

风险管理与价值提升 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/450/2021_2022__E9_A3_8E_E9_99_A9_E7_AE_A1_E7_c41_450731.htm 中国证券市场在短短二十年间获得了巨大的发展。如何在最低的风险下获得最高的收益是证券投资者追求的永恒主题，作为资本市场主角之一的证券公司也不例外。证券公司必须通过对风险的管理或经营才能获得收益，风险管理体系的完善和风险管理技能的不断提高已成为证券公司必备的发展前提。而客户关系管理（CRM）的应用实施，为证券公司管理各项业务的风险，提升风险价值，提供了有效的管理思想和技术工具。客户关系管理（CRM）的应用实施，为证券公司管理各项业务的风险，提升风险价值，提供了有效的管理思想和技术工具。多维化的证券业风险体系及其防范 在处于快速成长阶段的中国证券市场中，证券公司的主要业务包括三大类：经纪业务、自营业务、投资银行业务。从不同的业务类型来看，证券公司面对的风险体系和各自的特征有很大的不同，将形成一个多维化的风险体系，参见右图。针对各种业务面临的风险，证券公司必须采取积极有效的措施和系统加以规避或控制。经纪业务收入多年以来一直占到各证券公司收入的40%-50%以上。现在由于佣金下调、竞争加剧等原因，各证券公司经纪利润有不同程度的下滑，但仍在总利润中占有很大比重。经纪业务的风险体系主要包括：系统风险：各证券公司在经纪业务上提供的是几乎没有差别的服务，只能依靠网点和价格的低层次竞争来争取客户及交易量，使经纪业务蕴含巨大的系统风险。违规风险：由于证券公司对经纪业务收入依赖

性很强，在资本市场法律不健全的情况下，部分证券从业人员风险意识淡漠，违规竞争的情况大量存。技术风险：由于网络和IT技术大量应用于证券交易，系统的稳定性和安全性不容轻视；UPS、通讯、灾准备份系统等重要技术设备必须保证正常运行；证券公司内部和外部人员造成技术事故甚至利用系统缺陷进行技术犯罪的情况也须尽可能避免。在经纪业务的风险控制方面，由于目前资本市场系统风险难以化解，证券公司应该采用合理手段稳定和发展经纪客户，首要的措施是力求为客户提供更优质的服务。“三层制”客户关系管理系统架构肯定了应用CRM对防范证券业风险的意义后，在证券业实施CRM还有一个前提条件即是，要对CRM有一个清晰的定义和完整的系统架构。缺少这个前提，就如同是告诉一个人，渡过大河，会有美好前程但既不告诉他船在哪里、桥在哪里，也不教他如何游泳、如何潜水一切只能是空中楼阁。中国客户关系管理研究中心（CRCC）尝试给CRM一个清晰的定义：客户关系管理，是先进管理与信息科技结合的典范，是企业为提高核心竞争力，重新树立以客户为中心的发展战略，并在此基础上开展的包括判断、选择、争取、发展和保持客户所需实施的全部商业过程；是企业以客户关系为重点，通过开展系统化的客户研究，优化企业组织体系和业务流程，提高客户满意度和忠诚度，提高企业效率和利润水平的完整管理实践；也是企业不断改进与客户相关的全部业务流程，努力实现电子化、自动化运营过程中，所创造和使用的IT技术、软硬件和优化方法、集成方案等的总和。此“三层制”的客户关系管理也即是从管理哲学、经营模式和技术方法三个层面对CRM进行界定。首先必须肯定，CRM

作为目前全世界各类企业热烈讨论的一个重要概念，首先即体现为触及到企业内所有独立的职能部门和全部的业务流程的商业理念。其次，CRM作为一种旨在改善企业与客户之间关系的新型经营和管理机制，实施于企业市场营销、服务与技术支持等与客户有关的业务领域，与传统的生产和销售的静态管理模式存在根本区别。最后，肯定了CRM作为一个IT术语的意义：是应用软件系统，其中涉及销售、市场营销、客户服务等软件；也是技术方法的统称，代表可用于帮助企业

管理客户关系的一系列信息技术手段。当然，集成、融合和再造的工作，决不是简单的软件实施历程。“三层制”客户关系管理系统架构，极其适合中国金融企业普遍的业务、经营和管理决策三层分离的运营模式，尤其是对证券公司而言，同样是把降低成本和提高利润作为经营目标，视客户为证券公司的主体，因此，有必要引进客户关系管理（CRM）来帮助证券公司规避风险和提升价值。证券CRM系统从以吸纳客户资金为主的传统方式，转向以客户价值为中心的新型服务模式中来。所谓客户为中心管理，就是在证券业务应用的基础上，注重客户需求及资源价值，并应用科学的软件技术实现客户深度效益的挖掘，倡导个性化服务及“一对一”的服务理念，以保持现有客户的忠诚度，实现其价值的最大化，并凭借新的“品牌”效应吸纳新的客户资源。CRM提升证券业风险价值从本质上讲，证券业是一个通过经营和管理风险而获利的行业。通过客户关系管理，证券交易公司可以与客户建立长期紧密的关系，从而能够吸引高价值客户并永久性的留住客户。证券公司的交易网络好像一个“过滤器”，频繁使用证券业务的那些创造社会财富的主力，例如受过

良好的教育的客户，他们的收入远远高于社会平均水平，他们是一个正在成长的客户群体，能为证券交易公司带来丰厚的利润。抓住这些客户群体，是证券交易公司提高效益的重要手段之一，同时防范了不良客户可能带来的风险。从CRM的技术功能来看，还可为证券公司提供有效的风险管理决策支持工具，从而增强决策的科学性。以投资业务的分析为例，决策中往往需要分析下列因素引起的风险：现金流动、客户信用、区域、转帐、关联交易、利率，完整的CRM系统使用数据仓库等工具，可提供以下维度的分析功能：资金风险分析：分析资金在不同行业不同时间的运用情况，确定可以适当使用的资金的最大限额，根据区域、分支机构、不同行业等角度分析。类似的分析在日常决策支持中经常遇到，因为不同行业的利润、风险是可以总结出来的。比如某一客户有100万资金，要根据不同行业不同板块的特点合理进行证券投资组合，例如30%可用来投资高科技，30%投资钢铁板块，20%投资国债，20%投资资产重组板块等等，从而在可以接受的风险下得到一个满意的收益。同时还分析帐务往来的正确性，确保任何资金流动都是可控制的。主要从借贷金额、存款金额、交易金额、利息、杂费、评估的金额等角度考察。信用风险分析：分析客户历史交易情况，根据客户的资金和证券投资量分析其信用和投资风险。对于持仓量在前20%的客户要统计任意单支股票在其投资组合中的比重，在公司客户中的比重，在所有流通股份中的比重等。行业风险分析：分析不同行业在某段时间内的固有利润水平，从而获取所投资的行业不会出现重大不可预见的风险。风险监控：利用多维分析方法进行营业部的风险监控主要包括客户买空、卖

空帐户统计，操作员敏感操作统计等。主要指标包括：卖空股数、市值、买空股数、金额、系统资金和股票强制存取次数和金额、数量、客户和操作员密码被锁定次数、客户和操作员密码被重置次数、超级权限操作次数和频度等；分析角度包括证券类型、客户类别、经纪人、委托方式和市值区间等等。总之，证券公司需要建设整套的基于风险管理的业务管理体系和技术工具，帮助其管理好优质客户、提升获利能力，而客户关系管理（CRM）系统的应用，无疑将是重要而有效的举措之一。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com