

專訪富邦期貨總經理莊遵嚴

電子商務時代的兩大利器—— 創新及學習

◆撰文／沈心怡 攝影／林志騏

電子商務真是令人又愛又恨，它帶來了無可計數的資訊流、縮短了許多交易的時間差，同時卻也帶給產業最直接的震撼——營運成本不斷的壓縮。

電子商務得到來，使全球腳步變奏，期貨界當然也不能例外，它為期貨界帶來的迅速便利是空前的，但伴隨而來因驟變所產生的痛楚，也是令期貨人正像駕駛多頭馬車——又要馬兒跑得快，還要能同時達到幾個目的地。

電子商務帶來產業大地震

面對電子商務，期貨業者不但要能在這一波變化中求得生存的契機，同時也必須要能取得最大利益。富邦期貨總經理莊遵嚴坦言，在這一波戰爭當中，富邦是較晚加入戰場的新兵，但這個看似先天不足的條件竟然意外成為優勢，富邦並沒有經歷企業經營型態轉型的陣痛期，因此在觀念上的營運也相對少了許多包袱，這個對於經營者而言，便是最大的利基。

以交易平台而言，富邦目前採行雙系統並行策略，在期貨業務開始之初，富邦採用市場上常用的套裝軟體，這套軟體雖然安裝即可馬上運作，但是畢竟在交易方式、操作

模式或是產品特性等條件上，較無法滿足個別需求；因此目前富邦也開始培養一批IT人員，研發出自家專有的系統「小富翁」，結合富邦金控下的期貨、現貨和證券等多種商品，讓客戶能漸進式習慣新系統而不影響交易情緒，並且更能符合公司營運利益。

至於目前期貨業界最受好評的下單軟體，莊遵嚴不諱言是一家自營商開發出來的軟體，從期貨交易的角度來看，這家期貨公司的操作介面非常簡易，只要2個按鍵就能完成交易，對於客戶而言是非常便利的交易機制。

交易平台各家略有不同

這一波戰爭既然是以網路下單為引爆點，因此交易平台的建構就是決勝的關鍵之一。莊遵嚴分析，目前業界所使用的交易平台不外乎兩種模式，一種是購買市場上專門供應期貨商所使用的套裝軟體，另一種則是期貨商針對自家產品和交易機制量身訂做的設計軟體。前者購買成本低廉，但是因為必



須適應產品不同以及交易特性不同，後續所產生的維護費用無法估計；後者開發時間長、開發費用可能也不低，但由於是自家人設計，能夠針對產品、交易方式及客戶需求等設計，且較能和相關事業體進行較密切的結合，後端的維護也由自家人解決，整體費用可以估算出來，似乎較為合算。

以富邦期貨而言，由於隸屬於富邦金控，因此配合營運中心的需求開發屬於自己的平台勢在必行，未來運作的平台將能結合金控旗下的所有商品，並且可以配合母公司在管銷費用上面做合情合理的分配。因此就管理的角度而言，自行開發的軟體不論是在人事控管或是維修效率上，都能掌握到確實的進度。

殊死戰即將來臨

放眼業界，電子交易已成為不得不的經營模式之一，許多業者在手續費一再腰斬以

及客戶對於商品要求不斷增加的情況下，都勉力經營，希望透過現在市場佔有率的優勢，為自己的下一波戰爭先行攻下灘頭堡。原來的時間、地點、交易量等問題不復存在，期貨交易頓時成為24小時持續不斷、且隨處都可以發生的戰爭，縱然讓期貨產業的胃納量頓時暴增、客戶交易成本降低，但是伴隨而來的業界毛利降低的趨勢看來，莊遵嚴認為目前的肉搏戰極有可能在兩年內成為殊死戰，屆時便是一場無情的淘汰賽了。

許多業者都將未來放在韓國目前的市佔率美景上，莊遵嚴強調，有夢雖好，但是許多人見樹不見林，只看到韓國目前期貨交易量，卻沒有考慮到中韓兩國國情不同，對於期貨這項商品的接受度是否能像電玩或韓劇一般在台灣造成風潮，是不可知的事情；另外，韓國人口是台灣的三倍、期貨的合約價值以及規格都和台灣的計算方式不同，因此如果要以韓國作為奮鬥的目標，可能要先把

這些因素都考慮進去，才不致目標失準。

另外，期貨交易若想達到國際水準，在網路環境的建構方面，還是有許多改善的空間，不論是供應者、期交所或是期貨商，都應該共同研擬出頻寬更大、更穩、更快的環境；否則一旦市場成長到一定的規模，屆時卻因環境無法配合而造成整體市場萎縮的窘境，恐怕是產業的重大損失，也對經濟活動造成一定程度的損害。

改善平台加強服務是迎接未來的必然舉措

富邦雖然在晚期才投入戰場，但是對於交易平台的研發是竭盡心力的，雖然目前交易的商品以選擇權佔的比例較大，但是從目前雙軌並行的交易平台來看，富邦對於改善平台的決心是有目共睹的。在下單交易除了盡可能採用人性化操作介面之外，在交易的過程中，採用SSL加密以及CA認證系統（電子簽章）嚴格保障客戶的交易安全，定期檢討平台的缺失，都是必然的工作。莊遵

嚴笑著說：「大家都有武器，自己不能沒有。」目前期貨業的產品差異性不大，因此除了平台的改善，另一個重點便是加強各種服務。

莊遵嚴認為，既然產品差異不大，那麼在服務方面，一定要將自己和對手的差距拉大，才能凸顯自己的特色。因此富邦目前將重心放在「差異性服務」以及「價值服務」上，將每日公司內部市場分析報告寄給客戶作為交易參考、結合公司企業形象及集團優勢開發各種可運用資源以及客戶。另外，積極開發法人市場，尤其是外資投信法人是一個明確的目標，政府正擬開放銀行買賣期貨，也是一個值得爭取的市場。

除了這些積極開拓客源的作法，對於原有的客戶也要小心維護，因為期貨市場的特殊性，許多鉅額保證金的客戶不見得是期貨大戶，往往成為期貨VIP的，反而是那些保證金不一定最大，但是偏好每日交易的人，這些人所產生的產值，有時候可說是和證券業的產值不相上下，而開發新客戶所要花費的力氣是十倍於維繫舊客戶，因此維繫舊客戶的工作往往比開發新客戶還要重要。

不斷的學習也是期貨業務員致勝的關鍵，除了原有的專業，如果能在人壽、證券及投信方面都有涉獵，為客戶做出完整的財務規劃，這也是個人所能提出的差異化服務，並且從中找出創新的服務模式，只要能夠維持在20個常態客戶的業務員，就是超級業務員了。

面對這波艱苦的拼搏，莊遵嚴說：「做了不一定會贏，但是，不做卻一定會輸。」堅持並持續努力，時間會證明一切。 □

