

工商银行 贸易融资余额超5000亿

证券时报记者 贾壮

来自中国工商银行的统计数据显示,截至今年2月末,该行的表内贸易融资余额已超过5000亿元人民币,居国内同业首位。目前,该行表内贸易融资余额占到了全部流动资金贷款余额的32.43%,比2010年初上升了7.82个百分点,信贷结构进一步优化。

在业务高速增长的同时,工行的表内贸易融资业务还保持了良好的风险控制水平,2月末不良率仅为0.32%,成为该行又一个重要的利润增长点。

光大银行 升级网上银行系统

证券时报记者 赵绪言

光大银行已对网上银行系统进行了新一轮升级。升级后,对于升级前客户设置的友好账户(即收款人名册),以及升级后客户通过网银进行转账的收款人账户,均纳入该客户的“白名单”。对于未列入“白名单”的账户,在第一次向该账户转账时,除了验证交易密码外,还将向客户的手机发送动态密码短信,只有在上述两个密码验证通过后,方可进行转账,转账成功后该账户也自动加入“白名单”,今后再向该账户转账时银行便不再发送手机动态密码。

建设银行 开辟云南救灾绿色通道

记者从建设银行获悉,云南盈江发生5.8级地震后,建设银行迅速组织灾区震后重建工作,并首家在灾区开辟救灾绿色通道,为灾区抗震救灾、恢复生产和群众生活,提供各种急需的金融服务。(郑晓波)

浦发银行 升级钻石贵宾卡服务

日前,浦发银行进一步升级“浦发卓信钻石贵宾卡”服务。据浦发银行北京分行个人银行发展管理部人士介绍,该贵宾卡是浦发银行面向百万级高端客户推出的专属服务。(王小霜)

华龙证券 开展投资者教育活动

日前,华龙证券与甘肃省质量技术监督局在兰州联合举办了一场大型“投资者教育与投资者服务主题活动”,吸引了当地众多投资者的踊跃参与。据悉,华龙证券“3·15”户外宣传活动只是“投资者教育与投资者服务活动”的开始,华龙证券将持续开展各类投资者教育与投资者服务活动,进一步将投资者教育工作做实、做细、做深。(桂衍民)

太原一银行行长 违规放贷被判刑

曾任太原市商业银行(现为晋商银行)大营盘支行行长的田宏,违反国家规定发放贷款,数额超过1000万元,给银行造成巨额财产损失。近日,田宏因犯违法发放贷款罪,被太原市小店区法院一审判决有期徒刑6年、处罚金12万元。

今年63岁的田宏,曾在1992年至2000年间任太原市商业银行支行行长。1998年7月至1999年12月间,山西孝义市一家煤矿公司将下属5家煤矿企业作抵押,先后7次向太原市商业银行大营盘支行贷款987万元。田宏时任该行负责人,与信贷员温小花在未核实贷款企业抵押物权属及价值,也未办理抵押登记手续,同时抵押物不可作为抵押物,违反法律及相关贷款规定的情况下,将987万元贷出。截至2008年11月20日,贷款企业欠银行本金907万元、利息900余万元,银行多次催收,企业主拒不归还。

1998年8月和12月,田宏在未核实另两名信贷员李某和马某经手贷款企业抵押物的权属及价值,也未办理抵押登记手续的情况下,为太原市木工机械销售公司发放贷款120万元。至2008年11月20日,该贷款企业只归还了8万元本金、5万元利息。小店区法院认为,田宏和温小花身为银行工作人员,违反国家规定发放贷款,其中田宏涉案金额1107万元、温小花涉案金额987万元,造成特别重大的损失,两人均构成违法发放贷款罪。田宏和温小花分获有期徒刑6年和5年半、并处罚金12万元和10万元。(据新华社电)

聚焦 FOCUS 券商投顾业务发展

揭秘券商投顾三大主流定位

定位于“产品”抑或“产品载体”

证券时报记者 桂衍民 伍泽琳

投顾该如何定位?股票咨询,产品销售,抑或全能选手?在全行业如火如荼地发展投顾业务之际,证券时报记者调查发现,目前国内主流券商对投顾的定位主要有三种:自身就是产品、产品的推荐载体、前两者结合体。

《证券投资顾问业务暂行规定》的颁布,标志着证券经纪业务服务收费业务正式开启,也让投资顾问作为一个官方承认的正式职位进入规范化经营时代。不过,记者发现,国内各家券商对投资顾问的定位仍然千差万别,要实现真正意义上的收费服务仍需时日。

