城市核心深居府邸 珍贵稀缺法式园林

华润悦府揭开神秘面纱

位于山东路上,闽江路口对面的悦府示范区,日前终于对媒体揭开神秘面纱,以万象城为主的大型购物中心和华润大厦为主的写字楼、奢华五星酒店和高端城市公寓,荟萃所有顶尖城市资源,统统成为悦府领先尽享的配套。项目内,由国际著名景观设计公司LSI(Lifescapes International Inc.)以50年经验打造的血统正宗的法式园林,又在悦府示范区内打造出别样景象。

据悦府工作人员介绍,售楼处的法式外墙采用干挂石材工艺,材料来自新疆天然矿场,该矿场只为华润专供石材,每块材料均经过精心挑选和打磨,因为取材同一,所以纹路的色泽和谐自然。

步入售楼处,室内采用法式装修风格,简明而不失风范,大气而不减浪漫,无论摆件或灯具,均卓越于细节。耳边伴着悠扬的琴声,唇齿之间荡漾着红酒的醇香,身体也跟着轻盈起来,这种松弛犹如置身于家,从疲惫和奔忙抽身而出。

住在悦府,意味着华北最大的顶级购物中心万象城将化身为悦府家庭娱乐室,从高端电影院、奥运标准真冰场、主力百货、品牌店、儿童职业体验馆、高端超市、餐饮、娱乐设施……多种业态,满足顾客不同购物、休闲需求。

万象城以无可匹比的时尚天性,汇聚了世界最顶级的品牌资源,未来的青岛万象城将是恋物狂们最爱光顾留连的场所,亦成为悦府居者的潮流衣橱,与悦府为邻的各大国际品牌旗舰店,将所有的时尚前沿速递呈现。曾经为会客宴请而惆怅的主人,居于悦府便能在未来享受咫尺美味,未来青岛万象城近八十种餐饮品牌,将变成悦府的上等厨房。

步入园林示范区,视野开阔,由国际著名景观设计公司LSI(Lifescapes International Inc.)以50年经验打造的血统正宗的法式园林,又是悦府示范区内的别样景象。在世界园林体系中,法国古典主义造园艺术在世界园林体系中独树一帜,影响深远,它的代表作品有凡尔赛园林。法式园林多用规则的几何图形来布局,追求中轴对称,叠泉,石材铺就,不管从哪个角度,在视觉上都是一种美的享受。在城市中央,悦府拥有如此大片的法式园林,显得格外珍贵和稀缺。

▲图为刚刚开放的华润悦府项目售楼中心。

惠民服务助小微企业强身健体

——中国建设银行创新开展小微企业金融服务成效显著

近年来,建设银行积极探索为小微企业提供金融服务的新模式,取得了显著成效。目前,建设银行服务的小微企业授信客户已占全部企业授信客户总数的75%,小微企业贷款近三年平均增幅超过40%,累计为16万小微企业客户投放信贷资金1.7万亿元,间接提供了2000万个就业岗位。对于一家长期以大企业大项目为主要服务对象的大银行来说,这些成绩来之不易,体现了建设银行服务小微企业的决心和魄力。

“链式服务”,让小微企业真正受益

近年来,建设银行在稳健经营、科学发展基础上,现正按照综合性、多功能、集约化的要求,建设“国内最佳、国际一流”、具有重要影响力和国际竞争力的现代化大银行。这是建设银行实现科学发展的客观要求,也是建设银行落实中央经济工作会议、全国金融工作会议精神,为社会提供最佳服务、履行社会责任的必然选择。

建设银行坚持以客户为中心、以市场为导向,扎扎实实服务实体经济,在重点抓好大行业、大系统、大城市的同时,也不断拓展机构客户、小微企业客户,努力实现以客户需求为导向的功能选择,和以业务创新、产品创新、服务创新的多功能建设形式。加大对小微企业的支持是建行服务实体经济的重要着力点,也是建行战略转型的必然。

建设银行抓住大行业、大系统客户关联性强的特点,通过为核心企业提供供应链融资产品,将金融服务向上下游延伸,积极打造包括行业链、企业链、产品链的“链式服务”模式,既服务好核心大企业,也服务好周边的小企业、小客户。通过与大行业、大系统的合作,实现产业链条、产品链条和上下游产品的联动和综合服务,使产业链条中的大型企业、中型企业、小型企业、微型企业共同受益,真正实现企业与银行的双赢。

“社区服务”,业务发展向“零售化”转型

2011年初,建设银行根据总体战略定位,结合小微企业业务特征,提出服务“社区金融”的理念,并明确了小微企业业务要向“零售化”和“小额化”转型,要不断夯实客户基础,重点发展小微企业业务,充分利用有限的信贷资源,支撑服务更多的小微企业客户群体。

在小微企业业务“零售化”发展思路的指导下,建设银行小微企业业务发展势如破竹,客户数量迅速扩大,2011年底一举突破7万大关,为业务的可持续发展打下良好基础。建设银行针对小微企业客户需求“短、频、快”的特点,研发出了一批使用期限、金额、还款方式更加灵活、便利的产品;针对小微企业融资需求,研发推出了“小额贷”产品,即向能够提供符合建设银行质押财产标准的企业、个体工商户和自然人,发放小额短期流动资金贷款,最快当天就可完成审批和放款工作,流程简单快捷,效率比传统产品大大提高,产品一经推出就受到了小微企业主们的追捧。

