

跨界金融服务专家

2014.10月号

天风人

TIANFENG PEOPLE



天风证券
TIANFENG SECURITIES



券商OTC业务

——创新大潮下的又一片蓝海



眼界成就世界

今年10月中国证监会主席助理、党委委员张育军，中国证监会基金机构监管部主任王林，中国证券业协会会长陈共炎，中国证监会基金机构监管部副主任梁永生，湖北省证监局局长、党委书记李秉恒，副局长、党委委员郑秀荣，证监会董卫华、杨胜平、胡吉，协会张大威等一行莅临公司总部进行调研，并对公司人才培养、资本扩充、风险控制管理和创新业务发展等工作提出了具体要求。

张育军主席助理在听取了董事长余磊的汇报后，指出：当前，创新业务眼花缭乱，要狠狠抓住互联网金融这一崭新发展手段，并加快发展以交易销售为核心的柜台市场，抓住券商转型的根本，改写自身命运，推动行业革新。本期【聚焦热点】栏目中对OTC市场深度解析。

在会上，张育军主席助理还指出证券公司的核心是资本与人才，货币资本与人力资本应处于同等重要的地位，天风证券应加快资本补充与蓄积的速度，强化人才培养的力度，实现货币资本与人力资本的同步与匹配。

“人”是企业最重要的资产，若想成为行业里百分之百的英雄，就需要先凝聚一批行业里百分之百的高手。对于天风这样一个处在快速发展期的小券商而言，人才的高度更是直接决定了公司的高度。天风的“双百计划”就是这样一个提升公司“高度”的计划。到底什么是“双百计划”？本期【非常专题】里为你一一解答。

也在10月，一码通业务的启动，将使证券市场的账户资金充分流动，是券商之间二次开疆扩土、行业洗牌的重大转折点，而中小券商及互联网券商更容易灵活调控佣金及迂回服务，顺应互联网证券的时代潮流。本期【市场研究】对“一码通”进行了解读。✪

Contents



·双月刊·

2014年10月出版 总第32期

主办：天风证券股份有限公司

顾问：余磊 张军 吴建刚

主编：余艳

通讯员（排名不分先后）

于若谦 方旭 王晟彪
王青 王群 王晓晨
仇晓惠 江华荣 朱雯
安琳 孙咸雯 张坤
张玲娣 陈少云 陈巍
李晓焯 李维娅 杨东
沈宇虹 周娟 宋昱
吴婷 陈霄 罗晓林
林威 郎文玲 金利萍
胡小伟 胡涛 胡昱
胡皓磊 姚跃进 黄倩
黄萍 郭敏 郭琳莉
钱锋 章迎春 程婷
熊文盛 熊佳 刘煜莎
陆彦雁

联系我们：

☎ 电话 027-87610053

✉ 邮箱 yuyan@tfzq.com

📠 QQ 1187306617

◎ 资讯速览

01 公司新闻



中国证监会主席助理、党委委员张育军，中国证监会基金机构监管部主任王林，中国证券业协会会长陈共炎，中国证监会基金机构监管部副主任梁永生，湖北省证监局局长、党委书记李秉恒，副局长、党委委员郑秀荣，证监局董卫华、杨胜平、胡吉，协会张大威等一行莅临公司总部进行调研，并对公司人才培养、资本扩充、风险控制管理和创新业务发展等工作提出了具体要求。

05 行业动态

◎ 聚焦热点

07 券商OTC业务——创新大潮下的又一片蓝海



面对当前创新业务的眼花缭乱，OTC市场作为资本市场体系的重要组成部分，能够筹集大量资金，同时也是为风险投资提供退出通道。我们要紧紧抓住互联网金融这一创新发展手段，并加快发展以交易销售为核心的柜台市场，抓住券商转型的根本，改写自身命运，推动行业革新。

08 券商OTC市场的春天 / 宋昱

10 场外市场上市条件及监督一览 / 转载

14 基于OTC建设 浅谈金融互联网的进化之路 / 南添

18 浅谈场外市场的风险管理 / 郭晓麟

◎ 市场研究

20 “一码通”推出正当时



今年10月，一码通业务的启动，将使证券市场的账户资金充分流动，是券商之间二次开疆扩土、行业洗牌的重大转折点，而中小券商及互联网券商更容易灵活调控佣金及迂回服务，顺应互联网证券的时代潮流。

21 “一码通”相关规则概述及解读 / 蔡国涛

- 26 网络金融时代的一码通 / 胡皓磊
27 用互联网思维HOLD住“一码通” / 郭彪

◎ **非常专题**

29 探究“双百计划”

- 30 “双百计划”的缘起和概述
32 “双百计划”的总体计划及进展
35 “双百计划”访谈录



◎ **品牌对话**

- 39 像乔治·华盛顿一样造我们的天风梦 / 品牌管理部

◎ **天风点滴**

- 42 转型创新的领路人 / 冯思言
45 因为不足 所以敬佩 / 陈琪
46 天才在于勤奋与坚持 / 王晓晨
47 感恩有你 / 符金杯
48 勤劳铸就闪亮的日子 / 胡小伟
49 投资与生活(4)——永远不要赌你输不起的东西 / 张岩

- 53 天风梦 我的梦！ / 邓兆湘

- 55 工作观影——武汉佳园路证券营业部

◎ **乐享生活**

- 57 毕棚沟秋色神旅 / 张坤
59 一座连结金融与哲学的宏伟桥梁 / 郭晓麟



地址：武汉市武昌区中南路
99号保利大厦A座37楼、38楼
邮编：430071
电话：027-87618889
传真：027-87618889
公司官网：www.tfzq.com



天风证券
官方微博



天风证券
官方微信



金融知识



天风天盈
产品服务部微信号



天风证券
四川分公司



天风期货
微信号

内部猎头总动员

如您推荐的人成功入职，并通
过试用期，可根据岗位职级奖励相应
金额。

新三板业务项目经理
(工作地：武汉/北京/成都)

岗位要求：场外业务的项目拓展、
项目承接等工作；拥有三年以上会
计师事务所或律师事务所工作经验，
或两年以上券商投行项目经验；已
取得CPA 执业资格或律师执业资格
优先；熟悉国内证券市场，立志在
场外业务领域长期发展，有良好的
职业操守和团队协作精神，能适应
经常出差。如有意向，请发送简历
至yangmei1209@tfzq.com



◎ 中国证监会主席助理张育军莅临天风证券调研

10月9日上午，中国证监会主席助理、党委委员张育军，中国证监会基金机构监管部主任王林，中国证券业协会会长陈共炎，中国证监会基金机构监管部副主任梁永生，湖北省证监局局长、党委书记李秉恒，副局长、党委委员郑秀荣，证监会董卫国、杨胜平、胡吉，协会张大威等一行莅临公司总部进行调研，并对公司人才培养、资本扩充、风险控制管理和创新业务发展等工作提出了具体要求。

调研中，董事长余磊向张育军主席助理一行领导汇报了天风证券的基本发展情况、未来规划并就相关监管措施提出建议，他说：自2012年创新大会召开以来，行业各项业务得到迅猛发展，尤其是今年5月《关于进一步推进证券经营机构创新发展的意见》出台后，监管部门对行业发展的支持进一步加强。在此过程中，尚有部分措施有待加快落实，部分监管政策有待进一步放开，天风证券期盼相关政策能够尽快落地。

张育军主席助理在听取了董事长余磊的汇报后，指出：天风证券是券商中少有的能够拥有清晰梦想的企业。并提出了以下四点具体建议：

一、要进一步树立标杆意识，培养企业家精神，营造良好的环境文化，要有梦想并坚持不懈，要持续扩大眼界，力争取得更大的成就。

二、证券公司的核心是资本与人才，货币资本与人力资本应处于同等重要的地位，天风证券应加快资本补充与蓄积的速度，强化人才培养的力度，实现货币资本与人力资本的同步与匹配。

三、当前，创新业务眼花缭乱，要狠狠抓住互联网金融这一新的发展手段，并加快发展以交易销售为核心的柜台市场，抓住券商转型的根本，改写自身命运，推动行业革新。

四、要坚守行业准则、严守风控底线，做到诚实守信、勤勉尽责。

张育军主席助理最后说：“创新时代，放手一搏，放手一干”，并衷心祝愿天风证券越办越好，希望以开放和学习的态度，拓展业务发展空间。

张育军主席助理一行还视察并参观了天风证券总部，亲切看望了总部员工。

总裁张军、运营副总裁黄其龙、合规总监潘思纯、人力资源总监于博、总裁助理刘翔、行政总监吴博文等相关人员参加了此次工作汇报。



◎ 公司成功发行3年期6亿元公司债券

公司于2014年9月5日以6.82%的票面利率成功发行了总额6亿元、存续期3年的公司债券。

2014年7月22日，中国证监会核准我公司发行6亿元公司债券。近期，市场上的公司债券利率一路高企，公司根据市场行情将本期债券票面利率预设区间定为6.80%-7.35%。最终，在财务部门、固定收益总部等各部门的齐心协力下，在较为低迷的市场环境中，以6.82%的利率及高认购倍率顺利完成此次发行。

此次成功发行公司债券，不仅有助于公司优化企业治理结构、提高公司知名度，同时也有助于公司在资本市场上树立良好的信用形象，为今后持续融资、实现战略目标打下基础。

◎ 公司获2014年度上市公司并购重组财务顾问执业能力专业B类评级

2014年10月10日，中国证券业协会发布《关于2014年度证券公司从事上市公司并购重组财务顾问执业能力专业评价结果》，我司获B类评级。

财务顾问分为A、B、C类，有16家券商获评A类，24家券商获评B类，39家券商获评C类。财务顾问执业能力专业评价是根据财务顾问的证券公司分类结果、业务能力和执业质量，通过计算相关类别的指标获得分值，最终确定财务顾问类别。

自2013年证监会正式实施并购重组审核分道制以来，我司首次晋升B级，这是监管部门对我司财务顾问执业能力的认可和肯定。

◎ 公司参加上海证券交易所ETF期权交易策略大赛获奖

上海证券交易所于2014年7月举办ETF期权交易策略大赛，65家券商、200余名个人投资者及21家机构共同参与了此项赛事的角逐。公司作品“量变比率备选策略”获入围奖，天风期货作品“结构性产品设计与定价策略”和“期权交易策略手册”双双斩获二等奖。

此次ETF期权交易策略大赛，是公司近年来在衍生品业务研究、人才培养、产品设计等多方面练兵成果的一次联合演习，公司获得的佳绩反映出公司在期权业务上的扎实积累。在本次大赛中的获奖亦提高了公司在期权这一新业务领域的专业形象，为期权实盘交易打下了良好的技术基础和客户基础。

◎ 公司通过上海证券交易所港股通业务检查

经公司申请，由上海证券交易所、中国证券登记结算有限责任公司上海分公司组成检查组对公司港股通业务、结算、技术和投资者教育等方面准备工作进行了现场检查。经过认真准备，在总部各部门及营业部通力合作下，已通过了上海证券交易所港股通业务检查，将按要求开展港股通业务。

◎ 公司获得代理证券质押登记业务资格

为适应不断增加的证券质押业务需求，更好地服务实体经济发展，中国证券登记结算有限责任公司（以下简称“中国结算”）在市场调研的基础上推出了支持证券公司创新的“十大举措”之一——证券公司远程代理证券质押登记业务，由证券公司代理证券质押登记业务申请材料的受理和初审、质押登记状态查询等。

证券公司作为中国结算质押登记业务的代理机构，负责其托管客户证券的质押登记业务申请材料的初审，中国结算对证券公司发送的电子业务数据和书面申请资料的电子扫描件等材料审核通过后，办理证券质押登记手续。

远程代理质押登记业务不仅可以便利投资者就近办理业务，降低投资者证券质押登记成本，还有助于拓宽证券公司代理业务范围，支持证券公司创新发展。

NEWS公司新闻



◎ “来天风，一起闯” 2015校园招聘火热启动

今年九月初起，“来天风，一起闯”2015校园招聘在全国多个城市火热启动，立刻收到了来自国内外众多高等学府优秀学子的热烈追捧。截止10月31日，共计收到简历6274份。

与往年相比，今年的校园招聘不单单是一场人才选拔的招聘会，更是一场华丽的雇主品牌宣传盛宴。在品牌管理部的友情支持下，先后策划推出了层出不穷的系列宣传活动，包括深受学生喜爱的微博红人郭斯特特约漫画、有梦学长陪你闯之职场点名、天风代表人物英雄系列漫画、公众账号“金融私塾”微信点赞送iPad等，将天风证券这个年轻、富有理想主义的新锐券商形象和虚推送给了本届校园招聘的目标群体。

本次历时三天的武汉站宣讲会分别在中南财经政法大学、武汉大学和华中科技大学三所高校盛大登陆。每场宣讲会都别出心裁的请到了风格迥异的于博、阎梓睿、郭彪学长为同学们展示天风魅力，同时安排了激动人心的抽奖环节，让广大在校同学们淋漓尽致地感受了天风勤奋、坚毅、真诚、开放、平等的企业文化，每场宣讲会结束都让天风学长又收获一批新的粉丝的热烈追捧。

经过严格公平的简历初筛，共计3000人（初试淘汰率高达52.2%噢！）有幸进入笔试环节，武汉站现场笔试和北京、上海、深圳等站点的在线笔试正在同步进行中。相比以往，本届生源质量也有大幅度提升，国内211（含C9联盟、985）以上院校生源占比高达82%，海外TOP50院校生源占比近30%，其中包括剑桥大学、伦敦大学、芝加哥大学、帝国理工学院、清华大学、北京大学、人民大学、复旦大学等。

下一阶段，公司人力资源部将与各部门积极配合，在11月至12月全面开展人才选拔工作。为天风证券人才梯队建设做好充分准备。



天风英雄等你来 有梦一起闯

 <p>冯教授 —— 课题研究</p> <p>特征 逻辑力超群能力共存</p> <p>性别 男</p>	<p>超能力</p> <p>实战构建重大项目经验，善于发现业内最有价值的投资方向，X教授思维敏捷又充满激情，无时不刻不在推动行业进步，影响整个行业的未来。</p>	<p>21世纪X教授</p> <p>在天风，你会和他一起——探索探索大的潜能和机遇！</p> 	<p>教育经历 上海交通大学电力自动化 专业硕士</p> <p>工作经历 金融开发和运营管理能力强，并拥有业界最新知识和业界开拓能力，拥有投融资向产品开发延伸</p> <p>天风成就 团队的最佳代言人，工研男当数部门王牌精英。2013年获得最佳《薪酬设计组》年度最佳年终奖2013年度绩效第一高；其薪酬接近10E，产品市场表现优秀。</p>
 <p>美丽姐 —— 谈判执行与策略</p> <p>特征 舞的字典里没有“拒绝”</p> <p>性别 女</p>	<p>超能力</p> <p>对法律胜了如指掌，对市场动态判断精准，改善流程，灵招高频，法律思维与商业一线的时代高度，新美女谈判高手有品行，应予鼓励。</p>	<p>逻辑系女强人</p> <p>东天风团，有你在，神马困难都是纸中的浮云！</p> 	<p>教育经历 北京青年企业管理研究生 金融学硕士</p> <p>工作经历 中国银行客户经理、交通银行客户经理</p> <p>天风成就 营业部经理华丽转身，作战不到半年，业绩收入1500万，先后参与了“13年新开拓项目”、“浙江信贷项目”、“3路项目投建”等重点项目，出色完成任务。</p>
 <p>Iron哥 —— 球道修行</p> <p>特征 业内公认球道高手</p> <p>性别 男</p>	<p>超能力</p> <p>全世界期望钱最近的工作，每天干着华尔街的事儿，从发型到穿衣一丝不苟，隐藏在西装下的那一双眼与企业共进退的超。</p>	<p>钢铁侠超能!!!</p> <p>光靠牛马可不行，需要天风，再带你一起牛逼！</p> 	<p>教育经历 中南财经政法大学 财务管理硕士</p> <p>工作经历 中国注册会计师全科通过，设计从事销售</p> <p>天风成就 低调的儒商生形象，男中才胆和魄力，超越3年，从一个微薄的经销商手到擒来，前途无量。</p>
 <p>雨一姐 —— 风控巨擘</p> <p>特征 风控风控谁怕谁 能神密</p> <p>性别 女</p>	<p>超能力</p> <p>证券业中的幻影侠，最高智商的操盘手，能洞察企业的商业的窍门和风险，能一一指破财务的怎么，决定业务成败不能。</p>	<p>知性影后</p> <p>你找谁呀，谁也可找！在天风，谁都知道有人数你么牛逼！</p> 	<p>教育经历 武汉大学法学学士 经济学硕士</p> <p>天风成就 从2010年开始“风控团队”的组建，打造出发光部门骨干，风控中的她发现和预防企业潜在风险，预防全面阳光私募，至高控制业务风险，提出保护，以良好的风控标准，应得三年成为部门总经理。</p>
 <p>程博士 —— 人力大师</p> <p>特征 没有谁能打败了的人才，没有谁敢挑战不了的新派</p> <p>性别 男</p>	<p>超能力</p> <p>逻辑分析能力+眼光超群，能在茫茫众生中找出和天风最佳匹配的超内英雄，出色的沟通能力，让团队能回到正轨而事业。</p>	<p>神奇局 局长</p> <p>每一个天风的总经理都离不开他的，投入我们的精神做事业，大家陪你一起闯！</p> 	<p>教育经历 武汉大学人力资源管理士</p> <p>工作经历 中南财经政法大学讲师，北京北大营销管理咨询有限公司高级咨询师，浙江大学研究员，北方国际行副</p> <p>天风成就 经历过天风的英雄新手，编排精方案，华南区伊德学院的，逻辑能力与执行力超群一流，善于发现和有效的员工，一做做有不断发展的理念，是个接地气的好人。</p>

本图由品牌管理部提供

◎ 中国证监会与香港证监会签署沪港通监管执法合作协议

2014年10月17日，中国证券监督管理委员会与香港证券及期货事务监察委员会共同签署了《沪港通项目下中国证监会与香港证监会加强监管执法合作备忘录》。至此，内地与香港关于沪港通跨境监管合作的制度安排已完成。

沪港通监管执法合作备忘录的签署，为两地证监会在沪港通下的跨境监管和执法合作奠定了坚实的基础。沪港通正式启动后，两地证监会将进一步完善违法违规行为的发现和通报机制，提高调查合作的有效性，严厉打击虚假陈述、内幕交易、操纵市场及其他跨境违法违规行。双方还将加强执法人员交流与培训，不断提高跨境执法合作水平，确保两地的相关法律法规均得到全面遵守和执行，维护沪港通健康平稳运行。

◎ 资产管理规模突破12万亿元 行业转向防风险

随着信托资产管理规模突破12万亿元，行业已从扩规模阶段转向防风险，因此市场上集合信托的发行量也渐渐入冬。一家机构的统计数据显示，10月至今，市场上成立的集合信托融资总量仅为118.8亿元，与去年同期相比锐减了超过六成。而从投向上看，房地产类别的集合信托十月份融资类“缩水”最为厉害。根据用益信托工作室的数据，十月至今房地产集合信托仅成立了13个，累计融资14.02亿元。去年同期成立的26个房地产信托，募集资金达93.63亿元。

◎ 证监会划定券商第三方存管三条底线 行业或减收31亿



中国证券报记者获悉，日前在上海举行有关证券公司客户交易结算资金第三方存管的会议，向证券业讲解证监会近期下发的《关于规范证券公司客户交易结算资金存放管理活动的通知》。证监会主席助理张育军表示，严禁证券公司以任何形式挪用客户交易结算资金。严禁证券公司与存管银行就客户交易结算资金协议定期存款。严禁证券公司在个别存管银行超额存放客户交易结算资金是证券公司第三方存管管理的三条底线。有券商人士测算，根据投保基金统计数据，8月底第三方存管资金超过5300亿元，其中行业估计约1070-1873亿元为超额备付金，如按照通知要求全部放回原银行，预计全行业年利息收入将减少18至31亿元。

