

借基金风口发力转型 券商破局买方投顾业务

中国基金报记者 张莉

今年以来,市场行情火爆,公募基金赚钱效应日益明显,基金销售规模大增也让不少券商受益。借助基金热卖风口,不少机构更是升级产品端闭环管理,将传统纯代销业务向财富管理业务转化,逐步实现业务模式升级。

在基金热卖的市场环境下,券商入局基金投顾业务积极性更高。多位受访券商负责人表示,正在抓紧申报基金投顾试点,并在业务机制、流程平台及投研等多方面进行布局和规划。未来基金投顾业务深化,将有望重塑券业服务模式、打破传统经纪路径依赖,有效推进财富管理转型。

“销售+投顾”服务配置 基金销售发挥券商优势

伴随基金销售火热,券商正在从公募基金产品为主线,切入财富管理转型,除了产品销售的方式多元化、理念升级之外,机构产品销售业务也迎来全面转型。

在基金销售业务领域,券商借助基金销售风口升级业务模式,推进财富管理转型。据国信证券机构事业部相关负责人介绍,基金销售业务方面,国信证券通过内部各大业务部门协调资源进行统一推进,从而实现全价值链财富管理。我们整合了经济研究所分析师和投资顾问团队,提供宏观策略、行业公司等研究资讯服务,同时协调公司资管、固收、自营等部门专家参与评审,精选优质产品推荐给合适的投资者。”

据安信证券网络金融部和财富管理部总经理魏峰介绍,在基金销售业务上,公司从产品端进行闭环式质量管理,从管理人准入、产品评审、上架销售到持续跟踪评估,由总部对产品实施全生命周期把控。

实际上,和传统单凭业绩销售产品扩大规模的方式不一样,如今券商金融产品销售更加注重长期投资顾问的角色。据魏峰介绍,在销售过程中强调“有逻辑的推介”和“顾问式销售”,要求一线财富顾问基于客户的投资习惯、理财目标等给出多个维度的评分及建议,致力于帮助客户构建并优化资产配置组合。

在业内人士看来,相比于第三方平台,券商具备明显优势。招商证券财富管理部总经理助理蒋明哲说,券商相比银行和第三方机构,对证券市场更加熟悉,理解更为深刻,公司以客户利益为中心,不断提升专业研究能力,为产品筛选、配置、定制保驾护航,也推动了基金的销售。

上述国信证券机构事业部相关负责人认为,一方面,券商专业投顾团队为客户提供个性化的配置建议和服务,成熟的产品研究和评审机制保障引入产品的质量;另一方面,券商还可以提供基于股票、衍生品等多类资产的全方位顾问和交易服务,同时在LOF、ETF等场内业务方面也具有优势。

国内投资者群体庞大,但还不成熟,既需要适时引导,也需要专业陪伴。相对于第三方机构,券商深耕市场三十多年,基于平台资源和投行、研究、资产管理等业务优势,对于基金产品的底层投资领域和标的研究更为专业。”魏峰说。

券商积极入局基金投顾 回归财富管理本源

在业内人士看来,借助基金销售升级财富管理仅仅是第一步,未来券商切入基金投顾,更能帮助机构突破传统商业模式的桎梏,推动券商业务向专业型机构转型。

据记者了解,目前各家券商已经积极筹备基金投顾试点启动初期的相关工作,并为后续基金投顾业务开展进行全方位部署。

据国信证券经纪业务相关负责人介绍,自证监会下发基金投顾业务试点的通知后,国信证券迅速组建工作小组设计业务方案,与多家系统供应商沟通系统改造细节,并根据第一批试点机构业务开展情况对方案细节进行多次修正。

他说:去年我们已经推出了建议型基金投顾业务,今年计划将该业务升级为目标理财服务,为客户提供基金的投资建议与跟投服务;同时公司

借助基金销售升级财富管理仅仅是第一步,未来券商切入基金投顾,更能帮助机构突破传统商业模式的桎梏,推动券商业务向专业型机构转型。



正在探讨与第一批获得试点资格的基金公司合作开展业务的可能性。”

