

天风 VIEW



2016.09.20 | 2016年 第5期

【总第5期】



薪火相传筑广厦 强根固本业通达

天风证券合规法律部 & 风险管理部



天风坚守的信念

险夷原不滞胸中
何异浮云过太空
夜静海涛三万里
月明飞锡下天风

——王阳明《泛海》

天风证券之名，语出《泛海》。诗中，天风正是天地间浩然正气之代表。可以说，天风在创建之初，浩然正气就成为了一种必须坚守的信念。

正是这种信念，让我们坚守底线，严格合规审核、严控风控管理，因为我们知道这是根本，是保障。

正是这种信念，让我们笃信企业文化，我们一直坚守“与客户共生共荣”核心价值观，坚持为客户提供优质的服务，坚守客户利益。

正是这种信念，让我们勇担社会责任，在自身发展的同时，专注于构建金融驱动力，重视实现国人财富梦想、助推实体经济发展、为社会创造价值。

本期的内刊，我们走进合规风控团队，去了解他们坚持底线思维，薪火相传构筑天风合规风控大厦的历程；我们分享天风人“与客户共生共荣”成长在天风的故事；我们奉上天风温度，带你了解公司在承担社会责任方面一以贯之的担当。

而这些生动的故事和案例，再次让我们坚信，只有守住“天地间浩然正气”，我们才是天风，天风才是我们。



P2



P4



P12

创业在天风 | 12

薪火相传筑广厦 强根固本业通达 天风证券合规法律部 & 风险管理部

在天风，合规风控事业是一项薪火相传的大工程，一任接一任的“设计师”，一批接一批的“建设者”，在不同的时期，都为“大楼”做出了不可替代的贡献。

本期《风景》编辑部回到武汉总部，走进合规法律部和风险管理部，探寻合规风控事业的历史脉络，挖掘合规风控人一脉相承的行为风格。

新闻资讯

2 / 天风证券与中央财经大学共建绿色金融国际研究院

4 / 天风证券 2016 年国企改革专题暨上市公司交流策略会在沪召开

6 / 天风 3 家营业部跻身 2016 年前三季度龙虎榜营业部 500 强

9 / 7 月份券商揽入佣金 128 亿元环比增长 35% 逾五成投资者空仓

9 / 126 家券商上半年净赚 624.72 亿元

10 / 广发证券与前海管理局联合助力私募基金规范发展

11 / 券商上半年“喜忧参半”：净利腰斩 投行资管抢眼

创业在天风

23 / 洪琳：全力打造天风合规体系 2.0 升级版

27 / 肖函：85 后的“天风式”成长轨迹

31 / 合规法律部的那些事

35 / 告诉你一个真实的风险管理部

38 / 一直往大风吹的方向走过去

成长在天风

41 / 与时间赛跑，帮客户走出困境

42 / 我与客户共成长，未成曲调先有情

44 / 团结一致 梦想启航

46 / 秉天风文化 与天风共成长

47 / 如何获得客户的信任

48 / 微微一笑共成长

49 / 成长，在尝试中蜕变

天风责任

51 / 证券行业举办扶贫工作培训班，国务院扶贫办等机构授课

52 / 服务脱贫攻坚大局践行企业社会责任，天风证券积极响应“一司一县”结对帮扶行动

53 / 响应国家战略号召履行企业责任，天风证券成立绿色金融事业部

54 / 天风证券履行社会公益责任，阳光助学情暖寿宁莘莘学子

56 / 拯救江豚，长江微笑或成绝响

58 / 天风一家人，共担风和雨

60 / 火眼金睛 看清 10 种异常交易行为

天风温度

62 / 我的外婆

64 / 小橙子们的乘风破浪之旅

68 / 夏日活趣 奥运激情

70 / 品牌课堂：舆情危机公关和新闻通稿写作

风控课堂

76 / 什么是风险、从风险角度看理财

78 / 十年铸剑，乘风破浪——反洗钱的十年

学长专栏

80 / 天风证券 2016 年国企改革专题暨上市公司交流策略会分享

94 / 分析 A 股公司“掘金”新三板现象

天风视野

96 / 警惕，掉进“用户思维”的陷阱

业界看天风

100 / 我认识的天风人



P54



P65



P66



P69



P80



学长顾问委员会

委员：余磊、潘思纯、吴建钢、王琳晶、黄其龙、朱俊峰、冯琳、翟晨曦、吕英石、许欣、冯文敏、于博、洪琳、周昕、李巍
秘书长：李巍

编辑部

主编：杨芬

编辑主任：鞠彬彬、余艳

视觉总监：熊磊

美术编辑：北京千辉品牌咨询有限公司

执行编委会

成员构成：各部门及分支机构负责人（或指派部门骨干员工）

秘书长：鞠彬彬

通讯员委员会

成员：各部门及分支机构通讯员

会长：余艳



官方微信订阅号



官方服务号

400-800-5000 / WWW.TFZQ.COM
TEL: 027-87618889 / FAX: 027-87618863
ADD: 湖北省武汉市武昌区中南路 99 号保利广场 A 座 37 楼
37th Floor, Building A, Poly Plaza, No.99, Zhongnan Road, / Wuchang District, Wuhan, Hubei Province

天风证券与中央财经大学 共建绿色金融国际研究院

文 / 来源于：财经网



9月26日，由天风证券股份有限公司（以下简称“天风证券”）和中央财经大学联合主办的绿色金融国际研究院建院仪式暨绿色金融发展高层论坛在北京举行，来自政、产、学、研、媒等领域的代表齐聚一堂，祝贺绿色金融国际研究院成立并深入探讨绿色金融发展格局，为全球绿色金融发展建言献策。中央财经大学党委书记傅绍林、天风证券股份有限公司董事长余磊出席并致辞。中国国际经济交流中心副理事长、秘书长张大卫，中国人民银行研究局首席经济学家、中国金融学会绿色金融专业委员会（以下简称“绿金委”）主任马骏，英国驻华大使馆公使衔参赞 Colin Crooks，中央财经大学绿色金融国际研究院院长王遥发表建院致辞。

中央财经大学党委书记傅绍林代表中央财经大学，向到场嘉宾表示欢迎。他指出，研究院将充分利用中央财经大学作为国内顶尖财经类高校和国家“优势学科创

新平台”项目首批试点高校的平台优势，以及雄厚的教学资源、丰富的社会资源优势，通过开展气候金融、绿色金融和能源金融等前沿研究，推动中国绿色金融事业从“理念”到“实践”，从“实践”到“引领”，形成社会合力和矩阵效应，共同破解转型发展的绿色命题，为经济社会的可持续发展注入新的活力。

天风证券董事长余磊对绿色金融国际研究院的成立表示了衷心的感谢，并感谢中央财经大学与各界人士对天风证券的信任与支持。他表示，作为综合金融服务专家，天风证券始终坚持“实现国人财富梦想、助推实体经济发展、为社会创造价值”的企业使命，秉承“专业、务实、高效、合规”的态度，将企业生存发展和国计民生的发展联系在一起。天风证券将绿色金融纳入公司战略，希望通过此次与中央财经大学共同成立绿色金融国际研究院的契机，深入贯彻探索党和政府提出的绿色经

济发展理念，强化金融支持经济结构调整和转型升级，全面推动低碳经济、低碳社会的发展，将金融智慧与实体经济相结合，切实履行企业的社会责任，为社会经济发展发挥重要作用。

中国国际经济交流中心副理事长、秘书长张大卫首先发表建院致辞，他指出，研究院的成立是中央财经大学的学术资源与天风证券的综合金融服务优势相结合，推动中国绿色金融发展的一次成功尝试。目前欧美发达国家在环境社会风险管理、相关金融产品创新、绿色金融管理体系搭建等方面经验丰富。研究院的建立，不仅为中外绿色金融相关信息的交流与共享搭建了一座桥梁，还有效拓展了国际合作的渠道与范围。

中国人民银行研究局首席经济学家、绿金委主任马骏在致辞中表示，从“Zero”到“Hero”，中国正在引领全球绿色金融的发展。中央财经大学作为国内高水平研究

型大学，近年来在绿色金融研究方面积累了丰富经验。绿色金融国际研究院的建立将进一步巩固和发展绿色金融的研究力量，促进国内外绿色金融研究的交流与融通。

中央财经大学绿色金融国际研究院理事长、中央财经大学副校长史建平和中央财经大学绿色金融国际研究院执行理事长、天风证券副总裁王琳晶在现场400余位嘉宾的见证下，共同为中央财经大学绿色金融国际研究院授牌颁证。

近年来，中国绿色金融事业快速发展，并已成为“新常态”下经济社会转型的重要抓手，发展绿色金融已经上升成为我国的国家战略。今年8月，由习近平总书记主持的深改组会议审议通过，中国人民银行、财政部等七部委联合印发的《关于构建绿色金融体系的指导意见》标志着中国成为全球首个建立较为完整的绿色金融政策体系的经济体。在我国的推动下，绿色金融写入G20峰会公报。此次由天风证券与中央财经大学合作，捐资建立的绿色金融国际研究院，也是国内首家以推动绿色金融发展为目的的开放型、国际化的研究院，绿色金融国际研究院建成后将致力于打造国内一流、世界领先的具有中国特色的金融智库，充分发挥天风证券的综合金融服务优势和中央财经大学的科研优势，以营造富有绿色金融精神的经济环境和社会氛围为己任，践行绿色金融，推动中国绿色金融事业发展，助力我国经济的转型升级和结构性改革。

嘉宾分别从顶层设计，应对气候变化融资，引导社会资本，发展绿色信贷、绿色保险的角度，探讨了G20后中国将如何保持引领全球绿色金融发展的势头。与会专家一致认为，金融是支持实体经济、绿色发展的核心要素，金融创新则是提升金融支撑能力的重要手段。要努力推动社会各界达成发展绿色金融的共识，充分发挥绿色金融创新在促进实体经济结构调整和经济发展方式转变中的重要作用，为我国实体经济的绿色、低碳、可持续发展和生态文明建设提供新的动力。

在建院仪式后举行的绿色金融发展高层论坛上，中国人民银行研究局首席经济学家、绿金委主任马骏，国家发改委应对



天风证券董事长余磊致辞



天风证券副总裁王琳晶为绿色金融国际研究院院长王遥颁发聘书

气候变化战略研究和国际合作中心主任李俊峰，财政部政府和社会资本合作（PPP）中心党委书记、主任焦小平，中国银监会政策研究局巡视员叶燕斐，绿金委副主任、中国保险学会副秘书长蔡宇参加论坛并发表演讲。

天风证券董事长余磊就天风证券与中央财经大学成立绿色金融国际研究院一事接受央视记者采访视频



天风证券 2016 年国企改革专题暨上市公司交流策略会在沪召开

文 / 来源于：证券日报·中国资本证券网



他补充道，今年年初以来，低估值公司不断受到风险资金的追捧，而高估值的这些公司不断被抛售，整个国企改革很有可能会在后面连续催化剂的引导下，出现一轮或者局部性的行情，因此，建议大家高度重视国企改革议题。

下午，七个分会场会议同步进行：互联网传媒首席文浩和焦娟、商贸社服首席刘章明、电子首席农冰立、食品饮料首席刘鹏、医药首席杨焯辉、银行业首席廖志明、固定收益分析师周泽平，均在分会场会议上发表了主题演讲。随后，行业内受邀上市公司与分析师们对市场现状和发展前景进行了激烈探讨。

今年是“十三五”的开局之年，在供给侧结构性改革的背景下，国企改革将进入实质落地阶段。此次策略会地点设在改革先锋试验田的上海，为双方营造了良好的交流氛围；此外，行业分析师和上市公司代表的观点碰撞对把握政策动向、摸清大局意义重大。

实体、研究服务市场的宗旨。

随后，天风证券首席策略分析师徐彪，在主论坛上发表主题演讲，他指出，国企改革主题从策略上来说离不开对大势的判断，而我们可能处于熊市的最后一个阶段，这个阶段的特点就是波动幅度越来越小。

8月23日，天风证券2016年国企改革暨上市公司交流策略会在上海浦东香格里拉大酒店举行。该次会议在主会场外，还设立了七个分会场，同时进行了多场“一对一”的讨论，有超过五十家上市公司参会，涉及行业包括互联网传媒、电子、军工、商贸社服、食品饮料、医药生物、金融等。

上午九点，天风证券股份有限公司副总裁翟晨曦，在会议开幕致辞中指出，在当前全球经济陷入无解的困境的环境下，全球的低利率、低增长，只能是新常态。中国经济系统的产业结构与产业纵深、强大的人口与消费基础，使中国经济的确具备降速之后提质的发展条件。持续占据中国经济主体地位的国有企业能否实现新的突破，迎来新的增长，是未来下一个阶段中国经济能否突破并止跌回升的关键。

翟晨曦还介绍道，着力建设具备领先水平的研究所，正是天风迎接改革、主动改革的战略性举措。研究所旨在全面覆盖中国所有主要行业，聚焦改革重点，凝聚一批最有才华、激情、责任的分析师，服务好所有上市公司与上下游企业，服务好多元化投资人，以实际行动践行金融服务



天风天睿荣获“投中-2016年度中国新能源与清洁技术产业最佳新锐投资机构”奖项

近日，“投中产业榜”于“2016年中国投资年会·深圳”正式揭晓，天风天睿投资有限公司荣获投中产业榜“投中-2016年度中国新能源与清洁技术产业最佳新锐投资机构”奖项。

投中信息曾多次以数据支持身份参与国际知名商业杂志《福布斯》所发布相关榜单，以“投资中国网”为平台的专业化财经评选更是PE/VC业内重点关注的行业风向标，投中产业榜现已成为洞察中国产业投资市场趋势的绝佳窗口。此次投中深

圳年会聚焦于产业体制改革和结构优化，围绕“变革驱动中国”这一主要议题进行了热烈而深入的讨论。天风天睿旨在抓住变革时代的发展机遇，充分挖掘自身产业整合能力和企业价值提升能力，为深入推进私募股权投资行业发展和产业结构调整做出贡献。

2016年，天风天睿作为专注于股权投资及私募基金管理的一站式综合金融服务投资平台，将翔丰华科技、海优威、格林森以及汉唐环保等优质项目纳入新能源

与清洁技术领域的布局版图。此外，天风天睿同样重点关注中国经济转型升级的其他新兴行业，在消费升级、健康养老、教育产业以及文化娱乐传媒等行业投资了大量明星企业，投资阶段覆盖从天使到pre-IPO全阶段，致力于构建产融结合的生态系统，目前已实现了突飞猛进的跨越式发展。作为极具成长性的新锐投资机构，天风天睿在新兴产业上的战略布局已获得行业内的认可和支持。

天风天睿及子公司荣获“2015 湖北年度最活跃股权投资机构”

8月10日，在“湖北省省级股权引导基金启动仪式”上，2015湖北年度优秀“股权投资机构”、“投资人”、“托管银行”名单隆重揭晓。天风天睿投资有限公司及子公司分别荣获2015年度最活跃股权投资机构等奖项，这是对于天风天睿近年来在股权投资领域发展成果的肯定和鼓励。

为了表彰深耕湖北、为培育全省战略新兴产业作出突出贡献的省内外股权投资机构、投资人，弘扬在投资管理领域的先进理念和成功经验，提高股权投资基金行

业的社会影响力和认知度，应湖北省内股权投资行业和广大被投企业的要求，湖北省创业投资同业公会从2015年开始，正式启动“湖北年度股权投资机构、投资人”评选活动。活动秘书处在公会理事会指导

下，先后通过发动动员、机构推荐、数据采集统计等环节，提出候选建议名单。2016年6月4日，同业公会召开会长专题会议，通过无记名投票方式评选出了“2015年度湖北股权投资机构、投资人”。

在此次公开评选中，天风天睿及子公司、相关管理人获得如下荣誉：

- 天风天睿投资有限公司：荣获2015湖北年度最活跃股权投资机构
- 武汉光谷创投基金管理有限公司：荣获2015湖北年度最活跃股权投资机构
- 方源清（武汉光谷创投基金管理有限公司总经理）：荣获2015湖北年度最活跃创业投资人
- 王琼（武汉光谷创投基金管理有限公司副总经理）：荣获2015湖北年度新锐创业投资人



天风天睿简介

天风证券直子公司天风天睿投资有限公司，可以满足企业对于天使投资、PE、VC、并购基金等不同发展阶段的金融需求。以专业化的视角、出色的资本整合能力，提供最完善的金融方案，助力企业成长。

天风 3 家营业部跻身 2016 年前三季度 龙虎榜营业部 500 强

排名	券商简称	营业部名称	成交金额 (亿元)	城市
137	中信证券	中信证券股份有限公司上海世纪大道证券营业部	17.89	上海
138	天风证券	天风证券股份有限公司武汉八一路证券营业部	17.75	武汉
139	招商证券	招商证券股份有限公司深圳蛇口工业七路证券营业部	17.65	深圳
162	中国国际	中国国际金融股份有限公司深圳福华一路证券营业部	16.02	深圳
163	天风证券	天风证券股份有限公司杭州教工路证券营业部	15.80	杭州
164	财通证券	财通证券股份有限公司慈溪开发大道证券营业部	15.74	慈溪
188	中国中投	中国中投证券有限责任公司南京中央路证券营业部	13.73	南京
189	天风证券	天风证券股份有限公司上海芳甸路证券营业部	13.73	上海
190	广发证券	广发证券股份有限公司郑州农业路营业部	13.72	郑州

数据来源 wind 资讯 2016 年前三季度龙虎榜营业部 500 强名单

10月16日，wind 资讯公布了 2016 年前三季度最强营业部榜单。截至 9 月 30 日，2016 年前三季度 A 股市场龙虎榜共出现 5630 家券商营业部（含券商交易单元、投资部、事业部等），合计成交金额 12713.08 亿元。其中天风证券有武汉八一路证券营业部、杭州教工路证券营业部及上海芳甸路证券营业部三家营业部进入该榜单，排名依次为 138、163、189 名，均在 200 强之内。

公司经纪业务今年整体呈现较大进步，尤其从下半年开始发展喜人，根据东方财富 choice 数据百大券商月度沪深交

易数据透视榜单显示：

7 月百大券商股票成交金额的平均增速约为 11.57%，天风证券成交金额环比增幅达 21.66%，增幅排名第 7；

8 月在股交数据整体下滑的情况下天风逆势上扬，成交额排名上升 8 位（总排名 64 名），两市券商占有率环比增速方面，天风证券份额增长达 20.12%，增幅排名第 2；

在刚过去的 9 月，有 52 家券商沪市份额有所提升，其中 14 家券商份额增长超过 9%，天风证券沪市占有率环比增速达到 10.04%。

公司经纪业务排名提升和市场影响力加大，首先源于营业部数量的不断增长和老营业部在业务发展层面的沉淀。其次，强化京沪深杭等城市的网点覆盖，形成了较好的地理布局。三是营业部在做好传统经纪业务的同时，加强综合服务、专业服务能力以提高客户满意度，为经纪业务更好地开拓发展提供了有力支持。四是经纪业务与资管等部门实现有效合作，促进了共同发展。

2016 年 天风证券零售业务客户服务工作交流会召开

8 月 13 日，由产品服务部组织的“2016 年天风证券零售业务客户服务工作交流会”在总部 48 楼举行，来自各营业部的客服总监或相关工作负责人参加了此次交流。

产品服务部总经理胡扬飞首先发言，他分析了我司当前服务工作的现状及其它券商的成功经验，提出在市场低迷的背景下更应该重视服务工作，服务人员要加强业务学习，并借此契机从公司层面建立数字化服务考评体系及构建畅通的资讯传导机制。坚持“与客户共生共荣”的核心价值观，由服务带动营销工作的开展。

随后，产品服务部王晟彪、蔡国涛分别就过去半年“风行天下”资讯服务体系的构建、客服工作中的合规性事项做了介绍。总体来看，上半年资讯产品的质量及覆盖宽度有大幅提升，打造了如风行视点、风行指数等一系列具备天风特色的资讯栏目，并通过晨会、巡讲等手段有效地拉近了同一线员工及客户的距离；在合规方面，严守行业准则坚决不碰红线，在完成协会要求的各项核查工作的同时，保证了各项业务合规有序的开展。

紧接着，呼叫中心主任魏树练就上半年度工作情况进行了汇报总结，对于大家关心的回访及中签提醒等业务做了重点交流，并分享了后期工作改进计划。会上还邀请甜菜金融蔡沁宇就目前正在开发的社区类网络服务平台进行介绍，未来该社区将与天风高财生交易平台形成互补，成为推进公司服务工作的重要抓手。

下午的会议，由各营业部的同事来分享经验与心得。首先，来自大连天河路营业部的代表李栋及钟祥营业部代表陈少云，就如何打造卓有成效的营业部客户服务工作，进行了相关经验的详细介绍。

接着，在场的营业部客服代表们就各自营业部服务工作的重心、需总部开展的支持工作及对于未来工作的意见和建议等进行分组讨论并发言。通过营业部同事切身的工作经验分享及小组讨论的头脑风



暴，所有参会人员的注意力再次聚焦到了如何以客户需求为中心，通力协作、及时高效的传导资讯服务客户，从而提高客户满意度这一“痛点”之上。

在近两小时的“畅所欲言”后，咨询服务部经理徐善武就下一阶段的工作方向进行了展望，他表示风行天下团队将全力提供全方位、多层次的金融资讯服务以协助各营业部完成客服工作，同时对天风证券的客户服务工作提出要求：再次重申了客户服务工作以客户为中心的根本原则，同时明确了客服工作将以“风行天下”作为服务品牌，进而提高零售业务的核心竞争力和客户满意度的根本目标，而下一阶段的工作重点将以推广公司现有的资讯发

布平台为主。

通过本次会议，全体与会的天风证券客服人员再次明确了客服工作的定位以及 2016 年下半年的工作重点和目标；产品服务部也与各营业部进行了充分的交流和沟通，共同探讨、确定了有待改进的工作内容及相互支持的各项事务，并提出了相应的解决方法。最终，会议在一片昂扬的斗志及对未来的憧憬中圆满结束。我们相信，未来在大家的共同努力下，总部与营业部之间的协作将会更加顺畅而高效，在秉承“与客户共生共荣”的核心价值观之下，天风证券的客服工作将发展的更快、更好！



风行天下，天风证券全方位资讯服务平台

风行天下秉承“专业发现机会，信任创造价值”的理念，致力于打造具备天风特色的资讯、服务、投教平台，为天风证券客户提供全方位增值理财服务。

服务内容包括：
风行资讯、风行培训、投顾咨询、风行巡讲
以及财富管理等多种产品，
多维度满足您的服务需求。



互金行业协会推最严信披 促进行业理性回归

日前，中国互联网金融协会下发了互联网金融行业信息披露规范，其中强制性披露指标高达65项，被各大财经媒体纷纷冠以“史上最严”信披。伴随着监管措施的不断出台，互金行业日益规范，不合规平台加速离场，7月平台数量创下新低。

与此同时，现存的各平台的利率也一直呈下滑趋势，但截至2016年6月底，上半年累计成交量为8422.85亿元，相较2015年未见下滑甚至有明显上升，这说明利率不再是投资人选择平台的唯一标准，整个行业正在回归理性。

监管趋严，网贷平台数量创新低

虽然2015年开始，国家就针对P2P劣质平台推出了“四条红线”和《关于促进互联网金融健康发展指导意见》等重要政策，但今年2月份央行金融市场司牵头的互联网金融专项整治正式启动，P2P监管终于落实到了执行层面。接下来的监管措施更是将行业水分进一步挤出，不合规平台的生存越来越难，互金平台数量也持续走低。

数据显示，截至今年7月底，正常运营的P2P平台数量降至2281家，7月新增P2P平台只有33家，关停101家。从平台数量上看，互金行业“去糟留精”的大势已经不可逆，虽然行业进进出出，但一些优质平台却基本不受影响，以甜菜金

融为例，2016年上半年共撮合16624笔借款交易，成交额达127983万元，同比2015年上半年增长441%，历史按期还款率达100%。这一系列的数据表明，监管趋严带给整个互金行业的不仅是不合规平台的加速退出，还促进了优质平台的稳健发展。

大浪淘沙过后，依然留存的平台才真正属于这个行业。

降息趋势明显，行业回归理性

8月初，发改委政策研究室发文表示，坚定不移降低各种企业成本，择机进一步实施降息、降准政策。其实，互金行业的降息潮早在2016年3月份就已经悄然开始，而且一直持续至今。对于降息原因，业内专家表示，从去年开始，宏观经济下行压力持续增大，央行多次进行降息降准，在这样的经济大环境下，为了保证投资者能够继续享受到与优质资产端所对应的高端金融产品和服务，主动降息也就成了很多平台的自然选择。

对于P2P平台来说，高利息并不具备可持续性。平台要支付给用户较高的利息，就必须选择一些收益更高的项目，高收益也就意味着高风险，这无形之中也就增加了平台的风险，而且对于一些互金平台来说，借贷方以中小企业为主，高息无疑会给中小企业的发展带来了巨大的阻力，所以为了更好的扶持中小企业发展，为中小

企业提供稳定的资金流，甜菜金融主动降息，为中小企业发展保驾护航。截止目前，在甜菜金融与华创小贷的通力合作下，中百集团供应链金融标的累计放款规模达到2.9949亿，为近200家小微企业供货商解决了融资问题。

值得注意的是，降息之后，甜菜金融平台成交量以及投资人数不降反升。这说明投资人并没有受到降息的影响，反而投资热情更高了。一位投资人表示：“6月底我的投资项目到期，然后又进行了复投，虽然利率下降了0.5%，但投资收益相对于银行存款还是非常可观，最关键的是降息之后，我反而觉得心里更踏实了。”

在互金平台加强自律、逐步成熟的同时，投资人也不再唯“利”“乱”投。于大多数成熟性的投资人来说，基于风险与收益永恒的博弈关系，相较于过去动辄20%、30%的年化收益，目前持续降息的势头反而让他们松了一口气，更不会折杀他们的投资热情，反而意味着投资风险与收益性价比的提升。

告别了2015年的“野蛮生长”，2016年，互金平台数量逐渐下降，不合规平台主动退出，互金平台主动降息，在监管的驱动下整个行业回归理性。总体来说，P2P网贷平台在保持减量、降息的趋势下正在继续以理性的态度大踏步迈进。

7月份券商揽入佣金128亿元 环比增长35% 逾五成投资者空仓

7月份前期的A股犹如一股热浪，再次掀起了投资者们的投资热情。但后期发力不足，指数始终未能冲破3000点，整个7月份后期A股交易量的萎靡直接导致了券商佣金收入未能创出今年新高，共揽入佣金128.74亿元，仅比今年最高峰时期3月份少入账6.92亿元。

7月份揽入佣金128亿元 仅有17%左右投资者参与交易

据Wind数据统计显示，今年7月份，A股成交量8902.33亿股，成交额126316.14亿元；B股成交量16.33亿股，成交额67.49亿元；基金成交额1591.92亿元。按照2015年券商经纪业务平均佣金费率0.0503%来计算，今年7月份券商共揽入佣金128.74亿元，环比增长35.39%，仅低于今年佣金收入最高的3月份6.92亿元。此外，《证券日报》记者根据Wind数据统计得知，2015年券商日均佣金收入达到13.23亿元，为历史峰值。

今年7月份，券商日均收入为6.13亿元，环比增长41.9%，并且比上半年的日均收入还高15.66%，将较去年日均收入的五成。与此同时，根据中国结算公布的最新数据显示，7月份四周的新增投资者数量为分别为29.52万、31.63万、32.06万、32.38万，截至7月29日，期末投资者数量达到10960.26万，7月份新增投资者数整体较为平稳，但是指数最终的回落，使得投资者刚被调动起来的交易热情迅速降温。

从中国结算披露的参与交易的投资者数量来看，7月份四周（截至7月29日）的数量分别是1881万、1884.11万、1742.66万、1821.55万，占期末投资者比例为17.31%、17.29%、15.95%、16.62%。也就是说，整7月份参与交易的投资者随着7月份后期A股的动荡开始逐步减少，其余指数保持在较稳健的水平。

而从投资者持仓比例来看，7月份四周的投资者持仓数量分别为5071.87万、5072.94万、5080.72万、5088.25

万，持仓比例分别为46.68%、46.56%、46.67%、46.42%，也就是说虽然7月份前期有回暖趋势，但仍有50%以上的投资者空仓。

上市券商7月份业绩预计小幅下降

华泰证券研究数据显示，预计26家上市券商7月份营收200亿元-210亿元，环比下降7%-12%；净利润90亿元-100亿元，环比下降0%-10%。受市场回暖、交易活跃度回升、两融规模上行影响，预计7月份经纪、两融、自营业绩将有所上升。但由于当月上市券商股权融资规模大幅缩量，累计募资291亿元，环比下降65%，或带动整体业绩出现下滑。

上市券商中，华泰证券、中信证券股权承销金额居前，分别达46亿元和34亿元，较上月出现较大涨幅，有望拉动公司整体业绩向好。上市券商月度股票质押规模923亿元，环比下降18%，其中国泰君安业务规模涨幅较大。预计下半年市场将企稳，新市场环境下行业格局分化加速。

126家券商上半年净赚624.72亿元

《证券日报》记者8月9日获悉，近日，中国证券业协会对证券公司2016年上半年经营数据进行了统计。统计显示，2016年上半年，126家证券公司当期实现营业收入1570.79亿元，较2015年上半年同比减少52.47%；当期实现净利润624.72亿元，较2015年同比减少59.22%。

根据证券公司未经审计财务报表，各主营业务收入分别为代理买卖证券业务净收入559.76亿元、证券承销与保荐业务净收入241.16亿元、财务顾问业务净收入71.43亿元、投资咨询业务净收入23.33亿元、资产管理业务净收入134.34亿元、证券投资收益(含公允价值变动)244.86亿元、利息净收入169.04亿元，当期实现净利润624.72亿元，117家公司实现盈利。

据统计，截至2016年6月30日，126家证券公司总资产为5.75万亿元，净资产为1.46万亿元，净资本为1.18万亿元，客户交易结算资金余额为1.74万亿元，托管证券市值为29.92万亿元，受托管理资金

本金总额为14.78万亿元。

分析人士指出，今年上半年，A股市场持续低迷是券商业绩大幅下降的主要原因，券商经纪、两融、自营业务等业务整体表现都不好。但从中长期来看，金融改革继续深化，证券行业将是最受益于金融改革、资本市场改革的板块。多重改革将推动证券公司从传统的通道服务商向资本中介商、财富管理商转型，因此，券商行业下半年的业绩有望提升。

保荐业务或被纳入风控体系 券商监管再上“紧箍咒”

证监会本周召集保荐机构以及保荐人在北京举行了一场全天的保荐机构专题培训。培训会上，证监会指出IPO发行审核问题多多，将加强IPO全过程监管，将讨论把保荐业务纳入到整个证券公司的风险控制体系内，处罚措施将升级为“撤销保荐业务牌照”；此外，13家保荐机构被要求现场检查，且针对IPO在审企业进行财务自查。券商被套上“紧箍咒”，监管日趋严厉。

7月25日，证监会组织召开“保荐机构专题培训”，证监会发行部主要负责人，就IPO审核中的信披不实问题做出表态，如果证监会在审核过程中，发现申请上市的公司信息披露不到位、存在虚、误、漏，直接上发审会否决申请，并对相关中介机构进行处罚。



证监会副主席李超对券商风控与合规管理日前做出重要表态：过去是以呵护为主，监管环境以松、宽、软为主，现在要回归监管本位，从严治理！李超透露，将进一步收紧券商行业监管，惩戒力度前所未有：对表现恶劣、问题严重、屡犯的机构投行业务牌照可考虑收回牌照。

培训会上指出，IPO 在会企业审核时间较长，如果企业出现业绩波动，不一定构成 IPO 发行的绝对障碍，但不能粉饰业绩、操作业绩。因为行业周期的原因，证监会要求业绩出现波动的公司充分信息披露，提示风险。但如果亏损，就不符合发行条件。申请 IPO 的材料，如果虚假陈述，初审会后，直接上发审会否决，之后再追究信披责任。对于撤回申请的 IPO 项目，仍旧要追责。对审核中发现问题严重的企业将移送稽查。同时，在 IPO 审核期间，上市公司不能引进新股东。

未来监管部门将从以下五个方面来加强保荐机构管理：一是要推动券商加快保荐业务纳入整体的合规风控体系建设之中；二是建立定期信息交流共享机制，和发行部建立定期信息；交流共享机制；三是加大对保荐机构的处理力度；四是建立投行业务联合检查机制；五是建立案件移交处罚机制。

有媒体消息，日前，证监会已要求地方证监局对 13 家证券公司开展投行类业务的专项检查，检查时间不少于 2 周。

全面检查包括两方面内容：一是对公司整体的合规建设、风险控制，以及其对投行条线的有效覆盖情况进行检查；二是从检查对象承做的保荐、并购重组财务顾问、全国股权系统推荐挂牌项目中选取部分项目，对各券商执业的合规性和尽职履责情况进行核查。其中，证监会要求，每类业务至少各选取一个项目进行核查。

据知情人士透露，被检查的 13 家证券公司包括新时代证券、渤海证券、国泰君安、国联证券（含投行子公司华英证券）、财通证券、中泰证券、中原证券、长江证券（含投行子公司长江承销保荐）、湘财证券、东莞证券、华西证券、西部证券和国信证券。

有券商投行人士透露，检查已经结束，主要检查内核，包括立项审批内核流程等是否合规。另一个重点是撤回的项目，带病申报的项目都是重点检查对象。

有消息称，证监会发行部将于 7 月进

行 IPO 在审企业财务大核查，中介机构财务自查阶段的基本要求是：严格对照发行条件和信息披露要求，自查自纠。若在自查中发现问题，主动申请撤回。本次自查，没有规定动作，也不会停下来搞运动式的自查。

这是继 2013 年初针对 IPO 排队企业，实施的第二次财务大核查。严厉程度不会比 2013 年低。上次核查过后，30% 的 IPO 在审企业撤掉了材料。业内人士预计，下半年监管在防范各类违法违规行为的同时，将继续引导证券行业风控合规系统的完善，证券市场运行环境将进一步净化。

广发证券与前海管理局联合助力私募基金规范发展

7 月 29 日，由国内大型上市券商广发证券主办的主题为“规范发展，稳健前行”的前海私募基金规范发展论坛在深圳举行，此次会议得到了深圳市前海管理局、深圳市投资基金同业协会的指导，是前海管理局及广发证券结合地方政府产业政策优势及券商的综合化金融服务优势，推动前海私募基金行业生态优化、促进私募基金健康发展的重要举措。论坛邀请到深圳市前海管理局局长助理、前海金控董事长李强、广发证券总裁助理王新栋以及深圳市投资基金同业协会、深圳市前海国税局、深圳市前海金融控股有限公司和广发期货的相关领导参加。此外，还有 260 多家私募基金机构参加了论坛。

近两年，私募基金行业发展迅速，中国证券投资基金业协会数据显示，截至

2016 年 6 月底，基金业协会已登记的私募基金管理人达 2.4 万家，已备案私募基金达 3.2 万只，认缴规模 6.45 万亿元。今年以来，为进一步强化行业的风险管控及私募基金的自律规范，中国证监会、中国证券投资基金业协会颁布了一系列政策法规，包括七月开始实施的《私募投资基金募集管理办法》、《证券期货经营机构私募资产管理业务运作管理暂行规定》。

深圳前海是私募基金的聚集地，前海深港现代服务业合作区作为金融创新的窗口，打造了深圳金融界资源共享的平台，吸引了大量私募基金注册成立。结合当前的监管环境，以及政府职能部门风险防范的要求，论坛上各位嘉宾围绕私募基金“规范发展、稳健前行”展开交流探讨。

深圳市前海管理局局长助理、前海金控董事长李强及广发证券总裁助理王新栋分别作了会议致辞。李强介绍了深圳前海的金融创新环境，并对前海私募基金的规范发展提出了希望。王新栋则介绍了广发证券帮助私募基金实现规范经营的重要举措，以及广发证券的私募基金综合化服务。在论坛的各个主题演讲中，深圳市前海管理局金融创新处详细解释了前海金融创新政策和业务体系，并对前海注册私募基金可享受的服务体系进行了说明；深圳市前海国税局深入解读了基金的运营模式及收入、费用的确认和计量，解释了基金管理人、基金投资人所得税及增值税税收政策；深圳市投资基金同业协会结合当前私募基金行业“多措并举，正本清源”的监管环境，介绍了深圳私募基金自律发展情况，并指



出“强化自律管理是必由之路”。广发证券同业与产品部针对当前私募基金业务发展新趋势，详细讲解了广发证券与时俱进的私募基金综合化服务。广发期货国际业务部则展示了其全球交易服务平台及境外机构服务经验。

据了解，广发证券是业内最早开展私募基金综合服务的券商之一，紧随业务形势，针对客户需求，为私募基金提供专业机构投资者服务平台、MOM 资金扶持、产品发行及交易服务、投资研究支持、网下新股配售等业内领先的私募基金服务。广发期货作为广发证券旗下专业化的综合性期货服务平台，拥有丰富的境外机构服务经验，可为境外私募产品设立“一站式”服务。

在合规建设方面，广发证券采取了切实的举措，将“帮助私募基金合规经营”融入各个具体的业务合作环节当中，包括托管外包服务、产品预警止损提醒、产品引入尽职调查等，引导私募基金在公司运营、人员管理、产品募集、产品管理、投资者教育等方面履行各项法律法规。

广发证券一直致力于提供创新型多元化综合金融服务。广发证券先后于 2010 年和 2015 年分别在深圳证券交易所及香港联合交易所主板上市，各项主要经营指标居行业前列，现有 260 多家营业部覆盖全国 31 个省市自治区。其次，广发证券通过控股广发期货、广发基金、广发控股香港、广发信德、广发乾和及广发资管，参股易方达基金、广东股权中心等，并加速推动国际业务发展，形成较为全面的金融集团化架构，能够整合集团资源优势为私募基金提供多元化的需求解决方案。

券商上半年“喜忧参半”：净利腰斩 投行资管抢眼

今年上半年，证券行业受市场交易量影响，券商经营压力上升，行业整体业绩表现“惨淡”。截至昨晚 21 点，共有 11 家 A 股上市券商披露 2016 年半年报。其中，10 家上市券商今年上半年净利惨遭腰斩，山西证券净利跌幅最大，同比下降 85%；6 家上市券商营业收入同比降幅逾五成。

值得注意的是，尽管多家券商上半年经纪业务、自营业务收入同比大幅下降，但其业务营收结构正逐渐优化，资产管理

业务和投行业务实现正向增长。

营收、净利惨遭腰斩

事实上，券商上半年业绩同比大幅下滑已在市场预期内，且主要体现为经纪业务手续费净收入以及公允价值变动损益较上年同期下降明显。已公布 2016 年半年报的 11 家上市券商中，国泰君安证券今年上半年以实现净利润 50.2 亿元、营业收入 137.07 亿元暂居首位。

