

太平洋首季盈利增逾两倍 中信增34%海通降15.8%

今日中信证券、太平洋证券和海通证券同时发布今年一季报，中信证券和太平洋证券都获得不俗增长，太平洋证券净利更是同比增长逾两倍。而海通证券首季净利润则同比下降15.76%。

一季报数据显示，中信证券今年一季度营业收入和净利润双双大增，一季度实现营业收入4741亿元，同比增长60.58%，净利润增长34.35%，达13.1亿元。此外，实现每股收益0.12元。

太平洋证券一季度净利润为6173.48万元，同比大增212.92%；每股收益为0.037元。太平洋证券并未具体说明净利润大增的原因，但从利润表数据来看，主要是由于投资收益和公允价值变动收益大幅增加。

而海通证券一季度业绩相对逊色，当季实现营业收入30.36亿元，同比增长3.67%；归属于上市公司股东的净利润为12.1亿元，同比下降15.76%；每股收益为0.13元，同比下降13.33%。
(曾炎鑫)

新华保险 首季盈利15.6亿增6.5%

经历新年开门红后，新华保险一季度营业收入大增近五成，3月底总资产逼近6000亿元。该公司一季度净利润同比增长6.5%，达15.6亿元；基本每股收益为0.5元。

数据显示，新华保险一季度总资产同比增长5.4%，达5965.43亿元。一季度共实现营业收入552.31亿元，同比增长48.2%。其中，来自保险业务的收入有483.65亿元，同比增长53%。新华保险解释称，这是由于首期保费增长所致。
(曾炎鑫)

国金证券 获准发行25亿可转债

国金证券今日公告称，该公司已获证监会批准公开发行面值总额25亿元可转换公司债券，期限6年，该批复自核准发行之日起6个月内有效。
(曾炎鑫)

方正证券携手上海银行 推出“上方账户通”

方正证券昨日与上海银行签署了综合金融业务合作协议，双方拟在综合金融服务平台、金融创新产品、客户开发及其他业务领域开展全面合作。

据介绍，双方将各自成立“全面合作领导小组”，小组负责人由公司高级管理人员担任。每一方“全面合作领导小组”负责按照协议合作内容在本机构内推进全面合作事项。这意味着，双方合作深度或将超越同业，合作的层次和方式也将随着业务的发展不断深入。

此次方正证券和上海银行进行合作的最大看点在于，共同打造一个综合金融平台——上方账户通。其实现方式为，券商和银行通过双方后台系统对接，前端网银和网上交易界面改造等方式，为双方客户搭建集投融资功能一体的，包含银行、证券账户与产品的综合金融服务平台。将满足银证双方客户资产管理、财富保值、小额贷款等多方面的需求。
(文星明 邢云)

中金公司打造私募工场

与其他券商进军互联网领域的途径不同，中金公司互联网创新的第一站瞄准了小型私募。目前，中金公司推出了私募工场，这是一个由私募工场运营团队、私募投顾群体和投资者用户群体构成的网络社交圈。

据了解，私募工场是中金公司财富管理部与雪球网合作，在雪球平台上开立官方账号，通过该账号向雪球网注册用户发布私募工场合作投顾所管理产品的基本情况和业绩数据，并且也利用该平台交流行业信息及推动线上和线下的投研报服务活动。

中金公司财富管理部执行总经理严清华表示，私募工场是中金公司财富管理部与雪球网合作，在雪球平台上开立官方账号，通过该账号向雪球网注册用户发布私募工场合作投顾所管理产品的基本情况和业绩数据，并且也利用该平台交流行业信息及推动线上和线下的投研报服务活动。

据了解到，目前私募工场上已有多只不同投顾管理的产品正式上线，另有几十位投顾正等待登陆私募工场。
(杨丽花)

多名券商人士建言：

建立行业激励机制鼓励券商创新

证券时报记者 程丹

券商创新大会召开在即，探讨证券业创新发展机制成了监管部门和券商近期工作重点。

昨日，在中证协组织的“企业文化与创新发展研讨会”上，中证协副秘书长孟薇表示，证券业要具有开放包容特征的创新文化，在有效控制风险的前提下，不断完善创新机制，提高创新能力，积极开展经营方式、业务及产品、组织体系和激励约束机制的创新，增强行业核心竞争力。

