

金融快讯

光大银行 金融服务助力英国留学

2007年4月底,中国光大银行与英国大使馆文化教育处在北京签署了《英国教育推广项目合作协议》。这是继2005年、2006年之后,双方的连续第三次合作。随着双方合作关系的不密切,合作方式也不断深化。本次协议较之前更加突出了双方密不可分、共同协作的合作关系,在合作内容和形式等方面也较以前更加丰富。根据协议双方将联合在全国各地举办一系列活动,包括英国留学专题讲座、赴英行前准备会和光大“出国通”俱乐部家长会等,为即将申请赴英留学的学生提供全方位的留学咨询和留学金融服务。此外,为配合双方即将开展的系列活动,光大银行还推出了“拥抱梦想、成功启航”——阳光相伴留学大型优惠活动,期间在光大银行申请办理购汇、境外汇款、环球汇票、旅行支票等多项出国金融业务均有优惠。从“一站式”的留学金融服务,到与英国使馆的教育推广合作,再到“留学季”专题优惠活动,相信将会有越来越多申请赴英留学的学生得到光大银行出国金融服务的强大助力。 李景辉

金葵花,因您而变

招商银行郑州分行行长潘新民谈文明规范优质服务

“我们能够获得这样的荣誉,主要得益于放下架子,扑下身子,拉下面子的服务理念,得益于招商银行特有的企业文化。”招商银行郑州分行桐柏路支行以河南金融服务业中NO.1的成绩,获得了“全国文明规范服务示范单位”称号,5月25日,在该支行举行了隆重授牌仪式。招商银行郑州分行行长潘新民接受媒体采访时这样评价。细心的人注意到,招商银行的不少金融产品是用向日葵来做形象代表的。对“葵花向阳”的服务文化,招人认识深刻:银行与客户的关系,犹如葵花与太阳的关系。没有太阳的照耀,葵花就不能生长;因您而变,深刻表达了招商银行与客户紧密相连的关系。 王璇

市场在不断发展,顾客需求也不断变化和提,随着客户金融服务需求日益多样化,选择性也明显增强。“因您而变”是一个不断追求的持续创新过程,“因您而变”的服务理念,强调的是要尽可能地满足客户的金融服务需求。在基本完成现代化服务的基础上,招商银行的服务又迈向了“个性化服务、专业化管理”的新阶段:分层服务、差异化服务,提供量身定做的“一对一”服务和个性化服务,配套以专业化的客户关系管理,使客户结构进一步优化,服务品质也得到进一步提升。招商银行着力全面提升客户价值,客户服务不断细化。从个性化服务品种的推出、服务品牌的创立,到服务环境的

改善、理财品种的创新和多元化等,招商银行一步步把客户引入了大门,在中国金融市场新一轮高端客户的争夺战中获取主动,并且凭借对高端客户的周到服务在众多银行中脱颖而出。市场在不断变化,服务也在变化,应该不断以更高服务水准满足市场需求。所以,要用新方法,新视角来解决问题。业务竞争同等条件下,创新占绝对优势。经过几年的努力,招商银行的服务规范有了,标准有了,但是还需要有创新的服务。要坚持差别化服务理念,凭借固有的创新意识,利用高科技含量的产品,发挥团队协作精神,创造性地搞好服务。 王璇

保险信息

中国平安希望小学 支教行动全国招募志愿者

日前,由中国平安与南方周末报社联合主办的“新农村 新希望”希望小学支教志愿者全国招募工作启动,这一针对安徽、贵州、山西、甘肃4所希望小学的五期接力式乡村支教行动正式拉开序幕。“与以往支教不同,此次活动更强调持续性、针对性和实效性。因此,我们选择在4所希望小学开展6期、每期10天的持续接力式支教。”平安集团相关人士介绍,作为中国优秀企业公民的代表,中国平安自1993年开始对贫困山区进行物质援助,截至2007年4月,已经在全国援建了46所平安希望小学。此项活动的志愿者将在中国青年志愿者的指导下,在指定的平安希望小学持续开展社会工作实务方法培训,通过古诗文推介、译文教学、歌咏比赛、教唱校园歌曲、读书征文比赛、校园运动会等形式,拓展当地教师与学生的视野,帮助学校提升教学理念,让贫困地区的孩子不仅在物质上得到救助,更在软实力上获得提升。据悉,本次支教活动邀请了中华古诗文经典诵读工程全国组委会的老师、美中教育培训机构专职研究员、北京著名高校社会工作研究者对参加的志愿者进行行动理念、社会教学方法、古诗文诵读、英文用语对儿童的影响等6门课程、理念的培训。6月初,从全国的报名者中挑选出来的20名第一批支教志愿者将奔赴平安希望小学展开支教行动。9月到10月期间,连续两个月,还将会有100名志愿者开展持续的支教。 王玲

