

# 国信手机

作者：有故事的人 来源：范文网 [www.wtabcd.cn/fanwen/](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/167876802010029.html>

范文网，为你加油喝彩！

关于教师节的资料-好朋友儿歌



2023年3月14日发(作者：六六人体艺术)

国信证券股份有限公司

## 一、公司概况

国信证券股份有限公司（简称“国信证券”）前身是1994年6月30日成立

的深圳国投证券有限公司。公司注册资本82亿元，法定代表人为何如，总部设

在深圳，员工总数超过7000人；2014年12月29日首次向社会公开发行股票并

在深圳证券交易所上市交易，证券代码“002736”。

公司拥有齐全的证券业务牌照，经营范围涵盖：证券经纪；证券投资咨询；

与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问；证券承销与保荐；证券自营；证券

资产管理；融资融券；证券投资基金代销；金融产品代销；为期货公司提供中间

介绍业务；证券投资基金托管；股票期权做市。

截至2014年底，公司在全国92个中心城市和地区共设有36家分公司、135

家营业部；拥有3家全资子公司：国信期货有限责任公司、国信弘盛创业投资有

限公司、国信证券（香港）金融控股有限公司；参股鹏华基金管理有限公司、前

海股权交易中心、厦门两岸股权交易中心、青岛蓝海股权交易中心。

经过20多年的发展，国信证券已经成长为全国性大型综合类证券公司。根

据中国证券业协会公布的全国证券公司经营业绩排名，国信证券近三年的总资产、

净资产、净资本、营业收入、净利润五项指标均进入行业前十。2014年，公司

代理买卖证券业务净收入排名行业第二；投行IPO项目承销家数排名行业第二；

企业债承销家数、募集金额均排名行业第二；场外期权存量名义金额排名行业第

一；资产托管业务规模排名行业第二；资产管理净值超过1470亿元。

截至2014年12月31日，公司总资产1613.52亿元，净资产327.83亿元，

（母公司）净资本223.57亿元。2014年，公司实现营业收入117.92亿元，净

利润49.43亿元。2015年1-3月，公司实现营业收入63.82亿元，净利润32.55

亿元。

展望未来，国信证券将继续弘扬“务实、专业、和谐、自律”的企业精神，

始终秉持“创造价值、成就你我”的核心理念，开拓进取，不断创新，全力打造

国际一流投资银行。

## 2. 股东情况

国信证券共有5家股东，股东单位名称和股权结构如下：

深圳市投资控股有限公司持股40%；

华润深国投信托有限公司持股30%；

云南红塔集团有限公司持股20%；

中国第一汽车集团公司持股5.1%；

北京城建投资发展股份有限公司持股4.9%。

## 二、组织架构

## 二、市场地位：

国信证券的市场地位和竞争优势突出。在中国证券业协会主持的全国证券公司经营业绩排名中，国信证券近三年的总资产、净资产、净资本、营业收入、净利润、代理买卖证券业务净收入、承销保荐业务项目发行家数等主要指标均进入行业前十。

证券经纪业务：在行业内率先推行全面客户关系管理，零售经纪客户超过400万，托管客户资产超过8300亿元；拥有近1000人的专业投资顾问团队，以及2000多种“金色阳光”系列服务产品；建立了技术领先、功能完善的金色阳光“藏金阁”网络营业部、“金太阳”手机证券、全天候“95536”电话理财中心、国信理财微服务（官方微信）等多层次综合理财服务平台。公司实施“精品营业部”差异化品牌营销战略，在证券公司营业部总交易金额排名中，国信6家营业部连续5年（2009-2013年）进入行业前十，其中泰然九路营业部连续5年排名第一。2014年，公司代理买卖证券业务净收入排名行业第二。

投资银行业务：国内最早开展投资银行业务并注册登记为保荐机构的首批证券公司之一。具备业内一流的专业服务能力，销售网络覆盖基金、保险、信托、券商、财务公司、产业投资公司等500多家机构投资者，可为企业客户提供IPO、

