

金融深一度

架构优化升级,开启科技金融新篇章

十年“网事” 券商求变

本报记者 周尚仔  
见习记者 于宏

从2014年首批券商获准开展互联网证券业务试点至今,券商经纪业务深度“触网”已走过十年。十年来,券商互联网证券业务逐步成为证券行业高质量发展的重要支撑,不仅重塑了券商的服务模式,对整个行业生态也产生了深刻影响。

2023年10月份,中央金融工作会议首提金融“五篇大文章”。一年多以来,科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融成为金融机构工作的主线内容,引领着包括券商在内的金融机构深化金融科技布局,提升创新能力。随着金融科技与券商业务的深度融合,券商网络金融部(以下简称“网金部”)也迎来了调整与优化的契机。叠加财富管理转型的加速推进,网金部成为券商业务结构调整的重点,也是券商未来谋求变革、书写数字金融新篇章的生动实践。

弹指已是十年  
网金业务价值几何?

在深度“触网”之前,券商经纪业务服务模式依赖电话和电脑进行,且交易佣金费率高达“千三”(注:按成交金额的千分之三收取交易佣金)。如今,投资者通过手机App随时随地掌握市场动态和交易行情,并享受“万二”低费率佣金。

转变来自2014年——在相关政策的推动下,互联网证券业务迎来发展“元年”。

2014年2月份,国金证券携手互联网龙头企业,创新性地推出了证券行业首个互联网证券服务标杆产品——佣金宝,拉开了手机便捷开户的序幕,传统券商高佣金的经纪业务运营模式逐步被改变。同年4月份,6家券商获批进行互联网证券业务试点。紧接着,同年5月份,证监会发布的《关于进一步推进证券经营机构创新发展的意见》,“支持证券经营机构进一步深化和提升经纪、自营、资产管理、承销与保荐等传统业务,积极利用网络信息技术创新产品、业务和交易方式,探索新型互联网证券业务。”

随后的十年间,券商互联网证券业务蓬勃发展,历经数次迭代,互联网思维改变了券商传统的服务模式和行业生态。

然而,随着券商互联网证券业务发展逐步深入,一些问题也开始

显现。技术的可复制性导致了同质化竞争的日渐加剧,客户的个性化需求持续涌现,广谱化的服务难以有效满足市场需求。再叠加券商财富管理转型的加速推进,曾经在金融科技方面“打头阵”的网金部,逐渐成为转型重点目标。

2024年,不少券商对互联网金融业务相关部门进行组织架构调整,以适应行业的变化和公司的战略发展。其中,西部证券为进一步提升组织运营效率和管理效能,拟调整财富管理板块各部门职责,优化网络金融部等部门架构;国元证券对财富条线组织架构进行调整,将网络金融部更名为数字金融部,并入财富管理业务总部;东兴证券则对财富条线进行大幅调整,新增多个一级部门,以强化财富管理和服务能力。

调整背后,是券商在当前市场环境对网金部价值的重新审视。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉对《证券日报》记者表示:“券商的互联网金融部具有一定营销属性,大体上属于成本部门,而非利润部门,对公司利润的贡献程度无法像其他业务条线的净收入那样直接衡量,所以在降本增效背景下,有部分券商对网金部进行裁撤或合并,网金部在当前的市场环境发挥的作用和价值是否有所下降,作为一个成本部门如何体现出自身的价值,成为当前业内的焦点问题。”

重构“新基建”部门  
挖掘线上流量

尽管面临架构调整,但不可否认的是,在线上引流、拓客方面,网金部的价值仍不可小觑。今年10月份开户数的大增,也让券商们再度评估网金部这一“新基建”部门的重要性。

今年9月下旬以来,市场走出一波显著的上涨行情,随之而来的是大批新投资者进入市场,带来了“开户热”。其中,大量在互联网环境中成长起来的Z世代(通常指1995年至2009年出生的这一代人)投资者进入股市,线上开户成为主流,券商的网金部在引流和服务开户方面发挥着重要的作用。上交所数据显示,9月份,A股新开户数为182.74万户,环比增长82.83%;10月份A股新开户数为684.68万户,环比增长274.67%。9月份至11月份三个月,A股新开户数合计为1137.26万户,占今年前11个月总计新开户数的49.43%。

为把握市场行情机遇,多家



券商推出“7×24”全线上开户服务,满足大量投资者的开户需求,线上渠道在获客中的作用凸显,“把握互联网获客机遇”成为多家券商的战略共识。“公司以客户画像系统为基础,基于客户持仓提供千人千面的投资建议,并通过数字化、智能化工具直达客户。”国金证券相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,将加速人工智能、量化交易等技术在财富管理领域的应用,进一步完善智能顾问体系产品矩阵,将智能财富管理打造成国金财富管理的核心优势。

