专题报告之六：
2015 年证券公司互联网证券发展综述

第一章
2015 年互联网证券发展回顾

2015 年互联网证券进入深度融合阶段。一方面，从中央到地方纷纷出台支持政策，互联网证券面临良好的发展环境；另一方面，证券公司继续推进传统业务的互联网改造，多举措加快互联网证券尤其是移动证券发展步伐，互联网机构也在加紧布局证券业务链。与此同时，互联网证券的效果也逐步显现。

一、互联网证券的政策环境

2015 年在十二届全国人大三次会议上，李克强总理提出要制定“互联网 +”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展。

2015 年 7 月，国务院发布了《关于积极推进“互联网 +”行动的指导意见》，将“互联网 +”普惠金融作为重点行动，鼓励各金融机构利用云计算、移动互联网、大数据等技术手段，加快金融产品和服务创新，在更广泛地区提供便利的存贷款、支付结算、信用中介平台等金融服务，拓宽普惠金融服务范围，为实体经济发展提供有效支撑。

互联网金融作为金融行业落实“互联网+”国家战略的着力点，得到行业主管部门、地方政府、自律组织多方面政策支持和规范。

（一）行业层面

2015年1月，中国人民银行印发了《关于推动移动金融技术创新健康发展的指导意见》（以下简称《指导意见》），明确了移动金融技术创新健康发展的方向性原则，并指出移动金融是丰富金融服务渠道、创新金融产品和服务模式、发展普惠金融的有效途径和方法。

2015年3月，中国证券业协会互联网证券专业委员会在北京成立，这是证券业自律协会首次成立互联网证券专业委员会。

2015年4月，中国证券登记结算有限责任公司决定，自2015年4月13日起，取消自然人投资者开立A股账户的一人一户限制，允许自然人投资者根据实际需要最多可以开立20个沪、深A股账户及场内封闭式基金账户。此举彻底打破证券账户流动的制度藩篱，为互联网证券发展提供基础设施方面的保障，具有里程碑式的意义。

2015年6月，中国证券业协会拟定了《证券行业“互联网+”行动计划（征求意见稿）》，提出证券行业“互联网+”行动计划的“六个一”目标——建立一支真正具有互联网思维的新型业务团队，建立一套基于移动互联的组织架构，建立一套基于移动互联的基础技术架构，建立至少一种运用大数据和云计算等移动互联网的能力，建立至少一种基于移动互联的商业模式，建立一系列良好的用户体验模式，并拥有广泛的移动互联网端用户，明确了证券公司发展互联网证券的目标和方向。

2015年7月，央行等十部委联合发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，规划了未来互联网金融的规则、方向和顶层设计框架，从国家层面充分肯定和鼓励互联网金融创新，将互联网金融纳入法治化和依法监管的轨道，有利于整个行业的健康稳步发展。

（二）地方层面

相比国家层面，一些地方政府更早出台了支持互联网金融的政策措施（见表1-1）。这一方面是为争夺互联网金融的优质资源，以刺激当地金融发展和GDP增长；另一方面则是力争抓住先机，获取政策红利。

表1-1　　2015年地方性互联网金融相关政策发布情况

发布地区	发布时间	发布文件名称
天津	2月	《天津开发区推进互联网金融产业三年行动方案》
深圳	3月	《深圳市人民政府关于支持互联网金融创新发展的指导意见》
广州	6月	《广州市支持互联网金融创新发展试行办法》
贵阳	7月	《支持互联网金融产业发展的若干政策措施（试行）的通知》
上海	8月	《关于促进本市互联网金融产业健康发展的若干意见》
江苏	11月	《省政府关于促进互联网金融健康发展的意见》

资料来源：根据公开信息统计。

二、证券公司继续推进传统业务的互联网改造

（一）网上业务占比情况

2015 年，证券公司网上业务占比继续提升，网上开户占比由 2014 年的 50% 提高到 2015 年的 92%；网上交易人数占比由 2014 年的 79.28% 提高到 2015 年的 84.43%（见表 1－2 和表 1－3）。

