

从服务投资者到发力互联网——

券商服务该提升水平了

本报记者 温济聪

服务中心

作为资本市场重要的中介机构,券商的服务水平和质量直接关系到广大投资者的利益。近年来,多家券商推出了投资策略会、风险控制论坛等服务项目,也有券商在研究服务创新方面狠下功夫,推出了有质量的研究报告,更有券商积极开展互联网业务,为广大投资者提供了全方位、多层次的服务——



上图 在兴业证券上海民生路营业部,客户经理在向投资者介绍相关业务。
本报记者 温济聪摄

下图 在广发证券北京阜成门南大街营业部,客户在向投资顾问咨询股票期权相关事宜。
本报记者 温济聪摄



证券公司作为专门从事有价证券买卖的法人企业,是资本市场最重要的中介机构,其服务质量的高低、服务能力的强弱直接关系到广大投资者的利益。目前,各大券商都在进行相关服务的升级,出台了创新举措,如何在竞争激烈的市场环境中提升现代化服务水平,成为优秀券商脱颖而出的关键。

营业网点服务创新

像广发证券、海通证券、中信证券这样的大型券商,营业部数量都在300家以上,覆盖范围遍布全国各地,提高营业部服务水平尤为重要。海通证券零售与网络金融部有关人员告诉《经济日报》记者,该券商一方面在营业部现场和客服中心建立语音机器人平台,为客户普及证券市场基础信息和知识,提供投资者教育服务。通过高精度的语音识别技术,提高客户交互体验,减轻人工服务工作量;另一方面,也打造面向公众开放的智慧型投资者教育基地。该基地融合公益性、教育性、服务性于一体,正成为投资者学习金融知识、了解投资风险、树立理性投资理念的重要场所之一。

中泰证券副总裁黄华表示,应建立科学的客户分类分级服务体系,为客户提供差异化服务。举例来说,对于自主决策型客户,侧重提供融资类服务、全球资产配置类服务;对于咨询依托型客户,侧重提供投资咨询类服务;对于理财产品型客户,侧重提供理财产品配置类服务;对于超高净值客户,为其提供

一对一VIP服务、财富管理私人定制等服务。

“目前,办理新三板、创业板、个股期权等业务,券商客户经理会给客户全程录像;但投资者从事的大多数业务,并没有必要前来营业部办理,这为营业部提出了挑战。”国开证券资深分析师杜征征建议,营业部应建立起投资者教育与适当性管理相结合的长效机制,通过举办投资策略会、风险控制教育论坛、股民沙龙等多渠道提高信息披露透明度、加强风险提示。

研究报告更有“研值”

投资研究能力是券商核心竞争力之一,专业的投研服务未来将成为券商差异化竞争的着力点。

兴业证券研究所所长王斌表示,应鼓励多样化的投研服务,包括上市公司路演、电话会议、小型沙龙,并主打特色,形成品牌。举例来说,兴业证券研究所举办了各类活动服务投资者,包括策略组牵头的每周三“兴业证券每周茶话沙龙”、研究所组织的每周日的“兴业证券首席之声,周一会电话会议”等;同时,引入海外团队,覆盖港股与海外市场,加强对海外客户的投研服务,同时成立了研究所内部产品组,对研究报告进行二次开发,比如对重要研究报告进行英文翻译以及各类专题的研究报告摘要汇总。

“中泰证券的创新产品除了周报、点评之外,还有行业专题研究、政策主题研究、海外策略及大类资产配置研究

等。”中泰证券研究所所长谢刚表示,研究所着力加强研究报告的质量监控,研究报告要和市场有显著差异,并且加强对研究员新覆盖公司的数量考核,提升研究覆盖面,打造市场影响力。

