银行收费名目繁多项目猛增

学者呼吁加强监督

最近一个时期，中国银监会等部门就制定《商业银行服务价格管理办法》向社会公开征求意见。记者在采访中了解到，不少消费者对当前银行收费问题反映强烈，主要集中在三个方面。

一是收费差别大，消费者“看不懂”。消费者反映，不同银行之间针对同一种服务的收费差别很大，也让人“看不懂”，如ATM机异地跨行取款费用从单笔2元到22元，相差10倍；信用卡挂失费从20元到50元到60元的都有。

二是收费门槛高，消费者“用不起”。除了信用卡全款罚息，消费者投诉乱收费的问题还有不少，如信用卡取现手续费高达3%(取款1000元收30元手续费)等，让不少消费者惊呼“上当了”。

三是收费名目多，消费者担心“被收费”。有一些上了年纪的消费者反映，现在银行收费项目繁多，如小额账户管理费、信用卡取现手续费、转账失败手续费，更换存折费、重制卡费、重置密码费、网银收费等，令人目不暇接，而且多数银行对其收费遮遮掩掩，既没有在网站上充分公布，收费前也没有及时提示，让人一不小心就“被收费”。

近年来，社会舆论一直关注银行业高利润现象。有学者认为，银行作为企业，自然要遵循市场原则，对其服务自主定价。也有学者并不认同这一观点，认为银行业要比一般企业负有更多社会责任，不能完全追求利润最大化。

截至2011年，我国银行业金融机构总资产已达113万多亿元。目前，我国仍以牌照发放来决定银行经营的准入，这就造成了银行业非充分竞争的局面。

北京大学社会学教授夏学銮说，银行作为重要的金融服务机构，承担着国家安全、社会稳定的责任，同时还向百姓提供基本服务，这也是国家赋予银行特殊地位的原因。银行部门切切不能以降低自身道德标准、忽视社会责任来完成自己的利润增长。

如何促进银行业自身改革及良性发展，又能维护消费者权益？业内人士认为，政府部门及银行业应从建立维权渠道、理顺监管规则、鼓励产业创新等方面多管齐下，联手治理乱收费。

有关专家指出，金融消费属于特殊消费领域，其特殊性带来明显的市场信息不对称，这些因素导致受到侵权的消费者面临投诉无门的尴尬，建议有关部门设立一个消费者金融权益维护的专门机构，在方便金融消费者投诉的同时，加强对银行服务的监督。

专家建议，政府部门在监管银行收费定价时，应理顺现行法律和法规的关系，参照消费者权益保护法，明确国家定价和银行自行定价的范围，要求银行在制定收费政策时要明确成本，以成本及合理的利润构成收费价格。

据新华社

光大银行深耕小微金融服务

现今，中小微企业已经成为推动中国国民经济增长的重要力量。在经济发展过程中，中小微企业频遇“资金瓶颈”。缺资金，难融资，已经成为中小微企业发展的主要障碍。

为支持小微企业发展，光大银行一直以“规范运作、以客为本”为己任，在中小微企业贷款方面一直勤勉不懈。

近年来，光大银行积极投放个人贷款业务，支持小微业主、个体工商户，服务实体经济。2010年，开始倾力打造“阳光助业”品牌，“个人助业贷款”和“经营物业贷款业务”开始向模式化的经营思路转型。截至2011年底，个贷余额已达2106亿元。

其中，光大银行把工程机械贷款——“设备易贷”作为中长期的业务发展战略，在风险可控的情况下不断完善产品种类，优化业务流程，为客户提供更加贴心周到的金融服务。截至目前，光大银行工程机械按揭贷款业务已支持超过20万名客户通过按揭方式购买了工程机械设备，业务范围遍及全国。因表现突出，光大银行成为迄今为止唯一一家被“中国工程机械工业协会”授予“中国工程机械行业金融突出贡献奖”的商业银行。

现今，光大银行全力发力小微业务，为实体经济发展做出贡献。在业务运作上，光大银行成立“小微金融业务推进委员会”，组建了专业化团队，以期为广大中小微企业提供全面专业的小微金融服务。

