

## 保险资金 投资核电首单出炉

随着全国核电安全综合大检查的结束和国家核安全规划的颁布,酝酿近三年的保险资金投资核电第一单终于在今年10月出炉。由太平资产管理有限公司发起设立的“太平资产-中广核核电项目债权投资计划”,将投资50亿元用于中广核集团下属台山核电站和阳江核电站的建设。

证券时报记者获悉,上述两座核电站均经过全国核电安全综合检查小组的严格检查,从技术水平和选址条件上均体现了确保安全的原则。在技术层面上,台山核电站是我国首座采用目前世界最先进和安全的EPR三代核电技术的核电站,而阳江核电站采用的二代改进型技术,也在二代核电技术基础上,进行了50多项安全技术改良,极大提升了预防和缓解严重事故的能力。

今年太平资产管理有限公司还成功发行了“衡水北调工程第三期债权投资计划”以及“四川高速债权投资计划”。 (孙玉)

## 广发证券 发行45亿元短期融资券

广发证券今日公告,该公司已于10月18日完成2012年度第一期短期融资券45亿元的发行,债券简称“12广发CP001”,期限为90天,自10月19日开始计息。此次发行价格为100元,票面利率为4%,有效投标总量为70.85亿元,投标倍率达1.57倍。 (刘雁)

## 中信证券 发行50亿元短期融资券

中信证券日前发布该公司2012年度第三期短期融资券(简称为“12中信CP003”)的发行结果。公告显示,票面利率为4%,有效投标总量为90.7亿元,投标倍率为1.81,实际发行总额为50亿元,达到计划发行额。该短融券起息日期为2012年10月17日,兑付日期为2013年1月16日,期限91天。 (蔡恺)

## 青岛携手保监会开展 保险创新发展战略合作

近日,青岛市政府与中国保监会签署保险创新发展战略合作备忘录。保监会将在培育保险法人机构、开展保险业创新试点、推动保险业与财富管理深度融合、加快保险业对外开放等方面,将青岛作为重要基地,率先探索和落实保监会关于推动保险业发展的各项新政策、新措施。

根据备忘录,双方将落实和深化各项合作措施,在青岛建立起蓝色经济特色鲜明、主体更加多元、开放度更高的保险机构体系,发挥区域金融中心的集聚和辐射作用;建立起更加优质高效、方式多样的保险服务体系,进一步提升保险业服务经济发展、保障社会民生的水平。 (徐涛)

## 中行与纽约泛欧交易所 将在多个领域展开合作

中国银行昨日宣布,中行与纽约泛欧交易所集团日前在北京签订了合作备忘录。双方将在银团贷款、金融机构存款、人民币押品、人民币相关交易产品研发等多个领域展开合作。

目前,中行在英国的分支机构正在申请纽约泛欧交易所集团伦敦衍生品市场的一般结算会员,有望成为该集团伦敦金融期货交易所第一家来自亚洲的一般结算会员。

中行副行长岳毅表示,合作备忘录的签署将是中行与纽约泛欧交易所集团展开全面合作的新起点。纽约泛欧交易所集团总裁兼首席执行官多米尼克·瑟如缇表示,与中行开展多领域合作,将可帮助集团客户和投资人更好地开拓亚洲及其他地区商业市场。 (据新华社电)

## 聚焦 FOCUS 券商产品销售测评系统缺失

销售产品分级分类体系人员配备不足,风险控制系统搭建简陋

# 理财超市时代 券商代销产品 “质控”迎大考

目前证券业整体的产品分类分级和风险测评系统较为初级,很多公司尚未建立全面系统性的金融产品测评中心。有的公司即便具备相关系统,销售时往往也不会参照执行。

证券时报记者 游芸芸

券商代销金融产品范围即将扩大,随之而来的问题是,券商产品分类分级和风险控制系统将面临严峻考验。证券时报记者调查获悉,目前不少券商的产品分级分类体系人员配备不足,风险控制系统搭建简陋。业内人士呼吁,券商应迅速加强相关投入迎接代销金融产品的全面放开。