增发、配股、非公开发行、并购重组等股权融资服务，公司债、企业债、私募债等债权融资服务，直接投资、改制重组、私募融资等财务顾问服务，以及市值管理、高端培训等全价值链服务。国信证券是市场唯一一家连续6年（2007-2012年）被深交所评为“最佳保荐机构”的券商。国信投行拥有500多人的专业团队，注册保荐代表人超过160人，保荐代表人数量连续9年（2006-2014年）排名行业第一。2014年，股票承销家数、募集金额分别排名行业第五、第六；IPO项目承销家数排名行业第二。

固定收益证券业务：拥有集团固定收益证券发行承销、销售交易和投资研究为一体的综合服务能力。业务资格包括：企业债、公司债、金融债、央行票据、中小企业私募债、非金融企业债务融资工具等固定收益品种主承销资格；记账式国债承销团成员；政策性银行金融债券承销团成员；银行间同业拆借市场业务资格；银行间/交易所债券市场成员；资产支持专项计划管理人；上海证券交易所固定收益证券综合电子平台一级交易商。作为上交所固定收益证券综合电子平台首批做市商，连续7年（2007-2013年）综合排名第一。2014年，企业债承销家数、募集金额均排名行业第二；中小企业私募债承销家数、募集金额均排名行业前二。

资产管理业务：在国内券商中率先规范资产管理业务，运作规范稳健，形成了良好的市场声誉。业务种类包含集合资产管理、定向资产管理和资产证券化业务等全部资产管理业务类别；具有业内最齐全的产品线，包括低风险的货币类产品、固定报价的理财类产品、较低风险的固定收益类投资产品、风险可控收益适中的量化投资产品，以及较高风险高收益的股票类产品、FOF产品和新三板投资产品等，可根据客户的风险收益偏好量身定制，满足不同层次的财富管理需求。

资产管理总部投资经理平均证券从业年限超过9年，对资本市场具有较强的研究判断能力。国信资管在行业内首創集合理财产品合同电子化，并被证监会确定为行业标准；2013年以来，积极推进集合资产管理业务创新：现金增利1号货币资产管理产品具有风险低、操作便捷、活期理财高收益等特征，显著提升了客户保证金收益；债券分级1号、金理财8号等分级产品主要投资于股票质押式回购、债券等固定收益品种，实现了公司投融资优势资源的整合。截至2014年底，资产管理净值超过1470亿元。

研究业务：在业内率先推行行业首席分析师制，创新卖方研究服务模式，确立了研究业务的制度优势。近年来，敏锐把握中国经济结构转型升级和互联网变革时代的研究需求，对研究资源配置进行全面优化，并率先在业内针对中国企业

海外上市公司开展海外市场研究，探索专业化、精品化、国际化研究路径。目前拥有一支由70多名分析师组成的研究服务团队，研究力量覆盖符合中国经济发展方向的战略性新兴产业、大消费行业以及宏观、策略、金融工程、固定收益等高价值领域，重点跟踪公司超过1200家。公司连续多年获评《新财富》“最具影响力研究机构”，共有100多人次获《新财富》“最佳分析师”奖项，在医药生物、社会服务、家电、电子、通信、环保、房地产等领域的研究实力处于行业领先水平。此外，国信经济研究所还探索研究业务新模式，提供政府产业规划、招商引资、企业财务顾问、高端培训等专项研究咨询服务，实现研究服务产品化、项目化，逐步形成核心优势。

机构业务：拥有一支专业的销售交易团队，在基金、社保、保险等领域的市场份额名列前茅，并连续多年获评《新财富》“中国最佳销售团队”；建立了广泛的机构客户服务网络，向社保基金、公募基金、保险机构、对冲基金等国内外专业机构投资者提供基于研究、策略、资金、产品、交易的综合服务；为银行、保险等机构提供产品设计和理财合作方案；为集团企业等机构提供财务解决方案；通过机构主交易商业务（PB）和种子基金引入优秀投资顾问和私募产品，为财富