但较上年同期相比，国泰君安净利同比下滑 48%，营收同比下滑 39%，下滑幅度在 11 家上市券商中已是最低。国泰君安证券半年报显示，上半年，其经纪业务营业收入 63.99 亿元，占营业收入的 46.69%，同比减少 59.42%，毛利率同比减少 17.03 个百分点；证券交易投资业务营业收入 11.81 亿元，占比 8.62%，同比减少 72.57%，毛利率降至 19.92%。

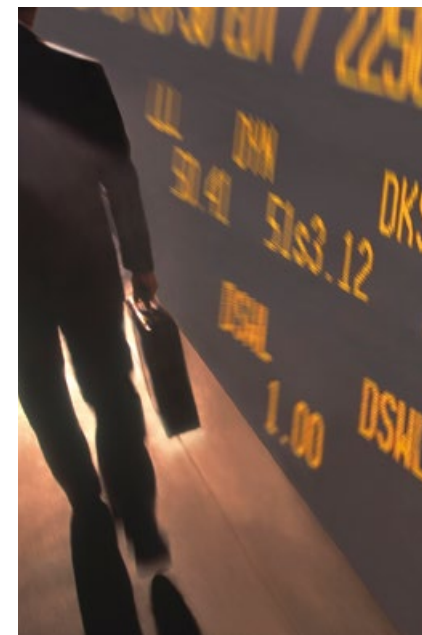
营收、净利下降幅度最大的是山西证券。今年上半年，山西证券实现归属于母公司股东的净利润 1.81 亿元，同比减少 85%；实现营业收入 9.33 亿元，同比减少 62%，山西证券半年报显示，上半年，其证券经纪业务实现营业收入 5.55 亿元，占公司营业收入的 59.43%。但其平均佣金率下降至万分之 4.57，较去年年底的万分之 6.33 下滑了 27.8%。

中国证券业协会公布的最新数据显示，上半年 126 家券商实现营业收入 1570.79 亿元，较去年同期锐减 1734.29 亿元，同比下滑 53%；实现净利润 624.72 亿元，较去年同期锐减 907.24 亿元，同比下滑 59%。

投行业绩增长迅速

然而，在营收、净利大幅下滑的情况下，券商投行业绩却“一枝独秀”，对行业业绩的贡献明显提升。与此同时，多家券商也在积极推进业务转型。据证券时报记者统计，有 10 家上市券商投行业务收入今年上半年实现同比正增长，其中，增幅最大的是西部证券。据西部证券 2016 年半年报显示，该券商各项业务中，仅投行收入同比上升。

上半年，西部证券投行业务实现营业收入 2.21 亿元，较上年同期增长 106.44%。此外，在固定收益方面，该券商实现营业收入 1.19 亿元，同比增长 729%。投行业务同比增幅接近一倍的还有



国海证券。国海证券 2016 年半年报显示，其上半年实现投行收入 4.63 亿元，同比增长 96%。

上半年投行业务收入额暂居第一的是国泰君安证券。其半年报显示，该券商投行业务营业收入 17.66 亿元，占营业收入比重 13%，同比增长 45.47%，毛利率同比增加 13.92 个百分点。上半年，国泰君安投行业务累计完成证券承销总金额 2242.05 亿元，较去年同期增长 134.25%，市场占有率 7.95%。券商投行业务收入逆势增长的同时，资管业务也正在继续优化。国泰君安证券半年报还显示，截至 6 月末，其资管客户资产管理规模 6492.95 亿元，较 2015 年末增长 7%。此外，长江证券上半年重点发力主动管理型业务，做大资管业务规模。截至 6 月末，其资管规模达 765 亿元。

薪火相传筑广厦 强根固本业通达

天风证券合规法律部 & 风险管理部



在天风，合规风控事业是一项薪火相传的大工程。

作为全过程的参与者和见证人，首席风险官肖函将天风的合规风控事业比作“盖楼”。在她看来，一任接一任的“设计师”，一批接一批的“建设者”，在不同的时期，都为“大楼”做出了不可替代的贡献。

2007年中旬上任的第一任合规负责人易仁涛，为这个大楼奠定了一个“具有足够开放性”的地基，到现在为止，整个体系都没有突破他当时打的这个地基。

2008年底，何建国接过易仁涛手中的火种，开始担任第二任合规总监。在任期间，极具包容心的何建国，尝试在地基上“立柱子”，“把很多关键的柱子都立起来了”。

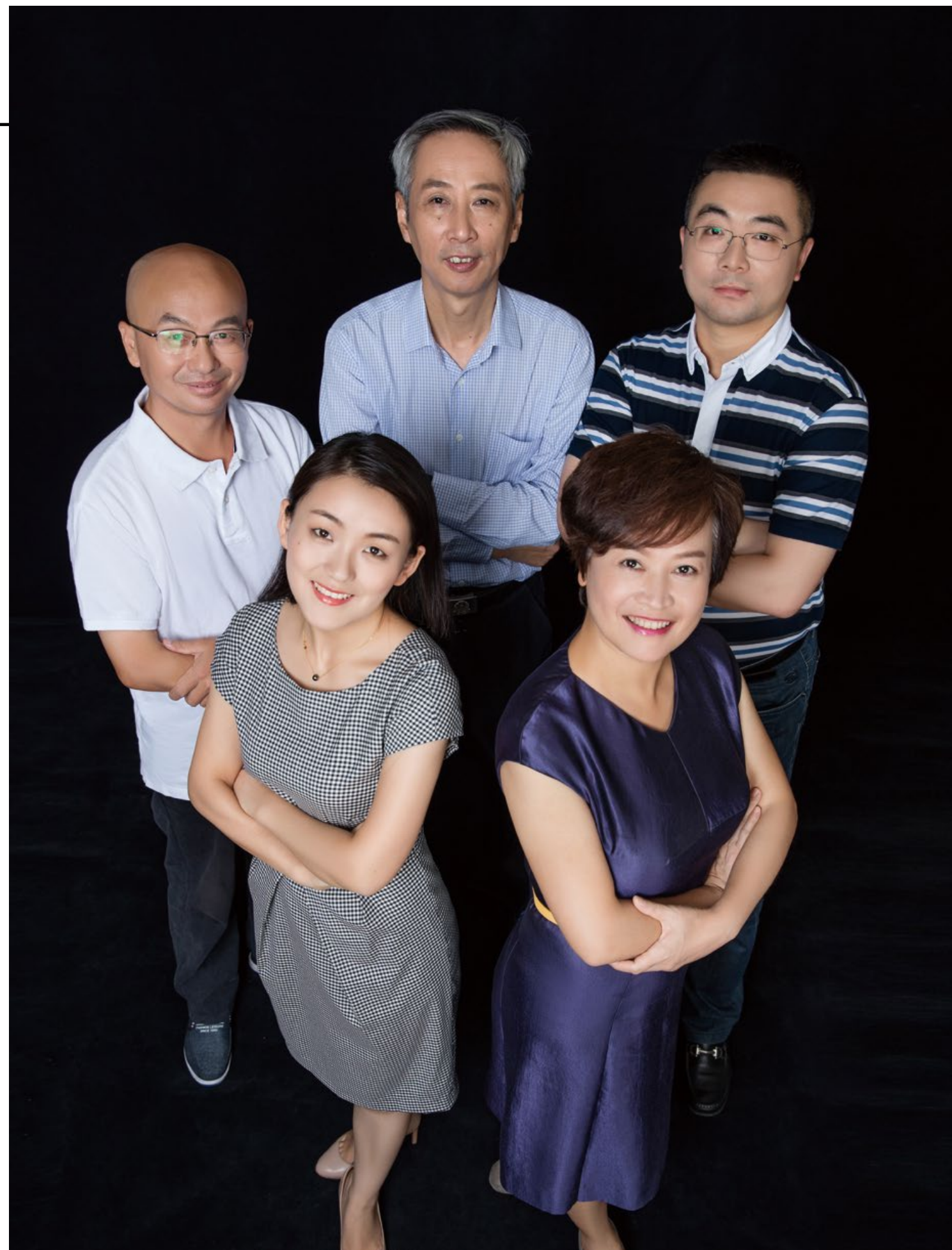
2012年开始，创新风潮席卷整个证券行业，潘思纯在这个关键时刻走马上任第三任合规总监。肖函认为，潘思纯为大楼建设带来了实质性的突破。“原来咱们没盖过楼，咱只做过平房，潘总真正告诉你怎么去盖楼了，从一楼到了二楼。”这是具有开创性的，因为当团队具备了从一楼盖到二楼的经验，那么从二楼到三楼，从三楼到四楼，就可以复制了，楼就可以不停的往上盖。

到了2015年下半年，随着市场的剧烈波动，合规风控工作的重要性再次凸现出来。此时，接力棒传到了第四任合规总监洪琳和首席风险官肖函的手中，她们正带领着合规风控事业向着体系化、纵深化发展。“我们接下来做的事情就是把这个建筑物做的越来越扎实，把它的外部环境和内部环境都做得越来越好。”

本期《风景》编辑部回到武汉总部，走进合规法律部和风险管理部，探寻合规风控事业的历史脉络，挖掘合规风控人一脉相承的行为风格，展现这个团队在公司“打造强大的中后台”战略部署中，所承担的使命和责任。

接受采访的主要人物：

- 易仁涛 当代明诚董事长（第一任合规负责人）
- 何建国 天风证券第二任合规总监
- 潘思纯 天风证券监事长（第三任合规总监）
- 洪琳 天风证券合规总监（现任）
- 肖函 天风证券首席风险官、风险管理部总经理
- 周大兆 天风证券合规法律部总经理
- 赵德华 天风证券风险管理部副总经理
- 黄萍 天风证券合规法律部副总经理、法律事务部经理
- 张恬恬 天风证券合规法律部总经理助理、合规管理部经理
- 王颖 天风证券合规法律部总经理助理、合规督导部经理
- 王明利 天风证券风险管理部总经理助理、综合风险管理部经理
- 郭少松 天风证券风险管理部——市场风险管理部经理
- 晏珍珍 天风证券风险管理部——信用风险管理部经理





为合规风控工作“打地基”

易仁涛说，他来到天风纯属偶然。这位天风证券的第一任合规总监，在2014年成为湖北上市公司首位80后董事长。身份的变化并没有改变他对天风的感情，在回忆起天风往事的时候，他可谓是妙语连珠。

“2006年，刚来公司的时候是被骗的，告诉我是出差，我只带了一小包行李，结果一待就三个月，然后就说那你来这上班吧，就这样来了天风证券。”易仁涛自称这段经历是“傻人有傻福”。

易仁涛“被骗”的经历其实能够折射出，在特殊的历史时期天风证券人才奇缺的现实：“我到公司的时候是最小的，其他人至少比我大十岁。全公司学法律的除了何建国老师之外，好像就是我了。”

严峻的人才现实决定了管理层必须大胆启用新人。

2006年底，时任天风证券董事长秘书的易仁涛写了一份《关于公司法律事务发展》的报告：“当时公司没有法律部，这份报告就是关于公司法律事务的建议，然后给了总裁张军。”张军对这份报告评价很高，于是在2007年1月份，易仁涛就被授权组建天风法律事务部，并担任新部门的总经理。

易仁涛撰写报告的时候，整个证券行业还没有合规的概念，直到2007年5月份前后，证监会才出了合规管理政策，授权四家券商搞合规管理试点。易仁涛回忆道，“后来对照来看，我的报告和证监会的政策规定有很多内容是一致的。比如当时我写的法务管理，就是现在的合规问责；政策研究和咨询，就是现在的合规咨询。”现在看来，易仁涛的这份具有行业前瞻性的报告，为天风合规风控事业打造了高起点。

在这份报告的推动下，同时也是为了适应当时的监管要求，公司以法律事务部为基础组建了合规法律部，易仁涛出任第一任合规负责人。

“当时整个部门就我一个人，潘思纯总就开玩笑说我们部门最团结，团结的跟一个人一样。”在被问起组建部门开展工作时的困难时，易仁涛用一个玩笑一带而过。“2008年公司迁址武汉后，就开始陆

陆续招人，那时候代娟、肖函都过来了。”

组建一支全新团队，开展一项全新的工作，摆在面前的障碍可想而知。易仁涛还清晰地记得，当时董事长余磊经常是一天10个电话搞“智力测试”，不停地问这个能不能办，那个能不能办。

“所以我们对自己的要求是把所有的细节全都搞清楚，那时候证监会出了一本书，叫做《证监会的法律法规汇编》，当时从我、代娟、肖函，每个人都把所有的事情都背清楚了，而且甚至连高管资格，证券从业是几年，金融从业是几年，经纪工作是几年，有不同的标准，连数字我们当时都背清楚。”易仁涛和团队当时的细致工作，很好地支持了当时公司业务的发展。

这也是天风的合规风控部门从一开始就奠定的风格——不是简单告诉业务部门不行，更重要的是告诉他们怎么才行。为了做到这一点，易仁涛当时对自己和团队提出的要求是“比业务人员还要更熟悉业务”、“合规工作和业务条线紧贴”。在他看来，你只有深入业务条线的前沿，才能抓住他的痛点。

在深入一线、紧贴业务的过程中，易仁涛和他的团队产出了一项重要的工作成果——《经纪业务合规指南》。“从行业上来说，这个指南在那个年代算是一个相对领先的。”易仁涛回忆道，当时湖北证监局的黄局长来公司调研，问我们天风的合规工作怎么开展，要求我们不要讲虚的，讲实的。于是我们就拿出这份指南，说具体哪些风险点，我们怎么来判断这些风险点，有什么措施。他就觉得天风合规工作应该算是落到实处了。”

在编写《合规指南》的过程中，易仁涛也得到了很多前辈的帮助。他印象最深的有两位：一位是潘思纯、另一位是江水。

潘思纯教会了易仁涛一套看问题的方法论，在宏观上给了他很大的帮助。而当

时的稽核部总经理江水，则在业务上给了易仁涛很对支持。

他记得，当初编写第一本的合规指南的时候，江水把他多年做经纪业务的问题一个个都列出来，每一个风险怎么样，管控的方式怎么样，具体的风险的防范在哪，会才能采取哪些步骤和流程，大概花了两三个月时间做了一个完整的梳理，给了易仁涛和团队莫大的支持和帮助。

也正是得益于众多同事的帮助，易仁涛才得以在团队人手少的情况下支撑起整个天风合规风控工作的开展。这其实折射出天风企业文化中“团结”的面向：“始终保持横向与纵向的沟通”，“领导是资源而不是监工”，这些不仅仅是口号，而是天风实际工作状态的凝练。

在总结这几年合规总监工作时，易仁涛特别提到了天风的“创业文化”：“公司总是给我一些短期内超出我能力范围的一些机会。比如我刚来天风的时候，做法律合规的总经理，那时候对于一个研究生刚毕业还在读博士的学生而言，有很多事情是我不大了解的，但公司把你放到这个位置上去，对你提出更高的要求，迫使你不断地加强学习加快成长。”

在日常工作中，易仁涛也把这种“充分授权、充分信任”的创业文化，体现到了团队管理上。肖函当时还是易仁涛团队的成员，她记得，当时易仁涛每一步都给了她更多的机会，让她更多的参与部门的发展，发挥主动性创造性来做一些事情，这样一种平台和机会对于她自己的锻炼和成长是至关重要的。

如今，肖函已经成为首席风险官，在她的眼中：“易总是合规工作的‘开山鼻祖’，整个体系都是他建的，并且这个体系搭的非常好，应该说我们到现在为止，所有的体系都没有突破他当年的体系，这个非常牛。”



易仁涛

当代明诚董事长（第一任合规负责人）



坚守合规风控工作的“底线思维”

何建国是天风证券的第二任合规总监。肖函说，“他是一位像大海一样的人，言谈举止间，透出包容豁达。”

采访中，何建国把一切都看得那么云淡风轻，他说，在天风只做了几件小事而已。

但是当我们回顾这位在天风工作12年“老兵”的履历时，他眼中的许多“小事”，一桩桩一件件都是天风的关键时刻——筹办天风证券过程中他是主力；第一届董事会他是董秘；2003年天风增资扩股，他在SARS肆虐的北京待了半个月，忙前忙后在证监会报送材料；甚至包括你手中的这本《风景》的前身《天风人》他也有参与创办……

这样的“小事”还有很多，但是在何建国看来，让他最难忘的还是担任合规总监的这段经历。

2008年底，何建国接替易仁涛担任第二任合规总监。一上任，他马上就面临一个棘手的问题：人手不够。

“那时候明显地感觉到人手不够，可是当时人才很难找，一要对法律有了解，二要对信息技术有一解，第三个要对财务有了解，所以招人当时还是很苦恼的。”

为了迅速配齐人员，形成团队战斗力，

何建国采取双管齐下的策略，一方面从其他业务部门调集人才，另一方面加强部门内部学习，提高单兵作战力。

“当时，我们经常搞培训，还把证监会的处长请过来跟我们讲课。我们自己内部也开展有针对性的授课，提高大家对业务和合规工作的理解。当时的学习，基本上是业务发展倒逼的。”何建国回忆当时带队伍的情形。

通过这种有针对性、高密度的学习，团队成员的战斗力迅速提高。他特别提到了一个例子。当时证监会要来公司检查某项制度的建设情况，因为从被通知到来检查给我们留的时间很短，我们担心来不及做汇报材料，没想到肖函用一天时间就搞定了，最后检查顺利通过。

在努力帮助团队提升战斗力的同时，何建国也从外部调集人才。逐渐地，团队成员从2-3人，扩展到13人，一个高效专业的合规风控队伍在他手里初具规模。

在“搭班子”解决人才问题的同时，何建国也同步开始搭建合规管理的基本

制度。

“小易（易仁涛）搞了一个基本的《合规指南》，我接手以后就在这个基础上，把每个运营部都安排了一个合规专员。然后制定了各种制度，只要是我们用的上的制度就都用上。此外，我们还做了一套合规检查系统，潘总的信息技术中心给了很大的支持。”逐渐完善的制度，为天风合规风控工作向纵深发展提供了可能。

采访中，何建国特别提到在2011年，在公司的统一部署下，合规风控部门进行了一次比较大的架构调整，具体来说就是划分成了三块：一个是合规管理，一个是风险控制，一个是稽核审计。这次架构调整对天风来说具有实质意义，从单一的合规法律部，迈向综合性更强的合规风控部门。

一边“搭班子”，一边“建制度”，在何建国手里天风合规风控“大楼的柱子真正立起来了”。但他不满足于于此，他还要从更高的哲学层面思考这项事业。

他提到，有一次在深圳开会。某日清晨，他独自在海边散步，看着海浪翻涌，潮起潮落，他突然产生了一想法：每日潮涨潮落，浪花总会在某一个地方止住脚步，形成一条干湿分明的线，而这或许就是一种“底线”。就如同业务发展，如论如何惊涛拍岸、波澜壮阔，只要不越过这条底线，都是安全的。

这就是像海一样的何建国悟出的“底线思维”，他也将这一思维贯彻到工作中：

“最开始我们就画线，为各个业务划线，告诉他们哪个线你不能闯，越过底线是绝对不行。业务发展必须在底线之内。”这一思维也深刻地影响了天风合规风控后来的工作。

2012年何建国不再担任合规总监。他说，“很遗憾没有赶上公司大发展的时期。不过，看到天风现在业务欣欣向荣，人员朝气蓬勃，我很开心。”



何建国
天风证券第二任合规总监





潘思纯
天风证券监事长（第三任合规总监）



天风迈向全面风险管理

时间到了2012年，这一年5月初，券商创新大会召开，全行业创新发展的热情被瞬间点燃。这时候，证券公司的合规风控工作也发生了一个质的变化。

“过去的合规风控管理重点是不要违反证监会的规定，2012年后，合规风控的重点转向研究不让证券公司本身产生风险。”潘思纯对这段历史记忆犹新，“所以我们开始在注重监管规定的同时，更关注自己的风险承受能力，做到风险可测、可控、可承受。”

在行业大转折的背景下，潘思纯从何建国手中接过了接力棒，出任第三任合规总监。

2013年前后，无论是证券行业，还是公司都呈现出一种稳定增长。这对合规风控工作提出了更高的要求。天风董事会当时提出，在注重程序性风险的同时，更加关注实质性风险。用潘思纯的话说，当时是“两手抓”，一手抓程序性风险，一手抓实质性风险。

“在程序性风险方面，我们继续坚守

底线思维，研究证监会规则的实质指向，坚守住底线，为业务发展保驾护航。”潘思纯延续了何建国倡导的合规底线思维。

但是，底线思维仅仅是划出了业务发展的红线和禁区，在应对实质性风险上，潘思纯坦诚，“一开始的工作难度非常大。”

“当时业务上的压力非常大，扑面而来，人手又非常紧张，关键对那些新业务，我们也要花很多时间去研究，就像抽丝剥茧一样，把它剥剥，剥到最后看看每一个细节有没有违规的地方，然后业务本身还

要进行风险的评估。”当然业务上的难点可以通过勤奋学习来克服，潘思纯觉得更难的是下定“顶上去”的决心。

业务快速生长，对合规风控的要求和希望非常大。潘思纯深知，这时候指望业务部门来自我控制作用有限，指望其他中后台部门顶上去恐怕顶不住。

“2013年的7、8月，我们部门开了一个会，讨论要不要往上顶。我发现大家的观点很一致，都希望主动负起责任，不后退。‘伸头一刀，缩头也是一刀’，我



们索性不如伸出去，没准我还能把部门的品牌打出来。”潘思纯说，会后大家坚定了“顶上去”的信心。

开弓没有回头箭，潘思纯带着团队“真刀真枪”地拼起来了：处理各种复杂的关系、应对各种交织的局面。只有潘思纯自己知道当时他承担了多大的压力。有一次他突然感到眩晕，被同事送进医院，住了一个礼拜的院。潘思纯说，当时他的抽屉已经准备好了辞职报告。

幸运的是，最终这份辞职报告没有派上用场。在潘思纯和团队的坚持下，天风的合规风控从原本的最后一道防线，变成了第一线，直接面对洪水，直接堵住洪水。“回忆起来还是比较有成就感的，我们枪毙了很多项目，后来都出了事，比如河北融投项目，比如唐山大楼项目。如果真的掉进去，后果不堪设想。”

但是，富有进取心的潘思纯并不满足于这些局部战场的胜利，在他的脑海中，一副天风合规风控的体系化、战略性蓝图正在展开。

2013年10月，潘思纯发表了《关于公司风险管理体系建设的构想》，为公司全面风险管理作出了顶层设计。构想提出，证券公司回归风险管理的本质，建立完善的风险识别与分析——风险计量与评估——风险监控与报告——风险控制与缓释的风险管理体制。

他认为，在理念上，要在守住合规风险管理的基础和底线的同时，做好非系统风险的控制，即同时做好市场风险、信用风险、流动性风险、经营风险、操作风险和道德风险的控制，规避非系统性风险，挑战系统性风险；在人才准备上，提高风控人员与业务人员的比例，逐步向国际先进水平靠拢；在系统建设上，加强主动风险管理系统，开发风险管理模型。

全面风险管理理念的提出，标志着天风合规风控工作实现了一个质的飞跃，也从此形成了天风特色。

对于合规风控的天风特色，潘思纯总结道，我们从来不只说这件事能不能干，我们更关注的是怎么干，这就是我们的特色。

他进一步举例，有的券商写合规风控意见就一句话——这个项目可能会产生项目风险，请业务部门注意。我们不是这样的，我们不仅写信用风险什么样的，信用

风险的它产生的可能性有多大，应该怎么做。

之所以会如此，潘思纯解释说：“因为我们始终坚定的这么一个信念，主动的为业务部门来着想，不仅仅是YES或NO，更主要的是我们会跟他说这个业务开展过程的一些关键点。”

关键时刻“往上顶”的气魄，搭配前瞻性的战略眼光，加上为业务着想的细心，渐渐地成就了天风合规风控团队在公司的好口碑。

潘思纯提供了一个有趣的细节：“2012年，刚任合规总监时，董事长常问，这事为什么不能做；2013年，董事长只说，你的合规意见就代表了我的意见；2014年，董事长不再找老潘，而是对业务部门说，老潘都说不能做了，你还做吗？”

口碑的提升，也让潘思纯的心态产生的积极变化，他开始从一个事必躬亲的大管家，转变成一个关键时刻出来救火的消防员，给年轻人更多的施展平台和成长空间。

潘思纯对风控合规团队的年轻人很满意，认为他们非常地勤奋、踏实、有拼劲。他发现，一般晚上10点以后，风控合规还有人加班，这已经成为这个部门的习惯；他还发现这个部门有很多学霸，有人15天考下保荐人，许多人都在备战CFA考试。

这么多年来，潘思纯只在去年股灾的时候对他们发过火，之后他们迅速反应，

高效应对。“年轻人成长的很快，”这是让潘思纯最欣慰，“以后养老就靠他们了！”

向体系化纵深化发展

2015年下半年，第四任合规总监洪琳从广西证监局来到天风，开始和首席风险官肖函一起，带领天风合规风控事业朝着体系化、纵深化发展。

洪琳目前正在搭建覆盖所有业务条线的合规体系，打造天风合规工作的2.0升级版。所有的规章制度、工作流程都在重新梳理、修订，而这项工作也是紧紧跟随证监会正在修订的《证券公司合规管理办法》。

肖函正带着她风险管理团队，然后按照四大风险，分别设立不同的部门，向风险管理的深度去发展。2016年，她们研究的重点是风险控制，包括风险转移，以及风险缓释。这已经是潘思纯提出的风险管理体系的第四个阶段。

从易仁涛、到何建国、到潘思纯、再到洪琳、肖函，他们薪火相传筑广厦；从“合规指南”、到“底线思维”、到“全面风险管理”、再到“体系化纵深化发展”，为的是强根固本业通达。然而这一切没有止境，因为天风的合规风控事业是一场永远在路上的接力。④



洪琳
天风证券合规总监（现任）



洪琳：全力打造天风合规体系 2.0 升级版

在天风，洪琳参加了她人生中的第一次马拉松比赛。虽然只有 5 公里，但她已经累得几近体能极限，然而这并没有减少她在回忆时的激动之情。

“天风就像一个年轻人，我在其中感觉自己越来越年轻。在工作中也一样，每个人都在拼命往前跑。为跟上年轻人的步伐，我必须提高效率，增强体质。”感觉越来越充满活力的洪琳也为天风的合规工作带来了“新鲜空气”。自从去年下半年来到天风，她开始组建合规团队，深入投行业务，参与研究所组建，落实合规管理全覆盖，强化全员合规意识，初步建立起了 2.0 升级版的天风合规管理体系。

感觉整个人被激活了

1998 年，全国证券监管系统实行集中统一管理，洪琳从广西省政府体改委调入广西证监局，在监管系统这一干就是 17 年，直到 2015 年，在广西证监局副局长岗位已工作 9 个年头的洪琳，决定翻开她人生的另一页。

“我在监管部门干的时间比较长，基本上是站在监管的角度来看市场，”洪琳觉得这样看问题的角度不够全面，“我对于市场主体的创新发展，还有一些复杂的资本运作理解得还不是特别透彻。而资本市场又是经济体制改革中矛盾最集中的部分，因此，我非常希望能从另外一个角度更加深入了解整个市场的情况。”

洪琳的想法正好与天风的规划不谋而合。2015 年，天风提出“打造强大中后台”的战略，希望引入在监管部门有经验的专业人士来充实合规风控队伍。“天风有这么一个机会，自己也有这方面的人生的规划，相遇就是一种缘分。”洪琳事后总结道。

加入天风后，洪琳感觉自己的潜能被激活了。

“原来在监管部门的工作已经变成一种‘套路’，你可以一眼看到退休，但是天风绝对有无限的可能。”洪琳说，天风首先让她眼前一亮的是对企业文化的高度重视。

“我刚来的时候，董事长跟我谈得最多的是企业文化，对我而言，非常震动，因为我接触过很多上市公司、证券公司，

包括很多大型国企，好像没有哪位家企业一上来就跟别人谈企业文化的。”天风“另类”的做法令洪琳印象深刻，“天风的管理层对企业的发展有很强的使命感，非常有激情，充满理想主义的情怀。给我最大的感受，天风的文化不但可以吸引人，还可以凝聚人，能够调动所有人的聪明才智，实现企业的目标，同时也体现个人的人生价值。”

洪琳最大的感受是，工作效率大幅度提升，“现在一周的工作等于以前我一个月的工作量。”现在的她正信心满满地带领合规法律部的同事们一起，升级改造天风的合规管理体系。

合规全面覆盖投行业务

洪琳说，出任天风的合规总监之后，她投入很大的精力去完善天风的合规体系建设。

“我刚来天风的时候，整个合规法律部在岗人员只有 5 个人，其中还有 2 名未转正的员工。”从一开始，洪琳就知道，“人是最关键的因素”。她大胆地从监管部门等各种渠道招揽人才，目前整个合规法律部已经有 16 个人，有效地支持了合规全覆盖工作的全面展开。

在充实人才队伍的同时，洪琳也进一步完善了合规法律部的组织架构，形成了三个二级部门：合规管理部、法律事务部和合规督导部。

“合规管理部现在已经做到了对所有

业务条线的全覆盖，以前合规仅限于经纪业务条线，现在所有条线已经实现了合规的全覆盖，包括监管部门非常关心的投行业务。这个过程的工作量和工作难度还是很大的。”洪琳觉得，为了推进合规管理全覆盖，还是要讲究战略战术的。

前不久，证监会李超副主席说，很多券商的投行业务是“独立王国”，合规进不去。但是，让洪琳欣慰的是，天风的合规进去了。

洪琳认为，合规工作难以进入投行业务有其历史渊源，因为投行基本是团队作战，为公司找项目，贡献利润，这些团队从主观上也不愿外人干预他们的工作。但是，这也会滋生道德风险，“把利润留给自己，把风险转移给公司”。很多风险事件是三五年之后才爆发的。

要避免此类问题，洪琳说：“首先就是要把握好团队的价值观，是不是认同公司的文化，还要看这个团队是不是有基本的底线，这很重要。道德风险最难防范，那些不走正道，总想打擦边球、赚快钱的团队，在天风是不允许的。”

“我们正在考虑建设服务于整个大投行业务的质控中心，”洪琳详细介绍了投行条线合规工作的制度设计，“这个质控中心将统一立项标准，统一组织召开内核会，统一材料的对外报送，设立专职内核委员，到项目现场去做内核。”

此外，洪琳还建议采取绩效递延的方式，建立对投行项目团队的长效激励约束

机制。“项目团队做完 IPO，发行上市以后，不能把所有的奖金都拿走，还要留 40%，放在后面的持续督导，或者是更长时间的递延发放。”

“这套制度完成之后，在整个行业里应该还是比较超前的，也顺应了从严监管的要求。”洪琳总结道。

深度参与研究所组建

洪琳说，在合规管理体系中，法律事务部是另一个重要环节。该部门除了负责全公司的合同审核，隔离墙建设以及涉诉事项之外，还有一个重要工作——研究所的合规管理及研报审核。

“研究所组建过程我们是全程参与的，”洪琳回忆道，“这也是董事长提出的要求，目的就是要确保研究所规范起步，在各路‘牛人’加盟后，做到风险可控。”

今年以来，证监会加强了对券商研报的合规监管，个别券商由于研报不合规遭到证监会处罚。洪琳认为，要把天风的研究所打造成国内一流的研究所，就必须在

起步时立好规矩。

因此，合规法律部参与了研究所起步阶段所有的制度设计。这其中，分析师的行为监管，是一个非常重要的环节。

“分析师在研报发布过程中，可能会有不公平对待客户的问题，有些客户先给，有些后给，这个也是违规的。另外，如果分析师利用内幕信息买卖股票也是违规的。对公司而言是一个非常大的风险隐患。”洪琳分析道，“把人管住了，其他就好办了。”

目前，合规法律部正与信息技术中心、研究所共同开发桌面安全系统，实现对分析师职务行为合规监测的全覆盖，同时，在研究所组建的前期，对研报采取双重审核。“其实监管只要求合规部门或者研究所一方履行合规审查职责，我们之所以建立双重审核制度，就是为了把合规法律部的合规要求传导到研究所，然后逐渐形成习惯，内化成他们自己的合规文化、合规意识。”

另外，洪琳还强调了对研报的内容也

要“讲政治”：“不能违反主流价值观，要符合国家政策导向。”对于军工等涉密内容也要加强保密工作。

落实合规的事前事中事后全覆盖

最近，洪琳正在忙于组建新的二级部门——合规督导部。在她的规划中，这个部门主要承担：合规咨询、合规检查、合规督导以及合规调查等工作，基本覆盖了合规工作的事前、事中和事后。

洪琳认为，原先天风的合规咨询不是很规范，大多是口头或者微信交流，不利于留痕，也不能代表部门的专业性。她来之后，要求重大的合规事项咨询必须以书面形式进行。

书面的合规咨询虽然看似增加了沟通的时间，但咨询意见的完整性、规范化和专业性，使业务部门有章可循，少走弯路。从另一个角度看是提高了效率。

今年，合规法律部已经出具五份合规咨询意见，洪琳觉得，“这些意见是经得起考验的。”

洪琳特别为我们介绍了“合规检查”和“合规督导”，这是她多年来在监管体系中总结出来的有效经验。

与稽核审计不同，稽核是事后的，合规检查是常态的，针对事前和事中。在具体工作中，合规检查会针对一些监管的热点，比如最近监管部门对互联网金融比较关注，就组织对公司网络金融的整个条线进行摸底。“我们会事先发现一些问题，把问题消化掉，防止风险外溢。”洪琳介绍。

发现问题之后，业务条线要进行相应的整改。这时候，合规督导就会跟进上去，去追踪有没有整改，有没有落实，有没有完善机制，“确保把合规风险隐患消灭在萌芽状态”。

而合规调查，就是针对合规事件出现之后，启动的调查程序，是合规问责的必经程序，属于事后的范畴。

通过对事前、事中、事后的全过程合规管理，洪琳正在逐步提高天风合规管理的专业化水平。

人人合规，主动合规

洪琳说，合规对于证券公司而言，就好像运动员的参赛资格，如果你没有参赛资格，你跑得再快，跳得再远，也是没有成绩的。所以，她的理想状态是，每一位“参





26

赛的运动员”都要有合规意识。

为此，她正在推动合规“责任下沉、压力下沉”的工作。

“2016年底，我们要实现各个业务条线和各个分支机构都要配备合规管理人员，甚至大的分支机构和部门要有专职的合规管理人员或合规管理部门。”洪琳详细阐述了她的规划，“我们的自营分公司，资管分公司，投行条线，零售业务条线，都要有专职的合规管理人员，并且合规人员的任命、管理、考核由合规总监负责，合规总监对专职合规管理人员拥有100%的考核权限，对兼职合规管理人员拥有超过60%的考核权限。”

“以前，业务部门只管做业务，合规的事情依赖合规部门把关，出了事留给合规部门处理，其实我觉得这个不正常。”洪琳解释道，“我们最主要的合规风险来源于业务部门和分支机构，所以他们理应是合规的第一道防线。”

在洪琳的带领下，合规法律部正在按照证监会“合规从高层做起，人人合规、主动合规”的要求，通过制度建设，推动各业务条线及所有的业务人员树立合规意识。“不管做什么业务，都要想到这个业

务能不能做，符不符合相关的法律法规、制度规范，这要内化成主动合规的意识。”

流程在我手里不过夜

在推动合规体系全覆盖、合规事前事中事后管理的过程中，洪琳当然也要面对来自不同方面不太理解的声音。

有一次，董事长余磊问她：“合规在对一些业务条线的介入当中，增加一些流程和节点，会不会让部门觉得效率降低，别人会不会理解，你们怎么看这个问题？”

洪琳也很坦诚地回答：“确实很多人跟我说，不要把监管的东西全盘照搬到公司来，合规管理不是单纯的法条遵循。我的想法是非常明确的，就是一定要找好切入点，一般是利用合规风险事件推动和监管检查推动，每一个条线出了合规事件，我们就会把这个事件作为一个非常好的抓手，来推动这个条线的合规建设更进一步。”

关于合规全覆盖会不会降低效率，洪琳说，“合规全覆盖没有增加时间，因为我们是并行审核，合规和风控是同时审，基本上时间都是一样的，它只是看起来流程很长，实际上并没有增加流程的时间。

我手上的流程都不会过夜，即使是出差在外，加班到夜里两三点我也要把流程走完。我的同事因为要涉及到反复沟通，可能有的事项需要两三天时间，但是他们都会在最短的时间内完成流程的审核。”

“所以全覆盖推行之后，开始确实有一点不太顺利，但是现在各业务条线非常希望合规进来，主动要求合规进来，这是一个很大的变化。”洪琳总结道，“一定要把握恰当时机，找好切入点，不要硬推，这个是非常重要的。”

访谈快结束时，洪琳特地指了指办公桌旁边的功夫茶茶具，“我是南方人，比较喜欢茶艺，自从来天风之后这套东西都没用过，不过摆在这里也好，看看也是放松。”

虽然，在天风繁忙的工作已经令她无暇品尝功夫茶，但是越来越年轻的她倒也乐在其中：“能够带领着团队，为天风的合规风控大厦添砖加瓦，把合规体系2.0升级版的工作全面引向深入，并在这个过程中伴随企业成长，我觉得这是一件非常有意义的事情。”¹⁴



肖函

天风证券首席风险官
风险管理部总经理



肖函：85 后的“天风式”成长轨迹

肖函，曾经的武汉大学辩论队队长。四年的辩论经历，赋予了她缜密的思维逻辑和生动的语言表达。

在采访中，她将天风的合规风控工作比喻成“盖大楼”，历经“打地基”、“立柱子”、“起楼层”的阶段。这令我们拍案叫绝，寥寥几个词化专业为通俗，瞬间勾勒出天风的合规风控清晰立体的形象。

谈及在“盖大楼”过程中的角色，几乎可称作天风合规风控全过程见证者的她，却选择低调：“在整个的过程中，我的角色都是一个搬砖的，我帮各位‘学长’挑好每一块砖，把砖送到他们手上，按照他们的步子向前走。”

然而，在这位谦虚的“搬砖人”身上，我们看到的是，在天风企业文化之下，一位 85 后青年的“天风式”成长轨迹。

义无反顾留天风

肖函说，她从来没有准备过简历，因为“从一开始就认准了天风”。

在武大读研究生期间，肖函一直在天风实习。临近毕业的一天，她搭董事长余磊的顺风车回武大。武大校长余磊问她，你毕业了想做什么？做公务员还是留校？肖函说这两个她都不太想。余磊说，我希望你能留在天风。当时肖函没多想，就说了一句：“好，我就留吧。”

其实，当时的肖函并不是没有其他选择：“那时候武大法学院硕士毕业，应该还会有很多机会，因为我自己也在检察院做一年的公诉人。”

但是她还是义无反顾地选择留在天风。

那时候的天风刚从四川迁址到武汉，在高科大厦办公，“办公面积不大，灯也不是很亮”，行业地位远不如现在。“虽然是那么个条件，但是第一印象还是很好，我觉得大家都很有激情。”肖函回忆道。

