

互联网金融催热,券商纷纷“触网”圈地,其间却面临种种问题

“触网”热潮初涌 五问互联网券商模式

证券时报记者 张欣然

眼下正劲刮的互联网金融之风,改变的不仅仅是传统金融业,证券行业也急切期待通过互联网整合而推动自身转变,以应对“搅局者”。

有关长城证券与腾讯合资成立网络证券公司的消息虽已被否,却难掩券商多维度探索互联网模式的冲动,互联网金融如同当下居高不下的酷热天气,热浪正席卷证券行业,券商触网将成为必然趋势。

但是,互联网信息透明化、风险高等特点,又与券商保守与低风险文化形成了鲜明对比。无论是通过与大型互联网企业合作,还是自搭电商平台,传统券商都面临着文化、人才、商业模式等多方面的重塑需求。券商该如何选择一条符合自己展业模式的“触网”之路?

一问: 何种触网路径最佳

券商正通过多种方式探索券业互联网化的可能性,何种方式最佳?是与网商合作?还是自我打造?

简单来说,互联网券商模式主要分为移动终端和网络平台两种。”据某上市券商相关人士介绍,一是券商将其业务集中在互联网或移动互联网上运营,如网上开户、金融资讯服务、证券交易网络化等,这一模式可有效降低成本,提高效率;二是借助互联网或移动互联网平台,设计或开发新业务,向用户提供金融服务。

今年3月13日,方正证券宣布泉友会天猫商城旗舰店正式上线,成为首家亮相天猫商城的券商网店,方正证券将旗下50种金融产品陈列于网上货架,供投资者自主选择。

同样借助电商平台以合作方式介入互联网的券商还有齐鲁证券、长城证券、国泰君安证券、华泰证券和华创证券则选择自建网络平台,设立独立的网上商城。

此外,券商利用自身网站和移动客户端为客户提供创新服务的模式也屡见不鲜。同时,随着证监会对非现场开户的松绑,为券商互联网业务拓展了新空间。

券商互联网金融创新是今年证监会推动证券业创新发展的重点之一。”深圳某大型券商负责人表示,监管层表示将支持券商与互联网金融公司合作,支持设立网上证券公司。

许多券商已经开始加入这场互联网金融的跑马圈地,谁也不想错失开拓渠道的先发优势。”长城证券非银行金融行业分析师陈雯称,目前,国泰君安、齐鲁证券、华创证券、中信证券和长城证券已率先向有关部门递交互联网金融发展方案。

英大证券研究所所长李大霄称,金融行业的互联网化是未来的大趋势,互联网化可以推动金融行业发展,同时填补传统金融业的空白市场,借助互联网平台拓宽渠道和客户群。

正如马云所说,“如果银行不改变,我们将改变银行”。这一道理同样适用于券商,被动改变将失去市场。

从成熟市场的经验来看,网络经纪商的发展势头已经对传统券商形成威胁。据了解,美国网络经纪商TD Ameritrade,1998年日均交易1.8万笔,而2012年日均交易则达到36万笔,是1998年的20倍。而在此期间,纽交所的日均交易笔数仅增长72%。

未来不仅是券商与互联网相融合成立合资公司,甚至出现互联网公司抢食的可能。”北京某券商非银行金融行业研究人员认为,中国迟早会出现如嘉信或E-trade式公司,这是制度红利打开后必然的发展趋势。

二问: 合作模式如何选择

一些券商已率先开立网上商城,但大部分产品销量看来也不尽如人意,券商如何有效触网答案仍然待解。

种种互联网布局,折射了当前券商布局互联网金融的热情,但也暴露

了探索中出现的问题。

支持券商与互联网金融公司合作,支持设立网上券商将是创新发展工作的重点。”深圳某中型券商高管称。此前,监管层就2013年券业创新发展工作的部署中就已经提到,将支持长期机构资金、民营资本参股证券公司或设立专业性证券公司。

今年3月份,证券业协会公布《证券公司开立客户账户规范》以后,网上开户成为券商最易实施的一项创新尝试,多家券商都在官方网站首页显著位置推出网上开户快速通道。

互联网金融券商模式

移动终端 手机炒股 (旧)
↓
新一代手机证券 (新)

值得一提的是,华创证券于今年2月推出的“华创证券网上商城”,与华泰证券、国泰君安等券商自建的金融超市不同的是,华创证券并没有在商城中专注销售金融产品或资讯服务,看起来更像是一个迷你版的电商购物网站。

在华创证券网上商城中陈列的产品可谓是种类齐全。从名表、名酒、化妆品、珠宝到名牌服饰一应俱全,甚至连

GUCCI、COACH这样的奢侈品牌也可以在华创证券网上商城中找到。

记者浏览华创证券网上商城发现,今年2月才开张的商城看起来已初具规模,所陈列产品超过4000件,光是在奢侈品特卖”分类下的产品就有694件,涵盖了Dior、COACH、GUCCI、周大福、雅诗兰黛等国际大品牌。然而,华创证券作为一家证券公司旗下的电商平台,商城的金融卖点却乏善可陈,目前只有同花顺两款付费软件上线。

