



为客户提供“一揽子”金融服务

——访工商银行河南省分行客户服务中心经理曾维峰

本报记者 曹克

关注和客户的广泛认同,成为全市个人金融业务市场发展的引领者。

当前,随着个人财富的不断增长和国内资本市场快速发展,广大客户特别是高端客户对个人投资理财服务的需求显著提高。我行已初步形成了财富管理中心、贵宾理财中心、一般理财网点、金融便利店四级完善的营销网络,能够满足高、中、低不同层面客户的金融服务需求。

问:工行在服务客户方面有什么打算?怎样提升对普通客户的服务能力?

答:按照我行营业网点发展规划,近年来,我行还在客户流量大,业务资源丰富,排队现象严重的中心城区、商业中心增设、新建了一批营业网点,建成了具有分区服务功能的财富管理中心、贵宾型理财中心100家,进一步增强对高端客户的服务能力。与此同时,我行同步提升对普通客户的服务能力,通过招聘柜员工、应届大学毕业生等措施,充实营业网点一线力量和大堂经理队伍,增加营业窗口,加强对客户和业务的引导和分流;通过改进业务流程,提高业务处理效率,为客户提供标准化的服务;通过成熟社区、高校、大型综合型超市、商场、医院等地增加一批ATM机和存取款一体机、缴费机、登折机、补打发票机等自助设备,在繁华商业街区新增24小时自助银行等,有效满足一般个人客户的服务需求。

问:工行贵宾客户的申请条件是什么?

答:一个季度日均金融资产达到20万元人民币的客户,可申请成为“理财金账户”客户。金融资产包含存款、国债、基金、稳得利理财产品、珠联币合理理财产品等。如果您需要办理“理财金账户”,携带身份证件及金融资产证明资料到我行各家理财中心即可办理。(资产证明:牡丹灵通卡、存折、存单等)

问:现在各类银行卡都收取年费和相应的账户管理费,工行“理财金账户”是怎样收费的?

答:我行“理财金账户”有两项费用,即“理财金账户”年费和账户管理费,目前,都是免收的。

问:如果有100万元可以得到工行什么样的服务?

答:我行成立了财富管理中心,主要以个人资产100万元以上的高端客户为服务对象。主要的运作模式是“会员制”服务模式。财富管理中心实行“会员制”,定期举办各类活动,满足客户的各种需求,如通过举办各种投资理财沙龙活动方式,为会员搭建一个沟通交流的平台,满足客户安全、地位、社交三种需求,增强客户的归属感;为客户提供各种金融产品的投资组合,提高会员的投资水平等,客户凭会员卡、理财金账户卡可享受上述特殊服务。财富中心配备具有AFP、CFP资格的专业理财人员,为高端客户提供财富管理、财务规划服务。

工商银行河南省分行现拥有760家分支机构,为全省1200万个人客户提供全方位的金融服务,“理财金账户”客户数达12万户,建成贵宾理财中心100家;金融理财师(AFP)和国际金融理财师(CFP)数量达到270人,居省内同行业首位……

这一组沉甸甸的数字,折射出的是作为中原金融市场领头羊——工商银行河南省分行的实力。的确,无论是理财的优质客户数量,还是其不断推出的理财新产品,工商银行河南省分行一直在行业的领先地位。为揭开其成功的秘诀,记者近日采访了该行客户服务中心经理曾维峰。

记者:工行营业网点有哪些特色服务?

曾维峰:工商银行河南省分行作为全省规模最大的商业银行分支机构,多年来始终坚持以战略性的眼光和前瞻性的思维,推动各项业务的创新、升级和发展,尤其是个人金融业务更是我们着力创新发展的重点,在个人客户的服务理念、服务渠道、服务方式、服务平台上都进行了根本变革,率先在业内提出中高端客户发展战略,全面实施了客户关系管理;将理财服务引入个人金融服务领域,创建了首批个人理财中心;面向个人优质客户推出“理财金账户”综合理财服务品牌等,获得了市场的高度