阳光财险特色意外险面市

老李来城里做建筑工人两年了,是家里的顶梁柱,安全万一无出问题,将使家庭立即陷入困境……这种不安全感一直困扰着老李。阳光财产保险股份有限公司日前针对老李这批“新产业工人”量身定做了一份专门的意外伤害综合保险产品——《新产业工人意外伤害保险》,解除他们的这一后顾之忧。《新产业工人意外伤害保险》是专为新产业工人开发的,其保险责任包括意外身故、意外残疾及意外医疗费用。其中意外身故保额最低5千元,最高可以达到20万元;意外残疾保额最高可以达到身故保额的5倍,但不超过30万元;意外医疗费用最高可以达到2万元。与众不同的,这款保险具有切合农民工实际需要、保险利益可选的特点;把意外残疾列为单独的保险责任,并且允许残疾保额高于身故保额,打破了以前身故、残疾保障并在一起而且保额必须一样的约束,实实在在地加大了意外残疾的保障力度;而在医疗保障的设计上,更是具有多种报销比例可供选择,最低比例是60%,最高可以达到90%,当然,报销比例不同,收费也不一样,因此,农民工完全可以按照自己的需要和经济能力来购买适合自己的个性化保险产品,这是与以往的产品最大的区别,也是这款产品深受广大新产业工人最具吸引力的两大特色。以老李为例,只要花上十几元钱,就能给自己买到上万元的身故保障和双倍的意外残疾保障,还有最高报销比例可以达到90%的医疗保障。阳光保险公司自成立以来一直关注社会热点,并致力于社会公益,提倡关爱和诚信文化,服务和谐社会建设,积极参与社会管理,承担社会责任,这次开发新产业工人意外伤害保险正是阳光关爱文化的具体体现。 李之聪 刘惠文

业界要闻

交通银行举行“沃德财富品牌”推出一周年暨百家沃德财富服务中心开业庆典

5月28日,交通银行在上海国际会议中心举行沃德财富品牌推出一周年暨百家沃德财富服务中心开业庆典仪式,答谢社会各界对沃德财富服务品牌的关心和支持,享誉全球的三大国际知名品牌宝马、BMW Lifestyle和IWC相约“沃德财富之夜”,为交通银行沃德财富客户联袂上演风光、魅力的视觉盛宴。“沃德”从“OTO”音译而来,寓意诚信、厚德乃取财之道,“沃德财富”不是一项简单的业务或产品,而是一种全新的服务概念,是进一步细分市场,准确把握客户需求后,专为人高端客户量身定做的产物。交行打造的这一财富管理品牌整合了全行最优的渠道、服务、产品、联盟等资源,为客户全方位服务。短短一年间,“沃德财富”已然成为国内知名财富管理品牌,得到市场和业界人士的普遍认同。以服务引领理财,是“沃德财富”品牌有别于其他理财品牌的核心所在,是从网点建设、产品创新到服务整合的一系列“质”的嬗变:

专属客户经理 提供个性化方案

最优秀的客户经理为最尊贵的沃德客户提供一对一、专业的金融顾问服务,正是沃德财富品牌的精髓所在。客户经理的背后有一个强大的团队支撑,可为客户提供专业的理财规划与财富管理,帮助其全方位打理金融资产。

专属私密空间 尽享一站服务

沃德财富服务中心以开放的方式,贵宾的礼仪,标准的服务,让沃德客户体验专业、超值、贴心的服务。实行全行网点室内外装修、经理人着装、各种宣传品和客户服务用品等VI(视觉形象)统一标准,采用全行统一版本的客户关系管理系统,确保业务流程规范统一,客户服务标准全行统一,为高端客户提供优质服务。据称,这一“连锁店”的特色做法在全国金融银行业中尚属首创。一年间,交通银行沃德财富服务中心由1家迅速发展到100家。