安信证券在基金投顾试点启动的初期即已积极着手准备,并于年初向证监会提交了试点申报方案,在业务机制、流程、系统平台、内控管理等方面缜密规划、积极部署。

招商证券建立了基于买方视角的产品研究团队,基于全市场产品进行定量、定性的综合分析评价,统筹建立智选理财优选池,从而便于优选产品、重点营销。

在多家机构眼中,基金投顾业务试点正在为券业提供了新的业务发展思维,也将成为券商财富管理转型的重要切入口。

蒋明哲说,过去证券公司无法切入客户账户体系,仅通过金融产品代销和差异化佣金模式开展财富管理业务,基金投顾业务收入将成为证券公司财富管理业务收入的重要增量。通过基金投顾业务,可以实现基于账户管理、客户视角的全方位服务,回归财富管理行业的本源,实现客户与金融机构双赢的目标。”

魏峰表示,基金投顾试点将推动券商从过往提供投资建议转变为实施账户管理,实现了从“劝口”到“动手”的转变,让券商财富管理具备了实践意义;同时基于账户管理的收费模式,也让券商能够真正与客户“肩并肩”,从客户角度履行投资顾问和“基金买手”的职责,实现了责任与利益的对等。

据上述国信证券经纪业务负责人分析,基金投顾业务的亮点不是通过

投资策略从基金选择和时机选择上获得超额收益,而是通过专业的投后服务来帮助投资者抵御市场的短期波动,改变个人投资者大类资产配置中权益类基金产品长期偏低现状。同时,基金投顾业务改变了传统代销模式以销售量为考核导向,按照客户保有资产为基础计算投顾服务费用,以客户资产最大化为目标,从根本上解决了券商与客户利益的冲突问题。

商业模式的改变,也必将打破过往熟悉的路径依赖,需要重塑服务模式,提升专业能力,强化科技赋能,同时考验公司的风险管理实力,相信这一系列的变化将极大推进券商财富管理业务向“内涵式发展”转型。”魏峰说。

投顾思维尚待转型升级 全方位培养专家型顾问

无论是业务模式向财富管理转型,还是深耕基金投顾业务,投顾人才的转型和专业型投顾的培养成为各家券商共同面临的课题。

魏峰认为,围绕人才转型路径,一方面需要专业培训,从财富管理理念到资产配置理论、从产品研究到客户有效沟通等各方面能力都需要培养和提高;另一方面,公司也要改变传统的销售考核导向,从收入、销售考核,逐步过渡到产品保有、客户收益的考核。

在销售型投顾向财富管理顾问转型的过程中,专业的深度需要时间去积累,没有捷径。随着投资者对财富管理从认知到认可,一线投顾倒逼

着自己的专业水平,以满足投资者对财富投顾服务不断增加的需求。”国信证券经纪业务相关负责人表示。

据悉,国信证券组织了“雏鹰计划”、“磐石计划”等一系列资产配置培训活动,加大对员工资产配置能力的培养,帮助一线投顾快速成长。

据蒋明哲介绍,招商证券充分利用内外部研究资源,加强对投顾专业培训,并积极开展投教活动,引导正确的资产配置价值观,减少客户非理性投资。今年招商证券积极开发并利用财富+、投资建议书等工具,增加与客户互动的工具,提升客户体验,也提高公司整体资产配置能力。

不过,适应新业务需求的专业人才培养并不容易。在魏峰看来,“投”与“顾”双方都要建立长期投资的理念,形成“基金赚钱,客户也赚钱”的多赢效应。难点当然一方面是投资者理念的同步转变,另一方面是公司短期经营目标和长期发展基石之间谋求平衡。