伴随证券账户自由流动制度的实施，证券开户、交易、服务等环节已实现网络化。

表 1－2　　网上（PC＋手机）开户占比情况　　（单位：%）

年份	PC 端占网上开户比例		手机端占网上开户比例		网上开户占整体开户比例
	全体汇总	最大值	全体汇总	最大值*	
2014	40	100	60	80.70	50
2015	11	72	89	97.44	92

注：最大值* 是指全部统计样本中该指标的最大值。

资料来源：2015 年中国证券业协会专项调查统计。

表 1－3　　网上（PC＋手机）交易人数占比情况　　（单位：%）

年份	PC 端占网上交易比例		手机端占网上交易比例		网上交易人数占整体交易人数比例
	全体汇总	最大值	全体汇总	最大值*	
2014	66.78	99.76	36.93	99.60	79.28
2015	60.92	99.99	51.55	99.99	84.43

注：最大值* 是指全部统计样本中该指标的最大值。

资料来源：2015 年中国证券业协会专项调查统计。

根据 2015 年中国证券业协会专项调查统计，在 95 家样本证券公司中：有 42 家证券公司开展网上投资顾问（以下简称“投顾”）业务，占 48.84%；有 32 家证券公司通过网上销售资讯产品，占 37.21%；网上（PC＋手机）资讯产品销售达到 1.59 亿元；移动端资讯产品销售规模达到 0.39 亿元。

（二）积极推进移动证券布局

互联网金融的移动化趋势使证券公司普遍加快了移动证券步伐，证券 APP 成为证券公司创建互联网品牌、拓展经纪市场的重要阵地。

1. 证券公司普遍推出证券 APP

根据 2015 年中国证券业协会专项调查，截至 2015 年底，纳入样本统计的 95 家证券公司中，已有 83 家证券公司拥有证券 APP（包括自建或合作），比 2014 年的 61 家增加了 22

家，占全部样本的87.36%。

与此相伴的是，手机端已成为互联网证券主流渠道。根据2015年中国证券业协会专项调查统计，2015年手机端开户占网上开户比例已达到89%，比2014年的60%提高了29个百分点；2015年手机端交易人数占网上交易人数的比例为51.55%，比2014年的36.93%提高了近15个百分点。互联网证券移动化趋势明显加快。

2. 加快证券APP升级

2015年，证券公司普遍加大了移动证券的投入力度。一些证券公司依托东方财富、同花顺等互联网公司搭建APP，一些证券公司自主构建功能全面的证券APP，如“佣金宝”、“涨乐财富通”等，实现了移动证券APP更新换代，提高了移动证券APP的用户体验效果，扩大了移动证券APP的应用范围，实现全面数据服务。

证券移动APP得到快速发展，以“涨乐财富通”为例，2015年底“涨乐财富通”用户已突破1 000万户，是证券公司中用户最多的移动APP。

（三）投顾创新力度大

1. 投顾产品销售

2015年共有32家证券公司开展网上投顾产品销售，主要是咨询和投资组合产品，其中组合产品占大多数（见表1-4）。组合产品主要是股票组合，包括持仓比例、结构、操作计划等，比如广发证券的“睿组合1号”。

表1-4　　部分证券公司网上销售投顾产品一览表

证券公司	APP	投顾产品名称
国泰君安	易阳指	涨君宝、中线宝、乐享宝等
广发证券	易淘金	大唐一号、睿组合1号
第一创业证券	一创财富通	北京一号、南方一号、一创午参、一创早报、彩虹桥、趋势领航
财达证券	财达手机大智慧、财达手机同花顺	财金达系列资讯产品，财胜达系列资讯产品
安信证券	安翼金融终端	至尊服务套餐A/B、金月领先组合、安信睿羿策略精选
五矿证券	五矿手机证券	实战沙龙、复利交易计划
中航证券	金航线、翼启航	起点1号、春风波段手、春风涨停王、春风稳健宝、春风趋势牛、北京慧赢1号等等
银河证券	银河玖乐	景田达人、明道达人、趋势达人、达人飞阳等。
民族证券	民族证券APP专业版、大众版	民富中和—实战投顾产品包含金股追踪、点股成金、两点半决策、量化金股、每周金股
银泰证券	银泰掌如e	如意行、如意盈、如意盛、如意尊
兴业证券	“优理宝”	优典早知道、中证投资内参、掌中宝核心套餐、新股淘金
同信证券	掌上如意版	同信中国红金色九点半、同信中国红锋赢投资组合、同信中国红锐赢投资组合以及个股投资报告