◎ 基金试水券商托管

银行代销基金所收取的尾随佣金越来越高，部分基金公司转而寻求与拥有托管资格的券商合作。今年以来，先后已有4只券商托管的基金成立，据中国基金报记者了解，仍有基金公司正在接触券商商讨基金托管事宜，基金试水券商托管正逐渐升温。

◎ 中山证券牵手百度 一键直达开户上线

百度财富携手中山证券正式推出“百度股票”业务。用户可以通过“百度股票”完成中山证券账户开立，并实现百度账户与中山证券账户绑定。业内人士认为，在国内市场百度已经成为了部分人信息来源的依赖，券商与其合作的最大的核心竞争力之一，在于券商可以利用百度搜索引擎抢占用户使用场景。



◎ 券商OTC产品数秒售罄 收益不高信誉占优



国庆长假归来，投资者再度把目光投向高收益投资产品，券商OTC产品再现数秒售罄盛况。近日，海通证券最新推出的一年期OTC产品德邦基金德通3号资产管理计划，首募1.17亿份快速售罄，显示节后高净值客户对资金量大、收益高的产品需求强烈。

◎ 金融界证券通接入第二家券商开启互联网多券商平台模式

日前，金融界联合中山证券在北京举行了新闻发布会，宣布双方的战略合作以及中山证券接入证券通之后双方的首个大动作“开户终极挑战赛”。这是继中信证券之后，证券通接入的第二家券商；也是中山证券继与腾讯合作之后，首选的财经门户合作伙伴。

证券通是金融界上市十周年的战略转型之举，也代表了互联网金融行业的新兴方向。中山证券成立的互联网金融总部与金融界打造“以证券交易为核心的互联网综合理财平台”的概念相结合。两者的合作可谓是用“互联网思维”来服务于投资者，这也是给业界带来的积极意义。

据悉，投资者通过证券通登录中山证券可以在180秒之内完成开户，在90秒内完成转户，并且提供7×24小时咨询服务。互联网和券商的这种合作打造了全新的服务平台。

◎ 海通证券等28家券商获准开展柜台市场业务试点

中国证券业协会公告，截至2014年10月15日，共有28家证券公司获准开展柜台市场业务试点。

第一批为国信证券、国泰君安、海通证券、申银万国、兴业证券、广发证券、中信建投；第二批为中信证券、长江证券、银河证券、中金公司、招商证券、齐鲁证券、中银国际、山西证券；第三批为华泰证券、平安证券、浙商证券、安信证券、西南证券、国元证券、中投证券、方正证券、南京证券、东方证券、渤海证券、华创证券、华融证券。



券商OTC业务 创新大潮下的又一片蓝海

OTC市场作为资本市场体系的重要组成部分，能够筹集大量资金，同时也是为风险投资提供退出通道。面对当前创新业务的眼花缭乱，我们要狠狠抓住互联网金融这一崭新发展手段，并加快发展以交易销售为核心的柜台市场，抓住券商转型的根本，改写自身命运，推动行业革新。

券商OTC市场的春天

文/宋昱 运营中心

[编者按]

创新，这似乎是券商创新大会后，券商行业最流行的一个词语，伴随着对券商的逐步松绑，券商创新业务牌照发放的种类越来越多，券商创新业务开始以前所未有的速度不断拓展，并且越来越多的为资本市场带来新的想象空间，而证券公司柜台业务则是其中重要的一环。

根据监管层的组织形式划分，证券市场可以分为场内交易市场和场外交易市场。目前我国场外市场分为三个层次：场外市场（新三板）、区域性股权市场（各地股权交易中心）以及券商自办的柜台交易市场（简称“OTC市场”或“OTC业务”）。

OTC市场和交易所市场完全不同，是券商根据自身客户为基础，根据所创设的产品标准形成一个类似的场外交易场所。OTC市场没有固定的场所，没有特定的成员资格，没有严格规定的交易产品和限制，主要是交易对手通过私下协商进行的一对一交易。

一、券商推出OTC业务可能带来的利好因素

首先，融资业务作为券商业务类型中的一种，在自办的柜台交易市场上，可以通过灵活多变的产品类型，实现各种中介类业务，并且进行相关呈现、展示和交易。灵活程度更高，能够满足不同客户的不同需求。打通资金链中的上下游环节，实现为客户“筹资”和为客户“投资”的双重目标，并活跃不同类型的客户，满足客户多样化的业务需求。

其次，券商收入多元化，实现资金和产品的“盘活”。券商OTC业务可以实现不同产品的代销，并取得代销收入并赚取一定的交易价差；通过产品的整合，实现收益权的转让，从业务发展的角度，资金的占用率会更低，并实现所需资金的快速流动，实现业务的快速发展。

二、券商OTC业务的特点

首先，交易分散性。此类交易市场活动不是由一个或少数几个统一的机构来组织，而是由很多各自独立经营的证券公司分别进行的。因此，这些交易活动分散于各家证券公司，而无一个集中的交易场所。证券公司即是柜台市场的组织者，又是直接参与者。他们通过参加市场交易来组织市场活动，为有价证券提供或创造转让市场。

其次，交易的直接性。在柜台市场上，绝大多数交易都是在投资人和证券公司之间进行的。证券的实际出售人将证券卖给证券公司。实际购买人从证券公司买入证券。通过证券公司的买卖，有价证券的转让得以在投资人之间实现。

再次，交易的协议性。柜台交易是证券转让，是在证券公司和投资人之

间协商议价的过程中进行的。每笔交易的参与双方都是证券公司和一个投资人，柜台交易市场上的每笔证券转让价格，一般都是由证券公司报出，根据投资者是否能够接受并进行协商调整而形成的。

三、目前券商OTC业务的发展状况

由于市场需求的多元化，从产品设计上，场外市场与交易所市场有所区别，比如交易所进行的是标准化产品交易，所有产品有规定的发布渠道，统一的交易标准、统一的清算和交收体系，而在OTC市场交易的则是围绕客户需求设计的创造性产品，即非标准化产品交易。

2013年1月14日，海通证券正式发布五款柜台交易产品，成为业内首家柜台交易业务上线的券商。与现存券商集合理财产品发行不同，海通证券此次明确提出产品预期收益率：两周到一年期产品收益率从4%-7%不等，收益率已经赶超银行理财产品，而该产品中间灵活的交易方式令其资金流动性还超过银行理财产品，同时投资门槛则与银行理财产品一样是5万元，对于银行理财市场无疑会带来一定冲击。

虽然海通证券的此次产品创新，由于没有按照监管层规定事先履行报备义务，导致受到监管层的处罚，但是对于市场的正面影响是积极深远的，券商的类银行业务开始不断拓展，并且成为券商作为综合型金融单位的又一次有利尝试，具有里程碑的意义。

2014年6月中旬，国信证券一款柜台产品“金福1号”创造了“一日售罄”的佳绩，在股市低迷的大背景下，券商OTC产品的表现备受瞩目。

据统计，自试点开始之日起，至2014年6月27日，15家试点券商中，已有12家发行了500只柜台产品，其中广发证券发行225只居首，海通证券发行119只居榜单第二。柜台市场规模已近千亿元。

四、券商OTC市场可能存在的的发展方向

首先，从“通道业务”向“平台业务”的转变。在交易模式上，券商柜台市场要突破其惯用的“通道”业务模式，将柜台市场做成一个真正的产品交易平台，与交易对手进行协议交易，而不是撮合交易。以广发证券为例，其提出OTC部门就像中央厨房的概念，

可运用结构化及衍生产品技术，满足传统产品解决不了的需求，并在OTC平台挂牌交易。当然，平台的定位对券商的产品开发、定价、销售等能力以及资本实力都是巨大的考验。换言之，券商要为柜台市场设计出更多类型的交易产品，同时要保证产品的质量，最终还要将自身的产品顺利向客户发售，这些都是具有柜台交易试点资格的券商们必须面临的挑战。

其次，进一步延伸交易范围，充分利用牌照优势。券商柜台市场应该拓展交易范围，不仅每一家具有试点资格的券商可以在自身的平台上交易自主研发的产品，也可以在自身的平台上销售外部金融产品，还可以将产品放到具有试点资格的券商之间形成的机构间市场上交易。而没有试点资格的券商研发的产品也能到机构间市场交易，最大限度发挥券商柜台交易试点的牌照优势，甚至将其变成中小非上市券商的融资渠道。

仍以广发证券为例，除自主创设产品外，广发证券也在OTC上销售某些优质外部金融产品。目前上柜产品的基础资产以场内品种为主，也有部分非标。一些优质信托产品也会通过券商资管小集合或基金子公司的专项资管计划实现份额转化后“上柜”，从而拥有同类产品难以比拟的高流动性优势。

再次，加强风险管控、合理控制风险。过去发展时间里，券商长期依赖经纪通道业务，风险管理能力相当滞后。因此，在柜台交易市场的探索中，券商必须加强风险控制，仔细分析和筛选不同产品可能带来的风险点。同时，监管层也很可能会相应继续完善相关法规，对券商作出约束，为柜台市场的健康发展提供良好的外部环境，为市场的进一步规范打下坚实基础。

由此可见，券商OTC业务作为券商创新产品的一项重要业务环节，在券商不断创新发展的过程中，其产品类型的不断丰富，业务模式的不断创新，交易模式的不断升级，会衍生出更多的非标准类产品，而此类产品的不断扩大，并对券商OTC业务起到巨大的推动作用，进而刺激创新业务的大发展，为券商创新转型发展的道路提供又一片蓝海。✪

(本文部分数据、资料引用中国证报、证券时报、第一财经日报、21世纪经济报道、智信网、百度百科等媒体的相关报道，在此表示感谢)

场外市场上市条件及监督一览

美国、英国、日韩、中国台湾、中国境内

文/转载 前海股权交易中心

国家或地区	场外市场类别	上市条件	监管
美国	纳斯达克小型资本市场	首次上市条件： 1. 必须满足其中一项要求：净有资产500万美元；或总市值5000万美元；或净收入75万美元（在上一个会计年度或前三年中的两个会计年度） 2. 公众持股数100万股，公众持股的市场总值达500万美元，最低买入价4美元 3. 三名或三名以上做市商，股东数300个 4. 经营年限达一年；若少于一年，则总市值至少达到5000万美元	由SEC（美国证券交易委员会）监管
		持续上市条件： 1. 必须满足其中一项要求：净有资产200万美元；或总市值3500万美元；或净收入75万美元（在上一个会计年度或前三年中的两个会计年度） 2. 公众持股数50万股，公众持股的市场总值达100万美元，最低买入价1美元 3. 二名或二名以上做市商，股东数300个 4. 经营年限无要求	
	OTCBB (over the Counter Bulletin Board, 场外电子柜台交易市场)	1. 企业没有规模或盈利上的要求，只要经过SEC注册核准 2. 有三名以上做市商，股东人数最少80名 3. 向SEC提交财务报表	由SEC、FINRA（美国金融业监管局）等监管
	OTC市场集团	OTCQX	1. 规模较大的外国公司或成长性高的本国公司 2. 必须披露年度财务报告、季度财务报告和年度信息等内容
OTCQB		中小规模公司	
	OTC粉单市场	对挂牌公司无任何要求，只要有做市商为股票提供报价即可，挂牌公司无需向SEC注册，公众公司除外	
	地方性股票交易所	费城、芝加哥等各家股票交易所实行多层次上市标准	自律监管

国家或地区	场外市场类别	上市条件	监管	
英国	AIM (伦敦交易所另类投资市场, London's Alternative Investment Market, 简称AIM市场)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据法律合法成立的公司, 且是公众公司等跨国公司 2. 不设最低挂牌标准, 没有规模、经营年限和公众持股量的要求 3. 公开的会计账目符合英国或美国通用会计准则, 或国际会计准则 4. 必须委派一位指定保荐人和指定经纪人 5. 具有两年的主营业务盈利记录。如果不符合该条件, 董事和雇员必须同意自进入 AIM之日起, 至少一年内不得出售其持有的该公司证券拥有的任何权益 	由London Stock Exchange (伦敦证券交易所) 监管	
	PLUS 市场集团	PLUS-LISTED	中小企业, 其招股书须获得FSA下属的UKLA审批	由FSA (英国金融服务管理局) 监管
		PLUS-TRADE	欧盟各国的上市公司和AIM挂牌企业	
PLUS-QUOTED	规模很小的中小企业, 如公开募资需要提供UKLA批准的招股书, 如没有公开融资, 则仅需挂牌公告, 无需招股书			
韩国	KOSDAQ (韩国最早的场外证券市场, 05年1月与韩国证券交易所 (KSE)、韩国期货交易所 (KOFES) 合并为韩国证期货交易所 (KRX))	<p>上市条件较为宽松, 只对最近年底盈利要求上市周期短, 且无需经韩国政府审批。但在上市审查时, 对企业的市场成长性、财务状况、收益性技术经营等方面进行严格把关, 鼓励高科技风险型公司上市, 对这类公司基本不设任何数量和财务指标要求。</p> <p>将企业划分为四种类型: 风险企业、非风险企业、共同基金和国外企业, 采用多样化上市标准, 风险企业的上市标准比非风险企业低, 国外企业申请纳斯达克上市, 除必须满足非风险企业的标准外, 还要符合以下条件: 不少于30万单位的股票必须通过首次公开发行的方式在韩国境内出售, 小股东人数最少为100名, 股份转让不受限制。</p>	由韩国证券业协会 (即现在的韩国金融投资协会KOFIA) 监管	
	FreeBoard	<p>FreeBoard为不符合证期货交易所 (Korea Exchange, KRK) 上市条件的企业及KRK退市的企业提供融资和股份转让服务, 挂牌成本极低。</p> <p>对公司存续联想、实收资本、股票发行及收益均无需求, 仅要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提供审核机构对公司最近一年财务报告发表的合格的审计意见及对半年报的审阅报告, 但不适用于风险企业或交易所退市的企业。 2. 与股份存管机构签署股份转让服务协议。 3. 使用韩国证券存管公司统一标准化的股权证。 4. 修改公司章程中关于限制股份流通的条款。 		

国家或地区	场外市场类别		上市条件	监管
日本	JASDAQ	JASDAQ STANDARD	1. 公司持续能力没有阻碍, 根据公司大小建立完善公司管理和有效内部控制机制 2. 净资产不少于2亿日元 3. 利润不少于1亿, 除非首次挂牌日的总市值不低于50亿	由JSDA (日本证券业协会) 监管
		JASDAQ GROWTH	1. 高成长潜力, 根据公司发展阶段建立完善公司管理和有效内部控制机制 2. 净资产不为负	
	绿单市场	新兴企业板(具成长潜力的企业)	1. 成为可交易证券, 编制有价证券报告或登记表, 包含公司基本情况、经营状况、财务状况等信息 2. 编制年度财务报告, 经审计并出具标准无保留意见 3. 推荐券商审核	
		特殊目的公司板(优先股和各种投资信托)	新兴企业板挂牌的特殊要求: 公司需要在《经营况况解释性报告》中商业计划概述、可行性分析及其它部分披露公司挂牌当年及其后一年的预测销售额、预测正常利润等内容。	
中国台湾	上柜市场	凤凰版块(上市公司)	1. 须于兴柜交易满6个月。 2. 设立登记满二完整会计年度。(科技事业不受此限) 3. 实收资本额新台币5000万元以上。 4. 获利能力最近一年度: 4%, 无累计亏损; 最近二季度均达3%; 或最近两年度平均达3%, 且最近一年度较前一年度为佳。最近一年度税前纯益不低于新台币400万元。 5. 在本中心所在地设有专业服务代理机构或服务单位办理服务。 6. 两家以上推荐证券商, 需指定一家为主办推荐证券商, 余系协办推荐券商。 7. 公司内部人及该等内部人持股逾50%之法人以外之记名股东人数少于300人。	由台湾“金融监督管理委员会(金管会)”下属“证券期货管理局(证期局)”监管
		普通股块(一般公司)		
	兴柜市场	1. 公开发行后, 已检送一个月之检查表。 2. 在设立年限、实收资本、获利能力上均无限制。 3. 在本中心所在地设有专业服务代理机构或服务单位办理服务。两家以上推荐证券商, 需指定一家为主办推荐证券商, 余系协办推荐证券商。推荐证券商自行认购已发行股份总数3%以上且不低于50万股, 但3%如超过150万股, 则至少应自行认购150万股; 推荐证券商各应认10万股以上。		
盘商市场	非公开的私人股权交易市场, 以盘商(专门从事未上市股票交易经纪业务但不具备券商资格的商人)为中介进行。	自发市场, 自律监管		

国家或地区	场外市场类别	上市条件	监管
中国内地	新三板 (全国中小企业股份转让系统)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依法设立且存续满两年，有限责任公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司的，存续时间可以从有限责任公司成立之日起计算； 2. 业务明确，具有持续经营能力； 3. 公司治理机制健全，合法规范经营； 4. 股权明晰，股票发行和转让行为合规 5. 主办券商推荐并持续督导； 6. 全国股份转让系统公司要求的基础条件 	中国证券业协会负有自律管理的职责，对新三板中从事公司股票转让和定向发行业务的证券公司进行监督
	区域股权交易中心	<p>并无统一标准，各地区域股权交易中心自行决定，以前海和浙江为例：前海股权交易中心；非上市企业存续期满一年，且需满足一下四项条件中任意一项（3211标准）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 最近12个月的净利润累计不少于300万元 2. 最近12个月的营业收入累计不少于2000万元；或最近24个月营业收入累计不少2000万元，且增长率不少于30%。 3. 净资产不少于1000万元，且最近12个月的营业收入不少于500万元 4. 最近12个月银行贷款达100万元以上或投资机构股权投资达100万元以上。 <p>浙江股权交易中心： 1. 股份有限公司成立满12个月（有限责任公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司，持续经营时间可以从有限责任公司成立之日起计算）</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 主营业务明确，治理机制健全 4. 股权大会通过申请股权融资挂牌交易的决议，同企业到本中心挂牌、登记存管并接受监督，承诺履行有关信息披露义务。 5. 法律法规或监管部门对特殊行业的企业挂牌有限制性规定的，遵守其规定 6. 企业不存在其他尚未消除的严重损害股东合法权益或社会公共利益的情形。 	由地方政府进行监管，采取市场化的运作方式
	证券公司柜台交易市场	指证券公司与特定交易对手方在集中交易场所之外进行的交易，或为投资者在集中交易场所之外进行交易提供服务的行为，证券公司柜台交易市场明确定位于私募市场，是证券公司发行、转让、交易私募产品的平台。 柜台交易以机构客户为主，各证券公司制定了相应的柜台交易适当性管理制度，根据不同产品制度了不同的投资者准入标准。	由中国证券业协会负责监管

[编者按]

作为新成立的部门，私募基金部的一个重要业务，就是向垂直类金融网站提供买方资产管理服务。这个商业模式的来龙去脉，今天想向大家汇报一下，也顺便谈谈自己对金融互联网的一些想法。

基于OTC建设 浅谈金融互联网的进化之路

文/南添 上海资产管理总部

卖方资管服务有一个先天难题：卖方机构要把自己的投资观点，强加到买方客户身上。很难让设计出的产品在营销过程中，刚好匹配潜在客户的需求。其实谁都明白，如果先有一定规模的客户投资需求，特别是明确看好的，其实再个产品对接非常容易。难就难在如何找到这些明确需求。

