

# 证券营销人才需求规格和培养模式的调查与分析

张幼芳

(珠海城市职业技术学院经济管理学院, 广东珠海, 519090)

**[摘要]** 随着证券市场的发展、证券营业部的扩容, 证券行业对一线技能型、应用型证券营销岗位的需求巨大。基于社会对证券营销岗位的需求, 根据该岗位的职业特点和任职条件, 该岗位素质、能力和知识等方面行业的具体要求, 应建立由行业协会、企业和高校共同参与的三元制人才培养模式, 以学生为本, 加强实践教学环节, 提高学生动手能力, 强化师资队伍建设的“双师型”结构, 增强教师的实践能力, 满足证券营销岗位的人才需求。

**[关键词]** 证券营销; 岗位需求; 职业分析; “三元制”人才培养模式

**[中图分类号]** G718.5 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2012)01-0064-05

随着证券市场的发展、证券营业部的扩容, 证券行业对一线技能型、应用型证券营销岗位的需求巨大, 如何从金融证券企业的工作岗位需求出发, 详细分析岗位群所需的专业、能力、素质, 通过与行业、企业合作共同培养证券人才, 满足企业的需要, 实现高校的办学目标是一个重要的课题。为此笔者在2011年4~5月期间对珠海证券行业人才需求状况进行了调查, 调查采取走访和问卷的形式。调查对象包括广发证券7家营业部, 招商证券、银河证券、中投证券、平安证券、国信证券、申银万国证券、东莞证券、光大证券共15个营业部, 发放《珠海证券行业对人才需求规格和培养模式的调查问卷》15份, 收回15份。根据证券市场发展和调查问卷情况对证券营销岗位需求状况及其相应的人才培养模式作一探讨, 以求教于同行。

## 一、金融证券营销岗位的市场需求及其职业前景

证券营销岗位是在证券公司负责客户开发和客户服务的工作, 是一个岗位群, 在不同的证券公

司、不同时期有不同的称呼。如证券经纪人、证券客户经理、证券客户代表、证券投资顾问等岗位, 虽然名称上有差别, 工作性质基本相同, 现在更多更广泛的称呼是证券客户经理。证券营销岗位的市场需求量大、职业前景广, 具体体现如下。

### (一) 证券营销岗位的需求不断增加

调查显示, 证券公司对证券营销岗位需求强烈。打开招聘网, 对证券营销人员的招聘广告可为铺天盖地, 通过走访和调查问卷, 我们发现证券营业部对人才需求十分强烈。表1是对15家证券营业部调查的部分内容。

从表1可以看出: 在人才需求状况中87%的营业部认为紧缺, 只有12%的营业部认为刚好, 没有营业部认为人员饱和; 在最需要的人才层次中, 80%的营业部认为最需要的是基层管理和一线操作人员, 只有20%的营业部认为最需要的是中层和高层管理人员; 在最需要的人才类型中, 70%以上的营业部需要前台营销人员, 20%营业部需要后台客户服务人员; 在学历层次上, 53%的营业部需要专科以上, 47%的营业部需要本科以上。

表1 证券营业部人才需求情况调查统计表

选项	内容														
	人员需求状况			最需要的人才层次				最需要的人才岗位类型			最需要的人才学历层次				
类型	饱和	紧缺	刚好	高层管理	中层管理	基层管理	一般操作	管理	前台营销	后台客户服务	其他	研究生以上	本科以上	专科以上	其他
数量	0	13	2	1	2	6	6	1	11	3	0	0	7	8	0
占比%	0	87	12	7	13	40	40	7	73	20	0	0	47	53	0

**[收稿日期]** 2011-10-19; **[修回日期]** 2011-11-24

**[基金项目]** 珠海城市职业技术学院科研教研项目“金融证券专业基于工作岗位要求的人才培养方式研究”(020090603)

**[作者简介]** 张幼芳(1967-), 女, 湖北安陆人, 珠海城市职业技术学院经济管理学院副教授, 主要研究方向: 证券经纪业务管理, 教育管理。

其次，营业部的扩容，也使证券营销人才的需求增加。自1984年11月18日向社会发行第一家股票飞乐音响以来，中国展开了一场轰轰烈烈的资本市场改革。市场规模不断扩大，影响力日益增强。截止2010年6月底，中国共有证券公司106家，其中9家为外资参股的公司，证券公司总资产达2.03万亿元，证券从业人员16万人；截止2010年12月10日，沪深两市共有A股账户15,122.63万户，B股账户249.78万户；有效账户13,306.79万户。仅以A股账户计算，每10个中国公民中就有一位股民，市场投资者队伍相当庞大并在扩大中。上市公司数量快速增长，截至2010年12月17日，A股市场上市公司数量达到1995家，A股市值规模居全球第二。根据沪深两交易所网站数据，截至2010年11月，沪深两市上市公司总市值已接近27万亿。<sup>[1]</sup>

