

银行理财产品“涨”声响起来

预期收益超5%的产品再度“满天飞”

本报9月2日讯 8月末,银行理财产品收益率再度上浮,其中不少产品的年化收益达到了5.5%左右,仅次于六月底“钱荒”时期。市场资金面再度紧张起来,导致银行理财产品预期收益率纷纷走高。

记者昨日采访德州市多家银行网点发现,基本半年以上产品的预期年化收益率都在5%以上,甚至有些4个月以上的产品都给出5%以上预期收益。不过记者同时也发现,预期收益超过5.5%的产品则是“凤毛麟角”,大部分产品都在5%—5.3%之间。“一天收到三

家银行的理财产品信息,打开一看,8款产品预期收益全部高于5%,其中一款一年半的产品最高到了5.6%,还真让我心动。”市民张女士告诉记者。“目前市面上的银行理财产品有多种,有的银行推出的是非保本浮动收益类理财产品,预期收益率最高,产品投资期限多为一年,投资起点一般为20万元以上,预期最高收益率超过了6%。因为该产品存在损失一定本金的可能性,所以适合风险承受能力较强且具备一定投资经验的投资者。”专业理财师介绍。

近日,记者在中国银行官网上发现,最近在售的理财产品中,有17款人民币产品的预期年化收益率达5%(含)以上,其数量占近日在售人民币产品的50%。其中预期收益最高的两款产品均为5.3%,投资期限分别是183天和308天,起点为30万元和10万元。此外,记者还查询了另外三家国有大行的理财产品预期收益情况,都有多款产品的预期收益超过5%,如建行两款90天左右的保本产品预期年化收益也高达5.1%—5.25%,而起点仅为5万元。

“每到月底,银行要满足75%的存贷比考核指标,需要加紧吸储。如此一来,银行间市场利率就会走高,理财产品收益率自然也就水涨船高了,这是月底理财产品收益率纷纷走高的主要原因。下半年理财产品‘月底收益率冲高’的现象将会更加明显,尤其是在9月底和12月底,产品收益率骤然上升的现象可能会重演。因此,对于喜欢投资银行理财产品的市民来说,不妨抓住这个机会,购买一些收益率较高的中长期产品。”资深理财师说。

(财经记者 孙萌萌)

国内信用证

为买卖双方搭起信任的桥梁

“中国银行给我们做媒,盘活了上下游渠道,产品销售更加灵活,给我们解决了后顾之忧。”辖内某大型汽车制造企业财务负责人说。

为快速适应后金融危机时代国内企业外贸依存度持续降低的实际情况,中国银行依托国际结算业务平台,在国内银行同业中率先推出了国内信用证业务,以类似于国际信用证的人民币结算方式,实现对国内交易双方收货不付款和收款不发货等交易风险的有效控制;同时依托国内信用证业务可为企业提供更加宽松的融资渠道。今年5月份,德州辖内某大型汽车制造商需要从异地采购大量零配件,货款金额为2100万元人民币,供应商要求采用货到付款的结算方式,该企业因资金周转原因无法即时付款,德州中行

根据业务情况为其办理“国内信用证”业务2100万元,以银行信用为企业解决产销难题;6月份收到对方企业提交的单据后,经审核单证相符,为客户叙做了国内信用证押汇业务,为企业融资1680万元,满足了企业短期资金融通的需求。截至目前,德州中行累计办理国内信用证业务百余笔,开证金额达到6亿元,为区域企业融资2.5亿元,受到辖内企业高度评价。

2013年以来,德州中行积极适应国际国内经济形势变化趋势,持续深化转型发展,不断加大业务产品创新力度,充分发挥中国银行国际结算业务平台优势,积极探索国际结算成熟产品向国内业务转移复制的新通道,为德州区域贸易融资业务快速发展增添了新的活力。(李明远)



建设银行德州分行积极开展“金融知识进万家”德州银行业金融宣传日活动。

曹广宏 摄

武城联社加大农村信贷支持

目前,武城联社抓对接、抓创新、抓服务,促进信贷投放,支持当地经济。

抓对接。一是城区内网点对接辖内优质个体工商户。二是公司业务部对接辖内小微企业。三是各乡镇网点对接农民专业合作社。抓创新。一是创新业务品种,推广妇女创业贷款

等新贷款品种。二是创新担保方式,拓宽中小企业融资渠道。三是创新服务方式,提升贷款办理效率。抓服务。一是加强改造,努力使网点布置贴心化、人性化。二是加强监督,对客户不定期进行回访。三是进行大堂经理专业培训,提高大堂经理的业务素质。(王晓辉)

亲情“扶农卡”服务农民工



临邑农信社为更好地服务农民工,在加大硬件投入、增设农民工服务窗口基础上,自8月26日起组织辖内28名业务骨干,深入经济

开发区外来务工人员较多的建筑工地,围绕信用社点多面广、服务便捷的优势上门宣传各项金融业务,完善农民工特色服务项目,强化“扶农卡、手机银行”等宣传,把金融服务送到农民工的家门口、厂门口,为企业代发工资。

截至目前,已累计为农民工办理银行卡13000余张。(王丽)

平原农信社帮助中小企业优质生长

平原县农信社在扶持中小企业中,坚持用科学发展观审视每一个贷款企业,首先做到“三看”,看市场发展前景、看产品科技含量、看企业自有资金占有比例。对市场前景好、产品科技含量高,企业自有资金占有比例合理的企业,给予贷款扶持,帮助“滚雪球”式发展。宏鑫花生蛋白有限公司2006年获得山东省中小企业科学技术进步一等奖。几年