优化客户结构和调整贷款结构也是建设银行助推小微企业业务“零售化”的有力举措,通过积极扶持信用水平较高的小微企业客户,认真挖掘、培育有成长潜力的“年轻”小微企业客户,优质客户比例逐年提升。为提高资金的使用效率,信贷人员加强了与小微企业的贷前、贷中、贷后沟通,让有限的资金在小微企业中“动”了起来、“活”了起来,一年期以内小微企业贷款在小企业全部贷款中占比从2010年的82.5%提高至86.2%,小微企业户均贷款额也出现较大幅度的降低,让有限的资金帮助了更多的小微企业客户。建设银行的小微企业业务“零售化”在2011年迈出了坚实的一大步。

“流水线服务”,提升小微企业服务效率

小微企业融资难,难就难在银行对其缺乏了解,容易“望而却步”。建设银行在服务小微企业的时候提倡“用心服务、换位思考”,坚持从小微企业客户的角度出发,大胆创新,不断对银行经营活动进行评估,并对作业流程、服务方式、管理制度、产品研发、资源配置等进行改革,形成了独具特色的小微企业业务管理模式,有效适应了小微企业贷款特点。

2007年,借鉴国外先进银行经验,建设银行在江苏试点“信贷工厂”模式的小微企业经营中心,并于2008年在全行范围内推广。从小企业客户申请受理、评级到审批、发放、回收,实行一站式的标准化流水线作业,全部在工厂内完成。通过持续优化内部流程,科学安排各岗位分段操作,实时进行效率监控,大大提高了小企业业务办理速度和营销成功率。“信贷工厂”建立以后,小微企业贷款办理时间缩短一半,客户经理服务的客户数量增长一倍,客户满意度大幅提高。目前,全行已建立240家“信贷工厂”,基本覆盖了全国主要城市和百强县。

2011年,结合“信贷工厂”升级改造,建设银行按照流程银行的理念,打造“柔性生产线”,实现各业务办理环节有效衔接,建立起更加灵活、顺畅的业务流程,提高了效率,降低了成本。建设银行根据不同产品和服务对象,实行差别化管理,采取不同的风险控制措施,制定差异化的操作流程,大大提高了受理审批效率。采取跟踪管理措施,明确定期走访的差别化贷后管理要求,加强贷款到期提醒和逾期、欠息的委婉回收管理。明确小微企业信贷岗位尽职标准,设定责任认定“宽限期”,对符合条件的信贷风险予以免责,使经办人员放手发展业务。

科技化的信息系统为业务发展提供了技术保障建行依托相关系统建立了客户营销、客户评级、信贷业务操作和贷后管理四大流程系统,以及审批辅助、行业筛选、客户筛选、早期预警、行为评分等八大专业工具。初步实现了从客户营销到业务办理,再到风险管控全方位的系统辅助和监测,有效降低了人为误差,提高业务效率和质量。

通过几年的实践与摸索,已经打造出了一条具有建设银行特色的小微企业服务信息高速通道。

量身定做 为小微企业 发展腾飞“雪中送炭”

经过多年培育,“成长之路”和“速贷通”已成为建设银行服务小微企业的两大拳头产品。以“成长之路”为例,通过持续创新,已形成了包括“联贷联保、诚贷通、租贷通”等30余项产品在内的综合性产品体系,并以成熟的运作、高效的服务赢得了市场信赖。目前,“成长之路”贷款余额超过3800亿元,累计发放贷款超过1.2万亿元,服务客户约14万户。小微企业金融服务产品也由此融入到了小微企业生产、发展的每个环节,见证了企业从萌芽、发展到成熟壮大的每一步,让千千万万的小微企业在建设银行的资金支持下焕发出勃勃生机。

建设银行把研究企业特点、挖掘企业需求、开发特色产品、跟踪服务效果作为服务小微企业的“金融一条龙服务”,设计了一系列独具特色的产品,切实为客户解决融资难题。

2011年下半年,针对大量缺乏有效抵质押物的小微企业,建设银行开发了小微企业“信用贷”产品,改变了过去“一抵了之”和一味依赖担保的传统做法,使大量缺乏有效抵质物的小微企业也能够真正感受到银行的金融支持。其中,针对建设银行存量的具有一定金融资产高端客户拥有的小微企业,贷款金额最高可达1000万元;针对市场优质客户、核心企业下上游具有良好市场口碑的小微企业,有政府支持的、符合贷款条件的初创小微企业,贷款金额可达200万元。该产品目前已正式推向市场,成为建设银行服务小微企业的又一有力“抓手”。

各地分行结合地方经济特点,积极开发特色金融产品,针对不具备通用抵质押物的特殊企业的融资需求,设计了特种权利质押、基酒等特色产品抵押、知识产权质押等贷款产品,让许多原来融资无望的企业看到了希望。浙江绍兴冠明金属制品有限公司就是一个重燃希望的受益者,该公司因缺乏有效的抵质押物,贷款难度较大,浙江分行经过与当地政府相关部门及监管机构的反复沟通协商,最终利用企业拥有的排污权为其量身定制了排污权抵押贷款业务,为企业发放贷款300万元,为解决同类企业融资难问题探索出了一条新路。