

加码科创板 券商智能投行构建新护城河

科创板鸣锣开市，券商迎来转型战略机遇的同时，也倒逼投行业务谋求新突破。Wind数据显示，科创板首批25家上市企业券商承销保荐费近19亿元，券商投行业务最先迎接资本市场改革红利。新制度之下，要求投行重塑资本、风控、科技等综合能力，带来新的考验。在此期间，部分券商投行谋求数字化转型，构建新的护城河，北京商报记者发现，一些券商目前已在智能化投行业务上有了思路和规划。

多家券商加码智能投行

回望2018年，A股市场步入熊途，券商业绩受到大幅影响。在科创板注册制开启的新时代下，投行有望成为券商转型升级的突破口和发力点。为了把握这一趋势，一些券商利用金融科技创新，进行投行业务智能化改造，打造自身核心竞争力。

海通证券在年报中表示，2018年海通证券信息技术投入6亿元，科技为公司业务赋能开创了新局面。公司投行业务紧盯改革红利，严控项目质量，备战科创板，2019年公司将加快科技投行建设，推进重大项目落地。

而北京商报记者了解到，招商证券较早打造的“智能大投行”项目已经初有成效，该平台运用大数据、人工智能等金融科技手段，覆盖股权业务、债券业务及ABS业务等多业务链条，实现营销、承揽、承做、审核、发行及后督的全

过程信息化管理。

广发证券方面也对北京商报记者表示，2018年初，为适应公司科技金融战略，广发证券对投行业务管理系统进行升级建设。未来一两年，广发证券将继续加大力度对投行业务管理系统升级，促进业务开展和运营管理数字化、投行作业智能化，主攻方向包括尽职调查智能辅助、舆情分析大数据应用、文件审核AI应用等。公司通过打造数字化投行、智能化投行，提高运营管理效率、内部审核效率及申报材料的质量，提升风险事项的识别水平。

金融科技提质增效

投行业务的智能化往往与券商整体业务的智能化改造密切相关。当前，人工智能、大数据等新技术正在深刻影响着金融业变革，证券公司在金融科技转型上也不遗余力，根据中国证券业协会数据显示，2018年，98家券商信息系统投入金额

高达130.67亿元，同比增长16.89%。与此同时，AI在证券行业的应用正在从智能投顾、财富管理延伸到投行业务。

那么，具体来看，金融科技可以为券商投行业务解决哪些问题？

苏宁金融研究院特约研究员何南野认为，金融科技在投行业务上的助力作用，主要体现在提升效率、风控优化、客户管理、智能化辅助等方面。

在提升效率方面，通过对业务流程的信息化改造、技术改造，可以大幅降低投行从业人员工作量，提高效率。

在风控优化上，运用金融科技手段从项目承揽、承做、审核、发行及后续持续督导的全过程进行信息化的风险管理，使得风控部门可以对业务进行全流程的把控，可有效提升风险判断能力和风险预警能力。

在客户管理方面，通过大数据管理系统，投行可以对客户进行更充分的了解，可以更好地掌握和跟踪公司方和机构投资者的利益诉求，并实现双方更有效的匹配。

在智能化辅助方面，通过大数据进行信息的搜集和分析，可以更好地对公司方资质进行判断。在公司股权架构、关联关系、关联交易、资金流水等方面提升核查效率和质量，更有效地预防公司造假。

“由点及面”发展

资本市场改革之下，券商基于牌照和监管的传统盈利模式将逐步弱化。在分析人士看来，过往投行靠牌照和资源吃饭，坐享通道红利，纵然当前不少券商已经意识到投行智能化趋势，但发展智能投行仍然面临考验。

在何南野看来，投行业务不是孤立的，只有通过智能投行与公司其他业务的自动化改造有机融合，才能为客户提供更全面的智能化服务，因此需要公司管理层对智能化进行顶层设计，做出慎重综合决策。他还指出，发展智能投行，不是一蹴而就的，而是需要由点及面。券商可以先从底稿整理、申报材料的制作、尽职调查日志等业务环节先行进行智能化改造。

针对新形势下，券商投行如何更好地进行数字化改造，华泰证券金融首席分析师沈娟表示，全面拥抱数字化转型，可以通过构建一个具有承上启下枢纽作用的数字化大中台，实现投行业务中审核、分析、操作等基础流程工作的智能运营与体系化运作，构建强大的支撑体系，提升资源利用效能，释放投行前台的市场冲击力，让业务人员更聚焦于客户深耕和市场征战。

