

# 华泰证券一营业部屡现一字涨停板龙虎榜

涉及金健米业、黑牛食品、掌趣科技、万科A等诸多个股

证券时报记者 仁际宇

日前短短的两个交易日里，金健米业出现了两个一字涨停板。上交所披露的龙虎榜显示，华泰证券深圳益田路荣超商务中心证券营业部（简称：荣超中心营业部）第一个交易日买入55.66 万股，第二个交易日卖出同样数量的股份，实现 10%收益。证券时报记者梳理发现，该营业部近年来屡屡出现在一字涨停板的龙虎榜中。

2 月 8 日，湖南金霞粮食产业有限公司获准收购农业银行常德分行持有的金健米业 17.02%股权，因此成为金健米业的新东家。同日金健米业复牌，股价呈一字涨停状态，报收 5.16 元/股。由于是一字涨停，成交量较小，

当天公布的龙虎榜显示，仅 4 家营业部当日成功抢筹。其中，荣超中心营业部买入约 287.2 万元，占当天成交总金额的 33.9%。

荣超中心营业部当日买入金健米业 55.66 万股，当天唯一的成交价是 5.16 元/股；下一交易日 2 月 18 日，金健米业连续第二个交易日一字涨停，荣超中心营业部在当天卖出约 316.1 万元，按当天涨停价 5.68 元/股计算，正好是 55.66 万股。由此，荣超中心营业部完美演绎了涨停敢死队的操作风格，在两个交易日内顺利实现了 10%的收益，全身而退。

虽然不是每次都在出货时现身龙虎榜，但荣超中心营业部近年确实屡屡出现在一字涨停板公司的买

入榜上。其毫不手软抢涨停板的决心以及屡抢屙中的神奇概率，令人印象深刻。

例如，2 月 18 日，黑牛食品一字涨停，荣超中心营业部买入约 1023.75 万元，占当天成交总金额的 25.41%；2 月 6 日，掌趣科技一字涨停，荣超中心营业部成为当天唯一的买家，2 月 7 日，掌趣科技再次一字涨停，荣超中心营业部买入约 155.6 万元，占当天成交总金额的约 22%；1 月 21 日，万科 A 一字涨停，荣超中心营业部买入约 7794.6 万元，占当天成交总金额的 29.8%。

上述三家公司股票在荣超中心营业部以涨停板抢入后，也都出现了不同程度的涨幅。而实际上，荣超中心营

业部开始频繁出没在一字板龙虎榜上的日期至少可以追溯至 2010 年。当年 12 月 2 日、3 日，荣超中心营业部在连续两个一字板上买入双汇发展，成为这两个交易日唯一的买家，此后双汇发展又出现两个一字涨停。

根据证券时报记者的不完全统计，2010 年以来，荣超中心营业部的一字涨停板秀还涉及 \*ST 上控（时称斯米克）、沙隆达 A、盐田港、舜天船业和青海明胶等等诸多个股。

由此可见，荣超中心营业部背后有一群偏好在涨停板上买入股票的涨停敢死队。有涨停敢死队密集出没的券商营业部并不少，但像荣超中心营业部一样，一字涨停板屡抢屙中的营业部可谓凤毛麟角。

## 券商资管产品现超额认购 招商“双周赢”退6亿认购申请

证券时报记者 李东亮

目标募集额动辄 50 亿元以上，实际募集额却通常只有 5 亿元以下，这似乎成为券商资管无法破解的尴尬。不过招商证券日前发行的一款资管产品却让业界津津乐道，不仅 50 亿元份额被一抢而空，还被迫退回客户 6 亿元超额认购申请。

据悉，近日招商证券携手中国银行发行了一款 14 天的短期理财产品招商智远“双周赢”，该产品在中国银行和招商证券营业部发行推广时受到投资者追捧。据招商证券相关人士透露，该产品实际认购规模约 56 亿元，超出目标发行规模 6 亿元，因此不得不退回部分客户的认购申请。

业界表示，自 2007 年基金产品出现比例配售以来，超额认购的现象较为罕见。公开数据显示，上述产品创 3 年来券商集合理财产品首发销量新高，同时创中国银行代销券商集合理财产品首发销量

的新高。

实际上，近年来券商资管集合理财产品的首发规模始终难以赶超公募基金，实际募集额远不及目标募集额也是家常便饭。

Wind 数据显示，于 2012 年成立的 195 只券商集合理财产品中，产品目标发行规模平均为 26.53 亿元，成立规模平均仅为 5.01 亿元，其中有近四成的产品目标规模达成率甚至低于 10%。

业内人士称，上述产品的热销与其精准的市场定位密不可分。

2011 年银监会正式叫停发行 30 天内银行短期理财产品，较大的短期理财需求没有产品对接。为满足该部分客户需求，2012 年基金公司发行了大量短期理财基金，从发行规模来看，市场对于此类产品的需求依然巨大。

招商证券相关人士表示，由于“双周赢”兼备高流动、低风险和收益稳定等特点，有效弥补了银行活期存款收益低、定期存款流动性差、权益投资风险高等缺陷。与货币基金相比，收益也有一定吸引力。