肖函感受到的这种激情，后来被总结为“创业在天风”的企业文化。

显然，肖函也受到了天风人的创业激情的感染：那时候研究生的课业也很繁重，

为了平衡好两头，肖函的所有功课，甚至包括吃饭，都是在公交车上完成的，而那辆公交车就是武汉最拥挤的 591 路。

在天风的早期经历，坚定了肖函对天风企业文化的认同：“在天风，没有绝境这两个字，也没有不可能，我们一定会想尽一切办法，去克服困难。一个企业只要有克服困难的决心，和坚信自己一定能走出来期望，我觉得没有问题。”

经常低头走路的人

肖函觉得，从学生时代开始，她就是一个“经常低头走路，很少抬头看天”的人。其实对她来说，“走路”在不同的阶段，有着不同的意义。

2010 年 7 月，肖函研究生毕业，正式加入天风。刚到岗，她就被告知“要接手整个部门”。当时，公司安排有两年实习经验的她，负责合规风控部门的具体工作，整个部门加上她一共三人。

这是天风用人的一大特点：“疑人不用、用人不疑”，对看好的苗子，充分授权充分信任。这也就决定了，年轻人在天风都有施展才华的广阔平台。

那个时候，肖函心里还是“怵了一段

时间”，主要怕担不起来。但是，她也知道，公司对自己是有绝对信任的。所以尽管心里怕，肖函还是硬着头皮上，“渐渐地到了具体事情上，觉得也能处理得来，咬着牙做也还行，那个阶段也都过去了。”

如果说，这一阶段对肖函来说，“低头走路”更多地意味着做好眼前的业务。那么接下来，肖函的“舞台”又变大了，“低头走路”的意义也变丰富了。

接着，成都稽核审计部的总经理江水退休，整个稽核审计部也交到了肖函手里：“我就一个人管两个部门，而且两个部门是跨异地的，所以那个时候对我的管理能力提出了很大的挑战。”

肖函自认为是一个“不喜欢用很多管理技巧的人”，在她看来，作为管理者要承担更多的责任，同时也要“对员工充分授权，‘用人不疑、疑人不用’，对他们有充分的信任。”肖函觉得，这是在传承前几任领导留下的“简单和朴素的管理方法”。

当然，在具体的操作上，她有自己的心得：一是，只提工作目标和要求，要求结果，过程自己可以去把控，授权不代表不闻不问，她依然会把控关键节点和关键

问题；二是，允许所有人犯错，试错也是成长的一部分，犯错没关系，只要大的事情上，不要犯让公司承担损失的错；三是，绝对真诚，面对面沟通，不允许背后有任何小动作；四是，绝对平等，不允许带着管理的心态去管员工，不存在上下级关系，做管理岗位，出了事你担，有利益的时候你让，别人不愿意干的事你干；五是，不墨守成规，没有任何一个做法是永远对的，只要风控工作的核心和底线不动，具体工作方法随时可以改进、创新。

在业务和管理上，肖函都坚持“低头走路”，脚踏实地，这也为她走出一片新天地。

需要抬头看天了

随着公司业务规模的发展，合规风控部门无论是人员配备、专业能力还是体系架构都更加完善，但同时业务对风险管理的要求也在逐渐提高。

去年，肖函成为首席风险官，她觉得挑战更大了：“我相当于从一个执行者，变成一个必须要有战略眼光的高管。”

不经常抬头看天的她，此时，也必须抬头看看了。

在肖函的眼中，天风的前几任合规总监都是很有战略眼光的人：“行业里那些只是偶尔提一下的小事，别人都没太在意，

他们却能看到对未来行业的影响。”这也决定了天风的很多合规风控机制都走在市场行业前列。

目前，风险管理部正在肖函的带领下，准备着手做一件“快人一步”的事。

“我们打算从明年年初开始，风险管理要往前面走一步，就走到以经济资本（也称风险资本）来评估风险、衡量业绩。”肖函解释说，“比如说，你赚了一百块钱，一百块钱中要减掉信用风险、市场风险、操作风险等的预期损失，剩下多少钱，大家拿那个钱来比，不要比你账面赚了多少钱。”

肖函认为，经济资本评估法的好处在于，将促使业务部门不去做那些高风险、高回报的项目，这也不是天风的风格。

除了做一些领先行业的制度设计外，肖函还带着她的团队，向风险管理的深度去发展。按照巴塞尔协议，参考银行的实践，风险管理主要分为有关联的四步：风险识别与分析——风险计量与评估——风险监测与报告——风险控制与缓释。现在，天风正在朝着第四个阶段努力。

肖函介绍说，从行业上来看，风险识别与分析现在大多数券商都可以做到。风险计量与评估现在由于信息系统全部都是同质化，所以也基本一样，天风在风险计量这一块有一些不同于行业的模型。风险监测与报

告也基本上是一个定量汇总的过程。

第四阶段——风险控制与缓释，正是天风 2016 年正在攻克行业难点。

“到了这个阶段，我们在制定风险策略的时候要考虑即便出现风险了，如何把它转移掉，怎么把这个风险解决或者是缓释一下它，在一开始就要把它设计好。”肖函进一步解释道。

天风合规风控之所以能“快人一步”，肖函分析原因在于：“并不是我们想的比别人超前，而是我们比别人先做到了，天风的决策链更多，执行效率更高。”

从法学博士到数学博士

近些年，天风的风险管理工作正向着纵深方向发展，沿着风险四大阶段不断做深、做细，并且数学模型已经覆盖了风险管理的核心流程。

为了做到合规风控的“快人一步”，也为了适应公司发展的需要，肖函和她的团队付出了很大的努力。

潘思纯评价说：“这个公司活生生地把一个法学博士逼成了一个数学博士。”

“天风证券所有的业务数据全部在我的脑子里面，我们家自己的账都没有算这么清楚过，但公司的账，我清清楚楚，”肖函对此非常自豪，“我不管天风证券现在在一千七百多人有多复杂，业务之间的交叉有多复杂，主体有多少，我脑子里面全部都有。”

这些年，天风迎来了很多行业上数一数二的团队加盟，对合规风控水平要求非常高。“我们不说赶超，至少不能拖太多的后腿，所以逼着你往前学，你不学根本没有办法开口，不学根本没有办法出具风险评估意见，你往往是说让他放弃一千万，一个亿的项目，你只能用你的专业说服他，你不学怎么办？”

于是，肖函始终保持着高强度的学习和工作。她生孩子前一天晚上八点才下班，产假只休了三个月。而为了弥补这三个月没有学习的东西，她花了整整一年的时间恶补，晚上回家刷牙也不离开手机，开车永远只听财经频道。

合规风控工作，必须不断学习，不学是根本迈不开手脚的。“证券行业每天都有新的东西，新的法规、新的交易结构、新的行业动向，我们不跟上，即意味着可能新业务在我们这过不去，丧失发展机会。”





超负荷的工作和学习负担，也锻炼了肖函的坚毅，让她在做合规风控工作的时候有一颗“强大的心”。她举了一个例子，有一次某个部门遇到突发事件，那个部门负责人对她说，好崩溃，如果每年遇到一次就要疯了。肖函很淡定地说：“你这事我每天都遇到，我要面对公司所有业务条线，所有的突发状况都要处理。”

成长之路幸得贵人相助

肖函说，她的成长之路不可复制，她在天风经历是一条平滑的上升曲线，这多亏了“命里的贵人相助”。

肖函首先提到了董事长余磊。这位兄长不仅让肖函坚定了留在天风的信念，更教会了她：在民主、开放的企业文化里，天风没有权威，只有真理。

“最开始余总问我事情，我说是这样的，他说不可能，我心想难道真的错了吗？于是回去确认一下。有过几次确认，发现我自己是对的之后，我就有底气了。之后他说不可能，我说就是这样的。余总是那种，当你很坚信的时候，他就相信你了。”

肖函还记得，有一次在董事长办公室，当着客人的面与余磊争执。旁边的客人就笑着说，“余总，你的员工敢跟你吵架。”

“吵归吵，但是工作不会影响，这就是天风的文化，”肖函把这种文化运用到她的团队中，“所以我们部门同事也可以跟我争论，就事论事，不会因为工作上的分歧，而有任何的后顾之忧。”

肖函然后提到了易仁涛。她一直把易仁涛看成兄长，在辩论队如此，在工作中也如此。而易仁涛也对她严格要求，坦诚地指出她的各种缺点。

刚来实习的时候，肖函每天就跟同事聊聊天，干干手头的事情，觉得还不错。易仁涛就把她叫到办公室去，问道：“你怎么回事，怎么混成这样，脑袋是蒙的，桌子一拍，我再给你一个月时间，如果再这样，你给我滚回学校去。”那次肖函被点醒了，就拼命干活，就为了不滚回学校去。

当然，天风的学长们，除了开放、坦诚之外，对年轻人更多的是无私帮助。在天风，领导不是监工而是资源。

潘思纯就是肖函的资源。肖函说，她

现在还在“偷师”中。而潘思纯也会将他的管理心得、业务体会、人脉关系，甚至是公司的新闻，都毫无保留地告诉肖函。

其实，仔细分析肖函的经历，我们发现，她所谓的“贵人”，其实就是天风企业文化的种种特征，而只要天风的企业文化保持生命力，她的成长之路是可以被复制的。

自称为“搬砖人”的肖函，从一个“很嫩很嫩”的毕业生，快速成长为一个“需要有战略眼光”的企业高管，她的“天风式”成长见证了风控合规部的发展，也充分折射出天风企业文化对年轻人的包容、开放。在天风，为年轻人准备的舞台足够大，“没有做不到，只有想不到。”

这样的天风，对有梦想的人的吸引是巨大的。正如肖函在天风 15 周年访谈中提到的：她对天风有深厚的感情，未来 15 年会继续陪天风走过。☞





合规法律部的那些事儿

在天风，合规工作和业务发展不是油门和刹车的关系，合规团队更愿意把自己定位为一个“服务部门”，为业务发展保驾护航。

在这种服务理念之下，如今的合规法律部正在不断地充实人才、完善架构、建立机制。目前该部门下设三个二级部门，分别是合规管理部、法律事务部和合规督导部，有 16 名天风人在各自不同的岗位上忙碌。

我们试图通过采访这些忙碌的天风合规人，以及发生在他们身边的那些事，为大家呈现一个更立体的合规法律部。

周大兆：再次挑战舒适区

周大兆一毕业就跨入了证券行业，时至今日已经从业 15 年，而这其中有 13 年是和天风一起走过的。

如果把这 13 年看成一把标尺，周大兆的标尺上有三个深深的刻度，分别对应的是信息技术部、经纪业务条线和合规法律部。

看到这把标尺的人都会有一个反应：为什么有如此大的跨度？

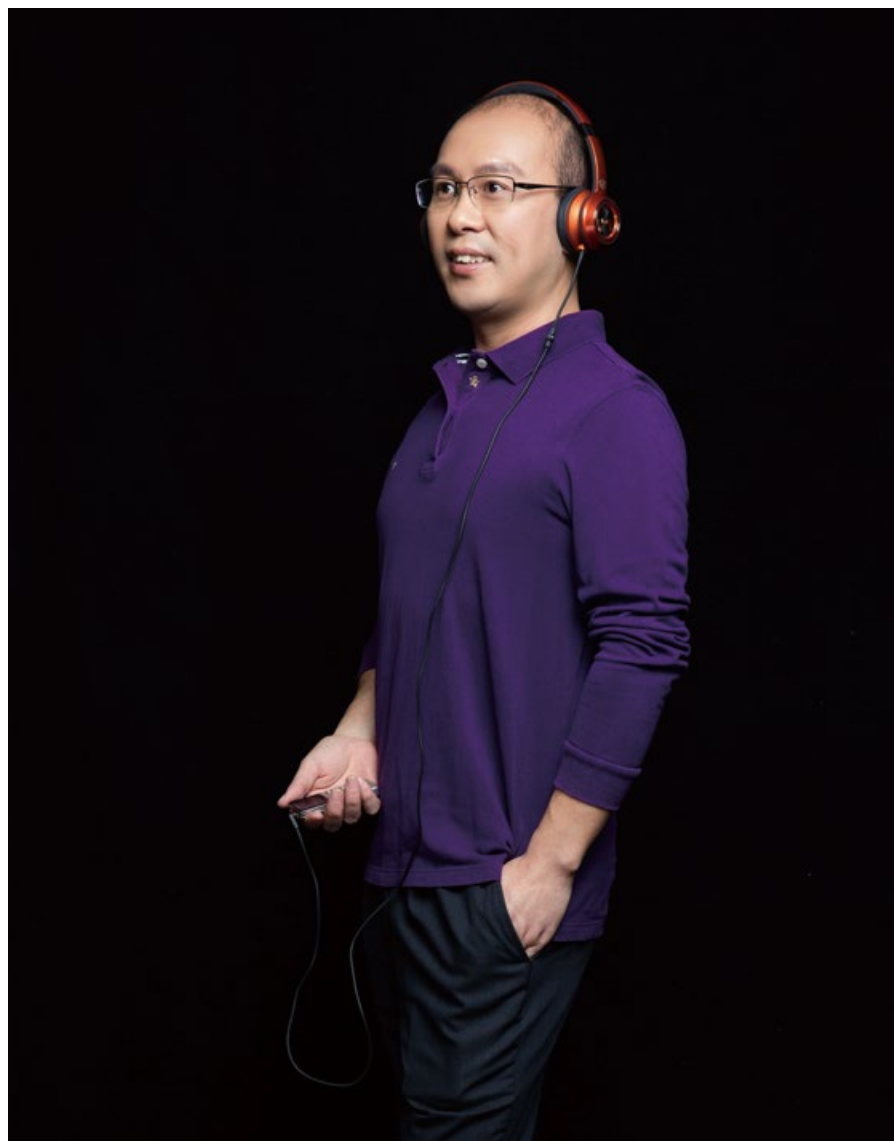
“我们正在经历天风快速成长的阶段，因为业务发展的需要，天风人必须能够在不同岗位快速切换。”周大兆给出了解释，“有可能我对变更环境适应能力还可以，所以公司才放心把我调到不同岗位不同部门。”

但是，即使是适应能力如此之强的周大兆，在得知自己被调往合规法律部的第一反应却是——这是开玩笑的。因为在合规领域，周大兆是彻头彻尾的“新兵”，他需要再次挑战舒适区。

惊讶之后，这位“新兵”很快进入了角色。他拿出了天风人坚韧的品性，就如同当年他只身一人完成官网编程一样，这一次，他又拼了。

“突然一下感觉所有业务都跟我相关了，我必须迅速转换思维。”周大兆打了个比方，原来他是站在中国看世界，现在是站在世界看中国，“视角变的更宏观了，考虑的问题必须更全面。”

他举了个例子，以前看朋友圈、看新闻，一般只关注经纪业务，相关性不大的文章，



合规法律部总经理 周大兆

他最多去扫一眼。现在他一看朋友圈，全都跟他有关系，我会仔细看，看不过来就收藏起来，有空的时候再看。

“有些能力强的人适应的快，可能付出的辛苦少些。我可能会辛苦多一些，但是我知道，在天风，只要你持续地付出努力，就会有收获，这是企业文化决定的。”周大兆认为，天风是敢想敢为人的天地。

目前，周大兆正在加强对合规工作的全局性认识，然后在这个基础上“一块一块地延伸”。这几个月里，他不断地与部门的小伙伴聊业务、相互磨合，跟合规总监洪琳沟通，“现在基本形成了一些思路”。

从“两眼一抹黑”到“有一些思路”，周大兆只用了短短数月，这里有很多过来人的经验值得分享。

这位数次华丽转身的天风“老”学长，建议新加入天风的学弟学妹，环境改变时，首先要融入这个团队，而不是让团队来适应你，这个时候你就会发现自己也在发生改变，然后才有可能去影响别人。第二，在业务知识上，“要不停的去挖”，从一个知识点，挖掘到一个知识面，然后循序渐进地构筑起知识体系。

业务的不断发展，要求天风人必须不断地挑战舒适区，这已然成为了天风人的一种生活方式。而周大兆是其中的典型。

黄萍：帮助业务部门形成合规文化

“每天都跟‘打仗’一样”，这是合规法律部副总经理黄萍对日常工作状态的描述。

黄萍每天都要审核很多条流程。很多时候，会有许多人同时找她，QQ、微信、OA 系统不断刷新信息，“这里面有成套的审查材料，有书面的咨询，也有口头咨询，有时候我真的记不过来，最近开始用记笔记软件了，对自己在工作中积累的碎片知识加以记录。”

但即使忙成这样，她还是坚持每天把流程过完：“公司给我们的要求是两个工作日，但是我们一般都会及时处理，有的可能几分钟就搞定。”

黄萍不想因为自己的工作，耽误了业务的进展，这是合规部门的一个共性。

最近，她的部门正在“5加2、白加黑”地忙着审核研报。黄萍说，她的一位同事，每天都会提前来上班，因为在 9 点之前有一波研报要发布，然后，经常在晚上 12 点还在审研报。周末也会有一大波研报，因为研究所要发行业周报。

黄萍和她的同事全程参与了研究所新起步阶段的制度建设，这其中包括了“研报双向审核”、“分析师职业行为监测”等。

“我们在起步阶段就介入，就是为了从源头树立合规习惯，进而形成合规意识、合规文化。”这是合规团队的基本工作思路。因为只有做到“人人合规、主动合规”，合规工作才能真正与企业发展形成良性互动。

繁忙的工作之余，黄萍也爱和部门的 90 后互动。在这个 90 后占到 50% 多的团体里，大家平时都称呼她“萍姐”。而“萍姐”跟他们也处的像朋友一样。



“我想在团队里营造一种家的归属感。”黄萍说，这也是天风在她刚入职的那一年，给到她的感受。

那一年，在成都的营业部轮岗的黄萍突发急性阑尾炎，身处异乡的她举目无亲，好在营业部派了员工送她去医院，垫钱为她做手术，还请了一个看护照顾她。公司工会还给了她慰问金。

“所以这个我一直蛮感激公司的。”黄萍有些感动地说，天风让员工觉得有归属感，这也是为什么很多老员工一直对公司不离不弃，一直在天风奋斗的原因。

王颖：合规工作不断给我带来挑战

从海外留学回来之后，王颖就留在了天风。她一度认为，所有企业都是跟天风一样的。后来接触到了越来越多的外部企业，王颖才发现天风的文化是多么的独特。

“天风人没有那么官僚，我们就是真的想把企业做好，”王颖眼中的天风越来越清晰，“这是一个充满情怀的企业，为年轻人提供足够开放的平台。”

王颖也是这个平台的受益者，来到合规部门 5 年，她是“一年一个台阶，每年都有大变化。”

2012 年，刚到合规部门，她开始负责公司的反洗钱工作的管理，对现有工作机制进行梳理和规范。厚厚的一摞法规、窗口指导、监管要求，以及人民银行下达的指导意见，她都从头捋了一遍。然后，又花了两个月的时间制定公司的管理规则。这一时期，奠定了王颖的工作方法。

一年后，她接手了整个大投行条线的合规管理。“当时并购重组的监管规定就有两大本书，更不用提保荐和债券承销，加上后来又有了新三板的工作。”公司开始开展新三板业务的那段时间里，王颖每天晚上都是 12 点多钟才睡，每天都忙着做制度规范、设计业务流程。

2014 年，王颖被外派到北京地区做合规专员，这又是一个新挑战，除了负责大投行条线的合规之外，她还要具体负责债券承销和固定收益的合规。那时候，债券的信用风险开始爆发，她是在承受了极大的压力下，一边梳理制度规范，一边处理合规管理事宜。这一年，王颖学会了“身兼数职而不乱”。

回到武汉总部之后，合规风控部门组织架构进行了较大的变化调整，她开始在



张恬恬(左)、王颖(中)、黄萍(右)

公司领导的安排下协助完成重新构建合规体系。

如今，王颖每天依然面对层出不穷的挑战，但是她也觉得很自豪：“越来越多的部门养成了一个习惯，开展新业务，必须先问合规行不行，合规的话语权正在增大。”

张恬恬：所有流程审批都有 AB 角

加入天风之前，张恬恬在湖北证监局工作了八年。

“来到天风后，我最大的感受就是自主性提高了，责任心也进一步加强，”张恬恬觉得，“在监管部门工作相对比较单纯，主要面对市场主体。在天风，要与业务部门和中后台沟通，同时还要应对监管机构，角色是多样化的。”

角色的转变带来了心态的变化。张恬恬学会了用“服务的心态”做合规。比如，新三板有可能是晚上六、七点去披露，负责审核的同事就会随时待命去做这个事情，张恬恬要求团队，一小时必须过。

张恬恬特别举了一个例子，从流程设置上面，我们部门把两个节点合成了一个，并且在这个节点上设置了与她平行的 AB 角。“这就保证了审核的效率，即使 A 在出差途中，B 也能审批，如果 AB 都没时间，我可以来审核。”

同时，在服务业务的同时，张恬恬的团队还是充满担当。

“有些券商的合规只会说存在什么问题，请项目组自己把控，就是做一个留痕，合规部门这边可能没有风险，但是实质上整个公司的风险还是存在的。”张恬恬说，但是天风不同，一旦发现违规，这种项目我们会立刻叫停这种项目。然后与业务部门沟通，探讨如何解决，直到我们认可后才放行。”

张恬恬的合规管理部目前负责大投行、资管直投、自营等业务的合规审核，基本覆盖了天风的主要业务条线。

合规全覆盖后，张恬恬和她的队员责任更大了。

从走出舒适区、到帮助业务部门形成合规文化、到主动接受合规挑战、再到充满责任和担当……合规法律部的那些事每天都在上演。

正如合规法律部总经理周大兆所说：“天风的合规工作和业务一线走得非常近，我们不是只说 NO，更多的时候是在考虑如何帮助业务部门发展，这是天风的一大特色。”^④



风险管理部



告诉你一个真实的风险管理部

风险管理部的同事都喜欢说“挑战”，或许是因为这个词能够准确地刻画出他们工作的常态。

无惧风浪是这个团队鲜明的特色。

正如风险管理部副总经理赵德华所言：“随着公司业务的快速发展，我们面临的挑战越来越多，我们要在控制好风险的同时，推动业务发展。但是，换一个角度看，挑战也是推动工作进步的动力，它推动着风险管理工作向更精细化、专业化方向发展。”

这篇文章将通过三位骨干员工的分享，向大家展示一个真实的风险管理部。

王明利：一直都很“沉得住气”

王明利是一位六个月大孩子的妈妈，淡定的她在孩子出生前两周还忙活在工作岗位上。而这份“淡定”其实是她工作风格的延续。

在工作中，王明利一直很“沉得住气”，她非常善于排除外界干扰，静下心来扎到工作中。刚到部门的时候，因为这种性格还闹了误会。

“潘总看到我每天都在埋头工作，也不怎么笑，他怀疑我得了抑郁症。”王明利说，为此潘总还专门找她谈话，让她不要有压力。

其实，王明利自己知道，这是她的工作状态：压力越大、责任越大，她越沉得住气。后来，随着接触的增多，王明利的个性也被大家熟知。

尤其是2015年年中，股市大波动的时期，当时部门负责人发现风险管理团队在市场剧烈波动的时期，反应很迟滞。

王明利也参加了那次会议。她说，那时的紧张是可想而知的，风险的挑战时时拨动着团队的神经。这个时候，她沉得住气的优势再次凸显。

王明利迅速地整理了思路，为团队成员提供执行的方向：“首先，我们花了很大力气去提高对风险的敏感度，以前只是汇总信息，但是没有站在一个更高的角度去审视。绷紧了弦之后，我们就会有

意识地去深挖风险点。”

随后，王明利带领团队对工作的执行进一步精细化，“我们加强了与其他二级部门、业务条线、业内同行的交流，开拓视野，看的更远。不能只满足于信息的表面，要深度地去看事件发生后对业务条线的影响。”

现在的王明利显得淡定从容，但是在刚来的头几年，她的内心其实有过挣扎。

“2013年，业务突发增长的那段时间，我也感到过迷茫，我觉得自己不太适合做风险管理工作。”王明利回忆说，当时她有想过放弃这份工作的想法。

这种状态大概持续了3、4个月。期间她跟朋友抱怨过说不想干了，朋友安慰她说你不想做就换一个工作。“当我听到这句话的时候，反而觉得可惜了。”其实王明利心中从来没有离开的想法，从那以后，她开始每天回家加班看合同。

“后来总结来看，那段煎熬期主要是因为自己的专业度不够，你的意见说服不了别人，别人的意见你又觉得有问题，所以很难决定事情到底如何推进。”王明利说，“当时的沟通方式也有问题，总想着去说服别人，没有沟通的意识。”

走出了煎熬期的王明利工作迅速展开，成就感也逐渐获得。她说：“风险管理工作就是不进则退，别人都在进步，你即使原地停留也是在倒退，毕竟风险管

理工作应该走在他们的前面，要更快地学习。”

晏珍珍：“武林秘籍”让我们从容不迫

晏珍珍经常是在夜里十点到十二点之间，和团队的成员们开电话会议或者在微信群里沟通项目。

对于曾经在武汉信用担保集团工作过的她来说，这种工作强度也是她始料未及的。“天风的工作强度，并不亚于‘半军事管理’的武汉信用担保集团。”晏珍珍总结说，“但是来天风之后，是对工作的认同和责任感要求我，驱使我在晚上去把日常的工作解决掉，周末加班去完成一周的工作。”

强烈的使命感是晏珍珍在面对挑战时，保持定力的关键。而如今，这种定力也确实取得了效果。

今年7月的时候，她作为讲师参加了全国券商风控合规研讨会。会上，她分享了天风在债券承销条线全流程风险控制经验。讲完后，与会人员都觉得非常认可，认为天风的这套机制应该是行业的标杆了。

“天风之所以能走在其他券商的前列，是因为我们起步早。”晏珍珍解释道，“2015年初，新的公司债新规出来时，我们就开始筹划，对债券承销的风险管理



王明利（左）、晏珍珍（中）、郭少松（右）

做一个全面整理，过程上覆盖事前事中事后，制定全流程风险管理体系。然后，经过一年的与项目组的磨合，现在已经非常成熟。”

在晏珍珍看来，这份成绩的取得要归功于“部门同事对天风的情怀”。她说，“大家不是想每天按部就班地把工作干完，而是真正想干出成绩，把它当成一份事业。所以，这种激情支撑着我们在非常疲惫或者工作压力非常大的情况下还能持续。”

为此，她和部门的同事每半年就会制定一套研究学习计划，每到年中的时候，都会对上半年的研究计划做一个总结，然后制定下半年的计划。晏珍珍认为，“研究工作应该是信用风险管理工作的核心竞争力的重要方面。”

作为研究成果，晏珍珍介绍说，她们已经编制出了一部非常有部门特色的“独孤九剑”。这是一部分为上下册的“武林秘籍”——上册描述的是事前风险管理，具体描述了事前审核要点，以及这个要点具体怎么审核；下册是从事中和事后论证我们怎么去控制项目的风险。

除了“独孤九剑”之外，她的团队还有一本“武林秘籍”——“本草纲目”，就是收集的市场上各种信息的反馈，特点就是很多，很丰富，还定时更新。

“我们取的名字都特别有趣，这可能是我们在工作中找的一些小乐趣。”晏珍珍风趣地说，“这些研究成果，让我们在

面对风险的时候从容不迫。”

郭少松：在充分信任中御风而行

和晏珍珍一样，郭少松加入天风之前，也在一家“半军事化”的单位干过。但在天风的感觉则与之不同：

“来天风的第一感觉就是这是一个很年轻的群体，平均年里只有30岁，而之前公司的平均年龄却达到42岁。”郭少松非常喜欢这种年轻的氛围。

当然年龄只是一种表象，更让郭少松感受最深的是天风“充分授权、充分信任”的创业文化。

“在原来的单位，感觉自己是执行者，没有主动性。加入天风后，感觉完全变了。管理层对我充分信任，我刚到没多久，就充分授权，把市场风险管理全部交给我。”此事对郭少松的触动特别大，他工作的主动性瞬间被激发出来。

所以对郭少松来说，他面对风险的定力是因为充分授权、充分信任而促成。

目前，郭少松正在尝试把这种文化应用在自己的团队，他鼓励年轻的团队成员们“开诚布公、真诚的”讨论问题。

有一次，他们在研究一个权益类收益互换问题，郭少松开始认为其中存在着汇率风险，但是在与业务负责人沟通后打消了这个顾虑。但是，他部门的一个小伙伴也在研究这个问题，认为其中确实存在汇率风险，因为这个标的挂钩的是新加坡的A50指数，而这个指数最终是以美元计价的。

最终，小伙伴的坚持改变了郭少松的看法。

“很多时间别人与你不同的想法是很正常的事，我们需要创造一个和谐真诚的环境，让大家的意见能够反馈出来。”郭少松总结道。

确实如此，天风企业文化里的“充分授权、充分信任”以及“真诚、开放”的氛围，为郭少松和他的团队提供了“御风而行”的动力。而这种动力让他们行动迅速。

郭少松秉承了天风合规风控团队服务业务，甚至比业务先行一步的特色。他介绍了“期权做市业务”的申请：这项业务如果放在原来的单位申请下来至少要两个月，但是在天风他们用了两周的时间就办下来了。这就是天风人的行动力。

他说，虽然自己是团队里“最土最纯的土包子”，但是与这些90后海归在一起，能为他带来新鲜感，“生活更加丰富多彩了。”郭少松指了指手上戴的运动手表说，“我被他们带的也经常去跑步、打羽毛球。”

快速的行动力让郭少松和他团队保持年轻。

如果把“挑战”比喻成大风，那么风险管理部的同事，给我们感觉就是“怎么大风越狠，我心越定。”用风险管理部副总经理赵德华的话来说：“我们平时就是处理各种风险的，面对风险一定要有能力和实力保持镇定。”



一直往大风吹的方向走过去

每期采访，我们最期待的往往都是拍照的环节，因为这个时候，你能看到一整个团队的人聚在一起，暂时抛开工作，海阔天空地聊，肆无忌惮地笑。这或许是每个团队最真实的另一面。

这次采访合规风控团队也不例外，在拍照过程中我们发现了很多值得八卦的小细节。当我把这些细节汇总起来看的时候，我们发现有一首歌的歌词能概括所有这些——《野子》。



老顽童的“潮范儿”手机曲库

人物照在武汉总部48层的会议室拍摄，一开始气氛不活跃。潘思纯学长顺势拿出了手机说：“我手机里有几个不错的歌，放给大家听，活跃活跃气氛。”

随即，他手指轻点，乐声响起。

怎么大风越狠 / 我心越荡 / 幻如一丝尘土 / 随风自由的在狂舞 / 我要握紧手中坚定 / 却又飘散的勇气 / 我会变成巨人 / 踏着力气 / 踩着梦

潘总手机里播放的正是苏运莹的《野子》。

歌曲一出，现场就炸开了锅。众人纷纷叹服潘学长的“潮范儿”。

其实，潘总一直都走在公司时尚的前沿，虽然是公司最年长的学长，但是谈笑风生像个老顽童。

在采访中我们也发现，潘总是一位特别“与时俱进”的人。无论是当年带领着团队开启天风领先业界的全面风险管理进程，还是现在听潮歌唱潮曲，他一直都像《野子》中唱的那样“一直往大风吹的方向走过去”。

自带气场的学姐

洪琳学姐绝对是那种自带气场的人，有她在现场，我们总是感觉到一种从容不迫、镇定自若。

尤其让我们印象深刻的是，整个团队外拍的时候，团队40多人要在洪山广场摆一个“形散而神不散”的队形，非常有难度。

这时，站在前排的洪总看了看阵仗，跟身边的摄影师说了几句，摄影师好像立刻就明白了什么。

三下五除二指挥大家迅速排好了队形。

拍摄的过程中，即使烈日当头，她依旧保持着那份淡定从容。对于一位“一直往大风吹的方向走过去”的合规领路人，洪琳学姐的气场让大家安心。

专注“听音乐”的肖函

这次摄影拍摄的主题是听音乐，摄影师的用意是，用听音乐这种舒缓的方式，化解合规风控天生存在的一种严肃感和紧张感。

但是，在肖函拍摄的时候出了点小状况。当她戴上耳机，准备享受音乐的时候，突然发现，耳机里没有音乐。没有音乐，但照片还得要拍。于是，肖函接受了一项新任务，带着耳机表演出听音乐的感觉。

肖函很快就进入的状态，各种听音乐的享受状一个比一个pose摆的精彩，以至于最后我们都很好奇，她是不是真的能听到音乐。对于这位史上演技最高的首席风险官，我们表示叹服。

谜一样的肚子

在拍摄现场有一个谜一样的存在，那就是易仁涛学长的肚子。易学长似乎掌握着一套特殊的技能，使自己的肚子收放自如。

等待拍摄的时候，身边的同事拿易总的肚子开起了玩笑，易总倒也是度量大大，总是很不在意地说：“今天衣服穿小了，其实身材不错。”

当到了拍摄的时候，我们惊奇的发现，易总在镜头中根本没有肚子。我们跟摄影师确认过，没有用拍摄技巧，图片也没有PS。那易总的肚子去哪里了？真是谜一样的存在。或许是因为经常“一直往大风吹的方向走过去”，肚子被吹走了吧。

心在远方 梦在路上

谈话间，何老师一口川普不仅让编辑部同学脑补天风创业初期的画面，更让我们着迷的是，何老师讲述了他独自驾车从成都去拉萨的精彩故事。一条318也许承载了很多朝圣人的梦，在这条路上，并不好走，“有时下雨路况就更不好，而且还有轻微高原反应，但是我还是一个人坚持走下来了，这也是我多年的心愿。在路上有很多人搭车，看着他们那么艰难，天气又不好，我也会搭他们一程”。

如今，何老师的家正在整理修葺，而且也由他负责设计，再种些瓜果蔬菜，“川西的美景那么多，有机会我还会出去走一走”，也让我们也一起祝福何老师身体和

灵魂一直走在路上。

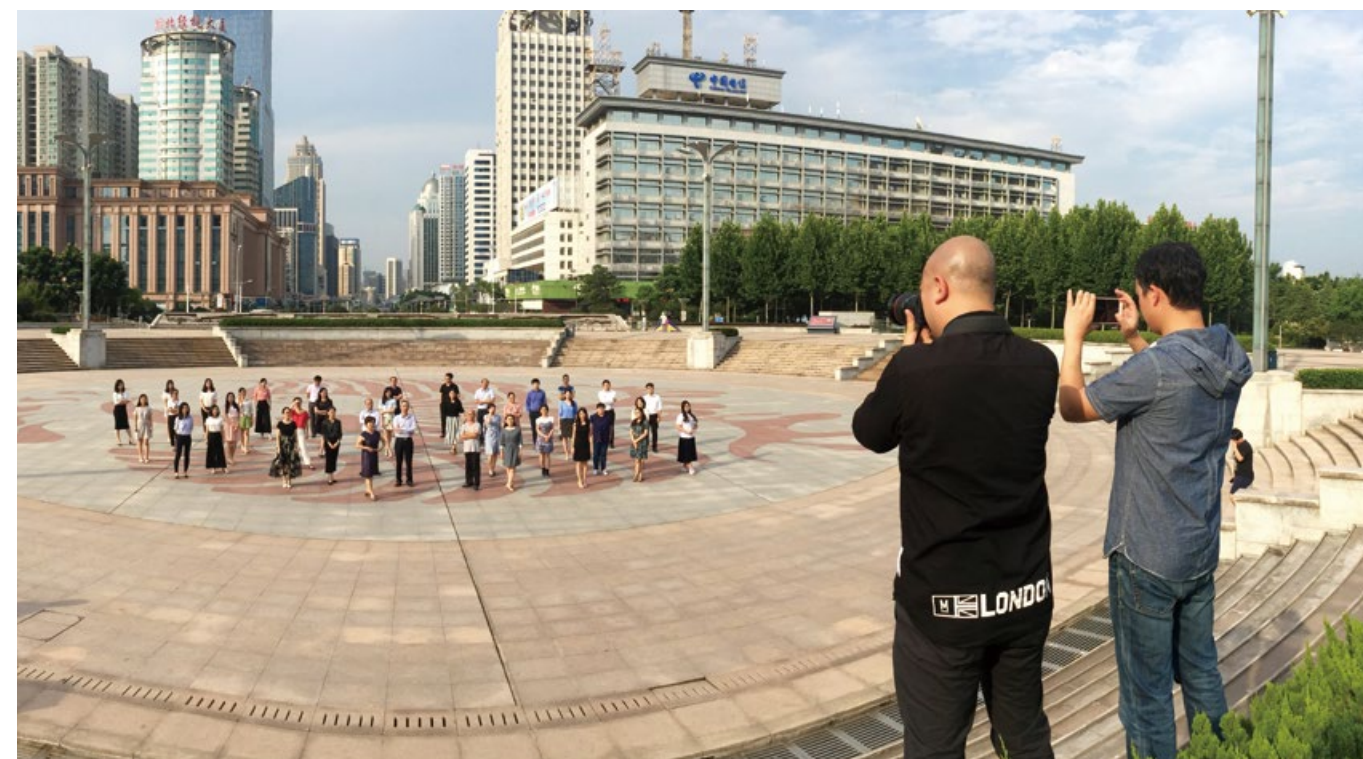
给编辑部打电话催风控流程

本期《风景》的大合照涉及人数众多，爱美的学妹也超级多，虽然平时工作她们严谨认真，但是一听说要拍照，都炸开了锅，穿什么、怎么拍、化什么妆……下午一通知集合，众多学妹集体补妆，洗手间都快被挤满了。

拍集体照时正值午后，武汉的秋老虎还蛮凶，但是大家依然顶着烈日、配合摄影师要求完成了拍摄。用时短，过程也顺利，但是我们无意听到合规法律部的一位同事说，“唉，就走了这么一会儿，流程就堆了这么多！”

我们在采访王明利时，因为当时有个流程在她那里，业务同事又打不通她的电话，竟然机智到给我们编辑部打电话催流程！

“工作时奋力拼搏，玩起来嗨翻全场”，这就是天风合规风控团队的节奏。这是一群注定要“一直往大风吹的方向走过去”的人，但我们相信他们一定会“握紧手中坚定，变成巨人，踏着力气，踩着梦”。^④



