

广发联通卡亮相郑州 中原迎3G金融战车

——访广发银行郑州分行行长顾雪金

本报记者 赵毅 张慧 通讯员 常显

7月18日,由广发银行和中国联通、中国银联携手发行的广发联通联名卡正式亮相郑州。此举对河南银行和通信行业而言,预示着深度合作掀开了新的一页,“3G金融战车”的引擎开始在中原大地轰鸣。

“这张联名卡是一个新的开端,标志着我们的行业合作正在深度延伸。”采访中,广发银行郑州分行行长顾雪金频频谈及未来:“未来面临的业务会更多,希望广发联通卡可以成为河南品牌最响亮、老百姓最喜欢的一张卡。”



A 美美与共 联名卡昭显广发合作战略

“各美其美,美人之美,美美与共,天下大同”,顾雪金用费孝通老先生的一句名言形容此次广发和联通的合作。他指出,联名卡的推出可以说是最大限度地集合了集团之间的资源优势,这种精度细分的创新市场策略建立起来的覆盖面宽、延展性强、用户黏度高的“合作服务”体系,不仅对于合作双方,同时对于消费者而言都将呈现出实实在在的价值。它确实能给消费者带来多重服务的可选择性、便利性和超值性。

据悉,广发联通联名卡集广发卡功能与通信服务于一身,在持卡购买联通多款产品,如iPhone手机,享受免息免手续费的全免分期优惠,办理同样样行免息分期业务等享受至少5倍积分的飞速积分累积优惠,同时,累积的积分还可半额兑换联通3G套餐等。除此之外,持卡人还享受广发银行提供的挂失前48小时失卡保障、同样样行免息分期付款,以及诸如“广发乐赏日”周五半价享美食等刷卡优惠活动。

目前,广发郑州分行和河南联通已对双方接下来的营销活动达成合作一致:在进行资源共享、扩大营销网点、组织地市联动、加强延伸合作、开辟发卡新径和提供技术支持等方面互惠互利。下一步,双方还将就除卡类业务之外的授信、现金管理、债券承销和电子银行等在在的全方位金融服务展开合作。

业内人士指出,广发联通联名卡将建立中国金融与通信合作服务体系的战略路线,势必改变信用卡行业与通信合作服务的新格局。

C 止于至善 联名卡浓缩广发服务文化

“止于至善”,这句被国内近十所大学当作校训的名言,也被一向重视服务文化的顾雪金奉为圭臬,在他看来,联名卡此举就是为了向顾客提供更加贴心、便捷的服务,同时最大限度地发掘信用卡的理财功能。

一家银行只有注重和形成具备自己特色的文化才能打造出过硬的品牌,才能锻造出优秀的队伍。顾雪金认为,广纳百川,“卡”通天下。在金融产品日益同质化的今天,必须要着力打造优秀的文化,并以此为核心才能永远立于不败之地。今年广发银行进行了更名,出台了新的企业文化手册。“我们要以此为契机,通过锻造与熔炼,将广发卡打造成最富有文化内涵的信用卡”。

首先要致力于打造优秀的品牌文化。结合衣食住行样样有的活动宣传

广发卡,给客户更多的特色享受,通过锁定高端有品位客户群开展红酒鉴赏会、藏品鉴赏会等突出广发卡的富有文化内涵的特性,通过对贡献度高的持卡人家属的回馈突出广发卡的贴心性,通过搞一些爱心送考、慈善公益活动突出广发卡的爱心色彩,通过开展一些高尔夫球赛、珍藏品鉴赏会、白金卡客户联谊会、高端产品体验等活动突出广发卡的高端品位。

然后还要努力建立起贴心的服务文化。通过加强对一线柜员的信用卡综合业务培训,做好还款通路维护,提高客户投诉和工单处理水平等来更进一步提高前、中、后端客户服务水平。让广发卡客户感受到独具广发特色的服务,更进一步增加客户的忠诚度。

据介绍,为更好地实现企业的发展

目标,广发郑州分行将用几年时间形成以价值观为核心的完整的企业文化体系,包括诚信文化、责任文化、创新文化、笃行文化等。逐步使企业文化发挥其积极作用,并成为分行保持人才优势的一个强大支撑力量。为达此目的,广发郑州分行将把文化建设与行业特点结合起来,与日常经营管理结合起来,与团队建设结合起来,把西方企业文化的精华和中国传统文化结合起来,以持续的整合、传播、维护,不断地丰富企业文化的内容,形成一套完整的企业文化。

