

# 券商ROE创新高 信息技术投入大幅增长

本报记者 崔文静 夏欣 北京报道

日前,中国证券业协会(以下简称“中证协”)发布2021年证券公司经营业绩排名情况。同往年相比,2021

年券商ROE(净资产收益率)持续攀升且冠军易主。近年来,ROE最高者始终为东方财富,但2021年华福证券后来者居上,华福证券ROE高达17.80%,超出东方财富0.36

个百分点。ROE突破10%的券商也由2020年的11家增至16家。券商信息技术投入也较2020年大幅增加,个别券商投入金额翻倍式增

长。从投入金额来看,华泰证券以233.84万元位居冠军,另有9家券商规模破百万元。而从信息技术投入占营业收入比例来看,自2018年公布该项排名以

来始终位居第一的东方财富被华林证券和华鑫证券超越,二者投入比例分别高达25.17%和24.33%。此外,证券公司2021年代销金融产品收入大增

51.7%,系各项细分业务中增速最快者。总资产和净资产同样实现较大增长,较2020年末分别增长20%和12.5%,总资产首次突破10万亿大关达10.53万亿元。

## 资管创新、高杠杆业务推高ROE

券商近年来净资产收益率的持续攀升,得益于资管等创新业务发展带来的ROA提高和融资融券等高杠杆业务的持续扩容。

券商净资产收益率近年来屡创新高。根据中证协历年公布的证券公司经营业绩排名,2018年时,净资产收益率只有2家超过8%,在6%以上者也仅有8家。2019年,东方财富、中信建投和东莞证券净资产收益率突破10%,10家券商净资产收益率超越8%。到2020年,净资产收益率居8%以上的证券公司增至29家,10%以上者也已多至11家。其中,东方财富和中信建投净资产收益率首度超越15%,分别为15.46%和15.30%。2021年,净资产收益率突破10%和8%的券商新增5家,分别达到16家和34家,连续3年位列第一的东方财富上升1.98个百分点至17.44%,但却未能保持冠军,华福证券以17.80%的高值位居榜首。

“券商近年来净资产收益率的持续攀升,得益于资管等创新业务发展带来的ROA(资产收益率)提高和融资融券等高杠杆业务的持续扩容。”瑞银证券A股非银金融行业分析师曹海峰在接受《中国经营报》记者采访时表示。

他具体解释道,目前券商财富管理业务、代销金融产品业务、包括公募基金在内的资管业务、衍生品业务、融资融券业务等创新型业务呈爆发式增长,与经纪业务等传统业务相比,此类业务对证券公司ROA的赋能往往更

高。与此同时,融资融券、金融衍生品等重资产业务杠杆率相对更高,其近年来的快速发展也为券商净资产收益率的提升提供了动力。以融资业务为例,融资余额已经从2018年底的8000亿元增至1.7万亿元,这对券商杠杆率的提升作用是显著的。

曹海峰同时提到,由于资管等创新型业务头部券商更具优势,且按照国际惯例,行业集中度将进一步提高,相较于中小券商,头部券商的净资产收益率提升将更为显著和稳定。比如业绩较好的公募基金多在头部券商旗下,公募基金业务增长的蛋糕首先被绩优公募机构所得,继而被头部券商收入囊中,拉动头部券商净资产收益率攀升。目前美国等发达资本市场,资管业务的集中度已经在40%以上甚至超过50%,而国内资管业务集中度尚在20%左右,未来5~10年,国内资管业务集中度将大幅提升,国内券商净资产收益率也将进一步向头部券商集中。

在中证协公布的证券公司2021年度净资产收益率排名中,除华福证券(17.80%)和东方财富(17.44%)位居前二以外,排名前十者还包括中信建投(13.88%)、中金公司(13.81%)、东莞证券(13.33%)、兴业证券(12.02%)、中

信证券(11.82%)、银河证券(11.58%)、国信证券(11.38%)和招商证券(10.67%),中小券商仅华福证券和东莞证券2家,其余八大席位皆被头部券商占据。

