各项服务。

此外,记者了解到,这三大子服务品牌分别拥有各自对应的服务团队。

据了解,对于财经汇品牌,广发证券为客户配置了营业部现场服务团队、理财顾问、呼叫中心等服务团队;对于财智汇品牌,广发证券为客户配置了客户服务总监、高级理财顾问、高级分析师等服务团队;对于财富汇品牌,广发证券为客户配置了财富管理顾问以及首席分析师等服务团队。

广发证券相关负责人指出,目前广发证券已获得投资咨询从业资格近五

百人,位居行业首位,为金管家服务提供了强大的专业服务团队支持。

多种特色服务产品

据悉,金管家旗下还包括多种特色服务产品,即金管家投资宝典、金管家专线95575、金管家手机证券、金管家财富频道GFTV、金管家VIP服务系统、金管家短信e对壹等。

据广发证券相关负责人介绍,金管家投资宝典是广发证券分析师团队打造的系列资讯产品,其中包括投资速递、投资内参、市场策略、基金投资、权证投资、低风险投资等六大系列资讯产品;金管家专线95575是广发证券打造的专业化、标准化、亲情化的国内证券业一流客户服务平台,不论客户身处何地,只需拨打当地95577,即可提供自助交易、技术支持、投诉处理、帐户查询、业务查询以及人工服务。

金管家手机证券则是广发证券在移动证券领域的又一创新,包含至强版及至诚版,是前期推出的“广发移动交易厅”的全面升级版,全面支持3G网络;金管家财富频道GFTV是广发证券为客户打造的财经证券节目,覆盖全国的收视网络,贯穿交易全程实时直播。

金管家VIP服务系统是广发证券为财富汇客户打造的一个综合性快捷交易以及专属的服务平台,提供高效实用、功能强大的在线分析工具和个性化资讯服务;金管家e对壹短信是广发证券基于客户个性化需求的短信服务,短信内容涵盖账户交易信息、持仓个股信息、提示预警信息、国内外财经信息以及投资建议信息等五大类36项。

业内人士指出,随着经纪业务竞争的加剧,客户对产品及服务的需求越来越高,因此,未来谁能全面满足客户的需求,谁就能掌握未来竞争的主动权。