

营业部排名洗牌明显 券商多管齐下提效能

中国基金报记者 章子林

据不完全统计,今年以来,在龙虎榜成交额排名前100名的券商营业部中,已有46家换了新面孔。多位受访人士表示,随着互联网金融不断发展,券商在不断积极研究营业部网点布局的优化;此外,在财富管理转型的大势之下,券商更是在优化营业部收入结构上下足功夫。

券商积极调整 营业部网点布局

“百强营业部”变更之下,体现券商营业部网点的持续优化。

近两年来,尤其去年以来,券商营业部数量变化较往年更加剧烈。比如,截至去年底,中信建投证券的营业部共有275家,减少了17家营业部均变更为分公司,分支机构总数未有变化;国泰君安证券共有营业部339家,减少3家。国泰君安相关负责人表示,营业部优化后,公司营业部的部均效能较上年有显著提升。此外,方正证券共设有营业部361家,较去年相比增加14家,方正证券财富管理业务相关负责人表示,增加的点主要是填补公司网点布局空白区域,加大对经济发达、人口稠密地区的覆盖。

在财富管理的大背景之下,券商营业部也在积极谋求转型,作为直接服务广大客户的重要窗口,营业部调整也成为券商贴近客户,加大财富管理转型的重要抓手。

上述国泰君安相关负责人表示,为深化财富管理转型,公司进一步调优网点渠道布局,加大重点区域新设力度,合并发展潜力有限的网点,整合资源,优化结构,提升效能,支持营业部做大做强,并逐步形成旗舰型、卫星型、数字型三类财富管理中心,实现差异化定位,特色化发展,提升客户及员工的获得感,促进分支机构高质量发展。

“在互联网金融不断大发展的背景下,公司正在积极研究网点布局的优化,但目前尚未有明确的结论和规划”,中信建投经管委副主任李响表示。

近年来方正证券持续扩大网点布局,新增网点成为新增获客的重要来源,同时新网点也扩大了各牌



照业务在一线的触角和延伸,更贴近客户。上述方正证券财富管理业务相关负责人表示,今年方正证券在网点和业务方面的规划主要基于三点,一是线上线下载重,二是继续坚持“扁平化、标准化、精细化、柔性化”的营业部管理模式,三是科技赋能,在客户、员工以及管理三方面持续完善平台及工具建设。

券商借力 优化营业部收入结构

去年以来,在调整营业部收入结构上,券商也下了不少功夫。

李响表示,虽然通道业务竞争白热化,佣金率持续下滑,但直接代买收入仍是经纪业务的重要收入来源,约占经纪业务整体收入的45%左右,产品相关的代销与分享收入占20%以上,且呈现明显的上升态势,两融息差和保证息差收入在稳定在30%以内,投行等业务收入占比则较低。

就方正证券而言,整体来看,2021年佣金收入仍然贡献了超过四成的营收,佣金收入、利息收入、综合经营收入的比例大致为4:4:2。综合经营收入主要包括产品销售、投顾业务、机构业务、衍生品业

务等。上述方正证券财富管理业务相关负责人告诉记者,随着近年来证券行业财富管理转型的步伐加快,产品销售、投资顾问收入在营业收入中的占比逐年提升。

为优化营业部的收入结构,中信建投证券采取了几大措施,一是延缓直接代买收入的下滑,强化直接代买收入的指标考核;二是提升代销金融产品的收入,把握市场与业务机会,加大高净值类客户的开发。

2021年,方正证券通过产品投研队伍建设,加强基金优选能力,大力推动公、私募基金销售,方正证券产品销售收入增长超过50%。投顾业务方面,方正证券注重一线投资顾问队伍素质提升,支持员工获得AFP认证,鼓励全员考取投顾资格,在投顾产品上丰富产品谱系,大力发展线上投顾业务,2021年投顾业务收入增幅达15%。

上述国泰君安证券相关负责人表示,在优化营业部收入结构上,公司聚焦“客户、产品、队伍、渠道”四大要素,强化财富管理转型的资源支持和赋能服务,加快建立财富管理转型优势。其表示,2021年分支机构代销产品收入占比较上年提升了一倍,收入结构持续优化。

量化交易重构营业部格局 券商致力全方位综合服务

中国基金报记者 房佩燕

2021年量化交易的崛起,不仅影响了A股的生态,也成为改变2021年券商营业部百强格局的重要力量。据悉,2021年蹄升较快的“黑马”营业部,不少与量化交易有关。

量化交易重构竞争格局 “百强营业部”大洗牌

在最新出炉的2021年龙虎榜营业部百强榜中,有45家是新面孔,除了头部效应愈发明显,量化交易也悄然成为改变百强名单的最大变量。

具体来看,排名前五的“顶级”营业部中,量化私募聚集地占其三。比如,华鑫证券上海分公司,以3702次的上榜次数,918.84亿元的成交总额由2020年第6位跃升至第2位,成为2021年营业部最大黑马。据悉,华鑫证券上海分公司席位的崛起得益于量化交易,交易呈现高频、低额的量化特点。此外,华泰证券营业总部和中金公司上海湖滨路营业部也跻身前五。

