

2 大趋势 Major Trends

打破证券触网最后一公里

91 金融投行思维布局互联网证券

■江铃 报道

在金融全面移动化过程中，互联网证券深陷“丛林法则”，篱笆墙成无形的阻力。两会召开之后，随着互联网金融监管政策出台在即，沪港通成行后，深港通写入政府工作报告，以及注册制改革等都提上议程，券商触网渐成大势所趋。91 金融和海通证券合作，全面介入个人股票配资的 91 配资，与传统券商定制合作的 91 增值宝，91 资管“岁月留金”资管计划等业务，未来将覆盖互联网证券所有板块，打通金融服务与消费者的最后一公里。

“投行思维”是什么呢？在互联网化过程中，券商触网乱象之下缺乏“投行思维”。证券公司“亲近”互联网已变异出多种方式，一部分券商着手自建理财平台，也有一部分外傍互联网公司进行线下导流，还有一些券商“双管齐下”。91 金融和海通证券的合作属于第三种，在海通方面，可以内生组网、外联平台。在 91 金融方面，可以线下门店，线上专区，在海通支持下全面介入互联网证券业务。

没有金融就没有资源
没有杠杆就没有 91 配资

配资业务是一个资源配置的对赌游戏。在互联网证券行业，存在三种角色。分别是资源所有者，资源配置者，和资源出售者。在牛市的刺激下，有 P2P 投资风险偏好会被股市的“黑洞效应”所吸引，一部分资源转移到股票配资业务。在资源转移过程中产生三大问题，一种是个人投资和证券投资信息的不对称性，一种是高资低配或者低资高配的不对等性，一种是门槛和杠杆的不平等性，在传统券商股票配资的门槛高，杠杆低。

一定程度上，传统配资业务是一个杠杆下的零和博弈。为了解决这三大问题？91 配资集中解决的是传统券商的配资供求矛盾，在股市向好，供不应求下，91 金融一方面降低门槛，2000 元即可配资。一方面放大收益，收益最大可 5 倍。另外，91 配资，背靠海通证券，将传统券商的数据处理能力、客户资源进行整合重新配置。在股市下行，供大于求的时候，91 配资用警戒线和平仓线控制风险。

在传统金融领域，决定金融的是资源，离开资源谈配资是片面的。在用户上，P2P 和配资用户有重叠，但不是相互竞争的关系，本质上是在分“高风险、高收益”市场的蛋糕。91 配资与其说是和 P2P 网贷抢用户，不如说是针对中小型投资人，从个人股票配资切入互联网证券业务。另外，91 配资成为 91 金融新的通道，从投资网贷的人群里再次去细分。

企业的私人订制
91 增值宝改造互联网证券

“投行思维”的精髓是结构重组。结构



重组，即对资源的种类、数量等时空分布进行调整，产生由“石墨”到“金刚石”的增值效果。传统券商，资源的利用率和转化率是失活的，在“店对店”的时代里停滞不前。在互联网时代，点对点的思维需要让资源自己开口说话。在服务中小企业上，增值服务一直是传统金融的软肋。

海通证券取得互联网证券试点，在从零开始的互联网证券行业，从信息撮合到交易撮合成为创新的落脚点。以 91 增值宝为例，100 个中小企业，每个 100 万元，归集起来就是 1 亿资金，这 1 亿元放在平台就触到“自建资金池”的底线，如今传统金融机构配合 91 金融创新，通过合规的方式把 100 个账户变成 1 个账户。目前，这种服务实体经济的交易撮合方式，正从银行拓展到证券，保险，基金等传统金融领域。

传统券商的思维是守株待兔，而互联网券商的思维是抛砖引玉。在两种思维的碰撞下，中小企业资源与传统券商的资源正在发生一系列化学反应。91 增值宝和民生加银，泰康资管，海通证券、融通资本，91 资管合作定制的产品，2013 年 12 月 20 日上线以来，轻松斩获 42 亿交易额，5000 家企业注册。如果说 91 配资给个人参与互联网证券开了一个窗口，91 增值宝给中小企业玩互联网证券打开一扇门。