中信建投经纪业务抓住财富管理转型和互联网获客的机遇,将业务发展重点聚焦在优质线上渠道获客、高净值客户综合服务、互联网集中客户运营和服务等核心赛道。西南证券经纪业务积极推进做大规模,针对新生代投资者大量入市等市场发展情况,积极做好数字化转型,不断强化线上渠道的服务品质,做大品牌影响力。

易观千帆证券咨询专家田杰在接受《证券日报》记者采访时表示:“在券商业务逐渐智能化、线上化的今天,网金部仍具有很大价值,主要体现在三方面:一是网金部主要负责线上业务引流和营销,过去3个月的券商开户数据证明了网金部越强,线上业务做得越好的券商业绩爆发力越强,在行情来临时能获得和服务更多客户;二是证券类App仍有很多有待升级和完善的地方,特别是在数字化和智能化高速发展的今天,不及时升级迭代

就会迅速落伍,造成用户体验下降,导致客户流失,较为了解用户需求的网金部在此方面可发挥作用;三是数字互联时代,丰富内容运营方式,强化智能运营成为券商的重要任务,网金部的服务范围还在不断拓宽,线上流量价值的挖掘潜力较大。”

从行业整体来看,当前,大部分基础客户依旧难以得到券商提供的个性化专业服务,日常多通过线上平台自助完成相应的业务和咨询,券商精准服务的效能仍有待进一步提升。

“虽然有些券商对网金部进行裁撤、合并,但目的是更好地进行线上展业,尤其是为较为核心的财富管理业务的加持。从上述三方面价值看,网金部的作用仍然在,并且仍有潜能,券商会灵活选择匹配自身架构的组织方式去开展相应工作。”田杰补充说。

金融科技赋能  
协同方为王道

随着证券行业的数字化转型逐步深入,利用大数据、人工智能等技术可有效提升服务质量和效率,为互联网证券业务探索创新服务模式赋能。

展望未来网金部的定位和职责,田杰表示:“未来,要把握行情机遇,做好证券线上客户服务,支持线上业务的稳定开展,网金部的核心职能作用不会变,侧重点或会从简单拓客过渡至存量用户体验提升等方面。在组织形式方面,机构根据自身经营理念和发展战略

进行适应性调整不可避免,如部分券商势必会加大网络金融或者数字金融的投入,强化与兄弟部门的协同;或将传统网金部统一至财富管理条线,强化线上线下的联动,这种情况本质上都是将自身资源优势发挥至最大,并不冲突,有望和谐共存。”

“券商的网金部有望通过拓展职责边界,与其他业务部门协同发力助力券商数字化转型等方式,焕发新的生机。”欧阳日辉表示,整体来看,券商网金部门应沿着“数字技术+数据要素”双轮驱动的大方向,进一步做好引流获客、用户留存及个性化服务等方面工作,为券商的发展赋能。例如,与外部互联网平台合作,占据更多流量入口;通过深入发掘自有数据、外部数据的价值,识别高质量、高净值的客户群体,并通过数据分析等技术方式,为客户提供更多的个性化增值服务,上述目标均要求网金部进一步拓展自身的职责和服务范畴,并做好与投研等其他部门的协同发力,提升对客户的服务质效和价值。

十年风雨兼程,网金业务也在重新审视自身的价值和定位,探索新的发展模式和发展路径。随着金融科技关键技术在证券行业应用的不断深化,券商数字化转型的“主战场”逐步由零售经纪业务扩展到机构业务、资产管理、自营投资、中后台等多个领域,行业数字化转型已进入全面加速阶段,广度和深度不断加大,这也成为券商运营模式、服务模式和商业模式革新的核心驱动力。

宜宾银行  
拟全球发售6.884亿股H股

本报记者 杨洁

12月30日,宜宾市商业银行股份有限公司(以下简称“宜宾银行”)在官网发布公告称,于2024年12月30日至2025年1月8日招股,拟全球发售6.884亿股H股股份,香港发售占10%,国际发售占90%,另有15%超额配股权。发售价将不超过每股发售股份2.72港元,且除非另行公布,预期不会低于每股发售股份2.59港元,每手1000股,预期H股将于2025年1月13日上午九时开始买卖。

这意味着,宜宾银行有望成为继成都银行、泸州银行之后,四川省第三家成功上市的城商行。根据国家金融监督管理总局四川监管局的数据,截至2023年12月31日,宜宾银行是以注册资本计宜宾市最大的城市商业银行(四川省第二大的城商行)。截至2024年上半年末,宜宾银行总资产规模达1001.93亿元,并由此迈入千亿级城商行行列。但其上市之路,并非一帆风顺。在历经2023年6月份、2024年3月份、2024年11月份三次递表后终于有望实现在港上市目标。