金融智慧

平安人寿

分红险派发特别红利

本报讯(记者 马晓鹏 通讯员 张凯)日前,平安人寿宣布,自2008年6月起向客户派发分红保险的周年红利。受益于20年专业成长的佳绩和2007年中国良好的投资市场,平安人寿还将在派发周年红利的同时,派发2008年特别红利。

平安人寿相关负责人介绍,平安良好的投资收益充分体现在分红险账户上,2007年分红险账户的总可分配盈余达到51.38亿元,比2006年增长220%,其中有13.53亿元用于分配特别红利。

该负责人还表示,平安为答谢客户的多年信赖,还特别为客户准备了更大的“惊喜”,除了可以享受到高额的周年红利外,平安还将额外分配特别红利,特别红利是基于2007年平安分红业务超额的经营业绩水平,让广大分红险客户分享平安分红业务的超额投资盈利成果。

商情播报

小长假时代 格兰仕微波炉强势尽显

近4成消费者第一“理想品牌”选格兰仕

中国商务广告协会、中国传媒大学联合主办的《2008中国消费者理想品牌大调查》揭晓,以“中国红”等时尚、全功能型产品为主打的微波炉巨头格兰仕,以38.3%的提及率居“理想品牌前三强”家电类第一位。几乎是第二名追随品牌的4倍,是第二、三名总和的2.6倍,以绝对优势遥遥领先。

长假变短 市民倾向居家留守

今年在清明、五一、中秋、端午等节日准备出游的市民,只占两成。不出游的原因是假期太短;而深层次的社会背景是市民越来越重视和家人在一起的时间。与家人团聚成为市民生活的新时尚,多数消费者选择与家人团聚,共享天伦之乐,而家庭大餐则是必不可少的节目。

“中国红”助阵 小“黄金周”化身聚会周

全功能格兰仕“中国红”微波炉几乎是多数白领的共同选择。而相当一部分并没有发挥中高档微波炉的全部功能。小长假的空余时间为了解中高档全功能微波炉带来了便利。格兰仕主推的“中国红”系列微波炉,面板上有数10个自动菜单,只要准备好菜后,放上油盐酱醋往微波炉一放,按对应的按钮,任务就完成了。包括蒸鱼、烤鸡、水饺、面条等主食,甚至爆米花和咖啡等饭后甜点和饮料。

龙头品牌领航 一马当先转战新商机

“小长假的推出推动人们居家团聚的时间,方便快捷的中高档全功能微波炉将面临新商机。格兰仕将加大淘汰低档、低价值产品,普及全功能产品,实现产品全能化和高档化。”格兰仕微波炉中国市场营销公司总经理梁红生表示,“格兰仕年产约2800万台的生产线将侧重于制造“中国红”等全功能型产品。”

在跟随品牌宣布不惜大打低价牌争夺市场占有率时,格兰仕放眼的是中高端产品,力图对整个行业的健康发展订立游戏规则,订立行业标准。

国家电协会相关人员指出,今年,随着一、二级市场新生消费的崛起和三、四级市场人均可支配收入的提高,微波炉需求从单一功能转向全功能型产品,偏好于全功能、时尚的“享受型消费者”成为推动微波炉市场扩容的中坚力量。

小长假的推出带来生活方式的改变,格兰仕在中高档全功能微波炉开发方面做了很大的努力,2008年推出的一大批全功能型“中国红”微波炉升级产品,充满着健康、时尚、现代的气息,倡导的就是一种“享受型”的消费方式。

袁溪

中国光大银行

新推“同升21号”理财产品

在刚刚过去的1至5月,无论A股市场或是海外市场,其股价走势均呈现出跌宕起伏的运行特征,趋势投资者无所适从,短线投资者难以成功获利。在难以准确判断将来市场运行趋势的情况下如何投资?光大银行近期发行的一款“同升21号”理财产品,收益与恒生国企指数挂钩(以下简称“H股指数”),对后市认为股市将长期处于区间震荡的投资人士提供了一条投资途径。

该产品为保本浮动收益型产品,可选择人民币或美元参与投资。在产品收益起始日至产品到期日前两个指数交易日的观测期内,若H股指数每日收盘价始终处于产品收益起始日指数收盘价上下各20%的波动区间内运行,则人民币产品到期可实现8%的投资收益率,美元产品投