续表

证券公司	APP	投顾产品名称
西部证券	信天游	财富金钥匙、财富聚宝盆、财富直通车、财富金锦囊等
万联证券	万联 e 万通、万联极速版、万联大智慧	万联点金—中证 A、B、C、D、E1、E2、E3、E4 八个产品。“点金智富”，包含“同智富”、“盈智富”和“金智富”三款套餐
申万宏源	宏源天游、申万赢家理财	各种投资组合
南京证券	金罗盘，南京证券大智慧、南京证券同花顺	投资晨报、精选个股、大势研判、宏观研究
民生证券	民生手机开户、民生证券钱龙、民生证券同花顺	财富助手、民生财富金组合、民生财富趋势交易组合、民生财富稳健组合、民生财富管家
国海证券	国海证券金贝壳（理财版）、国海证券金贝壳（智慧版）	能量趋势、事件驱动、成长精选、十大金股、金股择时、一路向北等，主要是权益类产品
大通证券	智信通	消息盒子
长江证券	长江 e 号、长江 e 理财	热点追击模拟组合、多元投资模拟组合、研报产品掘金池
金元证券	指定乾坤 +	智汇财富
江海证券	江海锦龙	聚宝盆精选股票池、金牌价值精选股票池、策略资讯·月度投资攻略、汇赢精选股票池

资料来源：2015 年中国证券业协会专项调查统计和证券公司网站。

咨询产品主要是各类研究报告、要闻点评、市场研判等，有些证券公司选择与主流媒体合作，有利于形成双方的优势互补。比如“万联点金—中证”系列资讯产品是万联证券与《中国证券报》合作开发的高端财经资讯产品。

2. 社交投顾

个别证券公司开始在投顾平台中引入社交功能。比如申万宏源与恒生电子合作，推出“精英汇”社交金融平台，为投资者提供简单、专业的投资服务，在互联网实盘交易信息平台上，通过“领投与跟投”模式来实现 C2C（客户到客户）的直接信息交互。

3. 大数据投顾

部分证券公司将大数据引入投顾服务。如申万宏源与天音控股子公司和股利多共同发布“股神 +”项目。该项目以股民宝手机软件、股神卡等一系列产品为基础，以人工智能系统、大数据分析系统、自然语义系统为核心，并结合申万宏源证券、股利多的专业力量，为用户提供更加及时、专业、智能的互联网金融解决方案。国金证券与百度达成排他性战略合作，在大数据应用等方面展开全面合作，这对客户分类、差异化服务提供及产品创新等有积极意义。

4. 互动投顾

少数证券公司在投顾平台中设置互动功能。如，广发证券年初推出一款“证券公司版滴滴打车”金钥匙移动服务系统。投资者可通过公司官网、易淘金 APP、微信公众号“有问必答”入口连线“金钥匙”，实现线上线下闭环互动。广发证券还与蚂蚁聚宝合作提供投顾互动、资讯有问必答等智能投顾服务。

（四）与直投业务并举推进

一些证券公司采取不同形式，积极开展直投业务，以下列举一些具有典型意义的证券公司开展直投业务模式：

海通证券 2015 年通过旗下海通创新、海通开元、海通创意分别注资麦子金服、积木盒子和爱有财平台。东吴证券全资子公司东吴创新资本与赢时胜、水德合伙设立东吴在线，致力于为投资者提供互联网经纪、互联网财富管理、互联网投行等服务，打造国内领先的互联网证券服务平台。广发证券全资子公司广发信德向 51 家庭管家注资，共同打造一款国内首个高端家庭管家服务平台。

三、证券公司多举措加快互联网证券步伐

证券公司通过账户体系创新、组织架构调整、切入生活场景、与互联网机构合作等多种方式，有力推动了互联网证券的发展。

账户体系在互联网证券中处于核心地位。“一人多户”放开后，证券公司普遍加快了账户创新步伐，出现了华泰“涨乐财富通”推出的客户“综合账户”体系、平安证券围绕“医、食、住、行、玩”需求搭建的智能财富管理平台等有代表性创新型账户体系。