投资者对于财富管理的信心需要逐步建立,短期来看代销产品仍是一线投顾的主要创收方式,销售型投顾向财富管理型顾问的转型,也需要考虑券商收入结构的实际情况,有一个并存和过渡的阶段。”上述国信证券经纪业务相关负责人说。

蒋明哲表示,证券公司在顾问服务这块有比较优势,包括金融产品研究、账户售后服务、投顾人员专业性、客户质量等方面;对客户而言,可通过专业机构的配置,解决长期股市赚钱但民不赚钱的问题。

多家券商基金销售井喷 财富管理转型深化

中国基金报记者 李迪

公募基金热卖的同时,券商基金销售也迎来井喷。除市场因素外,财富管理转型的深化也是券商基金销售业务稳步发展的重要原因。

财富管理转型的过程中,券商不仅多方式强化自身专业优势,还对服务客户的具体方式推陈出新,多家机构借力小程序、线上课堂来凝聚客户。

券商基金销售井喷

公募基金今年持续热卖,千亿爆款基金频现,券商基金销售业绩也出现大幅增长。

招商证券财富管理部总经理助理蒋明哲表示,从公募基金销售数据来看,今年知名基金的新发基金销量和我司公募优选基金持续营销的销量各占一半,单月销量已创2020年新高;6月至7月私募基金销售也不错,我们聚焦与优秀私募管理人合作,策略方面,传统股票多头与指数增强型产品今年较易得到客户认同。”

国信证券机构事业部相关负责人介绍,公司今年基金销售数量和金额均有较大幅度增长,特别是明星基金经理管理的“爆款”产品,以及主要投资于科技、消费、医药等市场热门板块的权益类基金受到投资者追捧。

据了解,今年上半年,安信证券销售的非货基类公募基金规模是去年同

期销售规模的3.4倍,7月份更是创造了单月逾百亿的规模新高。

安信证券财富管理部业务总监刘萍认为,全行业出现这样的销售业绩大幅增长,一方面得益于近年公募基金赚钱效应凸显,并且上半年A股市场行情持续走高,投资者参与热情高涨,“日光基”频现;另一方面,也是券商近年财富管理转型力度加大,愈加重视通过基金产品为客户进行资产配置。此外,受资管新规及银行理财净值化影响,居民理财资产也在“搬家”。

上述国信证券机构事业部相关负责人也提到,券商财富管理转型背景下,对基金销售业务的重视程度显著提高,许多券商把产品配置业务作为财富管理转型的重要抓手,这也是券商基金销售井喷的原因之一。

此外,理财产品净值化转型的趋势也为券商基金销售业绩稳步提升做出了一定贡献。上述国信证券机构事业部相关负责人表示,资管新规落地实施以来,刚性兑付逐渐被打破,理财产品向净值化转型,提升了基金配置需求。同时,传统媒体、自媒体、直播等多种营销宣传形式直接触达投资者,也是基金销售井喷的原因之一。

创新线上服务模式

各家券商在服务客户的具体形

式上推出了许多创新玩法,多家券商巧用小程序、线上课堂等方式维系客户,使客户足不出户便能享受到服务。

蒋明哲介绍,今年推出了“招商证券财富+”微信小程序,建立客户与公司的新营销模式社交生态圈,利用微信小程序触达客户,提升服务效率,提升服务广度与深度,从而达到客户营销、咨询服务、数字化管理、合规管控等多重目标。针对青年一代喜欢尝鲜与接受互联网环境的特点,结合投资者教育,我们持续优化“智选一户通”理财页面的运营,也鼓励用定投的方式进行理财。”

国信证券机构事业部相关负责人表示,疫情期间国信证券密集组织线上“基金大咖秀”、“私募大讲堂”等投资者教育和客户活动,最高单场活动受众超过2万人次。此外,国信证券还不断优化国信投顾品牌“鑫投顾”平台,加强投顾团队建设和人才培养,提高提供专业配置建议的服务能力和客户体验。国信证券还加大金融科技投入,持续推进金太阳APP客户端、鑫助手营销服务平台优化,利用大数据分析系统进行分析,为精准服务提供技术支持。