随着证券市场的发展壮大，对证券人才的需求不断增加。特别自2008年5月，中国证监会放宽了券商新设营业部的资格条件，以鼓励券商发展营业网点以来，各路券商在全国各地进行了一次跑马圈地活动，截止2010年8月，各地新设证券营业部达1390家，仅珠海市就有5家新的证券公司新设5个营业部，珠海的证券公司由原来的9家上升为14家，营业部由原来的20家增至25家。证券营业部加速新设导致国内券商人才告急。据了解，按目前一家中型券商营业部人员一般不低于42人计算，证券行业仅服务于营业部的一线人员一项，至少需要补充的人才缺口高达5.84万人。其中基层人才也是目前证券业最为急需的群体，特别是证券营销人才。<sup>[2]</sup>

（二）证券营销人才收入上升空间大、拥有独立的事业

### 1. 丰厚的收入

成功的证券营销人员的收入非常可观。收入一般由底薪+佣金构成，主要收入不是底薪，而是佣金提成，月收入从几百元到几万，十几万甚至几十万不等，刚入行没有多少客户上午证券营销人员可能只能拿到几百块的底薪（因各地最低工资标准不同有所区别），但只要证券营销人员开发的客户够多，交易量够大，就可以拿到足够多的提成。如招商证券珠海营业部一位员工，2009年从中山大学毕业时，放弃了进一家外资会计事务所享受月薪5000元的待遇，选择了招商证券珠海营业部，开始月薪1000元，现在月薪已在2万元以上。其收入不断增加，有二方面原因。

一是随着客户资源的增加，收入会不断增加。由证券营销岗位构成的证券经纪人制度已被国外成熟市场证明是行之有效的。在美国80%以上的证券投资者都将资产委托给证券经纪人（证券营销人员）管理，投资者并不直接参与证券交易的实际操作。经纪人是只有高学历和从业经历才能从事的金领职业。在法国、英国等许多国家的证券交易也是如此。而目前我国证券市场绝大多数中小投资者都是自己操作。投资者在操作中屡屡失误。在市场低迷时赔钱，在行情好时赚不到钱，投资者迫切需要证券公司为他们提供专业化、智能化的服务，在证券公司承担这一工作的就是证券营销人员。<sup>[3]</sup>因此，证券营销人员的客户会不断增加，收入也会不断增加。

二是随着交易品种的丰富，收入将大幅上升。随着国民经济的发展，社会财富急剧扩张、人们手中的闲钱逐渐增多，理财产品层出不穷、理财需求旺盛。2010年6月23日，美林全球财富管理部与凯捷咨询公司联合发布《全球财富报告》，根据报告显示，尽管全球经济依旧疲弱，但全球富裕人士已经收复先前的损失。2009年，全球富裕人士回升至1000万人。去年全球十大富裕人士人数增长最快的国家中，有8个来自亚太地区。其中，中国的富裕人士人数为47.7万人，增加31.0%。<sup>[4]</sup>他们具有强烈的理财需求，另一方面，随着市场的发展，新的交易品种和交易方式将不断推出，未来证券公司应该是一个集股票、基金、债券、外汇、期货、期权等金融产品为一体的金融超市，交易方式也将引入信用交易等。这些创新的实现有赖于证券营销岗位的开拓，而最终能够提供创新服务的重任无疑也落在了证券营销人员的身上。所有这些都为证券营销人员的收入提供了巨大的上升空间。<sup>[5]</sup>

### 2. 独立的事业

证券客户经理收入的高低，并不依赖于职位的高低，是否得到老板的赏识，而是完全取决于其所拥有的客户的价值。因此具有很强的独立性。可以不看别人的眼色行事，实现最大的独立自主性，拥有自己的事业，做自己的老板。