近两年来,华福证券净资产收益率翻倍式增长,2019年尚为3.21%,排名第47位;2020年升至7.63%,位列第31位;2021年涨超10个百分点至17.80%。东莞证券净资产收益率则稳居行业前列,2019年以10.08%位列季军,2020年以11.61%排名第六,2021年以13.33%位列第五。

与此同时,证券公司2021年代理销售金融产品收入同样实现大幅增长。根据中证协统计,上述增速高达51.7%,规模达190.75亿元。

曹海峰认为,券商代理销售金融产品产生收入的增加得益于公募基金行业的持续扩容,也在一定程度上体现着财富管理转型的成功。但他认为,代理销售金融产品本质上是卖方模式,买方投顾才是财富管理转型的重点所在。如今,在国内26万亿元规模的公募基金市场中,买方投顾占比仅为1%左右,买方投顾市场广阔。哪家券商能够在财富管理转型中占得先机、率先建立起行业壁垒,就能在证券业竞争中拥有更强的营利能力和发展潜力。

## 10家信息技术投入过百万

2021年,信息技术投入百万元以上者扩容至10家,其中,位居榜首的华泰证券突破200万元,高达233.84万元。

近年来券商行业大幅增长的除净资产收益率以外,还有信息技术投入。

2018年,信息技术投入50万元以上的证券公司仅有平安证券(53.40万元)和国泰君安(52.57万元)2家。2019年,信息技术投入突破50万元者快速扩容至14家。其中,国泰君安(123.92万元)、华泰证券(120.24万元)和中信证券(113.87万元)跨入百万元规模行列。2020年,百万梯队增至4家,分别为华泰证券(194.71万元)、国泰君安(139.83万元)、中信证券(137.40万元)和招商证券(103.26万元)。2021年,信息技术投入百万元以上者扩容至10家,其中,位居榜首的华泰证券突破200万元,高达233.84万元。

聚焦2021年券商信息技术投入增速,头部券商中,中金公司增速最快,投入金额较2020年增加90.26亿元至185.6万元,投入金额排名也由2020年的第六位升至亚军。

中金公司自2020年12月正式启动金融数字化建设,目前已经搭建起数字化平台,DevOps(软件开发、技术运营和质量保障的协同)能力、大数据能力、AI(人工智能)能力等科技核心竞争力也得到了跨越式发展,并培养和会聚了一大批既具有技术经验又具有业务知识的综合性数字化人才。借助金融数字化的力量,中金公司运营效率得以明显提升。中金公司首席信息官、信息技术部负责人程龙曾向记者表示,借助金融数字化的力量,有的场景效率提升了400%,整体统计下来,过去一年通过数字化手段解放的生产力已经达到了年化20万人/天。

从信息技术投入占营业收入比例来看,自2018年公布该项排名以来始终位居榜首的东方财富尽管保持14.26%的高位,今年反而被华林证券和华鑫证券超越,二者

信息技术投入数额约占营业收入的四分之一,投入比例分别为25.17%和24.33%。

华林证券金融数字化改革也被部分中小券商视为“弯道超车”的重要途径。华林证券相关负责人告诉记者,自2021年确定科技金融战略转型,华林证券以“打造新一代年轻化科技金融公司”为长期发展战略目标,全年通过“部落制”改革、大量引入头部互联网+金融复合背景人才、收购海豚股票APP,与字节跳动保持深度合作等多举措逐步落实转型步伐,逐步构建属于华林的金融生态平台。2021年,华林证券科技投入约3.47亿元,较2020年的0.88亿元同比大幅增长293.98%,未来华林证券还将持续保持科技投入,以科技赋能业务、保持科技竞争力,坚定金融科技转型发展方向。

上述负责人认为,券商行业数字化转型应紧扣稳妥发展金融科技和强化监管科技运用两条主线,不断强化数字科技对资本市场的有效支撑,进一步提高信息技术安全自主可控、加强数字赋能监管、促进科技与业务深度融合、推进行业技术共享共建共治。