咱们券商搞客户分级，搞了好多年了。不管公司规模大小，没一个搞成的。一是没有那么细分的产品体系或者内容体系，无法启发客户去定位；二是客户本身对于投资理财也不成熟，容易片面化简单化的追求高收益；三是即使有大数据可以分级，也没有哪个券商的客服体系，可以投入那么大的资源去持续服务。

低成本高效率归集客户需求，却是互联网的优势之一。今时今日，互联网金融，热火朝天，谁都想来搞一把。不过，如果只把网站当作销售渠道，那么本质上还是卖方发起流程，互联网是销售渠道而已，仍是金融互联网的范畴。只有真正通过网站，群众中来群众中去，归集细分需求，

按需生产标准化产品、自动批量购买，才是我心中的互联网金融。买方资管服务。目前美国的投资机构 and 互联网相结合，已经进化出了motif这个真正的买方资管服务。

在介绍motif之前，先来聊聊中国当下的证投类的金融互联网服务的一些话题，好做个对比。至于融资领域的互联网服务，我没认真思考过，就不乱说了。

一、客户分级决定（证投类）市场格局

在公司内外各种培训场合，我把90-9-1模型说过很多次了。根据“价格敏感性”和“风险/产品服务要求”两个坐标，可以将客户分成三类：90%客户，追求便宜不追求品质，预期收益率是关键，哪怕背后风险重重。9%客户，喜欢亲历亲为，追求性价比，什么产品都问个底朝天，最难伺候。1%客户，追求品质，只要理念相符，过程清晰，愿意接受资产管理服务。这和客户是否有钱无关，是个偏好的问题，是社会发展阶段导致的。

银行，本是资管产品的重要代销渠道，

在“刚性兑付导致风险定价体系失灵”大背景下，代销的风险与收益不对等，促使其自己发行理财产品，然后赚取利差，将资金以“优先级”等保本保收益的方式，变相放贷给资管产品，风险最终完全聚焦到投资管理人身上。没有了（一家独大的）银行代销，经纪业务网点较少的券商、基金，就很难做大证投类资管规模，因为可用作劣后资金的资本金总有限。

对此美国资管产品更多是转向“FOF资产配置”模式，多元化分散风险，便于上游渠道销售；其次，投资机构的专业化和细分化，实质上形成一个内部分工的庞大整体，而非同质化的竞争。在国内，则是三种模式发展规模：

1、以高收益（即优秀业绩历史）打天下，各种宝宝（固收领域）、王亚伟（权益领域）等都是个中翘楚，直接能吸引90型客户。由于过去几年的社会无风险收益率高企，弄得证投类资管产品发行困难，因为他们接触到的大多数客户都是90型。除了结构化产品，主动管理类产品这几年

其实市场份额在萎缩。

2. 以坚持“低风险绝对收益”的星石投资为例，靠投资理念与风格化推动规模。

3. 以徐星投资的张东伟为例，靠投资理论的传播来推动规模。其实2和3是一条路，都是期望通过从9型客户中培养出1型的长期客户。路径越来越依赖互联网传播，不是主动去找9和1，是等他们自己找上门。

二、需求程度决定了互联网服务模式

轻度资管服务需求客户的冲动性投资、小额投资、高流动性投资、学习型投资等需求，特点是高频、低金额、决策风险不大、容易以产品和服务对接，无需反复宣传和沟通。交易层面的股票经纪业务和小额现金管理工具，是主要投资载体。场景环境，是触发这类需求自然产生的条件，因此如何培养这样的环境平台，就是寻找客户的关键，余额宝因为有支付宝、理财通因为有微信，导致竞争优势特别巨大。很多财经类媒体门户，虽然自称平台，但因为缺乏场景环境，又没有实现客户分级，从销售效率的角度出发，只能从事各种宝宝和P2P，希望通过简单粗暴的收益率来打动90型客户，但是打赢余额宝和理财通，在互联网的马太效应下谈何容易。

重度资管服务需求客户的大量投资、长期投资等服务需求，特点是形成决策所需时间长，对资产管理方的综合要求高，特别是在投资能力和诚信两方面。这方面，专业定位是关键。从盈利来源讲，利差、估值修复、价值成长、价值质变是主要的四种投资机会；固定收益、权益、衍生品是主要的三类投资领域；公募基金、基金专户、券商资管集合、私募基金、私募基金是主要的投资载体。很多的分类方法，

使得目前互联网上活跃着大量小众网站和APP，通过不断的沉淀客户，形成定位和风格，事实上实现了证投类客户的9和1型客户分级，特别是细分需求的归集，单个网站的需求总量虽不大，但稳定发展。

总结一和二，我们发现：

具有明确场景环境的“大众”网站，面对90型客户，满足轻度资管服务需求，顺着需求来，更快更方便更低成本的提供标准化产品，可通过规模化实现盈利。毫无疑问，BAT太过强势，券商只能沦为通道或工具。

具有明确细分需求的“小众”UGC网站，面对9和1型客户，满足重度资管服务需求，提供精准的个性化产品，通过高毛利实现盈利。这方面，券商因为掌握投资规律，优势明显。

三、UGC方不是能

UGC模式，是由用户自发生成内容，而非网站推送信息。论坛，算是最基本一种形态。社交互动，算是最重要的功能。证投类里的股吧、牛股王、牛股网、雪球等网站，是门户类UGC的典型代表。接下来我要结合个人总结的“UGC商业模式三定律”来谈谈个人观点。

UGC商业模式三定律：

(1) UGC生成的内容，要符合投资规律和社会需求。

(2) UGC要靠全天候的投资能力来落地。

(3) UGC产品尽可能以被动式管理和标准化运营为主，以利于互联网传播。

门户类UGC的优势在于，草根大V不断出现，始终聚集人气，网站经营效率最高。财经门户网站主观“造神”成功的随

机性太高，多半不成功，门户类UGC很容易造神成功，随机性干扰不大。草根大V，既是短期投资状态的反映，也是群众筛选出来的结果，里面暗含了很多心理学规律，也算是网站用户的心理投射结果。为什么超女比偶像造星，更能激起大众热情，也是这个道理。偶像模式，完全依赖娱乐公司的挖掘、包装、更新能力，必须把握每一轮年轻人偏好的改变。而选秀模式的重点，不是冠军是否有水平，而是如何实现粉丝的心理需求。如今门户类UGC主要以牛股王的海选模式和雪球私募网站的好声音模式为主。

选秀冠军唱歌不好听不是什么大事，草根大V领着大家炒股，如果亏损严重就是大问题了。这里有一个悖论，一个草根大V影响力越大，成绩越好，跟着他的资金就越多，如果一个网站同时有很多草根大V，全是赢家，谁输钱？！从统计结果上讲，这不符合投资规律，不符合业绩的分布结果。

如果一个网站，只有几个草根大V会怎样？从网站的经营上讲，网站的点击率，就完全依赖于这几个草根大V的投资状态。如果点击率和流量高度聚焦，长期看容易出现“一损俱损”，导致“日活”数据起伏不定。反观工具类、垂直类UGC，因为不注重造神，更容易实现流量的长期积累和稳定增长。网站的经营和投资，是一个道理，如何低风险、如何减小随机性、如何稳定获得某个概率下的高胜率，是提高期望值的关键。

另外，草根大V的短期投资状态好，和能长期盈利，不是一回事。短期成绩异常出色，恰恰说明长期盈利的可能性不高。因为从投资规律上讲，资产管理为了稳定获得某个概率，往往会主动提高组合内标

低了业绩的随机性。有关神奇公式的中文书籍刚出来时，我有幸和一个朋友很早就进行了摸索，发现大方向是没问题的，但是还有很多细节不清楚。经过去年一年天象一号的实盘运行，我们逐步在完善细节，有趣的是，目前国内量化投资规模最大的杭州龙旗的收益数据分布，和我们的价值组策略大体保持同向。我猜测，是否来自华尔街的他们，就是把这套成熟的东西给带回来了？！我想我们迟早会建设中国版本的motif，迟早！

虽然神奇公式像是种原教旨主义，一般人还做不来，但小众可以接受，就看你是否理性的安心于80%的成绩。至于美国大众最终就在投资规律和主观偏好间找了个平衡点motif。

m背后其实是成熟的专业投资方法论支撑的主题投资组合+UGC生成投资需求，比如用户深信可穿戴设备是发展方向时，他可以在m上根据后台股票评价系统生成的索引，选择20~30个标的，生成可穿戴行业投资组合，最低250美元就可以在网站实现建仓。

从用户体验上看，看似这是个主观炒股的事，但是背后的股票选择，是这50年来投资界沉淀下来的系统性方法，虽然没法选出最好的股票，但是80%靠谱，从效率值来说这就够了，专业人士花八成力气不过就是为了提高最后的二成。各种估值模型和评价体系其实大同小异，都只能解决80%，但是总比老百姓乱投机强。如果想提高最后的20%，洞察力是关键，更是天赋，努力死了都没用。

从商业化上讲，m实际上是一种买方资管服务，用户提出需求的方向，网站自动导航生成路径，同时在资管服务上叠加了经纪业务，这种一体化服务，缩短了投

资决策实现的整体过程，组合也符合投资规律，m的低成本和透明度，保证了组合理论收益和实际收益相差不大，可以大概率且稳定的获得一个良好成绩。这种互联网金融服务的客户体验极好，不知不觉中，客户的投资走上了符合投资规律的正轨，而且还觉得是自己做好的，让客户既赚钱又有成就感，算是满足客户需求最高境界了吧！

m的标准化规模化资本转化速度快，虽然不像天使、vc、pe对美国的贡献大，但宏观上讲，满足了绝大多数普通与良好的企业的资本融资需求，怪不得前任美国证监会主席列维愿意任职。m是一个高度文明社会的标志，我非常希望中国能有，但是现实是绝大多数人对到底什么是投资规律，还不是普遍性的清晰，民智未开。当然，m越不出来，也就说明A股的弱有效市场/无效市场的阶段还过不去，专业投资者还拥有巨大优势，自私点说是好事。

其实，我也不担心证券投资的互联网服务被BAT垄断，因为投资规律这件核武器还是掌握在我们手里，只是我们太缺乏互联网基因，如何服务客户是最大的短板。收集客户的需求，看似简单，如何大规模高效的做，就是基因问题了。我想，**只有互联网基因与投资规律的结合，才能真正做好“投资的互联网服务”。**

证监会主席助理张育军前两天视察东风时说，要狠狠抓住互联网金融这一创新发展手段，并加快发展以交易销售为核心的柜台市场。其实发展柜台市场，是解决产品对接。但客户需求在哪里出现、归集、细分，真正的市场就在那里，从这个角度说，互联网金融已是不可阻挡了，监管的

反禁不能从根本上改变，顶多是“金融互联网”这个阶段被延长而已。

等到国民投资理念的成熟后，特别是等90后到30岁开始理财时，他们对互联网的依赖，这种行为习惯将彻底颠覆银行网点和券商营业部存在的意义。为什么是他们更有决定意义？因为这是居民财富代际分布决定的。

即使有如腾讯今日如此庞大，当初也不过是倒CQ起步的。直接建设平台，不如布局垂直网站，对方能做大，必然有互联网基因，依靠对方的用户粘性，做好买方资管服务，将网站用户转化为客户，先活下来。等待台风形成时，凭借已有的根据地，寻找发动解放战争的时机，也许是条路。

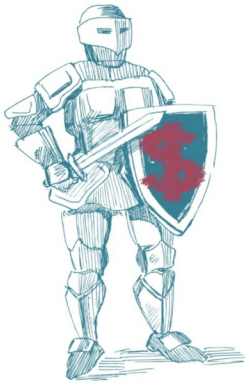
如果你对motif感兴趣，可以和我们联系，虽然这事还早，但谁知道哪？！👉

后记：

以上是个人观点，供同事之间交流。横向沟通的越多，大伙对私募基金部的工作路径就越清楚，不过从商业竞争的角度讲，还是请大家不要对外转载里面的内容了，谢谢！

浅谈 场外市场的风险管理

文/郭晓麟 风控合规部



目前，场内市场和场外市场的概念演变为风险分层管理的概念，即不同层次市场按照上市品种的风险大小，通过对上市或挂牌条件、信息披露制度、交易结算制度、证券产品设计以及投资者约束条件等作出差异化安排，实现了资本市场交易产品的风险纵向分层。

在场外市场蓬勃发展的同时，其风险特征也不容忽视，主要体现在以下几个方面：

（一）与场内市场相比，场外交易呈现出透明度不足的特征：一方面是定价机制的不透明，因为交易双方需要依赖内部模型进行估值和定价，难以形成统一有效的公允价格；另一方面是信息的不透明，由于交易的主要参与者为大型机构，往往造成对信息的垄断。

（二）在场外发行的金融产品，尤其是金融衍生品，一般具有不对称的产品风险。其一，金融工程师们运用复杂数学模型设计的场外产品，经常对基础资产的现金流进行了“剪裁”，并用杠杆加以放大，因此更加难以预测其损益；其二，作为交易对手的投资银行或商业银行充分掌握着估值技术和风险管理技术，造成了对产品风险理解上的信息不对称。

（三）场外产品不同于场内产品的重要特征之一是外部监管要求存在巨大的差异。场外产品在历史上一直是游离在监管当局监管视野之外，更多依赖于参与者的自律管理。如何使得场外交易更加公开化、透明化，将成为监管当局、交易所和行业协会现阶段努力填补的空白点。

(四) 场外市场的风险暴露是多元化的, 由于其产品设计的复合性, 市场风险、信用风险、流动性风险、操作风险、法律风险往往以错综复杂的形式同步浮现, 这需要场外市场的参与者加强对场外市场的风险理解, 建立更加完备、可靠的全面风险控制机制。

现阶段, 我国越来越多的证券公司开始利用场外市场来管理风险和配置资源, 以实现自身健康、可持续发展。而场外风险管理可以从几个层次着手:

(一) 证券公司应明确通过风险管理机制最终实现以下五项控制目标: 战略目标、资产安全目标、经营效率目标、财务报告目标和合规目标。

(二) 建立审慎的内部控制环境是实现控制目标并保障风险管理的有效基石, 而审慎的内部控制环境至少应该包括: 稳健的风险管理文化、完整的风险管理组织架构、明确和严格的职责划分、必要的专业性能力和反映风险的激励机制。

(三) 证券公司在参与场外业务时, 应当关注内外部环境及相关风险因子变化对企业的影响, 以识别潜在风险事项, 运用评估工具测算风险敞口, 并结合公司的风险偏好、风险容量和风险容限来确定应对措施, 最终实现风险的可测、可控和可承受。主要应从事项识别、风险评估和风险应对三个步骤入手。

(四) 为确保风险应对措施得到有效的贯彻和落实, 公司应建立相应的控制活动, 应注意以下几个环节: 决策与授权、风险限额、风险监控和信息系统。

(五) 及时、准确和完整的信息以及畅通的沟通是公司相关人员履行风险管理和其他职责的保障。因此针对场外业务的信息和沟通, 公司应注意对内和对外报告, 以及交易和风险沟通两方面的工作。

对场外市场风险管理体系的建设不能一蹴而就, 这就需要证券公司运用“试错法”反复尝试, 积累足够的经验, 其回报也将是丰厚的。★





“一码通” 推出正当时

今年10月，中国证券登记结算公司将为所有持有证券账户(包括A股账户及封闭式基金账户)投资者配发“一码通”账户。

实现统一账户管理，将提升客户的便捷度，降低券商运行成本，也有利于跨市场产品的推出。一码通业务的启动，将使证券市场的账户资金充分流动，是券商之间二次开疆扩土、行业洗牌的重大转折点，而中小券商及互联网券商更容易灵活调控佣金及迂回服务，顺应互联网证券的时代潮流。

“一码通” 相关规则概述及解读

文/蔡国涛 产品服务部

一、证券账户整合工作概要

账户整合核心内容

中国证券报：目前中小券商纷纷涉足互联网，以低佣金为主要手段拓展业务，经纪业务是中小券商快速发展的突破口吗？

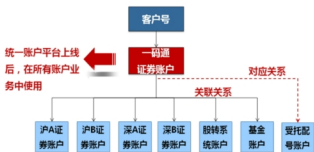
证券账户整合工作是资本市场非常重要的一项基础建设工程，由中国证券登记结算有限公司(以下简称中国结算)于2012年9月启动。总体思路为：建立统一账户平台和配发一码通证券账户。



一套规则

重大业务变化	变化简述
逐步放开一人一户限制	删除原证券账户管理规则中 3.6 条“对于同一类别和用途的证券账户，一个自然人、法人只能开立一个”的限制性规定。 在现行对证券公司、证券投资基金等特殊机构放开一人一户限制基础上，在统一账户平台上线初期将放开范围逐步扩大到普通机构投资者和因沪深港通交易需要的个人投资者，下一步再择机尽快全面放开一人一户限制。
全国统一业务细节	全面统一账户业务申请材料及处理流程等业务细节。 配套发布统一适用的账户业务指南，全面统一不同市场账户业务细节性要求。
统一中国结算柜台账户业务	打通中国结算京、沪、深三地账户业务柜台，实现通柜受理各市场账户业务。
统一并延长账户业务对外服务时间	统一账户平台上线后，开户等账户业务的服务时间将统一延长至17:00(上线初期将先延长至16:00)
统一新开证券账户可使用时间	目前上海市场是T+1日可用，深圳市场是T+0日可用。考虑到对新入市投资者需要进行适当性评估以及回访确认等情况，统一新开证券账户可使用时间为T+1日。
统一并降低账户业务收费标准	减少账户业务收费项目，统一并大幅降低投资者开户费用，进一步降低市场成本。收费项目由此前七项调整为证券账户开立、账户注册资料变更及账户注销三项；沪深A股账户的开户费用，由个人90元、机构900元调整为个人40元，机构400元。
优化账户信息变更业务	针对投资者多处开户情况，为进一步强化账户实名制，方便投资者办理账户信息变更业务，规定了不同开户代理机构对同一投资者证券账户全面信息同步变更的要求；为同时保证证券账户与资金账户关键信息保持一致，要求证券公司联系投资者同步修改资金账户关键信息。

一套账户（一码通账户）



第一阶段

一码通证券账户在账户开立、账户资料查询、账户资料变更等**证券账户业务**中使用。

第二阶段

投资者可使用一码通证券账户查询证券持有信息以及办理证券质押、非交易过户等**登记托管业务**。

第三阶段

投资者可使用一码通证券账户在**跨市场业务**中办理证券划转及股份确权。

二、相关规则解读及分析

核心变化

(1) “一人一户”限制放开

现状：上交所一直实行指定交易制度，即每个投资者只能在一个券商开设一个证券账户。当客户想变更券商时，必须对账户进行取消现有的指定，重新建立新指定，无形中产生了切换成本。深交所虽然没有指定交易，投资者可以在多个券商拥有资金账户，但同一时间可以交易的也只有一个证券账户，实际上还是“一人一户”。

未来：“一人一户”限制也将在新规则实施后逐步放开。规则中删除了原限制性规定，在现行对证券公司、证券投资基金等特殊机构放开一人一户限制基础上，在同一账户平台上线初期将放开范围逐步扩大到普通机构投资者和因沪港通交易需要的个人投资者，下一步再择机尽快全面放开一人一户限制。

(2) 构建以投资者为核心的多层次账户体系

一套账户：为投资者配发一码通账户，关联沪深A、B股等各类证券账户，为投资者清晰呈现账户全景，方便投资者查看各类证券账户信息，方便办理各项业务。

一套规则：全面统一账户业务规则及处理流程，消除沪深市场账户业务差异带来的影响，提高投资者办理账户业务时的效率。

一套系统：建立统一账户平台，负责账户业务的统一运营，承接原有中国结算沪深分公司开户系统的功能，证券公司的账户系统只需与统一账户平台对接，为投资者实现各市场账户业务一柜受理。