自顾雪金掌舵广发郑州分行近一年来,该行开展了一系列文化兴行的举措。开展了中层干部读书班,分层次组织全体员工对励志书籍如《工作赢在心态》、《活着就为改变世界》等进行阅读

B 日出日新 联名卡凸显广发创新路线

《大学》有云:苟日新,日日新,又日新。顾雪金认为,广发联通联名卡的推出“相对超前”,恰是广发银行多年来坚持不懈创新“卡文化”的具体体现。

顾雪金表示,中国信用卡市场发展潜力巨大,可谓是中国个人金融服务市场中成长最快的产品线之一,优质的增值服务已经成为增强竞争力的首要条件。广发银行是作为中国大陆首家发行与国际惯例接轨的完全意义上的借记卡的银行,也是中国大陆银行借记卡业务首家盈利的银行,一直以来不断地追求信用卡产品的创新和服务功能的完善。相继推出了标准卡、女性真情卡、车主卡、南航明珠卡、希望卡、公务卡、淘宝卡以及白金系列卡等几十种品牌信用卡,并在去年推出了在休闲娱乐、驾乘服务、商旅服务、私人助理、绿色就医、贵宾服务等方面具有无与伦比的卓越功能和优势的顶级卡,令广发卡客户尊享尊崇。

目前广发信用卡在国内发行量已突破1100万张,卡片活跃率居全国之首,在河南地区已发行74万张,为客户带来了实实在在的便利、安全和实惠,受到了持卡人的广泛好评。而郑州分行信用卡业务在系统内的排名多年来亦始终名列前茅。

广发郑州分行人士称,该行信用卡业务做得如此出色是和广发卡多年来形成的优秀的信用卡文化密不可分的。广发卡有一句标语:给您更多,为您看更远。广发郑州分行正是以此为目标,不断激励超越自我。

有句关于企业成长的话这样说,只要前行的路正确,就不怕路远。顾雪金表示,广发联通联名卡在功能和服务上仍需完善,该行在“求真、至善、唯美”的道路上绝不会止步。未来的广发卡一定会为河南人民提供卓越体验,创造更大价值。而未来的广发银行郑州分行也一定会为中原父老提供更多、更快、更好的服务,成为中原大地上一道清新亮丽的风景线。

对于各商业银行对理财产品的热衷,越来越高的收益率和异常火爆的发行局面终于触发了监管部门对银行理财产品销售的担忧。银监会于日前正式发布了《商业银行理财产品销售管理办法》,出手规范银行理财产品的销售。

中信银行理财师方晓华告诉记者,本次银监会要求商业银行对已出现的违规操作进行整改,所涉及相关操作的理财产品发行数量将会下降。方晓华分析,预计今年下半年的理财产品可能出现发行量回落的情况。加之银行不可能长期做赔本生意,在一定时点之后,收益率也可能出现一定回调。

据招行郑州分行理财师宋恒信介绍,理财产品发行的原理是银行经过研究,发现投资机会,邀客户一起集资进行投资,大家共担风险,如果盈利,给客户一定比例的收益,剩余部分归银行所有。

时下最流行的还要数短期理财产品。记者调查发现,这类理财产品几乎不公布投资方向,投资者也不去关心。在投资者眼中,这类理财产品就是一种利息较正常水平偏高的储蓄。但是投资者应该明白,这类理财产品并不完全规范,其中存在着高息揽存的特征,故其往往只出现在每季度末的几天。

对于各商业银行对理财产品的热衷,越来越高的收益率和异常火爆的发行局面终于触发了监管部门对银行理财产品销售的担忧。银监会于日前正式发布了《商业银行理财产品销售管理办法》,出手规范银行理财产品的销售。

中信银行理财师方晓华告诉记者,本次银监会要求商业银行对已出现的违规操作进行整改,所涉及相关操作的理财产品发行数量将会下降。方晓华分析,预计今年下半年的理财产品可能出现发行量回落的情况。加之银行不可能长期做赔本生意,在一定时点之后,收益率也可能出现一定回调。

资讯速递

光大银行 荣膺“中国自愿减排先锋企业”称号

本报讯日前,国内首个以温室气体自愿减排量作为衡量目标的企业排行榜——中国企业自愿减排排行榜在京发布,光大银行荣获“2010年度中国自愿减排先锋企业”称号,在“中国企业自愿减排2010年度排行榜”41家上榜企业和机构中,该行以最大规模的减排量购买成为榜单魁首。