“在研究服务创新方面,我们在合规的基础上,围绕有效客户服务这一宗旨,做了一些积极的尝试和探索。”海通证券研究所负责人介绍说,在跨境、跨市场的研究资源整合方面,去年海通研究所整合了海通期货研究所,初步实现研究产品的跨期货市场覆盖。现正与海通国际研究团队(香港)、海通银行研究团队(欧洲)进行研究资源整合,期望在沪港通以及未来深港通、沪伦通的跨市场产品覆盖方面,能更好满足境内外客户的需求。

不过,虽然各家券商纷纷在研报质量上下功夫,但有些券商的研报却并不那么靠谱。比如,近期不少美女分析师出境播报研报的视频在网络上迅速传播,耸人听闻的研报标题一次又一次在业内成为谈资。

“券商研报不能只靠‘颜值’和‘言值’,更要靠‘研值’。研究报告应以内容为王,以科学性、专业性取胜,为股民提供具有参考价值的专业性投资指南。”信达证券研发中心副总经理刘景德看来,现阶段应规范研报发布行为、提升内容质量,保障投资者合法权益。

互联网业务方兴未艾

随着券商网络开户业务的放开和

“佣金战”的白热化,传统经纪业务的收入、利润面临下滑风险。国泰君安、广发证券、兴业证券、中泰证券等大中型券商纷纷发力互联网证券。

“目前我们已形成专业投资平台和综合理财平台为主的线上平台体系,为客户提供包括线上开户、理财产品、线上融资、转账支持、生活消费、线上服务等多层次、多维度的互联网综合金融服务。”国泰君安网络金融部负责人介绍说。

此外,广发证券推出了双向交互顾问式五大终端,包括易淘金手机APP、网上交易终端、页面交易平台、易淘金综合理财网站以及微信服务号;建立了“金钥匙”移动式全天候服务系统,为网上用户提供全天候免费问答服务。

兴业证券也创制了多种线上服务平台,该公司网络金融部负责人介绍,目前兴业证券创设了Mini牛熊宝、“掷尊宝”等网络系列产品,将业务、产品、客户逐步从线下向线上迁移;同时将以移动APP为业务布局重点,建设互联网证券运营体系,努力为投资者提供安全便捷的互联网证券一站式服务。而海通证券与PE投资联动,整合公司投资的互联网公司资源,塑造以“e海通财”为平台的互联网金融生态圈,为客户提供一站式综合金融服务。

业内人士表示,随着互联网金融对券商经纪业务格局的影响愈来愈大,面对移动互联网时代、混业经营的大背景,传统券商的互联网化将成为大势所趋。

一席谈

今年广交会上,一则会外新闻引人关注:由于广交会的牵动效应,周边区域短租业务火爆异常,会展区域附近的房源租金呈现不同程度的上涨,一些房源日租金最高涨幅甚至超出平时4倍。无独有偶,“五一”小长假也是短租市场的春天。数据显示,各大短租平台上包括公寓、民宿在内的预订量超过90%;预订热度不减的同时,短租房租金也呈现30%至50%不同程度的上涨。

短租在各地持续升温,以至于不少人认为,满足个性化需求又拥有价格优势的短租业务会成为便捷型酒店的有力竞争者,甚至有声音指出“短租会对廉价酒店取而代之”。想打破住宿市场的原有格局,短租还需补齐什么样的短板?

最受诟病的首先是短租的安全性。曾有评论指出,C2C短租供需两端皆为个人,中间仅有短租平台的简单维系,在诚信体系尚未健全的情况下,仅靠网上有限的房源介绍,如何让房东放心出租房屋,又如何使租客安心地将个人信息、租金交付给房东,租赁双方的信用如何建立,出现问题该向何处寻求解决……这一系列实际问题都在考验着在线短租能否“细水长流”。

其次,国外模式的简单引入会遭遇水土不服。业内人士认为,短租有“舶来品”性质,如美国短租平台Airbnb之所以可以在短短几年内实现快速增长,不仅因其业务建立在信任机制普及的前提下,还得益于国外早已成形的家庭出游及换房出游的习惯,而这样的消费基础在国内显然相对缺乏。在国内的旅游住宿市场中,酒店和短租几乎各占一半,而国内短租市场还远未达到这样的渗透率。资料显示,对短租情有独钟的国内消费群体大多集中于驴友式的“文艺青年”,这种略显小众的诉求,也是短租业务无法大面积铺开的现实制约。