中信建投经管委副主任李响指出,量化交易和高频交易增加了市场流动性,提升了市场定价效率,受到很多投资者青睐。同时,量化交易在交易频率上相对传统交易大幅提升,对于量化交易的场所而言,在一定程度上会影响在同业中的交易量排名。

招商证券补充分析,量化交易换手率相对较高,对交易系统方面的要求相对较高。量化管理人的服务诉求也是多方面的,包括跟投、代销、资本引荐等在内的资金服务、融券、收益互换等,极大带动营业部的各项业务发展。量化产品这两年业绩表现较为突出,也带动营业部代销及定制等财富管理业务发展。

国泰君安相关负责人表示,2021年私募量化产品迅猛发展,其中高频量化策略交易助推了市场交易量放大,在这一波快速市场红利中,会有耀眼的营业部涌现,但随着机构化不断深入和演化,最终还是决定于券商服务私募量化交易的能力。

提供全方位综合服务 券商致力于打造量化生态圈

在此过程中,券商也愈发重视对量化私募的业务服务。

比如,作为最早推行主券商业模式及最早搭建量化交易系统的大型券商之一,招商证券致力于为量化私募提供全方位综合金融服务,从满足需求到引领需求,主要从以下几个方面来服务:一是有专门部门(机构业务部)统筹服务私募类客群,为不同发展阶段的量化私募提供全链路服务。二是加强科技赋能,除了交易系统持续投入保持行业领先,还在机构营销服务体系及能力中台建设方面不断发力,以客户服务中心,提升服务响应效率

及客户满意度。三是业务创新驱动,打造量化生态圈。

广发证券非常重视对量化私募的服务,近年来加大了对量化私募服务的资源投入。除了交易系统支持,还基于广发投研通自主研发了量化交易策略托管平台“广发投研通策略管家”,为量化客户提供极速交易、极速行情、策略管理等核心功能,并配备专人提供贴身、高效的技术服务。在衍生品服务上,私募绩效分析服务、种子基金资金、代销合作上等等也有相关创新和支持。

值得一提的是,对于量化机构降频的现象,券商普遍认为,不会影响合作。

招商证券指出,降低交易换手率是正常现象。随着市场整体流动性及量化规模的扩张,量化交易的市场占比会不断提升。李响补充,当前市场环境下,散户机构化是一个趋势,换手率下降在一定程度上也说明量化策略趋同性越来越严重,这就要求量化私募做好策略的研发和迭代,对于券商来讲,要甄别出这些有实力的私募管理人,同时提升自身的服务能力,与客户一同进步。国泰君安相关负责人表示,未来私募量化交易换手率下降、量化产品Alpha收益降低都是可以预期的,但从券商角度来看,这也正是检验大券商综合服务能力的有利窗口,市场的变化不会影响券商继续与私募客户更深入更广泛的合作。方正证券分析,券商与量化私募机构合作主要看重两点:一是提高市场份额及综合收入;二是量化私募产品是券商服务高净值客户的“抓手”。

“量化热”催生券商技术争夺战

中国基金报记者 莫琳

量化交易正在搅动券商百强营业部格局。据悉,量化私募已成为各大券商服务高净值客户、做大、做强财富管理的重要抓手之一。

量化私募是 做大财富管理的重要抓手

目前看,量化交易规模的激增给券商营业部带来一定量的佣金收入的上升,但醉翁之意不在酒,越来越多的券商早已清楚地意识到量化私募带来的高净值客户的粘性和财富管理的多样性,并积极投入人力、物力进行技术升级改造,争取服务更多的量化私募机构。

广发证券表示,量化私募与券商在交易、场外衍生品、融券、种子基金支持、代销等方面均有重要合作。量化私募看重券商的服务包括:交易服务能否满足其策略和交易需求;能否为其带来资金支持和客户资源,如产品代销和自有资金投资;包括融资融券、场外衍生品个性化金融工具的综合化服务能否高效地满足其个性化需求。而券商对量化私募的需求也包括两个方面:一是经纪业务方面,量化私募为券商带来的交易资产和交易量;另一方面,券商和量化私募在资管业务、财富管理业务方面的合作也逐渐增多,券商通过与量化私募的合作可以在资产配置上带来更加多样性的选择。

方正证券财富管理业务相关负责人直言,量化私募在选择券商时,看重券商的综合服务能力,比如代销能力、系统性能、融券的券源、场外衍生品等方面,迫切需要券商能够提供一站式综合服务能力。谁的综合服务能力强,谁就有可能争取私募外部更多的增量资金落地交易。而券商在选择量化私募时,则主要从服务高净值客户的角度出发,看重量化私募产品的收益稳定性,投研能力及团队的稳定性。

而在这一点上,在机构业务一直稳居第一的中信证券则走得更早、更远。2020年年底,“中信证券深圳分公司财富管理中心年内交易量接近2万亿”的新闻刷屏,让其他券商望其项背的同时,也更加惊叹量化私募带来的交易魅力。