值得关注的是,倘若此次宜宾银行成功在港上市,将打破3年多无银行港股IPO的局面。截至目前,最新一家在港股上市的银行是东莞农村商业银行股份有限公司,该行于2021年9月29日登陆港股。此后,银行在港上市一直处于“空窗期”。

招股书显示,宜宾银行营业收入由2021年的16.208亿元增加15.2%至2022年的18.67亿元,并进一步增加16.2%至2023年的21.698亿元。在努力促进业务扩张的同时,宜宾银行继续致力于保持审慎的风险管理和内部控制,以保持资产质量稳定。截至2024年6月30日,该行的不良贷款率及拨备覆盖率为1.72%及254.97%。

对于此次赴港上市,宜宾银行在招股书中提到,拟将全球发售所得款项净额用于强化公司的资本基础,以支持公司业务的持续增长。全球发售所得款项净额可补充该行的核心一级资本,从而提升资本充足率指标。宜宾银行将审慎规划全球发售所得款项的投资并加强监管,以提高其使用效率,并将进一步优化资产组合,恰当配置于优质流动资产的投资。

低至一折起!  
多家银行代销养老基金费率大降

本报记者 彭妍

近期,越来越多的银行加入降费行列,包括农业银行、民生银行、青岛银行等在内地多家银行接连宣布开展代销基金费率优惠活动,对部分公募基金申购费率打一折、五折等。

12月27日,农业银行官网公告称,为支持多层次、多支柱养老保险体系建设,优化客户投资体验,拟对公司代销公募基金Y类份额予以申购及定投交易费率优惠。投资者在农业银行购买优惠产品名单内的公募基金Y类份额,申购及定投费率打一折。参与此次费率优惠的公募基金Y类份额,为纳入证监会个人养老金名录且农业银行代销的部分公募基金。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏对《证券日报》记者表示,银行对代销的公募基金Y类份额予以优惠,是为了更好服务个人养老金投资者,从而更好积累养老资产,在个人养老金发展中提高机构自身的市场占有率。

除农业银行外,近期已有多家银行接连推出相关费率优惠活动。12月26日,民生银行发布公告称,将于2025年1月1日至3月31日期间对部分证券投资基金交易费率进行优惠,参与优惠的产品涉及富国基金、易方达基金、汇添富基金、嘉实基金等旗下共计28款基金。活动期间通过该行柜台、网上银行、手机银行渠道申购上述基金产品,其前端申购费率可享五折优惠,而基金申购费率为固定金额的则不享受此费率优惠。

青岛银行也宣布自2024年12月20日至2025年3月31日,对代销的部分公募基金开展申购及定期定额投资申购手续费阶段性优惠活动,在此期间申购相关基金的个人投资者可享受申购手续费一折起优惠。

对于银行纷纷降低代销基金费率现象,中国银行研究院研究员杜阳对《证券日报》记者表示,从市场环境看,通过降低费率可以有效提升银行在基金销售端的市场竞争力。从银行自身发展来看,开展费率优惠可以吸引更多的投资者购买公募基金产品,通过以量补价,提升银行中间业务收入水平。从投资者角度看,降低代销费率一定程度上可以提升投资者购买公募基金产品的收益水平,优化投资者投资体验,也是银行让利金融消费者的重要方式。

有业内人士分析称,未来基金代销仅具备价格优势远远不够,银行需要不断增强产品和服务创新能力,丰富代销基金产品的种类,为客户提供更优的财富管理策略,提升客户体验感与黏性。

姜飞鹏表示,银行降低代销基金费率,在更好服务国家战略和个人养老金投资者的同时,也需要通过内部提质增效降低成本,并为客户提供综合化服务来稳定或者提高综合收益。

前海开源基金首席经济学家杨德龙在接受《证券日报》记者采访时表示,银行可通过调整销售基金的结构、类型提高销售规模,从而一定程度上对冲费率的下降。而且,银行在基金销售方面的优势是服务较好,可以直接接触到客户,相对于互联网平台来说是有优势的。

券商网金业务如何“穿越周期”?

周尚仔

在券商数字化转型拼图中,网金业务是不可或缺的一块。然而,随着财富管理深化转型与存量竞争的加剧,部分券商网金业务在经历十年的快速发展后增速放缓甚至遭遇瓶颈,陷入行业周期困境。券商网金业务如何转型以提升服务质效,体现其真正价值所在?这成为行业内外关注的焦点。

在笔者看来,券商网金业务所面临的挑战,不仅仅是新玩家的持

续涌入和全行业“万二”低佣金策略所带来的竞争,更深层次的问题在于,如何提升精准服务能力,将庞大的流量用户转化为客户,并精准对接投资者的个性化需求。

首先,提升精准服务能力,无疑是券商网金业务突破瓶颈的关键所在。精准服务的前提是深入了解客户需求,券商网金业务应充分利用大数据、人工智能等技术手段,提高服务效率和个性化水平。在此背景下,智能投顾的应用显得尤为重要,相较于传统的人工投顾,智能投顾凭借更高的