### 产品测评系统缺失

近期,中国证监会正式明确券商可以代销的金融产品范围将扩大:由此前的证券类产品扩大到国家有关部门如证监会、银监会、保监会等,或者其授权机构批准或者备案在境内发行的金融产品。例如,证券公司理财产品、商业银行理财产品、信托公司信托计划、保险产品等。

证监会同时要求,证券公司代销金融产品时,要强化投资者适当性制度,应当进行必要的资格审查和尽职调查,剔除不合格的委托人和风险无法判断的产品,防止证券公司销售不合适的金融产品,以保护投资者的利益。

上述新规再次将券商理财产品分级分类和风险测评系统建设推到目前。据证券时报记者了解,目前证券行业整体的产品分类分级和风险测评系统较为初级,很多公司尚未建立全面系统性的金融产品测评中心。

华泰证券一位部门负责人表示,受政策限制,多年来券商只能直接销售券商集合理财计划和基金等证券类金融产品。随着公募基金规模的增长,券商在金融产品分级分类系统管理更侧重于基金。

因销售产品的类别较少,大部分券商并无独立的产品销售部门或小组。不少券商专门成立机构销售部主要负责基金的分析和服务工作。

据了解,一些小券商并未建立基金产品分类分级和风险测评系统;大型券商的相关分级分类和风险测评、尽职调查人员较少。例如,去年经纪业务收入排名行业前五的一家券商相关人员不超过5人,且没有专职人员。

一名不愿具名的上海某券商经纪业务负责人介绍,此前该券商产品分类分级主要依据的指标是产品类型(债券、货币、混合或股票),产品存续期、投资经理从业年限、产品保障(自有资金)等几个常规指标;风险测评则是按照产品类型分为稳健、灵活、激进以及保本等指标。但是,对于产品过往业绩表现、产品投向分析、同公司同类别产品表现等基本没有纳入调查。

### 有系统却难执行

与产品测评系统缺失伴生的还有券商对分级分类和风险测评系统

有意无意地忽视。部分行业人士透露,即便具备相关测评系统,销售时也不会参照执行。

一位大型券商经纪业务人士告诉记者,此前销售人员推销产品时主要介绍产品类别和投资比例,还会根据市场情况和当时产品属性相结合来向客户推销,例如股市不好时,就说债券产品收益较稳健;介绍股票类产品时就说低位建仓好。而对于客户的风险好恶与产品之间的适配度大多数选择回避。”

据了解,多数券商销售人员对其他权益类产品的风险揭示非常有限。在很多券商,即便风险极度厌恶型的投资者也会被销售人员说服购买风险等级不低的股票类产品。

为帮助旗下基金子公司完成销售,近两年不少券商内部布置的销售任务在加重。深圳一家中型券商证券营业部总经理称,该公司今年布置的某只基金销售任务是该营业部此前年度最高销售额的三倍。刚开始以为肯定完成不了,但只能把任务强行分派给员工。没想到,最后竟然完成了。”

部分券商销售自家集合理财产品时更是全民动员:单个员工5万元~10万元的销售任务并不少见。当销售受阻,有的券商还要求员工自掏腰包支持公司的产品。例如,上海某上市券商发行一只集合理财产品时,该公司董事长便带头认购超过50万元的产品。

产品销售忽视潜在风险在信托推介时表现得淋漓尽致。2010年之后,不少券商因股市低迷而转向推介信托产品,从中获得推介佣金以及证券类信托产品的交易佣金收入。一般来说,券商最喜欢向客户推荐8%~15%的超高收益率信托产品。然而,许多投资者通过券商的推荐而购买到信托产品后,只能了解到产品的大概投向,例如投向基建、矿产或者房地产等,但往往不了解产品投资的具体项目以及可能出现的风险。