券商各显神通吸引量化私募

2021年,在吸引量化私募方面,各家券商各显神通。

据不完全统计,2021年,至少有26家券商围绕PB业务(Prime Brokerage,主经纪商业务)核心的极速交易、智能算法、交易终端、托管外包等服务类别,进行了相关服务技术的迭代与升级。

为满足量化交易“纳秒必争”的交易特性,低延时行情服务成为各家券商切入量化私募必争之地。以招商证券为例,招商证券在2018年上线了首家由券商自研FPGA行情系统,2021年又升级为交换机融合行情。

广发证券则为量化私募打造集极速行情、模型编写、策略回测、交易执行、高级交易工具、算法交易、T0交易、风险控制等一体化的量化交易平台,满足量化客户策略编写、回测研究、实盘交易及风险管理等量化交易全流程需求,具有超极速、低延时、开放便捷、策略易于迁移、安全合规等特点,为量化客户交易提供“全链路低延时极速交易通道”及“多层次差异化量化服务”。

国泰君安2021年并没有针对量化交易推出新的技术迭代服务,但是沪深两市综合排名第一的量化交易低延时性能,使得国泰君安仍然成为拥有最多百强营业部的券商之一。国泰君安负责人表示,随着国泰君安量化交易F1赛道的建成,公司将进一步完善配套的量化服务体系和生态体系。2021年,国泰君安出品了基于自身托管数据的绩效分析报告。

除了极速交易行情,量化交易的需求是非常个性化的,据中信建投经管委副主任李响介绍,目前管理规模在20亿以上的管理人基本都会根据策略的需求研发自己的交易系统,并在合规的前提下接入券商的极速交易柜台。因此,中信建投建立了三套量化策略系统和两套极速柜台来满足不同量化私募的需求。

由于中信建投在切入量化交易方面起步较晚,在2021年的百强营业部中仅有一家营业部进入百强券商名单。

也有不愿具名的业内人士介绍了一种与众不同的券商与量化私募之间的合作模式——客户策略托管采购。该业内人士认为,该模式有望成为券商在量化交易市占率上弯道超车的最佳模式。

■ 东方红资产管理投资者教育专栏

读懂彼得·林奇“鸡尾酒会理论” 普通人也能洞察市场周期

虽然短期的市场变化无人能够预知,但“涨多了就跌,跌多了会涨”的市场周期变化是投资者共识。美国传奇人物,麦哲伦公司前总经理彼得·林奇在《彼得·林奇的成功投资》一书中,阐述了一种判断市场周期规律变化的理论——鸡尾酒会理论。

在一场鸡尾酒会上,彼得·林奇喜欢站在靠近盛放着潘趣酒的大酒杯旁边,根据不同的人对其态度,来判断市场所处的阶段。

第一阶段:无人问津的基金经理。在鸡尾酒会上,当有人询问彼得·林奇的职业,并获悉其管理一家共同基金后,往往只是礼貌地点点头,完全不会考虑询问股票或经济走势,而是宁愿与牙医谈论牙斑,这时候股市很有可能已开始要触底,下跌空间不大。

第二阶段:被提示风险的基金经理。如果有人知道彼得·林奇是基金经理人,他们可能会提醒他,投资要小心,不要盲目乐观。这个时候,往往股市已经反弹了15%。

第三阶段:所有人都想和我聊。所有人都围着彼得·林奇询问股票的事情,根本不会理会牙医,并且大家基本都投资在了某一只股票上。这时,股市已经到了阶段性高点。

第四阶段:开始推荐股票。这一阶段,大家簇拥在彼得·林奇身旁,不过不再让其推荐股票,而是向他推荐股票,甚至牙医也开始向其推荐股

票。这是股市已上涨到最高点而要下跌的准确信号。

鸡尾酒会理论对于普通股民又有哪些借鉴价值?

第一,不要期待通过预判短期市场走势,实现一夜暴富。即使是彼得·林奇这样的投资大师,也只能大致猜测市场的相对位置,更何况普通投资者呢。所以,永远不要希望通过猜测市场短期的涨跌变化,实现快速致富。

第二,不要期待“逃顶抄底”,学会适当止盈与止损。投资中存在典型的“羊群效应”,即投资者很容易受到周围人的影响而做出买卖决定,盲目从众。通过“鸡尾酒会理论”,投资者要学会根据市场整体估值高低和大众情绪判断市场的相对低点和高点,然后决定股债资产的配置比例。

在股债资产配置上,投资者可以采用“股债资产恒定比例配置法”。比如,最开始资产组合中60%配置权益类资产,40%资产配置固收类资产。如果一年后,权益市场上涨,权益资产占比超过70%甚至更高,就可以将权益资产在总资产中的比例再次降低到60%。同样,如果权益市场下跌导致权益资产占比降低,就可以加仓权益市场,实现相对低点区域买入。

第三,坚持选择好标的投资。既然市场不能预测,作为投资高手的彼得·林奇说,市场应该与投资无关。投资的是公司,而不是股市。可见,投资最本质的是寻找好公司。(CIS)