(3) 对投资者带来诸多好处

一套账户，查询管理更便利：在全市场为投资者维护一套账户资料，投资者可以在任何一家有委托交易关系的证券公司查询和更改账户资料。

无卡通行，办理业务更轻松：取消纸质账户卡，将来投资者办理业务时无需再出示纸质账户卡。

统一规则，开户销户更便捷：将上海市场和深圳市场新开户统一为T+1日可用，账户注销统一为T+0日生效。统一中国结算柜台账户业务，中国结算沪、深分公司柜台均可同时受理两市

特殊法人机构投资者账户业务，不再分市场受理。

一人多户，投资交易更方便：取消“一人一户”限制性规定，允许确有需要的投资者开立多个证券账户。

降低费用，开立账户更实惠：只收取开户费一项，收费标准统一并大幅度降低。

一码贯通，资产划转更方便：在办理B转A、公司退市再到三板挂牌、跨市场吸收合并等涉及资产划转的业务时，对于已经与一码通账户确认关联关系的沪深A、B股证券账户、股转系统账户等，可以申请直接办理资产划转，不需要投资者再行确权。

专注客户，财富管理更专业：以一码通账户为基础可以进一步完善投资者适当性管理制度，实现证券市场客户服务从“账户”到“人”的转变。投资者在开通不同业务时不需要重复进行风险评估操作，证券公司也能更方便地获知风险偏好，提供量身定制的财富管理综合服务。为开展各项业务产品创新提供基础支撑。

相关分析及点评

(1) 对投资者的主要影响

业务办理便利及简化：为投资者配发一码通账户，关联沪深A、B股等各类证券账户，为投资者清晰呈现账户全景，方便投资者查看各类证券账户信息，方便办理各项业务。

提升迁徙能力：与统一账户体系相适应，后续深市“一人多户”的账户整合，以及沪市指定交易的取消是大势所趋。过去投资者开立股票基金账户基于沪、深交所，基于证券公司，基于地域的限制有望全面放开，投资者开户、转户的“物理门槛”和迁移成本将大幅降低。受益于未来的“一人多户”，投资者在不同券商间的迁徙能力将提升。投资者可以在不同券商间开立账户，而不用注销之前券商账户。

提升议价能力：投资者对现有券商的佣金议价能力提升。一旦“一人多户”制度放开以后，投资者无需销户环节就可直接开户，可以在不同券商间开立账户，而不用注销之前券商账户。

(2) 对证券行业的主要影响

新增开户数有望增加：

分析人士认为，在市场信心回暖、股市预期向好的背景下，证券账户统一平台的建立以及开户费用的大幅降低，将增加A股市场对于新投资者的吸引力。

近一段时间以来，A股账户新增开户数呈现上升趋势，统一

账户平台上线及运行后的新增开户数有望继续增加。低佣金、客户体验好的互联网券商，将具备较大的吸引力，开户数有望显著增长。

行业竞争加剧，行业格局变化：

分析认为，由中国结算公司自上而下推动的账户改革，势必直接提高证券行业的竞争程度，进而带来行业格局的变化。有分析甚至认为：取消“一人一户”可能使整个行业面临重新洗牌。

统一账户平台上线后将进一步加剧券商经纪业务竞争，推动券商向财富管理转型，行业整合加速。券商经纪业务价格竞争和对客户资源的争夺将更加激烈，券商通道业务的客户黏性面临更加严峻的挑战，券商通过差异化、特色化服务提升中小客户黏性也将由此开端，佣金率、用户体验、渠道服务等将成为客户选择券商的关键。国内经纪业务费用比国际水平高，因此还有下调的空间。

券商必须进一步加强创新，展开多元化业务，避免同质化价格战，而券商的收购兼并趋势也将进一步加强。

倒逼券商提高自身综合实力及服务能力：

有分析认为，证券统一账户体系提升资产流转效率，更为注重优质服务提供能力。券商服务能力将进一步差异化，券商更加倚重服务能力实现盈利，通道作用将被弱化。

要把投资者留下来，或者要把投资者争夺到自己的交易平台中来，券商服务水平的提高是必不可少的。而这种服务水平的提高是全方面的。

佣金战已经过了，一码通出来之后就是拼服务。佣金降无可降了，券商要提供综合套利、高端的金融产品销售、融资融券、个股期权、港股通等等，很多业务要铺开，券商要做到的是，能给客户在不同时期配不同的金融工具。

具备优质服务能力的综合型券商将在客户资源竞争中占据更为有利位置。目前总账户是虚拟的，今后做实了，类似银行的总账户和各类子账户，投资者开立一个证券账户就可同时交易A股、港股和柜台交易股票，以及资管产品等，综合性券商将更得益。

随着统一账户平台的推出，“佣金宝”将成为国内券商共同的选择。还想继续实行高佣金政策者，必将被投资者所淘汰。而“佣金宝”类产品的推出将会成为券商发展的一大标志。

高净值客户的争夺加剧：

有分析认为，新规中放开“一人一户”给投资者提供了极大便利，但也给券商带来了前所未有的冲击，这种放开给行业带来的影响是巨大的，远远超过券商之间的佣金大战。“之前转户过

程漫长麻烦，高净值客户基本上不会浪费这种时间，所以只要服务不是太差基本不会转户，现在这些高净值的人可能不和你打招呼就转户。”“以前客户是属于公司，若要撬走其他券商客户，需要让客户到公司拜访；一码通之后，没有人维护的客户，其他客户经理只要上门拜访，直接在家里实现转户，这时的客户资源是属于客户经理的。”

有华南券商开始探讨留住大客户的方法，未来打算将研究所分出一块，专门成立一个服务中大型客户的研究团队，成为“非典型”研究所，加强与经纪业务部的合作，通过投资顾问，对800万元以上资产客户进行专门服务。事实上，这一块也是研究服务的蓝海，竞争并不是那么激烈。通过这样的服务，券商会提高中大型客户的黏性，从而降低转户的影响。

在该券商的营业投资顾问看来，通过总部专门的研究团队，提高客户粘度，或许是目前比较可行的应对转户的方。前述券商一位营业部投资顾问向记者表示，前期一些大户已经开始咨询转户问题，其主要的理由就在于该券商没有比较专业的服务。某些比较典型的大户不但会在一个地区的多个券商开户后进行比较，甚至会把能找到的券商营业部都进行一个“全程体验”，最后才决定将主要资产放在某家券商。而影响客户最终决定的关键，就在于这家券商是否能通过专业的研究，为客户提供相应的投资咨询等一系列专业服务。而这样的服务，在营业部层面是难以解决的，需要总部研究业务同期做出架构和方向上的转型。

加速佣金下降趋势：

多数分析认为，“一人一户”的取消，意味着客户将掌握选择证券公司的主动权，佣金率和服务能力成为客户选择的重要考量。“一码通”将加速行业佣金下滑，对行业影响中性偏空，并将改变行业格局，佣金率、用户体验、渠道服务等将成为客户选择券商的关键。在服务能力尚未建立的情况下，经纪业务佣金率将成为证券业竞争的重点，佣金价格战也将从新客户开户蔓延至老客户挖角，对竞争不充分区域、佣金率相对较高区域性垄断优势的券商的影响也将更大。预计券商间经纪业务佣金竞争将进一步加剧：一方面，通过与腾讯等互联网巨头合作，佣金率低廉的互联网券商市场份额有望迅速提升；另一方面，部分大型券商可以依靠业务全牌照和财富管理优势，提供综合金融服务，减少客户迁徙压力，仍以维持较高市场份额，佣金率将先抑后扬。证券行业原来以通道中介为主的商业模式受到挑战，佣金率的下降将持续拉低行业ROA（资产收益率），只有财务杠杆上升速度快于ROA的下降速度，才能维持ROE（净资产收益率）水平。

也有分析认为，“一码通”引起的降佣效应并不明显，佣金率仍将呈现缓慢下行的趋势，对券商业绩的冲击十分有限。券商佣金战实际开始于2014年初“佣金宝”的推出，此后市场佣金率呈现缓慢下降趋势，但并未出现断崖式下跌。表明各证券公司在面临客户降佣要求时，将通过提供附加服务等方式留住存量客户，在此期间并未发生大规模的客户迁徙现象。其次，低佣金战的边际效应递减明显，各券商的市场份额并未发生较大改变，国金证券从2014年初推出“佣金宝”后，经纪市场份额从0.79%上升至7月末的1.04%，中山证券“惠率通”推出的0.24%提升到0.26%。可以看到，在产品初期，其收益较为明显，但后期乏力，国金证券5月份至7月份的市场份额并未改变。从券商中报数据看，各券商的经纪业务营收占比均下降至少10个百分点，利润占比不足20%，但业绩表现依然十分靓丽。因此，在资产证券化、新三板等创新业务不断推进的过程中，佣金率的下滑并不会改变券商转型的大方向。事实上，“一码通”的推出是便利投资者、降低交易成本的基础设施完善，对资本市场发展不断促进，券商在此过程中将是最大受益行业。

推动券商积极布局互联网业务：

此次证券账户架构的变革，利好积极布局及开展互联网业务的券商及同花顺、东方财富等流量平台公司。非现场开户解决了客户导入的问题，而取消“一人一户”制度则为互联网经纪券商的大获客扫清了制度障碍，解决了客户流动的障碍。

“一人一户”限制最终完全取消后，实际交易账户的转换便利性显著增强，互联网经纪业务有望真正实现跨越地理空间的限制，充分发挥信息与成本的优势。互联网开户将开始真正发力，促进券商资源在行业内重新配置。互联网平台作为客户流量的重要入口，作为服务中小客户的重要手段将是各家券商的必争之地，互联网证券业务有望加速发展。

互联网金融是国内证券业发展的一大方向，券商或全部开展网上开户。“把话讲”o开通后，网上开户和转托管的效率有望大大提高，这也就意味着券商的竞争中线下转移到网上再升级，改变目前券商网上开户只能吸引新进投资者以及其它券商转入的小微投资者的局面。

监管层面最后的障碍只剩下牌照的简单放开。依照非现场开户，取消“一人一户”限制与预期中的经纪业务牌照放开的“三步走”路径，互联网经纪业务所需要的开放性政策只剩下最后一环。同时在临近的香港市场，纯粹的互联网经纪商已经出现，并有望在沪港通和深港通开放后传导至A股市场。由此总体判断，经纪业务牌照的放开将从制度上保证互联网经纪券商的畅通无阻，在预期经纪业务牌照放开之后，行业格局将面临进一步的分化。

对证券市场的影响

优化市场建设：

证券账户整合工作，是积极贯彻新“国九条”提出的“完善集中统一的登记结算制度”，是中国证券市场进一步优化基础设施建设的重要举措。

账户统一管理，便于多层次资本市场互通互联，了解投资者业务参与和资产配置情况，为财富管理、开展各项业务产品创新提供重要支撑。账户统一管理，将为券商打通柜台市场提供账户基础，同时也为券商间的支付体系（证联）提供更多的应用场景。账户统一管理，从结算层面利于跨市场产品的推出，例如沪深A股市场账户统一后，跨两市的ETF等产品或将更快推出。在统一两个交易所的账户接口之后，下一步中国结算还会推动全国各地的股权交易中心全部统一到一个接口。

建立股市一码通体系，将为中国资本市场打造统一标准的“高速公路”，加速中国资本市场的改革发展。同时，采用统一账户管理有利于简化投资者操作流程、节约市场成本等。

有利于加强监管：

统一账户是证券监管在技术上的一次跃进。以人为中心，把投资者的各类账户关联到统一账户之下，可以为监管者提供更加透明和完整的交易信息，降低监管成本，减少监管的盲区。对证券市场治理、公司治理、信息披露的提升有一定促进作用。

推动国际化进程及互联网应用：

统一账户平台对沪港通业务及其结算等提供重要支持，对证券业国际化进程及资本市场对外开放提供助力。

统一账户平台及体系将加速证券业融合互联网的速度，为互联网开户等互联网证券业务的开展及普及建立牢固的基础。

以上是笔者对一码通相关规则及业界分析评论的整理及选编，仅供参考。

我认为：一码通业务确实意义重大，它所代表及对应的统一账户体系以及“一人一户”最终全面放开，意味着券商通道时代的最终结束和服务时代的真正来临，并将给证券业及证券市场带来长久、持续及深远的影响。伴随互联网冲击和牌照红利的淡化甚至消失，证券业的市场化进程必将进一步加速。

这是一个更好的时代，机遇与挑战并存，机遇总是留给有准备的人。我们需要主动分析、积极应对一码通所引发的各种有利及不利影响，积极提升客户黏性及吸纳力，加强综合服务能力及业务协同，提升跨界金融服务能力。工欲善其事，必先利其器！

“一码通”具备的特点

- 1、一人可开多个证券账户。
- 2、大大提升客户开户、信息变更、注销等手续便捷度。
- 3、账户整合有利于降低证券公司运营成本，提高运营效率，完善适当性管理。

网络金融时代的一码通

文/ 胡皓磊 上海芳甸路营业部



在“一码通”上线的大背景下，中国证券业将完全进入互联网证券时代，证券市场将彻底变成充分竞争市场，行业内的佣金价格战可能也将随着“一码通”的产生而进一步加剧，低佣金率和优质客户体验的券商将具备较大吸引力，这对于互联网型的券商是极大的利好！天风证券作为一个开展互联网金融走在行业前列的券商排头兵，必将在此次“一码通”上线之际获得更大的发展空间。而在此之前，我们要做的是大量前期的准备和规划，归纳起来主要是以下几点：

- 1、建立投顾微信群，每天为客户提供大盘解读并实时解答投资者问题，为客户提供更便利、更好服务同时，增加客户对我们公司的黏性；
- 2、让营销人员建立或加入网络股票群，利用天风证券网上极速开户的便利性优势，积极发展网络客户群体；
- 3、对准客户进行二次开发，以低佣金高品质服务去接触客户吸引客户。由于有了“一码通”以及网上开户，客户的去留问题转化成了客户资金的去留问题，转户问题变成了开户问题。谁的服务更好，谁的手续更方便，就能获得客户的青睐；
- 4、大力拓展机构客户，提高机构客户的服务能力，做好机构客户的拜访和服务工作，要开源也要节流；
- 5、积极培育未来客户，去各大高校和大型企业举办培训讲

座和金融沙龙，来拓宽客户群体。

我认为上述的第5点是最为关键的一点。那些看似不起眼的散户、小户将是我们未来发展的主要目标，这是一群年轻的、精通网络以及电子设备的长尾群体，这个群体在以往一直都是处于被选择性忽视的状态，没有人愿意事倍功半的围绕着这些客户服务。而在今天，在互联网的作用下，自助式的体验和服务方便快捷，同时也非常契合这部分年轻人的生活习惯，可以说将来的增长一定是爆发式的。作为券商，大力发展这部分客户，才是我们的重中之重。

在日本，互联网交易占到了个人投资者股票投资总额的90%左右。根据日本证券业协会资料，1999年，互联网券商账户仅有30万户，到了2013年底，达到了1816万户，占据了日本证券账户数的90%，而前6名券商目前则占据了85%的市场份额。

中国的互联网券商在现正处于起步阶段，根据上述日本券商的经验来看，今后的10年将会是中国互联网券商发展的黄金十年，证券行业重新洗牌的机会已经到来，看谁能够把握先机。

天风证券已经走在了券商互联网化的前列，可以说这一仗已经胜利了。但是也绝不能掉以轻心，要赶在那些传统型的大券商苏醒过来之前将互联网这一块做大做强，确定压倒性优势，才可以这一轮的重新洗牌中获得最后的胜利。★

用互联网思维HOLD住“一码通”

文/郭彪 网络金融事业部

一码通的开放是中国证券业发展具有里程碑意义的时间节点，此役一举打破巨型券商的行业壁垒，将用户最为头疼的开户、销户、转户均到柜台问题一并解决。

除此之外，一码通将柜台主导因素降低，全面互联网化的金融属性，使得券商比拼从线下强取豪夺、铺点泛面、营业部为王的原始租鲁做法，真正进化为云端游戏，实现技术驱动、产品竞价、服务转型的现代化商业模式。

与此同时，互联网金融的马太效应也将进一步明显解除了地理桎梏。距离门槛，券商行业中的第一名与第二名将争得不可开交，但第三名第四名第五名可能就默默无闻……

以铜为镜，可以正衣冠；以古为镜，可以知兴替；以人为镜，可以明得失。自互联网发展以来，小型互联网公司快速成长的案例有：奇虎360（免费杀毒）、小米（粉丝营销）、百度贴吧（粉丝聚合地）、陌陌（线下SNS），从行业聚焦属性上看，除却新浪财经等媒体垂直领域一直屹立不倒外，余额宝（天弘基金货币理财）、百发百赚（嘉实·华夏高收益货币）、雪球（行业大讨论）、知乎（聚焦社群群落），



在APP中，模拟炒股（模拟并提供实盘股票开户&交易）、挖财（理财）、随手记（具备金融特征的小工具），都充分地印证了如下特征：

“用户至上”，“体验为王”，“免费模式”，“微创新主导”，“社交属性沉淀”；甚至包括，“公关战”。

他们的经验无不告诉我们，用户需求是被满足的，而让用户对“我”有需求，是被创造的。以上几个侧面，哪怕仅就将某一个点进行到底，就是优秀！实现两个，就是超越，均能做到，就是卓越。

人常说事后诸葛亮，事前猪一样。那么对于已经风雨欲满楼的一码通世界来说，天风是面临着如何的局面，自身又该如何应对呢？

笔者粗鄙，私认为，于当下的天风而言，在执行力和判断力均能保证的情况下，机遇远大于挑战，粗略划分，当备如下优势：

价格战，我们可以也必须扛得起：不能脱俗，价格战必成一码通首要特征。佣金、信用交易费率、投顾费率、行情费率、软硬件使用费率等价格纷繁复杂，以股市交易佣金为例，目前柜台从高至万十五，低至万二点五，处于极度混乱的局面，而在将来用脚投票的一码通时代，必然是价格越低，吸引眼球的关注度越高。作为公司而言，天风是轻型券商，我们需要承受的营业部压力相对而言较小；而站在营业部角度而言，我们的全牌照、多样化产品保证了收益的综合性。针对不同营业部的地域、客户群落特征，开发具有针对性的免费导向，但一定要注意增值服务的设计和用户投资心理的抓准。万二点五也许只是个开始，佣金战那怕再俗气，我们也需要打。但须牢记“免费引进门，增值靠个人。”

技术战，我们可以也必须Hold得住：

天风很早就具备技术优势的前瞻性，信息技术部、网络金融独立系统开发人员、呼叫中心、运营部门等技术核心力量，支撑住在一码通时代的技术压力。技术驱动是互联网时代的核心，不论是产品支持结构，对外合作品种，技术响应速度，还是线下技术线上化的改良，都是给用户极致用户体验的强保证。流畅、完整、细节入微都必须是我们的拿手好戏，“重视技术，敬畏技术，技术驱动，做技术领先的互联网券商。”

转型牌，我们可以也必须能随时落地：

天风向来都不畏惧转型，不论是公司股本营业范围的大刀阔斧，还是业务经历稳扎稳打的逐步演变，经济业务、债券业务、资管业务，甚至将来可视化信托业务，伴随着一码通到来，我们的业务转型及优势需要继续保持随机应变的状态。经济业务、资管业务、综合业务等全系业务范围融通随转。每一项业务都做好充分的准备，相辅相成，取长补短。转型不是为了转型，