效率、更低的成本和更广泛的服务范围,成为券商提升精准服务能力、降低人力成本、提高运营效率的重要工具。在实践中,已有券商成功构建投顾大模型集群,利用AIGC大模型技术提升服务个性化水平和效率。

其次,提供更加专业化的服务,是券商网金业务“跳出”同质化竞争的必由之路。一方面,券商应强化各业务线之间的协同,凭借财富管理转型的成效以及自身专业的资管能力、投研实力,构建全方位、多层次服务体系,不断丰富产品线和服务内容。

例如,通过提供覆盖多领域的定制化投资产品、策略、专业投资课程以及一对一的投顾咨询服务等,券商可以构建一套完善的专业服务生态链。另一方面,券商需积极寻求与外部专业机构的合作,通过资源共享、优势互补,进一步拓展服务边界,形成互利共赢的合作生态。

再次,风险控制是券商网金业务发展的前提。近年来,少数券商因风险管理不善而陷入困境,凸显了加强内部管理、构建完善风险控制机制的重要性。为此,在深度“触

网”的同时,券商需进一步加强内部管理,建立健全风险控制机制,从源头上防范和化解潜在风险。同时,券商还需加强人才培养,提升员工专业素养和综合业务能力,为券商网金业务创新提供有力支撑。

总之,券商网金业务要“穿越周期”,紧随金融科技发展的步伐,挖掘业务潜力。通过深化财富管理、提升技术手段、强化风控能力,满足投资者多元化财富管理需求的同时,逐步突破发展瓶颈,为自身的数字化转型助力。

前11个月投连险市场回暖 独立账户新增交费同比增长25%

本报记者 苏向泉  
见习记者 杨笑寒

近日,国家金融监督管理总局发布了人身险公司前11个月经营情况。其中,投连险独立账户新增交费累计为161亿元,同比增长25%,已超2023年全年投连险独立账户新增交费。

投连险全称是“投资连结保险”,顾名思义,是一种带有投资属性的保险产品。投连险的保费一部分用于风险保障,一部分进入投资账户。进入投资账户的保费收入计入投连险独立账户新增交费,并占投连险保费的绝大部分,业界也将

其近似视为投连险保费收入。

与万能险、分红险等产品不同的是,投连险是一款“高风险、高收益”的产品。投连险的投资账户分为多种投资组合,由投保人根据自身风险偏好和投资目标等进行选择,并由投保人承担全部投资风险与收益,保险公司只收取相关管理费用。

从近三年保费增速来看,在投连险保费连续下滑两年后,今年有所回暖。数据显示,自5月份起,投连险累计保费同比增速由负转正,前11个月同比增长25%。其中,5月份单月保费同比增速高达198.8%。而2021年至2023年,投连险独立账户新增交费分

别为695亿元、221亿元、140亿元。

就今年保费回暖的原因,中国精算师协会副会长徐显琛告诉《证券日报》记者,投连险与资本市场的表现有较大关联。今年下半年,资本市场整体表现较好,投连险的相当一部分保费用于投资证券市场,因此其保费会有所增加。此外,其增速较高与投连险原本保费基数较低也有关联。

普华永道管理咨询(上海)有限公司中国金融行业管理咨询合伙人周瑾也对《证券日报》记者表示,保险公司的投资产品与基金及理财的属性类似,保险公司缺乏优势,加上消费者过往对保险公司的这类产品认

可度不高,因此其保费基数比较低,使得其同比增速易出现较大波动。今年以来,由于预定利率下调对传统保险产品的挤出效应影响,加上保险公司主动加大营销,因此投连险独立账户交费呈现明显的上升趋势。

预定利率下调指的是,今年8月份由国家金融监督管理总局出台的《关于健全人身保险产品定价机制的通知》,将传统保险产品、分红险产品的预定利率上限分别下调至2.5%、2.0%,并将万能险产品最低保证利率上限下调至1.5%。而投连险由于投保人“盈亏自负”,并无保证利率和预定利率等限制,这使得一

部分保险产品的保费流入投连险。

联合资信发布的《2024年保险行业分析及2025年展望》显示,2024年以来,由于演示利率及保底利率处于较低水平,万能险产品对客户吸引力有所下降,叠加“报行合一”政策致使银保渠道业务收缩的影响,万能险产品业务需求增长停滞;保户投资需求部分转移至风险及收益较高的投连险产品。

展望未来,徐显琛表示,如果未来资本市场延续较好的增长趋势,投连险独立账户新增交费预期会随着增加,如走势相对低迷,其保费预期会维持低位或有所下降。