管理客户提供丰富的金融产品。2010年，在国内券商中首家推出彭博系统A股市场算法交易服务；2011年，自主开发做市商对冲交易系统及多项交易策略，成为业内首家实现对冲模式下双边自动报价的流动性服务提供商，流动性服务规模排名行业前列。此外，国信国际机构业务发展迅速，目前拥有来自欧美、香港、台湾、韩国、新加坡等海外市场的QFII/RQFII客户30多家，市场占有率居行业前列。

自营投资业务：实行投资经理负责制，动态调整各投资经理投资额度，形成了一套符合证券公司经营特点的投资管理模式；建立了自营投资决策与风险控制体系，坚持以追求低风险绝对收益为目标，除开展股票、债券等传统自营业务外，公司还灵活运用各种金融工具和衍生品，积极稳健开展对冲基金投资和绝对收益套利投资，保障投资资金安全和收益稳定。

资本中介业务：首批获得融资融券业务、转融通业务试点资格的券商，建立了完备的征信、信用评级、授信等流程，以及高效的业务操作、交易结算、风险监控等管理制度。2014年，公司融资融券累计开户数排名行业第三；融资融券余额市场份额排名行业第七。此外，大力发展股票质押式回购、约定购回式证券交易、股权激励行权融资、股票协议逆回购、上市公司限制性股票融资等创新型



资本中介业务，满足客户多样化融资需求，其中行权融资、限制性股票融资规模均排名行业第一。

柜台市场业务：首批获得柜台市场业务试点资格的券商，以私募业务、非标

标准化产品为主导方向，通过创设、开发、管理丰富的金融理财产品和衍生品，建

立多元化的资产组合策略，拓宽客户投融资渠道，提供高效的风险管理工具。2013

年，推出场外期权、权益收益互换、股票协议逆回购、资管产品发行转让等4

项场外业务。2014年，获得收益凭证、上市公司限制性股票融资等创新业务资

格。截至2014年底，国信柜台市场场外期权存量名义金额约187亿元，挂钩指

数型保本收益凭证发行规模近35亿元，均排名行业第一。

场外市场业务：首批获得股份报价转让业务主办券商资格的证券公司，致力

于在全国中小企业股份转让系统、区域性股权交易市场等场外市场为中小企业提

供推荐挂牌、定向增资、并购重组、做市交易、转板上市等专业服务。2014年，

累计推荐新三板挂牌企业63家，排名行业第六；做市服务市场份额排名第十，

做市成交金额市场份额排名第五。此外，联合发起设立深圳前海、厦门两岸、青

岛蓝海等区域股权交易中心，并通过分支机构开展浙江、新疆、重庆、吉林、武

汉、佛山等地的区域市场业务，延伸中小企业服务价值链。

资产托管业务：首批获得证券投资基金托管资格的券商，拥有一支高素质的

资产托管业务专业团队，可为基金公司、券商、私募等资产管理机构提供托管服

务及后台运营外包服务等综合解决方案。托管产品种类包括：公募基金、券商资

产管理计划、基金专户、私募基金、政府产业引导基金、对冲基金、打新基金，

特别是对投资于债券、股票、期货等跨市场、多品种的复杂产品托管拥有丰富经

验和领先优势。截至2014年底，资产托管业务规模超过500亿元，排名行业第

二。

互联网金融业务：运用互联网思维、理念、技术提供便捷、高效的互联网金

融服务，建立了以PC客户端、网上理财商城、APP、微信为核心的多渠道、立体

式互联网金融服务体系。2007年，自主开发集行情、交易、资讯和客户服务于

一体的综合移动金融服务平台——“金太阳”手机证券，注册用户超过650万，

手机证券交易量占比达27%；2009年，“金太阳”手机证券被苹果公司iPhone、

iPad产品选为中国落地宣传的唯一证券应用；2010年，“金太阳”手机证券获证

券期货业科学技术奖二等奖；2012年，推出金色阳光“藏金阁”网上理财商城，

服务产品超过2000种，同时引入理财产品在线销售，推出网上开户功能；2013

年，国信证券微信服务号正式上线，与各分支机构的微信订阅号共同形成多层次的移动互联网微理财服务体系；2014年，获得互联网证券业务试点资格，持续探索互联网与金融的结合，通过互联网方式优化、改造金融服务流程，提升客户服务体验。