而是让鸡蛋不要装在一个篮子里，每一个鸡蛋都具备孵出小鸡的可能。要快，要准，要稳，要狠。“天下武功，唯快不破”。

产品线，我们可以也必须随时跟上：

如上所述，“主线服务免费，增值收获效益”是互联网思维的核心之一，而金牌照&多业务，是天风区别于其他小券商的优势所在。以股票开户为例，除却国家法定的相关佣金外，通过O收益将用户吸引过来，辅之以其他增值服务，必将有所成。“羊毛出在猪身上”。

公关战，我们可以也必须弄声响：

历与外界多次的沟通，外界（金融圈、互联网圈、客户全）对于天风拥有的资质、业务的跟进能力都瞠目结舌，但此前对其可谓一无所知，天风还需要叫得更响亮。金融行业普遍在公关领域做得不好，几乎处于行内看门道，行外看热闹的混乱格局。即便稍有金融知识的人，也分不清国泰和国金、天弘和天风的差别，甚至都不知道他们是做什么的。在这个时候，天风应该站出来，向客户呐喊。我们不怕当吃螃蟹

的人，我们怕太羞着。“能唱就唱，唱得响亮，唱得漂亮”。

社交，我们可以也必须增加用户黏性：

当代互联网社会，从过去的B2C/B2C阶段，已经逐渐转换为B2C2C，即口碑传播时代。实现一传十，十传百，并且用户自发（加上推手因素）或被发进行传播，对于公司的市场来讲，是颇有裨益的。而在此前提下，我们需要通过网页论坛、APP端C2C公共平台、微信朋友圈等加强熟人之间、熟人与陌生人之间、陌生人与陌生人之间的沟通与互动。通过有技巧的引导，实现口碑的落地。“酒好不怕巷子深，就怕别人不讨论”。

一码通是一个博大的话题，笔者仅就自身的一点儿可怜的薄见，总结出如上因素，有等耳目，还望见谅，抛砖引玉，也为了有更多的观点和方法一同探讨。但是天风具备强大的信心和接地气的执行态度，这终将是我们将Hold住“一码通”时代的原动力。

天风，只为你成长，我们一直在路上。✪



探究“双百计划”

9月底10月初，公司的OA、QQ群、微信群被一个词密集的轰炸“双百计划”，公司的各个级别会议、访谈，包括对外宣传也频频出现“双百计划”的内容，那么，什么是“双百计划”？这个项目对整个天风，对我们每个天风人会产生哪些影响？我们怎么参与到这个项目中来？

现在我们来为你——解答。

人力资源部



“双百计划”的缘起和概述



“人”是企业最重要的资产，若想成为行业里百分之百的英雄，就需要先凝聚一批行业里百分之百的高手。对于天风这样一个处在快速发展期的小券商而言，人才的高度更是直接决定了公司的高度。天风的“双百计划”“就是这样一个提升公司”高度“的计划。



“双百计划”源于董事长年初的设想，他提出人是公司发展中最重要生产资料，是否能够吸引和培养更多、更好、更优秀的人才为天风能否成为一流企业的最重要因素。所以，他提出了一项骨干人才发展计划“双百计划”，即到2016年底，公司能够拥有100个符合市场标准的高端人才，在2016年底，还要培养出100个左右的80后甚至是85后的青年骨干。

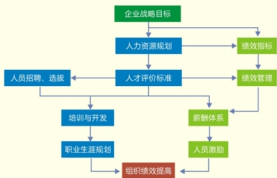
更具体点说，“双百计划”是公司行业领军人物、中高层管理人才和团队骨干人才的储备池，是将公司最优秀最具发展潜力的人才作为培养对象，提升公司整体人才水平的一项计划。”双百计划“如果能够运作良好，将达到以下一些目标：

- (1) 未来几年内公司对人才需求有清晰的认识；
- (2) 有明确的培训路线，可以充分发掘人的潜力；
- (3) 有明确的流程、计划和机制来保证人才的培养；

- (4) 各相关者知道做什么、会做、并愿意做；
- (5) 公司需求的人才梯队不断层。

从更长来看，“双百计划”对于公司而言，能够源源不断的培养出公司需要的人才，并增强人才培养的针对性和效率。对外，增加人才引进的成功率，缩短引进人才的磨合期；对内，建立健全人才激励机制和培训发展机制，减少人才流失，增强人才归属感，从而确保公司的永续发展。

因此，“双百计划”的实施要以公司战略目标为前提，以公司整体的人才资源规划为纲，在制定有效的人才评价标准的基础上，逐项落实到人员招聘与选拔、培训与开发、以及人才的职业生涯规划，最终达到组织绩效提高的目的。



不难发现，这其中有两个关键工作，“人才评价标准制定”和“培训与开发”。其中“人才评价标准制定”是衔接公司人力资源规划以及“双百计划”后续所有工作的基础。有了明确的人才评价标准，我们就能梳理出公司里的整体人才状况，包括人才的年龄、学历、工作经历、业务绩效完成情况等，而且可以根据需要对各业务条线、后台部门以及各年龄段的人才情况进行整体评估，从而绘制出从个体到局部，再到公司整体的人才图谱。将这些结果与公司战略所需要的组织能力进行比对，就可以得出一段时期以内天风证券的人才发展重点。

而“培训与开发”则是“双百计划”落地的关键。从长期来看，双百计划的落

实将会是培训与绩效两条腿走路，不过近期来看，培训将是更容易且更基础的切入点。因为，培训是促进员工个人成长最直接的方式，也是整体团队、部门某些能力的好办法。从基础上看，目前公司已经逐渐在搭建包括集中培训、网络培训、外派培训等多种方式的课程体系，在不长的时间内，每个需要的员工都可以轻易的获取到他们需要的课程内容；更重要的是，从实践中看，员工可以通过在岗培训，干中学、导师制、做讲师等方式直接将岗位中的更有价值的“隐性知识”内化为生产力。

需要指出的是，“双百计划”无论从提出，还是最后的落实，都将是一个长期而艰巨的工作。一方面，随着公司内外部环境的变化，包括人才评价标准、培训体

系、绩效体系在内的“双百计划”的各个变量都在不断的变化之中，今时今日的英雄在明时明日就成了狗熊，今时今日有效的培训手段在明时明日很可能就行不通了。因此，双百计划必须时时检查，及时调整。另一方面，更重要的是，“双百计划”的落实需要上至公司高管、下至刚走出校园的新员工在内的每个天风人的共同努力。员工的成长不是一个双百计划项目组就能完成的，更多的责任将由员工本人和部门承载，“双百计划”从某种意义上只是一个引子、一个工具，引导天风建立一个尊重人才、培养人才的机制，提供一个从上到下贯穿整个组织的能力发展工具。但，落实到位，还是你我共同的责任，也是每个与天风共同成长的天风人的责任。★



“双百计划”的总体计划及进展

●● 双百计划作为公司人力资源规划的重要组成部分，担负着培养公司骨干人才的重任。



双百计划作为公司人力资源规划的重要组成部分，担负着培养公司骨干人才的重任。凡事预则立不预则废，良好的工作需要周密的计划和优秀的执行来保障。为了能够将双百计划落到实处，项目组以2014年底为项目节点，将双百计划执行分为两个部分：整体筹划与组织阶段，培训与发展实施阶段。其中整体筹划与组织阶段的主要工作放在了2014年完成，目标是理清双百计划的实施逻辑，搭建双百计划的整体框架，完成现有人才盘点以及启动实施部分培训与发展工作。

从工作实施方面看，2014年作为“双百计划”的启动年，需要项目组完成相当多的项目基础准备工作。自今年年初以来，项目组完成了“项目提出”、“方案上会”、“项目启动会”、“各部门访谈”、“能力素质标准制定”、“客观标准制定”、“整体测评方案及量表设计”，目前进入了“组织人才评价”阶段。（如下图所示）



具体而言，2014年3月和4月，由人力资源部负责成立了“双百计划”项目组，对国内外相关企业的人才发展计划及公司人才战略要求进行了调研。

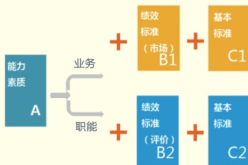
项目组认为，“双百计划”的内核应该扩展到整个公司的人才发展中去，也就是说，不仅包括培训和发展，同时，要与招聘和绩效相结合，贯穿到公司人力资源管理的每个部门。同时，结合公司现状，项目组扩展了“双百计划”的覆盖范围，即不局限于某个特定年龄段，包括公司高管在内的所有天风人都纳入到双百计划之中，跨越层级、年龄、业务的同时，让每个同事都受益。

5月上旬,项目组就“双百计划”的整体思路、总体工作流程、培养方式、主要难点及解决向包括董事长在内的公司部分高管进行了初步汇报,详细说明了项目组对于“双百计划”的理解和2014年的主要工作规划。

项目组认为,天风“双百计划”的人才无论是从客观实际来看,还是从培养与发展的需要来看,都应该是分层次的(如下图所示),每一类人才的“标签”都代表着这一类人才共有的品质。譬如“精益员工”的素描:他是公司基石,是公认的人才,他不仅“用脑”更“用心”,所以创造了值得骄傲的业绩。

人才类别	人才标签	细分类别
行业级	行业领袖	行业顶尖
公司级	准企业家	公司领军 公司领先
团队级	精益员工	团队核心 团队精英 团队骨干
未分级		

在人才评价标准方面,项目组设计了一套包括客观标准和能力素质测评在内的多维度的综合人才评价体系。



项目组将公司人才的能力素质归结为20项能力素质项,包括:理想主义、真诚开放、执著坚毅、平等尊重、勤奋敬业、沟通协调、坚守原则、终身学习、客户导向、问题解决、创新改进、团队建设、战略思维、业务协同、计划管控、财务敏锐、战略决策、创造共识、资源整合、引领变革等,通过360°测评以及心理测评等手段,评估被评价人已经表现出来的能力及潜质,以及其中的认知差距,从而一方面可以评估其综合水准,另一方面也得到人才在各个能力素质项上待发展的细节。

基于公司现有绩效评估体系的现状,项目组将人才大致划分为业务人员和职能人员两类,采用不同的评价体系。业务人员主要采用市场评价标准,以业务绩效为主,辅之以包括学历、管理能力等。而职能人员则采取类似周边评价的评价体系。当然,随着公司不断发展,有关绩效评价的体系也将会越来越完善,从而推动整个评价体系变得更科学。

在方案会上之后,受到了公司领导的高度肯定。于是,6月中旬,公司召开了涵盖所有二级部门负责人以上同事在内的“双百计划”启动会。在会上,项目组向大家汇报了项目前期准备情况以及6至9月的初步工作计划安排。会后,在与领导的广泛参与和支持下,项目组通过两轮以上的反馈,完成了20项能力素质项的评价标准,即正负面行为项的制定,建立了测评基础文档。

7月初,项目组分别对武汉、上海、北京的部分公司部门进行了新一轮访谈。一方面取得了各部门领导对项目的进一步支持;另一方面,就后续培养方案等问题广泛征求了各部门的意见。更重要的是,各业务部门陆续通过部门讨论和领导决策

等方式，产生了相关的客观评估标准。

9月中旬，项目组引进了外部咨询机构参与“双百计划”人才盘点工作。项目组期待合作伙伴的参与能够在三个方面提升项目的成功率。第一，技术支持。由于参与测评人员占到公司总人数30%以上，因此，技术平台的搭建变成了一个制约项目成效的关键问题，外部咨询机构能够提供定制开发的问卷测评平台；第二，客观公正。公司内部主导实施会不可避免的受到各方面的影响，公正和有效性可能受到挑战，外部咨询公司作为防火墙可以将项目实施过程中的相关影响因素屏蔽。第三，心理测评，心理测评作为非定制且专业化的项目，咨询公司的经验比项目组现有的人员更加丰富，在这个模块上能够更好的保障项目的成功。

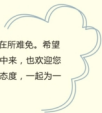
10月上旬，公司正式开展人才盘点测评工作。首先由公司各部门根据前期制定的客观评估标准上报推荐人员名单，同事辅之以个人自荐。之后项目组按照名单，制定相应的测评关系，被测评对象涉及公司所有部门，参与测评人员覆盖公司30%以上。

在2014年余下的两个月时间内，项目组将会至少完成以下一些工作：

阶段	开始时间	工作	工作产出	
线上测评阶段	11月中旬	360及心理测验结果处理与呈现 (1) 心理测验数据处理 (2) 360个人报告生成	(1) 心理测验报告 (2) 360测验报告	
部分人员 线下测评 阶段	题目命制 及审核	11月中旬	编制职业发展面谈题目（题目设计、考察点等）内部专家沟通命题要求	面谈手册电子版
	准备与 测评 实施	11月 中下旬	面谈 (1) 面谈考官培训 (2) 实施面谈 (3) 面谈分数汇总	面谈成绩
阶段结果呈现	11月 下旬	撰写并提交盘点报告 (1) 撰写团队级、公司级、行业级测评人员个人盘点报告 (2) 撰写群体盘点报告	(1) 团队级、公司级、行业级个人盘点报告 (2) 群体盘点报告	
结果整合分析汇报	12月 月上旬	整体分析、出具团队发展报告 (1) 针对群体测评人员的数据进行分析 (2) 呈现团队报告并与管理层沟通	团队整体报告	
结果及发展 报告沟通	12月	项目组赴各地，与双百计划人员及所在部门进行沟通 (1) 就个人发展情况及个体行动方案进行沟通确认 (2) 就团队或者部门人才发展状况及培训发展建议进行沟通确认	个人及部门培训 发展建议	



双百计划是一个长期的项目，2014年完成的更多的是基础工作，疏漏和不足在所难免。希望所有天风的同事，无论您是否在“双百计划”之列，都能够积极的参与到这个项目中来，也欢迎您指出项目组存在的问题，提出您的意见和建议，项目组将会一直秉承开放与虚心的态度，一起为一个更好的天风不断努力。✪



“双百计划”访谈录

面对一些疑问，我们专访了“双百计划”项目组的执行负责人——人力资源部杨帆。

Y=杨帆

T=天风人

——“双百计划”是培养200名符合公司文化、“有战斗力、创新力、能凝聚人的骨干员工队伍”。

T 公司近一段时间有很多同事都收到了你们“双百计划”项目组的邮件、短信、OA沟通，能给我们讲讲这个“双百计划”是个什么计划吗？

Y 首先对被我们项目组催做问卷的同事表示感谢，我们项目组前一段时间保持至少每天一种渠道，滚动执行的方式联系所有参与“双百计划”测评的同事。

然后，简单的讲，“双百计划”就是天风的骨干员工培养计划，目标是在2015年至2016年培养200名“符合公司文化，有战斗力，创新力，能凝聚人”的骨干员工队伍。

T 200名？现在公司只有1000多人呢？

Y 所以其实比例很小啊，而且公司这几年人才引进、校园招聘的力度都很大，到了2016年人数估计远远超过一千人了。我们预计人员大致比例也就是在10%左右。

T 那岂不是要求很高？

Y 是的，而且这个标准随着公司的发展也是在不断提高的。

——“双百计划”将人才划分为四级：行业级、公司级、团队级以及未分级，其中前三级的人员我们列为“双百计划”的人才，分别对应3种人才标签行业领袖、准企业家、精益员工。

T 进入“双百计划”有什么好处呢？

Y 从长期的角度来看，我们确实有个思路，将人才评级与个人的薪酬绩效、培训发展相结合的打算。不过，目前本年度的方案还是打算先将人才评级与培训发展相结合。对不同评级的人才的配套实施方案是不一样的，相关的投入也会不一样。

T 还有级别要求？

Y “双百计划”将人才划分为四级：行业级、公司级、团队级以及未分级，其中前三级的人员我们列为“双百计划”的人才，分别对应3种人才标签行业领袖、准企业家、精益员工。单纯从标签上我们也能看出三种人才之间的区别：行业领袖最

高端，他代表了整个行业的高度，无论是对于天风而言还是对于行业而言，这样的人才都是凤毛麟角的；准企业家则是指公司里最 top 的人，他们正带领着天风的某个业务条线发展，他们不是单纯的管理者，更是领导者和决策者；而精益员工则是天风的中流砥柱，双百计划中的大部分成员会集中在这一层次，因此，这一层次虽然是“双百计划”中最低的层次，但从某种意义上来说却是最重要的层次。

T 听起来好复杂，能简单点说吗？

Y 简单说就是，我们建立了一套人才评价标准，将公司人才从高到低分成了四级，前三级进入双百计划。

T 那些未入选双百计划的同事呢？

Y 首先，这个双百计划名单不是一成不变的，我们至少每年会重新梳理一次，今年名单上没有你，下一年可能就有了。其次，除了双百计划以外，公司还有新员工培养、星级讲师培养等其他人才培养计划，保证公司的每个人都会覆盖到，不会有疏漏。

T 这个名单是固定的吗？明年还有类似的计划吗？

Y 这个人员名单是每年都要梳理的。今年你有可能是团队级，明年就有可能下来了，而在双百计划里面了。

—— 人才选拔的流程大致包括申报、审核、测评、确认四个步骤。

T 那你们的标准是什么呢？我想加入这个计划，怎么才能加入呢？

Y 这就是我们今年的重点工作了，我们称之为“人才盘点”。

T 什么叫“人才盘点”？

Y 简而言之就是把公司现有的人才情况盘点出来，看看符合双百人才标准的都有哪些人。这里面包含两个方面的工

作，第一，提出标准，第二，盘点人才。

项目组从今年三月份就开始执行提出标准的工作，大致上包含两块：一块叫做客观标准，包括工作业绩、行业经历、相关资格等“硬”标准，这个标准是由各部门自己提，然后项目组将类似业务条线的标准统一起来形成的，中间反复反复跟相关部门负责人确认过好几次。另一块叫做能力素质标准，是衡量人才现在所表现出来的能力素质与潜能的。

T 这段时间你们发给大家填的，是不是就是有关这个能力素质标准的问卷？

Y 是的，因为对于发展与培养而言，能力素质其实是最重要的内容，有个专业名词叫做“冰山下的部分”，我们只有通过各种测评手段，才能判断一个人的整体能力素质情况。既包括他已经表现出来的，也包括他未能表现出来、却具有很强潜力的部分。我们可以通过适时适当的培养，提高他的能力素质，并把他的潜力激发出来，这样不管是对他个人而言，还是对公司而言，都是一个好事。

T 能给我们详细讲讲这个能力素质标准吗？

Y 这次能力素质标准测评主要包括两个部分，一个部分是的能力素质项测试，一个是心理测评。心理测评想必大家都明白，我就不多说了，重点说一下能力素质项测试。

项目组前期通过多轮，包括总部、北京、上海等地区的调研，综合了公司企业文化、行业标杆以及相关经典理论，总结了20项能力素质项，其中有8项，是每个天风人必须达到的，我们称之为通用素质项，4项是团队级需要达到的，4项是公司级需要达到的，4项是行业级需要达到的。为了能更精确的测量，我们给每个素质项建立了8到10项行为项来解释能力素质项的内容，包括正面行为和负面行为。比如，有个能力素质项叫平等尊重，怎么判断一个人有没有平等尊重呢？其中就有一个行为项是“处事客观，没有以公报私的现象，能正确对待他人对自己的批评”，这样，在测评的时候就有了准确判断的可能。

T 那你还是没有说你们是怎么把人选出来的啊？

Y 人才选拔的流程大致包括申报、审核、测评、确认

四个步骤，具体流程是这样的：

在相关标准已经制定完毕的情况下，9月底10月初的时候我们要求各部门依据客观标准上报符合标准的同事名单，同时，放开个人报名的窗口，允许个人直接向项目组申请。然后项目组汇总上报到人才评价委员会，由人才评价委员会确定拟入围人员名单。