排行榜发布仪式上,光大银行绿色零碳信用卡与低碳公益理财产品备受关注,荣登“中国企业自愿减排2010年度排行榜——渠道平台类”榜单。该行通过多种形式在推动低碳金融发展、环境改善及企业社会责任方面做出的积极努力受到了业内及媒体充分的肯定。

该行低碳创新型信用卡产品——绿色零碳信用卡受到了重点关注,该卡片自2010年5月正式发行以来,一直备受社会各界环保人士关注,打造了业界领先的低碳银行品牌。截至目前,该卡片发卡量已突破10万张,是目前国内发行量最大的低碳环保主题信用卡。该卡凭借其碳足迹计算器、碳信用档案、邀约购碳计划等特色功能,为客户提供多种低碳选择;同时,从形象设计到材质都以绿色环保为主题,完全采用可回收材料及“无纸化环保账单”,深入渗透绿色环保理念,有效培养了客户低碳环保消费意识,引领个人环保公益的创新模式,卡片巩固并扩大了在低碳金融领域的先发优势,是光大银行实施低碳金融战略的重要举措。(记者 张慧 通讯员 王振)

交银国信 45亿贷款用于重庆保障房建设

本报讯记者从交行河南省分行获悉,日前,重庆公共租赁住房项目信托贷款签约仪式在渝举行。根据协议,交行旗下交银国际信托受托全国社保基金,为重庆提供45亿元信托贷款,专项用于公租房建设。

据悉,该信托资金由交银国信接受全国社保委托,贷款给重庆城投公共租赁住房建设有限公司,将全部用于重庆市茶园新区公租房及配套廉租房建设民生工程。

交银国信相关负责人介绍,今年以来,针对从紧的货币政策和银行监管新趋势,交银国信致力于创新与转型发展,积极在新的领域寻找业务机遇。此次签约的信托项目是公司面向保障房领域的重大项目,既属民生工程,符合政策导向,同时也风险可控,且具有很好的示范效应。

另据了解,此次信托贷款投建的重庆茶园新区属于重庆主城副中心之一,规划建设1000亿级产业园区。茶园公租房项目已于去年9月开工,占地48公顷,总建筑面积200多万平方米。项目建成后,可容纳约10万人。(记者 王震 通讯员 全权)

中国银行 获银团贷款“最佳发展奖”

本报讯日前,在上海召开的中国银行业协会银团贷款与交易专业委员会第二届年会上,中国银行凭借在银团贷款业务领域的出色表现,荣获中国银行业协会颁发的国内银团贷款“最佳发展奖”。由中行负责实施的“江苏南京纺织业集团债务重组银团贷款项目”同时获得“最佳交易奖”。

近年来,中国银行发挥自身国际化、多元化优势,大力推动银团贷款业务发展。2010年,中行共牵头叙做54个银团贷款项目,牵头项目金额达1012亿元,实现银团贷款手续费收入5.11亿元。2011年上半年,中行已实现银团贷款手续费收入4.78亿元,较去年同期增长31%。截至2011年6月底,境内银团贷款余额3308亿元,较去年同期增长39%。(张瑞玲 曲雯雯)

阳光产险 为南水北调丹江口库区移民保驾护航

本报讯日前,河南南阳市南水北调工程之丹江口库区移民集中搬迁工作顺利完成。在此次大规模的移民搬迁中,阳光产险南阳中心支公司为移民提供约4亿多元的保险保障,为库区移民工作保驾护航。

南水北调属于国家重点工程,南水北调库区移民工作与老百姓的利益息息相关。特别是其中数十万移民的搬迁安置工作,既关系到百姓民生,又关系到党和政府的形象。南水北调丹江口库区移民搬迁工作启动以来,阳光产险南阳中心支公司总经理室高度重视,把此次移民工作作为公司一项重要的政治任务,通过前期紧密筹备的充分准备,并通过与当地移民局接洽,先后为唐河县、社旗县、卧龙区、宛城区等共计4324位库区移民办理了团体意外伤害保险,每人保额10万元,为库区移民提供了共计保额4亿多元保险保障。为配合本次搬迁,阳光产险南阳中心支公司还派出专人专车与当地移民指挥部一起协调搬迁事宜,在搬迁过程中,突降暴雨,中支人员与当地民众齐心协力,共同克服困难,风餐露宿奔波在移民一线,确保了移民在搬迁过程中安全、顺利到达,真实体现了阳光保险与库区人民一道“分担风雨,共享阳光”的感人画面,成功实现了平安搬迁、顺利搬迁、和谐搬迁。

通过参与此次移民活动,进一步彰显了阳光产险主动与政府分忧、积极承担社会责任的良好形象,受到了广大群众的普遍赞誉。(徐阳文 潘学恒)