信息技术：拥有专业的IT研发与运维团队、先进的软硬件设施、完备的运营保障体系和突出的IT创新能力。近年来先后开发完成多个行业领先的信息应用系统，系统运行高度安全、稳定。2008年，企业级证券电子商务平台获“证券期货业科学技术二等奖”，在网上交易和网站类系统中排名第一；2009年，入选国家信息化测评中心“中国企业信息化500强”；2010年，信息安全等级保护达标工程获公安部评测机构最高等级“符合”评价，并成为行业首家通过软件开发最佳实践CMMI3级认证的券商；2011年，“金天盾”非现场客户端安全产品获中国证券业协会“网上交易双因素身份认证”专业评审总分第一；2012年，通过中国信息安全认证中心ISO20000认证审核；2013年，基于开源技术的内外网数据交换可信安全管理平台获“证券期货科学技术奖优秀奖”；2014年，在国内首家引进TradeStation平台并独立运营，为专业投资者提供先进的交易服务。

国信期货：国信证券是首批获得股指期货IB业务资格的券商，通过全资子

公司国信期货有限责任公司开展商品期货经纪业务、金融期货经纪业务、期货投

资咨询业务及资产管理业务。国信期货具有中国金融期货交易所交易结算会员资

格，上海期货交易所、大连商品交易所、郑州商品交易所会员资格。目前设有

15家期货营业部，并有国信证券旗下71家证券营业部提供IB业务支持。国信

期货是期货业内交易平台最为齐全的公司之一，并建立了涵盖金融、金属、能源

化工、农产品、交易策略等领域的期货投资研究体系。2014年，国信期货分类

评价获目前行业最高的AA级，净利润排名行业前十，期货资产管理总规模排名

行业前三。

国信弘盛：国信证券通过全资子公司国信弘盛创业投资有限公司开展股权投

资、股权投资基金管理、股权投资顾问等业务。国信弘盛是国内前三家获准设立

的券商直接股权投资公司之一。国信弘盛累计投资PE项目61个（不含直投基金

投资项目），累计投资金额超过15亿元，其中25个项目成功登陆A股市场。国

信弘盛投资企业上市家数在券商直投行业排名前列。2014年，国信弘盛直投基

金完成募集，基金规模近20亿元人民币，初步实现直投业务从自有资金管理类型

向基金管理型的转变。

国信香港：国信证券通过全资子公司国信证券（香港）金融控股有限公司开展国际金融业务。国信香港拥有香港证券业务全牌照，可以开展经纪、投行和资产管理业务。经纪业务可向中国大陆及海外客户提供全球多个交易市场（香港、美国、国内B股、新加坡、台湾等）的证券销售、买卖以及期货、柜台产品、融资融券等多样化国际金融业务；投行业务可为客户提供全方位的企业融资及财务顾问服务，包括上市保荐、承销、配售、上市前重组及融资、收购兼并以及其他相关财务咨询等一站式金融服务；资产管理业务涵盖QDII、RQFII、QFII、QFLP等跨境投资品种，管理各类公募基金、私募股权基金，并提供基金投资顾问、专户理财和投资移民等个性化服务。

### 三、人力资源制度

一个企业人力资源的管理实践是企业获取竞争优势的重要源泉，证券行业作为服务产品的提供者，人力资源对企业的价值贡献更是举足轻重。公司一方面需要高素质的研发队伍打造具有市场竞争力的服务产品，一方面更需要优秀的营销队伍实现产品的价值传递。国信证券人力资源制度对营销队伍的建设一直是作为重中之重。