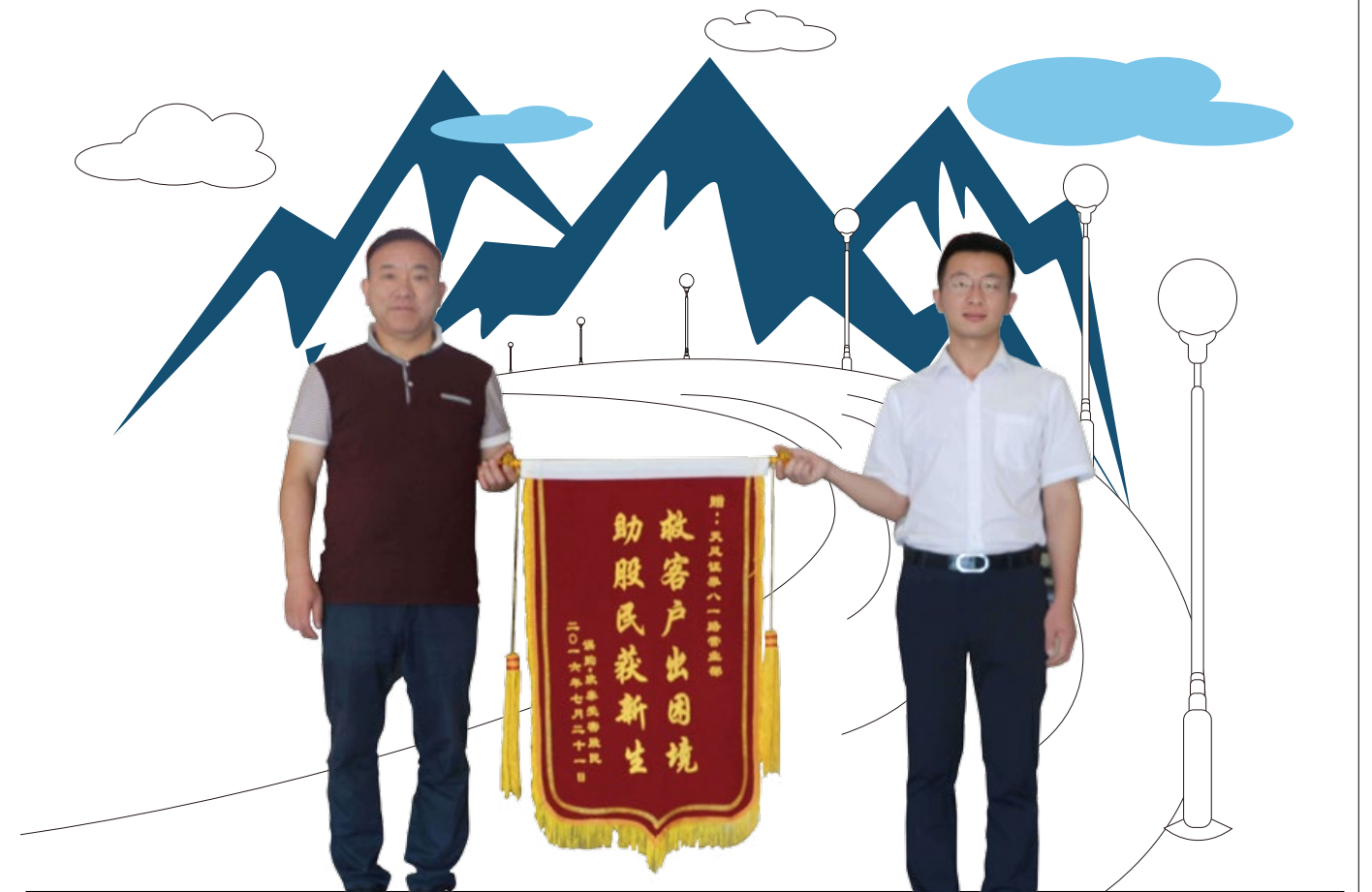
天风证券企业文化的核心价值观即 “与客户共生共荣”

天风秉承着这个理念去做企业，这是企业的生存价值，如果企业只追逐利益是做不好的。

天风创业十六年，天风人始终坚持以客户为导向，将客户放在首位，满足客户需求，主动了解客户，站在客户角度去思考问题，竭尽全力帮助客户解决问题，帮助客户实现价值理想。

对于天风来说，客户就是我们的生命，是我们最看重的价值，而这也体现了天风的社会责任感和为客户服务的使命感。

本期成长在天风栏目，编辑部精选了七篇员工与客户的那些事儿，他们或帮助客户解决困难、或与客户互建信任、或与客户共同成长，又或与合作方的沟通中加深对“与客户共生共荣”的理解……希望这些故事能与大家产生共鸣，也希望大家能持续学习，深化对企业文化的理解，并将其融入于工作中。



与时间赛跑，帮客户走出困境

文 / 编辑部

7月13日，八一路营业部的一位客户因误信欺诈短信，以为是新股申购而购买存在巨大风险的某股票，财产面临巨大损失。经过与客户的多次沟通和公司各部门的通力协作，营业部在依法依规的前提下，为客户开通了快速通道。客户利用快速通道在7月21日开盘集合竞价就全部成交卖出，使损失降到最低。

起初，客户没有注意到营业部发出的关于该股票的风险提示，而后误信欺诈短信，用账户最大金额买入该股票，引起深交所注意，并通知公司总部。八一路营业部得知后，第一时间与客户沟通，告知客户该股票存在巨大风险。此后几天，营业部同事一直与客户保持联系，了解其诉求、

稳定其情绪，并积极为客户寻求解决方案。

7月16日周六上午，客户到营业部进行沟通，交谈中客户情绪非常激动，无法接受巨额亏损的事实，营业部同事不断进行安抚，八一路营业部合规岗的甘骏超全程陪同客户，还对客户说，“我会把您当作我的家人，尽最大努力来处理这个事情……”八一路营业部总经理胡伟政得知此事后连夜从外地赶回武汉，随即联系公司总部相关部门商讨解决办法。运营管理部同事阙小红为客户制定申请使用快速通道的方案。7月18日，营业部以最快的速度为他办理快速通道。为了在交易日能够全部成交，20日晚，营业部同事守着清算时间，并通知客户进行夜间委托。正是这

样的日夜兼程，客户的股票在21日开盘集合竞价就全部成交卖出。

事后，客户为营业部送来了锦旗“救客户出困境，助股民获新生”，还给阙小红发微信语音表达感谢，“你们就像我的救命恩人，感谢天风为我所做的一切努力，我将终身难忘。”这位客户甚至还为天风写了一封长达2000字的感谢信，信中写道天风能以专业的角度迅速帮客户解决实际问题，让他感到非常温暖。其实对于天风来说，最大的责任正是来源于客户和社会的信任，正是这种信任，让所有天风人始终把客户利益放在第一位，同心协力为客户解决问题。☑

我与客户共成长，未成曲调先有情

文 / 荆州红门路营业部 涂晓敏



去年七月中旬回荆州老家，加入天风证券荆州红门路营业部筹备组，到现在差不多有接近一年的时间了，在大家齐心协力的坚守努力下，营业部于今年1月18日正式开业，而我也于6月底正式转正。在这期间，有过人员变动，有过痛苦难过，有过甜蜜微笑，一步步走来坚持就是胜利，现在终于得到了认可，成为天风大家庭的一份子，可以为天风发展添砖加瓦。

说实话去年准备回来的时候是有几家证券公司可以选择的，当时也不止天风证券在荆州设立营业部，西南证券也在开业招聘，那时我才知道有个证券公司叫天风。第一感觉这公司没听过，然后去问度娘。但是在后来应聘中了解到，公司是提供一个平台，让员工自己自由发挥，能力有多强，舞台就有多大，感觉非常的高大上，让我心动了，我满怀激情的就加入了。

第一次听老总讲课是在一个不到90平方的筹备工作点，告诉我们进入公司要了解公司，不能在跟客户介绍的时候自己都不知道天风。那时候印象很深刻，在2012年完成全牌照业务体系布局，它是模拟美国高盛金融控股集团。我和小伙伴们惊呆了，真的是突然发现公司很厉害，需要我们仰望和自豪，而且天风作为国内鲜有的以民营资本为主导的混合所有制新锐券商，积极为市场提供活力与创造力。

公司员工绝大多数是80和90后，非常年轻活力有朝气，是后起之秀，未来的新星。年轻人的思想很有特色，与时俱进，办公室布置的五彩缤纷，不像其他公司千篇一律的感觉，让人眼前一亮，在这里工作很轻松效率也高，办公用品时尚，还有特色鲜明的小礼物，让人感叹想象力

的丰富。天风没有官僚主义，大家都在一个起跑线上，相互照顾鼓励以求上进，学习氛围浓厚，就像天风的标志种子一样，大家都是种子需要能量养分才能茁壮成长。整整半年的时间大家一起学习一起考试，相互鼓励建立起革命间的友谊，当时真的做到了勤奋、团结、不抛弃、不放弃。

来天风工作后，我又学到了与客户相处的技巧，把客户当亲人，对待客户时要做到真诚，用心来打动客户，毕竟客户在我们这里买产品是付出了信任，而我们要做的是不辜负这份信任。在充分了解客户的经济实力和心理承受能力后，为客户推荐合适的产品。同时也要说明产品存在的风险，让客户自己选择，而非隐瞒情况，夸大盈利，诱导客户。我们要对客户负责，是希望建立长期合作共赢的关系，而非一锤子买卖。这也是我们公司企业文化的核心价值观——与客户共生共荣。

今年四月份碰到一个客户，开始的时候了解到她有在银行买理财产品的习惯，而且刚好一个银行的理财马上就要到期了。于是，我采取了主动营销的方法积极与她沟通，为她开了股票账户和理财账户，跟她普及理财产品的风险知识，强调理财产品风险，风险和收益是成正比的。随后也讲解了一些关于我们公司的理财产品，重点放在与银行固收类产品的对比上，分析银行理财和证券公司理财的联系与区别。在我的讲解下，客户也了解到银行的固定理财有部分是证券公司代理的，除了证券公司的信用之外多加了一层银行信用，银行作为中间商就赚取了几个百分点的息差，所以直接在证券公司买理财收益会高一点，但是风险等级并不会升高。经过一段时间的考虑，在我四月去公司总部

学习期间那位客户打电话过来，说现在在闲余的资金，想买固定收益的产品。我告诉她在外地学习不方便过来，但是可以直接在电话中告诉她如何操作，就这样一个电话打了将近两个小时，从登录账户到充值再到购买，最后在哪里查看具体信息情况等等，客户在我一步步的指导下完成操作，十几万的交易终于搞定。我当时很兴奋，没想到出差都可以有业绩。再后来有个产品出来的时候我又通知了客户，说这个产品值得期待，客户也表示认同，就参与了这次的抢购活动。没想到这次活动太火爆了，登录服务器被挤爆，客户普遍都进不去，好不容易进了系统产品也基本是秒杀，客户的体验感并不理想。我们整个营业部没有一个客户购买成功，标准的僧多肉少，火爆场面难得一见，让人印象深刻。客户当时打了几个电话质问这到底怎么回事，产品买不到怎么登录也不行了，是不是我们也出问题了，以前购买的资金还在不在安不安全。我听了心里就咯噔一下觉得坏了，客户对我们印象不好了，忙解释是人多了服务器超负荷工作导致延迟，等这波过去下午就可以了。结果下午其他产品也是疯抢状态，客户还是一个都没抢到，彻底没了耐心。直到现在我也一直跟客户保持联系，每逢节假日会发短信打电话问候，经过我坚持不懈的努力，客户态度才稍有软化。实践是最好的老师，这次事件之后，我体会到凡事有好有坏，我认为对客户是好的事，不一定客户会感觉好，好心可能办坏事，所以做事之前要考虑全面周到。

不被理解很正常，人要学会在挫折中成长，坚持不懈不一定成功，但是不坚持肯定不会成功。虽然不是一帆风顺，

但是进入天风我不后悔，还是感觉选对了地方，是我喜欢的工作氛围和环境。大家都是年轻人，天南海北的相聚到天风是缘分，为了共同的理想目标，一起拼搏奋斗，在天风这座巨轮上迎风起航，“橙”风破浪。☀

不被理解很正常，人要学会在挫折中成长，坚持不懈不一定成功，但是不坚持肯定不会成功。

团结一致 梦想启航

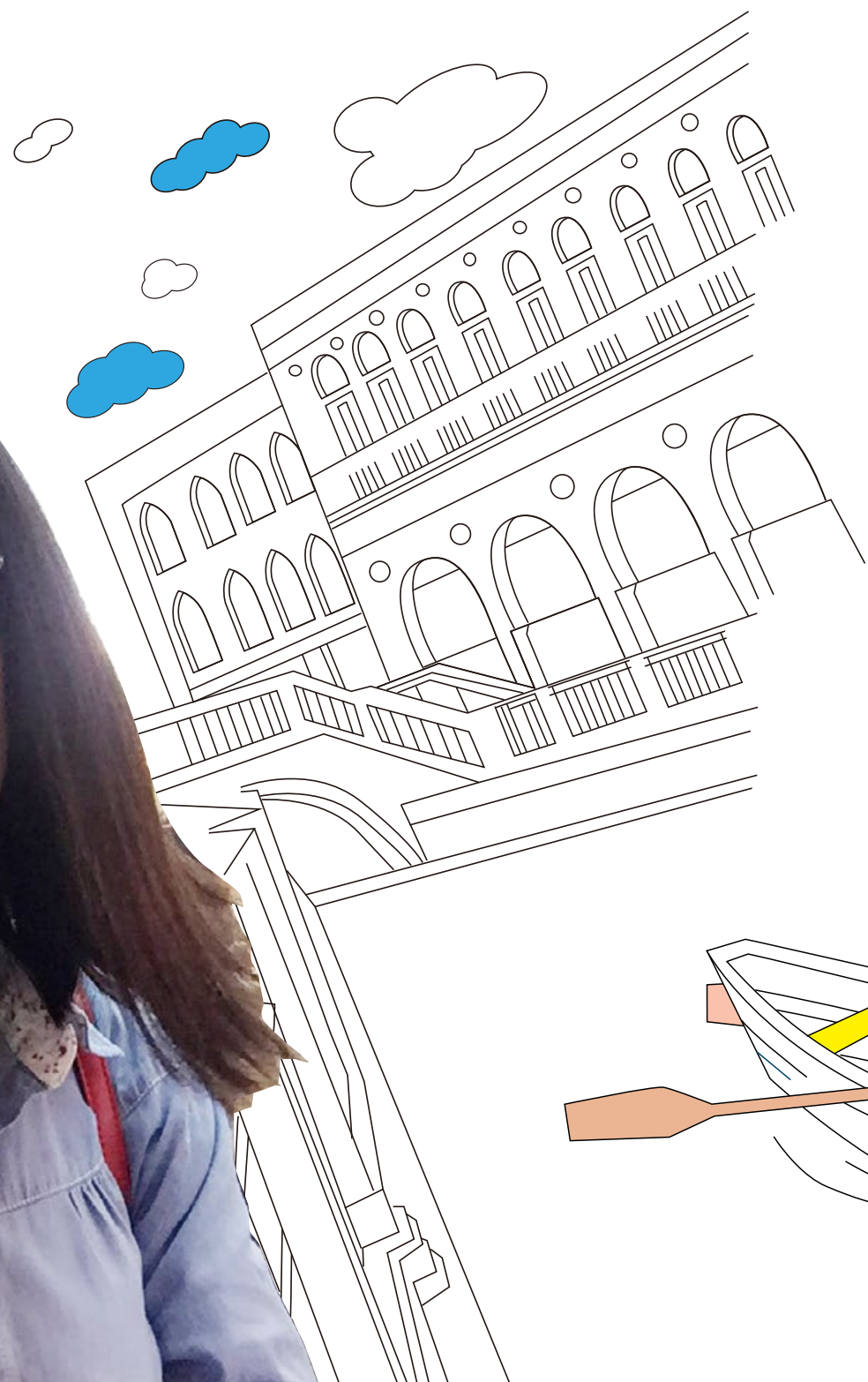
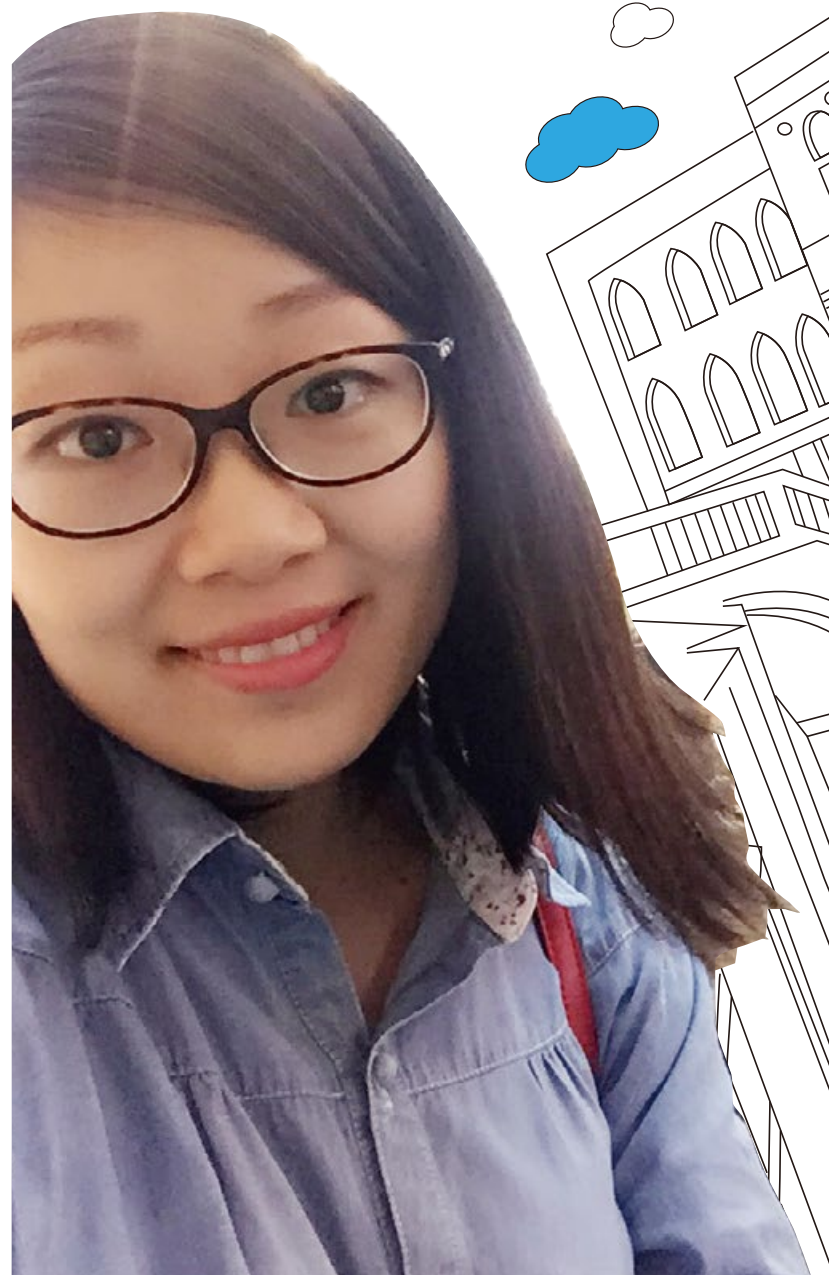
文 / 合肥阜南路营业部 史冬梅

记得刚来天风面试的第一天，橙色的门和椅就吸引了我的注意，同时看到公司里的员工都比较年轻，顿时让我对它产生了好感。因为这里给我的第一印象是：这是一家年轻、有朝气、没有代沟的公司，我当时在想，是什么样的力量让这个企业这么有生机活力？是什么样的力量让以80后为主力军的公司得以发展如此迅猛？接下来的工作让我得到了答案。与此同时，我对天风的LOGO产生了很大兴趣，我觉得它像一片片花瓣，但我不明白它象征着什么含义，直到入职后的培训让我找到了答案。

开班的第一天是营业部总经理郭顺为大家介绍了公司概况、企业文化，我才知道咱们公司的LOGO是由六颗种子构成，他代表着天风的每一位员工，每一位员工在天风中得以成长！让我对它加深了好感，企业归属感油然而生。

在接下来的工作中，我再次感受到了公司的企业文化深深印在每位员工的心里并融入到实际工作中，让我更加坚定这就是我想要的公司。在一次推广活动中，而且在最炎热的日子，我们的工作热情丝毫不减，我们不放任何一个时间点，所有同事渴了喝点矿泉水，饿了吃点饼干，生怕因为去吃饭错过一个客户。就这样，我们一直持续一整月，收获很大，在八月份里甜菜注册量就达到了1000多户。

但是也有不顺利的时候，在推广过程中，会遇到有些客户对我们公司产生质疑，因为他们说从来没有听说过天风这家公司，不相信也不信任我们。这时，我会毫不犹豫地上前把公司向他介绍一番又一番，并且给他递上一份公司的企业手册，希望客户能够认可公司。客户走后，会有同事跟我说，客户没听过、不认可天风也正常，不用给他说这么多。可是我不认同，我觉得这就像自己家的孩子，别人说不得，



是一样的道理。我身为天风人，耳朵里容不下别人说公司的半点不好。这种情节深深的刻在我心里，每次面对客户的犹豫和质疑，我都会不厌其烦的一遍又一遍的介绍公司，因为我觉得天风是最好的公司。在和朋友聊天时，他们会说我，你就是天风一个小小的普通职员，为什么操着不该操的心，这么当回事。可我完全不认同，我认为，我既是天风人，我就要随时随地维护公司的形象，发扬主人翁精神，因为我认可它！

天风的企业文化融入到我们每个人的心中，在工作中随处可见。令我印象最深的是我部的客户维护工作做的非常细致，所有工作人员都能以最真诚、最热情的状态去对待每一位客户，在同事身上我学到了真诚与勤奋，这不仅体现在牛市中，在熊市中，我们的客户维系工作也丝毫没有减弱，反而要做的更好。对待客户，我们会及时帮他解决每一个提出的问题或疑惑，对待不能及时解答的问题，大家会一同想办法解决，第一时间给客户答疑解惑，这些都得到了客户的一致认可。这一点上，也是让我们在市场中最自信并津津乐道地大声说：我们的服务是最贴心的！

渐渐地，我融入了天风大家庭，并且喜欢上它的氛围，它教会了我工作中的细致与勤奋。记得公司在启动校园招聘之前，每位同事都安排了给学员培训的课，这样每位同事都要自己制作课程并且一遍又一遍的进行试讲。郭总指导我们从制作PPT开始说起，就连PPT中所用字体、图片位置摆放都有讲究，我们最初制作的课件全部都要修改与重做，因为

我们要把最好的一面展现出来。那段时间，大家都是上班时间忙着做自己的工作，下班后趴在电脑前制作与修改自己的PPT，每修改完一次就试讲给领导听一次，直到完美无缺为止，就这样一遍又一遍，每个人都修改制作并试讲了不下于5次。曾有同事开玩笑说，在这里，没有女人、只有女汉子，女人当男人使，男人当牲口使。事实上，每件工作都是大家自身的选择，选择成为一个勤奋的人，选择加入一支勤奋的团队，才造就了今天工作的细致与今日的天风现象。

在这里，有一大批富有梦想和创造力的年轻人，有足够的活力和精力工作；在这里，我得到了很多来自领导和同事们的指导和帮助，也得到了客户对公司的认可和肯定，因为我们所有人的宗旨就是团结一致更好的为客户服务，与客户共生共荣！这就是天风，一个有着勤奋、团结、真诚、坚毅、平等、开放品格的大家庭，这就是我们天风人在工作中的点点滴滴，作为一个天风人，我能在很多小角落里感受到天风精神在发挥作用和影响，我为在这样的公司里感到无比的自豪，也为有着如此优秀的团队感到骄傲。让我们一直在一起，团结一致、不断前行！

这就是天风，一个有着勤奋、团结、真诚、坚毅、平等、开放品格的大家庭

秉天风文化 与天风共成长

文 / 网络金融事业部 黄孝川

在天风将近三年的工作中，我深刻感受到了天风以人为本的企业文化和我们所需要的努力的方向以及目标。前段时间，杭州地区分支机构组织学习天风的企业文化，通过对企业文化的再次学习，更加深刻地认识到公司企业就好比像一艘行驶在大海之中的扁舟，只有大伙齐心协力、群策群力、凝成一股绳、心往一处想、力往一处使，才能稳步快速地达到彼岸。只有公司企业不断茁壮成长并获得辉煌的成绩时，才有自己稳步向前发展的机会和平台。公司是我家，要做到司兴我荣、司衰我耻，要以集体利益为重，要舍小家为大家，要与企业同成长共进步，要与公司企业共命运，共谋更大以及最大的发展，要学之所用，充分发挥自己的专业技能专长。

企业文化是一个包含企业行为准则、企业信念、企业价值观的复合体。企业文化建设是实施企业发展战略和提高企业经营管理水平的有效途径，是激励员工积极性和创造性、增强员工凝聚力的内在动力，是提高企业市场竞争力的重要法宝，是保证企业长盛不衰的核心力量，是塑造企业形象的有效手段。良好的企业文化，既有利于公司的发展，也有利于员工个人的发展，好的企业文化，能最大限度的激发员工的潜能，创造最大的经济效益和社会效益。

因此，作为天风这个大家庭的一员，时刻保持学习和深化企业文化的理解十分必要，并将其融于工作习惯中，持续贯彻下去，才能保证我们的企业文化不断传承，跟随着时代不断进步和升华。

首先，天风的企业核心价值观“与客户共生共荣”是始至终都必须贯彻的，它不仅反映了一个企业立身处事的信念、倾向、主张与态度，而且对企业起着行为取向、评价原则和尺度向导的作用。只有时时刻刻不忘这一核心价值观，才能不断提高服务质量和水平，提升客户满意度，增加顾客群，从而保证企业利益增长，保

持企业不断成长。

其次，作为天风大家庭的一员，天风的行为准则是最值得也是最需要我学习、掌握并遵循的。天风“团结、勤奋、真诚、坚毅、平等、开放”的行为准则是对企业的整体要求，也是对每一个员工的要求，我们是一个团队，是一个有目标的组织，行为准则是这个组织的基本要求，是团队为目标奋斗的行为准则。

余磊董事长曾在会议上说过：“企业应该是这么一个道理，就是有一帮人在一起，大家认同一个观点，在一个相对认可的文化氛围下做事，然后越来越多、越来越好的人加入这个企业，推动这个事情不断往前做。”这解读不娇柔不造作，用最简单的话语道出了最真谛的事实，让我感受到了公司的真诚和平等，更多的是无形中的肃然起敬，让我更加发自内心地愿意为这个团队做贡献。

这次学习天风的企业文化，还邀请了天风合作商日本 Monex 公司的代表讲解了他们的企业文化，这给我又是另一种体会。两家公司有一个共同点是都是“以客户为中心”的思想，但日方企业则更加规则化制度化，员工也会更加恪守他们的准则，特别是当看到他们员工每天的工作行程安排时，如此的有计划以及按计划工作的态度，让我倍感敬佩。设想如果我们也能吸取他们优秀的工作态度，加上我们团队的具有发散性思维的优秀大脑，充分

结合两者的优势，工作定能事半功倍。

通过此次对天风企业文化的再次学习和对 Monex 企业文化的了解，我深刻体会到了企业文化是公司的价值体现和发展趋向，它关于我们每一位员工是否具有，或愿意以此种价值观和行为模式作为自身的工作准则。在今后的工作中，我会用公司的核心价值观来提醒自己、激励自己，把企业价值观融入到工作中，使自己真正成为一名优秀员工。在工作中勤勤恳恳做人、踏踏实实做事，要有积极向上奋发进取的乐观心态。并积极发挥主观能动性，爱岗敬业、团队意识时刻牢记于心。多与同事沟通交流学习，不断地学习新的金融和互联网专业知识。在工作中要多多地问自己做得怎么样，多站在公司和客户的角度考虑问题、行为处事，与公司共同进步！



如何获得客户的信任

文 / 上海马当路营业部 顾华玲



企业文化不但是企业的灵魂还是每一个天风人的文化，是组成团队个体任何一人素质的综合体现，而每个人的素质体现也就是是企业综合素质的外在表现。所以企业文化就和员工的文化素质息息相关，提高员工素质和加强队伍文化建设成为企业文化建设的第一要素。因为对每一位客户来说，他们所了解的和所会直接面对的不是整个公司的企业文化，他们所接触的最直接最常见的方式就是我们营销人员自身，所以我们营销人员自身的各种素质所代表的就是整个企业的文化核心，代表的就是企业的文化形象。

天风的核心价值观是：与客户共存共荣。

客户会信任一家公司，完全取决于客户对于所接触的客户经理的相信和依赖。记得曾经在客户的交流过程中曾听客户说过，有的客户经理和客户直接由一开始的普通的工作关系到成为朋友，再到成为很好的朋友，最后到客户主动要求帮助客户经理去营销一些产品去完成一些业绩。这其中的关系变更是发人深思的，是什么样的力量才迫使客户会如此的信任客户经理，甚至是依赖客户经理呢？

客户告知我，此客户经理一开始的时候在只是工作关系的时候，也只是每天像

大多数的客户经理一样，定期的回访，定期的发送股市报告，定期的发送大盘分析等等。后来，在沟通的过程中，客户经理发现此客户家电脑的系统已经过时，鉴于客户年迈又不会操作这些电子产品，然后此客户经理就自告奋勇的上门帮助客户进行电脑系统的重新安装和调试，并且把客户需要的若干软件全部装备齐全，这点令客户大为感动。大家自此就成为了朋友，接触和交流也就不再是公事化。客户就经常打电话询问客户经理一些电脑和网络还有股票上门的知识，每每如此，此客户经理不论何时何地，都能够很及时很积极的去回应客户，并且不厌其烦的去解决客户提出的所有问题。这点又让客户对此客户经理的友好度大大提升，让客户觉得能碰到这么好的客户经理真的是很难得的一件事情。

再后来，一次意外的时机，此客户经理得知这个客户是个基督教徒，且每个周日都有去教堂做礼拜的习惯，而且，这个客户又已年纪偏大，身边儿女又常年在外国定居，出门行走不是特别方便。自此，这个客户经理每个周日的清晨都会把车停在客户家门口，开车陪同客户一起去教堂做礼拜。对客户来说，让她心里觉得异常窝心，非一般的感动；对这个客户经理来说，他觉得自己陪同客户去做礼拜，无形之中，自己也慢慢的信上基督教，也为自己空虚的生活寻找到了一点点信仰。自此以后，这个客户经理和这个客户的关系也变得更加亲密，好似母子一般。

从此以后，这个客户经理因为客户是孤身一人，也经常关心这个客户的生活起居问题，客户因为子女长期不在身边，也对这个客户经理分外的依赖，还经常询问客户经理的工作情况，在他的工作上给予了很多的支持，不单自己支持，此客户还介绍了身边众多的老姐妹老街坊给这个客户经理认识，令这个客户经理在她的生活圈子里把业务做的风生水起。

这是一个真实的案例，也是我所见过的最令人感动感慨的案例，这个客户经理就是凭借这一份热心肠一份好心肠，就收获了一个老太的信任甚至是依赖，真正做到把客户放在自己心中，把客户放在第一位。这与我们天风的核心价值观“与客户共存共荣”是吻合的，是值得我们所有员工去学习、借鉴和总结的。

微微一笑共成长

文 / 新津营业部 黄瑞

时光荏苒，不知不觉我加入到天风证券这个大家庭已经两年了，回顾这两年，我从一名青涩的大学生毕业成长为一名合格的证券从业人员，这途中有收获的喜悦，也有遇到困难和挫折时的惆怅，总的来说，我收获甚多。在此期间我看到了营业部良好的工作氛围与环境，也感受到营业部领导对工作的认真负责、对员工的无微不至；营业部同事对工作的精益求精，员工之间相处的非常融洽。能来到这里，我非常的高兴，同时也感到非常的荣幸，天风给了我这个平台，这将是未来我继续努力拼搏的舞台。

初来到天风证券，领导和同事就告诉我，年轻人一定要多学、多考、多提升，这样才能奠定你成功路上的基石。进公司之前，我认为只要过了两门考试拿到资格证就可以了，后来才发现证券行业对从业者有更高的要求，同事们无一不是过了三四门或者全部通过的，而且不仅是证券从业证，有些同事还考了期货从业资格证，甚至有些同事还准备考理财分析师和会计从业资格证，看着他们还在不断学习不断提升，作为一个新人，我又有什么理由不与他们一起努力成长呢？这大概也是天风人的“勤奋”的精神吧，在这种精神的感召下，我没有丝毫松懈，而是与大家快乐地携手同行。

我先后学习了柜台业务、IB 期货业务，学习了怎样才能成为一名合格的客户经理。从 2014 年 4 月到 2015 年 6 月我在营业部柜台踏踏实实学习了一年基础业务，熟练掌握了开户及相关业务流程的基本操作，以及客户信息修改的步骤规范，对创业板和融资融券的开通相关业务流程也有所了解。在柜台实习阶段遇到了各类客户，作为营业部的窗口，我们始终坚持微笑服务，用天风的“真诚”的精神去服

年轻人一定要多学、多考、多提升



务客户，让客户在办理业务的过程中舒心顺畅。

在柜台磨砺锻炼后，我以客户经理的身份来到一线工作 -- 建行驻点。刚开始我不理解银行驻点，在银行没有工作的动力，领导得知后并没有批评我，而是认真与我沟通，找到问题并解决问题。领导告诉我银行驻点虽然枯燥、见效慢，但只要持之以恒一定会有业绩体现。就这样，在领导的帮助下和我自己的坚持下，我通过银行驻点的机会，建立了业务纽带，让自己成为银行的一份子，熟悉银行各类业务，积极协助银行办理业务的客户，尽自己的能力给银行员工帮忙，赢得他们的信任。在此基础上，我的业绩也取得了相应的成绩。通过这件事，我更进一步认识到在天风的企业文化中，领导并不是高高在上布置任务的而是与员工“平等”的，在员工有困难时设身处地的帮助员工；银行驻点并不枯燥，只是需要找到有效工作的方法以及对客户无微不至的关心和耐心。

前不久，同事向我讲述了一个关于她与客户之间的事件，让我感触颇深。客户是一位老大爷，由于对电脑不熟悉，这位

同事多次上门为其解决软件问题。同事考虑到老大爷年事已高，不适合把全部资金都投入股市，就建议其把资产合理配置，考虑较低风险的理财产品并提示了风险。老大爷认真考虑后接受了同事的建议，随后购买了 20 万的理财。有一天，同事再次去为这位老大爷解决软件问题，碰巧看见电脑桌面上登录了老大爷的 QQ，他的 QQ 通讯录里只有很少几个人，是老大爷的儿子、媳妇、孙女，唯一非亲人的好友就是我这位同事，这足以见得客户对同事的信任，这不仅让同事很感动，也让听这个事件的我们很感动。天风一直秉承着与客户共存荣的核心价值观，而作为一名客户经理，我们陪伴客户砥砺前行，致力于为客户提供更优质、舒心的服务。

过去的两年，我从柜台实习来到客户经理岗位，无论学习或成长了多少，都不能只停留在过去，过去做的不好的要改进，做的好的要继续发扬，不能被过去的成绩束缚而停止前进的步伐，每天进步一点，不求最好，只求超越自己。

天风在成长，我想与 TA 微微一笑共成长。☺



成长，在尝试中蜕变

文 / 杭州财悦科技有限公司 陈小芳

我是一名刚走出大学校园的毕业生，现在在天风网金的平台推广部，从实习期到试用期，满打满算不过半年。回想一开始实习的面试，选择来到市场部不过是毕业前给自己多几次尝试和挑战，但如今刚毕业的我仍心怀感激，这是我摸索摸索进入社会职场的第一份实习，我初生牛犊的努力得到了前辈们的认可，也被天风大家庭接纳了。

乍一看，天风证券——这个证券公司恐怕对我身边学金融的同学而言未必耳熟能详，于我，则更是一无所知。然而谁又能知道人与人之后的关系会怎样密切，就像我也不知道自己考出的几本证在未来什么时候会派上什么用场一样。当我进入这个工作环境，开始和这个办公室的人沟通来往时，我自然而然开始了解这是怎样的天风文化。

企业有大有小，公司文化有“小家”有“大家”，天风还在成长，如企业文化宣讲会时李总所言，天风业绩傲人，但还未到达最辉煌，但我觉得天风的文化已是“大家”。

“与客户共生共荣”的核心价值观与日本 Monex 公司的想法不谋而合，就像音乐不分国界，被各行各业提炼出来的普世价值观也值得贯彻和推崇。自古中国明君都知晓“水能载舟亦能覆舟”的道理，同样现在的一个企业个体也是依靠着客户、员工、管理层共同协作才能完整。一个敬业的主持人尚且知晓观众是衣食父母，通过在宣讲会上感知到的和这些日子以来在办公时的感受到的，我深刻体会到作为一个为老百姓提供金融服务的单位，客户——是我们立足之根本。我们从 APP 的开发到推广运营，不也应该自觉站在客户、消费者的角度来思考问题？或许这也是天风不断强调的。

我还没有太多的社会经验，只是感觉现在的人们太过追求一种期限，“自私自利”的我们为所有东西加上一个期限，于是我们的身边充斥着各种过期的罐头、过期的合同、过期的感情……人们的视野变得如此狭隘以至于难以看全事物的全貌，错过机遇。“眼界决定世界”——这是我在企业文化宣传册上记得最深的一句

话，年纪尚轻，还一脸无知的我现在还要多听听前辈们教育，但在部门里领导们总是能给我们各种机会展示自己的想法。让我深信做事不可畏缩，目光不可短浅，不拘泥于自己的“小世界”，方有可能成就自己的“大世界”。

企业文化宣讲会让我受益良多，而我必将持续努力！☺

目光不可短浅，不拘泥于自己的“小世界”，方有可能成就自己的“大世界”。

天风责任

TF RESPONSIBILITY



天风证券坚持以“实现国人财富梦想、助推实体经济发展、为社会创造价值”为企业使命，在金融扶贫、绿色金融、社会公益和投资者教育领域响应国家号召，积极履行天风社会责任。



金融
扶贫

为凝聚行业力量、发挥行业优势、助力脱贫攻坚，天风证券发挥综合金融服务优势，成为首批响应证券业协会“开展‘一司一县’结对帮扶行动”号召的证券公司，并与房县开展结对帮扶，融合多种金融工具，实现精准扶贫，持续助力贫困地区的脱贫攻坚工作。



社会
公益

在履行企业社会责任方面公司一直在进行积极实践与探索，在支助助学、环境保护、扶贫济困、赈灾捐赠等多领域开展社会公益项目。目前，由公司及各分公司发起或参与的社会公益活动达50多项，累计投入金额近2000万元。天风证券在关注自身发展的同时，广泛关注社会弱势群体，并通过自身的行动与努力，回馈社会的信任与支持。



绿色
金融

天风证券深入贯彻国家绿色发展理念，将绿色金融纳入公司战略，与中央财经大学共同成立国内首家绿色金融国际研究院，这将强化金融支持经济结构调整和转型升级，全面推动低碳经济、低碳社会的发展，将金融智慧与实体经济相结合，切实履行企业的社会责任，为社会经济发展发挥重要作用。



投资者
教育

天风证券以“与客户共生共荣”为核心价值观，在证监会、证券业协会与交易所的指导安排下，通过多层次、多形式、多渠道的教育工作，向投资者传授投资知识与经验、培养投资技能、倡导理性投资、提示投资风险、告知投资者权利及保护途径，将投资者教育工作落到实处。