资收益率为12%。若H股指数在观测期内曾突破前述的波动区间,但始终处于产品收益起始日指数收盘价上下各35%的波动区间内运行,人民币与美元产品分别可实现4.5%与9%的投资收益率。即使指数波动不符合上述两项运行条件,人民币与美元产品到期至少可获得1.45%与5%的投资收益率。

该产品收益挂钩H股指数,相较直接挂钩股票,H股指数是一个由中国国有公司(H股)组成的流通市值加权指数,这些公司在香港证券交易所挂牌交易,目前包含42支成分股,可有效分散个股与行业风险,投资者仅需重点关注未来国际国内宏观经济走向。此外,H股指数信息公开透明,投资者可通过财经网站实时查阅,易于投资者跟踪与分析。

中国光大银行

“同升8号”理财产品业绩斐然

近日到期的光大银行“同升8号”港股挂钩理财产品取得了优良业绩,一年期人民币产品到期收益率为17.53%,美元产品更是高达25.04%。在港股不断下跌的态势下,该产品实现上述优良业绩,主要得益于以下三个原因。

首先是产品入市时机得当,光大银行有针对性地分析当时宏观经济,并对监管部门通过QDII机制分流资金流动性过剩有一定的预判,抢先发行了对该政策敏感性较高的港股产品,产品发行后一周,中国证监会2007年6月20日公布,允许国内基金管理公司和证券公司通过合格境内机构投资者(QDII)机制投资境外股票、政府债券和公司债券,香港位于内地批准投资的目的地之列,港股出现大涨,该政策所发挥的效应一直延续至今。

其次,在期初挂钩股票选股方法上,选择上市公司按自上而下的选股方法,首先分散行业选择,降低行业风险,并选择行业领先地位的优势公司,结合短期存在的投资热点,从股价表现也印证了选股理念的合理性。

更为重要的是,产品收益计算放弃了到期日观察的传统手段,而是通过12个观察期(每个月为一个观察期)篮子股票表现水平的平均值综合计算最终收益,换句话说是通过按月卖出一部分股票实现投资收益,在理财期港股大起大落的运行特征下显出其结构安排上的优势,使得收益稳定性增加的同时,最终也实现了理想的投资回报。

本报记者 张慧 通讯员 李景辉

定位“市民银行” 郑州商行再推“一站式”便民缴费

日前,郑州市商业银行(以下简称郑州商行)代缴水电费业务的正式开通,标志着涵盖水、电、燃气、手机、有线电视费、地税款……这些每个月都让你烦心的费用,以后足不出户就能全部缴清的郑州市民生活费用代缴业务体系已基本形成。

举措: 水电气等费用可“一站式”缴清

自2000年起,郑州商行便开始着力建设市民生活代缴服务体系。相继开通了燃气费、自来水费、网话费、移动电话费、联通手机费、有线电视费、城镇居民医疗保险、地税、公交IC卡充值、行政事业性收费等代缴业务,其服务内容涉及居民生活的方方面面。

据了解,这些业务市民既可以通过遍布城区、大部分毗邻居民社区和各种批发市场的63家郑州商行网点柜台办理,也可以通过拨打电话银行或在自助设备上自助缴纳完成。想要更省事,客户还可以与银行签订代扣协

议,每月由银行负责按实际发生数额扣划,实现足不出户办妥业务。

解读: 本土银行瞄准“市民银行”

对于代缴体系的建成,郑州商行有关负责人表示,这是该行打造“市民银行”的重要举措,是个人银行业务的重要组成部分,也为该行下一步建设社区银行、渗透入居民点实施贴身服务打下了很好的基础。

2001年,郑州商行首推电脑消费贷款,开创省会消费贷款“零首付分期付款”先河,受到市民欢迎。而后,又推出“乐安家”住房贷款系列,为寻常百姓购房、装修提供资金支持。商鼎卡循环贷款、个人生产经营性贷款则为更多人创业提供了便利。

