2007最佳证券经纪商经验谈

精耕细作 转换业态

——访申银万国证券公司总裁冯国荣

⊙本报记者 秦宏

在比拼网点数量和布局的经纪业务领域,申银万国的优势如今已并不突显,然而在2007年,按股票、基金、权证交易总额计算,申银万国仍以47920.13亿元在行业内排名第三,牢牢保持经纪业务第一梯队的地位。为此,记者采访了申银万国证券公司总裁冯国荣。

记者:*作为一家老牌券商,申银万国如何保持经纪业务的领先优势?*

冯国荣:长期以来,经纪业务一直是申银万国的传统优势业务。2007年,申银万国突出加大了对技术系统的投入,沉着应对市场的大规模扩容,提升技术系统支持能力,为经纪业务提供强有力的技术保障。

2007年,公司共投资约3亿元用于大集中交易清算系统、大集中加固项目的建设、网上交易系统的改造扩容等,对技术系统进行了全面升级,大大提升了系统运用功效,有力支持了业务的发展。目前,公司大集中技术系统可支持300万客户、4300亿市场交易量、日成交200万笔的规模,交易峰值达2000笔/秒。网上交易系统可支持20万人同时交易、40万人同时浏览行情。迅速提升的系统运作能力,使营业部可以大规模拓展非现场交易,这样营业部的触角得以最大限度延伸,而由此带来的大量非现场交易量,则进一步巩固了公司在业内的市场份额。

记者:*如果说大规模的技术投入夯实了申万经纪业务的硬件基础,那么申银万国又如何在这个系统上运行,采取了哪些经营策略?*

冯国荣:"在2007年,公司确立做细服务、做精业务、做大规模、做强品牌"的经营策略,积极推动业务发展和业务创新。即在经纪业务市场格局已经基本确立的前提下,申银万国将重点移向精耕细作,提高"单位产量"。

首先,聚焦市场并喷增量资源,推动通道业务快速发展。公司全力指导营业部主动出击,大力开发客户资源,尤其注重客户结构的调整,开发引进机构客户,着力推动个人客户向年轻化、高学历、高收入方向转化,推动通道业务质量的全面提升。

其次,聚焦基金销售的黄金年特征,推动渠道业务建设的新突破。公司抓住全年基金销售进入热销期的大好局面,在价值导向上引导基金的持续销售和保有,取得了丰硕成果,重新夺回基金席位佣金回报第一名。

此外,着眼于未来,聚焦创新业务的加快建设,迅速布局做好全面准备。申银万国不仅拥有创新试点资格,而且在中国证监会实行券商分类监管新的监管模式下,被评为A类A级券商,为开展金融创新准备了十分重要的条件。公司积极为股指期货、黄金代理、融资融券等创新业务在组织架构、人员培训、岗位配备、业务制度和流程、客户资源等各方面都作了全面准备。

记者:*你怎么评价2008年券商经纪业务所面临的市场环境?*

冯国荣:市场已进入了"后牛市时期",其特点就是指数震幅收窄,交易活跃度下降,客户增长放缓。对此,券商必须开做好充分的心理准备,应对外部经营环境的变化。

而与此同时,券商经纪业务也呈现出新的变化趋势,随着经纪业务机构化、产品化、理财化时代的逐渐来临,对券商的基础服务能力、网络承载能力、营销能力、创新能力和证券专业化服务能力提出了更高的要求。因此,申银万国如何迅速消除业务瓶颈,建立起强有力的后台保障和有效的客户管理体系,已迫在眉睫。

记者:*你认为哪些因素将会对今年证券经纪业务的市场走势格局产生重要影响?*

冯国荣:从行业发展趋势判断,2008年将出现影响经纪业务竞争格局的七个因素:规范化的经纪人制度的形成和经纪人的新一轮发展;股指期货业务、融资融券业务开通后的市场竞争格局变化;以佣金价格战为标志的新一轮竞争将展开;可能向券商放开信托、保险等理财产品的代销资格;私募基金的发展;增值服务有微化趋势;营业网点有限度放开和服务部升级。

