



学校编码：10384

学号：X200315358

分类号_____密级_____

UDC_____

厦门大学

硕士学位论文

中型券商经纪业务营销策略

——兴业证券经纪业务营销实践分析

Medium-sized Securities Brokerage Business Marketing Strategy
-- Case Study of Industrial Securities Co. Ltd Marketing Practice

邱福斌

指导教师姓名：谢 导 副教授

专业名称：工商管理 (MBA)

论文提交时间：2008 年 4 月

论文答辩日期：2008 年 月

学位授予日期： 年 月

答辩委员会主席_____

评 阅 人_____

2008 年 4 月

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。
本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：邱福斌

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

- 1、保密（ ），在两年解密后适用本授权书。
- 2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：邱福斌

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

内容摘要

2005 年股权分置改革试点全面铺开，作为中国证券市场的股改年，是中国股市发展的重要里程碑。

2006 年，中工国际的亮相，揭开了中国证券市场 IPO 新的一页，IPO 重启开启了全流通的新时代，是一件具有划时代意义的大事。IPO 启动后，上市公司整体质量有所提高，上市公司的内部管理体制稳步提升，有利于推动整个证券市场的良性循环。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》明确提出“积极发展股票、债券等资本市场，稳步发展期货市场”的指导意见，推进证券发行、交易、并购等基础性制度建设，促进上市公司、证券经营机构规范运作，建立多层次市场体系，完善市场功能，拓宽资金入市渠道，提高直接融资比重，为我国证券业的发展提供有利的政策支持。2007 年，A 股市场的上证指数上涨了 2586.09 点，沪市全年涨幅达 96.66%，良好的发展趋势、利好的政策，但同时也伴随着企业重组高潮的到来。企业在面对巨大的发展机遇同时，也面对着前所未有的挑战。那么，我国券商该如何把握机遇，应对挑战呢？

本文就当前国内券商经纪业务的竞争格局展开分析，对兴业证券经纪业务的发展战略、定位和营销实践进行详细分析，并结合国内外券商，尤其是国内有代表性的中型券商如国信证券和招商证券经纪业务的营销模式，美国和韩国的券商经纪业务经营模式和营销模式进行深入的研究，探索国外券商经纪业务的发展模式带给国内中型券商的启示和借鉴。

在上述综合分析的基础上，提出中型券商经纪业务发展的应对策略，应选择何种经纪业务营销策略和营销模式，以适应未来的竞争需要，使中型券商的经纪业务能够形成自身独特的、差异化的特点，形成独特的定位和营销策略，在未来的竞争中立于不败之地。

关键词：经纪业务、浮动佣金、服务营销

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

The full implementation of the 2005 experimenting reform of stock-share allocation is an important milestone in the development of the Chinese stock market.

In 2006, with the appearance of the China CAMC Engineering Co., Ltd. (CAMCE), the IPO of China's stock market opened a new chapter. The return of IPO initiated a new era of full circulation and was an epoch-making event. With the launch of IPO, the overall quality of listed companies was improved; the listed companies steadily improved its internal management system, which was conducive to promoting a virtuous cycle of the stock market as a whole.

"The Guidelines of People's Republic of China National Economic and Social Development Program for the 11th Five-year" clearly suggests the positive development stocks, bonds and other capital markets, and steady development of the futures market. The guidance also recommends the construction of basic system for the issuance of securities, trading, mergers and acquisitions; the standardized operations for listed companies; the establishment of a multi-level market system; the improvement of the market function; the widening of the channel for funding in the stock market; and raising the proportion of direct financing for the development of China's securities industry to provide favorable policy support.

In 2007, the Shanghai Stock Exchange composite index rose 2586.09 points, increased by 96.66%. The good development trend and the favorable policies are accompanied by the arrival of the peak period of restructuring of the Chinese enterprises. Enterprises, in the face of tremendous opportunities at the same time, and are also facing unprecedented challenges. How to seize opportunities and meet challenges is an issue for Chinese security brokerage firms.

This study analyzes the competitive landscape of the current domestic brokerage business with detailed emphasis on development strategy, positioning and marketing practice of Industrial Securities Co. Ltd. Moreover, it absorbs the experiences for domestic and international firms. Especially, it studies the medium-sized domestic companies such as Guosen Securities Co. and China Merchants Securities Co. as examples. It also provides the in-depth study of the business strategies of the U.S. and South Korea's security companies and explores the lessons and experiences from their practices.

Based on the comprehensive analysis, this study is aimed to provide strategies of business development and marketing model so that the medium-sized brokerage business could create their unique characteristics in terms of positioning themselves in the future competition.