专享价格折扣 优惠尽在掌握

交通银行为“沃德财富”客户在经常办

理的转账、国外汇款、购买理财产品等18项产品和服务方面实行价格优惠。同时,由于交行对沃德财富客户提供的是理财计划,因此,全行开发的产品优先向沃德财富客户提供,其中包括整体配套的产品、不同种类产品的组合创新、调整后的结构性产品等。沃德财富自主创新推出富有创新特色的QDII产品,还有“双币宝”、“日经225指数联动”、“跑赢大市”等一系列浮动收益结构性存款,以及挂钩标的涉及汇率、股票、指数、基金等各个资产类别的理财产品,丰富理财产品的序列。专享财富账户 灵活资金管理 “沃德财富账户”集合了包括存款、贷款、投资等在内的客户所有金融资产信息,在一个账户下面实施集中、统一管理,还可以十分便利地实现不同账户间的定制转账、自动补款等功能。定期为客户提供综合月结单服务,其中,特别设计的自动补款功能相对一些传统功能有了很大的改进,具有一定的短期信用融资功能,对于经常用卡消费的客户非常有帮助。此

外,交通银行品种丰富的本外币理财产品,连通了国内和国际金融市场,让客户有更多投资选择。专享增值服务 彰显优越权益 沃德财富奉行服务牵头,客户需要的各种服务沃德财富都一一提供,如古玩鉴赏、医疗咨询、名车欣赏、子女留学、养老规划、慈善公益、各种特色沙龙等等,使客户经理成为其至诚的朋友,增强优质客户的忠诚度。“沃德财富”不仅积极倡导先进财富管理理念,更引领时尚、丰富、健康和高品质的生活方式,体现百年交行人文关怀。美好的节日祝福,沃德财富专刊,高雅时尚的沃德理财沙龙,国内31个大中城市的机场设有便捷尊贵的沃德客户服务通道、大型购物网点、餐饮服务、旅游的联盟共享……品种繁多,种类齐全的各式贴心服务,处处彰显沃德财富的大气与尊贵,在表达一对一服务核心理念的同时,更强调了以沟通、了解为基石,信任、承诺为保障,效率、增值为目标的财富新主张。 王佳

创新河南城商行小企业贷款特色之路

郑州商行欲树本土城商行小企业贷款标杆

本报记者 张慧 通讯员 吴华

郑州,2006年生产总值达2001.5亿元,其中民营经济贡献率达55.2%,完成增加值1100亿元;同时民营经济实现地方税收的比率也高达75%,完成税收185亿元。可以说郑州的民营经济占到了全市经济的半壁江山,2006年全市民间投资就达495.3亿元。除去民营经济中一些大头的企业如宇通、思念等作出卓越贡献外,一大批中小企业也实现规模工业和行业的群体提速,在全市22.5万户经济组织中,有4.7万户小企业和17.8万户个体工商户,他们共同支撑了民营经济的另一多半版图。郑州是以批发市场群为主要经济发展载体的都市商贸城,目前批发市场群已成规模,全市共有批零市场300多个,涉及40多个行业,市场小企业发展蓬勃,形成推广小企业贷款业务的沃土。正是在这样的背景下,立足省会城市的郑州商行将小企业市场看作自己求发展、求份额、突破瓶颈的出口,把小企业贷款发展看作为业务转型的关键。在学习和总结温州、台州、包头小企业贷款的先进经验后,郑州商行也开始着手建立自己完备的小企业贷款体系——2006年,郑州商行成立了专门负责小企业贷款和个贷事务的小企业信贷部,设立小企业贷款专职机构服务小企业发展,小企业资金需求在全省是第一家。小企业信贷部成立后主要负责小企业贷款的战略规划、业务指导、贷款审批授权管理、产品开发和系统管理,并建立了小企业贷款绿色通道,完善了小企业信贷制度和操作流程,先后制订了《小企业贷款管理办法》、《小企业贷款贷前调查指导方法》、《小企业贷款授权管理办法》、《小企业和个人客户风险管理办法》、《小企业生产经营性贷款实施细则》等,把小企业贷款从公司贷款中分离出来,建立了一整套适应小企业风险特征的信用评级体系和风险管理体系,实现了小企业贷款全流程化管理。同时郑商行通过建特色银行,推出一批靠近批发市场主做小企业贷款的特色支行,令其根据所处市场特征、市场商户融资难的热点和自身资源情况创新小企业贷款产品和服务,从而成功走出一条符合本土环境需要的特色贷款之路。

郑商行总部:善于做小甘于做小

2007年,是郑州商行提出的“小企业贷款营销年”。在今年年初,郑州商行行长王天宇接受媒体采访时称:郑州商行业务转型的重点就是要大力发展小企业贷款业务。他认为,郑州商行发展小企业贷款战略是依据其定位和实力作出的科学市场细分。小企业客户群体有一定的发展规模,市场培育、发展前景看好,同时他们对资金的需求迫切但规模不大,财务透明,风险易于控制和防范。郑州商行决不仅仅是将发展小企业贷款写进规划、写成制度,而是要切实解决小企业和工商个体户融资难的问题,打破小企业无担保、缺抵押的瓶颈和尴尬,王天宇提出商行要勇于做小、甘于做小,通过实践,为本地真正培养出一批经济“小巨人”,从而达到在全省范围内树立标杆的目标。在谈到支行如何具体实践问题时,王天宇提到了