# 招商证券首推分类份额理财产品

该产品在跨界合作资管产品中首次采用股票质押的方式为客户避险

证券时报记者 李东亮

与上海重阳投资跨界合作，招商证券日前发行了一款名为“招商证券汇金之重阳集合资产管理计划”资管产品。据证券时报记者了解，该产品在跨界合作资管产品中实现了多种创新方式，包括首次在跨界合作资管产品中实现分类份额的创新管理方式和首次采用股票质押的方式为避险型份额提供有限赔付。

### 三类份额分类管理

上述产品由重阳投资担任研究顾问，招商证券则负责后台运营。“招商证券汇金之重阳”首次在跨界合作资管产品中实现分类份额的创新管理方式。具体而言，该产品分为 A、B、C 三类份额。三类份额实行分开募集和结算，但全部由上海重阳运作。

其中 A 类管理型份额与市场大多数私募基金基本相同，管理人在每年收取 1.5%管理费的基础上，在产品盈利的前提下，份额退出时要一次性提取 20%业绩报酬。

B 类避险型份额则特地为保守型投资者设计，上海重阳以认购的 C 类份额为上限保证 B 类份额年化收益率达到 3%，并且还可获得部分超额收益。B 类份额每年收取的管理费率同样为 1.5%，年化收益率 3%以上的部分，管理方要提取 80%的业绩报酬。

C 类份额则由重阳公司独自认购，以认购额为上限向 B 类份额承担有限赔付义务。

### 质押和期指双重保护

记者获悉，“招商证券汇金之重阳”产品还首次采用了质押担保的方式为避险类客户提供有限赔付。

招商证券理财产品部的总经理助理陈平称，这意味着研究顾问方上海重阳在产品运作初期并非一定要认购 C 类份额，也可通过质押的方式为 B 类份额进行有限赔付的担保。

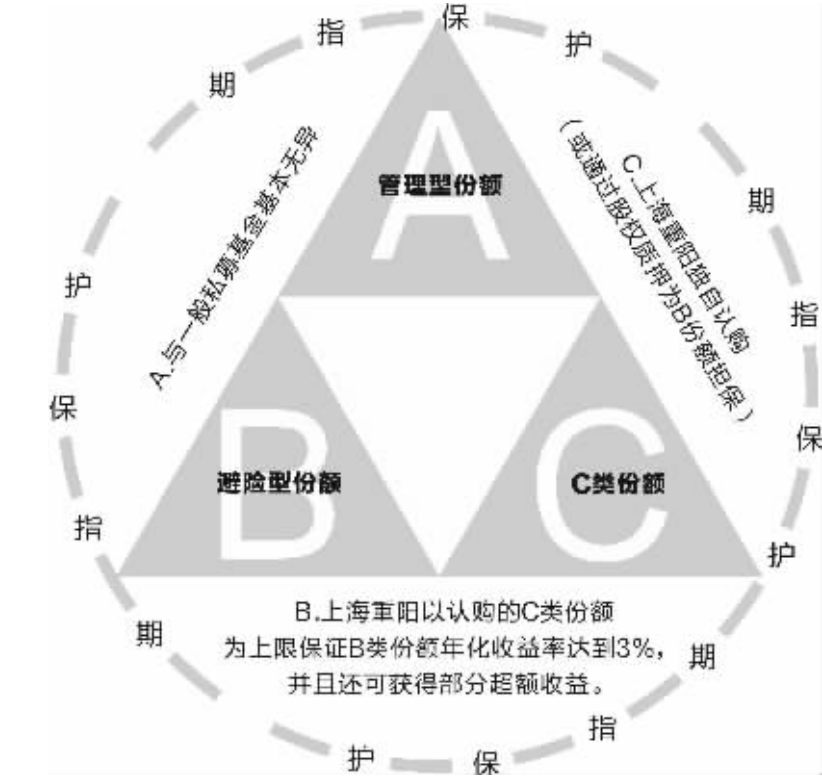
业界人士分析称，相对于借助信托公司通道发行阳光私募产品，券商资管在产品设计方案显示出了自身的优势。

此外，在投资策略上，该产品可审慎、适时、灵活地运用股指期货等工具，进行抵御系统性风险的对冲操作，以降低投资组合的波动性并获取中长期稳定的阿尔法收益。

据悉，该产品推出后受到投资者的踊跃认购，在首发推广期内，该产品共募集了 1.5 亿元。从资金募集的情况来看，A 类份额募集了 1.22 亿元，B 类份额募集了 0.28 亿元，大多数投资者选择了风险相对较高的 A 类型。

### 券商抢占私募市场

去年券商资管新版“一法两则”颁



图为 招商证券汇金之重阳集合资产管理计划”示意图 翟超/制图

布以来，券商资管几乎已展开信托业所有的业务。包括招商证券、申银万国证券、中信证券和华泰证券等均纷纷开始进军私募市场，不少私募也纷纷放弃信托转投券商怀抱。

业内人士称，私募和券商资管之间的合作从未像现在如此具有黏性。

对私募来说，过往常用的信托通道在申购新股、参与股指期货方面限制较多，有限合伙制私募则面临较高的税负；而券商资管在税收及交易灵活性方面均有自己的优势，与私募基金合作也可为其客户提供更丰富的产品类型，做大资管规模。