定位1: 投顾本身就是产品

将自身作为产品推销,这是少部分券商对投资顾问的定位,他们认为,投资顾问本身就是证券经纪业务转型中的系列产品之一。

这种投顾定位的具体做法是:投顾将自己对市场的多方理解通过各种媒介发送给客户。证券公司内部将投资顾问依照其投资咨询能力高低分成三六九等,然后依据客户资产量的大小或贡献度大小配以对应的投资顾问进行服务,对应的投资顾问服务挂钩客户证券交易佣金费率。

以某上市证券公司为例,客户资产最低不能低于6万元,推广期间加入其投资顾问产品的客户,根据账户中资产规模的不同被划分为不同的服务级别,最低证券佣金费率标准为2‰。

这种模式中,投资顾问的个人能力至关重要。如果能力高,券商很容易面临投资顾问被挖角、跳槽和转行的风险;如果风险控制不好,则很容易直接损害客户的利益。去年市场份额上升较快的一家深圳券商副总裁强调:“投资顾问的每一句建议都可能存在风险,因此投资顾问队伍的建设风险控制尤其重要。”

除此之外,服务覆盖率也让券商头痛。据中国证券业协会公开数据,截至目前正式注册在案的投资顾问共有9045名。而根据中登公司统计,即使按投资顾问服务仅覆盖50万元以上资产的客户群标准计算,目前投资顾问人数与所服务的客户群比依然高达1:222。按行业默认的一位投资顾问最多服务100位投资者计算,目前投资顾问队伍缺口2万以上。

定位2: 投顾是产品的载体

投资顾问的第二种定位是产品的推广载体。国信证券一位高管就明确表示,在今后一段时间里,成为产品推广载体将是投资顾问的主要发展方向。

具体而言,证券公司在基于客户精细化分级分类之上,结合客户的投资特点设计出各个级别客户适应的投资产品或产品组合,然后交由投资顾问向客户推荐。

据了解,目前证券公司向客户提供的产品方面,既有公募基金、私募基金、信托产品等目前市场上现有的一些理财产品,也有一些针对特定投资品种的理财产品,如PE基金产品、大小非减持产品等,甚至一些券商正在研究和设计针对各个行业、重大事件的产品。

如国海证券财富管理中心目前正在研发的一款“事件推动”型投资产品,其主要投资标的就是针对国内、国际各类重大事件、重大政策、上市公司重大事件带来的投资机会。例如,此次日本发生9级大地震,该财富管理中心在当天下午就推出了一款模拟的投资产品,可投资于地震相关的产品,如生产活动板房及生产碘片的上市公司等。

我们的事件推动型投资产品并不仅仅是这些,还包括国家产业政策调整带来的机会。”国海证券财富管理中心负责人李军介绍,如海南省建设国际旅游岛的政策、新能源规划等,还包括行业调整带来的相应上市公司业务整合等。

上述定位尽管规避了客户对个人投资顾问的过度依赖,前提却换成了对客户精细化的分级分类,尤其在分级分类之上设计出来的各式投资产品。就投资者通常投资的股票、基金、衍生品等品种而言,券商对这类客户就需要配以三类相应的投资产品,甚至是混合的投资产品。假设投资产品收益不理想,券商面临的仍然是产品信誉度以及客户流失。

定位3: 产品与载体混合

无论是将投资顾问定位为产品还是产品的载体,核心内容都是客户服务,不同的仅仅是服务方式。一些思想超前的证券公司管理者开始琢磨产品和载体的相互结合。

目前已拥有超过300名注册投顾的某上市券商经纪业务部总经理表示,该公司投顾一类是面对中高端客户主要提供投资咨询服务的投顾;另一类是利用公司的全产品优势服务高端客户、给客户资产配置建议的投顾。

上述总经理认为,前者的发展方向是类基金经理,而后者则更侧重于根据客户需求为其推荐合适的产品。目前行业内普遍的共识是:对中小投资者而言,对投顾的需求主要还是停留在荐股和咨询上;对资产规模较高的投资者或机构投资者而言,现阶段投顾服务还不够专业,这是当前券商普遍无法回避的问题。

谈起投资顾问未来发展,某大型券商经纪业务部负责人马先生明显有所保留,他认为目前投顾模式还不太成熟,业内也没有成功的模板可供借鉴,行业在投顾业务上可能至少还需2至3年的探索过程。他表示,投顾投入周期长、伴随的风险大,短期难见成效。因此,部分券商应调整过去急功近利的心态,把投顾当成一项循序渐进的品牌工程来建设。