与此同时，多位业内人士就券商文化发展和创新思路进行了讨论。有券商人士表示，监管部门应以宽容的心态鼓励行业创新，建立行业创新激励机制，为行业创新营造良好生长环境。

银河证券：建立行业创新激励机制

谈及证券行业企业文化建设时，银河相关部门负责人给出了建议。他提出，协会应为会员单位搭建平台，方便会员单位多开展企业文化建设方面的交流，促进整个行业企业文化建设的提升，同时，有关监管部门也以宽容的心态鼓励行业创新，为行业创新营造良好的生长环境。

此外，他还建议建立行业创新激励机制，比如：对产品创新实行长短合适的保护期，使得先行的公司得到品牌收益和市场荣誉；对在产品创新方面取得显著成绩、为行业做出一定贡献的公司和个人给予鼓励；建议由监管机构明确提出要求，

证券公司应将创新业务部门定位为重要战略部门，加大对创新业务部门的激励力度和投入支持，形成长期性的创新人才积累机制；对证券公司创新业务收入在总体收入占比明显上升的在评审中适当给予加分奖励等。

信达证券：券商创新必须强调合规

信达证券相关部门负责人表示，创新是目前中国证券行业拓荒生存空间的关键之举，企业文化中的创新内涵在证券行业具有强烈的现实紧迫性。

但必须强调合规。”他提出，合规就是遵守规矩，如同遵守交通法规一样，业务有明确规则，不能有多样

化的解读。规则的粗细度要适当，过粗容易弹性过大，过细则容易捆住。

该名负责人表示，对于违规者要加强监管和处罚，让违规付出足够的代价才是对合理竞争者的最大褒奖，有序竞争可以降低行业盈利水平，让精心经营着生存和发展，不能树立赚歪财能过好日子的样板。

而广东证券期货业协会相关负责人表示，行业协会作为本行业的组织者和引导者，要为行业和企业服务，强化合规经营意识。要做好行业诚信信息披露工作，动态收集所有市场主体的信用信息，并按照基础信息、提示信息、警示信息等进行归类管理；加大失信惩戒力度。

该负责人还表示，在行政处罚中要把信用情况作为处罚轻重的重要情节，有效解决违法失信成本偏

低、重复恶意违规、有污点从业人员流动任职等突出问题。

山西证券：企业文化建设是创新重要内容

对于券商创新，山西证券相关负责人认为，企业文化建设是证券公司创新重要内容。这要求券商从营造创

新文化、体现信誉性和规范性、以义统利、注重风控、强化服务等五方面来进行加强和发展。

在营造创新文化方面，他说，由于金融产品和服务具有同质性，证券机构必须不断地进行产品创新，证券公司需要把创新营造成一种文化理念传达给员工，激发员工的创新意识，通过经营模式和组织结构变革的创新，适应金融行业的快速发展。

券商借道互联网金融盘活存量客户

证券时报记者 梅苑

国金证券“零佣金”带给券业的互联网风暴远未停歇。

据证券时报记者不完全统计，已有近20家券商在互联网金融领域排兵布阵，而触及这一概念的券商又无不涉及自身估值的提升。券商的互联网战略模式虽各不同，但“触网”带来的效果殊途同归，低佣金率下存量客户的服务和价值挖掘重要性凸显。

低佣金率撬动大未来

从华泰证券上海武进路营业部推出网上开户享受0.3‰佣金率，到国金证券“佣金宝”0.2‰低佣金以及账户闲置资金理财服务，再到中山证券“零佣金”前来搅局，一时间，多数专业人士认为，占券商收入近半的经纪业务很快将日薄西山。

上市券商2014年一季报数据显示，大多数券商经纪业务同比仍然增长，但增速却大幅下滑。例如，国金证券一季度代理买卖证券业务净收入同比增长18.23%，增幅仍较去年下滑6.13个百分点。

招商证券非银金融研究员洪锦屏表示，国金证券的佣金策略是长尾理论的成功运用：网上开户的实施使得券商经纪业务成本无限降低，国金以低佣金策略吸引对价格比较敏感的客户，导入腾讯流量所带来的客户数量的增加产生规模效应，从而盈利。

作为业内首家“吃螃蟹”的券商，国金“佣金宝”产品体验和互联网天然的排他性而具备了先发优势。据了解，2月下旬之后短短1个半月左右，国金“佣金宝”渠道新开户数已达10万。

洪锦屏同时表示，国金证券是国内券商“嘉信理财模式”的代表，即以对价格比较敏感的中小客户为主，兼顾大客户，网上网下渠道相互配合。中山证券、太平洋有望跟进，解决了流量和人口问题，以上券商还需要着力于客户沉淀和客户价值的挖掘。