省会大学生 深入社区进行保险调研

本报讯近日,由河南财经政法大学学生组成的河南省保险学会“大学生调研团”前往泰康人寿河南分公司,开始调研。大学生们还将深入社区,获取鲜活的调研材料,为省保险理论研究成果。

据悉,在河南省保险学会的倡导和组织下,省内数家高等院校和保险公司共同开展了2011年大学生暑期社会实践调研系列活动。此次活动将以“保险进社区”为形式,由泰康人寿河南分公司协助师生们深入各社区,发放、回收保险调查问卷。

河南保险学会秘书长牛新中指出,大学生暑期社会实践调研活动不但有利于推动我省产、学、研三方面的联合与互动,还将是丰富我省保险理论研究的一次创新。他还要参与调研的人员在活动过程中要深入社区广泛收集意见和建议,认真做好文字和图片的收集、整理、记录工作;在活动结束后,要根据调研实际情况进行深刻分析与总结,并在此基础上形成高质量的调研报告。(张瑞玲 王若谷)

理财产品发行火爆 引发市场担忧

本报记者 王震 张世豪

银行理财产品在上半年可以用“井喷”形容,据资料显示,今年上半年商业银行共发行8497款理财产品(不包括对公产品),发行规模达8.51万亿元,甚至超过了去年全年7.05万亿元的总数,完全可以称得上上半年的“吸金大王”了。

7月12日,中国人民银行公布的2011年上半年金融统计数据报告显示,6月份人民币存款增加1.91万亿元,同比多增5685亿元,将近2万亿的新增量大大超出1万亿的市场预期。“6月份多数理财产品设计期限就是对准月底的。”一家股份制银行个人金融负责人告诉记者,到了月末,纷纷到期的理财产品,使得大量的资金从表外再次回到表内。

对于投资者来说,跑赢CPI、抗通胀是上半年的主旋律,与其把钱“闲”在账户上,不如用在短期、高收益的银行理财产品上。市民许小姐表示,自己不会将手中富余的资金立即存入银行,因为一些银行揽储的行为给她留下了深刻印象:当时她不仅接到了多家银行的短信,声称发售高收益率的理财产品,有的银行甚至将小广告放到了她的自行车车筐内。“银行现在很‘差钱’。”她笑着对记者说。

据统计,上半年到期的7732款理财产品中,到期收益率跑赢5月份居民消费价格指数(CPI)增速5.5%的理财产品只有186款。另外,上半年到期收益率为零或负收益的11款理财产品中,亏损最多的达到-22.4%,银行理财产品也不是都牛。

记者走访多家银行发现,不少客户经理在向客户推销产品时,都会口头保证收益,使其误以为预期收益就是最后的实际收益,例如某国有大行在理财产品说明书中曾注明,该行此前发行的同类理财产品均达到预期收益,容易令客户对收益产生心理预期。

“在购买产品时银行工作人员多次强调这类产品一般情况下收益都不错,而且肯定不会赔本,对于最坏的情况并没有做任何说明。”曾购买过该行理财产品的投资者汪女士表示。在介绍产品时避重就轻,突出最大收益率已成为不少银行销售人员推销理财产品的手段。

下半年风光难再

据招行郑州分行理财师宋恒信介绍,理财产品发行的原理是银行经过研究,发现投资机会,邀客户一起集资进行投资,大家共担风险,如果盈利,给客户一定比例的收益,剩余部分归银行所有。

时下最流行的还要数短期理财产品。记者调查发现,这类理财产品几乎不公布投资方向,投资者也不去关心。在投资者眼中,这类理财产品就是一种利息较正常水平偏高的储蓄。但是投资者应该明白,这类理财产品并不完全规范,其中存在着高息揽存的特征,故其往往只出现在每季度末的几天。

对于各商业银行对理财产品的热衷,越来越高的收益率和异常火爆的发行局面终于触发了监管部门对银行理财产品销售的担忧。银监会于日前正式发布了《商业银行理财产品销售管理办法》,出手规范银行理财产品的销售。

理财产品被热捧

“发行频率加快、发行期限趋短、预期收益率走高”已经成为今年以来银行理财产品的关键词。记者了解到,今年以来,由于央行多次调高存款准备金率,银行体系流动性紧张。为达标存贷比,商业银行被迫依靠大量发行短期理财产品、提高收益率来留住存款。业内人士分析,理财产品并非都是抗通胀的“避风港”,选择理财产品还是要警惕风险。