（三）证券营销岗位发展空间大、职业前景广阔

对证券经纪人来说，当前所能取得的收入水平固然重要，未来的职业发展前景更为重要的。越是成功的经纪人，通常越是注重长期的发展前景，而不是一时的收入水平。

### 1. 从职业发展看，有三条成功路径

证券客户经理纵向有三条不同发展路径,最终都能成为金融证券高级人才,实现自身价值和社会价值。以广发证券为其客户经理的职业生涯规划为例,第一条是走证券应用型人才道路,从证券客户经理到高级证券客户经理到资深证券客户经理到独立证券经纪人、资产管理人、理财规划师,如巴菲特最初是从证券经纪人起家的。第二条走证券管理型人才道路。从证券客户经理到高级客户经理到区域经理到营销总监到营业部总经理到总部总经理。证券客户经理可根据自己的专业特长和知识结构在工作中选择自己的职业。实际上,在华尔街,很多证券公司的总裁,都是从经纪人出身。第三条是走研究型人才道路,从证券客户经理到高级客户经理到分析师团队到高级分析师到首席分析师到总部研发高管。

2. 从资本市场的发展看,有广阔的职业前景

中国是一个发展中的国家,资本市场的运作会进一步扩大规模,政府也需要不断把一些企业推向证券市场,从而获得更多的利润。据不完全统计,“十二五”规划纲要有16处较直接地提及资本市场,并专节规划多层次市场的建设,明确提出“显著提高直接融资比重”。两会通过的《政府工作报告》对今年资本市场工作提出,要“提高直接融资比重,发挥好股票、债券、产业基金等融资工具的作用,更好地满足多样化投融资需求”。国家需要、企业需要、个人也需要。中国证券市场还有更大的发展潜力,未来还有很多新的投资者加入到这个市场中来,这就需要更多的证券营销人才,证券营销人员有广阔的职业前景。

## 二、证券营销岗位的工作职责和任职资格

岗位工作职责和任职资格是教育工作者依托市场需求,真正培养企业“下得去、留得住、用得上”人才的依据,因此,认真研究分析十分必要。从证券公司通过网络、报纸等多种媒体刊登的招聘广告看,有关证券营销人员的招聘广告不计其数,岗位描述不尽相同。根据百度“证券客户经理招聘”搜索出几十家证券公司的招聘条件,将证券营销岗位的工作职责和任职资格归纳如下。

### (一) 证券营销岗位工作职责

证券营销岗位的工作职责包括:负责拓展销售渠道,开发新客户,销售公司发行或代销的金融理财产品;负责把证券公司的金融产品和服务方面的信息传递给现有的及潜在的客户;负责为客户提供金融理财的合理化建议,为客户实现资产保值增值;负责组织并策划高级营销活动,开发高端市场。

总的来说,证券客户经理作为证券公司和客户之间相互联系的纽带,负有维护双方利益的责任,既要使证券公司获得满意的和不断增长的营业额,又要培养与客户的友善关系。属于金融应用型人才。

### (二) 证券营销岗位的任职资格

证券客户经理的任职资格一般包括:大专及以上学历,热爱金融证券行业,学习能力强,具有一定的投资悟性;具有证券经纪业务资格;有强烈的成功欲望,立志长期致力于金融证券行业;有较强亲和力、开拓能力、客户沟通能力、协调能力、团队合作精神;遵纪守法、品行端正,有较强的事业心和艰苦创业精神;具备基金、证券营销渠道和客户资源者优先考虑;了解证券业务知识,有股票、基金等金融产品,有相关工作经验;能吃苦,能坚持并承受一定的工作压力。

与其他一些收入高但专业性很强的职业不同,证券客户经理对专业知识并没有特别的要求,几乎每个人都有可能做好。关键在于是否能够持之以恒。

## 三、证券营销岗位职业素质、能力分析

证券营销岗位是证券行业中基层、应用性技能型人才。对15家营业部关于证券公司对所需人才能力要求的问卷中,“您认为大学生立足社会有良好发展,取决定因素的是什么?”回答统计如表2,参考2009年4月12日中国证券业协会颁布的《证券经纪人职业规范》要求,对其职业素质、能力和专业分析如下。

表2 大学生良好发展的决定因素统计表

选项	类型			
	综合 能力	专业 能力	方法 能力	三者同等 重要
数量	8	1	1	5
占比%	53	7	7	33

根据表2,证券公司营业部在回答大学生良好发展的决定因素时,普遍认为综合能力最重要,比率达53%,其次认为三者同等重要,比率达33%,专业能力和方法能力重要程度相同,比率为7%。