在业务操作流程上，光大银行依托“七集中”、“四分离”的操作平台，采用“信贷工厂”运营模式，竭力为中小微企业简化贷款流程，节省费用，提高效率，降低风险，满足中小微企业“短、频、急”的融资需求。

在满足融资需求的基础之上，光大银行针对中小微客户日益增长的财富管理需求，适时提供了涵盖出国金融、高端理财、私人银行等优质全面的财富管理服务，全面提升中小微客户的财富及生活品质。

以平等、尊重的眼光看待客户，以诚实、守信的方式办理信贷，以可持续的思路运作平台，是光大银行小微金融业务的经营准则。未来，光大银行将继续努力，保持规范化、效率化、高品质服务化经营，助力中小微企业健康、快速、稳定的发展。

Bank 中国光大银行 CHINA EVERBRIGHT BANK 济南分行 JINAN BRANCH

■财金资讯

罗杰斯：现在买入黄金和白银

国际知名投资大师、商品大王罗杰斯日前表示，中国经济放缓意味着“机会”。同时，他正在做空美国长期国债，并长期持有黄金和白银。

罗杰斯在接受CNBC采访时指出，“中国这两年一直试图放缓经济和控制房地产泡沫。我认为世界经济在接下来1至2年中将变得更加缓慢，这将会给我们更多投资机会。”

在谈到商品方面，罗杰斯指出，他现在打算长期持有黄金和白银。“1600美元将是买入黄金的一个好点位。如果跌至1500美元，我将买入更多黄金。”

罗杰斯称，“如果金价跌至1200美元或1300美元，我希望我足够聪明，并买入更多黄金。”同时，他还表示，他正卖出了美国长期国债，但承认“目前卖出不是最好时机。” **(中证)**

从“银行卡联网通用”到“银联随行 世界随心”

——中国银联十年发展纪实

纵心的中国人不难发现，不知从何时开始，当已生活中会常出现这样两个汉字，即就是“银联”。在国内，“银联”几乎出现在每一张国人使用的银行卡上，出现在每一台自动提款机(ATM)上，出现在众多商户的刷卡和收银台上，也出现在互联网、手机，甚至电话机、电视机上；不论在我国香港、澳门，还是在我国台湾、日本、韩国、东南亚，甚至是在欧洲、美国、澳洲、中东，处处都有“银联”的身影。

尽管可能还不了解银联，但相信没有人会否认银联带给国人生活的便利。“银联”几乎已成为可接受银行卡付款的代名词。中国也从原来的现金支付社会，发展成为普遍的刷卡支付。

这一切，都得益于十年前党和政府的一个决定——成立中国银联。今年，银联十岁了！

责任：“银联”的诞生——银行卡联网通用

时光回到十年前，也就是2002年3月，全国各地同意，在中国人民银行的直接组织领导下，各商业银行联合发起成立了中国的银行卡联合组织——中国银联。

“银联”，顾名思义，其含义是“银行卡联网联合”。在中国银联成立之前，中国早已经有了银行卡，但是银行卡没有普及，大众的日常消费几乎全是用现金。当时中国银行卡发展滞后的一个重要的原因就是银行卡不能通用，受理银行卡的商户也十分有限。因此，促进银行卡的普及最重要的基础是银行卡联网联合，实现联网通用。这，就是党和国家赋予中国银联的使命和责任，也是银联成立的最主要目的。

银联成立后，当主要设了具备国际先进水平的银行卡跨行交易清算系统，从而使各商业银行分散的银行卡系统，实现了互联互通和资源共享，让银行卡可以跨行、跨地区和跨境使用。受理银行卡的商户，也从原先只能受理一家或几家银行的卡，发展成了只要接入银联，贴上“银联”受理标识，就能受理所有银行发行的带有“银联”标识的银行卡。

在此过程中，中国银联积极携手商业银行和专业机构等银行卡产业相关各方，探索出了一条中国特色的银行卡产业发展之路，使中国快速发展为全球银行卡产业发展最快、最具活力的国家之一。

