

# “钱荒”催高银行理财收益

由于近期市场资金面吃紧，令银行理财产品的预期收益率也持续攀升。与5月理财产品平均预期收益率持续走低不同的是，6月的理财产品平均预期收益有所上扬。

据普益财富数据显示，6月的第一周，各投资标的的理财产品平均预期收益率较上周均有所上升。从品种分类上看，人民币债券和货币市场类理财产品发行数为193款，较上期报告减少13款，平均预期收益率为4.27%，较上期报告上升12个基点；外币债券和货币市场类理财产品10款，较上期报告增加7款，平均预期收益率为1.45%，较上期报告上升22个基点；结构性理财产品发行15款，较上期报告减少2款，平均预期收益率

为6.34%，较上期报告上升10个基点；其他类理财产品发行210款，较上期报告增加5款，市场占比小幅上升至48.95%。

金融界理财产品研究中心数据显示，6月的第二周，1个月以内短期产品预期收益略有下降，而3个月以上各期限产品的预期收益都有所上升，理财产品预期收益率整体仍出现上升的趋势。

市场分析人士认为，6月银行理财产品预期收益率之所以呈持续攀升之势，

主要是市场资金面紧缺所致。

端午前夕，Shibor(上海银行间同业拆放利率)各品种利率水平飙升创下历史新高。其中，隔夜拆放利率一度升至9.5810%，这表明我国银行体系资金面明显偏紧。

面对市场闹“钱荒”，央行上周四暂停了公开市场操作，以维持货币环境的稳定。其实自5月下旬以来，央行就加大了市场资金的投放力度，至上周央行净投放资金高达1600亿元，创出近期资金投放纪录。由于上周到期资金为920亿元，这相当于央行向市场净投放资金近2520亿元。

外汇占款的减少也使流动性更加趋于紧张。据上周五央行更新的金融机构

人民币信贷收支表显示，5月末金融机构外汇占款余额为274299.51亿元，仅比上月增加668.62亿元，而4月新增外汇占款规模还高达2946.54亿元。据测算，5月市场流动性净流出高达3963.88亿元，明显高于4月2280亿元的规模。

市场人士认为，资金面紧缺的情况很难在短期内得到缓解，商业银行又面临季末、年中考核时点，为缓解资金的紧张，商业银行可能为冲刺考核时点急于揽储而大幅提高理财产品的预期收益率。但是考虑到考核时点一过，理财产品预期收益率可能会有所回落，因此投资者目前不妨配置一些中长期高收益率的理财产品，以提前锁定高收益。

(和讯)

## 财金资讯

### 山东保监局公布车险理赔排名 中华保险、阳光保险名列前茅

日前，山东省保监局在网站上向社会公布了2013年1季度山东省各财产保险公司私家车保险理赔时效测评数据。其中，中华联合财产保险以6.83天的成绩位居交强险“5000元及以下周期”理赔最快公司，阳光财产商业险“5000元及以下周期”理赔最快公司。

本次公布的数据以私家车保险理赔时效为监测内容，以山东省主要的财险公司为评测单位，分成交强险和商业险两项内容，共六项指标对每家财险公司进行测评。在公布的数据中，中华保险、阳光保险、人保财险和国

寿财险等几家公司综合成绩位列前茅。

私家车在产险公司的承保业务中占比较高，也是社会公众对保险服务最关注、感受最直接的一个方面。2011年，山东省保监局就建立了各产险公司“私家车交强险理赔服务效率指标社会公示”制度，按季度向社会公示。

业内人士表示，理赔指标公示有利于消费者多角度了解保险公司，理性选择服务好的公司投保，也可以通过监督公示，促进保险公司加强理赔服务建设，切实保护被保险人利益。

(财金记者 程立龙)

## 工行保本理财产品收益全面提升

资本市场振荡起伏，闲置资金如何投资理财?工行近期推出多款本金保证型理财产品，零风险、高收益满足您的稳健投资需求，额度有

限，欲购从速。工行金融理财师们期待着为您服务，详询工行各网点。

(理财非存款、产品有风险、投资须谨慎)

期限	认购起点(万元)	预期收益	发行时间	销售渠道
88天	5	4.00%	6.18—6.20	电子银行/柜面
34天	5	4.30%	6.18—6.20	电子银行/柜面
34天	5	5.00%	6.18—6.20	电子银行/柜面
90天	5	4.00%	6.21—6.24	电子银行/柜面

