

广发证券 财富管理团队快速扩编

证券时报记者 杨冬

中加合作注册专业财富管理师授证仪式近日在广州举行。加拿大证券业协会副会长单义向广发证券33位成功通过了答辩的学员授予注册专业财富管理师资格。

据了解,到目前为止,广发证券共有59位学员获得了注册专业财富管理师资格。广发证券总裁李建勇透露,目前还有29名学员在接受财富管理师相关培训,预计到今年8月份,广发证券的注册专业财富管理师人数将增加到88位。”另外,广发证券目前注册投资顾问人数已达460人,位居行业第四,正在办理注册的也有460多人。(杨冬)

招商证券20年关注财富 愿望系列巡讲郑州开讲

日前,招商证券20年关注财富愿望暨金融界社区2011年投资心得交流会系列巡讲”在郑州举行。作为此次活动的首站,会议邀请了国内人气财经博主王炜、招商证券资深分析师周伟和投资者一起分享炒股心得。(曹攀峰)

国投信托推国内首款 管理型葡萄酒基金

国内首款纯管理型葡萄酒基金产品“国投信托葡萄酒基金”日前设立,同日成立的还有“国投信托金蝙蝠财富俱乐部”。这是国投信托业务走入新疆的初次尝试,标志着国投公司在新疆的区域战略由实业领域延伸至金融服务领域。(刘征)

建行发布 2010年社会责任报告

建设银行昨日对外发布2010年社会责任报告,提出了以“为社会承担全面的企业公民责任”的使命为核心,努力成为“促进民生改善的银行”、“低碳环保的银行”、“服务大众的银行”和“可持续发展银行”的战略目标。(郑晓波)

星展中国 今年拟设8家分支行

星展银行(中国)日前表示,未来5至10年,中国内地业务将成为集团重要盈利来源。该行今年拟在内地开设8家分支行,预计2013年网点将增至50家。

据介绍,去年底,星展银行(中国)与苏格兰皇家银行(RBS)签署协议,提供RBS中国在上海、北京和深圳三地的个人及中小企业金融业务客户转移至星展银行(中国)的选择。转移过程目前进展顺利,预计今年上半年完成主要工作。(赵慎言)

支付宝“快捷支付服务” 联播10家银行

支付宝公司昨日宣布,最新推出的“快捷支付服务”已与四大国有行及平安银行、北京银行、上海农商行、大连银行、宁波银行、宁夏银行共计10家银行信用卡开展合作,新增用户数近300万人。(朱凯)

北京农商银行 推贵宾客户服务品牌

北京农商银行日前推出针对贵宾客户的整体金融服务方案——凤凰金账户和凤凰财富管理。其中,凤凰金账户是为贵宾客户提供专属服务的主体,凤凰财富管理是贵宾客户的专属服务渠道。(贾社)

太保财险23亿首席承保 上海迪士尼项目一期工程

记者从太平洋保险获悉,目前太保财险作为首席承保人,将为上海迪士尼乐园一期工程承保,总保额为23.1亿元。

根据规划,首期建设的迪士尼乐园及配套区占地3.9平方公里,以1.16平方公里的主题乐园和约0.39平方公里的中心湖泊为核心。一期工程总投资245亿元人民币,13.6平方公里的配套区投资约400亿元。(孙玉)

招商证券去年盈利32亿 投行业务增逾五成

每10股转增3股派3元;一季度实现净利润7.94亿

证券时报记者 张宁

招商证券今日公布了2010年年报和2011年一季度报。其中,年报显示该公司去年实现净利润32.29亿元,同比下滑13.38%;每股收益0.90元,同比下降21.33%。该公司拟每10股转增3股,每10股派3元(含税)。此外,该公司一季度实现净利润7.94亿元,同比增长1.59%。

从各项主要业务指标来看,该公司经纪业务去年实现营业收入41.88亿元,同比下降20.64%;实

现营业利润25.56亿元,同比下降31.41%。

资产管理业务方面,在剔除合并报表因素后,母公司口径资产管理业务收入同比增长56.22%。截至2010年12月31日,该公司受托资金规模为93.33亿元,2009年同期60.27亿元,同比增长55%;受托资金规模行业排名第四位,同比上升两位。

投资银行业务方面,招商证券去年实现营业收入14.12亿元,同比增长52.41%;实现营业利润8.35亿元,同比增长31.89%。业务经营

业绩创下历年新高。根据中国证券业协会排名,2010年该公司完成股票及债券承销金额共计550.13亿元,市场份额约3.47%,全年共完成36个主承销项目,主承销家数市场排名第五位。其中IPO项目20个,同比上升150%;筹资额198.69亿元,同比增长186%。