项目组按照这个名单对他们进行测评，包括360°测评以及心理测评，当然，之前还有客观标准的审核。

等到所有的测评结果出来之后，项目组会将结果汇总，并剔除掉一些达不到标准的同事，然后上报人才评价委员会审核。这样才能将双百计划的人员名单确定下来。

Q 那为什么有那么多人收到问卷了呢？包括一些刚毕业入职的同事？你们不是有个标准是“入司一年以上或者行业经验三年以上”吗？

A 那是因为我们有个测评是做360°测评，所谓360°测评就是让被测评人的上级、下级、平级的同事，以及他对自己的评价，所以有很多同事虽然在双百计划入围名单之列，也会被通知到参加测评，因为，他们需要评价别人。

在这里，我再一次感谢那些辛苦参加测评的同事，天风是第一次搞类似的测评，加之题量较大，因此大家都有点不习惯，不过大部分参加测评的同事还是很好的完成了，特别是很多部门负责人，包括公司领导评价的对象都特别多，但是他们还是在百忙之中抽空完成了。

我们会给每一个双百计划的成员出一份测评报告，详细的描述他在各个方面的优势和劣势，并根据测评结果，制定相应的培训计划和发展的建议。……而对于公司而言，我们会综合整个天风的测评情况以及各部门的测评情况制定公司或者部门的短期、中期、长期的培训发展规划，让本次测评的结果实实在在的落地，让双百计划中的每一个同事得到帮助。

Q 这些问卷最后都由项目组汇总吗？我要是对被测评对象不满意，你们岂不是都看到了？

A 首先，这次测评的所有数据都是由外部咨询机构整合输出给我们的，项目组对于原始问卷其实也不能掌握。更重要的是，项目组其实不关心个人对个人是怎么打分的，除非外

部咨询机构告诉我们某个人的问卷打打有问题，是乱打的，否则，我们只关心某个人的最终测评结果。因为，只有这个结果才是有意义的。

Q 你们拿到了这个结果之后会有什么用呢？

A 我们会给每一个双百计划的成员出一份测评报告，详细的描述他在各个方面的优势和劣势，并根据测评结果，制定相应的培训计划和发展的建议。每个人的报告都不一样，都是量身定做的。而对于公司而言，我们会综合整个天风的测评情况以及各部门的测评情况制定公司或者部门的短期、中期、长期的培训发展规划，让本次测评的结果实实在在的落地，让双百计划中的每一个同事得到帮助。

Q 具体你们下一步会有啥动作？

A 11月份下旬我们项目组会将数据处理作为最重要的工作，力争将相关报告整理出来。下旬至年底，我们就会奔赴各地，与双百计划成员以及各部门进行沟通，一方面反馈结果，一方面搜集大家的建议和意见，并将相关的规划拟定。在年底之前，我们争取组织双百计划中的部分成员完成一次或两次学习与培训，至于说形式，不一定会以集中培训的方式。当然，相关成果，我们也会向整个公司公开。

Q 我们就静候佳音。感谢您今天接受我们的采访。

A 多谢。✿





天风证券2015校园招聘 ——漫画系列——

我的梦想就是读大学



上小学的时候，
我中间曾被人骂过一次说就是读的很烂……



初中学毕业二到十的分数就低得厉害。



十五岁的时候，
我下定决心，要控制人生的第一辆宝马……



却发现！成绩差的年份成绩



十八岁，
我踏入校园，试图开始新一轮的征程……



这一次，没有作弊，却有更多信息。



我决定转学，
能用智商的小狗和狮子不是一样……



终于，到了决定转学的时候。



哦当然记得——

如果梦想是小龙虾，
那么敢闯敢拼就是
油炸大虾的秘方。

唯有坚持不懈，
才能享最顶级的
美味大虾！



欢迎“来天风，一起闯”

本图由品牌管理部提供

像乔治·华盛顿一样 造我们的天风梦

TF Securities Dream

文/谢琦 品牌管理部

梦想的感召，可以让一个人改变命运，也足以让一群人去改变天地。

1776年北美大陆的星空下，乔治·华盛顿做了一个梦，梦见一个人人生而平等，自由独立的国度……美国梦由此源起，犹如一面始终飘扬在历史风中的大旗，引领着人民砥砺前行，赢得独立，赢得骄傲，让美国从东海岸13个狭长的殖民地，扩展到横跨大陆的50个州的超级大国。这一切的一切靠的不是天然资源，不是地理优势，更不是多种族移民，它靠的就是300余年生生不息的美国梦。

壮举各有不同，相同的是，它们都源于一个壮丽的梦想。在今天，天风证券正以令人惊叹的高速发展，连续3年被评为最具成长性券商，未来无限的壮阔，已隐隐可见。前所未有的机遇与挑战在我们面前展开，站在时代的路口，就像马丁·路德·金在林肯纪念馆前。让我们以天风人的信念告诉世界：我有一个梦想！

在我们的梦里，财富与金钱如同一曲乐章，而我们就像指挥家，在和谐激扬的乐声中履行使命实现国人财富梦想，助推实体经济发展，为社会创造价值。

在我们的梦里，世界最大经济体，近14亿人口的中国，需要有真正的国际化综合金融集团，能够与美国的摩根大通、荷兰的ING集团、瑞士的瑞银集团比肩而立。那就是我们愿景，在不远的未来站上世界的舞台，展现中国的金融力量。

三个世纪过去了，华盛顿也成为One Dollar钞票上的封面男人，却仍然见证着一代代美国人以《独立宣言》为基石，自由女神为象征，《宪法》为保障，民主为土壤，让一个个梦想的故事开花结实：非洲裔的奥巴马可以登上权力的顶峰；电影里的终结者可以是现实中的州长……

那么我们应该怎样做，让我们的天风梦，照进现实。

理念决定成败。在每个项目、每天工作中，我们需始终秉持“与客户共生共荣”的经营理念，和“只为你成长”的服务理念，对于利润的追求，不应妨碍为客户提供更优质的服务。不同客户，不同需求，我们对症下药。对于机构客户，注重的是企业级金融服务相关需求，天风提供综合性的金融解决方案，致力成为企业值得信赖的财富好伙伴。而对于个人客户，

如何让个人账户变得丰满起来，则是他们的关注点，所以我们量身定制个人财富成长计划，成为个人客户值得托付的理财好帮手。

眼界成就世界。纵观当下，线上线下整合趋势不可阻挡；多元化，个性化金融需求愈演愈烈；国际化的金融机制与平台全面接轨。这是一个边界模糊的时代，这样的时代背景下，我们需要突破传统，既要对行业内各业务属性进行整合，也要对外行业的价值进行嫁接，从而实现创新体制从点到面的跨越，打造具有鲜明天风印记的新金融体系跨界金融。

因此，天风证券以及每一个天风人，都应成为跨界金融服务专家。通过跨界，提供给客户更优势的平台和体验，更多元

的服务和优化的配置，更先进的技术和广阔视野。去看清潜力，去发现趋势，去领略更为广阔的天地。

也许不只是偶然，天风证券锻造出一支平均年龄仅30岁的年轻团队，而正是这群行业新锐们，用他们开放的视角、进取的精神，让天风证券在短短数年间，便跻身成为同等规模证券公司中的佼佼者，塑造出天风人特有的活力基因，奠定天风证券的品牌个性年轻激情、诚恳专业、敏锐果敢、乐于创新的年轻个性。

故事的最后，由华盛顿而起的美国梦仍在那里，就像哈德逊河口的自由女神，继续引领和感召她的人民。

同样，愿我们共同的天风梦，能让我们紧紧凝聚在一起，合众合力，向着目标奋力前行。✪



天风证券2015校园招聘——

天风学长 陪你追梦

假如用那杯水，你就一定是学霸级的选手咯



1

它只是一秒钟的播放，只需分秒



2



3

学霸，可以互加好友



4

但不可互骂……



5

只要你拥有学霸的灵气与魅力，就能得天风学长力荐哦



6

哦对，会站在您身旁的跟学人身份



7

一直在追梦，所以知道学霸的可贵



8

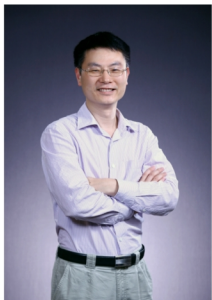
追梦的路上免不了挫折、打击和嘲笑……
天风学长，愿意当你们的领路人、伙伴，请定
期向您学习啦!

来天风，一起闯!!

本图由品牌管理部提供

转型创新的领路人

文/冯思言 研究所



董亚光
研究所所长

Q 这次很荣幸可以来采访我们的董老师，接下来会针对现在研究所的工作提几个简单的问题。

A 哪里哪里，我也很高兴能够和大家分享一下我的工作情况。

Q 董老师，这个月是您来到天风证券研究所的第六个月，经过这六个月的工作，您能不能先谈一下对于公司和企业文化的感受？

A 虽然来到天风的时间不是特别长，也就半年的时间，但是从我的体会来说的话，第一我觉得天风还是比较务实，因为天风本身处在一个快速发展期，整个公司也是以一个务实做事的风格来要求各个部门。所以整个公司内部可能那种务虚和形式主义的事情就会比较少，更多的会以工作结果或者说工作成果作为评价工作的标准。第二点，我认为公司还是比较注重对员工人性化的关心，就我的体会来说，公司对于员工的培训和成长也越来越有系统性的规划，然后能够让员工

有比较明确的职业发展目标。第三点的话，我认为天风还是比较敢于创新，证券行业因为可能未来几年还是处在一个比较好的发展阶段，天风也能比较好的发挥自己这种混合所有制的特色，在各项业务条件上比较鼓励创新。

Q 那经过这六个月的接触，您对您所带领的研究所这个团队有何评价呢？

研究团队的话，我现在的看法有以下几点：首先天风的研究团队实际上现在正面临一个逐步转型的阶段，由原来的对内服务为主慢慢转变成对外部客户服务为主。在目前阶段来说，首先先说说有利的方面，现有的员工对工作文化比较认同，对于工作的积极性和工作要求的落实的态度还是非常积极的。但是欠缺的方面来说，现在大家在卖方研究的这种研究模式方面还需要加强，因为卖方研究是一个竞争比较激烈的研究市场，面对这样一个竞争激烈的市场，现在大家还是有很多需要努力提高的地方；另外的话，我也希望可以设计一个比较好的考核或者激励制度，结合公司文化，我们希望可以在一个员工比较满意的环境下实现这种卖方研究的目标。

Q 刚刚您提到从您来了以后研究所的研究模式开始向卖方模式转型，那这种研究模式的转型有哪些积极的意义呢？

A 从研究转型角度而言的话，我们定位还是在于要实现一个差异化的竞争策略，倾向于实现绝对收益的卖方研究模式，更贴近实际的投资需求，我们认为这种形

式更能满足像私募、公募基金专户，券商资管、保险资管等这些对绝对收益有比较高要求的机构客户的需求。我们认为如果我们能实现这个目的，那对于研究所和公司都有很多比较积极意义。首先我们能取得一个比较好的市场影响力，因为我们可以通过绝对收益的研究树立我们的研究品牌，从研究所到整个公司的这样一个研究品牌，都有比较积极意义。第二，我们可以吸引一些机构客户，尤其是一些未来的核心机构客户，一方面可以从这些机构客户产生一些收入，实现一些收入贡献；另一方面可以通过与机构客户的研究服务的这种关系，可以为公司更好地满足机构客户的需求提供有力的帮助，也有利于公司未来上市以后在机构客户中的一个公司形象。第三我们认为当我们达到有一定的市场影响力，又有核心机构客户以后，我们可以更好地为公司内部的其他部门提供一个研究支持，包括投行、自营、资管、经纪业务，我们认为我们的服务质量可以进一步提高，对这些部门的支持也能更大。

Q 那您是怎么看待自己在整个部门转型过程的角色定位以及如何做好这样一个新团队的建设。

A 因为从我自身的工作经历来说，我自己从事这个证券行业的卖方研究的时间也已经很长了，超过10年的这种卖方研究的经验。我是希望可以利用我的这种对于卖方研究的经验以及我自己在行业内的各种人脉和资源，能够为天风研究所的卖方研究的发展提供个人力所能及的帮助和贡献，使天风的研究品牌可以尽快的竖立起来。另外一个方面，如果从管理角度出发，我也希望可以利用自己的经验，通过公司企业文化的理

念来管理，将企业文化落到实处，为研究所内部提供比较和谐的研究和机构销售的工作氛围，能够使研究所的整个团队行程比较好的合力，能够共同进步，在一个相对认可的文化氛围下做事。

Q 那现在研究所的研究员已经陆续地开始调研和写报告了，那您认为现在的转型工作完成的如何，整个工作模式是否在您预期的方向发展？

A 这个转型的方向我认为还是按照原来既定的方向在执行，在往卖方研究的模式在转变，就工作进度来说的话，我认为还有必要进一步的加快，因为现在研究人员和销售人员数量都偏少，这样的话就会影响研究的覆盖范围和服务质量，我希望在这个团队建设方面能够加快一点进度，这样的话就能在将来为客户提供更多以及更好的服务。

Q 那最后还有一个小小的问题，在近一段时间内，未来的一个工作计划是什么样的？

A 现在计划的话主要是三块内容，第一个还是团队建设，包括研究人员和销售人员的招聘和增加吧，第二个就是培训，我们希望加强研究和销售的培训，我们希望可以使员工尽快地适应新的工作要求，第三点的话我们希望可以开始进行市场和客户开拓的准备，随着我们团队的初步建设，未来的客户开拓也要同时进行，使得我们的内外部工作可以同步进行。

Q 非常感谢您接受采访，通过您的介绍让我们对目前研究所的转型有了深入的了解。祝您工作顺利。

A 哈哈，不客气，谢谢！🌟

采访后记：

在平时工作中，我们都亲切的叫他董老师。在这个采访过程中，董老师给人的印象就如同平时工作中他带给下属的印象一样，亲近、自然、没有距离感。相信这样的董老师反而更能得到下属的认可吧。

因为不足 所以敬佩

文/陈琪 钟祥王府大道证券营业部

天风代表人物



尹延茹

荆门市马场一路证券营业部
风控合规岗

回身举步，恰似柳烟花笑润初妍，肤如凝脂，面如白玉。一位美丽的女子，一位尽职的负责人，更是一位和蔼可爱的辣妈。

是的，这位就是荆门分公司的尹总，作为才进钟祥营业部的我，因为工作机会，也和尹总见过三、四次面，印象挺深，所以记录下来。记得第一次见尹总，是我来钟祥营业部实习没多久，正好是元旦，龙总、尹总，还有几位荆门的同事一起来我们营业部，第一，算是对工作的年度总结；第二，也可以是营业部之间的一个交流聚餐加吃团年夜饭庆祝元旦。当时，我们营业部只有我一位女性，而尹总，也是作为荆门的女性代表过来的，自然而然，我便坐到了她身旁，其实我是不太喜欢这种场合的人，显得生疏，而且觉得没有和前辈们交流的共同话题，前辈们都是从业至少在五年以上的，我呢，刚入门，甚至还不算入门，这样的我在这样的氛围下就感觉很尴尬，尹总也许看出了什么，便回过来问我：什么时候毕业的？又或者是什么时候来营业部的，问我还习惯吗，等等之类有关生活的话题，瞬间就觉得挺温馨的。那么，第二次遇见尹总，就可以说是缘分了吧，武汉茫茫人海，竟然在地铁上遇见了她。具体的日期已经模糊了，大概是第一次考

期货的时候，和同行的伙伴分离后，一个人继续坐着驶往武汉火车站的地铁，四处张望着，咦，熟悉的面孔突然出现了，意外之余，我提着手提袋走向了尹总，先是打了招呼，便坐在了她身旁，也是问我，复习准备的怎么样了，我也是问她怎么在武汉，原来是带着两个客户来考察即将上市的新公司，做新三板业务吧。她也说过来看了，才感觉别人的完全不一样，可谓高端大气上档次，客户看了也都比较满意，现在是去赶车回荆州开车，再回荆门的，手里还提着几个重袋子，也不麻烦客户帮个忙。下地铁前，还特意叮嘱我说天气不好，穿的鞋子要特别注意等等的，一个人等车又突然温暖起来。

在工作中，每次她都会把任务明确的分配到我们和兄弟营业部，规定在一定的时间内完成，这样就保证了效率。

尹总的个子在女性中算是比较高的，瘦瘦的，身材很好，总之，是我们所羡慕的类型。上次也有看到她的儿子，齐肩上的波浪卷发，看起来好文艺，其他同事都说这孩子像德国人呢，可想而知，孩子妈妈也应该是爱好文艺，和蔼可爱的吧！

这是我看到的尹总，待人处事的自然，正是我所要学习的！因为自己的不足，所以才会更加努力学习！🌟

天才在于勤奋与坚持

文/王晓晨 大连普兰店体育路证券营业部

天风代表人物



李杰

大连普兰店体育路证券营业部
柜台业务员



尘埃只有积土成山才能风雨兴焉，雨露只有积水成渊才能蛟龙生焉，铁杵只有不断磨碾才能成为针。我还记得发明大王爱迪生说过“天才是百分之一的灵感，百分之九十九的汗水。”所以，我懂得，天才在于勤奋与坚持。



她是普兰店营业部两融业务的负责人，是营业部个股期权活动的中坚力量、是一名普通的柜台员工，她就是天风证券普兰店营业部的李杰。

李杰大我一岁，是个标准的80后美女。初见她的人，对她的第一印象都是爽朗，跟她接触久了之后，才发现在她爽朗的外表下有着一颗细腻的心。

对于柜台的工作，李杰的态度一直都是勤勉她，尽职尽责，李杰在柜台工作的几年时间，柜台工作基本上没有出过差错，面对各式各样的客户，李杰一直秉承着客户至上的态度，微笑服务、专业解答是她一直以来的服务宗旨，在她那里办过业务的客户对她的印象都特别深刻，很喜欢她那热情洋溢的服务态度。

去年八月份，公司大力开展融资融券业务。李杰是营业部的两融专员，负责给同事和客户培训两融知识，宣传两融业务，同时她又是柜台的开户主力。集中的两融的开户资料整理和上报，给她带来了不小的工作负荷。为了能够尽快给客户开通两融业务，她主动的加班加点工作。那段时间里，在其他同事下班休闲之余，还能看

到一个小小的身影在柜台电脑前忙碌着。

她不仅仅是做好分内职责，更多的营业部工作她也会参与其中，公司发行的天溢一号和天汇一号，李杰的销售在营业部销售中拔得头筹。并且营业部其他产品销售中，她的销售业绩也是名列前茅。另外在公司今年开展的个股期权业务中她也是一马当先，开发了大量的客户参与了个股期权业务。积极研究学习并解决了不少个股期权业务中的难点要点，在个股期权业务中发挥的作用不可小觑。

勤奋对于一个人来说是一种付出，因为要付出比别人更多的时间，消耗更多的精力，挥洒更多的汗水。天道酬勤，它能让你不断地扩充知识水平，掌握更多的本领，使自己变得一天比一天更强大。李杰带给我的精神鼓舞如疾风扫过我的心田，让我相信，所有的成功都离不开汗水，离不开勤奋。勤奋永远都是不可缺失的一部分！在她的身上，我看到了榜样的力量，作为年轻人就要有一股子冲劲儿，有一股韧劲儿：人生为棋，我愿为卒。行动虽慢，可谁曾见我后退一步！但愿李杰能够在今后的成功道路上一步步的前行！🌟