大资管时代
投行思维下资管计划是试金石

投行思维下，互联网金融的发展改变了金融交易方式，是借助与互联网技术和移动通信技术实现资金流通，信息功能的新兴金融模式。目前，大资管时代还是空中楼阁，但基础工作还在搭建之中。在眼花缭乱的资管计划里面，资本围绕资本增值率而流动，资本使用效率牵引着资本形成。

传统资管计划正受到互联网思维的影响，91 资管正式推出“岁月留金”资管计划（以下简称“岁月留金”），是一款在基金业协会备案的私募基金产品。首批 91 金融

专项资产管理计划总规模为 5000 万，期限分为 6 个月和 12 个月，100 万元起投，投资者可获得 10%-12%预期收益。许泽玮表示，该资管项目也是北京市政府、北京银行和 91 金融共同合作的“中小微企业成长基金”的重要组成部分，将为北京市的中小微企业提供新的融资渠道。

在一个竞争、创新、混业经营的大资管时代，银行、保险公司、证券公司、信托公司、期货公司加上互联网金融以及其他创新业务会更加淡化行业壁垒，加剧竞争。在互联网证券领域，91 资管“岁月留金”资管计划只是 91 金融布局互联网证券的一个试金石。

海通证券 91 金融深度合作
“孟不离焦 焦不离孟”

传统证券公司的核心能力在于金融产品的设计能力、产品营销能力、客户服务能力和风险管理能力，而这正是互联网企业所缺失的。而在互联网企业里，用户思维和获客能力，是传统券商欠缺的。91 金融在和海通证券全面合作中，将在“目标+路径+时点”上进行布局，未来在海通证券“渠道和牌照”的优势下，将会申请更多牌照。

未来互联网证券业务板块里，传统券商和互联网券商殊途同归，用户是唯一的目标。在路径上，线下客流量和线上专区带来的流量，传统券商 O2O 和互联网金融 O2O 相辅相成。在两会会，中国证监会主席肖钢透露，《证券法》的修改，目前已由人大财经委主导来修订。4 月下旬将由全国人大常委会一审。股票发行注册制改革需《证券法》颁布实施后才能进一步推进。借两会之风，上市辅导阶段的 91 金融，极有可能成为 A 股互联网金融第一股。

互联网证券刚刚起步，目前 91 配资，91 增值宝，91 资管等还只是涉及到证券业务的一小部分。未来，91 金融除了涉及经纪业务、投资咨询业务，还有可能涉及到券商的核心业务，比如券商自营业务、股票网上发行、买卖与推广、承销发行等各种业务。

2014 年以来，加杠杆持续使得传统券商逐渐回归投资银行本质。目前，券商行业杠杆率已从 1.3 倍提升至 2.6 倍。在互联网证券上，争夺用户的最后一公里，中小券商与大券商的竞争策略集中在更好，更便宜，更个性化三点。

总之，打破互联网证券最后一公里，绝不是开物理网点。互联网比虚拟网点很大程度替代金融机构证券公司的物理网点，在技术实现的基础下，开户方式以及一账一户都有可能改变。所以，传统券商和互联网公司的合作也是市场竞争的结果。91 金融等互联网金融企业给证券行业带来质的变化：1. 行业加杠杆持续，从通道提供商向资本服务商转型；2.金融体系从间接融资向直接融资转移带动大投行业务的发展。

两江新区首个人力资源服务平台即将诞生
水土人力资源服务中心搭建“线上线下”综合服务平台

■杜见钊 报道

3 月 18 日，两江新区水土人力资源服务中心即将投入试运行。这是两江新区工业开发区首个投入运行的“线下”人力资源服务平台，标志着两江新区构建“线上线下”人力资源综合服务体系日趋完善。