记者:*今年申银万国将如何面对这些新的挑战?*

冯国荣:面对当前证券市场新的竞争态势,今年公司将实现以"转换业态、提升能级、变革布局、整合岗位"为核心的战略转型,实现有效的资源整合,全面建成统一完整的经纪业务营销体系。

首先,在新形势下准确定位客户服务的含义与功能,全面提升客户服务的技术、信息含量、价值含量,建立起有效的客户关系管理和维护制度及体系。

其次,营业部将逐步摒弃高成本、单点式、物理型扩张模式,建立资源集中、服务共享、物理收缩、远程扩张、客户细分、成本降低的新的经营模式,逐步将营业部由目前的交易中心逐步转换为服务中心、销售中心、理财中心,并逐步实施等级营业部制度。

与此同时,申银万国正在加大业务创新力度,探索新的盈利模式。包括加大业务创新力度,通过股指期货IB业务、融资融券等创新业务的迅速发展,储备新一轮竞争的战略资源。

最重要的还是经纪业务人才的积累和培育。今年申银万国将进一步调整人才结构,将单一的业务操作型人才结构调整为适应业务发展需要的多层次的专业化人才结构,培育和建立一支专业化、高素质的新中国第一代的证券经纪人队伍,有效提升市场竞争力。

申银万国经纪业务简介

1、2007年度经纪业务利润68.83亿元。

2、年内新增开户数62.49万户,客户资金账户数达到271.01万户,年末客户总资产达到了3832亿元。

3、沪深A股交易量市场占比4.68%,全国排名第3位;沪深B股交易量市场占比9.11%,全国排名第1位;沪深交易总量市场占比为4.60%,全国排名第3位。

4、公司以4.84亿元的佣金收入总量、8.64%的市场份额,夺得基金服务市场年度第一名。

5、网上交易的股票基金交易金额,占经纪业务股票交易金额的46.65%,占营业部代理交易量的56.7%。

6、客户服务中心已达容量4000线、40人服务座席的规模。

本报记者 徐汇 摄

坚定专业化道路

——访国泰君安副总裁何伟

⊙本报记者 杨晶

记者:*今年以来行情持续调整,作为实力名列前茅的券商,如何看待券业经纪业务发展?*

何伟:今年以来沪深股市呈调整走势,持续高涨的热情降温。短期内,投资者风格趋于稳健与防守,换手活跃度呈下降趋势,同时,今年是非流通股大规模解禁的第一年,投资者结构发生着重大变化,估值博弈格局和定价权的重心有所改变。

今年行情对券商是严峻的挑战,更是发展的机遇。国内券商行业近二十年来发展,已积累了升级转型的源动力,2006-2007年度牛市的积累也为升级转型提供了充裕能量。无论市场如何调整,就证券公司战略发展而言,深化对经纪业务的理解,主动突破粗放型思维,积极面对营销环境变化,打造差异化的核心竞争力仍是发展的主线。

在市场进入结构性调整的当期,证券经纪市场份额将更趋于集中。而大型券商上市进程提速,募集资金带来的资本实力对经纪业务发展支持增强。

记者:*国泰君安如何在今年寻得经纪业务的突破?*

何伟:券商经纪业务的突破需要抓住战术性机会。国泰君安证券近年来的实践表明,投资者对证券理财服务的需求正在细分化,呈现分类分级的明显特征。

近年来,国泰君安证券进行战术性的精准服务,针对基金理财客户推出"精品基金"策略,针对衍生品客户推出"竞速服务"策略,针对网上交易客户推出"智博汇"专属品牌。不仅满足客户需求,还对经纪业务基金销售保有量、权证等衍生品交易、互联网交易比重增长、市场占有率提升均发挥了重要作用。

今年以来,在沪深日均交易量较2007年度下滑17%的形势下,国泰君安经纪业务仍保持有力增长。截至4月底,实现股票基金权证交易量18563亿元,市场份额6.179%,居全行业第一,市场份额增长速度超过10%,保持业内领先。