为支持互联网证券业务发展，多家证券公司从自身的资源优势及战略布局出发，构建了自己的互联网证券组织机构，以推行其互联网证券发展规划。证券公司发展互联网金融的路径主要有两种：一是在证券公司内部成立互联网金融部门，对接证券公司内部各个业务条线的日常业务，其中包括在总部组织架构上开辟互联网金融板块的传统模式和中信证券成立互联网金融营业部这种“自下而上”的架构模式。二是成立互联网金融子公司，拓展相关业务。如，东吴证券与互联网公司、文化传媒公司联合打造了证券公司互联网金融子公司——东吴在线，为投资者提供互联网经纪、财富管理、众筹、创新业务等服务。再如，中信证券选择了“自下而上”的架构模式，成立互联网金融营业部（简称“互金营业部”）作为互联网金融战略的切入点。互金营业部模仿支付宝的普惠金融路径，旨在填补长尾客户服务空白。

证券公司采用多种方式弥补生活场景方面的短板，这包括与互联网 O2O 龙头跨界联合推广理财、开展跨业合作引流，借助简单的互联网证券微调查的形式，吸引用户参与活动，互动分享，二次传播，通过活动连环激励，植入用户回访、微信绑定、引导开户等业务

需求。

2015 年，多家证券公司与互联网机构合作，加快互联网证券发展进程。多家上市证券公司推出定增计划对开展互联网业务给予融资支持。一些证券公司尝试通过在中证机构间报价系统平台发行私募股权融资项目、设立 P2P 平台等方式进行融资、开展业务。

四、互联网机构加快构建证券业务链

针对证券专业短板，以中国互联网三巨头（BAT，即百度、阿里、腾讯）为代表的互联网机构以多种方式构建专业服务平台，一些中小互联网机构也深耕细分市场，开展证券业务。

（一）通过收购、入股等方式，间接获取证券牌照

东方财富通过收购宝华世纪证券 100% 股权、定增购买同信证券 100% 股权已间接拥有中国香港和内地证券牌照。腾讯通过入股香港富途证券间接拥有了香港证券牌照。

（二）与证券机构合作，进行平台对接，通过流量导入，实现销售和服务的创新，其中国金证券与百度的合作最具创新维度

2015 年 9 月，国金证券与百度签署战略合作协议，围绕大数据和人工智能技术建立长期的产品研发及合作机制，共同探讨金融业务合作的应用及落地，并尝试基于移动终端的证券业务领域进行合作。12 月 23 日，双方共同推出国内首只大数据量化基金——国金百度大数据基金。与传统量化投资相比，国金百度大数据基金的最大特色是在投资模型中充分纳入“人”的因素。在合作中，百度发挥自身海量数据资源、云计算基础架构以及人工智能技术的优势，国金证券主要负责系统策略开发和资金募集。

（三）搭建理财、股票移动平台，抢占用户入口

蚂蚁金服推出一站式理财平台，为用户提供证券资讯、行情与服务，蚂蚁金服集团旗下的互联网股权投融资平台蚂蚁达客，为小微企业和创新创业者提供股权融资服务，为投资人提供股权投资服务。

腾讯 2012 年即推出自选股 APP，采用 QQ 号登录，股票数据云同步，还可设置股价提醒，用户可以随时获知股票动态。

2015 年初，百度上线选股 APP——百度股市通，基于百度每日抓取的新闻资讯、数亿次的股票和政经相关搜索数据，通过技术建模、人工智能来帮用户获取投资热点，有效解决了股民“信息不对称”的问题，使普通股民可以跨越信息搜集难题，获得智能投资服务。

京东金融建立了供应链金融、消费金融、众筹、财富管理、支付、保险以及证券七大业务板块。2015 年 9 月，京东金融上线 APP3.0，新版本定位为“一站式金融生活移动平台”，