金融扶贫

证券行业举办扶贫工作培训班 国务院扶贫办等机构授课

9月21日，为帮助证券公司提高对国家脱贫攻坚战略及《中国证监会关于发挥国家脱贫攻坚战略的意见》的理解认识，交流行业扶贫经验，促进证券公司进一步精准扶贫，开展专业帮扶，中国证券业协会在北京举办了证券行业扶贫工作培训班。国务院扶贫办、证监会扶贫办、证监会机构部、中证协、中证报价等单位有关部门具体负责人进行了授课，就国家、行业扶贫政策进行了深入解读，中国证券业协会副会长王旻出席培训会并作开班致辞。

王旻副会长在致辞中指出，脱贫攻坚是党中央、国务院确定的国家战略，贫困人口问题是我国发展过程中存在的一个重要问题，如果解决不好，会对国家经济、

社会发展带来一系列不利影响；扶贫工作关系到国家的形象和文化凝聚力，是全国人民和各行各业应共同承担的责任，证券公司应深刻理解国家脱贫攻坚战略的重要意义，积极履行脱贫攻坚责任。王旻副会长对证券公司提出几点希望：一是要深入领会党和国家扶贫相关文件、政策的精神，认真学习《中国证监会关于发挥资本市场作用服务国家脱贫攻坚战略的意见》、监管部门有关证券公司扶贫工作的相关监管政策、协会《关于证券行业履行脱贫攻坚社会责任的意见（征求意见稿）》、明晰扶贫工作相关的标准、流程；二是要加强扶贫工作的组织、领导，成立领导组织，明确分工，加强调研，明确考核奖惩机制，做好充分后勤保障；三是要建立联系机制，

及时向协会反馈问题、意见和建议；四是要加强沟通协调，及时交流经验，解决相关问题，提高脱贫攻坚能力。

天风证券总裁张军带领天风证券扶贫工作小组成员参与了此次培训。下一步天风证券将积极按照证监会部署和协会倡议，按照《中国证监会关于发挥资本市场作用服务国家脱贫攻坚战略的意见》、协会《关于证券行业履行脱贫攻坚社会责任的意见》等文件精神，在产业扶贫、公益扶贫、消费扶贫、扶贫智库四个领域开展精准扶贫工作，扎实推进公司扶贫开发相关工作，切实履行脱贫攻坚社会责任。



联系人：品牌管理部 张晓斌 QQ: 271847196 QQ群：天风益起来（320574212）
欢迎同学们踊跃加入，和更多热爱公益的天风人共讨论，共成长。





服务脱贫攻坚大局 践行企业社会责任 天风证券积极响应“一司一县”结对帮扶行动

7月20日，习近平总书记在银川召开东西部扶贫协作座谈会上发出总攻令：“扶贫开发到了攻克最后堡垒的阶段”。8月4日，中国证券业协会（以下简称协会）按照习近平总书记的讲话精神发出倡议：开展“一司一县”结对帮扶行动，每家证券公司至少结对帮扶一个国家级贫困县。

作为资本市场建设和国民经济发展的参与者、推动者、受益者，天风证券股份有限公司（以下简称天风证券或我司）迅速响应，在第一时间成立由公司主要负责人任组长的专项工作小组，走访调研国家级贫困县，即将与国家级贫困县湖北省十堰市房县签署结对帮扶合作协议。目前，我司正积极与当地党政有关部门沟通联络，针对房县经济社会发展特别是自然资源、优势产业和重点项目等情况商榷协议细节，制定具体帮扶方案。天风证券将综合运用多种金融工具，在金融服务、金融研究以及重点民生和扶贫项目建设、现代有机农业和生态旅游开发、实体经济发展等方面开展结对帮扶工作。以期带动当地更多群众精准脱贫、奔向小康。

在中国证监会与协会的指导和帮助下，天风证券始终以“实现国人财富梦想、助推实体经济发展、为社会创造价值”为使命，自觉履行金融企业的经济职能，主动承担社会责任。

长期以来，天风证券积极投身供给侧结构性改革，不断提高金融服务效率，大力推动金融服务与实体经济有效融合。2016年上半年，完成近30家企业IPO或新三板挂牌，服务实体经济对接资本市场，发行35支企业债、公司债，有效助推企业直接融资。今年7月，公司与四川省国资委签署战略合作协议，深度服务四川省属国有企业改革。

专业金融人才入驻企业 天风证券与房县开展结对帮扶

本报讯（记者林建伟、通讯员鞠彬彬、张晓斌）脱贫攻坚已进入到啃硬骨头、攻坚拔寨冲刺阶段，扶贫协作和对口支援是精准扶贫的有力手段。9日，中国证券业协会官网发布公告，天风证券入围首批“一司一县”结对帮扶券商名单，公司与国家级贫困县房县达成结对帮扶意向。

天风证券相关负责人介绍，公司将发挥综合金融服务优势，在金融研究、重点民生和扶贫项目建设、现代有机农业和生态旅游开发、实体经济发展等方面，与房县开展结对帮扶。公司将派驻专业金融人才

阶段性入驻企业，开展一对一帮扶。中国证监会9日发布相关意见，对贫困地区企业首次公开发行股票、新三板挂牌、发行债券、并购重组等开辟绿色通道。天风证券相关负责人表示，将利用政策利好，助力房县当地企业在多层次资本市场挂牌和上市。

同时，天风证券还与高校合作，为房县政府引进大数据服务及技术，建立房县的“智能党建”系统、“双创指数”和“扶贫指数”，协助房县政府推动智能党建及精准扶贫工作。

附：9月13日湖北日报金融版

目前，天风证券积极探索打造“天风公益”品牌，除积极响应中国证券业协会“开展‘一司一县’结对帮扶行动”号召外，天风证券还在贫困助学、扶贫赈灾、产业帮扶等领域积极参与社会公益。今年99公益日期间，天风证券在腾讯公益平台发起为“拯救江豚，留住长江的微笑”和“一亿颗梭梭树”公益项目筹款计划，期间两项目共筹款（含配捐）2610928.98元，分列腾讯公益一起捐团体榜全国3名和第4名，得到社会广泛参与；2016年8月，天风证券与福建省重点老区寿县寿宁县牵手“2016年希望工程——阳光助学行动”，首批捐资10万元设立“天风证券阳光助学金”，用于资助品学兼优的贫困学子顺利完成学业；2016年7月，湖北地区遭

受暴雨影响，多地出现洪涝灾害，天风证券第一时间捐助60万元用于灾区灾后重建工作；2015年底，公司出资1000万元在湖北省重点贫困乡镇徐古镇将军山村开展精准扶贫工作。5·12汶川地震之后，公司还在西南地区设立了200万元的专项基金，用于资助当地因灾因残失学的学生。

天风证券希望通过自身的行动，汇聚天风的力量，助力公益事业，并将继续秉承企业使命，深耕于资本市场与实体经济，以更大力度服务供给侧结构性改革，积极参与脱贫攻坚等国家战略，切实承担金融企业的社会责任，树立证券公司在业内和社会的良好形象，回馈社会的信任与支持。☐



响应国家战略号召履行企业责任 天风证券成立绿色金融事业部

来源于《证券日报》

9月26日，由天风证券和中央财经大学联合主办的绿色金融国际研究院建院仪式暨绿色金融发展高层论坛在北京举行。

近年来，中国绿色金融事业快速发展，并逐渐成为“新常态”下经济社会转型的重要抓手，发展绿色金融已经上升成为我国的国家战略。绿色债券为例，自人民银行、国家发改委和沪深证券交易所的绿色债券指引相继发布以来，国内绿色债券市场得到了迅猛发展。据国际组织CBI的统计显示，中国已成为气候相关债券发行存量最大的国家。

天风证券绿色金融事业部总经理胡晓斌在本次论坛上接受记者采访时表示：

“从现阶段来看，发行绿色债券最大的优势有两方面，第一是开通了绿色通道，审批速度比传统债券要快。第二是对发行绿色债券的企业，在资产负债率和募集资金用途方面做了放宽政策。现在市场上绿色债券还是比较细分的产品，目前已经发行成功的绿色企业债、公司债，相比同类型的传统债券，优势很明显。有人提出说做绿色公司债在认定方面需要一定的费用，但这个费用同发行规模相比，占比是很低的。像市场一般发行公司债、企业债，融资规模是十个亿往上的规模，如果是绿色债券的话，做认定的十几万的费用实际占比很低。从目前来看，基本上绿色债券与传统公司债相比成本低很多。从这个角度来看，融资成本优势是很明显的。”

中国目前发行绿色债券虽然在全球占比比较大，但是总量与国内发行的债券相比还处于刚刚起步阶段。国内目前发行的绿色债券里，占比更多还是金融债，绿色企业债和公司债的比例还很少。对此，胡晓斌认为：“特别是针对中小企业的绿色融资，因为规模的原因，在公开市场发行债券比较困难。国家现在也提出了一些建

议，比如说是不是在地方政府层面一些绿色担保基金，帮助中小企业做一些增信等等。我们希望如果有可能的话，对于绿色债券的入库条件、质押条件相应放宽一些，并适当提高绿色债券的质押率，以此来提高流动性，而流动性的增加会使绿色债券就可以获得一个相对有优势的成本。当然最终合不合适，是不是能够实现，还要综合去考虑。”

而作为资本中介，券商可以引导社会资本进入绿色金融项目。记者了解到，天风证券已经将绿色金融纳入了公司整体战略，并且在券商行业率先成立了绿色金融事业部。

胡晓斌透露，从绿色债券的角度来讲，天风有很多储备项目。目前有多只绿色债券正在推进，并将于近期获批发行。另外公司在绿色金融其他领域也做了大量的储备，天风证券也是比较早期参与PPP项目的金融机构之一。公司现在配合地方政府，

尝试发行一些绿色的产业基金。对地方政府，特别是绿色金融环保方向的基础设施项目，目前手头储备的项目比较多。天风证券希望通过在绿色金融业务领域的实践操作，提升自己的行业地位，实现自身的可持续发展。

值得一提的是，此次由天风证券与中央财经大学合作，捐资建立的绿色金融国际研究院，也是国内首家以推动绿色金融发展为目的的开放型、国际化的研究院，绿色金融国际研究院建成后将致力于打造国内一流、世界领先的具有中国特色的金融智库，充分发挥天风证券的综合金融服务优势和中央财经大学的科研优势，以营造富有绿色金融精神的经济环境和社会氛围为己任，践行绿色金融，推动中国绿色金融事业发展，助力我国经济的转型升级和结构性改革，切实发挥金融支持实体经济发展的作用。☐



图为天风证券股份有限公司绿色金融事业部总经理胡晓斌接受媒体采访



天风证券履行社会公益责任 阳光助学情暖寿宁莘莘学子



寿宁“阳光助学”捐赠仪式

8月30日，各大院校开学前夕，天风证券股份有限公司（以下简称“天风证券”）来到福建省宁德市寿宁县，在当地举行了“阳光助学”捐赠仪式，并向首批40名品学兼优的学生发放了阳光助学金。这是公司深入贯彻落实习近平总书记“扶贫协作和对口支援，推动区域协调发展、协同发展、共同发展的大战略”精准扶贫工作指示与要求的具体行动。团中央宣传部副部长张健为，寿宁县委常委、组织部部长雷春雄，寿宁县人民政府副县长邹渊，

共青团寿宁县委副书记刘文丽，天风证券行政总监李巍以及受助学生代表出席了此次仪式。

据悉，寿宁县开展的“阳光助学行动”通过详细走访、综合考察与反复筛选，最终确定了40名品学兼优的学生接受此次资助。天风证券“阳光助学金”首批资助总额为10万元，资助期限为2年，资助对象为寿宁县内优秀的高中与初中应届毕业生，每年资助40人。此外，对于资助对象中在大学阶段表现优秀的学生，天风

证券将根据其专业所学与实际需要，提供假期实习机会，丰富其工作与社会阅历。

寿宁县委常委、组织部长雷春雄表示，多年以来，“阳光助学”行动受到像天风证券等众多社会机构和个人的关心与踊跃支持，让众多需要帮助的同学们感受到了社会各界对他们的关爱。受到资助的学子应继续保持坚韧不拔、自强不息的精神，不辜负社会各界的关爱，时刻怀有感恩之心，不忘回报社会。也希望以“阳光助学行动”为起点，在精准扶贫、金融服务当



寿宁“阳光助学”捐赠仪式



地社会经济发展方面，与天风证券展开全方位深层次的合作。

天风证券行政总监李巍表示，天风证券始终坚持“实现国人财富梦想、助推实体经济发展、为社会创造价值”的企业使命，推动自身发展的同时也“不忘初心”，始终牢记企业所应承担的社会责任。希望此次“阳光助学”行动受助学生能够在学业上继续努力拼搏，欢迎各位同学在学有所成后有机会可以加入天风证券。另一方面，天风证券也愿意利用自身综合金融服务的优势，为寿宁县的发展提供专业服务，贡献力量。

随后，接受资助的优秀学生代表也表示，感谢多年来资助“阳光助学”行动的企业，自己将用更努力的学习来感恩社会，并将以实际行动将爱心传递下去。

寿宁县地处福建省东北部，是全省重点老区，上世纪三十年代，曾是中共闽

浙边临时省委、中共闽东特委所在地。习近平总书记在福建工作期间，曾披荆斩棘步行两个多小时，深入寿宁县进行调研，指导当地工作。此次阳光助学行动，正是天风证券响应习近平总书记精准扶贫工作最新指示与要求的具体举措。

社会公益

拯救江豚，长江微笑或成绝响

留住长江的微笑，建设江豚守护者平台，拯救江豚。

善款接收：阿拉善 SEE 基金会

项目详情：“留住长江的微笑”项目，长江微笑或成绝唱



江豚头部浑圆，憨态可掬，其特有的唇线给人一种永远在微笑的感觉，被誉为长江“美人鱼”。每一位见过江豚的人，都会深深的迷恋上它的微笑，久久不能忘怀。然而，随着长江生态环境的恶化，也许在不远的将来，我们再也不能亲眼见到这个微笑天使了，只能从影像资料中回味这抹迷人的微笑。

天风证券代表发起“留住长江的微笑”公益筹款

天风证券代表发起“留住长江的微笑”公益项目

9月7日至9月9日，天风证券在腾讯“99公益日”代表发起“留住长江的微笑”公益项目，在7、8、9三日共筹得公众善款近60万元，获得腾讯基金会随机配捐超过30万元，心企业配捐超过25万元。也许是同事们的情感染染了身边的朋友，通过天风发起的“留住长江的微笑”公益项目的参与人数达到996人，总计捐款(含配捐)近120万元。天风证券也因代表发起江豚保护项目，在“团体一起捐”中全国排名第3名，此外，另一项公益筹款“一亿棵梭梭”项目中，天风证券表现不俗，总计捐款(含配捐)近150万元，全国排名第

5名。所捐善款均由阿拉善SEE基金会进行运作分配，持续支持保护江豚的工作。

我们为什么要保护江豚？

江豚作为长江水生生物链顶端的物种，是长江生态环境健康的重要指示，然而近年来，长江江豚自然种群数量下降迅速，它们的灭绝或濒危现状表明长江生态系统已经处在十分危险的境地，可以说保护江豚就是保护长江，保护长江就是保护我们人类自己！

为了拯救长江的微笑，由企业家，在校大学生，还有世代以捕鱼为生的渔民组成的江豚守护者投身一线，日夜巡逻、打击非法活动、学校和社区宣讲……他们正在用自己的行动在拯救江豚，拯救母亲河的未来。

公益善款怎么用？

本次“留住长江的微笑”公益项目筹得的善款将在2016至2017年，用来支持10个左右的江豚保护守望者组织，每个组织依据实际情况给予不同额度资金的支持，帮助他们快速成长，同时发展10个新的江豚保护守望者组织。希望通过搭建江豚守护者合作平台，让所有爱护、保护江豚的守护者得到更多的支持和成长。

天风证券致力于社会公益，不仅仅服务于实体经济，还积极履行社会责任，本次公益活动也希望通过大家不懈的努力留住“江豚的微笑”，留住“长江的微笑”，为保卫自己家园贡献一份正能量！



阿拉善SEE生态协会成立于2004年6月5日，是中国首家以社会责任为己任，以企业家为主体，以保护生态为目标的社会团体。2008年，阿拉善SEE生态协会发起成立阿拉善SEE基金会(注册名：北京市企业家环保基金会)，2014年底升级为公募基金会，业务聚焦荒漠化防治、绿色供应链与污染防治、环保公益行业发展、生态保护与自然教育四个工作领域。发展至今，阿拉善SEE直接或间接支持了400多家中国民间环保NGO的工作，成为中国民间发起本土规模最大、最具影响力的环保公益组织。

天风一家人，共担风和雨

——为天风同事家属筹集治疗费

文 / 编辑部

“我是岑妹妹，我哥哥岑武林因严重烧伤至昏迷不醒，现在黄石医院抢救，每天仅医疗费用就需数万元，这几日，不仅家中积蓄早已花光，连亲友全力筹借的资金也仅能再支撑两天，而后续治疗费用保守估计还需八十万之巨，万般无奈之下，只好向朋友们求助！”这条朋友圈不仅引发了天风同事极大的关注，同时也引发了一场公益众筹。

“我是岑妹妹，我哥哥岑武林因严重烧伤至昏迷不醒，现在黄石医院抢救，每天仅医疗费用就需数万元，这几日，不仅家中积蓄早已花光，连亲友全力筹借的资金也仅能再支撑两天，而后续治疗费用保守估计还需八十万之巨，万般无奈之下，只好向朋友们求助！”

这条朋友圈不仅引发了天风同事极大的关注，同时也引发了一场公益众筹。

岑妹妹是天风网络金融事业部的一名员工，而他的哥哥靠开货车帮人运砖石为生。家中父亲前几年胃癌去世，母亲长期胃病，一周前刚出院，岑武林膝下两子，小孩不到6岁，小孩刚4岁，是家中的顶梁柱。

8月14日，她的哥哥岑武林突发意外被严重烧伤，烧伤面积达80%以上，每日的医疗费用数以万计。目前全家人都在全力筹钱抢救，县民政部门也给予了人道主义救助，但是在这个巨额的医疗费面前仍是捉襟见肘。面对至亲突如其来的横祸，岑妹妹深陷愁苦，好在网络金融部的同事们纷纷伸出援助之手，网金部的负责人张弦代表同事们还专程去黄石看望岑妹妹的哥哥岑武林。

8月25日，这条“求助朋友圈”被天风学长看到，便火速联系长江众筹，为岑武林发起公益众筹。随着朋友圈的转发，更多的同事知道了岑妹妹和她受伤的哥哥，一夜间就筹集善款10万余元，同事们的情感和爱心让岑妹妹深为感动。“公司领导和同事们捐助很大程度缓解了我哥的应急治疗费用，哥哥入院，在我感到最力不从心无力承担时大家给了我很大的关心和支持！”截至

9月1日，岑妹妹收到来自长江众筹和天风同事们的爱心捐助合计超过25万元，长江众筹还提前将所筹善款转交给岑妹妹，希望可以尽早帮助岑妹妹的哥哥渡过难关。

经半个多月的治疗，“现在哥哥病情基本平稳，我也就放心了，”岑妹妹说。“目前，哥哥的医药费仍有一些缺口，但是医院表示不会因欠费而中断治疗”。天风大家庭的公益活动让岑妹妹一家倍受感动，为此岑妹妹还特别写了一封感谢信，感谢天风和同事们雪中送炭传递人间正能量，而天风大家庭也将持续加温加热，为更多员工和需要帮助的人带去温暖和正能量。



感谢信

尊敬的各位领导、同事们：

大家好！万分感谢大家的无私帮助、谢谢大家的爱心捐款！

我是岑妹妹，是网络金融事业部的一名普通员工，来到公司有3年多了，在天风的这段时间里，我感受到了天风这个大家庭的温暖。

8月14日，我哥哥因意外不幸烧伤，当晚被送至黄石第五医院抢救。由于烧伤面积过大，伤情严重，第二天转至重症监护室。住院不到两周，已花光家中所有积蓄和亲友的捐助。而医生保守估计治疗费得80万以上。

家里父亲前几年因胃癌去世，母亲身体一直不好。哥哥本是家里的顶梁柱，然而他重伤入院，家里顶梁柱的重责就落在了我身上。正当我感到力不从心、无法挑起重担时，公司领导得知了此事，立即组织员工为我捐款，在各位领导及同事们的支持下，收到捐款88201元。同时由公司发起，通过长江众筹平台向社会爱心人士和公司员工发起了网络众筹，目前平台上已有近15万元的捐助。这对于我们家庭来说无疑是雪中送炭。

亲人陡遇大病无疑是不幸的，幸运的是有各位最诚挚的爱心与我同行。俗话说“滴水之恩，当以涌泉相报”，我暗暗给自己下定决心，我一定要好好把握每次机会，用努力工作来回报公司，回报每一位关心我、支持我的领导、同事们、朋友们，用积极的人生态度回报社会。同时请大家监督此捐款费用的支出，我保证绝不乱花此费用。

再一次感谢大家在我最困难的时候伸出援助之手，感谢大家对我和家人的关心与帮助！

岑妹妹

2016年8月31日

扶贫 手拉手 大爱心 连心

履行社会责任 践行精准扶贫
积极响应证券业协会“一司一县”号召 首批结对国家级贫困县

400-800-5000
WWW.TFZO.COM

火眼金睛 看清10种异常交易行为

散户们最近过得很累，莫过于异常交易行为的神奇套招，一不小心就跌了钱，亏了本，甚至长期套牢被套牢。快来看看，看看哪些异常交易行为，你中招了！

中国证监会、沪深交易所、投资者教育基地加大对异常交易行为的监管力度，并制定异常交易认定标准，严厉打击异常交易行为。投资者应自觉遵守法律法规，理性投资，切勿盲目跟风，切勿参与异常交易。上交所、深交所、证监会、投资者教育基地、投资者教育基地等网站提供相关法律法规及监管措施。

1 开盘集合竞价虚假申报

虚假申报不以成交为目的申报，主要包括大额频繁申报并撤销申报的行为，以及在成交可能性很小的情况下，连续大额申报的行为。

09:15-09:20 60元买入15万股
09:19 赶紧撤单

开盘集合竞价虚假申报，即在集合竞价阶段9:15-9:20，利用大额申报并撤销申报制造虚假申报，影响开盘集合竞价，为后续操纵股价及连续竞价阶段买入股票提供便利。

“喂！(打O)电话，开盘价格被拉高了，散户们都卖出股票了，我可以加仓了！”

6 日内(隔日)反向交易、高买低卖交易

在当天买入后卖出部分筹码，利用“高买低卖”在市场中赚取“短线差价”，导致股票价格波动。

小李子：我0:40能以17.12买入的52万股，你给我卖掉了吗？
报告老板：共10:00卖出15.99卖出了50万股，就等您儿上钩了。

7 债券对倒

故意指定账户进行债券对倒，导致债券价格虚高虚低，有利可图之嫌。

兄弟，这债券平均卖价低十手。
赚了分价点以后常合作。

2 盘中拉抬或打压证券价格 (大额申报影响证券交易价格)

盘中大额申报拉抬或打压证券价格，造成交易时段内价格异常波动。

3 频繁申报、频繁撤销 (包括以股票涨停价申报、频繁撤销申报)

频繁申报并频繁撤销申报，申报数占证券申报比例高，影响或扰乱市场交易秩序。

10:16:01	7.44元	15股	委托买入
10:00:01	7.44元	15股	撤单
11:10:00	7.60元	11股	委托买入
10:30:01	7.60元	11股	撤单
13:50:00	7.82元	20股	委托买入
14:45:21	7.82元	20股	撤单

8 买入风险警示股超50万股 (一码通账号合计)

根据《上海证券交易所风险警示股票交易管理办法》，一码通账户下单日购买风险警示股不得超过50万股，不同账户也是合并计算的。

ST 股票代码 < 50 万股
ST 警示的都属于风险警示股

STXX股票
A账户买20万股
B账户买35万股

9 大宗交易价格偏离度高

大宗交易价格偏离市场行市，有利可图之嫌。

当日二级市场收盘均价15%
前一交易日收盘均价9%
大宗交易成交200万股

4 大单封涨停 (又称涨停板价格大额申报)

涨停价的大额申报，且申报量或成交量占收盘涨停价申报的比例高，影响一只股票涨停，影响引起市场跟风或恐慌心理。

大家快看，这只股票又涨停了！
涨停价涨停，咱们买入90万。

5 自买自卖、对倒或对敲影响成交量

高频交易或程序交易，委托买入(买)单，尚未完全成交的情况下，融券反向的卖(卖)单委托成交发生自买自卖。

10:30:01 99.998元委托 买入350.56万份
10:30:02 99.996元委托 卖出345.21万份

又不小心自己成交了45万份哈……

10 影响交易所交易基金价格

通过高买低卖、自买自卖等交易行为，导致基金交易价格大幅偏离基金净值等。

中小投资者要合法理性参与证券交易，理性投资，切勿盲目跟风，保护自身合法权益。

注意：相关案例仅供参考，切勿盲目跟风，理性投资，切勿盲目跟风，保护自身合法权益。

警示：请投资者在参与证券交易前，应充分了解相关风险，理性投资，切勿盲目跟风，保护自身合法权益。

风险提示：以上内容仅供参考，不作为投资建议。股市有风险，投资需谨慎。

我的外婆

文 / 董事长 余磊

我从小与母亲关系就很好，长大后也未有过大的冲突，但惟独一件事让我耿耿于怀，不愿提起，那就是老太太（外婆）走的时候她没有叫我回去见最后一面。那时候，我在湖北一个偏远的乡村里做一个中学老师，从山里赶到老家约摸要两天的时间。老太太走的急，母亲又担心山高路远我路上心急出状况，因此就狠下心没有打电话给我。或许这是一个母亲可以理解的自私，但于我而言，未能见上外婆最后一面，送最后一程，绝对无法释怀。

记忆很清晰，得知那个消息是一个初冬的下午，我像往常一样往家里打电话，电话里传来是搬运家具的声音，而母亲的声音掠过一丝异象，未及多想，脱口而出就是：“外婆身体怎样？”接下来不用多说，我便知道了一切。老太太已近八十多了，我心理上早有准备，但当这个事实真正推至面前的时候，你才发现一切准备多余得可笑。那年我22岁，生命还来不及有真正悲伤的体验，那一天我明白了，真正的悲伤是无法表达的，不是疼痛，不是狂躁，更不是流泪，而是麻木，瞬间的麻木，好比数九寒天一下子把你丢进冰水中，从正常温度霎那到零度，速度快得连反应的时间都没有。那天我慢慢挪回宿舍，一直坐在房间对着对面的土墙，晚上墙上抹上了一层浅浅的月光，淡得如果不是半墙阴影的衬托就看不出来，却映照得房屋清冷荒寒，凄厉得慌，这一切在我面前暗淡虚幻，而又遥远。

我自小是外婆带大的，因为父母是双职工，五岁前几乎都与她生活在一起。时光流逝得快，磨灭了许多东西。在我的印象中，外婆的房子在河边上，那时候的河水清澈得可以看见深处游动的鱼。小时候每天早上，她会出门上街，回来便会带回我的早饭，一碗豆腐脑和一根油条。我至今记得她挎着篮子微微摇晃着走路的样子，而我坐在院子门口等她回来。后来大一些暑假的时候常去

钓鱼，那是一个极其简单的活动。你可以从头到尾看到鱼咬饵上钩的全过程。但许多年后，再回到老地方，乳白色河水散发着刺鼻的味道，完全颠覆了记忆。记得有人说过，每个人的家乡都在沦陷，或许说的就是如此。

外婆的女红功夫极佳，这与她出生在大家庭有关。许多年后我才知道，一直挂着她老屋堂前的那副刺绣和对联，是她出嫁时自己绣的，那副荷花活灵活现，我想专业水准亦不过如此。我小时候身上上下下都是她亲手做的。那时电力供应尚不普及，小镇上照明主要还是煤油灯，我有时半夜醒来，会看见煤油灯跳动的黄色火焰，黄色的火焰一圈一圈散开去，她在灯光下缝缝补补。外婆最后一次给我做衣服是高三的时候，那时冬天还有穿线裤的习惯，老太太用了半年的时间，织了一条线裤，让我试下，我穿上略显笨重，按她的习惯一定要改掉重来。但那次她叹了口气，笑着说：将就着吧，我以后也织不动了，你以后也不会穿了。

我对她的认识有个过程，随着年龄的增长越来越清晰，清晰过后便是发自内心的敬重。外婆生长在江南小镇的一个大家庭，但她从来没有谈过过去的状况，惟独一次我问她，她只说了一句：当年河对岸上的铺子大半是家里的。这种家庭四九年之后的境遇可想而知，财产自是灰飞烟灭，更让人难以忍受的是历次政治运动的摧残与折磨。外婆出嫁得早，对她冲击尚小，至于其他家庭成员那就不忍提起，无非是精神折磨再加肉体消灭，那也是那个年代江南乡绅的普遍命运。但是无论家道如何中落，成长的岁月给她留下了深深的痕迹。外婆是那个年代少有的识文断字的女性，女红技术精湛，哪怕再贫困，出门一定收拾得干干净净，一丝不苟。我印象最深的是，到了晚年与我父母住在一起，她的房间每天早上起来必拾掇一遍，永远都是清清爽爽。老太太在骨子里极其尊重知识，尊重读书人。在那个年代，外公早逝，她三



女一子，我的舅舅60年代毕业于西安交大。我的两个阿姨都是中专毕业，轮到我母亲，文革已经开始，于是不了了之，否则哪怕再困难外婆也会要求她继续读下去。我母亲告诉我，我的大舅上高中时，外公身体已经不好，当时长辈要求外婆送舅舅到铺子学徒打工以补贴家用。外婆坚决不允，平素知书达礼温文礼貌的她展现了极刚烈的一面，与公公大吵一架后，把自己陪嫁的细软全部当掉，一面供外公治病，一面供大舅读书。到了晚年，我们聊起来，外婆始终对我的二姨深怀歉疚。二姨学习极佳，甚至比大舅更优秀，但那时的经济状况，支持大舅一人上高中已属不易，要供两个人生活便无法维系，外婆只能忍痛劝说二姨初中毕业便去了苏州蚕桑专科学校。二姨老是和她开玩笑说外婆

重男轻女，老太太从来不恼，每次只是说：没有办法，没有办法……现在回想起来，这又何尝不是她心头的痛憾。舅舅上大学后，外公病逝，家中再无经济来源，外婆独自一人赴上海打工做保姆，留下二姨和我母亲互相照顾，一做就是四年，直到大舅毕业参加工作。至今我都难以想象，一个年轻时养尊处优的大小姐，一个自尊心极强的人，是如何为现实所逼迫，去做低声下气伺候人的活计。但外婆心态极好，晚年谈起这些事，依然记得当年那家人对她的益处，还讲若不是去上海打工，说不定你母亲就饿死了，哪还有你。语气平淡，听不出一丝的委屈，但有回舅舅告诉我，老太太当年在上海一户干部家里做保姆，没有少受冤枉气。

说到重男轻女，外婆从那个年代过来，

多少有一点。我小时候和我的表姐一起在外婆家长大，她对我和表姐的要求全然不同。对表姐在性格习惯上较少要求，对我则是经常教训。有一回在外面打架吃了大亏，回来哭诉，老太太不是拉着我去评理，而是说：先别哭，男孩子哪有这样没出息的。读高中时，有回在校外抽烟喝酒被班主任活捉，直接拉回家中，父亲暴怒，准备胖揍一顿，老太太却把我拉到一边，对我父亲说：他长大了，男人抽点烟喝点酒不是大错。又转过头对我讲：早点把书读完，要这些东西自己去挣。

2000年的夏天，我从家中出发去湖北秭归县同坪乡当一年的老师，然后回武大读研。那天中午离开家，坐汽车到南京上火车。每次我走老太太一般只送到门口，那天仿佛有什么预感，一路送我到巷口，始终不肯回

去。她那时腿脚已不方便，我不停跟她讲，不用送，我过年就回来陪你。她坚持不允，一直看着我上车，我从车窗里伸出手去跟她道别，她穿着那件青色的外套，银白的头发在阳光下极耀眼，一直站在巷口挥手。这一幕，十年来一直定格在我心里，如同烙上，无法抹去。

老太太走后，我梦见过她许多次，两次印象比较深：一次应是她走后一两天，我尚无讯息，晚上山里暴雨，雷声很大，几次将我惊醒，我迷迷糊糊看见她站在门口要与我讲话，我上前不得又讲不出来，于是醒来。我素向以为命硬，从不信怪力乱神，亦不求神拜佛，经过这一次，我才相信至深至爱之人定有心电感应。还有一次，2001年国际大专辩论赛前夜，我一人住在酒店，大赛将至，心绪不宁。迷迷糊糊当中看见她在流泪，我上前去，贴着她的脸，只感觉她的脸冰凉，眼泪滴到我的脸上也是冰凉，霎那间惊惶惊醒。我想，那可能是她怪我没有最后去看她。

外婆走后十多年，我只去过她坟上一次，原因无他，不愿面对而已。我总是去假设她还在，只是我已走远工作生活，好比多年老友，长久不见，见来亦如往昔，不见不面对，亦还在。还有一个原因，她晚年怕冷，我去过一次那个冰凉的水泥地，我觉得她在里面太冷，我不愿再去。

她走后，我从一个学生出道，独自在这个纷繁芜杂的江湖上漂泊奋斗，从无外力可恃，困难之时，常感绕树三匝，无枝可依。每次重大抉择，如同摇骰子，输了，便没有下一把。时间愈久，责任愈大，人亦愈是厌倦疲累，每每不愿面对。有时在奔波劳碌、航筹交错中依稀看见老太太的模样，她的话在我耳边飘浮起：男孩子，哪有这么没出息；要这些，自己挣。我知道，她不愿我做放弃的人，我应该有责任心有担当，哪怕是为了她的期望。人生无论长短，灿烂与否，最终的归宿都是一样，那个冰冷的地方谁也不愿去，但谁也无法抗拒。我只能相信还有一个美好的世界，我还会看到我的外婆，她还会给我带早饭、做衣服，而我有更多的时间来陪她，我会告诉她：我已经努力做一个有出息的男人。④

小橙子们的乘风破浪之旅

——天风证券 2016 年新员工培训

文 / 人力资源部 陈珊珊



为了帮助新入职的小伙伴们更好地熟悉企业文化，融入公司生活，2016年8月18日，天风证券2016年新员工培训正式拉开帷幕。

本次培训有来自各部门、分支机构的158名小伙伴参加。公司总裁、合规总监、人力资源总监、行政总监等多位学长倾情授课。培训内容依次以“我们的文化”、“通用技能”、“我们的行业”、“风险合规管理”为主题，设置了丰富的课程和多样的课余活动。不仅为小伙伴们即将开始的天风“新”生活奠定了基础，也为他们在融入公司的过程中注入了动力和信心。

在之前新员工培训的基础上，本次培

训的形式和内容都有了很大改变和创新，主要表现在：

一、课程设置

在课程方面，本次培训第一天就进行了公司发展战略及企业文化导入。随后，从通用技能与行业知识两方面展开，帮助新生们了解专业知识的同时，顺利完成新人到职场人士的转变。

在行业知识部分，金融市场、财富管理市场和 FICC 业务现状的相关课程，让小伙伴们对行业市场现状和未来发展方向有了更深刻的了解。在通用技能部分，项目与时间管理、OFFICE 技巧、商务礼仪等课程，帮助学员更快的了解职场，适应职场，掌握

职场必备技能，从容的面对职场挑战。除此之外，课堂上的亲密互动针对性地帮助学员答疑解惑，更有年轻有为的天风学长与新伙伴们分享自己刚刚走过的职场生涯，交流心得与技巧，启发大家如何顺利做好角色的转变，实现自身的发展。



杯子歌

手绘天风

二、户外拓展

今年的户外拓展分成两场活动进行：“百人杯子歌”大挑战和“手绘天风”航拍活动。

在“百人杯子歌”大挑战中，158个小橙子在拓展教练的指导下，循序渐进，一步一个脚印学习“杯子歌”。从最初的两人对练，到接下来的小组合练，直至最终的全场百人大合演。在这个学习的过程中，从开始的不知所措、状况百出，到后来的不断练习、反复协商，小橙子们找准了节奏，最终不负众望，在整齐划一的口号中完成了“百人杯子歌”的大挑战。

在“手绘天风”航拍活动中，按照分组，小橙子们各自领取了巨画的一部分，自己动手调颜料、上底色。每组完成各自部分之后到指定地点，将巨画完整拼接到一起，158个小橙子环绕在巨画四周进行航拍展示，恰似盛放的花朵周边舞动的花瓣。

在户外拓展的活动中，小橙子们虽然面临着智力与体力的双重挑战，但他们仍克服重重困难，相互配合、渐入佳境。在“百人杯子歌”大挑战中配合默契，步调一致，现场满是欢声笑语；在“手绘天风”航拍活动中，大胆挥毫，细心描绘，画出了对天风



航拍效果图

最美的祝愿。通过这次拓展活动，小橙子们彼此之间变得更加熟悉、默契，对天风文化也有了更加深刻的理解。

三、两次主题夜

今年的培训除了常规内容还增加了主题夜的环节。

1、“蛋糕之夜”主题夜现场，小橙子们以小组为单位，亲手制作三个蛋糕，为培训期间过生日的小伙伴庆生。最后还由寿星采取插蜡烛的方式，选出全场最佳创意蛋糕。小橙子们在紧张的脑力学习之余，获得了一个动手实践的机会，也度过了一个甜蜜而温馨的夜晚。

2、“水果之夜”主题夜现场，通过“大象鼻转圈与甜蜜互喂”、“你是我的眼”和“西瓜速食”三个环节串联起来一场水果游戏接力赛，小橙人在游戏娱乐的同时，也尽情享受了一顿水果盛宴。



小组蛋糕展示

水果游戏接力



四、各项PK赛

本次培训为了充分激发小伙伴们的潜能，将小伙伴们分成16个团队进行互动PK。通过以下活动：“早、午、晚会”才艺比拼、“我看天风”脱口秀、“新员工部门PPT介绍”、“开班拓展”、“猜猜他是谁”、“认人比赛”、“新员工晚会”等增强团队凝聚力，提升个人归属感。

在早、午、晚会环节中，小橙子们尽展学识与才艺。他们独立编排、自信展示，表现力与组织力得到了充分的锻炼。在脱口秀比赛中，学员们学会克服胆怯，分享了别样的“我与天风”的小插曲。在部门介绍PPT展示中，各部门伙伴在竞争中依然相互学习。在开班拓展活动中，通过各种团队活动，小橙子们的团队荣誉感得以加强。他们在“结绳比赛”中齐心协力，严谨细致；在“极速60秒”活动中，合理分工、争分夺秒、屡创佳绩；在“猜猜他是谁”的活动中，吃着披萨炸鸡，细数优秀学长的点点滴滴；在“认人比赛”活动中，时而念念有词，时而冥思苦想，努力记下每一名伙伴的姓名；在2016橙色星系新员工活力派对，鲜橙们真的卸下包袱，释放天性，炸开乐！大家摩拳擦掌、各显才艺。唱歌跳舞不在话下，相声、小品更是精彩。走在时代前沿的天风学长，也为无法前往的各位同学准备了直播通道，小鲜橙们的“橙”荒之力，当然不会让你们错过！