惠民：构筑全球银联受理网络 满足群众境内外用卡需要

银行卡的使用要方便，受理网络是关键。短短十年，银联受理网络的规模迅速扩大。目前，银行卡不仅可以在餐饮、酒店、百货等行业使用，而且可以在水、电、气等公用事业以及学校、医院、航空、铁路、公路等领域广泛应用。持卡人还可以通过银联在线支付、银联手机支付、固定电话支付、智能电视支付等多元支付方式，实现缴纳公用事业费、预订机票和酒店、信用卡还款、自助转账等功能。银联便民支付服务拓展覆盖至200多个城市的14万个网点，深入社区、走进家庭。农民工银行卡特色服务拓展覆盖至9万多个农村金融网点，基本覆盖全国所有县及县以下农村地区。

经过十年的发展，一个便捷化的银行卡受理网络在我国已形成，并延伸到了境外125个国家和地区。可以说，经过十年发展，“银联”已经无处不在。

成长：创建国际化的银行卡自主品牌 逐步直得境内外持卡人青睐

中国的银行卡产业要发展，品牌是绕不过去的一道坎。拥有自主品牌，就有了自主的银行卡标准，就能得到更多发卡银行、特约商户和持卡人的认可与支持，就有可能实现更大的发展。

在商业银行的支持下，中国银联开始品牌建设之路。2009年3月，商业银行发行了首张“银联”品牌的银行卡，卡号以“62”开头，卡面有“银联”标识。到今天，有数亿中国人拥有1-2张以“62”卡号开头的自主品牌银联卡，在我国香港、澳门、日本、韩国、新加坡等24个国家和地区，有数百万境外持卡人已经开始拥有当地货币的银联卡。

为践行银联品牌丰富的内涵，为客户提供切切实实的品牌服务，中国银联近年来逐渐打造持卡人服务体系，包括：境外用卡是银联网络以人民币结算可节省的点交易总额1%-2%的货币转换费；鼓励国家的境内外优质特惠商户；境外用银联卡购物退税、境外紧急现金支援、机场贵宾厅、境外网购等多项特色服务。同时，每年中国银联邀联合商业银行、特约商户，开展各种仅针对“62卡号开头”银联卡的营销优惠活动，为持卡人带来实惠和惊喜。

创新：迎接支付产业潮流 推动银行卡多元化应用

如果说过去十年，中国银联推动实现了银行卡的支付普及，那么未来十年可能将迎来银行卡支付创新的大发展。近年来，中国银联依托银行卡交易清算系统，已初步建成了行业领先、高效安全、开放式的无卡交易处理平台，为互联网支付、移动支付及其他创新支付发展提供重要的基础性平台。

目前，“银联在线支付”已吸引众多境内外商户接入，并由始来越多的线下实体商户开通线上支付服务。与线下支付一样，银联卡持卡人不仅可在国内的各大电子商务网站支付，而且可在我国香港、澳门、日本、韩国、新加坡、澳大利亚、新西兰以及欧洲大部分国家和地区的约800万家网上商户购物，享受便利、安全的支付服务。

在移动支付领域，中国银联通过发挥产业引领作用，联合银行、第三方机构、移动通信运营商等相关各方共同打造开放、共享的移动支付互联商圈，发展移动支付应用。银联手机支付业务已在全国30余个省(市)开展试点或推广应用，支付商圈持续扩大，用户体验不断提升。

同时，中国银联开展数字电视、IPTV电视和互联网电视支付业务试点，拓展智能电视支付产业联盟。未来，中国银联将继续丰富和完善银联卡产品和服务体系，并推动创新支付多元快速发展。

银联随行 世界随心

十年，在历史长河中只是一瞬。十年的发展是与商业银行、特约商户、持卡人和产业各方共同的发展，对中国银联和中国银行卡产业来说也只是一个开始。始终牢记“共同事业、共同发展”、“同创品牌 和谐共赢”的中国银联，把自己的品牌核心定位于“共享成长”，并以“银联随行 世界随心”作为自己给广大持卡人的品牌承诺。

中国银联将牢记历史使命和社会责任，抓住机遇，开拓奋进，紧跟中国脉搏的潮流和走向世界的脚步，把中国银联建设成为在国内具有权威性和公信力，在国际具有竞争力和影响力的国际性银行卡组织，把银联品牌建设成为不仅服务于中国，而且服务于更多国家和地区的、具有全球影响力的国际主要银行卡品牌。

相信“银联随行 世界随心”的品牌承诺，将不断成为现实并被赋予新的内涵！让我们期待，下一个十年！