一位唐姓投资者告诉记者,她看到中诚信托旗下有产品存在兑付风险的新闻时才意识到信托产品的高风险特征,而此前她的客户经理对产品风险的介绍是“几乎为零”。

券商推介信托产品的规模逐年增长。记者获得的数据显示,2011年某大型券商推介的信托规模为2010年10倍以上,总规模超过40亿元;深圳一家大型证券营业部销售部人士透露,该公司去年推介的各类信托产品超过10亿元。

经济形势发生变化的背景下,信托产品风险值得市场高度关注。部分券商人士对目前销售的几年期信托产品表示担忧。此前未出现违约,并不代表今后也不会。券商应加强金融产品销售环节的风险控制和提示,否则客户利益受损,最终也会将券商拖下水。”中信证券产品管理委员会一人人士表示。

据了解,目前已有多家券商开始筹建全新的金融产品测评中心。深圳某大型券商客户服务部总经理告诉记者,该公司已在筹备产品测评中心,“目前相关的指标体系已经出炉,下发了营业部征求意见”。

自去年起,中信证券等券商成立了产品委员会,将对金融货架上的公募基金、信托产品等产品进行系统性的分析和筛选。委员会实施一票否决制,只要有一个委员认为产品不合格或者风险存疑,就不会销售。”中信证券一位营业部总经理表示。



■ 记者观察 | Observation |

## 短视营销阻碍券业前行

证券时报记者 游芸芸

产品测评系统缺失并非是最糟的,证券行业面临的最主要问题是系统健全后如何能得到执行。

产品分级分类和风控系统在销售环节大多形同虚设,这源于券商多年来追求销售规模的情结。券商此前销售的两个主要品种——集合理财和公募基金的规模均和券商自身利益高度相关。

对于券商来说,销售公募基金最大的好处在于获得基金分仓佣金收入。而要想获得基金分仓收入,券商就需要以勤奋销售作为交换条件。目前,基金承诺的分仓交易额与对应的券商代销售金额之比,整体水平已从几年前的10倍增至30倍。如果某券商销售1000万份基金,那么基金公司需要承诺在该券商完成3亿元甚至更多的成交额。而这个纪录还不断被小基金公司打破,最高的比数可接近100倍。

在如今低迷的市场上,销售基金换取佣金收入对一些券商具有一定的吸引力。如果销售3亿元基金,则可以换取约100亿元的成交额,这意味着将获得800万元的佣金收入。

此外,券商集合理财规模所能决定的既有行业资产排名,也关系到管理费和交易佣金收入。虽然目前券商集合理财总规模只有4800亿元,但单个公司的托管资产排名仍能影响到上市资格和市场地位。例如,深圳一家中型券商为了冲刺上市,大力发展资管业务,除了从某基金公司挖来投资团队外,还在全公司动员销售集合理财,主攻受托资产管理规模。

在现阶段,不少券商的经纪、投行业务正处于惨淡境地,而资管业务还能凭借管理费收入来过日子。有的集合理财产品的交易佣金收入甚至可能超过管理费收入——这也是券商不惜免收手续费也要冲规模的一个重要原因。

在以规模考核为导向的高压

销售氛围下,产品介绍、风险提示和客户适当性原则便会走样,甚至“缺席”。尤其在券商代销金融产品范围即将放宽的当下,金融产品上架前的筛选工作直接决定了券商的口碑和客户体验度。

除了券商,其他金融机构也面临同样的问题。近些年,国内许多金融机构在业务拓展方面对风险认识欠缺,令很多从业者感觉无奈。某国有大行深圳一支行负责人对分行下达的产品销售任务连续几年上浮100%表示无奈,他们为了完成任务,只能把不合适的产品强行推销给客户。