随着个人银行体系的不断完善,郑州商行“市民银行”的定位也愈加清晰。一家服务地方、服务中小、服务市民的本土银行逐渐融入郑州百姓的生活,走出了一条独

特的差异化发展道路。

全国: “市民银行”成国内城商行共识

去年,南京银行、宁波银行、北京银行先后成功上市,业界在总结经验时认为,成为新型的市民银行,是破解城商行发展难题的良方。这一点,在郑州商行的身上也得到了验证。

2005年底,郑州商行在以董事长焦金荣、行长王天宇为核心的新一届领导班子的带领下,科学制定了商行第一个《五年战略规划》,明确提出了“把郑州商行建设成为政府满意的银行、中小企业信赖的银行、市民亲近的银行、股东信任的银行、员工拥护的银行”的宏伟目标。

当年,郑州商行实现盈利1.15亿元。2006年,实现盈利2.65亿元。2007年,随着“进社区、走市场、创特色、建精品”可持续发展战略的深入实施,盈利4.75亿元,实现向社会股东分红。

本报记者 张慧 通讯员 吴华

目前,广发银行的“真情理财”品牌在国内同行中走在前列,且独树一帜。一是首次提出了“财富管理”的概念,二是以“家庭理财”的概念取代了“个人理财”。

致力于客户的财富管理与资产增值

广发银行“真情理财”提供的服务和产品主要有两大类:一类是为满足客户基础理财需要的产品,包括个人信贷类产品、消费结算、代收代付、账户管理等,基本涵盖了目前国内商业银行所能提供的一切个人金融服务;另一类为满足客户资产增值的投资产品,包括外汇、基金、信托、有价证券、保险等。由于国内商业银行囿于分业经营的限制,尚无法直接从事上述业务,但广发银行通过与国内多家证券公司、基金公司、信托公司、保险公司的同业合作,开展了内容丰富的代理、代销和财务咨询业务,使客户可以方便地选择适合自己需要的投资产品。

家庭财富管理是个人理财业务的发展趋势

“真情理财”不但为客户提供切实可行的家庭或个人财务规划,同时也向客户设计并提供适合其不同人生阶段需求的财富管理产品。广发银行倡导“个性生活,真情服务”的理念,以缔造快乐家庭为服务目标,根据客户分类,提供个性化服务;以客户为中心,运用需求层次理论,为客户度身定做金融产品。

提供个性化、网络化、品牌化的金融服务

在客户服务方面,广发“真情理财”鲜明地突出了三个方面的特点:

广发银行“真情理财”赢得客户

■ 本报记者 张慧 通讯员 常显

个性化——针对客户自身需要的差别化服务。“真情理财”借助国内先进的专家理财规划系统,依据客户的资产状况、心理预期、投资偏好、理财周期、流动性要求为客户提供个性化的服务,以精心打造理财精品,替代“超市化”的摆摊经营。

网络化——更能适应快节奏的生活方式。广发“真情理财”充分利用现代信息技术和互联网技术,构建了体系完善的自助银行、网上银行、电话银行为客户提供金融服务。

品牌化——充分体现会员客户的社会地位和生活品味。“真情理财”一开始便从品牌营销和品牌服务入手,辅之以广发的特色产品,使客户逐渐形成对“真情理财”品牌的认知。“真情理财”就是要让每一个会员客户感受到,加入“真情理财”并不仅仅意味着在消费一种金融产品,而是享受一种超值的、一种文化和格调,一种心理上的满足。

拥有一支专业化、高素质的理财队伍

理财师是金融产品、技术、服务向客户输出的载体,丰富的金融产品和优质的客户服务是以专业化、高素质、复合型的金融人才为基础的。“真情理财”一开始就将理财师的选拔、培训和教育放在首位,绝大多数理财师具有AFP理财师资格,不仅要求其具备丰富的金融知识,同时还必须具备敏锐的市场感觉和良好的亲和力。目前广发银行郑州分行理财团队共有31名理财师取得AFP资格,拥有股

票、基金、保险、外汇等多方面的专业人才。

专门针对家庭客户,广发行提供一系列理财产品和服务

家庭理财账户:是为家庭而研发的家庭共同账户,依托广发行的理财通卡作为载体,通过该账户,可以实现家庭共同理财。每个人的理财通卡在原有存取款、转账结算、购物消费基础上,又新增贷款、各种理财功能和各种预留接口,功能更加强大,理财更加方便、快捷。