由此可见,短租可以在增加文化韵味、居家感及个性化住宿上继续发力,成为深度游的延伸;也可在会展、家庭出游、团队活动、医疗及上学需求提供的机会中踏实做足长租房的补充市场。但若想借着业务拓展完全覆盖便捷酒店的存在,似乎并不现实,毕竟,酒店的标准化管理和相对完善的权益保障并非短期可以简单复制的。

确保房源真实性、提升线下用户体验,以及完善房东和租客权益保障,这都是国内短租平台急需解决的问题。还有一点不可忽略,若想摘掉“小众”标签,仅靠短租平台的精耕细作还不够,消费习惯的养成,并非一日之功,需要更多的影响和引导,来自短租平台、消费者、监管机构等各方的努力缺一不可。

服务窗

整合优势资源 掘金零散货运

广西铁路货运试水“包车”业务

本报记者 童政 通讯员 黄帝

5月12日6时47分,由广西南宁南站发出的60吨“包车”货物顺利抵达桂林北站,这是南宁铁路局试水“快运包车”业务后的首个运输订单。从5月11日起,南宁铁路局正式试水“快运包车”业务。通过竞标竞价方式,将“八桂货物快运”列车的部分车厢外包给物流公司,由中标企业自主运用车源灵活组织零散货物运输。

为了更好地对接市场、服务客户,南宁铁路局通过实践探索,开发推出货物快运“包车”业务,将“八桂货物快运”列车车皮通过竞标方式一口价“包干”给地方物流企业代理经营,充分发挥物流企业市场门路多、揽货能力强的特点,让他们自主组织货源、自主装卸货物,铁路方则为其提供货物仓储、安全检查、“站到站”运输及运到时限保证等服务,各展所长、各取所需,最终实现互利共赢。

广西南宁市物流协会会长、广西宅配通配送有限公司总经理林心群表示,铁路有充足的运能运力和安全优质的运输保证,地方物流企业有较强的市场门路和揽货能力。快运包车业务能够充分发挥各自的核心竞争力,这对于盘活广西零散货物运输市场将起到积极的促进作用。

据了解,首批“包车”业务率先在“八桂货物快运”北环线列车试行。广西宅配通配送有限公司、广西桂华物流有限公司、广西通铁配运物流有限公司等3家物流公司拿到了“南宁南—桂林北”共计5个车皮的代理经营权。南宁铁路局货运部门负责人表示,未来还将视情况进一步开放“八桂货物快运”其他环线货物列车的代理经营,为增强铁路运力有效供给、服务广西物流运输贡献力量。

眼光掠影



5月15日,乘客在山东临沂市公交车上使用临商银行与临沂公交集团联合推出的公交卡刷卡乘车。该卡不但具有银行卡金融功能和公交卡支付功能,还可以实现异地互联互通。目前已经与北京、天津等43个城市的部分公交线路实现互联互通,计划年底实现100个城市联网互通,方便了当地群众公交出行。
木禾摄

本版编辑 于泳

服务焦点

国标促快递电动车升级“蹄疾步稳”

本报记者 崔国强

前不久,国家邮政局组织邮政科学研究院等单位完成的《快递专用电动三轮车技术要求》征求意见稿征求意见结束。征求意见稿对快递用电动三轮车提出了诸多技术指标。如车宽尺寸限值为1000mm、高度尺寸限值为1400mm、车长尺寸限值为3000mm以内、标准规定最大装载量为180公斤。此外,征求意见稿对快递三轮车的整车质量做了大幅度的修改,由原来的不大于300kg(轻型)降低为不大于200kg。车速方面,征求意见稿提出“快递三轮车最高车速不应大于15km/h”,起步4秒内的加速度不应大于5km/h。