小伙伴们在娱乐活动中充分感受到了天风企业文化。不论所有的展示是否完美，小橙子们都在活动中边经历边体会，挑战与乐趣并存。



这八天中，小橙子们在红旗榜上你争我夺；开班拓展中，齐心协力、一同奋斗；户外拓展中，配合默契、执行力强；通关任务中，通宵夜战、尽善尽美。这是一段值得回忆的疯狂岁月，一段充满笑与泪的珍贵记忆，一场高手云集的精神盛宴，一段刻骨铭心的兄弟情谊。尽管培训结束后，小橙子们要奔赴各自的岗位，但158个兄弟姐妹无论在哪都是一家人，我们是天风证券2016年新鲜的小橙子。

培训评优结果

优秀团队——第十三组（岳伟-机构业务总部、肖苏-中小企业服务中心、陶敏-人力资源部、魏豪杰-资金计划部、柳晨-贝壳数据、盛于蓝-投资银行总部、余新露-滨河路营业部、邱天-上海证券资产管理分公司、杨恋令-固定收益总部）；

优秀学员——（邱华-上海证券自营分公司、许向真-研究所、李思慧-营销管理部、黄佳艺-风险管理部、陈思思-上海证券自营分公司、王子舟-财富管理总部、杨露-风险管理部、龙鸣-天津分公司、焦飞-债券业务总部、谢媛-中小企业服务中心、徐娟-资产托管部、万仁磊-债券业务总部、刘碧-产品管理部、罗源华-资金计划部、马琨-固定收益部、魏豪杰-资金计划部、邱天-上海证券资产管理分公司、邓凯迪-并购融资总部、杨恩立-机构业务总部、储晓腾-并购融资总部）。

优秀班干——（余新露-滨河路营业部、周武星-上海证券资产管理分公司、孟璐-财务核算部、孙杰-合规法律部）



优秀团队



优秀学员



优秀班干



夏日活趣 奥运激情

——资阳广场营业部股民趣味运动会

文 / 资阳营业部 秦露涂

炎炎夏日，在股民朋友们的支持下，我们在乐至天池府邸开展了一场以奥运为主题的股民趣味运动会。在奥运界有句话是这样说的：每一个人都应享有从事体育运动的可能性，而不受任何形式的歧视，并体现相互理解、友谊、团结和公平竞争的奥林匹克精神。公正、公平、一视同仁... 依据这几项原则，我们制定具体活动细则，对到场客户进行组队分配。比赛有时并不是为了单纯取胜，游戏的过程、游戏所带来的成就感也让人乐在其中。

8月6日上午，早在8点半开始就已有热情高昂的客户到场，座椅安排、物资准备、展架摆放，一切都在井然有序中进行。随着太阳的冉冉升起，一声哨响，红、橙、黄、蓝、白五队整齐站列，在各队队长的指挥安排下开始第一场游戏—接力赛。从大象转圈投篮开始，队员连续接力乒乓出发，至指定地点踢毽子，夹弹珠，然后双人跳绳，小腿运球到终点，体育的竞技精神、小游戏的笑料一一在其中得到体现。其中也不乏通过游戏规则上漏洞找小技巧通过设定项目的，团队合作充分表现了出来。

沙包游戏是第二个进行的游戏，80、90，甚至70年代的人应该都很熟悉，大家的童年都是在沙包中度过的，可能是共鸣，可能是一种特殊的怀旧情感，客户对沙包游戏的投入度可以说是三场游戏中最大的。烈日下，游戏的激情还在延续。圈内的队伍灵活应对，圈外的队伍快速突击，其他未参加的队伍也在一旁助威... 年轻的

客户积极参与，年龄稍大的客户，协助捡取沙包，一切都顺利开展着。

随时间推移，原本四场游戏，两项替补的计划做出了变更，虽有遗憾，但也算做圆满。最后一项踩气球，11点00场上准时响起了哨声，五队都为自己队伍做出最后拼搏。因为是竞技性游戏会决出胜负，但在游戏过程中我们的一张张笑脸，也正印证了前言所提到的，游戏的意义并不仅仅在于输赢，游戏的过程、游戏中的协作才是其中最宝贵的珍宝。此次活动给予客户一个放松身心、解放自我的机会。

本届股民趣味运动会的顺利开展和进行离不开在场各位工作人员的努力，更离不开客户的配合，天风是一个大家庭，始终为客户的利益思前顾后。这次活动也一样，不仅应和了客户娱乐需求，而且还拉近了客户与我们的关系，天风也在客户心中建立了亲切友好的形象。☺





品牌课堂： 舆情危机公关和新闻通稿写作

天风一路走来，我们一直坚持响应监管机构的号召，顺应市场规律，秉持对风险谨慎的态度。如何更好的树立一个专业化、务实、高效、合规的良好形象呢？

对外而言，品牌是受众在心目中所形成的自发认知，是对产品、服务、形象、联想等元素的无形总称。是受众如何理解及感受天风证券和我们的产品与服务。

对内而言，品牌是我们的理想、信念、价值、文化的载体，是所有天风人思想行为的合集。

所以，我们每个人都代表着天风的品牌，每个天风人都是天风品牌的建设者，也是天风品牌的践行者，本期编辑部邀请品牌管理部的同学们来给大家讲容易忽视而导致舆情危机与如何搞定一篇靠谱的新闻稿。

「第一讲」 90%的企业员工都容易忽视的导致舆情危机的三种情景

情景一：在媒体、微信公众号、微博、朋友圈等平台看到公司相关的报道

90% 员工的不恰当做法：自己认为是正面报道，甚至自己没有认真阅读内容，第一时间分享到自己的朋友圈或者微博；自己认为是负面报道，在自己的朋友圈转发并发表自己的评论和看法，誓要与公司荣辱与共！风雨再大，我们每个人的安全都不能落下，一个都不能少！

公司建议的做法是：

1、碰到正面报道：如果是天风官方平台发布或转发的，欢迎转发！如果天风官方渠道没有公开发布的消息，不能擅自转发！可以联系品牌管理部进行求证，是否可以转发。（原因：你认为是正面报道，并不一定就是真正的正面报道，它可能是敏感信息、未正式披露信息或不合规信息，并不适合传播！）

2、碰到负面报道：要立即通知品牌管理部，并做到“三不”，即：

- 1) “不转发”——不能转发到任何自媒体平台，哪怕是为了辟谣；
- 2) “不评论”——不能在社交媒体发表自己的评论或留言；
- 3) “不扩散”——不能转发到内部群里，因为会增加负面的点击，增加百度抓取率。

情景二：遇到媒体采访

90% 员工的不恰当做法：如果是突然接到媒体电话，根据自己对公司的了解，回答自己能够回答得上的问题，回答不上来的再让领导上；如果碰到媒体上门拍摄，在不了解情况的前提下，先拒绝媒体的一切拍摄和采访，问啥都说“无可奉告”。

公司建议的做法是：

1、媒体电话采访：应该首先确认记者的身份，然后询问清楚如下内容，随即通知公司品牌管理部寻求建议。询问内容包括：

- 1) 记者关注的是什么话题？
- 2) 记者突然的采访，他的消息来自于哪里？

3) 记者之前有没有和公司其他人谈过这个话题？这个人是谁并说了什么？

4) 这次采访的报道会在什么时候发布？

2、媒体上门拍摄采访：应保持礼貌和微笑，首先确认记者身份，确定是媒体后，先把记者带到公司的会议室稍作休息，随后通知品牌管理部相关负责人出面对接。

3、也有可能碰到乔装上门采访或暗访的媒体：这需要员工平时对陌生人保持一定的敏感性，如果陌生人不断提问，不能贸然回答，要注意核实对方身份，并及时通知品牌管理部。

总之，作为企业的一员，当碰到记者采访时，首先要明确的一点：正常情况下，面对任何媒体的提问，企业员工没有义务必须作出回答。

但面对记者，切勿失态，不回答未被问及的问题及透露其他内容；不要攻击记者，不说“无可奉告”等强势话语，牢牢记住下面这句话：

很抱歉，我来谈这个问题可能不合适，请您留下联系方式，我会转告相关同事和您沟通！（第一时间通知品牌管理部）

情景三：当公司有重大人事变动或部门、业务变动传闻……

90% 员工的不恰当做法：在公司还没有做出正式的官方声明或公告前，和同事讨论公司内部的重大人事变动、部门业务变动传闻，或者私下把信息告诉自己的各路朋友，甚至在微信朋友圈发布相关信息。

公司建议的做法是：

关于未公开的公司相关信息，不要在公司内外谈论，相关传闻信息以公司官方平台公布为准。

天风的品牌声誉由你我共同维护和塑造，同心协力营造良好的舆论氛围，保持与媒体朋友之间的良性沟通。我为天风，天风为我！



注：天风证券官方平台——
天风证券官方网站：<http://www.tfzq.com/>
天风证券官方微博：<http://weibo.com/tfzq>
天风证券微信订阅号：天风侃财
天风证券微信服务号：天风证券
天风证券微信企业号：天风小助手
品牌管理部媒体工作联系人——
总经理助理 鞠彬彬 18971661108
媒介公关 郎晓俊 18627197983
舆情管理 张晓斌 15927057130

「第二讲」 如何搞定一篇靠谱的新闻稿

一场精彩活动结束后，往往需要通过一篇新闻稿，报道传播给更多的人……

然而许多天风的同学并没有写作的经验，即使全程参与了活动，也难怪写出一篇优秀的新闻稿，还总要被同学们吐槽：

内容不分层次！问题没有侧重！满篇的感叹词！能不能走点心？

想想真是令人尴尬了！

那么问题来了，新闻稿怎么写，才能叙述清晰、文采飞扬呢？

废话不多说，上干货：

一、判断新闻价值：

首先，一个发生你身边的新闻是否值得被报道传播，要从新闻价值的角度来判断：

1. 时效性（新闻事件是新近发生的吗？）
2. 重要性（是否意义重大或与天风密切相关）

二、采集新闻素材：

接下来，要写好一篇新闻稿，需要采集充分的新闻素材：

话说“巧妇难为无米之炊”，新闻素材包括事件经过的记录、嘉宾大咖的讲话录音、活动现场的照片、视频记录等等

三、洞察新闻事件：

走心的新闻稿背后，一定有个牛闪闪的洞察~

洞察到底是个什么东东呢？所谓洞察是指：能够发现新闻事件的内在和意义。

对于新闻稿来说，最基本的洞察就是5W和1H，分别是指谁（Who）、何时（When）、何地（Where）、何事（What）、为何（Why）、方法（How）。能够清晰地get到这五个w和1个H，那么一篇新闻稿轮廓就出来啦。

四、准备新闻框架：

接下来，还需要一个完整的结构，使全文叙述清晰，文字流畅，做到“麻雀虽小，五脏俱全”，一般新闻稿都由以下五部分组成：

1. 标题：亮眼夺目，对新闻内容加以概括或评价的简短文字；
2. 导语：简述事件的时间、地点、人物、概要以及事件的意义；
3. 正文：详细介绍事件的起因、经过和结果；
4. 背景或佐证：引用第三方观点、佐证资料、事件背景或天风学长及嘉宾大咖的观点；
5. 结尾：总结及展望。

五、撰写新闻稿件：

光说不练假把式，万事开头难，我们就以开头为例，看看导语怎么写：

日前，成都高新区与电子科技大学共建国家自主创新示范区暨“一校一带”计划正式启动，该计划将打造以“互联网+”为核心的创新创业生态系统。（言简意赅，发生了什么，意味着什么，该有的都有了，一句话的事儿~）

牛闪闪的开头有了，接下来我们开始撰写新闻正文……

咳咳，下面要来点严肃的：

一篇好的新闻稿要直击新闻事件的核心，做到简洁有力，一语中的。新闻事件的起因、经过和结果一个都不能少~

新闻稿的叙述要具体而充实，使读者能对事件有完整真切的了解。

文字要生动，行文有波澜，保持读者的兴趣。作为活动新闻通稿，除了客观描述，还应注意文字的修饰，避免枯燥乏味。通过对事件细节的展开，增添读者兴趣，大而全的泛泛而谈往往不会引起读者的共鸣。

当一场活动的起因、经过和结果都在

正文中完美体现之后，再来个第三方观点、佐证资料或背景、天风学长或嘉宾的观点，新闻内容更加充实且有理有据，也可从中提炼出活动的主题和意义，使文章主题得到升华。

好的结尾通常能起到画龙点睛的作用，让读者对文章的印象更加深刻。

通常在结尾中应该呼应主题、对活动事件总结并展望未来，在语言方面注意简洁、不重复。

遵照以上方法写完一篇牛闪闪的新闻稿，是不是还缺点什么bling bling的点缀呢？

没错，就是一张“气场相符”的新闻配图。所谓无图无真相，加上一张合适的配图会使得新闻稿更加易读，同时还能使品牌形象得到更好的传播。

六、选取新闻配图：

那么又该怎样拍摄或选取新闻照片呢？

1. 突出活动主题和现场氛围，包括现场的设计元素、活动主题等等，都应尽量囊括在照片中，尽量剪裁掉不必要的人和场景，使得照片的主题突出；

2. 突出重要人物，如事件的当事人、学长或嘉宾的现场发言照都是一个很好的选择；

3. 注意天风品牌 LOGO 的露出，这样才能起到传播企业形象，提高品牌认知效果。

（tips：根据重要程度，一般可选择活动主要环节的照片，重磅领导发言个照，活动整体场景照片，或者现场论坛环节照片等）

以下是一些照片范例，你能看出错误的图片缺少哪些元素吗？



七、提交发布流程：

最后，完成新闻稿撰写后，还需要提交天风 OA 的对外信息发布审核流程！流程通过后，新闻稿就可以正式出炉对外发布啦！



学长提示：

所有用于对外发布的信息（包括新闻稿、海报、手机 H5 以及宣传册、折页、易拉宝等），都需要通过天风“对外信息发布审核流程”后才可以对外发布哟！

成功没有捷径，但一定有方法可循，如果只掌握了工具，脑子里没东西做原料输出的话，掌握一堆理论也是然并卵~

DUANG! 价值百万实操技巧来了!!

多看：通读一份当天的报纸；
多思：精选 2 到 3 篇精彩新闻报道，反复研究揣摩；

多写：根据揣摩所得，进行模仿采写，笔耕不辍说的就是你! (四)

"2016不瘫" 我们不瘫!



天风证券2016年经纪业务半年报

上半年，“葛优瘫”火了，“北京瘫”也火了，连A股君也赶时髦“沙发躺”了，哭晕群众，但经纪业务坚决“不瘫”，坚持奋斗，带着情怀，一步步踏实向前。



收入“不瘫”：半年入袋沉甸甸，PK2015也不逊



市占率“不瘫”：超越2015，上半年实现再“跳高”



业务排名“不瘫”：信用业务领跑，名次向前更进一步



产品销售“不瘫”：一鼓作气，一举拿下“两个2015”



版图拓展“不瘫”：上半年添11名新成员，营业网点总计44家



2016下半年，将“不瘫”进行到底



什么是风险

从风险角度看理财

文 / 风险管理部

什么是风险 >>>>

风险就是一种遭受损失的可能性。风险可以通过识别、分析来应对管理。风险可以从一般引起的原因、发生的可能性（概率）、影响的方面、造成的损失（换算为金钱）等几方面进行分析。风险的期望值为可能性与损失的乘积。

风险就是危险发生的意外性和不确定性，包括损失发生与否及损失程度大小的不确定性。风险具有不同的表现形式，如地震、火灾、洪水等自然风险；雇员的恶意行为、不良企图等道德风险；疏忽大意、重大过失等人为风险；供求关系变化、价格上涨等市场风险，此外还有技术风险、政治风险等等。

“风险”这个词来源模糊，充满争议。据考证，这个词来自意大利语的 *risque*，是在早期的航海贸易和保险业中出现的。在古语的用法中，风险被理解为客观的危险，体现为自然现象或者航海遇到礁石、风暴等事件；而这个词的现代意思已经进一步衍生、扩展为“遇到破坏或损失的机会或危险”的含义。经过 2 个多世纪的发展，风险这个概念与人类的决策和行动及其后果联系更加紧密，并被视为对待影响个人事件和群体事件的特定方式。

从近代保险业产生以来，特别是 20 世纪 60 年代以来，风险研究出现了大量的文献，涉及自然科学、社会科学中的诸多学科。赛尔顿·克里姆斯基与多米尼克·古尔丁认为，对风险的研究一度只局限在学术团体和保险业狭小的领域，但现在已经在公共政策需求的推动下发展起来，迅速成为一个多学科的研究领域。这些学科从各自的角度，对风险进行了定义。有代表性的是：统计学、精算学、保险学等学科把风险定义为一件事情造成破坏或伤害的可能性或概率。通用的公式是风险（R）= 伤害程度（H）× 发生的可能性（P）。这个定义带有明显的经济学色彩，采用的是成本—收益的逻辑，但有意思的是，人们通常只从伤害的可能性角度来了解“风险”，因此，忽视了风险所带有的潜在收益。



从风险角度看理财 >>>>

目前市场上理财产品种类繁多，对于非专业投资者而言，往往只注意到预期收益率的高低，而忽视了产品中蕴藏的风险因素。但是收益率和风险是不可分开的，一般而言，收益越高，风险越大，两者呈正比例关系，只不过要发现产品中的风险点，需要投资者熟悉相关金融知识，而这往往是大众投资者所欠缺的。

很多金融机构在推介投资产品的时候，也往往将风险因素隐藏起来，总是把收益描绘得很美好。其实理财的一个重要作用就是在既定的收益水平下尽量降低风险，或者在相同风险程度下尽量提高收益率。因此，认清理财产品的风险性，按照自身可接受的风险水平进行合理选择是做好理财的关键之一。

第一类：低风险的理财产品。

银行存款和国债由于有银行信用和国家信用作保证，具有最低的风险性，同时收益率也较低，投资者保持一定比例的银行存款主要目的是为了保持资金适度的流动性，满足生活日常需要和等待时机购买高收益的理财产品。

第二类：较低风险的理财产品。

它主要指各种货币市场基金或偏债型基金，这些产品投资于同业拆借市场和债券市场，而这两类市场本身就具有低风险和低收益率的特征，再加上由基金经理进行的专业化、分散性投资，使其风险进一步降低。

第三类：中等风险的理财产品。

信托类理财产品是由信托公司面向投资者募集资金，提供专家理财、独立管理，并由投资者自担风险的理财产品。投资这类产品的投资者要注意分析募集资金的投向，还款来源是否可靠，担保措施是否充分，信托公司自身的信誉等因素。

外汇结构性存款，作为金融工程的创新产品，通常有几个金融产品的组合，如外汇存款附加期权的组合，这类产品通常有一个收益率区间，投资者要承担收益率变动的风险。

偏股型基金，是由基金公司募集资金按照既定的投资策略投向股市，以期获得较高收益率的一类产品，由于股市本身的高风险特质，这类产品风险也相对较高，本金也有遭受损失的可能。

第四类：高风险的理财产品。

股票、期权、黄金、艺术品等投资项目，由于市场本身的高风险特征，投资者需要依靠专业的理论知识、丰富的投资经验和敏锐的判断分析能力才能在这类市场上取得成功。

投资者可以从两方面分析自身可承受的风险水平。

- （1）风险承受能力。投资者可依年龄、就业情况、收入水平及稳定性、家庭负担、置产情况、投资经验与知识估算出自身风险承受能力。
- （2）风险承受态度即风险偏好。可以按照自身对本金损失可容忍的损失幅度及其他心理测验估算出来。

总之，投资者在进行理财前应先评估自身的可承受风险水平，并深入了解准备投资的产品，对于不熟悉的产品可向相关领域专业人士进行咨询，避免片面追求理财的高收益率。④

十年铸剑，乘风破浪 ——反洗钱的十年

文 / 合规法律部

本文刊登于2016年8月20日《金融时报》“湖北纪念《反洗钱法》颁布十周年系列宣传之（五）”专刊

2006年10月31日，为支持金融稳定，预防、遏制洗钱活动，《中华人民共和国反洗钱法》应运而生。在这十年里，我国在反洗钱组织建设、国际反洗钱合作、反洗钱规章修订与实施等方面经历了从无到有，从粗放到集约，由点到线逐步再到面渐次演变过程，取得了令人瞩目的成就。同时反洗钱工作也从最初的打击金融犯罪的“工具性”被动合规层面逐步上升到预防金融系统风险，遏制经济犯罪，打击暴力恐怖犯罪，主动维护国家安全的战略高度。

在这十年里，我公司同样把反洗钱作为本公司全面风险管理的重要内容。遵循“风险为本，提高有效性”的原则，以“简便、清晰、高效”为目标，健全反洗钱管理、可疑报告、风险评估以及反洗钱调查、检查、培训、考核等一系列反洗钱内控机制，明确各部门、各层级以及不同反洗钱岗位的职责分工，并从客户准入、产品准入、可疑线索报告以及客户退出等方面入手，逐步完善反洗钱事前、事中以及事后的管控措施。

深化内控建设，进行全方管控 >>>>

一直以来，我公司将反洗钱作为全公司的一项战略性工作，不仅从战略层面加以强调，还积极规划反洗钱的制度设计。为顺应反洗钱工作从“规则为本”到“风险为本”的过渡，我公司在中国人民银行武汉分行的指导下，制定且滚动更新反洗钱工作年度规划，逐年推进，狠抓落实，不断提高反洗钱工作的有效性。

从机制设置方面来看，我公司秉持全程嵌入式管控的设计理念，以健全反洗钱工作机制为重点，以提高反洗钱工作实效为目标，营造反洗钱合规工作氛围，将反洗钱工作落实到公司运营的每一环节。公司反洗钱风险控制的组织架构体系由四个层次构成，分别为：董事会、反洗钱管理委员会、反洗钱风险管理部门和公司其他各部门及分支机构。通过定期和不定期会议，全面领导全公司反洗钱工作，研究审议重大机制建设，督办重点工作落实。同时指定相关合规部门及专人负责反洗钱日常工作，各业务条线的反洗钱职责及分工明确，各部门协调和运行较为顺畅，各营业部成立了反洗钱领导小组指导日常反洗钱工作。

从制度建设方面来看，我公司关于反洗钱工作的相关制度基本覆盖了反洗钱监管要求，特别在反洗钱考核及责任追究机制方面，对违反反洗钱内控制度的人员或单位进行处罚或责任追究，进一步树立了反洗钱内控制度的权威。同时根据监管政策变化和业务发展情况，及时对反洗钱内控制度进行相应的更新，确保公司反洗钱内控制度与监管要求和业务发展相匹配。

加强员工培训，实现全员联动 >>>>

意识先行，方能行之有效。反洗钱工作对反洗钱工作人员的知识水平和业务技能要求比较高，而其中的根本是要提高包括高级管理人员在内的相关人员的反洗钱重视程度。开展反洗钱培训工作，是人民银行监管要求的“规定动作”，也是快速提升反洗钱工作人员素质和业务技能的重要途径。只要是重大会议，我公司各部门领导都会反复强调反洗钱工作的重要性，且层层强化责任意识。同时，为提高全员反洗钱责任意识，我公司建立反洗钱培训长效机制，持续开展反洗钱全面培训。按照业务条线制作典型案例，持续提升一线操作人员在可疑识别报告上的判断能力，并通过集中培训、准入考试、督办验收等多项措施，促进其从“学知识”向“提能力”转变，逐步实现可疑甄别专业性的最终目标。

走过十年风雨，我公司反洗钱管控体系日趋成熟，用行动与成绩展现出一个新一代现代化金融机构勇担社会责任的卓然风采。执着的奋进者，在意的永远是下一步的跨越。我公司将在人民银行武汉分行的指导下，继续加强战略层面布局，加大人才队伍建设与科研技术投入，构建起更加坚实、严密的反洗钱管控体系，在我国反洗钱的画卷上留下浓墨重彩的一笔。



今年是“十三五”的开局之年，在供给侧结构性改革的背景下，国企改革将进入实质落地阶段。8月23日，天风证券研究所首次举办“天风证券2016年国企改革专题暨上市公司交流策略会”，此次策略会地点设在改革先锋试验田的上海，为双方营造了良好的交流氛围。

此外，天风证券研究所互联网传媒、商贸社服、电子、食品饮料、医药、银行业、金融等行业的分析师在会议上发表了主题演讲。

以下是他们的讲话演讲内容，供大家分享。



传统媒体转型升级 国企改革提供契机

文 / 天风证券传媒互联网首席分析师 文浩

今年传媒行业表现较为平淡，今天我们从一些有趣的事情谈起，结合两次央视采访情况说一下传媒那些事儿。

央视第一次访谈是在第一季度，当时一季度票房在《美人鱼》的带动下高歌猛进。从2015年二季度开始，中国电影票房连续四个季度保持高速增长，当时业内预测2016年的电影票房增长率仍在40%以上，主要考虑能不能创新高。本人的看法是全年票房增速可能会下探到30%，因为对比去年一季度情况，春节档表现平平，《天将雄师》是票房最高的电影。今年一季度因为有《美人鱼》的支持，所以票房表现较好。

上个月再上央视，电影票房的受关注度降低了，主要关心中报业绩。到目前为止，中国电影票房同比增长约15%。团队周报数据统计显示，二季度中国电影票房持续负增长。

与2013年和2015年相比，2016年传媒相对是暗淡的。对比去年的情况，可以看到：

去年票房形成高基数，背后是一系列卖座大片接连上映的支持，包括海外的《速度与激情》、《变形金刚》，国产的《煎饼侠》等等。考察今年二三季度的作品，

《盗墓笔记》表现尚可，票房基本达8亿，其他电影表现一般。

去年的440亿是一个被资本催化之后的440亿。二级市场泡沫会倾斜到一级市场之中，例如票房补贴。票房高增长既有IP爆发的特点，又有资本发行补贴的因素。今年是退火的一年，二级市场和一级市场都在去泡沫。

今年上半年跌幅较大，原因在于：

1. 核心逻辑在于去年的高基数。
2. 内生加外延的模式在证监会的从严下发生改变和颠覆，过去三年习以为常的小市值公司内生加外延模式发展已经过去。今年跌幅第一第二的团队，正是2013年以来发展最快的传媒和计算机。

我认为传媒现在已经处于底部区域，是认真选股的时候。

今天的主题是国企改革，是改革和创新。我们发现国企改革到今年有几个非常突出的特点：

1. 关注国企改革是一个良好的方向；
2. 国企改革过去三年不被市场化的分析师关注，估值不高，这是该主题标的的优点。
3. 国企改革随着投资风格的变化逐渐受到大家的青睐。对于传媒板块而言，从中长期来看仍关注成长性。没有极强成长性的公司可能一段时间会有所表现，但是长期仍需投成长性好的。

一、传媒行业的变化情况

2013-2015年，传媒行业的概念层出不穷，互联网金融、IP、网红等话题不断。2015年传媒行业总产值为1.28万亿元，增速12.4%，超过全球传媒5.5%的增速。数据提供了对传媒的长久的信心支撑，可以看到传媒的增长驱动因素仍然存在，但媒体中传统媒体的分化会越来越明显。

PPT显示了2015年传媒细分行业的总体收入和增长率。大移动互联网的产业规模在3000亿左右，排名第一。排名第二是互联网广告。2015年网络游戏规模在1400亿左右，排名第三，首次超过了电视广告经营额，而电视广告在2015年同比负增长。图书销售和广电有线网络分别占据第五和第六的位置。传媒的2.18万

亿市场打开以后，移动互联网已经进入前三，电视广告已经被网络游戏超越，图书销售和广电有线网络相对比较稳定。行业第七名电影放映收入已超过报纸广告和报刊发行收入，后两者都是负增长。传统媒体的占比不断下降，新媒体不断崛起，已是长期的大趋势。

广告的增速特别明显：

1. 增速排名第一位的是院线广告，即电影的放映前的银幕广告。这块广告的增速高达64%，因为：它出现在一个封闭的强制环境，决定了广告精准效率和强制到达率非常高，且可以认为中国电影观众是中产或者是90后，具有极强的消费能力。过去三年中国院线保持了30%的复合增长，片前广告成为了广告中增速最快且具备持续醒的类别。大家可以看到分众传媒的报表中增速最快的也是这一块。

2. 视频和传统的社交广告，增速在22%左右。

3. 商业楼宇户外广告。同样在分众传媒的报表范围之内。

4. 传统的户外和电台保持相对稳定，电视增速保持在-5%左右。

5. 报纸和报刊增速下降较大。可以看到报纸和期刊为代表的传统广告在2014-2015年收入步入负增长的阶段。

对传统广告拆分来看：

1. 报纸萎缩正在继续，传统意义上支持报纸广告的房地产、商业零售、娱乐休闲金融等行业都在缩减对报纸广告的支持，尤其是占比最大的房地产和商业零售，一部分预算不投了，另一部分预算流入互联网广告中。报纸广告虽然看长尾增速都不错，包括个人用品、食品、药品等行业，但这些基数占比太小。报纸在2014-2015年断崖式下跌。

在移动互联网兴起时，有人说报纸必将死去。我相信有些报纸会存在历史价值，总有人偏爱阅读的感觉。但不可否认，大部分报纸，如果仅仅作为简单提供信息撮合的信息媒介，会因互联网、移动互联网等一遭受受到极大的冲击。从报纸的发行数量来看，也是平稳下降的，总印数和平均

均销量的下滑趋势会更加明显。报纸种类可能变化不多，但是报纸印数和销量都在下降。2015年上海的《上海商报》报龄30年，也正在告别我们，停刊了，这是报纸的趋势。

2. 从期刊来看，创办二十年、在70后、80后中具有代表性的时尚杂志《瑞丽》正式停刊。期刊虽然没有像报纸这样明显，但是也在继续下跌，期刊的发行种类数还有略微增长，因为种类更多，但是看期刊广告下降比较明显。

3. 图书相对更加稳定，因为报纸和期刊主要是提供了大量的信息，而信息特别容易被互联网和移动互联网碎片化解决，而图书的冲击会小一点，因为有更深度的阅读体验，读者不可能边走边看手机看图书，同时教材教辅影响比较小。图书的发行种类总印数销售比较稳定，实体店销售额在过去几年没有明显增长，2015年稳定在234亿。网店从2010年的50亿，到了2015年的280亿，实体店和互联网店已经发展为一比一的比例。移动互联网流量已占据50%以上，阿里巴巴最新的报表则显示移动互联网的成交单已不止50%，达到了70%甚至更高。这种情况下，移动互联网的崛起改变了图书的销售渠道。

4. 电视媒体没有太大的短期压力，但是长期压力也并没有得到解决。2014-2015年，报纸和期刊和很多上市公司的关联度越来越低，但是电视整个大门类会影响很多产业，包括电视剧、栏目制作产业。电视广告方面在2014-2015年也进入负增长阶段，这是中国电视产业发展以来，第一次连续两年负增长，降幅和报纸期刊相比较低。降幅的主要原因在于电视广告播出的时间减少，在过去两年，广电总局一直在降低大家的阅读时长，砍掉很多广告时间。排除广告时长减少这个问题，电视广告的整体规模是维持在一个稳定的水准。另一个现象是电视媒体结构发生了较大变化。前六家卫视，特别是湖南和浙江卫视还在高速增长，格局已迅速向前六家集中。中国的数字电视渗透率约85%，数字电视是平台性的业务，包括华数传媒这样的数字平台公司业绩增速还是不错的。

5. 广播方面，A股上市公司关联度比较低。现在来看，广播受移动互联网的冲击还不够，因为在车载环境下，手机对于媒体的倾斜不太大。广播模式还是稳定增长，而且随着中国汽车的保有量在增长，长期来看广播一定会改变模式，例如特斯拉、乐视智能一体机概念或者智能硬件。广播的频段还会在，但是媒介也一定会发生改变。

二、国企改革对于传媒行业的影响

我们对整个传媒行业，特别是传统媒体和我们今天说的国企更加关联的行业背景做了一个铺垫。如果在面临这种压力情况下，国企改革对传媒这个行业来讲有什么特殊含义？

传媒行业是一个有特殊属性、特别是要强调社会效益的行业，在这个过程中没有一味地强调市场效应，和纯竞争性的国企不一样。今年以来看到新一届主管是监管从严的，特别是未来的国家特殊管理股，建议大家传媒和国企改革中一定要关注这个概念，现在看利空较多，但长期看是利多。未来视频网站、直播等媒介都可能进入国家特殊管理股，主要内容是允许国家国资的股东通过特别管理股的方式入股，占比不需太多，一个点到十个点之间，但最后对你的内容监管有一票否决权，以较少的资本投入达到内容监管。现阶段主要是面对民企开展，特别是直播。这个监管短时间里会被认为比较负面，但对于大企业来讲可能更希望通过这种方式解决民营合法化的问题。而更长远的意义在于，如果民企的特殊管理股都能实现，考虑国企的特殊管理股是否也能实现。本质上，大家更愿意经营权分出，但是国家需要管理权。如果特殊管理股推行到国企，对传媒国企是利好，国企占比不高，同样可以管住内容，同时国企员工可以拿到更多的股份激励，这个事情请大家密切关注。

传统媒体有各种优势，包括融资优势、品牌优势等：1) A股绝大部分国企在过去三五年里面，不太被人关注，但也有一个估值的安全边际。2) 传统媒体整体正经历锐意进取和思考转型的过程，我们特地整理的股息率显示，大量传统媒体是低估值。3) 这些国企是正现金流的，可以和大家进行现金分红。

从国企改革大方向来看，传统媒体

一定要和新媒体融合。从2012年开始，最早的一批公司，如浙报、凤凰、中文开始进行一系列围绕着游戏、影视的探索和扩张，也有一批公司选择了往教育方向扩张。这都是用现有的优势积极向新兴领域扩张，这些公司也在降低传统媒体的业务板块的比重。

传统媒体的并购方面，在2013-2015年，并购属于趋之若鹜的，每个公司都并购。但现在的国企并购一定有很多不一样的。我们认为国企并购上可划分三类公司：1) 公司是资产类，同一个大股东内部资产并购；2) 勇敢收购民营资产的企业。3) 不敢并购，害怕风险。从并购本质上说第一条线是大家最值得憧憬的，因为这一次国企改革是从上海广东开始不断蔓延，目前传媒并购最大的案例是东方明珠和百视通的合并，在江浙沪区域。过去两年上海、广东先行，可以提醒大家回头关注中间的区域，例如现在湖南快乐购的案例，可能也会给其他省份压力和动力。



看整个国企改革这一条线，我们可以关注一批真正按照混合所有制改革、或者说一些依赖于优质资源的公司。在外部国企改革风起云涌的背景下，大家可以根据区域进行一些关注和操作。

我认为当下的传媒来看，机构持仓过去一年降到了非常低的位置，估值也是在历史相对合理的位置。在这个位置上，下半年来看，如果往下跌，一群优质的标的特别是通过内生增长的标的又会回到很好的标的。传媒是无比坚定的行业，并购的短期逻辑被打破之后，有一个去泡沫的过程。④



版权 创作者与使用者 (传播者、最终使用者) 之间的经济利益博弈

文 / 传媒互联网联席首席分析师 焦娟

趁这次策略会专门讲讲我们准备了两三个月时间的方向，关于数字版权保护在国内技术解决方案，俗称数字版权。

现在国内传媒方面的内容，无论是影视、游戏、综艺栏目还是动画漫画，核心就是IP版权。过去几年对版权关注度比较高，后续的方向是一个双向逻辑：

1) 在版权的转化过程当中，如何进行版权保护；

2) 版权在进行衍生品物权落地的过程当中，如何保护衍生品物权。

报告首先介绍全球的版权制度的概况以及数字版权在国外的保护方案，然后我们大致介绍相关投资标的，以及标的背后的雏形。

数字出版行业有典型的长尾经济的特点，可以通过网络渠道将小众化人群集合在一起，并提供便捷的发布和变现渠道，构成长尾经济的现实基础。最近尤其是今年上半年以来，市场关注度比较高的票房增速，可能相比往年增速是在放缓。简单的逻辑在于电影票房对于影视版权而言长尾经济太少。影视版权后除票房外的收

入来源有空缺，这个空缺最终的指向一定是在全网范围之内形成消费者付费习惯的模式。

我们的报告分析了基于数字出版产业的现状和一些特点。

现状方面，全球的数字出版行业市场空间非常大。2014年音乐、电影、游戏、杂志、报纸、书籍等纳入出版产业的产业总产值则达到1.19万亿美元。其中，数字出版2014年渗透率约为22.13%，总产值约为2637亿美元，预计2015年将同比增长13.72%至2999亿美元，2014-2019年数字版权年均复合增速预计将达到11.87%，高于非数字出版市场3.86%的增速。

数字出版产业链基本上分三部分：内容、平台和终端。

1) 内容方面，报业、出版、广电、影视公司、游戏公司都是内容提供方；

2) 平台包括平台运营商和网络运营商；

3) 终端有硬件生产商、数字发行商等。这是我们分析的大致框架。

不管是版权还是物权最大的绕不开的问题就是盗版。在盗版上，互联网或者

移动互联网的运行确实有一些先天优势，2015年全球定期访问盗版网站的用户占比20%，比例有所下降，但仍然存在可以让很多版权盗版。美国出版产业全球第一，作为版权行业重要主体娱乐和多媒体产业规模2015年达到5622亿美元，是第二名日本的两倍多，2012-2016年复合增长率5.2%。美国的版权发展也是最为规范的，但是也经历了盗版的痛苦阶段，后续主要通过政府和行业协会的方式规范产业，构建版权保障。值得关注的是独立于产业链的第三方非政府机构，比如出版商协会等行业协会、美国版权结算中心等，这些行业协会或行业联盟的非营利性组织在美国数字出版行业中起到的特殊作用。

这是我们系列报告的第一篇，主要逻辑是基于数字版权的保护。其实目前在国内有很多机构都在做这件事，大概思路是如何能够实现实时并且事前的技术性解决，从2004年PC端有网络内容开始，我们国家对于盗版或者网络内容的监管通常都是事后进行干预，例如在天涯、博客上出现问题一般都是事后删帖。2007年起国家开始进行相关探讨，2010年有立项方案，

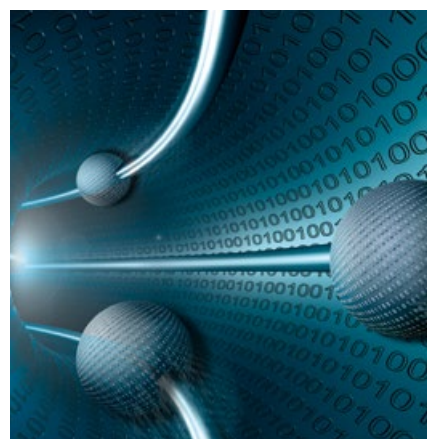
基本解决方案已经出来。但 2010 年移动互联网兴起后，这些方案又进行了叠加，一直到 2014 年方案成熟。2015 年底，新闻出版广电总局对出版内容的审核完成和组织架构统一。2016 年开始，互联网在版权方面的通知比较多，我们的报告在当时已经开始思考了。