涵盖了目前理财加消费的金融产品。旗下的白条、众筹、理财等业务已经通过一个账户体系实现了一体化。

（四）中小互联网机构凭借特色涉足互联网证券，也有较快发展

这方面的典型代表是淘金路。2013 年 6 月，“淘金路”APP 正式上线，期初定位于股票社交平台，2015 年 10 月底增加了“淘金路理财”和“证券开户 + 交易”两个产品，平台正式切入交易。目前注册用户 140 万户，每日活跃用户 15 万户，人均每日停留时间为 16 分钟。在证券公司 APP 用户每日活跃度（简称“日活”）普遍不足的当下，“淘金路”的模式值得关注。

第二章

移动证券成为互联网证券布局重点

一、证券公司积极布局移动证券

在互联网金融移动化的大背景下，证券公司也在加速互联网证券的移动化模式再造。

（一）证券公司 APP 概况

根据 2015 年中国证券业协会专项调查统计，截至 2015 年底，列入统计的 95 家证券公司中共有 83 家证券公司拥有 APP（见表 2－1），移动证券已高度普及，但多数证券公司的 APP 并非自己开发，而是与同花顺、大智慧等专业服务机构合作开发，名称中带有“同花顺”、“大智慧”的都属这一类。这样的 APP 主要是交易软件性质，技术上缺乏独立性。

表 2－1　　部分证券公司 APP 一览表

证券公司	APP	证券公司	APP
华泰证券	涨乐财富通	湘财证券	金诺信、股掌乐
海通证券	e 海通财	西南证券	西南金点子
国泰君安	易阳指	同信证券	掌上如意版
国金证券	佣金宝	西部证券	信天游
广发证券	易淘金	万联证券	万联 e 万通、万联极速版、万联大智慧
第一创业证券	一创财富通	九州证券	投资大师、九州宝
财达证券	财达手机大智慧、财达手机同花顺	天风证券	极客金融家
安信证券	安翼金融终端	世纪证券	“小薇”、“小薇”交易版、世纪朝阳
五矿证券	五矿手机证券	申万宏源	宏源天游、申万赢家理财
众成证券	众成大智慧手机炒股，众成证券综合 APP	上海证券	玉如翼、速 E 融、闪电通

续表

证券公司	APP	证券公司	APP
方正证券	泉友通、小方	山西证券	山西证券 APP，汇通启富 APP，金典通 II
中邮证券	中邮手机证券	日信证券	日日鑫手机炒股平台
中银国际证券	中银财 E 通、中银移动理财	中泰证券	中泰融易开户
中山证券	中山证券 APP	南京证券	金罗盘，南京证券大智慧、南京证券同花顺
中航证券	金航线、翼启航	民生证券	民生手机开户、民生证券钱龙、民生证券同花顺
中投证券	掌中投、金中投高端版	联讯证券	联讯金融
银河证券	银河玖乐	华宝证券	华宝手机至富版、华宝手机证券
民族证券	民族证券 APP 专业版、大众版	华安证券	华安智赢、安赢家、华安招财宝
中金公司	中金金网	宏信证券	投资赢家、银行家 APP
浙商证券	汇金谷	恒泰证券	恒泰掌财，恒泰金玉管家。
国信证券	金太阳	华金证券	华金证券同花顺、华金证券（中焯）
银泰证券	银泰掌如 e	国元证券	盈通版、智慧版
兴业证券	“优理宝”	国盛证券	国盛证券大智慧、国盛证券金麒麟
信达证券	信达手机证券、信达同花顺、信托天下	国联证券	国联尊宝
新时代证券	通达信、富贵涨易 V	国海证券	国海证券金贝壳（理财版）、国海证券金贝壳（智慧版）
光大证券	金阳光移动证券、大智慧环球通	长江证券	长江 e 号、长江 e 理财
东莞证券	掌证宝天珑版、掌证宝天玑版	长城证券	长城易、随身股
东吴证券	东吴秀财	财通证券	财慧融通版
东海证券	龙点金，东海通	爱建证券	爱建证券掌中宝、爱建证券大智慧
东方证券	东方赢家炒股	金元证券	指定乾坤 +
东北证券	东北证券融 e 通	江海证券	江海锦龙
德邦证券	德邦证券高端版、中国好投资	华鑫证券	鑫智汇及灵犀指
大同证券	大同证券大众版	华龙证券	华龙点金