毫无疑问,华创证券探路网上商城的根本原因是券商经纪业务的持续下滑,迫使其寻求创新出路。”一位不愿具名的券商人士称,通过网上商城盘活券商现有客户资产或许是券商未来创新的一个盈利点,不过这种偏离主业的营销方向能否持续却不得而知。

四问: 合作还是单干

券商自建互联网平台,要比借助电商平台介入投入更多人力物力,但成熟的电商平台提供的则是标准化模板,缺乏个性化,券商面临两难选择。

券商“触网”的目的应该在于打造金融枢纽网站。”北京某券商非银行金融行业研究员表示,投资者除进行股票交易外,同时还可以获得配套的金融、保险、资产管理等各项服务。

上海某大券商高管指出,券商自建互联网平台,要比借助电商平台介入互联网的券商投入更多人力物力,平台建设周期也会比较长。

自建平台券商更多需要考虑引流问题,此外也要面对技术开发及平台使用后的不断维护升级问题。”原阿里巴巴的一位产品经理向记者介绍,入驻成熟的B2C电子商务平台(如天猫)则相对简单。

这位产品经理认为,虽然成熟的B2C电子商务平台可以为券商在一定程度上解决引流问题,同时网络设施、服务器、存储、软件、集成、信息安全等),搜索引擎、数据挖掘及云计算等相关配套服务会比券商自建平台更为成熟稳定,但是借助电商平台介入互联网的券商也在用户需求体验、网站功能设计等方面比自建平台较差等问题。

成熟的电商平台提供的都是标准化、大众化的界面模板,相对自建平台缺乏个性化和差异化。”深圳某大型券商分析师称,尤其在用户需求的功能上,应符合互联网金融发展的特点。

申银万国研究所所长陈晓升则在此前举办的“第八届新财富券商研究所高峰论坛”中指出,目前银行资产规模达140万亿元,信托现正奔向10万亿元关口,杠杆比例各有不同。这种环境之下,券商要与银行比拼网点和渠道,又要参与互联网竞争,胜出概率极低,换言之,

国泰君安证券:网上商城
华创证券:网上商城(引入证联融通电子公司)
华泰证券:涨乐网

自建模式

合作模式

方正证券+天猫:
泉友会旗舰店

齐鲁证券+天猫:
齐鲁证券融资易品牌店

长城证券+拍拍网:
长城证券旗舰店

张欣然/制表 彭春霞/制图

美国网络券商交易模式的启示

证券时报记者 张欣然

点在于,缺乏长期积累的投资顾问和客户群体。

以嘉信理财为例,综合型证券经纪公司主要通过店面、电话、传真、网上交易向投资者提供相对廉价的服务,以吸引中产阶级个人投资者和部分机构投资者,但其在资讯研发方面的能力较弱。

而美林证券等传统证券经纪公司则主要定位于高端客户,为客户提供面对面、全方位资产投资咨询服务,拥有强大的投资研究能力和资产组合咨询能力,但其高端的定位,也使得客户群体存在局限性。

从上述美国三种经纪证券公司模式来看,之所以能形成鲜明特色和差异化服务,主要得益于其清晰、明确的客户定位,而国内券商在此方面则较为欠缺。因此,券商在进军互联网时,应首要厘清自己的客户在哪里,资产状况如何,这才能对症下药,找到适合自身发展的互联网模式。

我国网上证券经纪业务起步较晚,2000年证监会出台《网上证券委托暂行管理办法》之后,众多证券公司才投入大量的人力、财力来发展网上证券交易。随着近几年互联网交易模式的普及以及创新业务的放开,证券公司才开始尝试与互联网企业合作。

在记者看来,证券公司触网,是为了迎合网络消费模式而开辟的一条销售渠道,以增加并稳定客户。但证券公司要打造符合自身特色的互联网金融平台也难点多多,毕竟证券公司做电商根本不对口,无论是客服、仓储物流、用户体验、价格各个方面都很难与专业电商平台一决高下。

美国网络券商交易模式

纯粹网络证券经纪公司

纯低端通道服务,交易完全在网上进行,没有有形的营业网点,与信息技术公司合作提供咨询服务和资产管理工具,平均每笔佣金约10美元

综合型证券经纪公司

同时通过店面、电话、传真、网上交易向投资者提供廉价服务,平均每笔佣金29.5美元

传统证券经纪公司

定位高端,面对面、全方位资产投资组合咨询服务,每笔佣金100-400美元

较强技术开发能力,低成本,便捷网上交易通道,深度折扣吸引价格敏感且服务要求不高的客户

转型为提供全方位咨询服务的券商,吸引中产阶级个人投资者和部分机构投资者

强大投研能力和资产组合咨询能力等,提供全权资产管理服务

缺乏长期积累的投资顾问和客户群体

没有强大的咨询研发部门

客户群体较为局限

E-trade、TD Ameritrade

嘉信理财、Fidelity、Jack White

美林、Paine Webber
Morgan Stanley
A.G.Edwards

张欣然/制表 彭春霞/制图