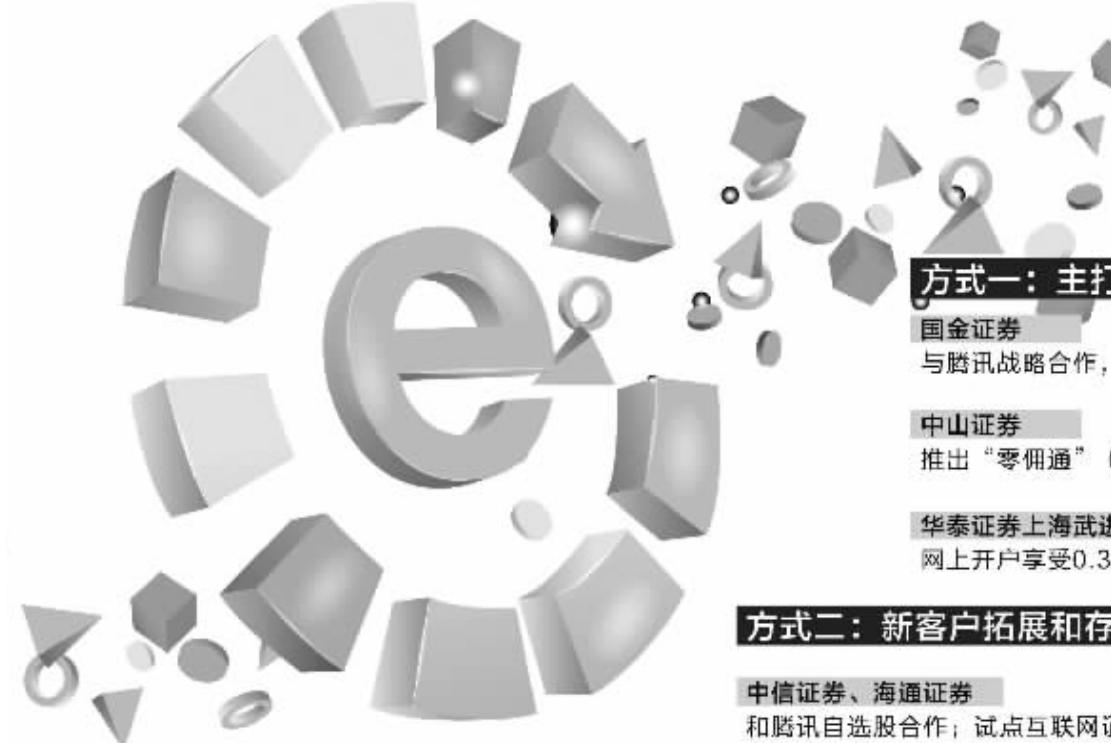
业内人士表示，本年度券商创新大会即将召开，此前公布的相关征求意见稿中明确表示将放开行业准入，监管部门此前也有相同表态，这意味着券商可能面临互联网企业的激烈竞争，如何拥有自己的竞争力至关重要。

申银万国证券研究所首席经济学家杨成长表示，互联网金融消除了金融市场主体间的信息不对称，简单的渠道垄断利润和利差收入业务将不复存在，应让金融市场各业务回归到提供专业金融服务本质上。

大块头有大智慧

华泰证券代表了券商拥抱互

券商多面出击互联网金融



方式一：主打低佣金

国金证券与腾讯战略合作，推出“佣金宝”，0.2‰的交易佣金率

中山证券推出“零佣金”（已被监管层叫停）

华泰证券上海武进路营业部网上开户享受0.3‰佣金率

方式二：新客户拓展和存量客户再开发

中信证券、海通证券和腾讯自选股合作，试点互联网证券

华泰证券与网易开展战略合作

国泰君安自建金融商城

林根/制表 吴比较/制图

联网的另一条途径，即新客户拓展和存量客户再开发多方面同时着力。

与该券商有相同战略思路的还有中信证券、海通证券、国泰君安证券等大型券商，这些券商介入互联网领域方式多种多样：中信、海通和腾讯自选股合作；华泰和网易合作；国泰君安自建金融商城，开辟全能金融账户；中信和国泰君安又是互联网证券试点券商。

中信证券管理层在2013年业绩发布会上曾表示，中信证券70%的收入来自资产100万以上的客户，这些客户对佣金率并不那么敏感，关键在于提供更多有价值的服务，同时公司也不会放弃那些“长尾”客户，也会设计相关的产品来满足客户的需求。

华泰证券股票经纪业务市场份额超6.2%，比肩中信证券，这两家市场占有率最高的券商，如何服务好几百万存量客户的重要性不亚于新客户开发。洪锦屏认为，这就是华泰和网易合作的出发点，同时，我国A股有效持仓客户可贡献的交易价值，还不及余额宝70%，这部分客户的价值体现也是这些大型券商需要挖掘的蓝海。