与此同时,也有一些金融机构在严格执行产品分类和风险控制系统上尝到甜头。如招商银行的相关产品系统近年在机构投资者中树立了良好口碑。虽然其优选的各类基金、券商、保险及信托产品收益率并非最高,且数量相对有限,但稳定和针对性较强的产品体系为投资者带来了良好的投资体验。在产品销售形成良性循环之后,该行获得了机构投资者的信任以及优秀产品提供商长期合作的机会。

在现阶段,每一个从业人员深知,单纯追求规模和收入,无异于将客户推向火坑,公司迟早要被客户淘汰。如何平衡券商产品销售时的公司利益和客户利益始终是证券业的一个

难题。许多从业者私下承认,所在公司短期的考核制度让人无法选择。深圳一中型券商总裁曾表示:“股东不会给三年甚至更长的时间来证明保障客户长期利益的大团圆结局。这导致很多经营人员必须在很短的时间内证明自己,而证明自己的唯一方式就是当期收入的增长。”

几乎所有的经营者都被业绩考核绑架。尤其在市场环境改变之后,一些股东无法忍受券商利润的大幅缩水,由此对成本和利润的双重严格考核自去年起便在一些大型券商中推行。

上述股东往往要求券商严格把控成本释放利润,这导致金融产品销售赖以生存的分类分级系统、人员投入大受影响。一方面,公司需要不断提升销售额来增加营收;另一方面,为客户筛选产品的系统投入却迟迟不能完成。这给整个行业的发展带来不利影响。

忽视风险最终将被风险绑架,这样的例子在世界金融史上不胜枚举。证券行业正迎来历史性的发展机遇,任何短视行为无异于自毁长城。现在正是考验经营者、股东智慧的关键时刻,谁能在竞争中将客户的利益真正放在心里,才可能最终获得市场的尊敬和客户的最大回馈。

### 近两年券商获得的基金分仓佣金收入

券商名称	2012年上半年		2011年	
	佣金收入(亿元)	佣金收入(亿元)	佣金收入(亿元)	佣金收入(亿元)
中信证券	1.20	2.71		
申银万国	1.18	2.79		
银河证券	1.00	1.57		
国泰君安	0.87	2.07		
东方证券	0.82	1.96		
海通证券	0.79	1.84		
国信证券	0.77	2.06		
中信建投	0.74	1.20		
广发证券	0.72	1.66		
招商证券	0.67	1.82		

游芸芸/制图

## 中国农业银行“行云·全球现金管理”正式启动

近日,中国农业银行全球现金管理启动大会在江苏苏州圆满举行,来自全国各地的三十余家大型企业集团作为观礼嘉宾参加此次活动。启动仪式后,中国农业银行与多家跨国企业集团现场签署了全球现金管理服务协议。农行全球现金管理业务的服务理念、产品功能和技术实力得到与会企业嘉宾的高度认可。

中国农业银行是国内主流的现金管理服务银行之一。其优势主要体现在:拥有先进的服务理念;拥有丰富的产品体系;拥有覆盖广泛的网点网络;拥有成熟的团队和丰富的服务经验;拥有业内领先的技术处理平台。该行股改上市后,快速融入了全球化竞争的大舞台,海外机构稳步拓展,面向三农、城乡联动、融入国际、服务多元”的经营战略初步成型。全球现金管理服务的适时推出,及时地解决了“走出去”和“引进

来”客户跨境资金管理的难题,是农行巩固拓展银企关系的有力武器。农行的全球现金管理服务依托于境外11家分支机构和1300余家海外代理行,通过SWIFT、银银直联等多种服务渠道,提供账户信息、支付管理、资金池、投融资、风险管理、综合信息咨询等产品,旨在通过一站式、平台化的服务,帮助客户及时准确地获得海外市场信息,统筹管理全球资金账户,统一调配境内

外资金,满足客户跨境、跨银行的多币种资金集约化管理要求,从而提升企业在全球化的过程中对资金的管理水平,不断提升资金使用效益,规避在跨国经营中的资金使用风险。



CIS)