刘萍对记者表示,安信证券抓住市场行情推出多种形式的线上线下活动,打造了“6·18”、“8·18”、“双十一”等活动品牌,并结合星座大战、春节节上签等趣味化、互动性的形式,提升客户参与度。

券业掀起重资本之战 年内超15家券商增资“补血”

中国基金报记者 张莉

今年以来,券业迎来多项重磅利好政策,为了扩大业务规模,增加资本金成为诸多券商的选择。日前,安信证券获大股东增资80亿的消息引行业热议,凭借资本金扩充,安信证券有望快速跻身第一梯队。

据不完全统计,年内超15家券商通过定增、可转债等方式筹划或完成增资,券业重资本竞争日益激烈。在业内人士看来,资本扩充后,券商有望抢占更多业务机会,资本金竞争也成为决定证券公司排序的关键因素。

多家券商密集增资

日前,安信证券获大股东增资80亿元的消息,受到行业高度关注。据悉,安信证券大股东国投资本将对全资子公司安信证券增资79.44亿元,其中,30亿元计入安信证券注册资本,49.44亿元计入安信证券资本公积,增资后安信证券的注册资本将升至100亿元。

凭借此次增资,安信证券也将有望跻身券业“百亿俱乐部”。资料显示,此前国内注册资本超过100亿的券商有5家,分别是申万宏源证券、平安证券、中信证券、海通证券和银河证券。这也意味着,增资后,仅在资本实力上,安信证券将有望超过华泰证券、国泰君安等龙头券商。

除了安信证券之外,今年多家券商密集增资。例如,8月6日,海通证券公告称完成了200亿元的定增,这也刷新了券商近年定增融资纪录。7月27日,招商证券公告完成了A股配股及获配股票上市,募得资金127亿元。同月,西南证券、第一创业先后公告完成了定向增发。此前,五矿证券、开源证券、英大证券均获得各自控股股东增资。

值得注意的是,本轮增资大潮背后,同行竞买定增份额的情况屡屡发生,反映出市场各方对券商发展以及行业前景的乐观预期。例如,海通证券的定增中,国际投行瑞银和摩根也加入认购中资头部券商股份。此前,第一创业和中原证券的定增名单中,中金和国君等头部内资券商纷纷成功获配。

重资本竞争趋势凸显

在券业普遍扩充资本金背后,行业竞争愈演愈烈,资本金的规模成为未来证券公司赢得市场竞争的关键因素。

从增资布局方向看,各家机构除了补充运营资金之外,都将募集的资金用于各自优势的业务或战略新领域之上。

以海通证券为例,其增资中约达100亿规模用于扩大FICC投资规模,15亿左右用于IT系统建设,20亿左右用于投行业务资本金;安信证券80亿增资将主要投向信用交易、证券投资、IT系统等领域。

在业内人士看来,券商资本金扩充,不仅有利于补充证券公司运营资金、优化业务结构,也将有利于扩大优势业务的规模,提升市场竞争能力和抗风险能力。

华南某券商机构人士指出,当前资本市场制度改革,无论是注册制下的投行跟投业务需要,还是信用交易、券商直投等业务,均需要重资本的注入,资本金实力将成为决定券商竞争力的关键因素。行业竞争越来越取决于资本投入能力的高低,重资本模式运作的趋势日益明显,缺乏资本优势的机构可能被逐步淘汰或被并购。”

一家头部券商机构非银分析师表示,对于券业而言,如果净资产能够进一步扩展,其后续包括投行、资管、子公司等都可以进行多元化的布局,最后的业务规模也会得到进一步提升。随着创业板、科创板注册制以及并购定增等资本市场开放举措的推进,外资机构持续进场,“航母级券商”是可以预见的。券商将越来越有动力进行增资扩股、债券融资等,未来券业资本金的竞争会更加激烈。