### (一) 综合素质(社会能力)

根据《证券经纪人职业规范》要求,证券营销人员不仅要求具有强烈的社会责任感,明确的职业理想、良好的职业道德和职业形象,而且要诚实守信、勤勉尽责、公平对待客户、客户利益优先。<sup>[6]</sup>根据15家营业部调查问卷中关于证券营销岗位综合能力频数统计(见表3)显示,证券营销岗位综合能力包括很多方面,至少包括积极心态、诚信素

养、学习能力、吃苦能力、有效沟通、团队精神、个人自信、创新素质、人际关系、时间管理，还包括良好心理素质、健康的体魄、礼仪修养、行为气质、组织和执行任务的能力等，其中最为重要的是积极心态和团队精神。

表3 证券营销岗位综合能力频数统计表

选项	类型									
	积极心态	团队精神	诚信素养	吃苦耐劳	有效沟通	人际关系	时间管理	个人自信	人格魅力	学习能力
数量	5	5	2	1	1	1	0	0	0	0
占比%	33	33	13	7	7	7	0	0	0	0

## (二) 专业能力

以获取各类证券从业资格证书为基础，不仅要掌握证券市场基础知识、证券交易、证券投资基金、证券投资分析技术、证券营销及相关知识、国家有关证券法律法规知识、经济学、会计学、金融学等基本知识，特别要随时了解证券行业发展变化的趋势，及时掌握国家在金融行业出台的新政策、熟悉证券市场最新操作规程，这也意味着从业人员具有很强的继续学习能力，不仅要胜任当前技术密集型岗位的需要，也要适应将来岗位随着知识的再生和更新等变革的需要。包括基本知识、金融基础知识和相关知识。基本知识包括：数学、英语、法律、语文等课程；金融基础知识包括：银行学、国际金融与结算、商业银行实务、中央银行概论；相关理论包括经济学、会计学、证券、保险、统计等。

## (三) 方法能力

证券营销岗位要求具备较强的方法能力，以保证终身学习的需要。具体包括组织、开拓、创新等基本能力、金融专业职业能力、相关专业能力、市场营销能力、英语及计算机应用能力等组成。善于让别人理解接受自己的观点，善于综合各类信息为自己服务，并能成功地组织各种活动，以实现自己的目的，关心体谅别人的情感需求，有幽默感，善于把枯燥的工作变得有意思。证券营销岗位特别注重实践能力和创新能力。因此，学校必须强调对学生实践能力的培养和提升。

## 四、基于证券营销岗位需求的“三元制”人才培养模式

为了更好地满足证券市场对于证券营销岗位的

需求，迫切需要积极探索有效的人才培养方案，目前高校采用的人才培养模式包括能力本位人才培养模式、工学结合人才培养模式、订单培养人才培养模式和基于工作过程人才培养模式、“二元制”、“三元制”人才培养模式等，在这些人才培养模式中我们认为珠海城市职业技术学院工程与信息学院教授刘辉路提出基于行业学会的“三元制高职办学模式”非常具有借鉴意义。

所谓“三元制”是一种集科学性、实用性和可操作性为一体的人才培养模式，是以行业协会作为“一元”，以行业协会所属企业作为另一元，学校作为第三元，共同合作，形成“三元体制”的办学模式。“三元”达成共识，相互签订一系列合作开展教学改革协议，在金融证券人才培养方案、课程设置、教学计划制定、教材建设、课程资源建设、实训基地建设、职业技能考证培训、顶岗实习、毕业生就业等多个方面达成共识，并进行合理分工。<sup>[7]</sup>按照这种模式，通过与珠海证券业协会、证券公司的合作、研究、分析，参照证券行业标准，对基于证券营销岗位需求的人才模式构建如下。

(一) 建立行业协会为主导，企业广泛参与的三元合作机制

### 1. 以行业协会为主导

取得行业协会的支持，共同制定人才培养方案和行业标准，并按照这些标准合作编写教材，探讨项目任务教学方式，并且基于工作过程进行教学改革。

### 2. 企业广泛参与

与多家证券公司签订“订单式”培养协议，共同建立校外实训基地，对学生职业技能考证、顶岗实习、学生就业等方面开展合作。

### 3. 行业、企业、学校“三元”合作

行业协会、企业参与教育教学全过程。专业教学既有学校的专业教师，又有行业协会、企业专业人员参与，根据行业协会、企业提出的建议不断调整课程结构，使之符合证券营销岗位的工作需要。