感恩有你

文/符金杯 成都武侯祠大街证券营业部

天风代表人物



王绪芳

成都武侯祠大街证券营业部
营销总监

人生是一次长久的旅程，在漫漫长路中，有人陪伴，有人经过，也曾迷茫，也会失落，感谢在我最需要指引的时候能遇见你，让我能少走弯路，勇于面对路途中的荆棘。

忆往昔，从毕业实习到现在，在天风这个大家庭已经历了五年的时光。从08

年熊市尾巴坚持到牛市的角尖，对我来说五年的坚持就是一个奇迹，当遇到挫折想要放弃的时候，他都会给我开导鼓励，他就是我亦师亦友敬爱的王哥武侯祠大街营业部营销总监王绪芳。

当初刚到武侯祠，同时期入职的同事，业绩都很不错，进步特别明显，而我不够自信，成绩一直不理想，他看出我的焦虑找我谈心，他说的一句话让我记得特别清楚：“人要有目标，要有计划，近五年，前三年不要考虑挣钱，而这三年，需要努力积累客户、学习专业知识，充实自己让自己成熟，天道酬勤，后面两年就会从量变到质变。”刚开始我还不理解，心里认为上班不是为了赚钱，那还不如回家休息，慢慢的我开始体会到这句话看似质朴，实则蕴含了很深刻的道理。我现在的小有成绩都是因为前三年的不断积累。

我对他满怀感激之情，在前期的漫长时光里，我积累客户，学习的专业知识，通过了证券从业的四门专业考试，期货的两门考试，现在我还在学习证券发行与承销，他告诉我只有不断的学习，才能与客户深度沟通，为客户提供更专业的服务。成绩在转型，我的业务也在转变，现在公司新的业务的增多督促我们每天不断学

习，大部分新业务都可以从之前累积的老客户客户中开发，如融资融券、个股期权、资产管理、新三板等等。在去年我们公司开展的双融活动中我取得了我们营业部客户经理评比的第二名，在今年总公司的个股期权模拟业务竞赛中营业部取得了全公司的第二的好成绩，我很自豪我也从中出了一份力。这全和我三年中所做的工作分不开的。现在公司继续开展双融业务的活动，我相信我能在这次活动中再创佳绩，为我们营业部争光添彩。

时光荏苒，当初的英俊潇洒翩翩青年，现在却已鬓角微霜。团队建立之初就听闻同事说过，他整夜的睡不着，思考如何既能为我们争取最大的利益，又能契合公司发展的大方针，他在为自己的团队操心，为营业部的发展操劳，他无私地奉献着，用行动告诉我们有困难找王哥，有需要找王哥。他把青春给了天风，把自己的最美好的十年给了天风。他也曾微笑地说这是他应该做了，但是这淡淡的一句话却让我们这群刚踏入社会的懵懂青年陷入了浓浓的温暖之中。

生活是美好的，珍惜每一刻！我很感激，也很珍惜，我将怀着感恩的心努力工作，用勇敢的心迎接未来的每一个挑战！

勤劳铸就闪亮的日子

文/胡小伟 武汉八一路证券营业部

天风代表人物



徐善武

武汉八一路证券营业部
客户总监

在事业的峰峦上，有汗水的溪流流淌；在智慧的珍珠里，有勤奋的心血闪光。在我们的团队中，就有这样一个用勤劳汗水书写闪亮人生的人——徐善武。

徐善武现任武汉八一路证券营业部客服总监。记得天风人曾以勤者采访过他，今天我更愿意以同一个部门同事的身份来分享他工作中的点滴细节，以及他对我们的影响。

在我的印象中，徐善武是一个极勤奋的人。当很多人还在睡梦中的时候，他已开始了一天的时光。不管严寒酷暑，他都会在每天早上五点起床，浏览当天最新财经资讯。六点多人已到湖北卫视，做“天生我财”节目的特邀嘉宾。这样的时光三年如一日，他一直坚持到现在。正因他的坚持、勤奋，加上观点独到，他被评为最受观众喜爱的分析师，同时也受到台里工作人员的尊敬并保持长期合作。

在他的博客上，经常能捕捉到他晚上凌晨奋笔疾书的身影，就连目前我们公司每天早上的晨会，他也总是很早到来，在他的带领下，我们深受影响，每天八点半不到，都早早到来浏览各类资讯。

对我们，他不仅是一位好同事，还是一位好领导。工作中他从不以管理者的身份对我们提出诸多要求，而是处处以身作

则，身先士卒，用自己勤奋的工作精神激励着整个团队前行。在经纪业务最低迷的日子，他也一直坚持，总跟你说：“行情不好，业务没做出来，只是暂时的，行情会来，只是时间问题，在等的过程中，完善自己，提高自己，这才是投资顾问应该做的事情。”他经常鼓舞我们，要努力学习，把基础打牢，跟随趋势发展，努力做好转型。

徐善武不仅专业能力强，在营销方面更强，我们的各种投资理财报告会，不仅仅讲行情、股票等专业知识，更穿插了很多的营销画面，同时也积极和市场营销部门合作，创造了“风行天下”客户服务品牌，报告会宣传进银行网点、企业、高端俱乐部。也正是在他这种专业+营销思路带领下，在公司开展投顾业务初期，也就是2011年，八一路营业部投顾业务取得了5000万签约资产的辉煌业绩。经过这样的运作，我们也逐步成长起来，这让他感到很欣慰。可以说，他不仅是一位好领导，更是一位好老师，我们有不懂的问题，他都能指点一二，从报告会选题，到PPT制作，到试讲演讲。我们仿佛如一朵细小的花，在他每天恶心的浇水灌溉下茁壮成长。

目前形势严峻，投顾业务举步维艰，公司上下都在力争转型，徐总更是我们学

习的榜样，理财产品销售首先做出表率，在营业部其中一支产品销售中获得了冠军。我们通常羡慕别人辉煌的成绩，却不知别人背后如何辛苦、努力的付出。在一次请教他问题时不经意才得知，原来也是因为他一直不计报酬的默默付出，才换来了别人的肯定、信任，最后成了他的忠实客户。

天道酬勤，努力才会有收获，爱拼才会赢。他热爱这份工作，我们看到，与其说是工作，不如说是他的理想，他的终生事业，他会一直努力为实现理想而奋斗。✪

投资与生活(4) 永远不要赌你输不起的东西

文/张岩 上海资产管理总部



张岩 武汉大学金融系

09年底加入天风证券，历任基金及衍生品分析师、交易员、投资经理等岗位，现为天象量化套利1号投资主办人。根据wind数据，2014年天象量化以45%的收益位居平衡类混合型第一名，根据朝阳永续数据，为股票对冲策略类第一。

我有一挚友，在老家从事传媒工作，近年来经常劝我写点投资方面的东西分享给大家。投资这行呢，常常是说的不做，做的不说，能从市场中稳定赚钱的，一般都奉行“闷声发财”的原则，深受传统文化影响的我，当然是贯彻了这一原则，多次拒绝了挚友的好意。

回想当初求职时，老板曾经问我“追求什么”。我说：第一是实现自身的财务自由（投胎时选择了困难模式，出生于中国的小县城的平常人家）；第二是有能力帮助到自己的亲友，让他们的生活条件更好一点；第三是让我的投资人持续赚到钱，让他们的生活也更好一点。

老板又问“为什么要选择这条路”。我说：投资的本质，是对社会经济资源进行配置，配置的好，钱就能流向最能满足社会需求的行业和企业那里，社会的效率就能提高，社会也会因此而奖励我，我认为这是我个人价值最大化发挥的地方。

后来我报考上海交通大学高级金融学院，把上面的话放进了自我介绍栏目，招生老师的反馈意见是：太装，请说实话。我心想，这就是大实话啊。无奈胳膊拗不过大腿，只好把我的理想改成：赚钱，赚很多钱，还有带领团队一起赚钱，完了，其他都没有了。老师很满意，说可以了，然后我就被录取了。

现在回想起这事，我还是有些耿耿于怀：凭啥就鄙视我的人品呢，我的理想中，难道就不能有那么一丁点利他主义，有那么一丁点情怀吗。

为了证明，我也是有一个情怀的基金经理，我觉得，还是有必要经常写点东西，既能满足自己，又能愉悦大家，何乐而不为呢？



本文来源于
微信公众号
“张岩的投资生活”
欢迎大家关注

本刊将陆续转载
此系列文章



十一前后见了不少搞互联网金融的公司，发现这些企业通常富有互联网思维，而缺乏金融思维，特别缺乏对投资规律的认识。

接下来的文章，算是给大家打个预防针，免得以后大家在网上购买这类产品后，会发生意外的损失。是的，我知道有些朋友如果不知道这篇文章有什么立刻见效的实质性帮助的话，就根本不会忍受我的长篇大论。

我不否认，论点应该尽可能力求精简，但是当复杂的观念没办法简化成新闻媒体喜欢的表达方式时，人们就以为提出那些观念的人本身也混淆不清。MBA知道事情应该力求清晰和简单，很多企业在面试时也只只会给你5分钟时间。这种观念或许适用于肥料工厂的经营计划，却不适合用来讨论概率问题，因此我这一行有不少MBA在金融市场中炸毁的故事，因为他们根据所学，把必要的几道步骤给省下了（MBA读者请不要生气，我本人也不幸在进修MBA

学位）。

开讲之前，先给大家普及一下一些基本的概念：什么是偶然性。

思考个问题：如果一个人声称他拥有特殊的能力，掷硬币大概率出正面，然后在你面前连续掷了10次硬币，都是正面，你应该相信他有特殊能力吗？

假设他没有特殊能力，那么投掷一次硬币出现正面和反面的概率都是50%，连续10次正面的概率只有 $1/1024$ ，应该算是一个小概率事件了，我有相当大的把握可以认为，相信他有特殊能力的这个判断，犯错的概率很低。但是我们仍然不能因此认为：因为偶然的原因，导致连续10次正面出现的情况非常少，所以连续出现了10次正面，就一定有非偶然的原因在起作用。

试想一下，如果有一亿人都来参与掷硬币的游戏，每个人都掷10次，那么大约有10万人左右都是掷出10次正面，这里面其中某个人声称他拥有特殊的掷硬币能力，你会相信吗？这时候我会拒绝相信，

因为在重复试验次数过多的时候，随机事件就变成了必然事件，相信这个人没有特殊能力，这个判断犯错的可能性要远远小于相信他有特殊能力。

同样是掷硬币，同样是出现10次正面，在第一次时我选择相信掷硬币的人有特殊能力，第二次时选择不信，这是因为事件发生的层面不同。

再讲一个故事：某个人打算将一只猪喂养1000天后屠宰，当时时间进到第999天时，站在猪的角度看，预计明天是安全的，因为前面有999天的成功经验，然而站在人的角度看，明天猪被屠宰是个必然事件。这是同一事件，在不同的角度看，得出偶然还是必然的结论就不同。

现在回过头来讲互联网金融。

互联网金融主要可以分为融资方向和投资方向，诸如余额宝为代表的互联网货币基金、百度百发为代表的互联网理财、陆金所为代表的P2P等，都可以算作互联网金融方向，这个领域我不懂，也不谈，

今天就谈谈互联网投资领域的一些公司和产品。

大体上看，随着 facebook 和新浪微博的成功，UGC（用户生成内容）模式成为互联网主流，从群众中来到群众中去的路线确实很好的阐释了“按需生产”的商业规律，以最小的成本满足了用户需求。而目前互联网投资方面的创始人大多来自和讯、金融界等财经门户网站，互联网基因和媒体基因决定了他们大多不约而同的选择了UGC+选秀模式。

一种是以雪球的私募工厂为代表的好声音模式，即导师+准专业水平选手，选手（希望成为基金经理）能募集到300万才能报名参加，导师（专业机构投资者）根据选手的表现来分配资金。

另一种是以牛股王为代表的超级女声模式，即全民甄选，选手没有门槛，全民都可以参与，以模拟炒股业绩排行的方式形成草根名人，用户跟着牛人炒股的方式来形成隐形的资产管理服务，说白了就是原来带头大哥777模式，牛人喊你买XX股。

问题来了：在全国的范围内，通过比赛的方式在乒乓球爱好者中海选出10个人，那么这些人应该是具有专业水平或者准专业水平的，他们中间任何一个本身只具有平均水平，纯粹只因为运气好而晋级决赛圈的概率是非常低；但是在全国范围内，通过比赛的方式在股民中海选出10个人，我敢说这里面有一半以上的幸存者只是因为运气更好而已，他们的水平就是平均水

平左右。因为决定每场乒乓球比赛输赢，是实力占主动因素，运气占次要因素，比赛数量够多的时候，运气的干扰就非常低了。而短期内决定炒股收益的主要因素是运气，傻子也有千分之一的机会连续十次猜对股价的走势，1亿股民，就算全是傻子，也有10万人左右会连续10次猜对股价，一个500万用户的网站，短期内随机产生几百个股神简直是太容易了。

所以如果你在这样的网站上选择跟牛人炒股，输钱简直是太容易了。

雪球的私募工厂则存在严重的幸存者偏差现象：你看到的私募基金业绩都不错，好像在这里随便买个私募基金都能赚钱，但是你没看到有很多倒闭掉的，业绩不好的私募基金根本就没有被展示出来（基金经理正祈求之不得，反正做得好，就被展示，有新的客户，做的不好，别人也不知道）。这就好像你觉得街上饭店生意都很好，好像随便开家饭店都很赚钱，却不知道大量的饭店在开张后的三个月内就倒闭了，只是这些失败的案例存在的时间都太短（或者是同一店面多次更换东家，你觉得只是倒闭了一家，其实是很多家），根本就还没来得及引起你的注意。

雪球还搞了个唯一幸存者活动，让参赛者每天都猜指数涨跌，猜错了就淘汰，第二届比赛最后有5人连续猜对了15次，于是雪球请他们去讲授猜大盘的经验。而第一届比赛，由于参赛人数比第二届少，只有1人连续猜对了10次，这位冠军也被

请去讲授经验了。

这种活动，和福利彩票中心请头等奖者讲授买彩票的经验，有什么区别？雪球也算是专业类网站了，一样是营销思维和媒体思维在看问题。

在金融交易中，不管是自我评价，还是外部评价，错把运气当做个人能力的表现，这样的习惯甚为普遍，也最为明显。

对于这些冠军或者幸运儿，我只想问，再来一次可以吗？

不管是战争、政治、医疗或投资各方面，我们都不能以成败论英雄，而必须从“假如历史再来一次”来论断成败。这种以不同方式呈现的历史，我们称之为“未然历史”。我们不能单凭结果就判定一项决策的优劣，但这样的观点似乎只有失败的人才接受，成功者总把成功归因于决策得好。

大多数人只去学习别人成功的经验，而不去学习别人失败的经验。有句老掉牙的话说，孩子只在犯错后才学会某些事情，只有手被烫伤，他们才不会再去摸发烫的火炉。别人再怎么苦口婆心地告诫，他们也不会产生一丁点儿小心谨慎之意。大人也有类似的毛病。我本人也很懒得去做身体健康检查和疾病预防。也就是说，我拒绝根据从别人身上计算得出的概率，推演本身的风险，认为自己和别人不同，只在一有病痛时，才积极求医诊治；被烫伤时，则会反应过度。这并不是处于不确定状况下的理性行为。天生拒斥别人的经验，并

不限于孩子或我才会这样，企业决策者和投资人也受到相当大的影响。

假如再来一次，你或者你学习的对象，有多大的几率会成功？这决定了哪些经验应该被学习，哪些经验没有价值。

为什么投资界强调组合投资？如果你每次都是重仓一个股票，那你连续对十次的概率也有千分之一，但是如果你每次都买一个10只股票的股票组合，而且这些股票还分布在不同行业，那么如果定义每次10个里面有7个赚钱为猜对，那你连续对10次的几率就只有百万分之一。后者当然比前者更有信心说服自己或者别人：我成功的随机性要小的多，实力才是主导因素。

这也是为什么诸多草根股神中间，几乎没有做过组合投资的，全都是重仓一两个股票（行业或者主题）的原因。因为后者的随机性要小的多，成神的难度要大的多。

啰嗦了这么多，我是想告诉大家，不要去跟风牛人或者草根股神吗？

是的，但这也只是一个由头而已。更重要的是想告诉大家，这个世界是随机的世界，很多事情是先射出去箭，然后再去摆放箭靶的，所以每次看到财经媒体讨论大盘今天为什么涨（跌）的时候，我都想笑。你想要更确定的把握自己的未来，就要充分认识当下的随机性，要选择即使历史重来，你多半也能赢的路径。

如果你对投资和理财感兴趣，就必须了解世界的随机性。为了写这篇文章，我

特意重读了一遍塔勒布的《随机致富的傻瓜》，本文多处引用了他的论述，为了表示对他的尊敬和歉意，我重新购买了他的《黑天鹅-如何应对不可预知的未来》、《随机致富的傻瓜-发现市场和人生中的隐藏机遇》、《反脆弱-从不确定性中受益》这三本书，并向大家隆重推荐，并请大家支持正版。

在做商业市场分析时，我们发现中国是90-9-1市场，即90%的客户只关心价格，所以走低端路线的企业，只需要关注如何降低自己的成本就能活下去；9%的客户关心性价比，从而形成了中端市场，但是保持产品的性价比领先非常困难，所以中端市场经常发现异变；1%的客户只关心质量和服务，形成了高端市场，服务这类市场的企业，你只需要关注他的质量是否保持领先，是否最炫最酷等。

在理财市场，我们发现中国同样是90-9-1市场，即90%的人只关心收益率（讲什么都不如直接讲收益率），9%的人关注过程（肯学习，肯钻研，希望自己动手投资，节省费用），1%的人在理解理念和认可人品之后，将钱交给你。本订阅号主要服务于9%和1%的人群。★

另外本文中有更多关于概率计算方面的考虑都不严谨，还请各位原谅，我私以为数学是一种思考方式，而不是计算方法。数学主要是用来作为思考工具，而不是当作计算工具。

后续：

因为错别字的原因，本文在发布后又被撤稿了，计划周日早上再发。然而就在短短的几个小时内，我接到朋友电话，我们的一位发小，昨天在澳门自杀了，据说是赌场输了一千多万，在酒店里先割腕后上吊，死的很坚决。

这位发小毕业于国内名牌大学，06-07年牛市赚了不小钱，08年全身而退，他精于概率论和博彩学，在英国留学期间靠打德州比赛赚生活费，回国后创业并巨赚了个白富美。怎么看都是人生赢家的节奏啊。

忽然发现之前给本文配的图正好是俄罗斯轮盘（六轮手枪装一个子弹，参与者轮流朝自己开枪），本来是想表示，随机世界的变幻莫测以及假设历史重演这种思考方式的重要性，没想到这么快就应景了，心里却很不是滋味。

其实我也经常苦闷，我按照审慎性的原则来进行资金管理，确保自己在任意一次失败中都不会被炸毁，但这也同时导致我几乎不可能在任何一年成为冠军，看到同行们因为愿意承担更多的风险而排名和收入超过你时，多多少少是很别扭的事情，你知道他们会在某天炸毁，但是当我身边的八个人发生这种事情的时候，我没有丝毫幸灾乐祸的感觉，只有深深的遗憾。

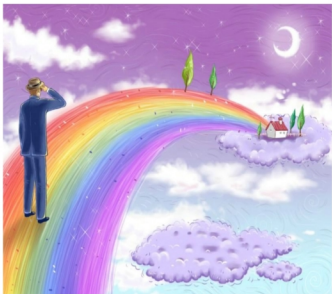
去年我业绩不好的时候，曾经主动将仓位降低了三分之一，后来股票又大幅反弹，看似错过了节奏，如果不降低仓位，现在会赚的更多。但是按资产比率下注是一个资金管理的基本原则，在赢的时候赌大一点，输的时候持续降低赌注，这样才能保证你永远留在赌桌上，这是违反人性的，大部分人在输钱的时候，会考虑加倍下注，一把赢回来，这是毁灭式的资金管理。