续表

证券公司	APP	证券公司	APP
大通证券	智信通	华林证券	华林证券 APP
平安证券	平安证券安 e 理财		

资料来源：2015 年中国证券业协会专项调查统计和证券公司网站。

日活不足，尤其是非交易日日活不足，是证券公司 APP 普遍面临的问题。根据 2015 年中国证券业协会专项调查统计，2015 年 12 月，83 家证券公司 APP 交易日日活总数为 1 448 万户，这一数字仅和同花顺一家相当。非交易日，日活只有 318 万户。如何提高日活尤其是非交易日日活成为证券公司亟待解决的问题。

（二）证券公司 APP 分类

证券公司 APP 目前主要分为两类：一类是以交易、资讯等基础功能为主的移动 APP，另一类是多项服务整合并融入特色产品的综合金融 APP。

第一类证券公司 APP 基本只包括经纪业务等基础服务，相当于是部分基础业务的简单移动化。这其中又分为两类：一是证券公司自主开发的；二是依托互联网证券专业服务机构开发的，典型代表是名字中直接带有“大智慧”、“同花顺”等名称，比如财达大智慧手机版、国盛证券大智慧、华金证券同花顺、南京证券大智慧等。

第二类是综合金融 APP，如涨乐财富通、佣金宝 2.0、平安一账通、银河玖乐、易阳指等。其中，涨乐财富通是华泰证券自行设计的、为广大投资者量身定制的专业理财软件。平安一账通则通过一账通，仅需要一个账户、一套密码、一次登录，就可管理所有平安账户和 50 多个其他机构的网上账户，实现保险、银行、投资等多种理财需求。

二、互联网机构优势明显

大型互联网机构蚂蚁金服、百度、腾讯、京东金融等纷纷推出移动证券类应用，积极布局理财、资讯、投顾等专业服务，在用户和体验方面优势明显。

同花顺、大智慧、万得资讯、东方财富等垂直化服务商的移动 APP 具备便捷的操作体验与详细的信息服务，较好满足了普通股民的基本需求，尽管没有经纪业务资格，却积累了海量用户，在 APP 的普及率、覆盖率上大大领先很多证券公司 APP。

然而，《证券公司外部接入信息系统评估认证规范》发布后，多家证券公司纷纷切断了与垂直化公司的交易接口，垂直化服务商的交易功能开始受到限制。未来的政策动向对于垂直化公司移动证券 APP 的发展至关重要。

第三章

互联网证券业务发展面临的挑战

一、难以复制互联网业务模式

证券公司面临的问题与挑战本质上归因于金融机构与互联网机构思维模式的差异，以及由此衍生出的用户服务体系的差异。

（一）思维模式差异

传统金融机构的思维模式是价值链条：基础设施→产品→平台→渠道→客户，互联网思维模式则是以用户为中心的“云＋端”网状生态场景（见图 3－1），可以说二者的思维模式存在本质性的差别。