另外,招商证券证券投资业务去年实现营业收入3.82亿元,同比增长16.44%;实现营业利润3.01亿元,同比增长2.35%。

对于2011年,招商证券表示,经营方针为“优化盈利模式、提升经营质量、争取更大效益”。优化盈利模式,就是要以扩大收入能力为中心,以精耕细作为重点,以创新协同作为支撑,深化调整,优化业务模式,实现资本规模与经营能力的协调发展。提升经营质量,就是要以全面质量管理为主线,以卓越绩效模式为标准,落实经营管理“五化”(即协同化、集约化、专业化、精细化、信息化),着力提升战略质量、产品服务、管理质量、人才队伍质量,最终提升公司增长的质量。争取更大效益,就是要通过合理配置资源,提高投入产出比,不断提高成本管理效能,在努力扩大收入的同时实现经营效益的稳步提升。

项目	2010年度	2011年一季度
营业收入	64.86亿元	—
净利润	32.29亿元	7.94亿元
基本每股收益	0.9005元	0.2214元
每股净资产	6.6870元	6.9142元
净资产收益率(%)	13.78	3.26

来源:招商证券财报

聚焦 FOCUS 保险销售渠道

银保独大格局难破 险企新销售渠道效益存疑

目前除了银保渠道外,其他包括与券商、信托公司等金融机构的合作模式,都需要保险公司有极大的议价能力、销售能力。这些创新尝试实际效益并不确定。

证券时报记者 孙玉

自去年银保“对三”新规出台后,监管部门如今又尝试放行券商、信托、基金等非银行金融机构兼业代理销售保险,进一步拓展保险销售渠道。受访保险公司负责人一致认为,未来银保渠道仍是拉升险企业务的主力,短期内业务增速虽然会有所回调,但长期仍然向好;而券商、信托、基金代销保险实际效益尚难确定,即便实施,短期对保险公司的业绩贡献有限。

银保渠道短期增速或放缓

“大”银行决定“大”渠道。目前流行的银保合作“协议代理模式”,即保险公司与银行签订短期代理协议代销保险产品,保险公司按业务量向银行支付手续费。

在“以量补价”的策略下,银保渠道实际已经成为各家保险公司业绩发展的主要驱动力,银保业务收入对保险公司的业绩贡献率最高可达90%。为了争取优势网点拉升保费,现在银保手续费已增至保费收入的3.5%-4.5%左右,不排除有中小型保险公司为抢占银行渠道资源,给予5%左右的费率。走高的手续费直接影响利润率,目前保险公司银保新业务利润率约为3%-5%,甚至可能更低。

2010年11月1日,银监会发布新规,要求2010年年底前银行必须肃清驻点的保险公司销售人员;其后保监会下发《银行代理保险业务监管指引》。按照上述文件要求,银行每个网点原则上最多只能跟3家保险公司合作,这成为短期内影响银保业绩增长最大的不确定因素。

在快速发展的上海保险市场上,2010年银保渠道对保险公司业绩的贡献率已经高达50%,较2009年增长了21%,发展趋势是明显的。”汇丰人寿保险总裁老建荣表示,新政策可能影响一些缺乏竞争力的保险公司业绩增长;但是

对已经实现银保渠道“一对一”模式的保险公司而言,新政将不会产生实质影响,相反它还可能提升银保渠道的业务质量和盈利状况。

实际上,受访的保险公司高管大多有这样的共识:一方面,银保作为主销售渠道的地位难以撼动,银保业务收入总体还将出现增长,只是短期增速会放缓;另一方面,在“对三”的约束下,银行系保险公司将获得先机,银保渠道竞争水平将得以提升,高端银保业务的“鹤起”,可能意味着未来银保业务利润空间的拓展。

券商信托渠道效益存疑

东方不亮西方亮。那些被挤出银行大门外的中小保险公司,亟需寻找更多的柜台代销保险产品,以保证业绩稳定增长。今年4月,保监会发布的《保险公司委托金融机构代理保险业务监管规定(征求意见稿)》称,符合条件的券商、基金公司、信托公司等,未来可申请保险兼业代理执照,代理保险业务。

券商、基金、信托和金融租赁公司代销保险的模式,海外已经尝试过,但以失败居多。沪上

一老牌外资保险公司相关负责人表示,早在政策推出之前,该公司就已经对在信托、券商、基金等渠道代销保险业务进行过研究。希望能够解决最大的一个疑点,就是这些新金融机构的渠道究竟能够带来多高的投入产出比,或者说效益如何?”