家庭保障系列产品:是广发行和保险公司合作联合开发的针对家庭的理财产品,真正实现家庭保障及理财服务。

家庭教育金计划:是广发银行和基金公司合作,针对孩子教育金而设计的基金定投理财计划。

家庭财富系列产品:为家庭定做的理财套餐,涵盖了本外币理财产品。包括薪+薪系列产品、第三方存管、信托计划、优利存款外汇理财等。客户可以任意组合,每种产品适合不同的家庭。

丰富的基金代销品种:广发银行与数十家品牌基金公司合作,优选上百支基金,可以满足各种类型客户的投资需求。开通了网上购买基金业务,不但交易方便,费率更是行业内最低。

真情理财大学堂:广发银行每周都要举办3-4场真情理财大学堂活动,进行理财知识的授课,普及理财知识。客户可随时随地得到广发银行理财专家的指导和答疑。

真情理财社区行:每周广发银行各支行都至少进驻一家社区,现场讲解理财要素和理财技巧。

“薪+薪”系列理财产品

“薪+薪”是广东发展银行推出的稳健型系列理财产品的总称,该产品自2003年推出以来,一直受到客户的关注,并多次获得大奖。2006年荣获全国唯一杰出创新奖,2007年获中国理财产品杰出创新奖和最佳理财产品两项大奖。目前推出了从“薪+薪1号”至“薪+薪9号”的众多理财产品,主要包括票据类、债券类、信贷资产类、新股申购类等多种类型产品,投资期限包括1个月、2个月、3个月、6个月、1年、2年等短、中、长各种期限,可以满足客户对理财产品多层次的需求。“薪+薪”系列理财产品拥有一支经验丰富的研发团队,该团队在现有产品的基础上,仍将坚持以客户需求为中心,以市场为导向,开发出更多适合各种类型投资者的理财产品。

◆薪+薪6号:保本增值理财计划

◆广发现金管理工具 活期存款也可增值

产品特点: 股市震荡期的避风港:“薪+薪6号”保本增值“人民币理财产品”以“票据资产买断项目单”为唯一投资对象。不投资于股票二级市场,封闭式基金、股票型开放式基金与可转债等高风险投资品种。

收益情况:“薪+薪6号”保本增值“人民币理财产品”属于保本、浮动收益的低风险产品,广发银行将根据票据市场情况确定每期产品的预期年化收益率,确保客户收益率不低于同期同档次定期存款利率,目前一个月期限产品,年化收益率为4.0%。

期限短:投资期限为1-2个月,客户资金不可中途提前支取。

投资起点:本产品起点金额为50000元,高于认购起点部分为1000元的整数倍递增。

薪+薪8号:稳中求胜

◆主投债券 收益稳健
产品特点: 投资方向为投资于央行票据、债券、短期融资券、银行担保的信贷资产(含银行承兑汇票)等固定收益类品种以及资产支持证券、债券型基金、新股申购、权益类(含股票型基金)产品。

收益情况: 客户收益率是根据一万次蒙特卡罗模拟方法模拟计算平均年收益率为5.6%,最高可能收益率为8.6%,最低可能收益为-1.1%,可能发生本金损失的概率为2.8%。

投资期限: 6个月。

投资起点:本产品起点金额为50000元,高于认购起点部分为1000元的整数倍递增。

薪+薪9号:资产增值

◆资产类理财产品 国开行连带担保
产品说明:

1.本金安全:本理财产品投资对象为“薪加薪9号——资产增值单一资金信托”,用于购买我行与国开行的联合贷款。国开行对此联合贷款承担连带担保责任。根据广东发展银行股份有限公司的业务记录,截至2008年3月底,广东发展银行发放的国家开发银行联合贷款的不良贷款率为0%。根据国家开发银行2006年年报,2006年穆迪、标准普尔和惠誉公司三家国际评级公司给予国家开发银行主权级信用评级。

2.收益情况:投资期限结束,不低于同期银行定期存款收益。

3.投资起点: 本产品起点金额为50000元,高于认购起点部分为10000元的整数倍递增。