## 1. 建立高素质的营销队伍

证券公司在经营活动中对客户的服务从本质上说是为满足客户的投资需要而提供的一种活动或过程，其服务的价值就产生于客户与证券公司或证券公司员工的接触之中，因此整个服务过程及整个过程之中双方之间的相互接触对券商而言至关重要。此外，由于金融投资服务内容的特性决定，公司员工就是服务的组成部分，证券公司与客户之间的交互过程中人际因素与技术因素同等重要，因此，高素质的营销人员既保证了对客户个性化需求的供给，又有利于改善服务对象的服务感受，扩大公司的服务品种，提高客户对公司的忠诚度。可见一支优秀的营销队伍是公司营销体系建设取得成功的必要因素。国信证券可以通过高薪招募行业精英和选拔招收有潜力的“白纸式”的人才自己进行培训两种方式来建立自己的营销队伍。

客户经理是国信证券的一线营销人员，分为见习客户经理、客户经理、高级客户经理、资深客户经理等四级。一般每个营业部对客户经理的管理略有不同，通常的做法是见习客户理由营业部与其签订非全日制用工合同；达到公司规定的客户经理考核标准，且通过两门以上证券从业人员资格考试后，转为客户经理，由营业部指定的劳务代理公司与其签订劳务派遣合同；达到高级客户经理以上级

别的，报经经纪业管理部和人力资源部批准后由公司与其签订正式劳动合同。

## 2．建立科学灵活的人才机制

国信证券要充分做到重视营销人才，尊重人才并留住人才就必须建立一个科学而灵活的人才机制。在用人上，要做到唯才是举，用人不疑，给予广阔的发展空间，提供充分发挥才能的机会。国信证券在营销人才的配备上首先要引进具有敏锐的市场意识和强大的团队领导力的营销管理者，而作为国信证券一线营销工作人员的客户经理，则应更看重对企业文化的认同和业务能力的提升空间，让员工能做到人尽其能。

## 四、内部管理制度

内部管理制度是指使国信证券营销活动得以顺利展开而必须具备的一些系列公司内部管理制度。它主要包括以下几种：

1．风险控制制度，证券行业属于风向相对较高的金融行业，因此，加强风险控制是十分必要的，风险控制主要体现在内控制度和成本控制制度两方面。内控制度作为公司一个非常重要和基本的制度，贯穿于公司业务运作的各个环节，当然在营销体系中也必须体现风险控制的原则；成本控制制度，整合内部资源、

保证各部门的高效运行是证券公司构建营销体系的主要目的之一，体系的存在是与低成本、高效率相对应的，对岗位的设置、部门之间沟通协调的成本，以及网点的铺设，新技术、设备的投入，所有成本都要控制在合理的范围内。

2．信息反馈制度，要求由专人负责搜集各类客户的意见和需求，集中汇总

到营销策划部门作为决策参考，同时要求客户的信息及需求必须通过各种渠道及

时反馈到营销部门。另外，制定由经纪事业总部牵头、各业务部门参加的定期的

营销联席会议制度，可以及时将各部门的信息反馈，便于部门之间的沟通与交流，

并提高公司总部对市场需求的反应速度和调度各部门资源的工作效率。

3．营销调研制度，制定定期市场调查和专项市场调研制度，调查营销环境

中的发展情况和变化趋势，通过对这些信息的过滤、分析和加工，形成应对策略，

提供给公司决策层和业务部门作为决策的依据，提高企业的快速反应能力。

4．营销分析制度，某些分析指标，要求运用统计方法与建立模型对调研成

果进行分析和研究，形成报告。

5．考核制度，即建立与人才储备相配套的有效、科学的激励约束机制，鼓

励内部的良性竞争，并通过明晰的奖惩制度、绩效考核制度，公平的完成优胜劣

汰。营业部对客户经理以上级别的考核，一般包括五项：考核期新增客户数、金



融产品销售额、手续费净收入、累计客户资产量、日常综合表现。营业部对各项考核指标的参数和权重按年度进行设置，也可以每半年调整一次。营业部根据考核结果，对客户经理级别进行调整，客户经理按考核达到的级别享受相应的业务拓展费和手续费提成比例。