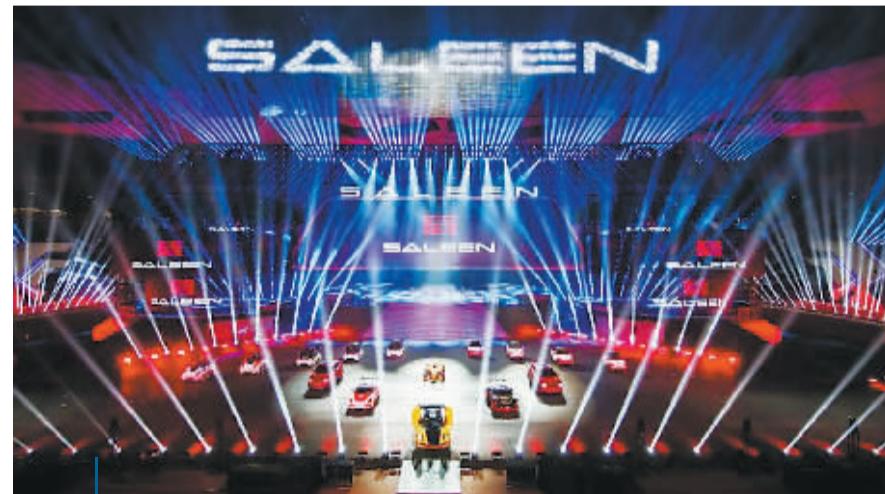
北京商报记者 苏长春 马嫡

科达股份助力“全球超跑典范”赛麟品牌在华盛大起航

2019年7月20日，美国超跑开创者和全球超跑领导者——赛麟(SALEEN)在北京“鸟巢”国际赛演平台举行盛大的“赛麟之夜 猛兽来巢”品牌盛典，以旗舰车型赛麟S7全新勒芒版的亚洲首秀和沉浸式的超跑文化体验，展现了赛麟纯正的赛道基因和独特的产品魅力，标志着具有36年历史传承的赛麟品牌正式在华发布，业务盛大起航。科达股份作为此次品牌盛典的服务团队，从线上传播到线下活动的创意策划、现场执行，将赛麟“定义极致”的品牌追求贯穿始终，向行业和客户充分展现了一体化行业营销解决方案的能力。

当晚，赛麟汽车品牌创始人史蒂夫·赛麟(Steve Saleen)和赛麟汽车联合创始人、董事长王晓麟博士在“筑梦”、“追梦”、“圆梦”篇章中分别讲述了赛麟的“超跑梦”和“中国梦”，并在赛麟汽车品牌代言人、好莱坞电影巨星杰森·斯坦森(Jason Statham)，知名全能音乐人吴亦凡和著名电视节目主持人华少的倾情助力下阐释“定义极致”的品牌追求，为赛麟汽车实现“中国智造、行销全球”的战略目标翻开全新篇章。

除亮相的品牌旗舰车型赛麟S7全新勒芒版之外，赛麟还展示了“人人都能拥有的高性能超跑”赛麟S1、超跑型



赛麟品牌携旗下产品亮相北京“鸟巢”国际赛演平台



赛麟S1在北京“鸟巢”国际赛演平台上演精彩表演

SUV赛麟·迈客、城市电动小跑车迈迈以及赛麟方程式(SALEEN Formula)赛车。4次世界GT锦标赛冠军、2次漂移方程式世界冠军、美版Top Gear电视节目主持人泰勒·福斯特(Tanner Foust)携潮酷“国际车手天团”为现场近2万名观众奉上了充满“速度与激情”的车舞表演。

活动尾声，赛麟汽车还宣布将此次品牌盛典的全部门票收入捐赠给智善公益基金会“中国梦·脊梁工

程”，用以帮助中国脊柱侧弯的青少年挺直脊梁，在人生的“赛场”上继续追逐梦想。

科达股份凭借强劲的创意、策略专业实力、高效的传播、卓越的服务执行体系将赛麟“科技、匠心，定义极致”的品牌定位传递给媒体及大众，助力赛麟品牌开启未来中国超跑制造业的新篇章。本次赛麟品牌盛典的圆满收官，离不开科达股份汽车营销事业部的协同作战。其中，科

达股份同立传播负责创意策划与执行，近千名工作人员日夜兼程、百余次的设计调整及协调会议，只为完美演绎品牌的精神。科达股份爱创负责此次盛典的传播，每一次的传播节点、每一次品牌的发声都力求做到极致，使得媒体、大众对品牌关注度持续升温。未来，科达股份将持续深化对行业客户的洞察能力及自身的营销服务能力，不断为行业贡献出优秀的作品。