在申通快递虎坊桥店,快递公司员工对《经济日报》记者表示,现在自己每天送上百个快递,快递电动车一般可以开到每小时30公里,听说以后要限定电动车时速为15公里,那样送件的时间肯定会增加。圆通快递和平里公司运营部主管李某给记者算了一笔账。“当前,快递三轮车的蓄电池一般采用的是铅酸电池,通常一到两年就会报废。为满足本标准有关续航里程、整车质量等要求,如果采用更加环保的锂电池或光伏电池,价格将高出2000多元;此外,征求意见稿规定了车辆应安装卫星定位车载终端、预留手持终端充电接口等内容,要达到新标准的规定,新的快递三轮车比在用的快递三轮车的价格大约或将高出4000元。”

中国快递协会理事相峰认为,快递

三轮车因为具有方便、实用、环保的特点,已经成了快递小哥的标配。快递企业应该按照征求意见稿的要求,加强对一线派送员的交通安全意识培养,并注重员工形象,为快递员统一着装。由经营者投入,保障车辆合规和安全标准的落实。快递企业可以加强与电动车制造厂商合作,共同推动法规落实完善工作,同时可以研究制定符合中国道路情况的新能源城市配送车。

中国仓储业协会副会长王继祥认为,征求意见稿对快递公司使用的电动车在蓄电池、制动、爬坡能力和车辆外观标识等方面都做了详细而全面的规定,同时对于依靠送餐APP企业的快递用车也提高了“门槛”。此举将倒逼快递业和餐饮业用车改革,以后不合格、有隐患的车辆将被逐步淘汰。王继祥同时表示,广泛征求快递业经营者、快递员和专家意见是件好事,但标准落地并非一蹴而就。在标准实施前,建议给快递行业相关人员设置合理的过渡期,确保快递用车的平稳转型。在此过程中,建议快递业协会积极发挥作用,既要积极表达各方的合理诉求,还要加强自律意识,帮助快递公司自觉培训一线派送人员遵守交通法规的自觉性。

对外经济贸易大学法学院副院长丁丁教授认为,国家标准管理委员会公布的《电动摩托车和电动轻便摩托车安全要求》等4条关于电动摩托车和电动轻

便摩托车的相关国家标准,已经于2010年1月1日起开始实施,其中包括一项“20/40标准”备受瞩目——“40公斤以上、时速20公里以上的电动自行车,称为轻便电动摩托车或电动摩托车,列入机动车范畴”。但是这一标准只是推荐性标准,并非强制执行。此次制定国家

点评

主动转型提升综合能力

秦海波

2015年,我国快递业务量超200亿件,业务收入2760亿元,比5年前分别增长7.8倍和3.8倍。作为推动流通方式转型、促进消费升级的现代化先导性产业,我国快递业正高速增长。

但从综合的快递服务能力来说,我国并不占优势。在世界银行发布的2014年全球物流业竞争力排行榜中,中国内地的排名为第28位。其中,最主要的短板是交货及时性(排名第36位)、服务能力与质量(排名第35位)。行业门槛低、野蛮生长,是内地快递业的真实写照。

短期来看,行业标准的提高会给快递业带来一定的负面影响,但快递企业应借此加快转型升级步伐,提升整个行业的信息化、智能化、标准化水平,依托“互

网+”重塑创新体系,实现快递业由“规模红利”向“生产率红利”转变。

当务之急,快递业要加强与新能源车制造厂商的协同合作,加快城市派送车辆的电动化。目前,已经有一部分快递公司,包括顺丰、EMS、韵达等,使用新能源车送货。更重要的是,要开发智能运输技术和相关的可视化产品,例如自动分拣、投送路线智能优化技术、电子运单系统、无纸化发票、电子账单,可满足多种运输管理需要的全程跟踪查询技术等。利用大数据、智能分拣、终端智能化等技术手段,优化现有快递运作流程,提高分拣中心处理及末端网点服务能力,实现精细化管理,为用户提供个性化的优质服务。