此外还有培训制度、经纪人管理制度，信息资源共享制度等等。

## 五、企业文化

企业文化是企业在生产经营实践中，逐步形成的，为全体员工所认同并遵守的、带有本组织特点的使命、愿景、宗旨、精神、价值观和经营理念，以及这些理念在生产经营实践、管理制度、员工行为方式与企业对外形象的体现的总和。企业文化建设有利于解决组织目标和个人目标之间的矛盾、领导者与被领导者之间的矛盾，是解决人才流失的有效途径【33】。

### 1. 国信证券企业文化解析？

企业文化是是企业营销活动的动力源泉，企业文化建设有利于解决组织目标和个人目标之间的矛盾，领导者与被领导者之间的矛盾，是解决人才流失的有效途径。良好的企业文化氛围是企业所有成员拥有共同价值观念、遵守共同行为准

则的结果，它可以促使企业营销组织体系运作更默契，营销效率更提高，营销质量更可靠、成本更节约，企业经营业绩更容易脱颖而出，发展前景光明。良好的企业文化还可以通过思想凝聚、精神乐观、态度负责、沟通顺畅的企业员工辐射给客户和社会各界，从而树立了企业积极向上、值得信赖的市场形象，提升企业品牌价值，形成文化营销难以模拟和复制的核心市场竞争力。国信证券的企业精神是“务实、专业、和谐、自律”，核心理念是“创造价值、成就你我”。

企业精神“务实、专业、和谐、自律”是国信证券对全体员工的工作态度要求的集中体现，务实表达的是一种基于客户利益实事求是的思想；作为行业的领先者，必须以高度专业的研发实力为基础，专业的服务态度为保障；公司自上而下要保持强大的战斗力，必须每一个环节都要互相协作，营造和谐的工作氛围，同时也保持好与客户和谐共赢的良性局面；作为全国最高评级的券商，国信证券一直强调合规经营，以实现客户价值增长作为发展方向，在不少券商违规或打擦边球经营追求短暂的经济效益的同时，国信证券一直以规范的行业标准自律，塑造了良好的企业形象。

核心理念“创造价值、成就你我”它强调的是社会、客户、员工和企业发展共赢。要实现自身的发展，作为服务产品的提供者，国信证券深知必须首先为客

户创造价值，而员工一方面是服务产品的创造者，一方面是服务产品的传递者和价值增长的实现者，员工价值势必和顾客价值的增长同步实现，有了顾客和员工价值的实现，企业的发展就是水到渠成的结果了，这些价值增长和企业发展的综合效果就成为了社会发展的动力。

## 2. 企业文化的改进建议

企业文化实质上是一个以新的思想观念及行为方式战胜旧的思想观念及行为方式的过程，它的改进实际上是一个自上而下的示范和自下而上的积淀的过程。

针对国信证券企业文化的现状和特点，笔者给出以下两点建议：

(1) 强化以人为中心。文化应以人为载体，人是文化生成与承载的第一要素。

企业文化中的人不仅仅是指企业家、管理者，也体现于企业的全体员工，更可以延展到企业的客户。企业文化建设中要强调关心人、尊重人、理解人和信任人。

企业文化的改进要和人力资源开发相结合，努力提高员工的归属感，增强企业的凝聚力。

(2) 表里一致，切忌形式主义。企业文化属意识形态的范畴，但它又要通过或员工的行为和外部形态表现出来，这就容易形成表里不一致的现象。而且主义

不仅不能建设好企业文化，而且是对企业文化概念的歪曲。建议国信证高层牵头，

成立企业文化督导团队，负责企业文化的落实和监督。

更多 在线阅览 请访问 [https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91\\_0.html](https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html)

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发