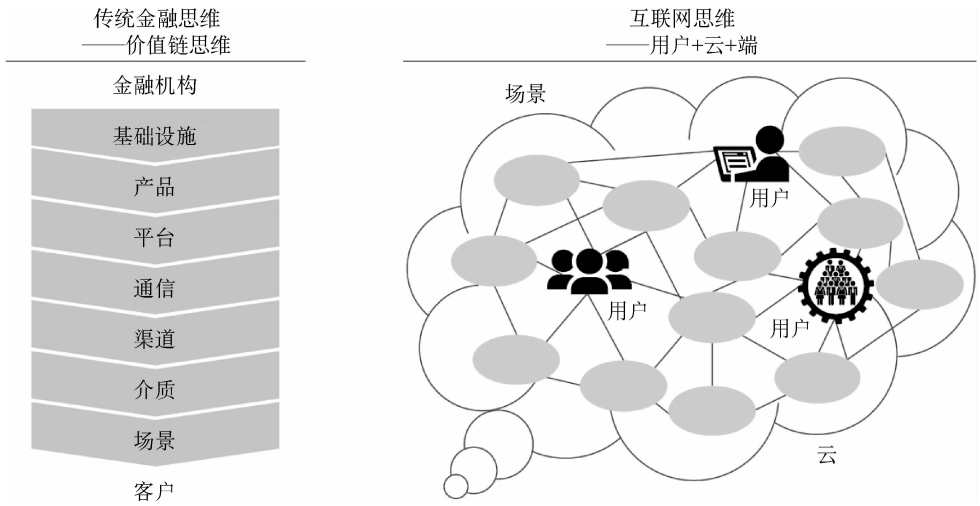

图 3－1　金融机构与互联网机构的思维差异

资料来源：BCG，华宝证券研究创新部。

在互联网证券中，证券公司赖以生存的实体场景构建模式，如营业网点、面对面展业

等，将被基于互联网的虚拟场景如金融云、移动应用等取代，这种取代不仅是基础设施、组织架构层面的，更有思维理念、人员结构层面的。证券公司面临两难困境：不转型面临价值趋同、用户流失的风险，转型则面临价值重构的不确定性风险。

此外，互联网强调服务效率第一，由于这种差距的存在，传统证券公司尤其是中小证券公司很难做到迅速跟进，对互联网带来的风险也缺少应对能力。

（二）盈利模式差异

互联网通过免费使用导入流量，通过获取用户使用习惯与时间获得平台溢价，在此基础上通过推送广告、绑定相关产品获取用户外利润来源，并在此基础上进一步巩固产品平台。当外部市场出现瓶颈后，转而利用原有产品中收集到的用户偏好、行为、消费甚至位置信息进行市场细分和用户群体细分，实施定价策略，获取不同价格敏感群体的消费者剩余。对于价格敏感度不高的用户，通过直接收费的模式获取收益；对于价格敏感度较高的用户则进行“隐性收费”。

这样的盈利模式在证券公司方面却难以复制。一方面，证券交易与投资与社交分享、娱乐游戏乃至日常消费相比，证券类产品的使用频率主要是由赚钱效应决定的；另一方面，证券理财、投顾、交易服务与用户日常生活的行为习惯关联度不大，由此所积累的用户行为、交易、偏好等数据资料难以转化为外部广告推送资源。同时，作为专业场景服务，外部广告介入会极大地降低用户体验和客户黏性。

二、证券投资咨询专业人员数量有所下降

根据 2015 年中国证券业协会专项调查统计，2015 年全行业证券经纪业务营销人员数量为 2 415 人，较年初的 2 937 人下降了 522 人；全行业证券投资咨询业务（分析师）人数为 2 194 人，较年初的 2 647 人下降了 453 人。

在 2015 年市场的大幅波动中，客户对销售和分析师的需求急剧增加，证券公司的专业服务人员却在减少。这虽然有传统业务线上转移、营销人员转岗等方面的原因，但证券公司研究理念转型滞后也是重要原因。

互联网证券时代，一些大的互联网机构也开始涉足证券研究，通过多种方式吸引证券业的研究人员，导致证券研究咨询人员的分流。同时，近几年卖方研究机制与市场并没有较好地实现接轨，越来越多的优秀研究员转行做投资、私募、买方，进一步弱化了研究力量。

三、技术自主性不强

受限于 IT 开发实力，国内很多证券公司在打造互联网平台时都或多或少依赖于外部的技术类企业。国内银行业提出的“去 IOE”对多数传统银行来说难度很大，目前也仅有微众

银行这样一家背靠腾讯的纯网络银行能够做到，这足以折射出当前传统金融机构在 IT 基础建设上缺少自主性的现实。一部分实力较弱的证券公司或互联网公司倾向于依托大型网络机构来发展金融服务。这些方式带来的直接影响就是受制于网络服务机构而缺乏自主性，进而影响到模式发展的持续性。

四、组织架构有待完善

一些证券公司对互联网的认识不够，存在互联网证券就是线下业务线上转移的认识误区，沿用传统模式成立新部门或子公司开展互联网金融业务。传统证券公司的组织架构是按照业务、产品牌照的种类划分的，无法对用户需求进行全面、完整的梳理和即时对接，难以匹配互联网“以用户为中心”的理念精神。