就近服务新区优势产业

随着两江新区开发开放进程加快，大量知名企业落户入驻。为更好地服务企业、服务人才，两江新区在鱼复、龙兴、水土三大园区建设人力资源服务中心，中心集“人才招聘市场、企业服务中心、农转城人员就业平台”于一体，为入驻企业用工及农转城人员就业提供常态化招聘、一体化服务。

据了解，三个人力资源服务中心均建在入流量大、距离入驻企业和安置房、公租房较近的区域。此次首先投入试运行的水土人力资源服务中心位于水土园区管委会大楼二楼，面积约 500 口，设立招聘、培训、综合服务 3 个功能区。招聘区用于招聘活动开展、入驻企业服务、招聘信息发布、求职者报名登记等，常设招聘展位 20 个，用于企业日常招聘和专场招聘会。培训区则主要用于农转城人员培训和对接就业，可同时容纳 100 人参加技能培训。

“这将是继‘人才特区网’上线后，又一服务企业和人才、服务两江新区优势产业发展的重大举措。”两江新区人力资源公司相关负责人表示，“人才特区网”作为“线上”服务平台，搭建企业和人才无缝沟通的桥梁。而“园区人力资源服务中心”作为“线下”服务平台，将为两江新区企业、人才、农转非人员提供更加便利的服务。“目前我们已经形成‘人才特区网’（www.rcrq.gov.cn）、官方微信公众号（CQ-LJHR）、园区人力资源服务中心的‘三位一体’招聘平台。”

23 家知名企业现场招聘

在水土人力资源服务中心投入试运行当日，现场还将组织 23 家两江新区知名企业

传递正能量 喜迎新动力
T100 荣获慈善大奖



2015 年 3 月 13 日，以“正能量 新动力”为主题的首届番禺经济人物颁奖典礼在广州番禺英东体育馆隆重举行，基于多年来一系列卓有成效的公益行动，T100 公司总经理李长伦被授予了“慈善公益奖”。

据了解，至 2013 起，T100 相继在重庆南川和广西百色开展以关爱留守儿童为主题

开展专场招聘。京东方等知名国企、韩泰轮胎等外资企业、上汽通用五菱等行业领先企业均纷纷拿出岗位，招贤揽才。

此次招聘涉及汽车、电子信息、机器人、高端装备、物流、现代服务业等十余个行业，提供产品工程师、工艺工程师、助理技师等 2000 余岗位。工程师等技术岗位提供的年薪在 6-30 万之间，电工等技能岗位月薪也在 3000-5000 之间。

截至目前，两江新区汽车、电子信息产业已经成为全球性产业重要基地。新能源、云计算、机器人等战略新兴产业，保税交易、跨境电商、信息技术服务等现代新兴服务业呈现集群化快速发展。世界 500 强企业入驻已达 127 家。经济社会的快速发展，为人才成长提供了巨大潜力。2020 年，两江新区将产生 100 万个工作机会，将为高端人才、技术人才、产业工人等各类人才提供广阔的发展空间。

50 名农转非人员对接就业

从建设之初，园区人力资源服务中心一大定位就是“农转城人员就业服务综合平台”，实时提供就业需求登记、发布招聘信息、举办用工对接会等服务，促进农转城人员就业。

18 日上午，50 名刚从保洁员技能培训班“毕业”的农转城人员现场与两江物业公司、龙湖物业、金科物业等大型企业进行就业对接，实现“毕业即就业”。

两江新区积极鼓励入驻企业拿出就业岗位招用农转城人员，市政养护、园林管理、物业管理，拿出 50%-60%的用工岗位；工业、商贸物流、建筑施工等企业，拿出不低于 15%的用工岗位优先招用农转城人员。此外，工业区域拉动其他产业发展后，又能提供大量的就业岗位。两江新区人力资源局相关负责人表示：“这既解决农村劳动力转移去向问题，保障社会稳定，又可以提高农转城人员的家庭收入，改善他们的生活，同时还可以满足大量企业对产业工人的需求。”