记者:*具体来说,国泰君安今年将如何发展经纪业务?*

何伟:国泰君安证券今年将坚定公司战略目标,坚持"立足经纪业务,发展全面业务,突出创新业务"的经营策略,谋求上市资本运作加速公司发展;加强国内、国际两个市场的联动,运用改革和创新两个引擎,推进公司经纪模式和盈利模式转型,进一步提高核心竞争能力。

公司将重点把握三大层面。第一,打造专业化零售服务体系,以中台为轴心提升经纪业务广营化服务的覆盖能力;第二,加强客户经理的营销团队建设,通过落实客户经理制,实现对目标客户的个性化深度服务;第三,结合创业板、期货介绍等新型业务,与经纪业务结合起来打造新型成长点,夯取竞争的主动权。

"四中台一卡一策划"核心理念在经过两年多的建设推进,已逐渐成形并发挥重要作用,今年将进一步推进发展,打造成公司经纪业务的核心竞争力之一。四中台中,营销服务支持平台通过数据分析,从不同角度筛选不同需求类型客户,并明确记录客户经理服务客户的行为,纳入绩效管理。金融资讯平台将研究所资源和分析师市场解读结合。互联网中台已经完成手机、软件和网站的战略布局,提升速度、安全,整合行情交易资讯形成高度关联的智能化在线工具,成为交易客户在线服务的统一入口。客户服务中心的95521,成为快速回复客户咨询、了解客户需求的枢纽。其中短信服务对客户分类分级需求的针对性逐步增强,服务的实效反馈不断体现。另外,"一卡"是国泰君安的银证联名卡。"一策划"是通过细分客户需求,将相关资源策划整合为灵活的战术性策略。

2008年,国泰君安证券经纪业务坚定专业化道路,建设提升"四中台一卡一策划"核心理念,并时刻关注中国证券市场的创新变化,充分利用资源、人才、研发的优势,通过合作开发、自主研发等多种途径,完善创新机制,营造创新文化,将创新业务与传统经纪业务有机结合起来,共同发展进步。

国泰君安经纪业务简介

领所客户服务需求,坚定专业化营销道路,与客户和中国证券市场共同成长,是国泰君安证券经纪业务不懈努力的目标,更是国泰君安证券适向现代金融企业核心竞争力的关键步伐。2007年,国泰君安证券实现股票基金权证交易量6.59万亿元,市场份额超过6%,经纪业务利润近70亿元。

完善战略布局 提升服务品质

——访广发证券总裁助理赵桂萍

⊙本报记者 潘圣韬 霍宇力

一向处事低调的广发证券,被上证报评选为2007年最佳经纪商之一。这支曾经被行业称之为"博士军团"的广发证券,为何其经纪业务在短短数年间取得了成倍的增长?广发证券的经纪业务未来将走向何方?带着这些问题,记者走访了广发证券总裁助理、分管经纪业务的负责人赵桂萍女士。

战略布局完成

广发证券经纪业务的历史或者说广发证券的历史就是一个收购、兼并、扩张的历史。从1995年到2007年的十几年间,广发证券都在不断进行战略扩张,尤其在2004年开始的券商综合治理阶段,广发证券体现出国内大券商应有的历史责任感,积极参与风险券商处置工作,先后托管收购了武汉证券、第一证券、司北证券和长财证券四个证券公司的营业部,公司证券营业部在2007年底达到145家。

目前公司营业网点主要分布在珠三角、长三角、渤海湾等沿海发达地区以及内地省会城市,呈现网络密布、规模效益突出的特征。2007年各网点总体呈现沿海地区贡献利润,中西部地区战略布局+利润贡献的特点。在完成大规模收购扩张后,公司将秉承一贯坚持的规范经营的理念,巩固现有网点,提高单产,大力拓展营销渠道,提升服务品牌,同时,也将在未来政策进一步放开的情况下,发挥一贯坚持的以网络布局取胜的优势,积极开设网点,为客户提供"一站式"金融服务。