Key words: Brokerage business Fluctuate rate Service Marketing

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

第一章 绪论	1
第一节 问题的背景.....	1
第二节 研究的动机及目的.....	1
第三节 研究的范围及限制.....	2
第二章 国内券商经纪业务的发展状况和竞争格局分析	4
第一节 经纪业务简介.....	4
第二节 国内券商经纪业务的发展状况和竞争格局.....	5
第三节 国内中型券商经纪业务面临的挑战和威胁.....	9
第四节 中型券商经纪业务发展存在的不足.....	14
第三章 国外券商经纪业务经营模式带来的启示	17
第一节 国外券商经纪业务的发展趋势分析.....	17
第二节 爱德华·琼斯的经营模式分析.....	19
第三节 韩国券商经纪业务的发展模式分析.....	20
第四节 国外券商经纪业务发展对国内中型券商的启示.....	23
第四章 中型券商经纪业务的营销策略	25
第一节 中型券商经纪业务的定位.....	25
第二节 中型券商经纪业务的营销网络.....	27
第三节 中型券商的销售团队.....	31
第四节 中型券商差异化的促销策略.....	33
第五节 中型券商经纪业务发展的保障因素.....	36
第五章 兴业证券经纪业务的营销实践分析	39
第一节 公司简介.....	39
第二节 SWOT 分析 7PS 服务营销策略分析.....	40
[参考文献].....	53
致 谢	54

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Contents

Chapter 1 Research Summary	1
sention 1 background of research.....	1
sention 2 motivation and intention of research.....	1
sention 3 scope and restricts of research.....	2
Chapter 2 Analysis of situation and competitiveness of securities brokerage business in China.....	4
sention 1 introduction of securities brokerage business.....	4
sention 2 situation and competitiveness of securities brokerage business in China.....	5
sention 3 threaten and challenge to medium-sized securities company.....	9
sention 4 shortage in development of brokerage business within medium-sized securities company.....	14
Chapter 3 enlightenment of brokerage business pattern aboard for China.....	16
sention 1 analysis of development of securities brokerage business aboard...16	
sention 2 management pattern of Edward?Johns.....	18
sention 3 management pattern of securities brokerage business in Korea.....	19
sention 4 enlightenment of management pattern aboard for China.....	22
Chapter 4 brokerage business management strategy of medium-sized securities company.....	24
sention 1 orientation of brokerage business of medium-sized securities company...24	
sention 2 brokerage business marketing network of medium-sized securities company.....	26
sention 3 professional sales team of medium-sized securities company	30
sention 4 diversification of promotion strategy.....	32
sention 5 guarantee factors of development.....	35

Chapter 5 Analysis of brokerage business marketing practice of Industrial Securities Company.....	38
sention 1 introduction of Industrial Securities Company.....	38
sention 2 7PS analysis of service and marketing strategy	39
[References]	53

厦门大学博硕士论文摘要库

第一章 绪论

证券行业在国内金融行业中发展的时间较短，从二十世纪八十年代末期至今，前后大约二十年时间。2005年，随着国内资本市场股权分置改革的全面铺开，从2006年至2007年，中国的资本市场迎来了一个前所未有的大发展。

第一节 问题的背景

2004年，证券行业的主管部门中国证监会对国内券商逐步推出分类监管原则，预示了国内证券业洗牌的开端。2005年股权分置改革试点全面铺开，是中国证券市场的股改年，是中国股市发展的重要里程碑。

2005年下半年开始的大规模券商重组高潮进入新的阶段（券商是证券公司的简称，中型券商指国内的中型证券公司）。2006年—2007年是券商重组年，成为证券业发展的分水岭。中国资本市场将逐渐形成外资投行、国内商业银行和本土证券机构三分天下的格局。

2007年，中国证券业走出了寒冬，迎来了春天。这一年，历时3年的券商综合治理圆满完成，证券行业的整体风险得到了有效化解，国内证券行业整体竞争实力得到一定的提升。同时，在证券行业整体复苏的背景下，两极分化的行业竞争格局越来越明显。

资本市场的规范发展将为中国证券行业提供巨大的市场机会和成长空间，证券公司面临前所未有的机遇和挑战。作为券商最重要的收入来源，经纪业务的生存和发展是建立中型券商竞争优势的关键。

第二节 研究的动机及目的

随着金融业对外资开放的到来，以及混业经营步伐的临近，将加速券商行业的分化和整合，证券业合纵联横的战国时代已经开启。以中信集团、光大集团、中国建银投资为代表的准金融控股公司控制的券商，类似于国泰君安、银河证券、申银万国、广发证券等大型独立券商以及外资系券商如瑞银证券、高盛高华将主导国内券商的并购重组，“三分天下”的竞争格局已经逐步形成。在这样的竞争环