数字版权保护在国内的初衷是三点：

- 1) 盗版问题；
- 2) 文化产业作为意识形态产业要做线下监管审核；
- 3) 线下版号管理。

这个范围不仅限于互联网和移动互联网，还包括网络出版等，因为面向公众进行传播，基本上都处于出版的范围。例如在微信的朋友圈，我们发一条状态、发一部分文字就属于网络出版的范畴。

上述保护方案流程围绕数字版权的认证登记、所有权的确认、版权交易和版权存储分发，落实到投资上是三种公司。前面两种是服务型的和技术型的，如光一科技和美亚柏科在技术取证方面有较强的基础。光一科技的“版权云”项目获国家身份支持，公司将打造从监管中心—内容（数据）中心—交易中心—金融中心的知识产权服务商业路径。其中，监管中心已运行 2 年。美亚柏科是维权取证的技术龙头，与美国的 Guidance 是全球仅有的两家电子数据取证上市企业。同时这样的解决方案还需要业内许多拥有核心资源优势的公司进行战略合作，我们简单提及东方明珠和凤凰传媒，后续会有更多的公司会加入战略合作范围之内。这篇报告先把研究方向抛出来，后续研究的思路是根据实时技



术性解决方案，对于一些服务型公司和技术型公司以及进行战略合作的内容公司进行更深入的探讨。

后续我们也会持续推出系列报告。④

成长的一部分，低估值这边贡献几个思路。在两周之前我和徐彪总一起在北京做过一轮路演，和很多保险公司进行沟通，现在保险机构出现一个明显特点，保费收入大幅增长导致保险产品成为投资品，这样的话会导致大量的资金通过保险渠道进来，进来之后不能覆盖成本，最好的成本就是加大权益类的配比，同时在资本市场上寻找一些低估值高股息率的标的，作为后面进行权益配置的一个方向。这个事情大部分主要集中于民营企业，后面像国寿、安邦、社保都会有增资资本市场的行为，低估值蓝筹板块化的机会，从后面来讲会持续发酵。在这个过程当中，大家可能在市场里面需要关注一线的蓝筹相对于融资标地之外的没有涨的标的，另外就是像我们板块，因为物价价值比较高，估值比较高，现金流很好，一直是产业标准和标准的对象，这个板块在过去一两周里面表现比较突出，我想和各位领导做一个简单梳理。

商业经过过去三年的增持，主要分为产业资本增持和金融资本增持。产业资本增持主要包括两个维度，第一个维度就是我们看到的是现在线上和线下商业的交叉持股，这个事情背后体现了产业融合的现状，2011 年到 2014 年之前大家提到商业，毫无疑问会认为被线上进行了大量分割，实际上这个分割从 2015 年年初开始已经开始从分裂走向融合，包括后面京东和永辉阿里和苏宁的战略合作，体现了线上线下的结合，从这个时候大家没有必要将商业再和以往的三年以前的商业做类比，毕竟市场环境已经发生了变化了。第二个维度是资本增持的维度，商业背后的供应链是分割的，不同的商品在不同的省份有独家代理商，当地的企业如果想去外面扩张会受到冲击，现在通过股权的方式进行跨区域整合，比如说永辉超市拿下了联华超市，大商拿了友好和中新商业，这个事情背后都是一些产业链逻辑，产业资本的举牌背后体现了我们看到的是产业链协同，增大销售规模增大联动性，从而对上游形成溢价能力降低成本，这个事情是在所有在座的产业资本举牌的必然现象。

其次是金融资本举牌，金融资本举牌，现在主要分几个派系，宝能系、安邦系、国华系和宝盈系，金融资本举牌从我的观点上更多的还是对确定收益的或者类债券收益的配置，指望它进行更大比例的增持

很难，因为我们除了像宝能系之外，其他的都是中小保险，他们对于短期的财务收益看的不是非常重，从我们的角度来讲，这些标的够安全，而且如果说讲成功的逻辑，因为我们两周之前提示板块重估，一旦提这个，可怕的地方就是估值是没有天花板的，四十亿估值就算涨到八十亿也是便宜的，这个问题上大家可以看一看，如果说从配置的角度上，我们觉得对于各位领导首先要有估值，第二我要有很高的市值回报率，我的现金流已经被盯上了，差不多是这样的思路，在这些标的当中，有这些是供各位关注的。

简单总结，未来一个大趋势在总体收益率下降的情况下，保险作为一种投资品，收入会大幅增长，这样会倒逼险资资金进入资本市场，蓝筹股是一个机会，这个过程当中大家要重视已经被产业资本举牌或者金融资本举牌的低估值标的。另外大家还是要关注一些真正有高股息率，低估值的这样一些品种，厦门国贸、王府井，最终改革一定要选择有弹性的，如果把改革当做一个主力机构来炒，一定不要当价值来看，这个过程当中一定要找真正低估值的标的。

还有一个新的观点，也是最近刚思考出来的，不管是教育还是体育，还是医美还是养老，这些新兴服务业已经实现了主题层面的从零到一，一个公司再做教育做养老做体育没有用了，已经不稀缺了，后来我们需要降维攻击，什么样的公司能真正再起来，在商业模式能够落地的公司，这个公司可以起来，这个起来的过程当中，大家一定要看到一个机会，如何理解教育公司的商业模式落地，观测什么指标都观测不出来，我思考了一下教育因为是很慢的行业，机会来自于两个，第一个是学校，学校数量的扩张，第二个就是单校饱和度的提升，可以这样理解。核心还是，特别是大的国际学校，一定是单校饱和度的提升，提升的过程当中只需要观测招生数和产能。比如说一个学校一共五千个人，这次打算招一千个人，实际上招了两千个人，从学校角度讲，我的收入就比以前会翻倍，我的利润相对来说甚至比收入的增速会更快，因为有很多固定成本不增加的。一旦当教育大家发现很多公司落地，你就只需要关注招生数是多少，单体学校能达到多少。一旦单校起来之后，后面就是数量的

增加，这两个维度是观测教育或者是教育公司非常重要的点。值得各位领导重视。我们后面会对教育公司全面的梳理，到底后面有多少项目有多少招生数，成本怎么样，把这个分摊细，这个板块在下一个维度就一定会逐渐分化出来一些牛股，这个非常关键。

最后我做一个简单总结，关于这些成长类公司，2014 年的时候就意识到中国经济的转型，未来一定是有新的经济增长引擎，这个引擎空谈，或者说现在讲供给侧改革到底什么才是真正的供给侧改革，供给侧改革还是要改善需求的供给，新需求的供给，大家可以看到现在的特点是商品消费向服务消费的升级，居民消费品的升级，比如说举一个例子，以前一谈到奥运会，大家关注的都是奖牌关注的都是金牌榜，今年周围的人对这些问题已经很平淡，包容度很高，这就是居民消费升级的表现。再比如体操现在成绩很差，为什么？因为大家生活水平提高了，没有太多的人愿意小孩成长受苦，反而在高尔夫其他的强项，其实在不断的进行，从赛事上大家可以看到内容的变迁，体现了居民消费的升级。升级的过程当中一定要注意未来的机会来自于现代服务业，不要讲主题，讲主题没有用，每个子板块需要追求在降维里面，谁能够真正从零到一实现商业模式，这些标的就是未来我们能够判断出来的牛股。④



商社板块国企改革策略 ——产业资本举牌或者 金融资本举牌的低估值标的值得重视

文 / 天风证券研究所商贸社服行业首席分析师 刘章明

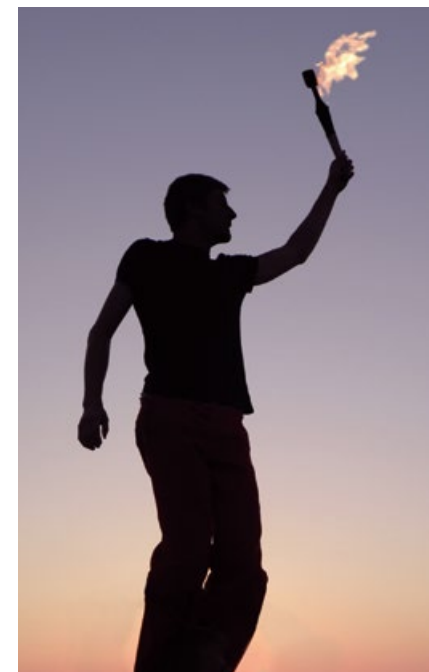
现在我们覆盖的板块包括商业、教育、医美、养老、旅游、电商，现在重点还是分为商品类消费和服务类消费两个大的分类，今天的主题是以国企改革为主题，国企改革这次会议在很多上市公司处于年报披露期间，现在很多公司并不愿意做公开交流。

另外我本来希望能够在教育改革方面做探讨，但是因为整体进程被拖到十月份，现在就由我们团队三位分析师给大家领导汇报一下我们的观点，大家可以关注一下后面对标的掌控力度。

我先把板块的策略有价值类的一部分，成长类的一部分，是什么样的想法，

由我汇报一下，接下来会把一下教育改革和旅游行业的改革动态。

今年的特点就是大家把价值股当成了主题来炒，但是把所有的成长股当成了垃圾股来炒，这些东西都是非理性的。我们现在看下来，不得不将我们覆盖的板块分为低估值的一部分，还有一部分是高估值



提价为主线， 新品类 + 改革为辅， 精选个股

文 / 天风证券研究所食品饮料行业首席分析师 刘鹏

关于国企改革主题，我们投入研究的时间很长，比较熟悉我的投资者都知道，我们在推荐国企改革主题的过程，还是有所建树。国企的情况我们研究了很长时间，也在国企待过很长时间，我履新天风证券研究所大概一个多月，很多想法就能高效实现，混合所有制与国企的差异也亲身经历了。

第一个就是探究下国企改革的本质，包括它的路径，以及它的投资方法，另外就是跟大家讲一下食品国企改革会有大机会。第二部分讲一下近期的投资逻辑，提价为主线，然后新品类加改革作为辅助线，精选一些个股。

食品行业的国企改革，其本质是需要推敲的。这里我们用一个公式给大家看， $Y=AX+B$ ，食品行业的改革是提升 A，本质上是一种催化，无法改变 X。如果你本身不好，你通过国企改革也不会让你变得更好，如果你本身很好，改革也不会给你带来太多的东西。

我们觉得作为一个公司本身的商业模式，企业的素质和边界，这个是国企改革没有办法改变的东西，本质上它是催化剂没有办法改变 X。

食品行业的改革也可以是常数 B，还是一种催化，无法改变那个 X，如果本身

不好，再改革效果也一般。B 的内容本质上我们认为可能是一个增量，但是它是一次性的，比如它收进来一个东西，后面可能会用这个东西做一些事情，但是这个并不影响原来的 X。

这是我们经过这么多年下来的探索结论，今天来的人不是很多，这么好的东西很多人没有来真是有点可惜了，这个东西我们后面不会专门发报告写，只是作为一个分享。

既然国企改革本质上是催化剂，是否能够取得效果，还是看企业本身的能力和外界环境，这是最关键的。对于内部和外部，能达到的一个程度，如果有这个改革催化剂，可能释放本质的能力，同时把外部环境带来的一些优势，进一步用业绩和市值表现出来，这是我们看好的一个东西。

它的路径，我们刚刚已经谈了。两个方面，这两个方面把它叠加一下的话，实际上就是三条路径。

第一是效率优化型，我们说 $AX+B$ 中的 A，提升利润率、增速或者估值，这是三种类型。长期看的话，它其实是改善并且解决内部的激励机制，进而提升公司的净利润率，收入规模或者处置不良资产，比如光明乳业通过激励提升利润率，恒顺通过激励机制加大了发展，顺鑫剥离地产

业务等。

第二资产注入型， $AX+B$ 中的 B。在南方省比较多，我们之前推的，换了一个非常牛的控股股东，有非常多优质资产注入。云南盐化大家之前有点低估它，忽视它这可能是错误的。这里面盐化已经买不到了，南糖一定要重视，它可能会成为下一个盐化，这里面讲资产注入会成为一条非常重要的线条，国企改革是非常重要的优化当地资源的工具。

第三种就是两种类型兼有，既能优化效率又能进行资产置换，我们重点推荐江中药业，它本身效率可以提高，之前中江资产被整合之后，它的问题都解决了，同时它在我们说的体外还有一个非常好的，猴菇饼干有一个科技公司，这个资产是非常不错的。白云山也有类似的特点，可以优化效率同时账上现金非常多，未来作为广东省或者广州市的一个非常重要的平台，这次增发广州市参与了将近 70 多亿的现金，未来这块也非常值得期待。这是食品国企改革的路径，我们结合一些例子讲了这三条主线。效率优化、资产注入和两者共同，都有的类型。

大家可以看，我们画了一下图，确实是不管是顺鑫还是洋河利润率差别非常大，还有中炬和海天，蓝色是国有企业，



红色是民营企业，国企有很大利润提升空间，很多例子都可以证明。包括有无关资产的情况下，估值很低，纵轴是市值除以收益，横轴很高，扬州很低。这对于公司市值影响非常大，我们认为未来顺鑫无关资产的剥离，会对公司市值带来很大帮助。中炬、海天一样的，中炬无关资产非常高，海天是没有的，这个对于它估值的恢复和提升是很有帮助的，这个角度来看的话，国有企业弹性非常大。

这是我们总结的路径，很简单。对于本身企业来说，它肯定是效率可以提高的，第一种类型提高效率，刚刚讲了。第二种就是我们说的可以通过一系列资产置换，或者注入能够提升它本身功能性的变化，这也是很好。这总结成两条路线，以后大家碰到这种类似投资的时候，可以先做一个预判，属于哪一种，后面的话，结合到我们说的额外因素，去做一个长线的判断。

我们把它简单分成四步。
第一步判断是哪种类型属于效率提升或者属于资产置换。

第二步判断公司所在的行业到底怎么样，行业地位如何，利润率是否具备提升空间，空间有多大，要找到毛利率类似的民营企业差距是多少，有多少可以提升。收入可以有多大提升，空间多大。第二步的内容，大部分讲的跟国企改革没有关系，这个公司本身行或者不行，就是我们说的

X 因素，一个企业的素质和边界这是最关键的。

第三步分析一下政府与管理层的博弈关系趋势，请大家注意这叫博弈关系的趋势，国有企业的问题到最后就是三方博弈，地方政府、管理者还有二级市场，三方博弈的话，在这个过程中，它们博弈的方向和是不是说越来越趋同，这种判断非常重要，所以判断这种效率和变化的概率和速度，这可能是我们需要去做的最重要的事情。

第四步，计算 PS 和 PE，这个把你刚才分析的东西做一个量化，你算一下现在

到底是什么样的位置，未来的空间有多大，安全边界在哪，这是非常重要的。

另外，哪些国企改革食品比较好，包括顺鑫，包括古井贡，这两个还很低，古井贡只有 13、14 个点，还有很大提升，跟它同样的利润率只有它的一半，顺鑫和其他公司比利润太低了，这个从收入的增长能力和利润率提升能力来看，这两个公司都有空间。

顺鑫还有一些无关资产，未来也会剥离，这是我们看好的调味品就是中炬和恒顺，这两个注重毛利率现在上来了，两年内中炬达到 40%，恒顺达到 50%，净利润率空间打开了，本身的改革现在也加大，中炬高新已经是民营企业，恒顺也在加快。药食同源是 3%，王老吉只有我们说的加多宝的 31%。还有云南盐化和南宁糖业。混合型就是江中药业，这是属于这种类型的。这几家公司，大家可以重视起来，后面一定会沿着我们之前说的路径去推进。今年到明年这段时间，可能这些公司集中爆发的时候。

接下来我们讲的下半年逻辑，主要是新品加改革，这是作为一个最重要的辅助因素，提价是主线，这里简单跟大家把这个观点分享一下，今天时间不是很多。

第一，食品饮料整体判断，板块整体收益率肯定是下降的，并不是说我不看好，只是说目前食品 A 股估值处于历史均值以上，提升难度很大，但还有正收益，过去 5 年食品股走势有四年倒数前五，最近已经涨一大波的时候要集中优质大品种，比如茅台、伊利，另外分散浮动仓位在小品



种。今年上半年，我们这个板块涨的有点太快，同时有一些逻辑没有办法很好验证涨起来了，这个并不是很有利。

第二，食品比白酒机会更大，目前食品白酒估值比是历史最低水平，和2014年最高完全相反，2014年白酒很低食品很高，当时白酒是食品估值20%，2014年涨了一大波。

第三，国企改革，我们谈的作为普及性最重要的主题，就是它就是一个催化剂，我们刚才说自下而上的标改革落地，以及我们之前一直强调的并购和国企改革之间的化学反应。大家觉得并购是并购国企改革是国企改革，在并购过程中，国企改革可以得到很好实施了。

子行业就是调味品和细分饮料。今年调味品还可以，细分饮料属于比较小的快车道，最终一定会汇入整个食品行业是整个慢车道，细分行业是小的快车道，这里面还有一些不错的东西。整体来说药今年涨比较少，食品和药都要补涨，这是比较有机会的。这是我们对下半年食品饮料整体的观点。

提价的话，有两类，我们刚才讲了，因为今年整体行业增速，包括这几年都很慢，所以今年最确定的就是提价，持续的提价，一类品牌之间的提价，茅台、恒顺、这些，另外属于周期品的提价，比如糖、维生素，比如食品添加剂。

我们看好的调味品、白酒和健康食品这三个品类。它确实是典型的习惯性消费，我们在写报告一直强调习惯性消费的重要性，保证量可以持续，提价之后公司本身没有任何感受，对于消费者来说，他是愿意接受的。这些东西，其实都是跟我们传统的文化结合起来，所以白酒、调味品、健康食品，我们说的药食同源的东西，这里面一定还是有很多机会。今年来看，股价的表现已经反映出这个问题了。

另外白酒本身，今年上半年也推荐很多白酒公司，包括茅台，我们是全市场第一个提出来股价过400提出它作为消费者估值提升的四个原因。作为茅台来说，它还是非常希望自己成为一个消费品的逻辑，而不是做高端的象征。

白酒作为消费品原因不可或缺的部分，它肯定要继续唱戏，是我们行业的基石。下半年板块的复苏是有限的，目前来看，高端略有复苏，中低端市场压力还是

比较大，因为喝的人越来越少，未来肯定分化，茅台会继续上涨包括价格，现在它不提价。那天我们开调查会议，茅台领导也说，第一不提涨价，第二要控制。在五粮液涨价的情况下，我有你更高的性价比，我可以拿到更高份额，这是我们应该关注的观点。

这个看一下大家很明白，酒涨很多，食品没涨。白酒和食品现在的估值比1.2:1，现在到1.3:1，历史均值是1.2:1，本质上来说没有太大问题，这个时候我们一定要找到低估的板块，再自下而上选择相应的标的，这是我们比较惯用的一种方法。

目前这个阶段，我们觉得食品股的机会，可能不是来自于低估的东西，低估值只能用于给你防控风险，伊利、茅台这种。伊利这个公司，也是因为蒙牛的情况，它可能会获得一次重新再造自己的机会，

这些东西现在已经涨了这么多，但是确实有额外的因素，我们建议大家持有，或者用于防控风险。接下来我们要看PE这种，以相对合理价格买入等涨，这里面涪陵榨菜是一个典型的公司，3年内净利润还能提升5到8个点，收益可以达到25亿甚至更高的收入。比如有20多个点的利润率，25亿收入可能有小6个亿的利润。业绩持续释放，符合国企改革的思路。国企改革还有持续的提价，包括一些外因并购。我们预计在2016、2017年达到2.23到3.14亿，同时估值的切换可以得到完成，这是我们重点汇报的公司。其他公司限于时间就不讲了，大家可以看我们近期发布的报告，关注我们的研究。☎



潮平两岸阔 风正一帆悬 ——医药行业国企改革及 近期投资策略

文 / 天风证券研究所医药行业首席分析师 杨烨辉

我主要针对国企改革在医药行业里面的投资策略做一些简单的梳理。整体我们认为在下半年医药领域里面，国企改革比较确定，也不排除下半年会有事件发生。

整体按照四个逻辑跟大家简单分享，核心观点第一国企改革在顶层设计上政策的落地，包括前期8月17、18号有关于员工持股计划。第二就是在整体设计里面，现在还有机会可以打，第一波央企已经显现出来，我们认为央企包括省级国企里，第一步做资产重组，剩下在省级国企会有机会（包括了直辖市和高校背景的如北大、清华还有中大）。我自己从国企出身，所以在此做重点的提示。再就是地市级国企，这种概念大家讲的少，大家一讲就是央企和地方，地方国企分为两级，一个省级一个地市级。在地市县级国企里面，我们认为有些小的标的，基数特别低，估值相对不高，同时它的盈利质量比较差，它的改善空间是最大的。比如梳理出来的联环药业，我们觉得这样的标的空间比较大。下面按常规的打法简单介绍。

第一，我们分享一些方法论，大家沿着方法论自己可以寻找标的。在方法论里面我们提供两个，第一个关于改革路径，改革路径已经是老生常谈，上午会里面很

多领导讲过，国企改革当前沿着三个路线，第一资产重组，并购和资产证券化。第二就是股权激励，包括高管和员工持股。这里面有一些公司已经完成了，是值得长期重点关注的。像我们去年重点推荐公司叫金华制药，大家认为管理层水平大家有争议。他们很早在去年，做了定增，我们一直在跟踪，我们能够感受到内心的渴望，人生之业规划最后一站，可以做的事特别多，发现有这样那样的效率低不够快。可以观察到，精华在2016年Q1得到了非常大的改善和提升。在这补充一下，员工激励是种机制，坦白讲在央企这种高比例参与定增概率已经很低了，但是在地方省级包括在地市县级里面出的概率就极其高。年年都存在预期，但是不是真能做，我们拭目以待。第三就是混合所有制，表现为引入非国有资本。

在医药行业里面，在国企里面我们接触比较多，长期下来我们看到混合所有制的改革，已经有改了但真正改了之后，是不是马上兑现到业绩里面或者财务报表里面未必。南京医药引进联合博资很多年，它的净利率为什么不马上能得到改善，也是打个问号，我们在寻找原因。还要绑定另外一个路径，就是员工激励，如果早先能够兑现，投资性会更大。这个逻辑大家

反复说了很长时间，能不能兑现，我们还在跟踪。战投里面分两种，第一种是财务型的，第二种是资源的，我们肯定欢迎带资源的。医疗领域里面，我们对接的PE比较多，包括最近在推进一些，大家可以看到宣传资料，在推进一些创新创业型的科学家做创业，再邀请他做互动。

可以发现，在中国敢投创新药，包括有专业识别能力PE的群体有，但其实不多。很多大家看完之后，发现可能就是财务投资。包括今天跟一些国企领导交流的时候，他们有这样的感触，谈合作谈了很多年，能够给到的东西不多。这里面还有一些不错，大家感兴趣会后也可以详聊。比如亚洲的礼来基金，他们非常专业还有很多类似这样的，还有这样的群体，他们能够介入进去的话还是有有机。我们跟这一类型战投也保持紧密互动，未来几年，会慢慢释放出来。

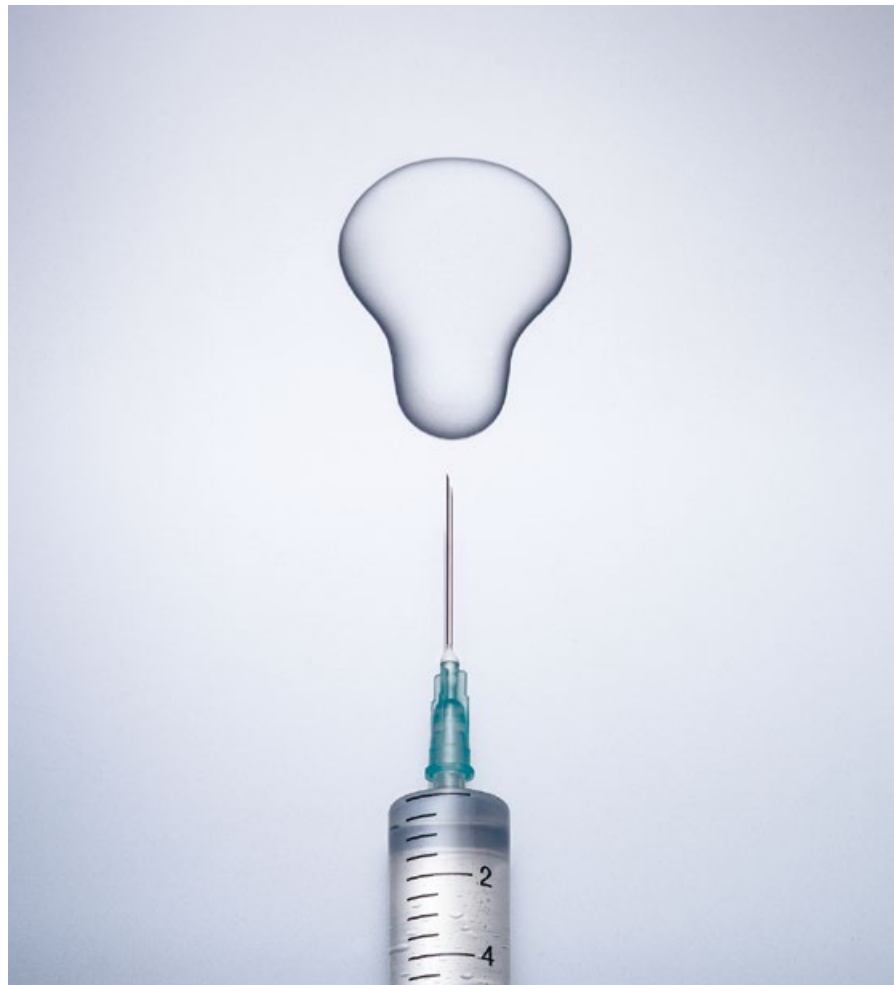
回到第二个方法论里面，就是央企、省级、地市级国企。央企短期看资产注入预期和混合所有制改革，中长期看财务改善和净利率提升。省级国企，我们单独把它提出来强化（含直辖和高校）结论还是一样，建议从改革弹性和改革确定性做方法论的研究和筛选。包括混合所有制会有标的实施，指望短期激励进来，省级央

企员工持股非常小，意义不大。中长期这些动作打完，再看盈利的改善。地市县级国企面，有些小公司值得跟踪和挖掘。比如说他们有一些改革的弹性、确定性问题，改革弹性取决于这是不是它唯一上市平台。有的基数很小，会影响结构的概率会变得更高，这里面就会有一些合适的标的。比如上海有三家，三家里面我们报告有梳理出来。第二阶段，再去说给它做资产注入，这个难一点。像金华制药第一阶段只能靠自己，只能先把自己解决，这就是我们这一年多以来，思考关于国企改革还算比较接地气的一些观点分享。国企改革当前确定比较强的应该是省级国企，部分地县市弹性比较多。

东阿阿胶属于地市县级的国企，更多激励做完之后，怎么做财务报表这一块，这点值得大家关注。华润万东，今年业绩其实已经改善很好了，把以前不好的地方打完之后，恢复到正常业绩的增长趋势上，已经很正常了。但是估值的问题还显高，未来我们认为，虽然引进了战投，真正引战投要有价值，战投要自己拿到控股权。大家看很多案例比比皆是我就不提了，只是引战投，这个必须是激励的。在改制我们会发现，参股托管比较难做。

省级国企（包括直辖市和高校背景）从改革弹性和改革确定性筛选，需要综合评估打一个分，哪个标的分值最高，不排斥主观因素在。在主观方面，比如市值小，讨论过程中会把这类因素交叉进去。我们发现公司发生了很大变化，值得高度重视。因为新的管理层已经到位了，大家在思辨，无非就是讲的三个路径。混改不需要了，第二有没有可能资产的整合，第三激励，我觉得后面两个路径我们值得重点观察和跟踪。对于第一医药，从纯粹方法论筛出来了，我们筛完之后发现符合我刚才讲的。它属于上海市，也属于直辖市属于第二梯队要推进的，怎么推进，因为最近上海国改炒的比较热。再者看第一医药的一些指标，如它的盈利情况，估值相对低，盈利质量其实可以看到，来看看去发现其实是一个壳，再来看看集团里面的资产，发现集团还有资产，梳理一下资产还是不错的，这里面可以博弈的东西就比较多。

地市县级国企级方法论差不多，第一阶段还要看财务报表的变化，来得比较快。



整体上大家可以看到，毛利率方面显然看到国企效率比民营低。这里面有意思的地方提一下，在研究过程中我们发现，央企 ROE 比率较高。包括最近我们在推荐的民企标的，能看到其实民企 ROE 不高，尤其需要 6 到 9 个月回款，资金使用效率还是低一点，估值方面也比较高。员工持股的推出，现在我们在观察，看尺度有多大，尤其在省一级，有可能尺度变得更大，这也是我们提的在省级平台里面，更多先做资产重组。第一批、第二批的试点变化名单在这里，包括改革之后的成果，这个都是公开信息，就不赘述了，大家感兴趣可以看报告，里面详细展开了。我们预期省级的国企改革也会快到了，建议大家大家对国企改革比较感兴趣的好好研究一下省一级层面的国企改革。

再需要跟大家分享的，就是近期的一些投资观点，近期我们有一个困惑，最近我在三个地方路演。看不懂估值体系了，医药估值体系很浮夸，你说贵、便宜也不

是很便宜，有些 PEG 已经大于 1，说贵发现市场找来找去没有什么东西可以配，今年喊了两波，但是关注微信包括我们报告可以明显感觉到，我们的口风发生变化。我们一季度末看多了，一季度很多出来我们建议可以多拿，包括弹性组合，包括稳健组合都有 30% 到 50% 的收益，慢慢后来不行我们又撤了，往回撤的过程当中，6 月中旬我们没有看到，我们当时很困惑，发现赚了钱开始调仓，大家感兴趣可以看我们的中报观点，一些措施可以感觉出来。开始调仓，只是调仓没有发生变化。问题来了，医药怎么推荐个股，怎么估值评估，我们想明白，最近跟策略聊的比较多，忽然发现撇开其他那样的事件，发现市场钱还是多的。就是因为钱多，我认为两点，受食品饮料影响，把白马的筹码投机性拿了，不是坚持看好三、四年的仓，长期来看这些人会出去。

同时分享两点感受，第一这个故事体系跟我们三年前故事体系不一样，三年前

我们的研究很有意思。我是 2010 年从实业进医药的研究领域，以前还管医药基金。那时候我们跟踪经销商、跟踪经销商跟踪大夫，我们了解产业变化，里面有一些变化我们自上而下找标底，现在可以找到一串标的跟踪住，每月刷它的销售数据。现在不行 2013 年到 2015 年失效，有效是研究方法论有效，我们可以重新研究渠道跟踪公司，表现我们今年推荐的标的，比如重推行的三家，我们开电话会议，两到三年效果出来了。这是我们的研究方法论，我们找到标的敢去推，而且在估值合理的敢推。估值高我即便看到增值情况，我还不推。

现在我们觉得沉淀下来方法论不一样。回到医疗整体性，我认为现在在这个节点，我们要配重配的一定可以看两到三年的格局。吃饭行情去掉了，现在应该你自己做饭了，上市公司扎扎实实把主业做好，想要选择这些医药筹码的投资者，你也应该扎扎实实研究好，两年三年投资出来，如果看短期很难。这个时候我们希望找到量价齐升能够持续延伸两到三年子行业，找到这样的赛道筹码放上去，跟踪企业，逐步随着时间换空间。回到刚才讲的话题，找到量价齐升，包括比较高的赛道不容易，需要很研究的扎实和跟踪。第一南京医药，我们认为两到三年，一定在这个赛道里面；第二像体检，我个人本身体检龙头比较深，包括有一个 3650 的体检



套餐，建议大家一定要做，脑部的扫描大家都做得少，回到这个赛道上现在贵，如果有回撤是慢慢进入布局的阶段，尤其是当产业整合进一步往前推进能够形成集中的时候，就不会继续抬价，提价变得更快了，这是体检赛道；第三赛道是上市流通，大家看服务很好很贵，制造业年年希望控到 30%，会经历一个阵痛，需要一些等待的时间。

上市流通大家看的比较少，去年炒电商做概念多一点，我更看重是业绩，现在不一样，我们观察跟踪流通，有一些博弈在里面，但是是一个中长期值得战略配置的品种，放到后面可以再求证。很简单两个逻辑，行业在 5 月份的营改增，行业起来一些龙头。第二还有营改增，OTC 我建议大家下调中报预期，6 月份、5 月底影响了一个月的发货，OTC 存在风险，因为营改增，地税从国税而来，要不要票都是原价，现在出现阵痛，很多人不相信这个阵痛。企业很清楚，现在是大包商，在医院有开户，一两个品种靠关系进去的，现在这类越来越难了，要靠抱大腿。回到个股前面来，瑞康也不错，一季度、二季度是 36%，这是博弈面的。这个平台上为什么能够持续，因为它带的品种在变化，能不能持续很简单，持续拿到大医院订单。未来三年有 30% 的增速，机会比较大，拿得住，30% 的收益肯定在。大家一起紧密跟踪渠道商的各个环节，这个时候肯定是

买入的时候。

补充一个我比较擅长的投资逻辑，我们团队大家都知道，从 2014 年建立团队以来，我们挖掘了很多弹性变道的。我自己讲，我比较研究方法论，我能够站第一梯队。推荐的双龙等都是我们在很早挖掘的转型并购，但跑到现在我认为，一个转型再叠加还有一些，在创新领域，回到一开始讲的，现在不是吃饭行情是做饭行情。一定要有这样的资源做，现在会建议更多整合不是资产而是资源，资源最核心的是人。会发现越来越多这样的平台，换了战投，大股东一夜换人了，就不灵了。怎么做，一定是整合资源不是整合资产，这是第一；第二恰巧还有上市公司做整合，怎么做，我们背着命题，我们出国待了半个月去考察，我们考察了跟投行医疗事业部对接，我们访谈了得了结论，他们非常专业是专业性的投行，他们在专业的基础上的，已经布局了接触很多高层的资产，海外的创新研发型资产，不一定有特别大的利润。很多海外的一些医药愿意出来，想跟国内平台合作，为什么？共享经济大家比较时髦的词，最近被共享经济洗脑了，最近跟专家库对接，包括也在跟高端媒体国家智库对接，发现共享经济非常有效。现在一些百亿公司很愿意把股权释放出来，引进这样的，再进行资源整合，这样比我们同行帮他做更适合，而且更专业，而且更看清方向。海外有一个顾问很专业，通过顾问团做定价，大错不会犯，小错没有关系，只要方向是对的。

我认为，我们在推动一些创业型科学家，跟大家做互动，跟二级市场提前互动，已经做了四、五年，有些产品在二期，在三期已经出来了。像这类型公司里面，有很多机会在里面，会跟产业资本进行融合，能看到明年会集中出现创新很多药物会冒出来，会提升整个行业的估值。我基本上先给大家简单过了一遍，欢迎会后跟我们讨论。④

首先从我们的观点就是从全球来看银行板块的 ROE 水平和他的 PB 估值是正相关的，中国估值是明显的偏低的。

第二个观点，我们从历史来看 A 股的银行板块估值处于一个底部，但是能上去多少是一个问题。

第三点，我们觉得我们还是谨慎乐观，到年底整个板块的估值水平修复到 1 倍左右 PB 的水平，大概还有 10% 的空间。

最后一个愿景，我们觉得，经济企稳，不良出清，中国的银行板块的估值可能会

有一个显著提升。这个主要看改革到底有没有用，可不可以起到实效。

第一，大家可以看一下，中国在这里，大家可以看到全球主要的国家我们都列在这里。全球主要的国家来看，他的一个银行板块的 PB 的水平，我们用的是最新的数据。你可以看到他的 PB 水平跟净资产收益率水平是呈现一个明显的正向相关的东西。

所以你的 ROE 水平高的话对应你的 PB 的水平就应该高。所以你可以看到中国在全球的银行 PB 板块是在中间的一个

位置，比较低的就是日本、意大利、韩国。对应的日本的 ROE 水平是比较低的，日本是在 6% 左右。因为日本的净息差全球来看是非常低的，负利率对银行收益的影响是非常大的。

这个不良贷款率跟 PB 的关系，这个我们可以明显的看到，PB 的估值水平和不良率是没有显著的关系。但是可以看到其实中国的不良率的情况，如果你按账面他披露的水平商业银行是 1.75%，这个从全球来看是非常低的水平。但是我们考虑到他真实的不良率，大概是百分之四

这个是银行板块估值的一些理论的东西，我们觉得 PB 的决定是两个因素，一个是你的分子因素，一个是分母因素，分子主要是你的业绩，主要是你的息差、非息收入和你的资产质量。分母就是你的无风险利率下行的话其实对于你的估值水平是有一定的提升作用。

观察 2001 年到现在银行板块 PB 的估值变化，2001 年到 2004 年是大概五倍的 PB 的上下水平，当时倍数是非常高的。再往后是不断的下移的，到上一波牛市的时候他最高还是到了 7 倍的 PB，也是非常高的水平。目前的话这一轮 2014 年大牛市启动前整个 A 股银行板块最低到了 0.82 倍 PB 的水平，一两个月前他也在零点八几倍 PB 的水平，这是一个非常大的底，未来一两年我都觉得这是一个底。

可以看到不良率的上行其实对你的 PB 水平的压制没有那么严重，你可以看到上一轮牛市，就是 2014 年这一轮牛市的时候银行股的 PB 的水平的上行是非常快的，不良率的上行也是非常快的。整个银行不良率从 2011 年到现在有一个快速的上行的过程，但是这个毫不影响他牛市的大涨。牛市之后，我们看到净息差是非常显著的下行，从 2014 年到现在我们的净息差是一个显著的下行，我们的估值水平也回到了之前的位置。

我们最近发现，因为我看固收比较多，关注宏观也比较多。最近银行板块的走势跟你十年国债收益率的走势有非常强的吻合，这一轮牛市开始的时候，实际上国债收益率下行也是非常明显的。可以看到银行板块的指数上行是非常明显的，这个走势是非常一致的。

最新这一波银行板块的估值水平我觉得主要就是资产荒推动了整个无风险利率下行，催化整个银行板块的行情。看到这边就非常的明显。

所以这个情绪是传染的，我们现在固收都讲大 FICC，我们看大类资产配置，不要紧紧的盯着股票来看，固收也应该看。

基本面出现一个改善的信号，我们上半年的息差基本见底，非息收入这块未来几年我觉得增长是可持续的。去年以来的那一波，包括你大宗商品的价格上涨，包括房地产的销售混乱，最新 2016 上半年整个房地产行业的不良率出现明显的下

降，包括你的地方债置换对于银行板块就体现你不良放缓的。最新披露了几家银行的中报来看，我觉得中报的业绩情况好于我们预期的，也是这一波对于银行板块的预期有一个助推的作用。

这一块大家可以看到在资产荒之下银行板块是不是一个好的标的呢？我们觉得是的。我们跟债券基金经理交流，现在的国债收益率到 2.7% 的水平，你还不买一个金融股，金融股的收益远远超过国债的收益率。国债收益率到这个空间下面的风险越来越大，空间可能还有，但是没有那么大了，你还不买一点银行股。所以我一直在劝债券基金经理买一些银行股。