“扶持小企业发展、发展小额贷款业务”是目前国家对金融机构提出的新要求,也是国内金融业界业务开展的重点,近年来,在国家政策扶持下,中小企业发展迅速,已占中国企业总数90%以上。中、小企业也充分展示其充满活力、经营灵活、销售便捷、周转快速、资金链条简单的优点,在精专行业拥有很大的生存、发展空间,为此国内各大国有、股份制银行纷纷瞄准小企业贷款业务推出自己特色的产品套餐。对应小企业市场特点和资金诉求,小型银行相比大、中银行,目标是“小、精、专”式的经营,虽资源有限,对于风险控制的要求更高,但决策灵活,服务更易于贴身,故两者合作更“门当户对”。

相关的“特色银行”、“社区银行”战略:即郑州商行着手特色银行的建设,让支行结合自身实际,创新产品和服务手段,形成各自经营的特色,形成各自业务专长和专长市场,同时将网点逐步靠拢各主要社区和批发市场,建立地域优势。

总部基调的确定,让支行小企业贷款顺利发展有了“绿色通道”,各支行纷纷为小企业和个体工商户建立起融资绿色通道。他们采取灵活的经营机制,不设置门槛,推出优惠措施,解决商户缺少抵押担保、财务体系不成熟的问题。支行在摸索中,为客户创新、设计融资业务,推出如“五个一贷款(即一个业务项目方案、一次调查审查审批、一次集中办理抵押担保、一批小客户集中授权、一次对支行进行专项授权)”,商户联保、市场业主担保、商铺抵押、定单质押、业主保证、上下游担保等产品。同时,郑州商行总部还改革审批程序和建立授权体系:该行对抵押类贷款二个工作日完成贷款审批;对合作类贷款三个工作日完成贷款审批;对保证类贷款四个工作日完成贷款审批;给予支行100万以内审批权限;给予小企业信贷部100万~300万审批权限;给予总部主管负责人300万~500万权限,授权人在各自管辖范围内可以决定贷款命运,但同时又权责对应,风险挂钩。

从2006年11月份小企业信贷部挂牌,截至今年4月份,郑州商行已经累计发放小额贷款14亿元,不良率为0,收息率为99.9%。据悉,该行今年还将在全行70多家网点中再筛选出15家临近市场的支行专门拓展小企业贷款业务,进行小企业贷款业务特色建设,实现小企业贷款新增15亿元,余额达到21亿元。该行称,到2010年郑州商行小企业贷款余额将努力突破120亿元,累计发放小企业贷款将突破250亿元。

管城支行:贴身服务随行就市

其实,郑州商行支持小企业发展历史由来已久,在合行时期,就有一些支行对开展小企业贷款业务独具慧眼,开始探索如何为支持中小企业发展提供服务,其中不乏成功范例,管城支行就是较为突出的一个。当年,他们针对郑州商贸城市的特色,围绕大型专业市场做文章,贷款发放速度快、方式灵活、期限短、金额小、周转频率高。从1996年到1998年间,管城支行开办了针对周边集群式、规模化市场的“市场商户小额贷款”业务。仅仅两年时间就累计发放该类贷款700余笔,累计金额7300余万元,而且没有出现一笔呆坏账,同时吸引市场商户在该支行网点开户结算率达85%以上,增加并稳定

存款近2亿元。

管城支行以“速度制胜”。在总部核准的小额贷款授权范围内,一般半天即可完成贷款审批发放手续,最快时半小时就能完成。贷款手续力求简化,以满足借款人的迫切需要;担保方式基本也采用自然人或商户双人联保或多人联保,甚至对信誉良好的老客户直接办理信用贷款。贷款金额小、期限短,收放灵活。当时,管城支行单笔贷款金额从5000元到30万元不等,一般不超过30万元,其中2万~10万元的贷款占比80%以上;贷款期限从10天到2个月不等,最长不超过3个月,其中一个月以内的贷款占90%以上。贷款利率也“随行就市”,通过与客户协商确定。