来,信用社对该企业采取“滚雪球”式的贷款支持,共累计发放贷款800多万元。对狂热追求发展速度,超规模贷款,想一口吃个胖子的企业,严格控制贷款,防止企业畸形发展;对自有资金少或空手“套白狼”科技含量低、高能耗、污染型企业不予贷款。这样,既保证了贷款良性运行,又确保了企业的优质生长。

(高玉才 于华)

德城区农村信用社

优质服务创一流 创先争优树品牌

近年来,德城区农村信用社网点服务质量全面提升,市场竞争力进一步增强,干部员工精神面貌焕然一新,全面提高服务品牌和地位,营业网点39个,为德城区、经济技术开发区、运河经济开发区提供金融服务;截至7月末各项存款余额达69亿元,各项贷款余额达51亿元,已发展成为全区营业网点最多、服务范围最广、资金实力最强的金融机构,先后荣获“省市级文明服务单位”、“山东省企业管理现代化创新成果奖”等。

微笑服务 感恩服务

“您好”,一声诚挚的问候,一个温暖的笑容,一次热情的引导,这是德城区农村信用社送给每一位客户的“见面礼”。

德城区农村信用社为广大客户营造优质温馨、舒适便捷的服务氛围,营业部大厅设立一米线,配备了填单台、老花镜、意见簿、客户座椅、报刊架、伞架、饮水机等设施,在各营业网点合适的位置摆放绿色植物,推行贴心的柜面服务,为客户营造宾至如归的服务氛围。柜员牢固树立了“以客户为中心”的服务理念,统一使用文明服务用语,实行“站立式”,双手递接、温馨优质提示服务,给客户提供最优质、最高效、最温馨的现代化文明服务。

赠人玫瑰 手有余香

“这么热情周到的上门服务,还手把手教我如何操作使用,真是太方便了!”客户李霞高兴地说,脸上洋溢着幸福的

表情。

该联社积极创新服务,开展“电子银行交易免费专项营销活动”,开展“进市场、进社区、进单位、进农村”营销活动,为客户提供“一站式”的高质量服务和足不出户的电子银行“零费用、宅金融”模式,足不出户在电脑前轻轻一点,就可以让全国各地的生意轻松实现。该联社采取“推广一户,使用一户,亲自上门安装控件服务”策略,让更多的客户享受到农村信用社优质高效、方便快捷、现代化的金融服务。

贴心服务 赢在“大堂”

“您好,欢迎光临,请问需要什么帮忙吗?”该社大堂经理主动将客户引领到柜台前办理业务;等客户办完业务后,她会

真诚地道一声:“欢迎光临,请慢走。”

该联社创新方式,将大堂经理主动营销服务打造为引领业务发展的“新名片”。大堂经理对客户做到来有迎声,走有送声,在主动迎宾、客户咨询、引领客户、客户分流、照顾特殊客户方面提供了及时便捷的服务,以极大的热情和耐心提升了营业部对外服务的窗口;延伸大堂经理产品推介、客户营销、规范服务的职能,热情、耐心地解答客户的业务咨询,适时向客户推介、营销该社网上银行、手机银行、在线支付方便、快捷的金融产品和交易渠道,为客户当好参谋,带动各项业务健康稳步发展。

(刘玉磊 孙海敏)

联社资讯

乐陵联社推行员工自省录

为规范员工操作行为,强化员工“自我监督、自我反省、有效提高”的思想意识,提高问题的整改成效,乐陵联社审计部根据各级检查发现问题,结合本单位实际情况,制定了《乐陵市农村信用合作联社员工自省录》。“自省录”由各岗位员工自行填写,通过对自身存在问题的描述,统计违反次数,严重程度,查找问题的根源,制定整改措施及规范的做法和下一步的要求,让员工进行深刻反省,引起思想上的重视。每季度由各部门管理人员进行监督批示,审计部进行后续跟踪验收,培养员工彻底整改问题的自觉性,促使各项规章制度得到贯彻执行,达到长期有效的风险防范目的,杜绝屡查屡犯的发生。(刘德涛 顾守华)

庆云联社3亿资金助企业发展

今年以来,庆云联社不断细化工作措施,着力加大辖内小微企业扶持力度,帮助小微企业解决资金运行难题。截至目前,该社已累计发放小微企业贷款2.87亿元,有力助推了当地经济发展。

庆云联社通过召开社企洽谈会、月度联席会等活动,切实了解小微企业在发展、创新中的资金需求困境,对于信誉好、订单足、前景广的小微企业第一时间注入资金。同时,该社通过“拳头产品”推广,有效地破解辖内小微企业、家庭农场、专业合作社融资难、筹资贵等难题。目前,该社先后推出第三方监管动产质押、小额贷款保证保险等新产品,有效地拓宽小微企业服务面。(张涛)

走出去宣传 迎进来客户



结合省联社“约‘惠’农信电子银行,精彩回馈更有礼”的电子银行大型感恩回馈活动,临邑联社积极组织辖内营业网点开展电子银行产品宣传活动。通过此次宣传活动,让更多的客户了解到信用社电子产品的优势及便利。(李颖)

庆云联社推动电子银行发展

今年以来,庆云联社不断加大电子银行业务的宣传推广力度,赢得了广大客户一致好评。一是积极与移动、联通、电信部门对接,通过签订合作协议制定优惠套餐,宣传手机银行(WAP)的方便、快捷、优惠等优点,吸引客户眼球。二是对电话POS商户进行多次集中培训,并与县城各大超市对接,开展刷卡赢大奖活动,中奖客户积极进行口碑宣传,促进了农信社电子银行开户数的大幅增长。三是多次对前台柜员进行业务培训,不断提升柜员业务素质,提高自身业务技能及推广能力。(吴恩峰)