## 中信银行济南分行举办现金管理体验会

6月14日，中信银行济南分行在滨州成功举办现金管理体验会。中信银行总行、省金融工作办公室、省内五十余家中信银行重点客户及主流媒体参会并进行了现场体验。会上，中信现金管理专业团队进行了产品推介，参会重点客户踊跃参与体验，中信济南分行还与多家重点客户进行了合作签约和交流互动。

现金管理是商业银行基于客户资金管理需求而推出

的一项网络化、电子化综合金融服务模式。作为国内最早推出现金管理服务的商业银行之一，中信银行通过不断的产品创新，有效整合各方资源，全力为客户提供专业现金管理解决方案。在细分市场和客户的基础上，中信银行构建了多层次的产品服务体系，包括面向大型集团企业的多银行资金管理和银企直联服务模式、面向中型集团客户的现金管理云服

务模式以及面向小型客户的低成本公司网银、现金管理服务模式等，能够满足客户从标准化产品到个性化定制的不同需求。中信银行济南分行依托中信集团及总行综合金融平台优势，在2012年成功搭建了全国首个分行级“现金管理云服务平台”。目前，中信济南分行已先后牵头为百余家企事业单位搭建了现金管理平台，赢得了市场和业界的广泛认可和高度赞誉。

此次，中信银行济南分行举办的客户体验活动，为众多客户提供了深入了解中信现金管理服务和企业资金管理前沿的良好平台，让更多的客户亲身体验到中信现金管理服务能够为其带来的便捷和帮助，深化了双方对于中信现金管理的认同，在提升企业的资金管理水平和市场竞争能力的同时为银企合作打开了新的合作通道。

(卢银轩)

## 商河联社立足“早”字 支持“三夏”生产

针对“三夏”生产资金需求较为集中的实际，山东商河农信联社立足“早”字，通过改进服务，强化措施，确保了今年“三夏”生产资金的及时足额到位。自进入二季度以来，商河农信联社累计发放“三夏”支农贷款近3亿元，支持农民和涉农部门购进良种30余万公斤，农药3000余吨、化肥10万余吨、收割机、播种机等农机具5000余台(部)。

一是资金需求早调查。全县信用社成立了由客户经理和信贷人员组成的23支信贷支农小分队，提前深入村户和农资、农机等涉农部门和企业对三夏生产资金需求情况进行了解调查，对有信贷需求的农户和涉农企业提供上门服务，做到随用随贷，确保不误农时。

二是支农资金早筹备。为确保“三夏”农业生产资金

及时发放到农民手中，全县信用社通过大力组织存款、广泛清收不良贷款、合理压缩无效资金占用等多种有效措施，千方百计筹措“三夏”支农资金，为“三夏”农业生产提供了足够的信贷资金保障。

三是贷款发放早到位。为不误农时，全县营业网点设立了贷款专柜，对提前预约或集中办贷的村户，信贷

人员采取现场办公形式，上门办理贷款手续，在办贷程序上力求“手续最简、速度最快”。同时，各营业网点采取延长工作时间、适度增加日均现金库存等措施，为农户和涉农企业提供“零距离”信贷服务，对信用度好、资信度高的农户和企业适当增加贷款授信额，为今年“三夏”生产提供了资金保障。

(贾存华)

### 平阴联社为千余客户 兑领刷卡“大礼”

5月31日，接到信用社电话前来领奖的刘先生感到非常意外和惊喜，在领取到一等奖的养生壶后，高兴的更是合不拢嘴，“没想到刷卡消费还真能中奖哩，而且信用社还真负责，几经波折才联系到我，以后还要继续用咱信用社的银行卡!”据悉，前四个月，平阴联社紧密结合省联社推出的“乐刷农信卡、好礼伴您行”刷卡有奖活动兑奖公告，温馨提示广大客户前来领奖。

户刷卡消费，手机银行、个人网银、企业网银分别达到4518户、7026户、411户，电子银行业务账务性交易33.37万笔，实现交易金额17亿元，银行卡使用率创历史新高。兑奖活动开始后，该联社还积极联系当地电视台，在该县两套电视节目的黄金时段循环播放“乐刷农信卡、好礼伴您行”刷卡有奖活动兑奖公告，温馨提示广大客户前来领奖。

