

国外期货公司发展战略比较研究

孙 晋

美尔雅期货有限公司, 中国·湖北 武汉 430000

【摘 要】国外期货公司的发展在时间上比我国早,在业务模式上比我们成熟。所以,通过对国外期货公司经过长期市场选择后形成的不同发展类型,对于国内期货公司的战略选择有比较大的参考价值。

【关键词】期货公司;金融;发展;思路

国外期货公司的发展在时间上比我国早,在业务模式上比我们成熟。所以,通过对国外期货公司经过长期市场选择后形成的不同发展类型,对于国内期货公司的战略选择有比较大的参考价值。通常,根据国外期货公司的实际控制人和业务模式,大体归纳为三种类型:一是以传统经纪业务为主营方向的期货公司;二是以产业背景为依托的期货公司;三是以大型金融机构为依托的期货公司。其中,以传统经纪业务为主营方向的期货公司,专注于期货交易的方便、快捷、安全、稳定;以产业背景为依托的期货公司侧重于做深做透产业链,提供全产业链的风险解决方案;以大型金融机构为依托的期货公司则主要提供多业务线的整体解决方案,在为集团内部机构提供专业解决方案的同时,业务也涉及到外部相关客户的一揽子服务。

1 传统经纪业务为主营方向的期货公司

所谓传统经纪业务为主营方向的期货公司,是以交易所的交易代理和为客户提供交易结算服务等为核心的中介业务,有些公司还在这个基础上拓展相关的衍生业务。作为这类公司的典型代表,新际集团、R. J. O. 盈透、罗杰欧、MF Global 等欧美公司都有非常鲜明的特色和突出优势。

以具有近 20 年历史的法国新际集团为例,该公司自成立之日起,就致力于为客户提供多种投资标的的中介服务,从交易所的场内衍生品,到为全球范围提供的场外衍生品和证券交易服务。近年来,更是从其核心的场内衍生品交易服务,不断向全球的证券、外汇、贵金属的场内、场外交易进行拓展。

作为一家独立的期货经纪公司,新际集团最主要的收入就是所代理客户的交易手续费,所以公司一切经营的核心都围绕着“客户需求”开展,强调以最好的服务做到最多的客户。为此,新际集团始终坚持以客观的立场,保持足够的独立性为客户从选择安全、可靠的交易系统,到稳定、快捷的交易通道,并随时根据客户的需求,提供高端定制化服务。

新际集团的服务经验遍及欧洲、美洲、中东、以及亚太地区,由于其积累的 20 多年的交易和结算经验,所以能为全球性客户提供非常全面的中介服务,其主要的产品线包括:固定收益、货币和商品。提供涵盖交易、清算全球场内交易的金融衍生品和大宗商品、电子交易、全球跨境结算等多种服务,为全球客户提供 7*24 小时不间断的全面服务。为了方便客户需求,新际集团的各产品线还提供具有实时电子化交易系统和随时在线的电话下单服务,无论是手工交易还是算法交易的客户,都可以获得定制化的个性服务,同时还利用做市的方式为客户随时提供流动性需要。

2 以产业背景为依托的期货公司

以产业背景为依托的期货公司主要是指主要股东是从事商品现货贸易或者是商品现货全产业链经营的现货商企业的期货公司。这类期货公司最大的优势和特点是对商品现货和期货两

个市场的运作情况都很熟悉,能够根据两个市场间出现的差异,很好地利用股东公司或者产业集团的现货数据、资金和经营的有利条件,为期货客户提供专业的期现结合的风险管理服务。这类公司也是期货公司最早出现的形式,特别是在商品流通发达而金融期货和金融衍生品创设之前,以产业为依托的期货公司在市场上占据绝对的主导地位,随着金融期货和金融衍生品的创设,这些公司才顺势将经营范围从商品交易拓展到各类金融衍生品上,并转型为专业的金融类企业。国外具有典型期现结合的期货公司有福四通公司、爱德盟公司、苏克敦金融公司以及联合金属贸易公司。

以成立于 1968 年,具有近 50 年发展经验的美国福四通公司为例,最早是由一批粮食贸易商发起,以会员制形式运营的企业,其初期的业务主要是为其会员单位和其他相关的客户提供大宗商品的贸易和交易风险管理咨询服务。为了满足会员单位的需求,福四通公司将其风险管理业务逐步从粮食扩展到覆盖农产品、能源、林产品和食品等各类大宗商品的期货和期权,业务还包括了商品期货的经纪、结算、咨询和风险管理业务,依托于其深厚的现货背景和多年的专业经验,公司的客户既包括大宗商品的上、中、下游的全产业链企业,还同时为其他的期货经纪公司提供外包服务。