永远不要赌你输不起的东西。

天风梦，我的梦！

文/邓兆湘 上海芳甸路证券营业部

咱们的天风证券，虽然现在还是一家不大证券公司，虽小，但却做的也很精，创新业务，投行业务等做的很好，业内也很名气，连续三年被评为“最具成长性券商”我喜欢成长特别和公司一起成长！同样我们上海营业部也是在成长，而且还是刚“出生”的，希望我们营业部能搭乘着公司这艘巨型航母扬帆远航！在上海这座国际金融大都市绽放我们天风人光彩夺目的星光！



2014年9月5日收到人力资源的同事给我发的一封邮件。大致内容是：“天风证券人力资源部将于近期会向公司执行委员会递交您上海芳甸路营业部总经理的任命议案。您需要学习企业文化（企业文化手册见附件），撰写一篇企业文化心得！”但我说实话，来公司才短短的半个月时间对公司可以说是一无所知，企业文化手册我还没来得及看，且正值放假有几个外地来的客户抽空来上海洽谈合作事宜，后来正值去总部汇报工作之际，才把公司文化手册打印出来带在火车上看，前期以为是一些条条框框，一些官方文字性的东西，但当我打开文件时，看到的目录着实让我大吃一惊，天风证券的核心价值观、使命、行为准则、三条底线就只占了区区一页的篇幅，随之而来的20几页全是董事长余磊的讲话稿，此人早有耳闻虽不曾谋面，但听说是一个年轻干练且很有魄力之人！

说实话，没看到董事长讲话之前，我可能会为了应付性的给人力资源的同事交一份我所谓的文化心得体会，但拜读完董事长的文章后，我决定一字一句的认真的写写我对公司的前期的认识，刚开始接触天风证券可以说是一种偶然，也可以说是一种必然，偶然的是以前我也没怎么听说过天风证券，但肯定知道，上一家任职的公司是西藏同信证券，一家小公司，一家在行业内并不起眼的小公司，但小却很精，这几年发展的也很快，同样，咱们的天风证券，也是一家小公司，对，我认为是一家小公司，不知道领导看到后会不会生气，虽小，但却做的也很精，创新业务，投行业务等做的很好，业内也很名气，连续三年被评为“最具成长性券商”我喜欢成长特别和公司一起成长！说到必然，那就跟我的标题一样：“天风梦，我的梦”，在人生的靡靡之中，我注定要与天风共同翱翔于中国腾飞的金融市场！


记得那是七月份的时候，第一次是在上海见到了天风证券的高层领导刘翔总和于博总，依稀记得那次我们谈了近两个小时，谈的非常投机，给我的印象是天风的领导，是做事的领导，不是当官的领导，我喜欢！当即两位领导就允诺我可以去天

风了，意思是天风接受我了！其实当时我在想，你接受我了，但我还没决定呢，呵呵，当然这不是在卖关子，因为当时确实还有另外一家公司的一家老营业部有意叫我过去，我也在犹豫之中，但令我非常意外的是，没过两周刘翔总又来到了上海，我们俩像是一见如故似的，虽只曾谈一次面，但我们俩同时冒出的第一句话就是：“这次我们来谈什么？不是已经定了的事吗？干吧，邓总！呵呵，其实我等的也就是这句话。”搞得我们那聊的是什么，聊的是天风证券的LOGO是怎么来的，天风的发展史，天风的点点滴滴，不好意思，相当于我的入职培训是领导亲自给我上的课，呵呵，现在想想也挺有味的，但从中我看到了天风证券的领导做事的风格，效率，另我等折服，用人不疑，疑人不用！其实我当时在心理暗下决心：一定要干出点成绩来，也不枉领导对我们的信任！我常挂在嘴边的一句话就是：“我是一个好面子的人，做什么事情，不要等着别人来催你，来敲打你，当等到别人来提醒你的时候，你的“利用”价值可能也就差不多了，好鼓不用重锤嘛！”所以我对我的员工只有一句话：不要给我丢面子！


还有一件事情，就是上周刚发生的事

情，我到天风证券也近一月了，这篇稿子我断断续续写了近半个月了，今天已是9月18号，来天风正好一个月的时间，昨天人力的同事又在催我交稿了，呵呵，我说最近实在是太多事，一时又搁置了，上周去总部汇报工作去了，说是汇报工作，说实话是去“要东西”去了，我们上海营业部是刚成立的营业部，底子薄，讲实话吧，基本没有底子，只有负债，那我想搞的模式肯定是要轻装上路，没有老营业部那种底蕴，俗话说要想富先修路，此路就是我们天风的通道，令我没想到的是，总部领导非常重视，反正迟早都要上，迟上不如早上，先用起来，当即领导允诺：“你提的这些要求都不过份，都是为整个公司在铺路，有条件的马上上，现在暂时没条件的创造条件也要上，只要是对公司有利的的事情，尽管提！”这又是给我一种震撼，做事情的公司就要有做事情的样子，我为什么说公司是在成长，我喜欢成长呢，因为，同样我们上海营业部也是在成长，而且还是刚“出生”的，希望我们营业部能搭乘着公司这艘巨型航母扬帆远航！在上海这座国际金融大都市绽放我们天风人光彩夺目的星光！★


武汉佳园路证券营业部工作靓影



姓名：谢艳
岗位：总经理
星座：水瓶座
爱好：音乐、旅行
人生格言：与其用泪水悔恨昨天，不如用汗水拼搏今天。



姓名：黄艳莉
岗位：副总经理
星座：处女座
爱好：羽毛球
人生格言：所有的故事都会有一个答案，重要的事，在最终答案到来之前，你是否耐得住性子，等得到转角的光明，所以要坚持、再坚持！



姓名：刘亚松
岗位：风控合规
星座：巨蟹座
爱好：户外运动
人生格言：不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。



姓名：龚洪涛
岗位：客户经理
星座：水瓶座
爱好：旅游
人生格言：珍惜身边的每个人，做好眼前的每件事。



姓名：王文
岗位：客户经理
星座：摩羯座
爱好：旅游、棋类、运动
人生格言：一谈烟雨任平生。



姓名：万丝哲
岗位：柜台业务岗
星座：白羊座
爱好：健身、阅读
人生格言：发现生活之美。



姓名：罗兴楚
岗位：客户经理
星座：双鱼座
爱好：足球、电影
人生格言：无为，无所不为。



姓名：宋磊
岗位：客户经理
星座：水瓶座
爱好：“中国国粹”
人生格言：麻将如战场。

姓名：杜炳南
岗位：客户经理
星座：射手座
爱好：爬山、
唱歌、研究股票
人生格言：天行健，君子
以自强不息；地势坤，君
子以厚德载物。



姓名：范依健
岗位：客户经理
星座：金牛座
爱好：地理、
历史、文学
人生格言：路遥知马力，
日久见人心。



姓名：刘寅
岗位：客户经理
星座：狮子座
爱好：自助旅行
人生格言：人格
不自私，成
功不夺目。



姓名：孙冉
岗位：出纳
星座：天蝎座
爱好：烹饪、驾驶、
手工
人生格言：人生呢
最重要就是开心！



姓名：吴会红
岗位：客户经理
星座：射手座
爱好：旅游、做家务
人生格言：诚实做人，
诚信做事。



姓名：潘莹
岗位：投资顾问助理
星座：天蝎座
爱好：美食
人生格言：把事做好。



姓名：姚志龙
岗位：客户经理
星座：白羊座
爱好：爬山
人生格言：是男人就
去战斗吧！



姓名：王群
岗位：综合兼柜
台业务岗
星座：天秤座
爱好：旅游
人生格言：多一份付
出的艰辛，多一份
收获的喜悦。





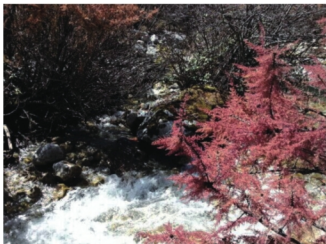
毕棚沟秋色神旅

为了避免堵车，晚上出发4个小时到达米亚罗。休息了一宿，早上5点多起来，坐上最早的观光大巴进穿目的地毕棚沟。

清晨，映入我眼帘的是日照金山，大片的绿，大片的黄，点缀的红，潺潺的溪流，突然出现的雪峰，让我惊叹不已。因为早，还有雾气，独具韵味。坐观观车板达月亮湖，尽收眼界的各种美丽。两侧整片叶黄的枫树林，绿色的灌木，溪流的清脆声，远方的四姑娘山，不断刺激了我的眼球。

看着这些美景，坚定了自己的信念：下次，一定要带着我爱的人一起来这里。

摄影作品/张坤 什邡证券营业部



一座连结金融与哲学的宏伟桥梁

本期书籍推荐人/郭晓麟 风控合规部

认识的“缺陷”与行为的“反身”，一部走出金融，为开放社会奏响揭幕曲的哲学篇章。



《超越金融：
索罗斯的哲学》

作者：【美】索罗斯
出版社：中信出版社
类型：金融、哲学

哲学家培根曾说，“读史使人明智，读诗使人灵透，数学使人精细，物理使人深沉，伦理使人庄重，逻辑修辞使人善辩”，而经济则是一面供人自省的镜子。经济脱胎于人类社会的构建伟业，被注入人类充满自私性而又富于创造性价值观的它，就像一个充满天地灵性而又离经叛道的孩子，在成长的历程中愈发偏离大自然母亲的教诲和寄期，屡次为人类带来意想不到的惊喜，却又时儿参杂着些海啸般的灾难。无人能真正驯服经济这批桀骜不驯的野马，但金融大鳄索罗斯却告诉我们，通过对哲学体系的构建，人类能够亲近它——并非为野马套上束缚的缰绳，却却是像朋友一样熟知它的习性。

索罗斯的哲学宫殿精简别致而不失典雅之气，人类认知的“缺陷性”和人类行为的“反身性”这两个重要概念则支撑起了一整套能够自圆其说的灿烂乌托邦。关于人类认知的“缺陷性”，按索罗斯的恩师波普尔的实证检验标准来阐述：我们无法通过对任何数量白天鹅样本的观察，以确立“世界上所有天鹅都是白色”这一命题的绝对真实性，但只需有一只黑天鹅尚存于世，就足以对这个命题证伪。人类自身的存在就是渺小的而短暂，无论我们做何努力，面对广袤无垠的世界，未知才是我们最大和最无奈的敌人，任何对现有累积知识的自满只是井底之蛙般的可笑。而关于人类行为的“反身性”，则为社会科学和自然科学划定了明确的界线，我们无法通过理性实验的方式来确定社会规律，作为实验对象的人类会因实验的应激刺激进一步策略性的改变自身行为，一切试图利用既有知识储备来刻意规范和约束社会活动的天真努

力都将在不确定性中付之东流，比如我们已多次为金融危机付出了沉痛的代价。

在处理人类认知和行为之间矛盾关系这一环节，索罗斯试图在启蒙主义和后现代主义的阵营之间找到一个兼容并收的落脚点：启蒙主义试图形而上学的照搬自然科学中的研究法则，将人类自我认知和易变行为割裂开来，一成不变的专注于对所谓“客观”规律的深入探究；而后现代主义则忽视了客观认知对行为的有益指导性，将人类行为的可操控性夸张放大，并付诸实践为特殊利益集团而服务。索罗斯认为：人类的认知应优先于行为建立在事实之上，但认知的缺陷性也必将导致以此为指导的行为充满着不确定性，倘若能保持开阔的心胸去坦然拥抱这些不确定性，形成一个认知和行为相互促进的良性循环体系，人类文明和财富才能不断推进和累积，这也是一个开放社会对自由个体追求真理的最大宽容和支持。

何为开放社会？一个开放社会应当允许每一位成员用自己构建的哲学理论体系去解释世界、改造世界，而这些看似分离却又并行不悖的个体思想又会由某个无形的“绝对真理”代言人所统帅，向着真实世界的核心昂首挺进。思想家爱默生曾在《论美德》中曾提及，宗教的本质无非是将无形的美德化为通俗易懂的教义，并以此在世间布道，感动众生用美好的行为重塑世界。而真理在索罗斯的哲学体系中不就是一种美德最为贴切的具现化么？

此时已无须多言，只要你亲自踏入索罗斯花毕生心血构筑的哲学殿堂，就能发现属于自己的智慧瑰宝哲学是如此朴实而诱人。

《天风人》10月刊投稿名单

上海资产管理总部 / 南添
运营中心 / 宋昱
风控合规部 / 郭晓麟
产品服务部 / 蔡国涛
上海芳甸路营业部 / 胡皓磊
网络金融事业部 / 郭彪
人力资源部 / 杨帆
品牌管理部 / 谢琦

研究所 / 冯思言
钟祥王府大道证券营业部 / 陈琪
大连普兰店体育路证券营业部 / 王晓晨
成都武侯祠大街证券营业部 / 符金杯
什邡证券营业部 / 张坤
武汉八一路证券营业部 / 胡小伟
上海资产管理总部 / 张岩
上海芳甸路证券营业部 / 邓兆湘

每期杂志都会受到很多来自不同机构和部门的稿件
感谢你们的笔耕不辍
感谢你们不吝分享
感谢你们的精彩观点和见解
因为有你们
《天风人》才更加精彩

祝11、12月同仁 生日快乐天天开心

生日福利以各部门名单为准

武汉总部：乔思杰 张明 刘会祥 王婷婷 赵慧琪 梁苒 王喆 田兆言 余世敏 曾文潮 熊磊 童听 刘海燕 刘飞 陈萧 张德激 肖娜 但愿 周大兆 郑国慧 黄瑾 崔雷 刘琛 郗诚诚 童炜（11月） 仇明月 魏树栋 龚克寒 潘思纯 潘晶晶 杨勇 关欣

刘犁晨 刘峰 王洁飞 郭俊 付军 张莉君 张勇 周金科 周娟 杨迎春 晏雄 刘雪 张加恩（12月）

北京地区：江生可 丁小园 王军 靳国强 赵立 勾海龙 曹再华 张宇 高鹏鹤 樊启纯 张金 金丽文（11月） 范萍 刘岸（12月）

上海地区：张元信 陆怡 陈曦 谷俊毅 陈辛润 谢琳 王金泊 张静 许刚 陈华 黄勇 吴贵花（11月） 钟丽娟 陈默 过枫 冯文敏 刘防 王荣朴 吴巾佳 苏炳茹 林齐松 喻成友 王健美 李磊 贺丹 李振永 杨怡（12月）

杭州地区：倪疆晖 张晓林 吴晓俊 潘厉风（11月） 袁兆勇 黄孝川（12月）

深圳地区：龚琛 程瑶 吴巍（11月） 石珂 张文君 曹宇 李毅 张磊 余洁 马欣（12月）

四川地区：赵德华 邱耀慧 张力 唐锦 李萌（11月） 夏行东（12月）

安徽地区：刘力（12月）

武汉八一路营业部：黄敏 李佳伟 朱晓倩（11月） 胡伟政 王欣 王辉（12月）

武汉佳园路营业部：潘莹（11月） 吴会红 杜炳南（12月）

武汉唐家墩营业部：代娜 姚璇（12月）

南京建邺路营业部：韩疆江 谢晓红（12月）

深圳滨河路营业部：李胜权 曹圳 马伟健 张志刚（11月） 毛建军 陈靖屹 赵睿颖 黄昕俊 谭玉华 姚丹（12月）

武侯祠营业部：袁强 龙瑶（11月） 邹仪斌 严丹 方旭（12月）

一环路东五段营业部：唐艳 米培燃 韩开勤 吴浩（11月） 徐珂 卢宛萍 罗雪涛 张恒 张译（12月）

新津营业部：刘莎 杨晓静 陈雄（11月） 李迅 黄瑞 陈鹏翱 吴秋璇（12月）

资阳营业部：王英 范茂军 丁钟（11月） 唐雷 郭君 陈强 刘富莲（12月）

什邡营业部：胡燕芸（11月） 喻雪玲 赖婧 蔡小丽（12月）

江油营业部：苗军（11月） 童军 王洁 蓝敏尔 洪春梅 谢平（12月）

钟祥营业部：叶继华（12月）

大连天河路营业部：张德斌 景宏宏 李小丽 宋仁堂（11月） 孙少娜 王颖（12月）

大连中山路营业部：杨东 辛科 单程（11月） 江磊（12月）

大连普兰店营业部：（11月） 王斌善 杨世冬（12月）

泰山营业部：吴婷（11月）

天门营业部：周勇 曾瑞 马军（11月）

荆门营业部：吕定骏（11月） 昌叶林子（12月）

上海芳甸路营业部：霍富莲（11月） 吴勋 汪建锋（12月）

杭州营业部：鹿增华（12月）

合肥阜南路证券营业部：陆彦雁（11月）

襄阳营业部：雷阳（11月） 叶继华（12月）

HAPPY
BIRTHDAY



第二届“天风杯”摄影大赛

为了让员工享受丰富的文化生活，拓展员工的业余兴趣，呈现天风人积极向上的、热爱生活的精神风貌，增加企业员工的凝聚力，同时为摄影爱好者提供一个交流、学习的平台，特举办本次活动。

拍摄主题

展现天风人热爱生活、崇尚健康、奋发向上、积极进取的精神风貌，真实记录天风人日常工作生活的精彩瞬间。

奖项设置

奖项类别：

- 天风风采奖 能展现公司团结、勤奋、真诚、坚毅、平等、开放的企业文化，蓬勃向上的员工文化生活与丰富多彩的企业活动。题材和内容不限。
- 经典人像奖 人物摄影作品。
- 风光摄影奖 各地风光、风情作品。
- 优秀奖 除获奖以外的入围作品。

本次大赛每个奖项类别共设四个奖项，奖品如下

- 一等奖 0-1名 价值3000元的京东购物券
- 二等奖 1-5名 价值2000元的京东购物券
- 三等奖 2-8名 价值1000元的京东购物券
- 优秀奖 若干 “天风杯”第二届摄影大赛作品集

投稿细则

1. 为保证此次活动的顺利开展，建议各部门、各分支机构上传作品不少于10幅；各部门、分支机构需指定一人作为本次活动指定联系人，负责照片收集、文件名设置和上传工作。
2. 作品内容必须围绕主题，照片内容以人物或景色为主，拍摄手法不限，用500万以上像素的数码产品拍摄。可单幅投稿，也可组图（组图不超过6幅），每人限投10幅（组图算1幅）。
3. 参赛作品应是原创，所有参赛作品之著作权与作品相关的肖像权、名誉权等法律问题，由作者自行解决并承担法律责任。
4. 参赛作品不得通过电脑修饰，提交电子版，请作者以“部门+作者+作品名称”为文件名，JPG或RAR格式均可。
5. 每张（组）照片需附与内容相关的文字介绍，不限字数，可以由画面联想到的美丽诗句，也可以是你选择拍摄此处景物的初衷。请作者以“单位+作者+作品名称+作品类别”为文件名，doc或docx格式均可。
6. 已参加第一届摄影比赛的作品不允许参加第二届比赛评选。
7. 作品所有人同意公司无偿使用其作品，主要用于公司品牌宣传展示，如公司内刊、官网或其他方面的宣传、策划活动。
8. 本次活动的解释权和所有权均为公司所有。

比赛时间

- 投稿时间：2014年10月1日
——2014年11月14日
- 评选时间：2014年11月17日
——2014年11月28日

投稿方式

由各部门、各分支机构指定联系人统一上传，直接存放于公司公用共享盘，<http://www.weiyun.com/disk/index.html>
点击此网址进入
账号：3082628712
密码：tfzq55
联系人：吴俊
电话：027-87618133
13995588403
QQ：490445985