(熊长治 杨彬)

### 平安直销车险劲刮“超值风暴”

电话车险直销模式以其价格低廉、投保便捷等诸多优点深受广大车主喜爱，如今已经风靡泉城。

“保监会规定，商业车险费率最多可以打到七折，但电话车险渠道可以在七折的基础上再优惠15%。之所以电话车险比传统车险便宜，是因为不经过代理机构直接向车主销售，这样节省的中间成本就可以让利车主。”平安电话车险相关负责人表示，车主可通过拨打平安电话车险的全国统一投保热线4008-000-000，与平安电销坐席人员进行咨询，报价，之后平安电销会派专门的服务人员送单上门完成投保，免去车主亲自去保险公司营业大厅办理的麻烦。”

有市场人士认为，电话车险较之传统渠道，区别只是在于销售方式上，而后期

的理赔和服务与传统车险并无本质区别，完整的电话车险模式是地空结合的，即以电话销售这种远程交易模式完成咨询、报价、保单确认等前端销售行为；而后端的缴款、送单、服务和理赔依托各大保险公司在各地的分公司实现。电话车险采用直销模式，缩短了营销链条，把中介减少的成本直接让利给车主。

据悉，平安产险是首家获得中国保监会的批准，经营电话车险销售业务的保险公司。为了更好地满足车主投保电话车险的实际需求，平安电销推出了一系列特色服务。2013年平安“快易免”服务再次升级，快——先赔付，再修车!万元以下，报案到赔款，3天到账;易——人伤案件安心理赔服务，上门代收理赔资料;免——7×24小时免费道路救援。(财金记者 王小平)

## 光大银行“六道令牌”创新小微金融业务

截至一季度末，中国光大银行小微贷款余额新增超过170亿元，小微客户数量达到近60万户，小微贷款规模突破1200亿元……闪亮的数字背后，是什么样的力量促进了一项原本并不热门业务的快速发展?该行总结的“六道令牌”令人印象深刻。

首先，鉴于小微企业大多分布在各种专业市场或者某一产业，产品上下游的特性，光大银行以“阳光助业贷”为品牌，建立贯通产业链上下游、适合商圈发展需求的融资模式，推动光大小微金融模式由单一客户向群体客户、粗放经营向专业化经营、单一合作向为客

户创造价值转变，走小微金融模式化项目经营的路线。

其次，针对小微企业主多样化的现金管理需求，光大银行开发出专门服务小微企业的综合性金融服务平台“阳光企业家”，涵盖了MISPOS、个人网银、B2B管理平台、MIS数据服务平台、阳光助业卡、支付易等六类现金管理工具和服务，为小微客户提供集贷款、结算、理财于一体的综合金融服务。

第三，光大银行还致力于加强小微电子化建设，向信贷工厂转变。借助于网上融资通，光大银行可通过iPad作业平台，把小微贷款的部分审批流程、理财流程及其识别流程纳入其中，方便小微企业随时了解自身财务状况。同时，通过掌上营业厅、线上融资等网上渠

道，使业务办理更加便捷高效。

在渠道建设方面，光大银行下沉组织结构，提高小微业务办理效率。该行便民金融服务网点助力小微客户轻松办理缴费、还款、充值、付款等日常金融业务。通过小微专业客户的建设，该行加大对小微客户的专属服务，提高业务办理效率，提升客户体验。

此外，基于小微企业主“高端客户”的定位，光大银行全力打造以小微企业主人群为核心客户的综合性高端金融服务平台，着力建设“阳光俱乐部”，为小微企业主提供家庭财富管理、企业经营与发展、证券投资、海外投资、另类投资等五大投融资解决方案，全面提升“小微企业主”的财富及生活品质。

为大力推动小微金融行业的发展，2012年，光大银行联合博鳌亚洲论坛等机构，发起了小微企业融资发展及金融实践调查研究，2013博鳌亚洲论坛上，该项目阶段性成果《小微企业融资发展报告：中国现状 & 亚洲实践》的发布，引起了各方广泛关注。

据悉，小微金融业务在光大银行已被提升到战略的高度。相关负责人表示，大力发展小微金融业务，不仅顺应经济发展的大趋势，对国家政策的积极贯彻和响应，更是银行自身发展的需要，是在业务结构上面向未来的战略性布局。

 中国光大银行 共享阳光·创新生活