目前我们还是非常担忧，房地产投资增速回落，年底经济下行的风险比较大。这块因为整个经济体的下行传给银行业是比较慢的，明年上半年不良压力会增大。这块就看到底怎么做，怎么走，那就看未来是不是 PPP 发力，民间投资是不是有一些空间。我们跟一些银行有聊过 PPP，可

能最近好像稍微快了一点，因为部委推的比较多。但是去年的落地情况其实非常的不乐观的，目前大家只能看看 PPP，看看产业基金是不是可以推动整个实体经济往上走一走。

但是我觉得我们非常憧憬的一个愿景就是如果中国的国企改革可以取得实效，中国的民间投资可以重新往上行，中国的实体经济可以企稳，那么银行业的不良出清可以比较快的到来。我们觉得银行业的板块估值水平会大幅度上行，至少整个板块回到 1.3 倍以上，这一天到底什么时候到来？最快是两三年之后，我觉得还是比较漫长的的一个等待过程。

所以最终我们预期，可能银行整个板块的 ROE 的水平会稳定在 12% 的水平，较当前 15% 的水平还是有下行的空间。所以最终这一天的到来，作为银行业研究员我们也是非常欣喜的，但是这一切取决于国家卓有成效的国企改革以及下面执行情况。④



文 / 银行业首席分析师 廖志明

八几的水平，最近情况大概是 4.78% 还是多少。其实 4.78% 放到全球来比大概跟全球平均水平差不多。2015 年末全球的不良率的不良率水平大概是 4.3%，这样没有那么恐怖。

这个是银行板块的估值水平和息差的关系，大家非常担心利率市场化的影响。开始的时候，担心央行的降息对市场的影响到底有多大。可以观察一下，左下角美国过去三十多年的净息差的变化，美国大概七十年代开始利率市场化，九十年代基本完成了，对净息差没有多大的影响，目

前是 3%，依然是非常高的水平。

这个是中国的一个净息差的水平跟全球主要国家的对比，全球比较低的一个国家就是意大利、日本，比较高的就是美国、印度，还有那些发展中国家。全球平均来看净息差还是高达百分之二点五几，比中国当前的水平是要高的。所以不要觉得中国银行业一直是暴利，其实全球来看都一样。其他国家很多净息差也挺高的。

这个是全球主要的一些的商业银行的非息收入占比，中国大概是 25%。全球的发达国家非常著名的银行来看大概

是 40% 到 50%。我们看到国内的 A 股的银行当中招商银行最新的数据是 39%，已经接近发达国家的水平了。平安银行也是 35% 的水平，也是非常接近发达国家的水平。我们其实有一些非常优秀的银行对利息收入的依赖是下降了。像招行现在是在控制资产规模扩张，提高非息收入占比。

此外，中国的拨备覆盖率是超过主要国家的，中国是 180% 的水平，大部分的国家不到 80%。所以中国在覆盖不良这块是有很多的储备的，不用过度的担忧。





A 股公司触角纷纷伸向新三板，用资产收购或装点业绩或谋求转型。新三板如果出现流动性攻坚战，A 股中小创公司会出现提升业绩的新路径吗？天风证券中小企业服务中心陈伟做客央视财经频道 9 月 21 日晚间的《市场分析室》，对此进行深入解读。

主持人：我们注意到近期新三板出现的一种情形：越来越多的新三板通过并购向主板注入资产，A 股也对新三板的企业进行并购、资产注入，这开始形成了一种潮流，怎样理解这种现象呢？你认为会成为形成 A 股市场未来提升业绩和投资的新的契机吗？

陈伟：这是新三板发展的必然结果。因为新三板由于政策因素，很多新三板龙头公司的估值在不断下降。我们可以看到新三板创新层，也就是最接近 A 股创新板公司的类型，2015 年估值就有 24 倍。我们知道上市公司从一级市场上收购的优质标的，目前普遍市盈率是 2016 年的 15 倍到 20 倍。这个水平来看，新三板的龙头公司目前只有 20 多倍情况下，必定会获得很多上市公司的青睐。因为新三板聚集大量的信息技术类、文化传媒类公司，他们的业绩是非常好的。从半年报情况来看利润增速在 50% 这个比率的是大于创新板的，这些公司又有比较低的估值自然会引来上市公司的关注。我们从今年发公告的情况来看，这样的案例大大超过同期情况。这表明新三板成为很多 A 股公司的掘

金石，上市公司通过掘金新三板能很快提高自身业绩，或进入新的业务领域。

主持人：关键是我们应当怎样看待这场掘金行为，因为几年前整个市场形成一种共识，当时大家都去投资中小创，因为中小创成长性好、投资比较快，很多管理层也愿意通过外延式并购提升自身业绩。这一轮您觉得 A 股公司通过并购新三板当中的资产，会不会成为未来投资并购的新的主题？特别是平衡市的时候，投资者会比较青睐并购重组的概念。

陈伟：我觉得应该会成为未来的投资主题。首先整个并购重组，有收紧的意思。管理层对于 A 股并购资产承诺不明或者未来前景不明的公司有很高的审核门槛。我们知道新三板公司业绩或者信息披露的程度是好于一级市场的标的。毕竟它通过三板挂牌的话，它的信息透明度、规范程度都好于一级市场的。另一方面，新三板虽然总体业绩是不如创业板或者主板的，但是还是有很多龙头公司出来，这些龙头公司有很大的成长空间，这也是很多 A 股上市公司特别看重的利好点。

主持人：你感觉未来新三板流动性的提升，究竟是通过自身，是它成为场内市场的一部分，自身的流动性获得提升和改善；还是说 A 股的并购与重组，和与 A 股的结合成为未来非常重要的一个出口？

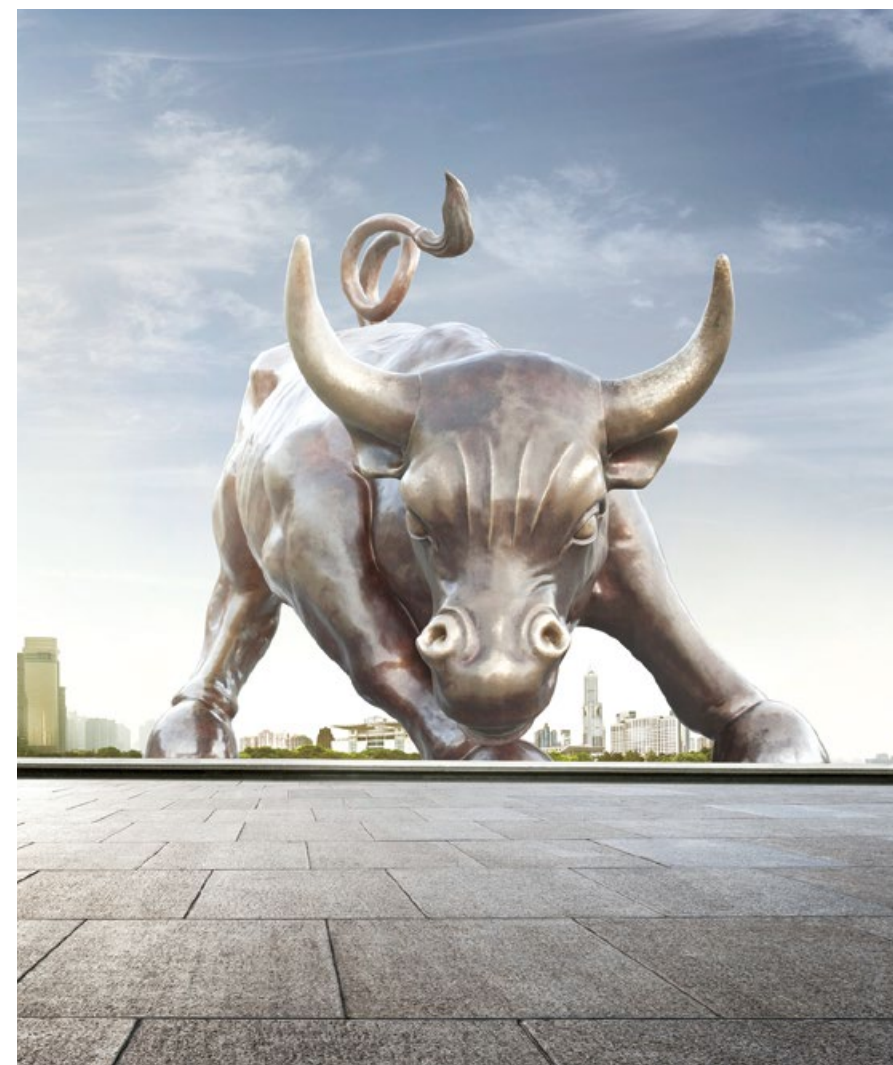
陈伟：我们认为两方面都会发展，第一方面，目前新三板会通过自身优胜劣汰的机制，使得好的公司逐渐凸显出来。未来市场有限流动性会向龙头凸显，我们知道在纳斯达克市场，虽然公司很多，但是只有极少数优质公司才会有流动性。未来三板市场也会出现这种情况，因为三板市场流动性不会像 A 股那么好，即使改善之后，未来有限流动还是会流向龙头公司。

实际上我们从今年以来，虽然新三板流动性不详，但是很多 A 股市场上的明星公司，比如华强方特这种利润又高，成长性较好的公司，始终流动性保持比较好的情况，成交也比较活跃。首先新三板可以通过自身市场的改善，提高流动性。

第二个借助外力也可以一定程度上改善流动性，我们认为上市公司收购新三板就一定程度上奠定了新三板的估值底。现在新三板的估值水平，尤其是龙头公司的估值水平接近一级市场的水平。另外产业资本对新三板最有定价权，我们知道新三板整个市场目前来看投资者结构是不均衡的，有很多私募投资者不具备定价能力。新三板很多投资者，我们认为产业投资者最有定价能力，他们会决定未来新三板估值的底部中枢。

主持人：这里面我有两个问题，第一个，您提到最近 A 股对新三板上市公司的并购可能会形成一个新三板的估值底，现在就您的统计这个估值底是个什么水平？

陈伟：从整个新三板的情况来看，估值已经从去年的 2015 年 4 月的 40 多倍的估值，现在已经掉到 20、30 倍的估值。其中龙头公司 2016 年的动态估值可能只有 20 倍左右。比如创新层很多信息技术类公司普遍都不超过 30 倍，这样一个估值水平我们认为是应该回落到一个中长期可以接受的水平。我们知道证监会对新股定价也就是 20 倍到 25 倍，我们认为新三板维持在一个合理的估值水平。



主持人：您刚才谈到信息技术板块，有没有相关数据，A 股比较青睐并购的新三板公司集中在哪些行业？

陈伟：我们进行了统计，今年 2016 年以来的话，有 86 起上市公司并购新三板的例子，我们可以发现信息技术行业有 10 多家成为 A 股上市公司的并购标的，这个比例在所有行业中最多的。这说明信息技术行业的龙头公司更容易获得 A 股上市公司的青睐，这也是很自然地。从信息技术行业来看，无论是新三板还是 A 股信息技术行业的利润增速是最高的，自然很多投资人愿意在这个领域去淘金。第二方面，信息技术行业在新三板，目前相对于主板还在估值洼地。❷



警惕， 掉进“用户思维”的陷阱

文 / 李州立 路江涌
来源：哈佛商业评论

近年来，用户思维成为流行的企业战略思维。它强调在战略设计和决策过程中针对用户痛点，在产品设计上强调用户体验，在产品推广中推崇口碑营销。很多企业在互联网浪潮中把用户思维的作用无限放大，甚至神化。

然而，用户这个“上帝”并非是万能的，用户思维是有局限的。用户会由于个人的知识、信息、经验和能力的限制，而做出很多错误的判断，或对企业提出误导性的问题。

◎ 小测试

《经济学人》网站曾推出一个征订广告，你会选择下面哪一个订阅方式？（单选）

- 电子版 - 每年 59 美元
- 印刷版 - 每年 125 美元
- 电子版 + 印刷版套餐 - 125 美元

怎么会有人去选第二个方案呢？《怪诞经济学》的作者丹·艾瑞里教授为了回答这个疑问，在两组学生（每组 100 人）中做了个实验。第一组面临如上的 3 种选择，第二组则去掉了似乎毫无意义的第二种方案。结果是：第一组 16 人订电子版，84 人订套餐，而第二组 68 人订了电子版，只有 32 人订了套餐。

两个方案巨大的差距归结于那个看上去毫无意义的第二个方案对潜在消费者所产生的神奇“对比效应”。通过引入对照产品的“托”来引导消费者的选择，《经济学人》的广告方案提升销售 40%。

当企业把用户作为营销的对象，利用用户思维中的弱点与盲点，将产品营销出去，获取更多利润。从这个角度看，消费者的理性局限越大，企业就越容易赚钱。但如果企业需要听取用户的意见，察其体验，解其痛点，甚至视其为产销者（prosumer），那么，思维局限性越高的用户给企业提出的反馈就越不靠谱。

企业应该如何识别用户的真实需求，突破用户思维的局限，做出更恰当的战略决定呢？对这个问题的回答也正是营销学视角与用户基础战略视角的重要差别。前者更重视的是如何利用消费者的弱点与盲点，扩大销售额与利润；后者侧重于如何帮助用户解决真正的痛点，创造用户价值。

用户思维的局限

用户并非完人，其思维的广度与深度往往会受以下三个维度的局限所束缚，从而影响其对企业反馈的准确性和效用性。

第一个维度是用户在“技术采用生命周期（Technology Adoption LifeCycle）”所处的位置。

这条曲线按采用新技术的过程将用户分成 5 个部分，包括创新者、早期采用者、早期大众、晚期大众和落后者。企业可以利用“技术采用生命周期”把自己的用户分类，并根据不同用户的特征分析可能的用户思维局限。

如果企业的主流用户是产品的创新者和早期采用者，那么用户的反馈虽然对企业突破性创新有帮助，但也许并不能很好地帮助企业跨过进入主流市场的鸿沟。相反，如果主流用户是技术采用的落后者，那他们所提供的反馈意见可能会帮企业进行延续性创新，但可能不会很好地帮企业实现突破性创新。

企业必须能够有能力区分不同用户群体的特点，做到因地制宜，才能帮助企业找对正确的人群，听取正确的意见。

第二个维度是用户在企业战略空间里所处的位置。

传统意义上，企业与客户之间上下游的关系似乎十分稳定，即企业生产出的产品或服务沿价值链交付下游用户使用。然而，稳定的上下游关系会限制用

户反馈意见对企业创新的价值。这些用户的反馈意见可能会帮助企业更好地开展渐进式创新，但对企业面临的颠覆式创新挑战警示作用不大。

平台企业和用户的关系更为复杂。平台企业在多个边上有不同类型的用户，不同用户的特点和需求差异很大甚至相互矛盾。平台企业的一个特点是：“羊毛出在猪身上，狗来买单”。但如果向猪去咨询什么样的骨头更好吃，或问狗哪种猪饲料更可口，只会被用户局限所蒙蔽。只有将不同类型用户的需求和反馈进行区分、整合，才能产生协同价值。这个道理似乎很浅显，但在多边或多节点的商业空间中，企业很难明确给用户分类。

另外，用户与企业的关系也可能发生变化，在某一时间点上可能是猪，另一个时间点上可能是狗。平台企业须清楚地分析不同类型用户的特点，才能充分服务他们的需求。例如，货运平台“运满满”在起步时，致力于货运市场的完全去中介化。但当他们真正深入市场后，才发现中介提供的信息价值和为货源背书的信用价值。在“运满满”的平台上，不仅有货主和货车司机两边用户，有价值的中介也成为合作伙伴。

第三个维度是用户的时间维度。

用户的时间维度可以理解为用户使用企业或产品的总时长，与用户忠诚度或



粘性有关。用户使用企业产品时间越长，用户粘性就越高，用户终身价值也越高。这也是为什么很多企业强调把用户变成粉丝，甚至脑残粉的重要目的之一。另外，用户忠诚度须建立在产品和服务满足用户需求的前提下，用户只会选择对自己最好的产品和服务。即使产品或服务靠价格措施（如补贴或打折）获取大量用户，用户忠诚度也很可能是建造在沙滩上的城堡，竞品或替代品很容易夺走用户的关注。

猎聘网在设计商业模式时，尝试打破传统招聘平台的广告商业模式，而是把“让职场人更成功”作为企业的使命，打造企业、个人和猎头互动的职业发展平台，把猎聘网变成“职业发展会所”，提高用户粘性。

辨别“需要”和“需求”

企业应当怎样才能避免被用户噪音所困扰，练就雾里看花的慧眼，识别对企业有帮助的用户的真正需求呢？在回答这个

问题之前，我们必须首先明确需要与需求的区别。

需要通常指向具体的事物，比如说，“我要某某功能”，需求则为需要的底层动机和背后原因。例如，“纷享逍客”（原名“纷享销客”，一站式移动办公平台），在其成长过程中发现，如果一味地满足用

户”角度思考用户为什么需要“柯达时刻”。如果柯达能够不断寻找用户的真正需求，也许不会这么快走向衰败。

同时需要注意的是，在同一需要（是什么）背后，可能有多个需求（为什么）。如果企业能够洞察和挖掘多层次的需求，就可以将产品重新定位，甚至避免在颠覆



户的所有需要，产品会变成各种功能的叠加；而只有在适当的时候做减法，将产品做轻，才能更好地满足用户的核心需求。

乔布斯有一句名言：“消费者不知道自己的需求是什么”。如果一味去满足用户的需要，局限于“是什么”之类的问题，而不是基于用户需求分析回答“为什么”之类的问题，那么解决方案将会止步于满足用户浅层需求，企业也会陷入决策困境。比如，柯达这个全世界胶卷界曾经的带头大哥，虽然最先把数码相机推向市场，但却一直困扰于用户是要胶卷还是数码技术这一“是什么”的问题，而没有从“为什

么”角度思考用户为什么需要“柯达时刻”。如果柯达能够不断寻找用户的真正需求，也许不会这么快走向衰败。同时需要注意的是，在同一需要（是什么）背后，可能有多个需求（为什么）。如果企业能够洞察和挖掘多层次的需求，就可以将产品重新定位，甚至避免在颠覆

挖掘用户真实需求的 5 种方法

1. 直接询问法

如果说重要的事情说 3 遍，那么重要的为什么就要问 5 遍。5 个为什么（why）提问方法是丰田公司首先提出的，用来探求问题的根本原因。由于 5 问法的简单实用能够帮助使用者迅速地对问题求解，已

被广泛应用在各种持续改善法、精益生产法之中。比如，百老汇经典剧目《长靴妖姬（Kinky Boots）》讲的是一个男士鞋厂通过发掘用户深层需求，成功创造利基市场的真实故事。

一家英国的老牌制鞋厂由于生产成本过高濒临破产。一天，鞋厂来了位想修复女式高筒靴的男顾客。一般的店家可能只是将靴子修好，停留在满足是什么的需求层面上。

但该厂的老板却十分好奇，问了 5 个为什么：

- （1）为什么一个男顾客要修复女式高靴？这个答案并不是该顾客想帮他的太太或女友，而是为自己修鞋。
- （2）为什么他会穿女鞋呢？因为这个男顾客是有易装癖，喜欢穿女鞋。
- （3）为什么他的鞋坏了呢？因为他身材高大，而为女性设计的高筒靴的鞋跟太细，承受不了他的体重。
- （4）为什么不能用耐用的大号女鞋代替？因为它们不够华丽，性感。
- （5）为什么市场上没有既美观性感，又适用于体重大的用户的女靴呢？

因为一般的鞋厂如果只针对女性用户，不需要将鞋跟加固；如果只针对传统男性客户，则无须将皮靴设计的如此华丽。这家鞋店的老板意识到这可能是一个蓝海商机，因为在市场上没有满足这一需求的产品，而随着社会的开放和多元化，这位男客户的需求代表着一个新利基市场的产生。

2. 三角测量法（Triangulation）

如果用户不能很客观地陈述自身需求，询问法可能无法有效探知用户的真实需求，那么企业可以借助第三方来更公正准确地了解用户需求，并寻求相应的解决方案。比如说，近年来成长迅猛的跨境电商“小红书”通过深入研究发现其主要客户群体是比较爱购物，而并非是特别喜爱购物的女性用户。

这个比较爱购物的女性用户群往往有购物的意愿，但并没有足够的时间或能力去识别要买哪些具体品牌系列的产品，她们的需求往往是需要通过社区中的意见领袖（即特别爱购物的用户）来表达出来。根据这个特点，小红书通过作为第三方的



意见领袖和多维度社区数据筛选好产品，进而对用户进行个性化推荐。

3. 移情法

以上两种方法是从与用户的沟通交流中了解用户思维的局限。但如果你的用户无法很好地将自身需求表达出来怎么办？甚至是用户周边的人群，可能也会因为自身的局限，无法探索出用户的深层需求。比如说，婴幼儿产品企业就无法单刀直入地质问孩子，“5 个为什么”可能会将孩子吓坏；而孩子的父母也并非育儿专家，很难精准地描绘出孩子的需求。这就需要企业细致观察，进行换位思考，剥茧抽丝地挖掘用户需求。

移情法是设计思维的常用方法，通过移情或同理心（empathy）来体察用户的需求，设身处地感受痛点产生的原因并为用户提供帮助和解决方案。比如，Keep 运动瘦身 APP 的创始人王宁就是通过其自身的瘦身经历和需求开发了 APP，在产品开发中一直坚持这种移情的方法来满足用户在健身方面的细腻需求，使得 Keep 在不到 300 天的时间拥有了 1000 万的用户。

4. 溯因法

如果说移情法通过换位思考感性的体察用户需求，那么溯因法则是像侦探

一样去洞察捕捉用户隐藏的需求。溯因法（abductive reasoning）不同于大家熟知的归纳推理（induction）与演绎推理（deduction）。演绎推理是基于已知的前提和情形进行的推理；归纳推理是根据一类事物的部分对象具有某种性质，推出这类事物的所有对象都具有这种性质的结论。溯因推理是从某个观察到的现象出发，通过生成假设，为所观察的现象做出最佳诠释。

比如，麦当劳经过认真观察用户，惊奇地发现：购买奶昔的用户，大多是在早上 8 点前，而其原因是为打发早上开车上班的无聊时间。然而由于这些行为动因十分隐秘，所以用户自身不会刻意地去分析需求真相。意识到这一点后，麦当劳让奶昔变得更浓稠些，这样既可以更好地帮助用户填饱肚子，又可以让用户吸奶昔的时间更长。套用溯因法，麦当劳首先观察到用户的行为（在早晨开车上班的路上喝奶昔），再推出用户行为的原因（上班开车比较无聊），从而探求用户需求的深层次原因。

5. 引领法

亨利·福特曾说过：“如果你问你的顾客需要什么，他们会说需要一辆更快的马车。因为在看到汽车之前，没人知道自

己需要一辆汽车。”用户远非先知先觉，企业往往须跳出时间的局限，引领用户需求。

“立足未来，创造未来”不单单是科幻小说中的情节，也是很多新创企业的座右铭。越来越多的高科技企业尝试在未来学家的帮助下跳出用户思维的局限，从而更好地预知并引领

用户未来的需求。比如，英特尔的未来学家 Brain Johnson 在接受《福布斯》杂志采访时表示：“我的工作是在往后看 10 年、15 年，然后拿出一个人与计算机互动的方案”。

预知未来的作用并非为了构建一部精彩好看的科幻小说，也不是基于精密的思想实验，而是需要企业在对未来科技进步进行探索的过程中，融入用户的需求作为变量；同时，在与用户互动的过程中，能够植入基于科技进步的前瞻性引导。

预知未来需求依靠的并不是水晶球，而是基于大数据分析和科学方法。要想预知未来，企业须大胆假设，小心求证，随时获取用户对未来需求的反馈，并结合高科技手段，不断修正对未来的预期，并将之与未来需求相结合，从而创造新的风口，引领潮流。④

我认识的天风人

文 / 天风合作伙伴 孙海月

孙海月来自一家与天风合作的公司，与天风相识在 2015 年 2 月，经过一年多的合作，孙海月深感天风人的勤奋好学、年轻有活力，同时也被天风人坚毅的品质和工作热情深深感染。本次编辑部特邀请她为大家分享她与天风的故事，同时感谢孙海月分享她对天风人的感受。



打开天风的官网主页，在“了解天风”这栏里，就能感觉到满满的正能量。

一个个殊荣、一个个动态，天风用实际行动来告诉我们，什么叫「眼界 成就一切」。

无论是从产品方面还是从公司业绩方面来说，天风都拿到了令人钦佩的成绩。那么今天的眼界和成就从何而来呢？我想这些来自于人。正确的说是天风的他和她。自从我司跟天风合作后，在业务上接触到的每个天风的人都让我感觉到勤奋，好学。

天风人 勤奋·好学·友善

她，是我因业务关系接触最深的一个天风的员工。是会计部门的一个小姑娘。当双方公司开始逐步合作，我们会会计这一块也要着手时，听说担任会计的是一个刚大学毕业的小姑娘，我们多少是有点担心的。

刚起步的会计处理，要跟双方整个动态和方针有着密切的关联，需要在整个交错复杂的还没定性的情报里迅速找到哪些地方是跟会计有关联的，还有在会计处理上要把两个合作方的需要和意愿综合起来

考虑也不是件容易的事情。为了更尽快的让她熟悉我司的情况，我和我们部门经理一起前往天风开了会。让我们有些惊喜的是刚刚工作的她对我们的种种要求都能充分理解到，并对我们的提问做到很准确的回答。当时我们就觉得我们的顾虑多余了，这个小姑娘完全可以胜任。后来了解到在遇到棘手问题时，她经常查资料加班到深夜。我司有什么要求和疑问时她都会很友善的不耐其烦的对应。她的勤奋好学，对我们顺利完成工作起到了很大的帮助。

她是优秀的天风人。

天风人有着坚定的毅力·看待事物的主见·很高的行动力

他和她，是因我司和天风的定期人员互换机制相识的天风的员工。因定期人员呼唤机制每年都会有天风年轻的员工来我司短期研修。在通过一起讨论某个课题和平时的聊天，发现他们有着坚定的毅力。

有一次我们一起讨论某个课题，需要浏览大量的专业日文网站。其中有些网站的内容对日本人来说都很难理解。一开始，我们都认为对不会日文的他们有些困难，有点担心他们不能完成课题。但是，面对这样的情况，他们没有气馁，始终保持对工作的热情，用 Google 翻译软件逐句翻译。他们甚至利用下班时间和周六周日的休息时间进行翻译、理解。遇到问题，他们会虚心若渴的请教我司的员工。凭着这种坚毅的精神，他们最终在短时间内出色的交出了令人惊叹的满意答卷。

不仅如此，他们对看待事物都很有自己的主见和想法，而且有很高的学习意识，对工作也很自觉和充满热情。在一起讨论某个课题，对于某些观点，他们很直观的表达了自己的想法和建议，对于可实施的方案，也表达了立马付诸行动的行动力。

他们也是优秀的天风的人。

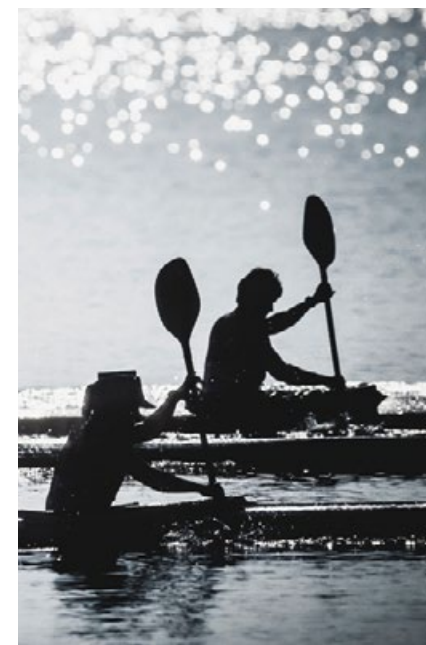
天风人 专业·年轻·有活力

她，是来我部交流工作经验认识的。我们在开会时间问过她，天风的特点是什么，她不假思索的回答，是年轻有活力！确实，她还不到三十，但已经是业务上的一把手，任何棘手的问题也难不倒她。

他和她，是天风上海自营分公司团队的员工。他们个个专业，但整个团队的平均年龄还不足 30 岁。

他和她，是天风的领导层。天风的领导层同样是真的很都年轻有活力。通过定期开会，也和天风的领导层有过交流的机会，他们身上有种莫名的力量，话语间能让你感受到这个年轻的团队不仅专业，还有活力和决断力。让你不得不信，他们想做到的事情必能成功。

他们是天风优秀团队。



我曾问过来我司短期研修的天风同事，告诉过我们，在天风证券，年龄不是问题，无需去猜测和琢磨管理层的喜好，只要脚踏实地做事情，术业有专攻，那么机会就属于你。

我司定期会举行 Future Workshop，会请来各界著名人士来我司给员工开学习研讨会，激发员工的工作热情。上一次请来的是著名的投资家谷家衡先生，而他投资的公司有在短短一个星期内 5 家上市的惊人记录。有人问到什么是最正确的投资方法？谷家衡先生答，最正确的投资方法就是投资于人，谷家衡先生还说，他个人因经营模式被吸引而投资的都失败了，但是成功的都是那些因看中的人而投资的。我司在投资时是对是否投资进行综合考评时，特别注重人，一定会对被投资方的经营者做很全面的分析。在我与天风合作这一年多来，虽然接触的天风人不是很多，但个个都非常优秀。个人的优秀一定是跟优秀团队的培养与支持是密不可分的。所以我认为天风是个庞大的优秀人的集合体，正是这些天风优秀的他和她，用他们的眼界，成就未来。❶





生日快乐

Happy Birthday

9月

武汉总部：黄其龙、邵泽宁、刘翔
债权融资总部：韩大庆
投资银行总部：徐浪、胡开斌、蔡晓菲、文尚德、李华峰、潘威敏、孔海宾、顿忠清、朱森阳
企业融资部：张逸潇
债券业务总部：徐利刚、张洛、张光兴
固定收益总部：田赛
并购融资总部：储晓腾
中小企业服务中心：肖苏、杨辉、韩中福、杜欣予、周航、陈磊、张锐、王若为、
创新金融部：冯灏、王欢、刘天智
企业金融部：蒲森
研究所：肖汉山、姜禄彬、刘经国、马赫、李靓一、施苗苗
网络金融事业部：孙隆忠、杨春华、岑妹妹、北京证券承销分公司：杨逊、曾成、姚良、杨琪瑞、田建兵、聂晋
上海资产管理分公司：许欣、周新宇、赵雷、王彩琴、刘刚、阮素慧
上海证券自营分公司：孙亚伟
安徽分公司：朱林
天津分公司：裴英杰、李育飞、张玉峰、王蒙蒙
江苏分公司（筹）：王帆、许重阳
大连分公司（筹）：张宏
运营中心：谢香、罗黎
营销管理部：陆丽萍、付艳霞
产品服务部：杨晨、曾胜澜
信息技术中心：李鹏、饶保俊、丁爱军、吴秋明、王枫
资金计划部：罗源华、谌晓琴
财务核算部：汪纯、汪一霖、孟璐
资产托管部：熊铎、钱坤、张熙、夏璐、张友
风险管理部：龚晔
人力资源部：鄢呈玥、王莹
行政中心：何留柱、程霁瑜
董事会办公室：曹正
大连中山路营业部：付琦、邹颖洁、何毅、张笑远、宋凯
大连天河路营业部：李莉、赵薇
大连普兰店营业部：董祺
武汉八一路营业部：付京、叶帅、胡小伟、游海龙
成都一环路东五段营业部：王妮、卓越、覃帮秋、陈小林
成都高华横街营业部：李碧艳、何沛龙
江油李白大道营业部：潘江澜、钱锋

新津武阳中路营业部：陈蕴
资阳广场营业部：谢兴成、舒亚林、张奕、王洁、刘祥勋
什邡奎峰北路营业部：邱亚林、钟露
南京建邺路营业部：李婷
深圳滨河路营业部：舒松、金利萍、杨帆
武汉佳园路营业部：黄艳莉
武汉唐家墩路营业部：谢天
襄阳长征路营业部：谌悦、潘振华
京山轻机大道营业部：尹欢
杭州教工路营业部：林挺
上海芳甸路营业部：徐文静
合肥阜南路营业部：程思远
北京佟麟阁路营业部：禹文飞
宣城自忠路营业部：虞磊
上海国宾路营业部：葛玉琴、姚佳庆、毛刘寅、张海坤
上海马当路营业部：赵志伟、胡皓磊
东莞鸿福路营业部：郭惠佳
重庆沧白路营业部：袁重汉
昆明北辰财富中心营业部：白兰俊、杨康黎、何波
银川北京中路营业部：冯淑娟、马炳智、马少龙
岳阳金鹗中路营业部：张艳
宜宾戎州路东段营业部：郑先中
深圳深南大道国际创新中心营业部：朱钰鹏、周尹莹
深圳深南大道华润城营业部：陈润明、王雅琪
荆州红门路营业部：朱尧、瞿爱华
杭州灵隐路营业部：陈楠
成都逸都路营业部：罗立
深圳宝安营业部（筹）：李倩霞

10月

企业融资部：易娟、高蕴
债券业务总部：涂琦
债权融资总部：李洋
固定收益总部：冯晓娜、张晨晟
并购融资总部：吴子昊、叶蕾、李辉
投资银行总部：贾磊、王铁成、谢海洋、张志孟、赵一明
投融资市场部：梁欢
中小企业服务中心：王海龙、王可、刘畅、徐凯、罗竹、李茂刚、单吟、程国栋、倪海威、曹文涛、檀娟、虞雁、朱丛骁、黎禹、孙冉
研究部：徐彪、潘海洋、李扬、周荃、李丹丹、马晓晴、雷俊成、曾荣飞、刘云、丁怡、鲁艳
网络金融事业部：沈勤
债权资本事业部（筹）：王程凯
机构业务总部：高睿云、李金朋
期权业务部：留宗灿、粘哲伟
北京证券承销分公司：管彬鑫、王智、王卿、费忠海、吴明明、俞敏鑫、曹双丽
上海资产管理分公司：朱刚、陈勇刚、高煦阳、孙静、谭倩、王履晴、周悦、周倩、周慕华、王瑶池、崔娅雯、朱超
上海证券自营分公司：王舒姝、赵浩添、朱江、林肖、郑培
安徽分公司：何雪峰、张煜、刘炜、章宇
天津分公司：李尧
四川分公司：徐姝、朱晓剑、严静
浙江分公司（筹）：陈宁宁、陶耀明、林阳相
运营中心：蒋沙沙、陈文佳、张雷磊
营销管理部：翟璟、刘浩
品牌管理部：郎晓俊、
产品服务部：胡扬飞、徐善武、戚泽润
运营管理部：冉雪梅、夏珊
信息技术中心：何磊、夏哲伦、刘宁、王伟、陈志勇、位云芝、李婷婷、关天埠、孙婷、王正刚
资金计划部：肖涵穗、李玲玥
财务核算部：熊珍
资产托管部：邹静轩、杨梅、陈章、叶睿
合规法律部：黄萍、左怀民、陈辰
风险管理部：郭少松
人力资源部：周旭、朱亚琦、陶新
行政中心：魏利军、熊文施
董事会办公室：诸培宁
大连中山路营业部：田丽洁
大连天河路营业部：王晓婷、王秉春
大连普兰店营业部：杨德瑞、牟健

武汉八一路营业部：姜玉玉、郑钰、李路
成都一环路东五段营业部：程思洁、李林洁、范幼平
成都高华横街营业部：陈宇奇、罗雅梅、江涛
江油李白大道营业部：罗猛、吴健
新津武阳中路营业部：杨秦川、张冰心、吴磊、陈郑典、赵艳梅、杨洋
资阳广场营业部：李宝鑫、秦露滢
什邡奎峰北路营业部：周娟、陈思娇、谢梦月
南京建邺路营业部：黄金宝、方媛璐、陆启媛、张伟、陈翔
深圳滨河路营业部：敖祥利、曹雪姝、沈小艳、李婷立
武汉唐家墩路营业部：丁赤工、甘路遥、胡百希、林凯、喻伟、陈妍霖
襄阳长征路营业部：刘肖、郭祥云、傅勇波、皮阿林
荆门军马场一路营业部：黄勇、夏小欢、雷丹
钟祥王府大道营业部：王晋
京山轻机大道营业部：田禾
杭州教工路营业部：鲁寅、刘慧
上海芳甸路营业部：饶咪咪
天门钟惺大道营业部：严鹏、江华容
长沙韶山中路营业部：罗重中
合肥阜南路营业部：郭顺、杨忆中、李厚启、岳钟明
北京佟麟阁路营业部：赵缙武
宣城自忠路营业部：廖永华、胡会玲、董菊
上海国宾路营业部：王华年、张继伟
上海马当路营业部：顾华玲
襄阳东风汽车大道营业部：李明强
北京长春桥营业部：刘贝贝
东莞鸿福路营业部：陈超俊
昆明北辰财富中心营业部：俊俊杉
宜昌夷陵大道营业部：潘晓岚
岳阳金鹗中路营业部：黎琪
上海漕溪北路营业部：唐晓
武汉中北路营业部：李青萍、陈雷、刘思阳
宜宾戎州路东段营业部：郑梦芝
深圳深南大道国际创新中心营业部：黄晓玫
荆州红门路营业部：涂晓敏、张宝剑
深圳深南大道华润城营业部：高晓伟
杭州灵隐路营业部：俞金芳、魏尧琪
十堰营业部（筹）：查卫峰

以上名单由人力资源部提供
排名不分先后

天生不凡 风靡未来

天风证券2017届校园招聘
暨2018届长期实习生招聘火热启动!

校招行程

天风证券2017届校园招聘暨2018届长期实习生招聘宣讲会安排

- | | | | | |
|------------|------|--------|-------------|-------------|
| 10月19日(周三) | ● 武汉 | 武汉大学 | 19:00-21:00 | 生命科学学院报告厅 |
| 10月21日(周五) | ● 武汉 | 华中科技大学 | 19:00-21:00 | 八号楼报告厅 |
| 10月25日(周二) | ● 北京 | 清华大学 | 19:00-21:00 | 就业中心报告厅 |
| 10月27日(周四) | ● 上海 | 复旦大学 | 19:00-21:00 | 老逸夫楼报告厅(待定) |

天风证券2017届校园招聘环节安排

在线网申9.8-10.28

在线笔试10.28-11.2

复试11.16-11.25

宣讲会10.19-10.27

初试11.3-11.14

录用实习12.1开始

联系我们

招聘官网: <http://hr.tfzq.com/>

2017届校园招聘: 招聘官网首页-校园招聘频道

(网申截止时间: 2016.10.28上午10时)

2018届长期实习生招聘: 招聘官网首页-实习生招聘频道

联系电话: 027-87618072 天风证券校园招聘组

微信公众号: 天风证券招聘(扫描下方二维码)