境下，作为国内中型券商的经纪业务，将如何面对和迎接这种竞争和挑战？

本文就当前国内券商经纪业务的竞争格局展开分析，对兴业证券经纪业务的发展、定位和营销实践进行详细分析，并结合国内外券商，尤其是国内有代表性的大中型券商如国信证券和招商证券经纪业务的营销模式，韩国和台湾等亚太国家和地区的券商经纪业务经营环境分析和营销模式进行深入研究，探索国内外券商经纪业务的发展模式带给国内中型券商的启示和借鉴。

在上述综合分析的基础上，提出中型券商经纪业务发展的应对策略，应选择何种经纪业务营销模式、营销策略和营销思路，以适应未来的竞争需要，使中型券商的经纪业务能够形成自身独特的、差异化的特点，形成独特的定位和营销模式，在未来的竞争中立于不败之地。

第三节 研究的范围及限制

按传统的经营规模标准划分，国内证券公司可分为综合类券商和经纪类券商两大类，综合类券商开展的业务主要包括：经纪业务、自营业务、承销业务和资产管理业务；经纪类券商主要以开展经纪业务为主。2004年以后中国证监会开始对国内券商推出了新的分类监管原则，把国内券商按照创新类、规范类及风险类券商进行分类。

由于本文研究的范围主要限于券商的经纪业务，本文按证券行业内通俗的划分方法，参考国内券商的注册资本和所拥有的营业网点数量，把国内券商划分为三种，分别为大型券商、中型券商和小型券商。

表 1：2007 年国内券商分类统计

券商的分类	券商的注册资本要求（亿元）	券商营业网点数量要求（个）	达标券商数量（家）
大型券商	30 亿元以上	100 个以上	7
中型券商	10 亿元至 30 亿元	20 个至 100 个	48
小型券商	10 亿元以下	20 个以下	51

资料来源：作者根据 2007 年中国证券业协会公布的数据统计整理

上述的划分标准是为了更好进行本文的主题研究，这种划分标准可能不够全面，甚至有所偏颇，可能会对该课题的研究造成一定影响，但也正好激励作者来研究该问题。

本文研究的主题：国内中型券商经纪业务的营销策略。

中型券商指国内的中型证券公司。

本研究范围确定在作者所服务的机构——兴业证券股份有限公司（以下简称兴业证券），兴业证券也是国内的主要中型券商之一。本研究采用的统计资料和数据大部分截止到 2007 年年末。

第二章 国内券商经纪业务的发展状况和竞争格局分析

国内券商的传统收入来源主要为四项：经纪业务、承销业务、资产管理业务和自营业务。证券公司按综合实力分为两类：一类为综合类证券公司，可以全面开展券商所有的业务；另一类为经纪类证券公司，只能开展经纪业务。

第一节 经纪业务简介

证券经纪业务，是指通过收取佣金作为报酬，促成买卖双方交易行为而进行的证券中介业务。证券经纪业务是随着集中交易制度的实行而产生和发展起来的。由于在证券交易所内交易的证券种类繁多，数额巨大，而交易厅内席位有限，一般投资者不能直接进入证券交易所进行交易，故此只能通过特许的证券经纪商作中介来促成交易的完成。

目前世界各国都是根据本国证券交易制度特点，来对证券经纪业务做出限定和分类。如纽约证券交易所将经纪业务分为五类，专门有五种经纪人来办理：（1）佣金经纪人，专门代理客户买卖证券收取佣金；（2）二无经纪人，接受佣金经纪人的委托买卖证券；（3）专业经纪人，专门买卖交易所某一柜台的一种或几种证券；（4）零股经纪人，专门办理一股至九十九股之间的证券交易；（5）债券经纪人，在债券交易厅中代理客户买卖债券从中收取佣金。伦敦证券交易所将经纪业务分为两类，由两种经纪人来完成：（1）证券经纪商，纯粹代理客户买卖证券，从中收取佣金，本身不买卖证券；（2）证券买卖商，既可为自己买卖证券以获取利润，有时也代理客户买卖证券收取佣金，证券买卖商必须严格区分自营买卖与代理买卖，且须向客户说明。

我国证券经纪业务有其自身的特点，这是由我国独特的交易制度所决定的。目前从上海、深圳两个证券交易所实际运作情况看，我国证券经纪业务可分为两大类。第一类是 A 股、基金、权证及债券代理买卖业务，所有证券经营机构依法设立的证券营业部都可经营此项业务。第二类是 B 股代理买卖业务，由 B 股特许证券商来代理。B 股特许证券商又分为境内 B 股特许证券商和境外特许证券商。境内 B 股特许证券商代理 B 股买卖业务，可在其已开通交易的 A 股席位上进行，

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库