截至 2014 年底，两江新区已免费培训农转城人员 16438 人，其中素质培训 9760 人，技能培训 6678 人，已推荐就业 8359 人。

的公益活动，累计超过 4000 人次受益。公司总经理李长伦发动全体员工在每年春季开展大规模的爱心献血活动，九年累计献血超过 30 万毫升，受到社会各界的广泛关注。

值得一提的是，在 2013 年 4 月，四川省雅安芦山县发生 7.0 级地震，T100 组建了一支由曾是外科医生的李长伦为核心的医疗救援队，携带大量冰袋、绷带、夹板、消毒水、棉签和跌打药品等医疗物品迅速赶赴灾区，展开救援工作。

公益理念需要全社会的传播和支持，公益行为需要多年的坚持与行动。T100 在关爱留守儿童等公益领域的的专注得到社会积极的认可，是正能量的传播，也是 2015 前行的动力。

北重集团：“民”歌越唱越嘹亮

■ 赵亚男 报道

近年来,面对国内经济下行、市场竞争日趋激烈的发展环境，如何把民品发展之歌唱的更响亮？北重集团进行了卓有成效的探索与实践。2014 年,公司坚持市场客户导向,逐步在相关产业领域亮出了品牌，创新适合市场需求和自身发展的商业模式，攻克并掌握了一批关键核心技术,为企业的未来发展,播种下希望的种子,唱响了一曲嘹亮的“民”歌。

“北重”制造铸品牌

通过强化军品“第一火炮厂”战略影响力，北重集团依托自身核心技术优势，培育出无缝钢管、矿用自卸车、特种安全护栏等极具市场竞争力的民用产品，唱响了“北重”品牌。

特钢产品掌握了大口径不锈钢管产品的核心关键技术；H13 稀土模具钢研发取得重大突破，性能达到国外同类产品水平。矿用车产品有 3 个型号产品已进入市场，自主研发 NTE330 和 NTE240DC 矿用车已经下线，正在做厂内试验；自主创新研发的 70 吨级 7008LC 大型挖掘机填补了国内空白。侧卸式半挂列车如期参加了公司 60 周年产品成果展，正按计划进行安全性等综合性能检测。新能源汽车，完成项目前期调研和 16T 纯电动洒水车产品设计。隧洞掘进机、线控掘进机、新材料石油钻井等新产品也研发进展顺利。公司全年科研费用总投入 3.2 亿元，

顺利推进了 97 个技术研发项目，技术创新的推动进一步明显。

2014 年，北重集团无缝钢管产出专项生产任务，全年完成无缝钢管商品交验 4359 支挤压毛坯 2 万吨以上，同比增长 56.8%。2 月 26 日，高端耐热钢大口径厚壁无缝钢管在超超临界机组四大管道上应用取得全面突破，获得行业内的高度认可，真正成为替代进口的国产品牌。特种安全护栏安装专项任务，专机公司在公司相关单位的支持下，克服困难，艰苦奋斗，高效率高质量完成了天安门地区、长安街沿线道路设施升级改造，以及包头市阿尔丁广场、主干道、火车站等共计 21.7 公里的护栏安装任务，受到了中办、中纪委、北京市政府、包头市政府的高度赞扬，也为北重集团树立了良好的品牌形象。

“北重”创造的口碑，已经在一些产业领域频传。

商业模式激活力

在全面推广“北重”品牌的同时，北重集团特别将“合作层次和水平”提升到新高度，同时，扬长避短，充分利用内外部资源，开展多种形式的合作，或借船出海，或携手闯市场，高歌一曲“民”歌大合唱。

公司先后与南京理工大学、中国水利电力物资公司、713 所、大连金重、中航北京航材院等单位签订战略合作协议，累计达到 23 家。同时，成功举办集团公司 60 周年产