行情爆发带来挑战

在经历了持续数年的熊市后,2006年开始的爆发式行情突然来临时,人才储备不足、场地不足等问题成为广发证券经纪业务面对的最大挑战。

"稳健经营、规范管理"始终是广发证券秉承的经营原则,2004年至2006年上半年股市处于相对低潮,公司一方面开展压缩场地、调整人员工作,另一方面在加快网点扩张、内部资源整合工作。公司内部运作在前两年的整合中达到了一定的规范化,并形成了相对的成本优势。然而行情的突然爆发使得人手紧张、场地跟不上的问题随之暴露出来,成为公司去年面对的最大问题。

牛市行情的突然启动,伴随第三方存管全面上线,加上账户清理等诸多证券市场遗留问题的集中爆发,使得证券公司经历最繁忙的一年,我们各营业部去年为此工作量大增,员工超负荷工作,在投资者剧增情况下,如何保证公司多年来一直强调的专业化、高质量的服务成为最大的挑战。不过随着2008年股市进入震荡期及账户规范清理工作进入尾声,券商得以暂时喘息,广发将借此机会,认真完善客服流程,深化服务内容,全面提升服务质量。

全面提高服务质量

在第三方存管模式下,券商经纪业务将面临全面整合。抓住机遇着力打造高素质的服务和营销团队成为广发证券2008年经纪业务的重心。

强化服务和不断创新是广发证券经纪业务不断壮大的强力助推剂,一直以来广发致力于客户细分和服务专业化,在内容形先上线CRM(客户关系管理系统)。从"e对盘"服务到后来不断创新推出的"薪加薪"、"金管家"服务,都给投资者带来了很好的收益和回报。未来,公司面向核心客户的VIP和CM(客户经理)服务将重点得到强化。贯穿的主线将是投资者教育问题。服务的重点将是客户的细分,服务的产品化。十七大提出的"创造条件让更多群众拥有财产性收入"已成为了公司经纪业务研究的重点课题,如何更进一步了解客户,更好地为客户提供服务,将是下一阶段经纪业务的主要任务。2008年广发证券将发挥专业、专为您的服务优势,以重点建设VIP客户服务体系和打造高素质的客户经理团队为核心,大力提升经纪业务服务水平,与广大投资者共享中国经济飞速发展的成果。

广发证券经纪业务简介

广发证券的第一家营业部在17年前成立于广州市环市中路,当时只是广发银行下属一个证券部。经过17年的发展,通过不断的市场化改革兼并,广发证券经纪业务近几年取得了飞速发展,截至2007年底,经纪业务客户数量达到近300万户,托管客户资产超过4000亿元。公司证券营业部达到145家及证券服务部40家,已收购南侍朝牌的有4家营业部;另外还有子公司广发华福拥有20家证券营业部和14家证券服务部。

运用创新手段推动经纪业务发展

——访银河证券副总裁霍肖宇

⊙本报记者 商文

2007是中国银河证券股份有限公司(以下称银河证券)的开局之年,银河证券是2006年12月由中央汇金公司出资在收购原中国银河证券有限责任公司的经纪业务和投资银行业务基础上组建,2007年经纪业务继续保持稳步发展的势头。

在本报日前举行的"首届中国最佳证券经纪商暨营业部评选"中,银河证券获得了"2007年年度最佳证券经纪商"奖项。为此,本报记者就公司在业务优势、未来发展构想等问题专访了银河证券副总裁霍肖宇。

记者:*银河证券在经纪业务方面具有哪些优势?*

霍肖宇:一般同行认为银河证券主要凭借营业网点优势,其实,在经纪业务创新与发展方面银河证券始终走在行业前列。公司是全国首家可以为投资者代理销售所有开放式基金的服务商,带头参与了ETP、创新型封闭式等基金产品的发行服务与推广,基金销售总量连续3年位居行业排名第一;2007年,公司股指期货IB业务筹备工作也走在了市场的前列,成为行业首家获得IB业务资格的券商。

