

翻轉形象 資產管理是關鍵

# 康和綜合證券 創新長跑者

金融商品多元化世代，無論銀行、保險、證券業，營運項目皆不斷擴展，而臺灣金融產業面臨的困境不僅僅是景氣降溫，還有激烈的同行競爭，但是卻有間不畏國際叢林的本土枝枒——康和綜合證券（以下簡稱康和），憑著創新及毅力，闖出自己的一片天。

文·陳彥竹 攝影·徐裕庭

## 華麗的宴會廳，證券同業齊聚一堂，「恭喜康和綜合證券獲得二〇一六卓越最佳創新產品獎！」隨著評比結果的揭曉，除了為康和喝采，更道出了證券業發展的多元性，並非少數集團占據。

較證券業與銀行、保險業的不同，表示證券業與其他金融產業相比，商品性質使得投資人的接觸屬流量狀態，少了穩定的存量商品，也因此許多人將證券業定義為大風險區，不敢觸碰。

## 改變傳統 穩固形象

面對整體需要補救的產業形象，康和不嫌麻煩，更加重視一般民眾對於證券的瞭解，針對不同的客層細分，將十八歲年齡層納入規劃，利用年輕世代習慣應用的電子商務社群做行銷，在青年人還未進入社會前，先行瞭解不同的投資可能；而三十至

五十五歲已經進入一定資產能力的族群，則是進一步提供智慧服務平台，透過虛擬平台、量化模型深入探討資產配置，而虛擬平台也讓達人與素人分享交流，讓資訊更透明化。

「得到投資人的信任，是關鍵！」

對於銷售型態的證券業，財務管理的能力，常常被打上問號，邱榮澄表示，面對缺漏，要有效補洞。他期望掌握優勢，改變證券業過去的行為模式，做好資產管理的部分，營運目標從流量重視到存量，做足資產管理的服務角色，增加投資人信賴度。



▲康和綜合證券總經理邱榮澄。

### 走入智能世代 把握機會跑道

「以資本論，我們可能與許多國際型企業有些差距，但是現今電子商務崛起，康和的優勢不怕被埋沒！」邱榮澄總經理信心的表示，談到過去，與同業競爭的起始，「門市據點」是一項較難克服的基本條件，但是隨著科技資訊發達，讓各項服務能夠智慧化，這個邁向手機即店面的世代，恰巧為康和減去這道難關，「我們得好好把握這個重新回到齊頭式的機會」！

過去到了證券商的營業處所，見到排排坐的投資人，以及電視牆不斷更迭的數字畫面，「這張幫我賣掉、那個幫我買十張！」只有簡短的服務以及因為

投資人交易賺賠而出現的忽冷忽熱氣氛。

面對數位化世代，「我們要有有效的轉型，」所有的資訊皆可簡單使用手機查詢，因此康和將證券門市據點服務翻轉，資訊查詢與買賣讓投資人簡單網路操作即可，門市提供的是進階服務，康和將同仁從面對電腦，轉換成與投資人面對面，扮演著顧問角色，提供投資人不僅是諮詢，更有一系列的規劃服務。而康和面對數位化的接應，並不是大幅度的裁員，而是更精進每位同仁的專業訓練，讓數位帶來的不是冰冷，而是更有溫度、效率的幫手。

### 創新成習慣 每日皆向前

「我們的創新是天天在進行的事情，」康和獲得二〇一六卓越最佳創新產品獎，躍出叢林，拔得頭籌，邱榮澄談到，能夠在種種困境中逆流而上的最大原因，就是瞭解自身的優弱勢，不斷地觀摩，抓住最能展現的要點。



▲ 康和綜合證券總經理邱榮澄詳細介紹創新、多元商品。

值得一提的是，康和給予一般投資人也

有VIP式的服務，「在大型金融企業，常有一定的金額門檻，才會被列入為VIP客戶，」

因為康和屬於中小型規模企業，所以相較大型企業，邱榮澄感到自信的表示，「彈性也是優勢之一！我們隨時都能夠快速地修正、創新，」注意到現今的金融產業趨勢，如同馬拉松競賽，不僅要跑得快，還需要在長遠的路途保持體力，不得有一絲怠惰，「你一慢，後面馬上就追上來了！」道出同業複製產品的能力快，並非推出一項好產品就能勇奪第一，需要像跑者一樣，不斷的向前。



邱榮澄表示，康和面對每一位客戶，皆視為VIP，「一般投資人在大型金融企業享受不到的，來到康和，就是VIP。」康和將劣勢化為優勢，做足同業難以達成的缺漏，強調平民化服務、在地的溫度以及速度，同時需要有整合的能力，達到國際級的專業服務。

提到未來展望，邱榮澄以「截然不同」四個字帶出康和以全方位的改變為目標，以服務能力的強化、對於投資人的商品規劃全面性的調整，不僅需要改變投資人對證券業的看法，更期待整體證券業共同向上。■