# 券商股权激励三大束缚待解

证券时报记者 伍泽琳

针对券业人才频繁流动、激励机制注重短期效果、激励手段单一等问题，日前证券时报联手中国证券业协会对 73 家券商进行针对性问卷调查，证券时报记者发现，大部分券商对引入股权激励等长期激励机制由衷期盼。

### 呼吁长期激励

证券行业毫无疑问是人力资本密集型行业，随着未来行业的发展，各家公司对高端人才的竞争将呈现白热化。”一家参与调查券商指出，目前国内券商对人才的激励机制主要还停留在薪酬激励和级别激励两个层次，激励手段比较单一，还往往存在注重短期效果等问题。这种过于简单的激励模式影响了券商主要骨干和核心人才的工作积极性，使券商发展缺少创新动力和业绩提升能力。

与此同时，部分参与调查的券商指出，长久以来国内的证券公司对普通员工、核心人才和管理层的激励手段缺乏差异化，对核心人才并没有特别的激励方式，很多平庸的人在岗位

上依靠熬年限也能享受加薪、提职待遇。很多骨干和核心人才在加薪提职无望后，只好选择跳槽另谋高就，这也是目前证业人才频繁流动的重要原因。”一家中型券商经纪业务总部相关业务人士说。

此外，还有部分券商认为，由于证券行业具有明显的周期性特征，受外在市场波动的影响较大，短期的激励机制容易引致专业人才和高层管理人才在弱市环境下波动较大。

为克服上述种种弊端，多家参与调查的证券公司表达了引入股权激励等长期激励机制的希望。股权激励作为长期激励机制的重要组成部分，不仅有效解决了股东和管理层信息不对称的弊端，令经营层和股东的利益趋于一致，还能使得经营层的经营行为长期化。”某券商相关人士说。

### 三大束缚待解

尽管业内人士对股权激励热切期盼，但真正实施起来尚需解决数个问题。部分参与调查的证券公司指出，由于相关法律法规的限制，股权激励在证券行业始终难以破题。据了解，根据相关规定，实行股权激励的上市公司

在行权或者解锁条件上有一定的限制。在实际工作中，一些公司受经济大环境影响或者行业影响，前三年业绩突出，后一两年业绩难以保持高增长，而股东又希望通过股权激励让管理层更加努力为公司服务，使公司尽早寻找到新的业绩增长点。”一家参与调查的券商称，苦于股权激励第一年或第二年难以达到“上市公司股东的净利润及归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润均不得低于授予日前最近三个会计年度的平均水平且不得为负”的要求，常常无法实施股权激励。

国内券商实施股权激励还存在另一大障碍，目前我国相对大型证券公

司中大部分为国有控股，相关券商实施股权激励将牵扯到国有资产管理的相关问题。部分参与调查的券商认为，监管机构和国资委一定要对实施股权激励制度采用科学审慎的审批方式，强化股权激励措施的实效。

此外，税费问题也成为股权激励实际推行的绊脚石。现实情况中不乏很多激励对象因不愿缴纳个人所得税，所以在获得激励股票后不愿长期持有，这也不利于激励的长期性。”一家参与调查的券商相关人士说。

业内人士认为，长期激励机制一直是国际大型金融机构重要管理工具之一，相关经验还是值得国内券商学习和借鉴的。

## 招商双债增强B两日售罄

招商基金今日发布公告，该公司 2 月 20 日开始募集的招商双债增强 B 份额，募集两日就达到 4.5 亿元的募集上限，决定提前结束募集。而招商双债

增强 A 份额将在 2 月 26 日至 3 月 13 日通过招商银行、农业银行、招商证券等银行和券商渠道发行，招商双债增强 A 份额的发售规模上限为 10.5 亿元。（方丽）

## 国泰君安集合理财产品表现突出

证券时报记者 黄兆隆

2013 年来股市有所转暖，券商权益类集合理财产品的净值也随之变化。其中排名前三的产品收益均超过 15%，而国泰君安证券资产管理公司独占两席。

Wind 数据统计，截至 2 月 8 日，307 只权益类产品今年平均收益率为 4.88%，同期上证综指涨幅为 7.2%。其中 75 只产品跑赢大盘，多达 232 只产品的涨幅低于沪指，甚至还有 17 只产品净值为负收益。从业绩排名看，收益前三甲为

中山金砖 1 号、国泰君安明星价值和国泰君安君享富利，涨幅均超过 15%。此外，国泰君安君得鑫股票亦进入收益榜单前十。

业内人士分析，2012 年多项券商资管新政出台后，券商资管高速发展，2012 年底行业规模达 1.89 万亿元，较 2011 年末增长 5.7 倍。产品数量近 600 只，较 2011 年末实现翻倍，创新产品层出不穷。从行业的竞争格局看，综合实力较强的中信证券和国泰君安稳居第一方阵，规模均超 0.2 万亿元，成为与五大公募基金比肩的资产管理机构。