老建荣表示,即便未来能够通过信托、券商、基金等金融机构代销保险产品,保险公司还需要发挥保险的优势设计产品。但问题是,这些金融机构客户的风险偏好和诉求,在多大程度上能与保险公司的目标客户相匹配;代销保险产品时,这些金融机构合规检查如何实现。这些问题均需进一步分析论证。

有外资保险公司负责人根据此前完成的调研结果指出,仅仅从目前目标客户群来分析,几大类金融机构中,信托、基金与保险公司的客户群风险偏好更接近一些,它们代销保险产品的可能性应当更大。”目前除了银保渠道之外,其他包括与券商、信托公司等金融机构的合作模式,都需要保险公司有极大的议价能力、销售能力。这些创新尝试实际效益并不确定。

■相关新闻 | Relative News |

保险营销员人力成本居高难下

证券时报记者 孙玉

除了银保渠道,目前市场上还有营销员渠道、电话销售、网络销售渠道。这些渠道对保险企业业绩贡献情况如何?证券时报记者经过多方采访,对这些保险销售渠道的成本和利润贡献度进行了梳理。

人力成本可能增加

作为保险公司最大的销售支柱和利润来源之一,保险公司的营销员渠道保费成本,主要在于支付给保险营销员的佣金。目前,国内保险营销员十年期缴业务首年佣金一般在30%左右,逐年递减,佣金总计在首年保费的60%左右,如果按十年摊平,平均的佣金率在6%左右。

由于保险行业竞争白热化、营销员流失率增加,目前一些主要的保险公司支付给保险营销员的佣金

费率基本用足了30%的上限,此外,保险公司往往还通过奖金福利等方式加强对营销人员的激励。因此,保险营销员渠道的人力成本居高难下,还有可能进一步增加。

值得关注的是,今年一季度,保监会首度批准成立3家专属保险销售公司,以鼓励保险公司投资设立专属保险代理机构或保险销售公司,为保险营销员管理体制提供更为广阔的销售和服务平台。实际上,专属保险销售公司的成立代表了“产销分离”的趋势,但它并未改变保险营销员薪酬构成,因而无法降低成本支出。

电话销售徘徊盈亏边缘

在金融行业中,保险业最早运用电话销售。目前业内电话销售



券商、信托、基金等非银行金融机构未来可申请代理保险业务。 资料图

陕西券商营业部 新开账户最低佣金率1%

证券时报记者 桂衍民

地方证券业协会抑制佣金价格战的行动在继续。日前,陕西证券期货业协会发文要求,从4月1日起,辖区内证券营业部新设账户股基交易佣金率月平均不低于1.2‰,且单个客户账户佣金率月均不低于1‰。

陕西证券期货业协会在日前发布的《陕西证券业经纪业务自律公约(2011年版)》中,对新老账户划断做了明确规定,2011年3月31日以前的账户为老账户,4月1日以后新开立的账户为新账户。同时,凡在4月1日以后从其他证券公司转户而开立的账户一律认定为新开立账户。

辖区内证券营业部之间不得低价倾销,不损害其他会员和行业整体的利益。”自律公约对低价倾销进行了界定,明确采用低于会员单位经营全成本法规范核算并报备的证券经纪业务服务成本佣金定价的,均属于违法低价倾销行为。

陕西证券期货业协会还严禁会员单位采用不正当竞争方式吸引客户,

并详细列举了五种不正当竞争行为:在客户不知情的情况下随意调高证券交易佣金收取标准,采取明显低于成本甚至“零佣金”进行倾销,低佣诱骗客户开户、以现金或赠送贵重礼品等方式返佣,违规降佣、以低佣或赠送礼品招揽客户,国家相关法律法规禁止的其他方式。

陕西证券期货业协会强调,对违反公约的会员单位或从业人员,该协会可采取但不限于自律管理措施,如书面或口头的方式进行谈话提醒或质询,责令参加协会组织的强制培训,对违约行为的执业资质、任职资格提出质疑意见,责令公司给予处分、责令整改。

陕西证券期货业协会表示,会员单位和从业人员收到自律管理措施和纪律处分的,相关信息将记入其会员和从业人员诚信信息管理系统,并报中国证监会,作为对会员单位分类评价的参考。另外,同一会员单位同类行为在一年中发生三次及以上的,该协会将建议中国证监会采取暂停新开户业务资格等监管措施。对涉嫌违规违纪的,将移交监管部门查处。

网络销售业绩贡献有限

记者采访中发现,受制于网络特性,目前保险公司网上销售的保险产品多以简单的意外险和车险产品为主,种类有限。但是经营财产意外保险、健康险的保险公司,通过网络向客户出售保单或提供服务,将比传统方式最多节省70%的费用。

在保险业较发达的国家,网络已成为继个险、银保之后拉动保险业务增长的另一动力。但在国内,网络销售对保险业绩的贡献率却微乎其微。关键在于,网销下的保险价格仅仅省去了代理费,价格优势尚未凸显;国内在电子保单的认证上缺乏统一规范和认证;电子保单的网络支付安全性和稳定性有待提高;各地核保政策的差异尚待解决。如果网络销售能够解决掉这四大瓶颈问题,那么保险网销无疑将成为发展前景巨大的渠道之一。