### 4. 理论实践结合，工学结合

在校学习期间，不仅要学习还要工作，理论以够用为原则，加大实践教学的时间和力度。边工作边学习，在“做中学”“学中做”，甚至可将课堂搬至金融企业，零距离、有目的、有针对性地学习，毕业后可直接到金融企业就业。

(二) 以学生为本，加强实践教学环节，提高学生动手能力

通过合作学习组织即学习小组的形式，逐步实

施任务引领、引导课文、项目教学等策略,灵活运用案例教学、模拟教学、角色扮演、项目与迁移教学、头脑风暴、思维导图、张贴板等教学方法,调动学生学习的主动性,变学生“要我学”为“我要学”,重视学生自学能力和创新能力的培养。鼓励教师将自己最新研究成果融入教学中,根据课程类型、特点进行试题内容、类型、考试方式等多方面的改革。<sup>[8]</sup>组建证券投资、理财协会、区域金融协会等专业社团,学生在专业教师的指导下开展专题调研,可以在校园内外开展诸如市场调研、案例分析、聘请企业家讲座等丰富的活动,社团以学生为中心、充分尊重学生的个性和创造精神,自主开展活动、教师提供指导。

引导学生实践。引导学生积极参与各类竞赛,如“创业大赛、模拟炒股大赛、模拟炒汇大赛、模拟期货交易大赛”等与金融专业密切相关的比赛活动,不仅可以检验学生所学专业及其综合应用能力,而且可以培养学生的团队合作、独立思考、不断创新等能力。<sup>[9]</sup>

(三)强化师资队伍建设的“双师型”结构,增强教师的实践能力

建立“双师型”师资队伍是现代高等教育发展的基础,一方面专职教师可以与证券公司合作共同指导学生实训、实习,或通过专业教师在证券企业挂职、担任顾问,促使现有教师深入实际,提高自身素质。另一方面本着“不求为我所有,但求为我所用”的柔性人才使用机制,从证券公司聘请业务能力强、理论基础扎实的领导、业务骨干担任兼职教师或进行专题讲座。积极引进教学水平高、实践能力强的“双师型人才;组建由专业带头人、骨干教师、“双师型”教师组成的教学团队,并定期进行培训,更新教育观念、以适应现代社会发展需要。

总之,以社会需要和企业岗位需要作为人才培养工作的出发点是高等教育的办学宗旨和人才定

位。面对证券市场对证券营销岗位的巨大缺口,高校必须根据证券营销岗位的职业特点和任职要求,详细分析证券营销岗位人员所需素质、能力和知识的要求,与行业协会、企业一起制定人才培养方案、科学合理设置课程、合作编写教材、充分利用校外实训基地,加强实践教学环节,改革教学手段等。相信通过基于证券经纪人岗位需求的三元制人才培养模式的探索和实践,一定能形成行业、企业和高校三方共赢的局面。

#### 参考文献:

- [1] 王文举. 跌宕起伏 20 年风雨兼程 A 股市场迈入“大时代”[EB/OL]. 中国新闻网, 2010-12-20.
- [2] 桂衍民. 证券营业部数量大幅增加 券商一线人才缺口大[EB/OL]. 证券时报网, 2010-11-28.
- [3] 赵彤刚, 王光平. 券商经纪人悄然兴起[EB/OL]. 中国证券报-中证网, 2007-08-02.
- [4] 赵怡雯. 《全球财富报告》: 亚太富人首次赶上欧洲[EB/OL]. 国际金融报, 2010-06-24.
- [5] 刘俊棋. 对完善我国自然人形态证券经纪人制度的思考[J]. 福建行政学院经济管理干部学院学报, 2004(增刊): 82-83.
- [6] 中证协发[2009]58号. 关于发布《中国证券业协会证券经纪人执业规范(试行)》和《证券经纪人委托合同必备条款》的通知[EB/OL]. 中国证券业协会, 2009-04-12.
- [7] 李丽. 对高职教育特点和高职教育学生特点的再认识[J]. 湖北函授大学学报, 2008(3): 10-12.
- [8] 刘辉珞. 基于行业学会的三元制高职办学模式的实践研究[J]. 中国职业技术教育, 2011(3): 15-18.
- [9] 王瀛. 基于职业能力本位的金融风险管理人才培养[J]. 黑龙江高教研究, 2009(7): 134-136.

[编辑: 颜关明]