



中加合作注册财富管理师培训学员论文选登 (二)

广发证券实施“高净值客户战略”探讨

1983年加拿大开始放松对交易佣金的管制,该政策是促使行业转型的关键点。行业内佣金竞争日趋白热化,促使了折扣券商的出现。所谓折扣券商,即在网络上提供折扣交易服务的券商,相对全服务券商,该类券商并不为客户提供投资建议服务。折扣券商交易佣金价格优惠,一经推出即吸引了大批自主交易客户。全服务券商为体现自身的价值,开始沿着“以服务赢得客户”的方向发展,通过对客户的服务实现券商价值并实现增值收入,为后来的财富管理业务模式发展打下基础。

从2000年开始,应对高净值客户的多方位金融需求,加拿大证券业在经纪业务领域开始逐渐出现以客户为中心、以实现客户人生目标为诉求的财富管理业务。近年来,该业务模式在加拿大获得了飞速的发展。

随着中国经济的快速发展,中国富裕人群的比例增长也明显加快。2008年波士顿咨询公司全球财富报告指出:全球的富裕人士比2007年增长了6%,其中增长最快的国家是印度和中国。

另据贝恩公司的数据显示,2008年中国可投资资产超过1千万人民币以上的高净值人群达到30万人,人均持有可投资资产约为2900万元人民币,共持有可投资资产达到8.8万亿元人民币,其中超高净值(超过1亿元人民币)的人群也接近1万人。

中国富裕人士快速增长,给中国财富管理市场带来了巨大的发展潜力。但由于目前中国仍处于银行、证券、基金、保险分业管理的发展模式下,分业经营和分业监管模式造成目前中国财富管理市场发展缓慢。目前中国财富管理模式主要为私人银行业务模式。中国私人银行主要的服务内容和范围由资产管理投资、财富管理的服务、商业银行业务三项内容构成。就财富管理这一体系来看,主要包括财富管理的服务和传统的商业银行业务这两个部分。具体为提供专业化的财富管理业务,还有一般性的理财业务(主要依托商业银行的网点销售理财产品)。

据了解,目前中国私人银行运作的模式主要分为:一是为提高财富管理业务的运作效率和财富效应,对私人银行财富管理客户的要求首先具有一定的资产规模。二是整合私人银行内部的资源,以支行客户经理为接口,以私人银行为中心支点,通过涵盖银行、券商、投行、信托、私募、法律等的综合性平台向高净值客户提供全方位服务。

证券公司作为国内金融分业经营下重要的一员,面对国内快速增长的高净值富裕人士这一市场,将如何争夺这块蛋糕呢?对此本文提出了在证券公司实施“高净值客户”战略这一设想,下面将就这一战略的界定、运作框架和战略意义等进行逐一阐述。

证券公司的高净值客户战略的界定

“通过对目标客户需求的个性化分析,依据其账户规模和个性化需求程度为其提供从平衡基金、打包基金到管理账户计划的分层次服务,逐步将盈利模式从原有经纪业务佣金模式转为收费模式,最终形成以收费模式为主,佣金模式为补充的盈利结构。”

证券公司的高净值客户战略可界定如下:即将证券公司的目标客户定位在可

投资资产在100万元以上的高端客户,通过对目标客户需求的个性化分析,依据其账户规模和个性化需求程度为其提供从平衡基金、打包基金到管理账户计划的分层次服务,逐步将盈利模式从原有的经纪业务佣金模式转为收费模式,最终形成以收费模式为主,佣金模式为补充的盈利结构;持续挖掘客户发展变化的需求,为其提供个性化的增值服务,突出证券公司在面向高净值客户服务上的优势,并据以收取溢价,从总体上保持业务的稳定性,提升其盈利能力。

目前证券公司资产管理部开发的集合理财产品,以及基金公司专门针对高端客户开展的“一对多”专户理财实际上已经在探索理财产品的收费结构创新,以及高端客户细分市场策略上迈出了积极的一步。通过资产管理部研发出的日益丰富的产品链,将不同资产规模和投资需求的高净值客户定位在相应的资产管理服务和产品上,同时达到以下目的:

- (1) 稳定证券公司高端客户群,降低客户流失率。
 - (2) 维持证券营业部相对较高的佣金费率和利润水平,尽早的脱离出激烈的佣金价格战。
 - (3) 通过专业投资管理提升高净值客户的长期投资回报,最大限度地降低其资产风险,增强高净值客户对证券公司服务品牌的满意度,以及主动为证券公司做新客户转介绍的可能性。
 - (4) 最大限度地回避了目前监管环境下,禁止证券公司开展全权委托,代客理财业务的法律障碍,通过资产管理的特殊服务模式绕道实现了对高净值客户提供财富管理服务的目的。
- 在具体服务产品匹配上,建议作如下分类:
- A、资产规模≥50万元,提供证券营业部理财顾问一对一投资咨询和普通基金产品配置建议。
 - B、资产规模≥100万元,提供较为全面的资产配置建议和动态投资组合管理建议,以及广发资产集合理财产品配置(一对多小集合)。
 - C、资产规模≥500万元,提供广发资产管理部一一对定向帐户理财。

证券公司实施“高净值客户战略”的初步设想

“在证券公司实施‘高净值客户战略’的运作框架的初步设想是:‘一个中心,两个基本链’。合规部和风险控制部则为财富管理提供合规和风险控制的后台服务,以确保财富管理架构的合规运作,同时通过交叉销售机制将‘客户链’、‘服务链’与‘中心’形成对接。”

证券公司实施“高净值客户战略”的初步设想为:财富管理顾问既是证券公司实施高净值客户战略的中流砥柱,也是实现客户链和服务链“无缝对接”的主要载体。财富管理顾问通过与高净值客户面对面的直接沟通方式,通过风险承受度评估问卷、个人财务回顾和财务分析软件等财富管理工具,帮助其高净值客户实现长期的财务规划目标,实现其资产的保值与增值,进而提升证券公司高附加值服务的内涵和品牌效应,成为证券公司未来新的利润增长点。

在证券公司实施“高净值客户战略”的运作框架的初步设想是:“一个中心,两个基本链”。

所谓“一个中心”,是指以经纪业务部对财富管理顾问的管理为中心,经纪业务部直接对财富管理顾问队伍进行专业化管理,并对财富管理顾问进行人员培训、业务支持、绩效考核,并制定有关的财富管理顾问的业务培训和绩效考核制度。

所谓“一个基本链是客户链”,是指充分整合证券公司内部资源,公司系统营业部、大投行部门、固定收益部等业务部门将符合财富管理标准的客户资源进行整合,形成财富管理的客户链,给财富管理顾问提供前台的支持。

所谓“另一个基本链为服务链”,是指由资产管理部为高净值客户提供产品和服务,提供平衡基金、打包基金到管理帐户计划的分层次的服务,逐步将盈利模式从原有的经纪业务佣金模式转为收费模式,最终形成以收费模式为主,佣金模式为补充的盈利结构。合规部和风险控制部则为财富管理提供合规和风险控制的后台服务,以确保财富管理架构的合规运作,同时通过交叉销售机制将“客户链”、“服务链”与“中心”形成对接。

实施“高净值客户战略”对证券公司的战略意义分析

“目前在证券公司营业部系统中大、中户对佣金的议价能力相对较强,通过收费模式可以减少直接的佣金谈判,并在一定程度上能增加公司的业务收入。”

综合来看,我们认为通过在证券公司全系统实施“高净值客户战略”的战略意义可以简要归纳为以下三点:

第一,使业务的稳定性和可预见性增强,波动性减少。通过实施高净值客户战略,将主要精力集中于服务高端客户,帮助客户建立长期财务规划的理念,帮助客户的资产实现保值和增值,以管理客户的资产规模为基础收取一定比例的费用,可以使证券公司业务的稳定性增强,在业务的波动性上与牛熊市相关性减弱,并能提高证券公司业务收入等的可预见性。

第二,通过服务体现差别,增强客户对公司品牌的认同度,并获得客户的推荐,减少了证券公司业务的开发成本。通过对高净值客户进行分层次的管理服务,使高净值客户感受到个性化的优质服务,提升客户对证券公司的满意度和认同感。有利于稳定和扩大高净值客户群体。