华鑫证券相关负责人也有类似观点,他告诉记者,近年来,随着大数据、云计算、区块链、人工智能等新兴技术在证券行业内的不断尝试与实践,对于金融科技的积极探索也使券商业务发展得以创新突破,金融科技赋能业务发展成为了行业主要战略之一,证券行业的竞争格局也因此重塑。从实体营业部逐年缩减到线上交易量连年攀升,从传统的佣金大战到借助大数据等技术手段提升客户体验与活跃度,金融科技正逐渐成为券商核心竞争力。

正是基于金融科技系券商核心竞争力的观念,2017年起,华鑫证券确立了“以金融科技引领业务

发展”的转型战略,并从次年起持续加大信息建设方面的投入,2018~2021年分别投入6536万元、1.2亿元、1.77亿元和3.84亿元。

在金融数字化建设上,华鑫证券旨在打造两种基本能力和三个平台,即做强速度+智能两项基本能力,并基于这两项核心能力搭建投资服务平台、风险控制运营管理平台、生态合作平台。通过金融科技的战略布局,对投资全生命周期的各个环节进行赋能,“让投资变成一件容易的事”。

“我司数字化转型坚持以技术驱动、模式牵引、价值导向为理念,探索承载零售、机构、投资、投行等业务模块,覆盖清算、运营、运维、合规、风控、办公等管理模块的转型路径,打造金融科技发展的‘四梁八柱’,全面提升内部运营效率和客户服务水平。”上述华鑫证券负责人对记者说。

在曹海峰看来,金融数字化是券商的新机遇和新风口,若想跻身头部券商梯队或在某一细分领域位居前列,加大信息技术投入,充分运用金融数字化改革赋能业务发展是必不可少的。

曹海峰认为,信息技术或金融数字化对证券公司的业务支撑作用主要体现在三个方面:第一,提高运营效率,完善内部流程。第二,提升产品和服务的质量。比如,使得券商APP用户体验最大化,系统更稳定、交易更安全、使用更方便。第三,加快证券公司的战略转型和新业务开启速度。例如,目前正在大力推进的买方投顾转型,若能借助金融数字化的力量推出针对性投顾产品,提高投顾专业水平,即可为公司带来不可小觑的收入增长。尤其是与零售长尾客户相关的业务,若能成功借力金融数字化,则可在大幅提升服务便捷度、增强用户黏性的同时,大幅降低业务成本。

## 2022 年 7 月新刊抢先读

广告



全球诸多不确定因素给企业的生存发展带来多重挑战。特别是随着经济活动的蓬勃发展,全球流动性不断加强,“黑天鹅”事件对经济领域的波及和影响程度也日益加深。当不确定性成为确定状态后,市场对企业提出了更高的要求——是否具备动态生存和竞争的能力。这背后其实是企业竞争力的重塑,面对挑战,企业怎样才能从逆境中实现突围?在找寻动态生存之路上,传统的管理和思维方式又将发生怎样的变化?组织如何找到适应这种“动态变化”的更优存在方式?

### · 热点 HOT NEWS ·

23 拯救“内卷”的国产手机  
30 推开“露营经济”的那扇窗  
41 线上演唱会是一门好生意吗?

62 远程办公改变了什么?  
67 逸仙电商“二次创业”能否“风起”  
75 张洺京的中国“芯事”

80 B站需要新故事  
110 茅台冰淇淋,一次“蓄谋已久”的跨界  
126 StepN,“跑步赚钱”碎了?

订阅  
《商学院》杂志全年订价480元  
本期零售价40元  
邮发代号:2-520  
订阅咨询电话:010-88890090

在线零售  
淘宝: <https://zjyd.taobao.com/>  
拼多多: [https://mobile.yangkeduo.com/mall\\_page.html?](https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=543690507)  
mall\_id=543690507



纸质刊订阅



商学院APP