国泰君安董事长万建华在近期发言中也认为，证券业需要加快探索打造清晰的、具有投资银行特色的互联网金融业务模式，全面展现综合金融服务，推动经纪业务向多元化经营及财富管理转型，促进证券业客户和资产的规模化扩张。

券商盈利从二八到八二有多远？

证券时报记者 李桂芳

前几天，同信证券的“超级顾问”在腾讯低调露脸，但还是被眼毒的网友们一眼认出；又一个与腾讯合作的券商！近一段时间，只要是与互联网公司合作，不管大小券商，在市场上都会足够抢眼，想低调都不行。

与腾讯合作最为密切的当属国金证券，作为与互联网巨头搭班子的第一家券商可谓独享东宫之宠。进入腾讯股票频道，国金证券的导入接口就在最亮眼位置，吸引你点击一看究竟。国金的佣金宝一出生就遭到喊打，但这似乎并没有影响它实现导入客户的目标，有数据估算，不出2个月，佣金宝业务开户数已近10万。

与互联网巨头们合作的券商有着相似诉求，即流量导入。特别是一些中小券商，经纪业务份额原本就不多，最有搅动市场的强烈拓荒需求。以低佣金或新型服务的噱头吸引眼球，加上互联网的流量导入，竞争谋划显而易见：先以低价策略吸引客户，规模效应之下以靠服务赚钱。

这看上去是个理想化的商业模式，阿里的余额宝、腾讯的理财通，都是流量为王的经典案例，屌丝理财逻辑由此大大撼动着从前奉为金律的二八法则。二八法则在金融业一直颇为流行，因80%的利润由20%的高价值客户提供，机构在提供服务的

时候，也会向20%客户倾斜。屌丝理财的逻辑，或许意味金融市场的更多利润将通过互联网金融提供，由二八到八二，对于券商中的后来者和那些欲分金融一杯羹的互联网企业来说，这是它们的美好梦想。

目前沪深两市能贡献交易价值的证券客户数约为3500万，而在这些存量客户中，有近一半数量处于无交易、无服务的状态，随着网上视频见证开户的放开，一些券商加大新客户开发力度，这一规模还将继续增加。如果未来不限制客户必须开设交易账户，而是有选择地开设消费和理财类账户，那么券商未来对标的不仅仅是6000多亿元的保证金，而是百亿规模的储蓄资产。如此富矿，兵家必争。

大量客户的导入，其实并没有太多技术含量，关键还在于随后真刀真枪的较量。使客户流量变现并沉淀，再令沉淀客户的潜力爆出来，才是流量的价值。

不得不重提淘宝，它积累的客户流量最终被导入品牌商城天猫，并得以转化成规模化利润。也不得不提目前已增至5400亿规模的余额宝，客户数达8100万户以上，靠的也是客户迁徙，才最终实现从二到八的跃升。

遗憾的是，券业的蛋糕并不大，创新的趋同性是行业人士谈及的普遍难题，一家券商的创新服务，往往

被迅速复制同化进而压缩价格空间。中小客户往往以价格敏感型客户居多，当佣金降无可降，如何让“提供有价值服务”不流于口号？如何满足海量客户的个性化、高收益的理财需求？成为真正打破长尾客户瓶颈的关键。

互联网金融席卷之下，先行者的尝试很多。华泰选择与财经网站中排名第5的网易合作，华泰并不仅仅只是着眼于新客户的开发，还兼顾存量客户的再开发。凭借互联网打造一个上承专业机构，下接大众市场的集“网上开户+财经资讯服务+理财产品销售+网上交易+投资者社区”于一体的开放式第三方金融信息与交易平台，网易也会为此开放大量用户资源和网络资源。反观华泰服务链上的各个环节，独创并不多，很多已是券业的成熟服务，但依托互联网企业的成熟经验，向客户提供这些服务的大集成，却成为特色，优于单纯的佣金战。

离屌丝理财还有多远？对券商业来说是一个一分为二的问题，主流券商还会将战略重心放在高净值客户上，而不是过度追求长尾理论。中信证券此前就提出，公司70%的收入，来自资产100万元以上客户。对于中小券商来说，成为网络折扣经销商或社区经销商，而不是追求大而全的投行模式，也不失为正确选择。但不管哪类券商，多一条腿走路，通过理财、交易、消费账户的分离来开辟新竞争蓝海，二八未必真能到八二，但试错意味着更多机会。