小额贷款金额小、风险大,但管城支行却没有出现一笔呆坏账,“贴身管理法”是其重要法宝。贷款发放迅速、手续简单,并不等同于管理的主观和粗放。支行信信贷人员日日夜夜与客户粘在一起,与每个人交朋友,拉家长,对客户各个方面的情况都了如指掌。提高了对客户判断力,避免了信用风险和市场营销风险。当然,管城支行也并不是对所有商户都“一视同仁”,他们对市场商户进行对比和细分,选出发展前景好、合作前景好、有影响力的优质商户给予重点扶持,发挥以大带小、以强带弱的作用,从而带动整个市场商户业务的集群趋势,为支行培育并扩大服务对象、巩固经营业绩奠定了良好基础。

商品大世界支行:利用市场开发商平台

商品大世界支行是郑州商行小企业贷款业务发展势头最好的支行之一,2006年,该支行被郑州商行评为专门“服务小企业和批发市场发展”的特色支行,针对周边市场商户小额贷款的需要,支行开设了绿色通道。2006年,该支行年度累计发放贷款72笔,金额1.14亿元,2006年以来净增贷款金额5837万元。其中新增小额贷款56笔,金额2903.6万元,占全部贷款的34%,收贷收息100%。通过积极开展小企业贷款工作,扶持小企业发展,支行在周边市场商户群体内建立了较高的知名度、信任度和影响力,与客户距离逐渐拉近,市场占有率也不断增加。

该支行周边有四家大型零售批发市场,支行本身所处商品大世界建材批发市场内就有745个商户,年交易额443038万元。根据几年调查,支行发现市场商户申请贷款大都是作为流动资金,由于行业不同、产品不同、用途不同和规模不同,所以资金需求量也不同,一般在3

万~300万之间。支行对客户进行区划,分忠诚客户、优质客户和一般客户,同时对潜在客户进行分析、预测。他们充分运用特别授权,与开发商联手为商户打造小额贷款直通车业务,通过市场开发商为其市场内的商户进行担保,推荐一批资信过关的商户办理贷款,这不仅降低了银行的贷款风险,减少银行的时间、人力成本,加快了商户的周转速度,同时也优化了市场的服务环境,受到商户和投资者的青睐,银企共建体系得以支撑,市场也进一步繁荣。同时他们还积极开办“五个一贷款”和商户联保贷款,降低商户缺少抵押和担保形成的融资难度。

科技城支行:发挥产业链优势

由一个项目市场推进,延伸到满足整个产业链客户资金需求,利用上下游之间供需关系和供需规模以及整个行业发展前景,进行科学合理的资金支持——这是郑州商行在摸索小企业贷款推广中所创新的“上下游担保”模式,科技城支行正是这种新模式的创新者。

科技城支行将这全新的模式用到郑州市网吧行业发展上,收到了很好的效果,目前,郑州网吧行业内,郑州商行已经形成了一定小额贷款的业务品牌,网吧业都知道“要支持找商行”。郑州现在登记在册的合法网吧有400家,并组织有网吧行业协会,经营者大都是个体经营户,办网吧需要100万~200万元的前期投入。科技城支行看好网吧行业的发展前景,积极与网吧协会和网吧设备主要供应商众诚科技联系,在反复推敲融资方案的基础上形成合作链条。由众诚科技根据网吧发展规模为下游的网吧业主提供相应额度范围内的担保,由科技城支行评估项目后向网吧业主发放贷款。这样的模式在网吧行业内进行了大面积推广,收效不错,三方都依据实际供需申请和使用贷款,不仅解决了网吧业主贷款难的问题,也为网吧业主持续扩大经营规模提供了保障,同时设备供应商在承担连带担保责任的同时也扩大了行业销售,形成多赢。在成功解决网吧业主融资问题的基础上,科技城支行追本溯源,找到设备供应商的上下游厂商,继续运用上下游担保模式,支持众诚科技扩大销售,这样一来,一条完整的行业融资链就形成了,网吧、设备供应商都有了可靠的融资保障,也形成了稳定的供需空间和不断扩展的供需规模。

2006年,科技城支行进军调味品市场,根据市场特征,进行淡季营销、旺季时,他们加大对批发商的融资力度,快速放款。淡季时,科技城支行就组织人员深入市场,为培养忠诚客户群体作准备。在确定客户诚信度方面,科技城支行也有自己一套独特方法。他们不仅仅看客户是否有完整的财务报表,更多的是通过现金流的直接接触,来观察客户上下游供需是否稳定、出入款项是否规律、资金规模如何。科技城支行信奉一句话:“客户是教出来的”。因为市场小型经营者往往缺乏财务和理财知识,支行专门在几个批发市场内开培训班,教客户理财、融资。