福四通公司秉承“以客户为中心,关注和满足客户需求,给客户带来更大的价值”的服务理念,充分发挥其在现货行业的专业优势,为其客户提供全面、优质的期货现货结合的服务产品。一方面,该公司通过专业化培训和投资者教育,让客户掌握交易的方式和技巧,充分理解交易过程中风险和盈利之间的关系,市场供需的变化及其可能存在的交易机会等;另一方面,公司将其所有客户进行分级分类管理,根据客户的风险承受能力和风险管理水平拟定差异化的服务和差异化的销售政策。所以,相较于传统期货经纪公司单方面追求交易量和低手续费竞争的业务模式,福四通公司在市场上具有完全自主定价的权利,公司对哪些自身风险管理能力非常强的客户,只提供快捷的交易通道服务,不会额外收取其他的咨询服务费;但是对于那些刚刚进入期货市场,对交易规则和交易方式都不很熟悉的客户,则会提供一系列的咨询服务并收取相对合理的费用。为此,福四通公司建立了一个覆盖全球的客户服务网络,通过遍布世界各地的分公司或者代表处及时收集并相应客户的需求,公司各产品线的专业团队会立即对客户的生产经营规模和贸易数据进行综合评估后,准确计算出客户需要进行套期保值所对应的规模,并以此为依据制定个性化的套期保值方案;当客户的套期保值进入实际实施阶段后,公司具有 20 年以上服务经验的资深顾问会以月度为单位对客户的相应持仓和现货贸易量以及套期保值效果进行动态评估和跟踪,这种将咨询服务融入

客户交易的整个操作周期的做法, 加强了客户对公司专业性的认同感和粘性。高度专业化的咨询顾问队伍是公司竞争力的良好体现, 进一步增强了公司在市场开拓方面的竞争能力。

作为在期现结合领域具有多年经验的福四通公司, 对风险的重视程度非常高, 风险文化也是公司的企业文化中最重要的内容。市场开发人员是控制公司风险的第一关, 所以公司的市场人员在去拜访客户之前, 首先就要对客户进行风险评估, 从源头上把风险好, 进而在公司搭建了自下而上对风险进行反馈和控制的系统; 同时, 公司还从组织架构和制度上形成了严格的风险管理体系, 由CEO、CFO、CRO等高管层组成了风险管理委员会, 由风险管理部、法律部、合规部等进行具体的风险监控, 因此当市场风险和产品风险还没有发生时, 就能实行24小时不间断的实时监控、评估每个客户的每一笔交易。此外, 公司还有专门设计的整合风险计划, 用于对客户进行系统性的培训, 保证客户更好地识别自己公司可能存在的风险, 反过来调整自己的公司战略。福四通公司还可以根据客户的融资能力、生产能力和销售能力, 有建设性地提供帮助来提高客户的市场竞争力。根据客户的长期信用状况、交易数据、风险管理数据, 来匹配不同的保证金水平, 从而通过提高客户风险管理能力来优化资金使用效率。

3 以大型金融机构为依托的期货公司

以大型金融机构为依托的期货公司以高盛、摩根、巴黎银行、德意志银行等所控股的期货公司为代表。这一类的期货公司背靠金融集团, 为金融巨头全牌照业务和全球的战略目标提供支持和配套的风险管理服务, 其客户群体一般都是大集团、大企业、大金融机构等, 几乎不为个人客户服务。凭借母公司或者大股东的资金、人才和金融支持, 这类公司在衍生品市场发展速度非常快, 能在短时间内占据较大的市场份额, 成为行业的主要力量。

以高盛期货公司为例, 在业务类别上包括了投资银行、证券交易和财富管理等高端金融业务; 在服务对象上, 以大企业、大金融机构、政府主权基金及国际富豪等机构或超高净值的客户。由于衍生品业务的收入在整个高盛集团的业务收入中占有非常大的比重, 因此, 集团的抵押贷款业务、大宗商品交易、利差交易收入以及外汇互换等业务所需要的金融衍生工具都通过其下属的期货公司进行支持。

4 结束语

所以, 从境外有代表性的期货公司的实践来看, 任何一种类型的期货公司最终都是在市场的洗礼后, 凭借战略、专业、实力、业绩, 在时间的检验下成为典型代表的。这些公司的一些共同特点包括:

4.1 战略定位清晰明确。优秀典型的期货公司, 能取得成功首先是战略清晰。战略是企业最核心的优势。一流的期货公司都是以经纪业务为核心, 同时注重同心多元化, 其业务体系都是通过有效处理好主营业务, 并同时向新业务、新领域进行延伸和扩展, 保持相互之间的有机协调。

4.2 服务理念围绕客户需求。作为金融服务业的期货公司, 产品和服务是差异化的体现。凡是优秀的期货公司, 都拥有“客户第一、服务至上”的企业文化。不但客户给与较高的满意度评价, 还能通过有机协调好公司与监管机构、股东、客户、员工等各方利益实现价值共赢。以客户为核心的差异化产品和服务, 能取得牢固的市场份额。

4.3 风险管理毫不放松。金融企业就是将客户的风险通过金融衍生品向交易对手方进行转移, 所以本身就是风险行业。所以, 优秀的期货公司一定是建立了从上到下的风险责任体

系, 实行的是全面的风险管理。通过不断完善风险管理架构和风险管理制度、流程, 将风险管理前置, 重视风险预警指标的监控, 将风险化解在业务前端。

4.4 创新能力持续不间断。创新能力包括产品创新、技术创新、流程创新和管理创新, 是优秀期货公司实现弯道超越和建立领先竞争优势的核心所在。金融行业的发展史就是一部创新的发展史。只有不断敢于否定自己过去的公司才能持续保持活力。

4.5 核心竞争力惟精惟一。传统的期货公司通过发展、强化某一专业优势来进行复制后均衡发展, 能有效地避免同质化竞争; 现货背景的期货公司依托于专业积淀, 战略定位更为简单清晰, 始终围绕产业相关的现货企业, 经验丰富的咨询团队以及专业复制能力是实现差异化竞争的根本; 金融背景的期货公司, 主要依托大股东的资源、平台厚积薄发, 同时成为集团战略中的有机一员, 促进平台功能进一步强大。

4.6 业绩表现持续优秀。一方面, 优秀的期货公司通过特色经营能取得超过行业平均回报的收益, 从而为股东、客户、员工和社会创造价值; 另一方面, 优秀公司的持续竞争力能保证公司稳定可持续发展。

4.7 品牌影响力强大。优秀的期货公司非常注意自己的品牌形象, 一般都有系统的CI系统, 易于被识别, 而且, 通常优秀公司都有非常强烈的公众意识, 都会通过参与回报社会的一些活动塑造自己的社会影响力。

参考文献:

- [1] 理查德·桑德尔. 衍生品不是好孩子[M]. 北京: 机东方出版社, 2013, P1-P554.
- [2] 中国期货业协会. 场外衍生品[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2013, P1-P356.
- [3] 刘英华. 期货投资经典案例[M]. 上海: 上海远东出版社, 2010, P1-P205.
- [4] 迈克尔·波特. 竞争战略[M]. 北京: 华夏出版社, 2002, P1-P372.
- [5] 陈明哲. 动态竞争[M]. 北京: 北京大学出版社, 2014, P1-P436.
- [6] 刘少华. 中国期货期权产品创新及风险管理研究[M]. 北京: 中国财政经济出版社 2013, P1-P187.
- [7] 卡利·加纳, 保罗·布里廷. 商品期权[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2013, P1-P218.
- [8] 里斯/特劳特. 定位[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2002, P1-P268.
- [9] 刘英华. 期货投资经典案例[M]. 上海: 上海远东出版社, 2010, P1-P205.
- [10] 杰姆斯·B. 比德曼. 专业期权交易[M]. 北京: 中国金融出版社, 2013, P1-P305.
- [11] 李艺, 汪寿阳. 大宗商品国际定价权研究[M]. 北京: 科学出版社, 2007, P1-P243.
- [12] 王性玉. 期权投资与做市商风险管理[M]. 北京: 中国经济出版社, 2007, P1-P265.
- [13] 刘兴强. 中国期货市场功能研究[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2010, P1-P432.
- [14] 杰姆斯·B. 比德曼. 专业期权交易[M]. 北京: 中国金融出版社, 2013, P1-P305.
- [15] 尤安·辛克莱. 波动率交易[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2013, P1-P171.
- [16] 麦克米伦. 麦克米伦谈期权[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011, P1-P501.