

券商分析师“潜规则”： 是否准确无关薪酬



内幕被查、业绩变脸、高管减持、股价闪崩、研究员挨骂……上周不少中小创公司成为市场走弱的主力，而此前强推它们的研究员则不可避免地成为替罪羊。那么，券商分析师到底是怎样的一种职业呢？在记者的采访中，不少研究员争相躲闪，不愿站在舆论的风口浪尖；个别接受采访的研究员，则低调地表示自己的工作，就是调研、路演、写报告。

揭秘：

分析师预测是否准确 与薪酬无关

自上一周一两市有500多个股跌停后，券商分析师的日子，在外界看来就不大好过；尤其是分析师强推的股票，股价回撤幅度超过两三成，则更是被很多散户所诟病。

记者在调查中发现，其实分析师对所推股票的准确率，并非特别在意。一家中等规模研究所的首席分析师说，“这个时间点，我觉得挺正常的啊。市场涨涨跌跌，与以往没有什么不同”。去年入围新财富榜单的一位分析师则称，“至于市场说研报是反向指标，我们也没有办法解释和制止嘛。本来预测就不是简单的事情。你可以查查市场最牛的分析家，预测的准确率能有多少。”

上海一家券商研究员分析这种现象时表示，现在多数券商的考核机制是年度评定，根据报告数量、从业年限、领导评判的报告质量等因素综合评定、调职及加薪。而对于所推荐股票的涨跌幅，很少计入打分。“预测的正确与否不与薪酬挂钩，所以在追求正确性上研究员没有动力，只能靠个人水平和自觉。”

据某机构统计近两年券商的策略报告准确度统计显示，在2014年，无论是预测点位还是推荐金股，大部分券商准确率不高，其中有56%的券商在大盘点位上预测出错，而发布金股的11家券商中，失误率普遍在20%以上，其中某大型券商因为47.05%的荐股失误率获评“最不靠谱券商”。而在2015年，26家券商推荐的不少带中字头蓝筹股表现也令人失望。

调查：

研报不仅要标题党还要能赚钱

券商研究员也被称为卖方分析师，既有收入高、学历牛的光鲜一面，又有加班出差工作强度大的一面。

在调查中，记者注意到，在这个流动性极强的行业，甚至有研究员每年换家公司。一位接受采访而不愿透露姓名的首席分析师简历就显示，其三年换了三家公司，而这并非极端现象。该分析师去年在一家知名度较高的券商，获得新财富最佳分析师，今年则跳到一家规模小一些的券商，担任行业首席分析师，成为一个团队的负责人。新财富最佳分析师，是许多研究员最为看中的荣誉，这意味着在圈内一举成名。

一般而言，券商研究员们年薪10万元到300万元不等，差距悬殊。一般新财富排行前5名的研究员，年薪高达二三百万元。一线的大券商中，资深研究员年薪百万元左右，一般的也有三五十万元。问到这位首席分析师的收入是否超过了百万年薪，他则避而不答。

另一位上海的资深研究员称，在网络、微信、直播视频和图片迅速传播的背景下，尤其是受到网红的影响，研究报告不仅有标题党，而且要语不惊人死不休。要拼影响、拼时效、拼点击率，更重要的还要给基金公司赚到钱。他感叹道，“研究员的报告，是一样都不能少啊。”

另据了解，80后甚至85后已成为研究员主力。一家有百名研究员的中等规模的研究所，80后分析师占了八成。作为年轻人挑战的行业，90后研究员也陆续登场。新财富去年统计数据显示，报名参评的1200余位分析师平均年龄仅为31岁。其中有606位分析师是85后，90后研究员已陆续登场，20余位参评分析师未满26岁。



关注三湘都市报微信
看E报。

潜规则：

发现上市公司问题可能“干脆忽略”

市场曾经给券商研究员画过这样的肖像，券商研究员为基金研究员提供研究服务，基金公司通过在券商席位交易支付佣金，实现对券商研究员服务的报酬。基金公司成为了研究服务的买方，而券商研究成为提供服务的卖方，对应就有买方研究员和卖方研究员。

作为卖方研究员，券商分析师每天需要长时间和高强度的工作，核心还是通过服务买方获得佣金。所以，他们需要将大量精力投入到向客户销售，以及上市公司的市值维护中。卖方分析师有一半的基因是优秀销售，他们需要自己安排路演，以及给客户预约专家上门交流，安排小型行业研讨会。需要随时接客户电话，做大量的沟通。最重要的是，分析师要成为多面手！

潜规则也因此应运而生。一位券商研究所内部人员直指此行业潜规则：研究员即便发现调研的上市公司存在问题，也可能采取隐晦的手法或干脆忽略，通过发布唱多的研究报告在关键时点配合利益方进行相关运作。若得罪了上市公司，下次调研时，上市公司便不予配合。

研报里面也有潜规则。一家南方券商资深人士表示，“与卖方研究员注重公司闪光点不同的是，我们调研除了挖掘公司的亮点，还会注意公司存在的风险。我们对卖方研究员的研报一般会打个折扣，如果券商研究员对某公司给出强烈推荐评级，一般表示可以买；如果给予中性的评级，一般相当于卖出。”

一位TMT行业研究员曾透露，“一些研究员在调研前其实有了大致的看法，会先向买方机构说明推荐的理由。如果机构认可其推荐逻辑，不排除会买点底仓，这时股价会有所表现，如果机构参加联合调研，调研的结果也令其感到满意，就会大量买入。此外一些上市公司知道有机联合调研，多少会泄露一点消息给身边的人。这也是调研前后部分公司股价出现明显上涨的主要原因。”而从流程上看，“一般投资者看到研报的时候，通常是券商研究员调研回来一周之后，因为写一个深度报告通常需要两三天，然后要研究所所长签字、风控审核之后才能正式发布，部分被机构看好的公司股价已经有了相当大的涨幅。”

资深人士则认为，对于券商的调研报告，应该客观看理性地来看待，报告只能说明公司一些基本面的情况，只是一种投资参考，至于是否马上买入，投资者应结合基本面、技术面等因素综合分析后来决定。

■来源：北京青年报