目前,银河证券能够为客户提供包括股票、债券、基金、权证、IB业务、代办股份和科技园区转让市场等所有国内证券经纪业务服务。

记者:*在2007年取得优异成绩的基础上,2008年,银河证券在经纪业务方面有哪些发展构想?*

霍肖宇:学海无涯,其实服务和创新也是无止境的,不断强化服务意识,不断提高我们的服务质量是2008年经纪业务的重中之重,我们有一种责任感就是以感恩的心态对待这些每天为我们创造着交易量和收入的客户,以加倍的努力来呵护这些组成资本市场最重要参与者,银河目前拥有400万客户,这是18年跟随证券市场发展的宝贵财富,是我们的上帝,也是市场的根本,是市场的基石。

记者:*银河证券将经纪业务部门分析为案值客户部和机构客户部,背后有着怎样的考虑?*

霍肖宇:银河证券设立零售客户部和机构客户部是适应客户和服务细分的市场需要。无论国内外,券商经纪业务的构成中,以一般性客户为核心的零售业务都占据绝大多数的份额,以美林证券为例,约有三分之二的收入来自其零售业务(业务对象为个人投资者和小型企业)。因此,如何提升对零售客户的服务,推出适合零售客户的产品,是公司重点考虑的工作方向,特别是银河成立零售客户部,表明了银河证券不仅为机构客户提供优质高效的服务,也表明了银河证券致力为一般性客户加强和提升服务水平的决心。

记者:*在营业网点的管理上,银河证券有哪些设想?*

霍肖宇:根据中国证监会对网点规范的办法,我们至少做好三个层面的工作:一是对现有网点的合理优化布局,二是做到在规定的两年时间内对服务部进行规范升级,三是争取新设网点,争取更多地、更好地为广大的客户或潜在的投资者提供身边的服务,我很赞赏工商银行提出的"工行——您身边的银行",我们证券公司也要为客户提供这样贴近客户、贴近投资者的服务,有浓浓的亲情在其中,在这一点,银河也责无旁贷。

记者:*创新和发展仍然是资本市场发展的重要内容。针对经纪业务,银河有着怎样的考虑?*

霍肖宇:创新的动力来源于客户,如何培育客户需求、创造客户需求、满足客户需求是我们一直努力寻找和思考的问题,也决定着我们创新的方向,不仅仅体现在产品上,也体现在理念、机制、经营模式、管理方式、服务手段、业务流程等方方面面,"更高、更快、更强"是奥运会口号,也将是我们对永无止境的创新所努力的目标。

我相信:有着实力强大的股东、有开明的董事会,有着行业内最年轻的经营班子、有着强烈责任感和使命感的人才队伍,银河证券将不负众望,担当起应有的责任,以最佳经纪商的标准为广大的投资者提供越来越好、越来越满意的服务,在努力为客户资本保值、增值做出努力的同时实现公司的发展壮大,为中国证券市场的发展做出应有的贡献。

银河证券经纪业务简介

2007中国银河证券股份有限公司总交易量、股票基金交易量、股票基金权证交易量分别为7.15万亿、5.91万亿和6.9万亿元,市占率分别为6.30%、6.30%和6.31%。截止到2007年年底,全公司共有客户400多万户,总资产规模超过5千亿,比上年末增长2.5倍,其中托管流通市值比上年增长了2.9倍,超过了同期总流通市值2.7倍的增幅,超过同期大盘的涨幅。

多管齐下提升经纪业务服务质量

——访招商证券副总裁熊剑涛

⊙本报记者 潘圣韬

2007年,证券市场整体环境继续向好,在这一大背景下,招商证券经纪团队全年实现营业收入54.6亿元,实现税前利润41.7亿元,其中,收入过亿元的营业部达17家。近日招商证券副总裁、证券经纪业务负责人熊剑涛先生接受了记者专访,并就招商证券经纪业务特点、2007年经纪业务取得的成绩、2008年经纪业务现状等问题向记者作了详细的介绍。