互联网金融需要进行大量的流程梳理、技术开发、平台运作等工作，但由于技术与业务在组织架构上的隔离以及激励机制不足，信息技术队伍规模有限，人员动力不足，权限弱小，难以主导各项业务流程再造和产品整合，这在很大程度上影响了传统证券公司互联网证券的发展。互联网证券部门的组织建设以及业务推进还在探索阶段，管理模式常常混同于传统部门，导致互联网金融业务发展缓慢。

此外，同质化严重、差异化不足也是目前互联网证券存在的一个突出问题。许多证券公司推出的互联网证券模式，在服务上区别不大，证券 APP 功能也比较相似。差异化的相对欠缺反映出证券公司创新能力的相对薄弱，进而影响到核心竞争力的打造和模式的可持续性。

五、场景维度方面不够丰富

证券公司在互联网场景维度方面不够丰富，这是证券公司 APP 日活尤其是非交易日日活不足的主要原因。

（一）生活场景方面

证券公司的互联网证券距离生活场景较远，一些理财类互联网因较好地植入了生活场景，获得了迅速发展。比如，余额宝接入了很多消费场景，当用户购买大额旅行产品或者买车要付定金，通过支付宝交易以及余额宝的接入，可以让这些定金继续为用户带来收益。

随手记、卡牛信用卡管家等在生活场景方面比较有代表性。“随手记”是一款个人理财手机应用，采用了完全按照生活场景设计的理念，使用户在购物、旅游时都能随时随地记账，目前用户已经突破 1.5 亿户。卡牛信用卡管家通过自动解析银行短信、一键导入邮件账单等功能让用户能最便捷地管理自己的银行卡，更有每日账单送达。目前，卡牛用户已经突破 4 000 万户。

这些互联网金融成功的关键是较好地实现了互联网、理财、生活场景的有机融合，很好地迎合了用户的消费心理。这恰恰是证券公司缺乏的。

（二）社交维度方面

Motif Investing、Stock Twits、Stocial 等一些国外互联网证券公司把社交元素引入互联网金融，集合“网络社区 + 网络证券公司 + 个人金融平台”的特点，创建了独有的盈利模式，取得了很大成功。国内一些互联网金融机构已在积极尝试引入社交场景，获得了较好成效。社交投资以雪球、新浪理财师等为代表，主要为用户提供投资交流、分享、咨询等服务。证券公司的互联网证券则依然停留在单向推送信息、产品的工具层面，难以产生好的用户体验。

六、互联网对风控的挑战

互联网在提高效率的同时，也使风险滋生和传播的速度加快，使风控面临更多挑战。

（一）技术方面

首先，互联网实现了财富的货币化和货币的数字化，财富所有权以数字认证方式存在。因此，技术风险或 IT 系统的风险将成为最重要的风险之一，比如恶意攻击导致服务瘫痪、数据损失，传输故障导致业务受损、用户流失，终端隐患导致内部失控等。其次，网络主体间高度依存与关联，使风险传递扩散变得十分便利，行业中一家平台出现问题，可能很快传染至整个行业，从而爆发整体性风险；再其次，金融欺诈者也可以利用平台制造虚假信息误导金融消费者，形成欺诈风险。第四，支付体系的风险问题也日益突出等。

（二）信息方面

一是网络投资的规模越来越大，技术改造越来越频繁，技术稳定与衔接方面的风险较大；二是信息的爆炸式增长，形成巨大的干扰，使世界日益混沌，风险识别、反洗钱等方面的难度加大；三是信息干扰越来越严重，信息安全越来越艰巨，对冲干扰和防范安全的成本越来越高等。

（三）市场方面

互联网不仅使多空信息的传播瞬间完成，容易被投机者利用，从而放大短期市场波动。2015 年股市的大幅异常波动，虽然有清理配资、融资等方面的影响，但也不排除有投机者借助互联网信息传播迅速的优势，恣意传播放大甚至伪造利空因素，制造非理性恐慌。此外，大数据分析套利和高频交易无疑也会加剧市场的短期波动。