IC/供图

证券投资顾问业务投入周期长、伴随的风险大,短期难见成效。因此,券商们应调整过去急功近利的心态,要把投顾当成一项循序渐进的品牌工程来建设。

目前投顾模式还不太成熟,业内也没有成功的模板可供借鉴,行业在该业务上或许至少还需2至3年的探索过程。

尽管各券商在投资顾问业务上刚起跑不久,但目前各公司在注册投顾人数、组织架构建设及业务开展等诸多方面的进度却已出现了明显分化。

摆在国内100多家券商面前的当务之急,不是单纯鼓吹投资顾问的专业能力和急切提高佣金费率,而是基于客户适当性管理的每一个环节的打造和深入挖掘,更重要的是对自身重新认识。

■ 相关新闻 | Relative News |

投顾业务拓展已出现明显分化

证券时报记者 桂衍民 伍泽琳

尽管各券商在投资顾问业务上刚起跑不久,但各公司在注册投顾人数、组织架构建设及业务开展等诸多方面的进度却已出现明显分化。

去年10月12日,中国证监会颁布了《证券投资顾问业务暂行规定》,这标志着收费型投资顾问业务进入规范化经营时代,同时意味着券商的经营模式开始向服务收费转变。记者注意到,近期证券行业招聘的岗位,多半为投资顾问。

根据中国证券业协会的数据,截至3月16日,已经注册在案的投资顾问人数为9045名。注册投顾人数靠前的券商几乎都是国内第一梯队大券商,前三名分别为银河证券、国泰君安和申银万国,这三家券商注册在案的投资顾问人数分别为599人、540人、460人。

不过,按照中登公司最新统计的1.54亿户A股开户数计算,即使投资顾问服务仅覆盖资产50万元以上的客户,那么目前投资顾问人数与所服务的客户人数之比依然在1:200以上,短期内投顾缺口逾2万。如果证

■ 记者观察 | Observation |

向业务同质化说再见

证券时报记者 伍泽琳 桂衍民

对于券商开展投行业务的最初心情,有业内人士如此形容,“深陷佣金战泥潭的券商发现了新的收入来源,如同困于沙漠多日的探险家发现了绿洲般欣喜雀跃。”但大家很快发现,实现收费前需要做的工作并不容易,而且短期内很难见到理想效果。

记者发现,多家券商依靠投顾牌提高佣金费率,但因仓促上马,后台支持不足,退订率高达五成。新客户来了,老客户却走了。究其原因,部分券商的投资顾问仅是过去的咨询服务旧瓶贴上了新标签,显然难得到客户认可。

实际上,目前业界对投顾的定位仍然偏向于“股神”标准。行业在冷静时想得最多的是,虽然通过投顾有了提高收费的理由,但如何让客户心甘情愿付费却值得深入思考。

对中小投资者而言,目前最希望得到的服务依然是推荐好股票,成就其尽快致富的美梦。如果按这种需求来制定服务计划,首当其冲的是投资顾问的个人真实能力,即便找到这样的高端人才,这种类基金经理的定位需要怎样的薪酬体系与激励制度,才

能长期留住他(她)?

在目前券业普遍“赚贫爱富”的背景下,一方面是中小投资者达不到投顾服务的门槛要求,另一方面是“有钱人”却难以认同投顾服务。是继续瞄准富裕的投资者,还是放下身段为普通投资者提供基础性服务,成为券商管理者不得不正视的问题。

如果说证券经纪业务转型是对过去简单通道的同质化服务所不得不做出的变革,那么现在以投顾为切入点而迈出的证券经纪业务转型似乎也存在同质化倾向——投顾服务的雷同化与券商资讯产品的克隆化。

从这个层面上讲,摆在国内100多家券商面前的当务之急,不是单纯鼓吹投资顾问的专业能力和急切提高佣金费率,而是基于客户适当性管理的每一个环节的打造和深入挖掘,更重要的是对自身重新认识。只有真正认清了自身的定位,在转型这个关键点上,才能真正找准投顾的定位。

国内证券行业仍处于初级发展阶段,能做的、可做的空间巨大。从这个意义上来说,谁提前认真布局,告别复制克隆别人的路径,才有广阔的未来。

山谷,有的甚至还在苦苦寻觅着该公司投顾制度建设和未来的出路。中部某中型券商就是其中一例,该公司截至目前还未找到投顾的准确定位,配套规章制度亦处于空白。

注册投顾数量前15名券商 (截至2011年3月16日)

排名	机构名称	投资顾问数(人)
1	银河证券	599
2	国泰君安	540
3	申银万国	460
4	广发证券	455
5	国信证券	438
6	中信建投	387
7	华泰证券	381
8	海通证券	346
9	中信证券	287
10	兴业证券	253
11	信达证券	252
12	中投证券	226
13	华泰联合	209
14	长江证券	202
15	宏源证券	182

数据来源:中国证券业协会 制表伍泽琳

全国统一客服热线 **95579**

长江期货成功增资扩股至2亿元



资料图片