17家营业部收入过亿

招商证券经纪团队始终坚持以客户为中心,从客户需求出发,通过多层次的客户服务渠道、服务手段、丰富的交易通道和理财产品,满足客户的多层次需求。

招商证券经纪业务密切跟踪同业最新发展动态和市场需求,对公司经纪业务的新业务、新产品、新服务进行整体统筹规划,优化业务流程,提升服务品质,促进经纪业务的产品和服务不断创新。

通过收购原北京证券和原巨田证券37家证券营业部并调整和优化营业网点的配置,招商证券在2007年顺利完成了在我国经济最发达的珠三角、环渤海、长三角三大区域的营业网点集中战略布局。

2007年,招商证券经纪团队以优质服务和持续创新为基石,盈利能力不断提升,全年实现营业收入54.6亿元,实现税前利润41.7亿元,其中,收入过亿元的营业部达17家。

分级服务

今年以来,招商证券经纪业务继续稳步前行。招商人不满足于以往取得的成绩,不断开拓创新、提升服务质量是他们孜孜不倦的追求。公司今年以来重点开展的工作主要包括:以公司信息中心为依托,大力发展以网上交易、电话委托、手机炒股为主的非现场交易;开拓营销渠道,扩大营销队伍,与多家银行等单位建立合作关系;服务产品化,继续推出和升级标准化服务产品;服务个性化,根据客户投资意愿与总部相关部门合作为其设计个性化理财产品;安排专人负责研究新业务品种及新交易手段的市场机会,积极探索ETP、期货等套利模式,推动套利业务的发展。

招商证券对客户实行的是分级服务,从客户需求出发,通过多层次的客户服务渠道、服务手段、丰富的交易通道和理财产品,满足客户的多层次需求。同时密切跟踪同业最新发展动态和市场需求,对公司经纪业务的新业务、新产品、新服务进行整体统筹规划,优化业务流程,提升服务品质,促进经纪业务的产品和服务不断创新。

2007年,招商证券经纪团队以优质服务和持续创新为基石,盈利能力不断提升。招商证券全年实现营业收入54.6亿元,实现税前利润41.7亿元,其中,收入过亿元的营业部达17家。

重大进步。随着相关配套细则的陆续出台,我们相信证券经纪人将会推动证券公司经纪业务以及证券市场的大发展。

但是,由于证券经纪人是一个新兴职业,跟国内已经有了一定发展历程的保险和房产经纪人差距还很大。在其市场进入震荡调整后,对证券经纪人的咨询服务要求进一步提高,招商证券也在积极对其进行相关培训。重点在两个方面:一是如何进行市场营销、客户资源开发和管理工作;二是如何利用研究部门提供的咨询平台,结合自己客户的需求和偏好,为客户提供一对一的顾问式咨询服务。

证券经纪业务的国际化、规范化和市场化正加速推进,经纪业务的竞争战略、管理模式和服务模式也呈现出新的发展趋势。作为券商最主要的收入来源之一,经纪业务已成为券商业务转型和管理创新的重要战场。金融创新、服务产品化正加速成为券商经纪业务竞争的重要武器。

招商证券经纪业务简介

招商证券继2006年9月顺利收购原北京证券21家证券营业部后,于2007年6月又成功收购原巨田证券16家证券营业部,顺利完成了在我国经济最发达的珠三角、环渤海、长三角三大区域的营业网点集中战略布局。

招商证券经纪团队始终坚持以客户为中心,从客户需求出发,通过多层次的客户服务渠道、服务手段、丰富的交易通道和理财产品,满足客户的多层次需求。同时密切跟踪同业最新发展动态和市场需求,对公司经纪业务的新业务、新产品、新服务进行整体统筹规划,优化业务流程,提升服务品质,促进经纪业务的产品和服务不断创新。

经纪业务中的"国信现象"

——访国信证券副总裁陈革

⊙本报记者 屈红燕

国信证券高速增长的经纪业务引起业内关注,几乎每一家国信证券的营业部都是当地的"冠军营业部"。国信经纪业务的高速增长引起同行的极大兴趣和不同解读,人们称之为"国信现象"。