第三,在一定程度上能增加公司的业务收入,并能有效降低客户服务成本。实施高净值客户战略,使目标客户聚焦在高端客户上,逐步传统经纪业务的佣金模式转向收费模式,能在一定程度上增加其业务收入,并减少客户服务成本。目前在证券公司营业部系统中大、中户对佣金的议价能力相对较强,通过收费模式可以减少直接的佣金谈判,并在一定程度上能增加公司的业务收入,同时客户的聚焦市的服务客户的数量大为减少,提高了服务的效率,有效地降低了客户服务的成本。

(作者系中加合作注册财富管理师培训学员:陈玉兰、李青蔚、饶小飞)(CIS)

玉琢财富

悠品人生

客服专区风采系列展示 每日一字

网站推介: 新

说文:“新”字具有“创新”、“革新”之意。上海证券新版网站力图以技术实现创新,打造国内一流的集产品、服务、交易、营销于一体的专业化证券服务平台。

详解:作为上海证券具有划时代意义的门户网站,新版网站在原有网站的基础上进行了全面的升级换代,以客户服务为中心,以客户分级分类为基础,以多种客户服务渠道为依托,以玉如翼理财产品为手段,采用了现阶段市场上最先进的技术和理念构建而成。

新版网站实现了页面交易、个人空间、非现场业务办理等多种新兴服务模式。同时,为了更及时的服务于客户,新版网站开通了 web-call 和在线专家栏目,确保客户能够第一时间与客户服务人员及投资顾问进行沟通。

以网站带动非现场服务的深入拓展,实现“以客户为中心”的全新经营理念转变是上海证券人始终追求的价值高度。新版网站的推出不仅在服务领域提高了上海证券人的经营服务认识,同时,也将服务品质提升与企业发展的有机地结合起来。网站作为服务意识的综合展现,一如既往地上海证券求新求变的服务意识与服务理念不断传承。(企业形象)

证券代码:002419 证券简称:天虹商场 公告编号:2010-044

天虹商场股份有限公司第二届董事会第八次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整,对公告的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。

天虹商场股份有限公司(以下简称“公司”)第二届董事会第八次会议于2010年12月7日以通讯方式召开,会议通知已于2010年12月2日以书面及电子邮件方式通知全体董事、监事及高级管理人员。本次会议应到董事9名,实到9名。本次会议召开符合《公司法》、《公司章程》及《公司章程》的有关规定。

一、会议审议通过了《关于公司在山东省威海市东城国际项目开设加盟店的议案》;

同意公司在山东省威海市世昌大道与东城路交汇处西北角东城国际项目开设天虹商场加盟店,由公司主业签订特许经营合同。加盟时间为3年,加盟店位置为东城国际项目地下一层至地上四层,面积约为34800㎡。本次交易事项不构成关联交易。

上述特许经营合同于此决议通过后签署,待签署后再行公告。

表决结果:9票同意,0票反对,0票弃权

二、会议审议通过了《关于天虹商场股份有限公司向银行申请授信额度的议案》;

同意公司向各银行申请授信额度,分别为:

- 1、向招商银行股份有限公司深圳福田支行申请1.5亿元人民币无担保综合授信额度,期限为一年。
- 2、向中信银行股份有限公司深圳分行申请1.5亿元人民币无担保综合授信额度,期限为一年。
- 3、向中国银行股份有限公司深圳市分行申请1亿元人民币无担保综合授信额度,期限为一年。
- 4、向交通银行股份有限公司深圳华富支行申请1亿元人民币无担保综合授信额度,期限为一年。
- 5、向中国建设银行股份有限公司深圳市分行申请2亿元人民币无担保综合授信额度,期限为一年。

实际授信额度及有效期限以银行最终审批为准。

该议案尚需提交公司股东大会审议。

天虹商场股份有限公司董事会
二零一零年十二月八日

革命一直在进行

直到它的出现...

真正适合自己的投资武器

却苦于寻觅

习惯了纵览全局

习惯了高屋建瓴

投资生涯数十载

灵活的组件设计

畅快的联动控制

极致的高速行情

Wind资讯投资终端光耀上市

总部地址: 上海市浦东新区福山路33号建工大厦9楼
服务热线: 400-820-9463
Email: sales@wind.com.cn