品推介会，当日签下订单 4600 多万元、达成意向 1.8 亿元,实现回款 3920 万元。

特种钢产品通过推动国家商务部关于国外无缝钢管反倾销最终裁决的胜诉，为国产 P92 无缝钢管更好地替代进口、参与国际竞争创造了有利条件。2014 年公司被国家能源局列为 P92 无缝钢管国产化示范项目首家提供单位。同时，公司以技术进步、项目改造、商业模式创新为依托，新开发了中广核、中电投等 17 家潜力客户，全面打开了“五大发电”集团的四大管道市场，无缝钢管产品订单实现逆势倍增。目前，公司已拿到神华宁煤集团订单 2 亿元，现在可执行合同 3.8 亿元，全年管材订单有望达到 7 亿元。

矿用车产品在国内整车市场总体萎缩 50%的形势下，始终践行“让价不让市场、让利确保回款和现金流”的营销策略，始终强化“整车+部件+服务”营销模式，实行“边设计、边销售、边配套、边生产、边服务”五边政策，稳居国内 75%以上的市场份额，其中电动轮矿用车占领国内全部市场份额。

另外，煤机产品通过强化“大客户”战略、成套营销、完善售后服务等方式，妥善应对煤机市场下滑和主产品价格持续下降的不利形势，发展形势稳中有进。专用汽车充分利用自治区补贴拉动政策，与多个旗县建立了战略合作关系，巩固提升了区内市场；创新代理模式，首次实现了原木车辆对非洲业务的出口。特种安全栏产品凭借天安门管委会系列订单高质高效的组织实施，在国内

打造了过硬的品牌实力、扩大了社会影响力，成为公司拓展市场的“新名片”，全年签订订单超过 1.7 亿元。

蓄势燎原歌入云

随着新常态下我国经济增长降挡调速，基础设施互联互通和一些新技术、新产品、新业态、新商业模式的投资大量涌现，装备制造产业迎来新的春天。2015 年，北重集团持续坚持市场客户导向，提升企业的营销效率，提升企业价值创造能力，改善企业经营绩效指标，为即将到来的“发展春天”布局。

精准把握客户需求，持续推进精益营销体系建设。从公司实际出发，积极推进兵器集团民品市场营销能力评价标准的贯彻落实、积极推进北重集团精益营销体系建设。公司在特殊钢及延伸产品、矿用车产品板块开展了民品市场营销能力建设自我评价工作，经过三次自我测评，特殊钢分公司、北方股份公司的制度建设、价格管理、产品服务、渠道管理、风险管控、品牌管理等方面得到不断改进和完善。今年将在煤机、专用汽车、安全护栏等产品上推动市场营销能力建设评价工作。

精准把握客户需求，持续推进商业模式创新。通过深化传统产业与互联网经济深度融合，探索电子商务和新业态、推进网络营销平台建设。特钢及延伸产品微信营销、风驰物流信息平台、专汽公司电子商务已经

运行。建立营销管理信息化系统和信息反馈机制，畅通市场营销与研发、生产、质量、物流的信息沟通渠道。

精准把握客户需求，持续强化大客户管理。按照确定的大客户年度销售目标，各分子公司针对大客户需求和服务的经费投入，建立大客户动态调整机制和行之有效的客户需求快速响应工作流程。

精准把握客户需求，持续实施品牌战略。研究并构建公司产品品牌框架体系，制定公司品牌建设方案。强化公司品牌保护及有关知识产权保护，开展品牌建设的专题学习研讨交流，有效维护品牌形象，提升公司品牌价值。

精准把握客户需求，建立高效营销团队。加强对主要民品跨板块技术知识的培训，实现大营销格局的新局面；开展营销人员岗位资格证换证培训工作，保持精干、合格的营销人员队伍；落实营销激励制度，推进实行营销人员岗位等级制度，激励营销人员爱岗敬业；鼓励营销人员编写市场分析报告和营销论文，交流成功案例，不断提升专业素质和能力；开展拓市场、抢订单的专项劳动竞赛，激励和调动各级营销人员工作热情。

精准把握客户需求，全力提升合同履约率。加强合同评审的精细化管理，对涉及的客户、生产、财务、采购等环节建立高效的协调、评价机制，严格控制赊销审批。不断提升合同履约率、控制好应收占用。

面对市场，“北重人”的“民”歌将越唱越响亮。