证券经纪业务中的"国信现象"是如何形成的?国信证券日前荣获本报评出的"最佳经纪商",记者就此对国信证券副总裁陈革进行了采访,感受最深的除了专业和诚信,还有该公司经纪业务管理中创新的勇气和智慧,这种创新极大解放了思想,激发了员工的工作热忱。

在陈革看来,国信证券对于客户的吸引力首先来自于诚信。在经纪业务上国信更是完善了公司层面的独立于事业部之外的风险监控体系。在客户资金上,国信实现了客户资金独立存管;在内部控制上,实现营业部财务经理、电脑经理总部直接委派、垂直管理;在风险控制上,实行了覆盖全部营业网点的大集中交易;在集中监控上,建立了集中监控系统,由公司风险监管总部对经纪业务的日常经营进行实时监控,并将该集中监控系统的数据接口向证监机关开放;在网点经营上,本着规范经营的原则提高规范化经营水平。

"只有专业的服务才能不断超越客户日益提升的满意期望。"国信证券经纪业务对客户的吸引还来自于其专业经营的能力。国信充分借助现代发达信息技术,建立灵活通达的服务渠道:提供国信证券鑫网新一代网上交易电子商务和客户服务综合平台;推出了"金色阳光"证券账户,根据客户需求的不同进行市场细分,为不同类别客户提供金通道、金智慧和金锦囊三类子产品选择,配送渠道包括了网站、手机、短信、邮件版,内容涵盖大盘、个股、投资组合、研究报告等多个方面的元素,依托国内一流的证券研究机构,为客户提供宏观、各类行业、上市公司、基金、固定收益品种的深度研究报告,帮助客户把握即时及潜在的投资机会。

事实上,多家券商也在诚信和专业上做文章,但国信证券经纪业务管理中的自我革命和创新勇气却是许多同行无法媲美的,这也让国信证券经纪业务在经营中"既有大企业的规模,又有小企业的快速反应"。国信经纪业务的SBU管理模式,克服了国有企业在激励分配上的大锅饭、论资排辈等陋习,实行营业部总经理"准企业家"制,市场化激励机制贯穿从营业部总经理到客户经理的全体员工,激发了各层级的创业热情,是国信经纪业务实现超高速发展的基础,也是重要核心竞争力。

展望未来,国信证券将跃向卓越。陈革表示,国信将坚持以"大经纪"的眼光经营经纪业务,抓住全流通、融资融券、股指期货带来的经纪业务市场规模扩大的机会;坚持以构建专业化营销团队为核心,以树立和推广金色阳光服务品牌为手段,进一步提升经纪业务整体营销服务能力;坚持通过推进渠道建设、建立服务标准和开发服务产品等方式进行服务创新;坚持加强总部在业务运行、市场营销、客户服务三个方面对营业部的指导、支持和服务,优化经纪业务管理模式。

国信证券经纪业务简介

国信证券经纪业务自2002年起开始高速腾飞。2002年,国信证券股票基金权证交易量的市场排名一路攀升至目前的第四名。经纪业务的利润总额也从2002年的1288万元攀升至04年的50.4亿元,创造了经纪业务领域的上升奇迹。其中,交易量排名前三的券商均拥有100多家营业网点,而国信证券目前只拥有41家营业部,单个营业部的平均交易额和手续费利润力已连续12年在证券业协会的排名就计中数一数二,好几个营业网点的利润甚至超过亿元,相当于一个中小型券商的盈利水平。

2007年度十佳证券营业部

国信证券上海北京路营业部

巨潮证券上海江苏路营业部

广发证券广州农林下路营业部

国泰君安北京朝阳路营业部

申银万国上海人民路营业部

联合证券深圳福田区益田三路营业部

中金公司上海浦东中路营业部

招商证券深圳益田路免税商务大厦营业部

国信证券深圳彩然分路营业部

方正证券福州平安路营业部