

工行加快实施互联网金融战略

3月23日,中国工商银行在北京并通过视频会议系统向全国正式发布了互联网金融品牌“e-ICBC”和一批主要产品,成为国内第一家发布互联网金融品牌的商业银行,这也标志着中国最大的商业银行已经全面加快互联网金融战略的实施。

工商银行此次发布的“e-ICBC”互联网金融品牌主要包括“融e购”电商平台、“融e联”即时通讯平台和“融e行”直销银行平台三大平台,支付、融资和投资理财三大产品线上的“工银e支付”“逸贷”“网贷通”“工银e投资”“工银e缴费”等一系列互联网金融产品,以及“支付+融资”、“线上+线下”和“渠道+实时”等多场景应用。

工商银行姜建清董事长表示,互联网金融不管融合了多少互联网技术的特征,其创新发展仍离不开金融的基本功能和属性,互联网金融的本质还是“金融”。工商银行拥有先进的IT基础设施和历经15年打造的电子银行服务运营体系,拥有全球最大的银行庞大的客户基础、广泛的业务范围,丰富的风险管理经验以及雄厚的资本与资金实力,这些都是发展互联网金融的巨大优势。线上与线下,如鸟之双翼、车之两轮,两者都不可或缺,工商银行将把强大的落地服务与高效的线上服务完美结合,为广大客户提供更好的服务,创造更大的价值。

近年来,互联网金融口号喊得响亮,可是什么才是互联网金融的实质呢?是不是搞个P2P网贷平台,做几个所谓众筹的项目,就是互联网金融?工行董事长姜建清昨天表示,互联网金融的本质还是“金融”。传统金融业长久以来就是新技术应用者,随着互联网的发展,工商银行也会以传统金融为本,结合互联网优势,给客户更好的体验,同时更好为经济转型和大众创业、万众创新服务。

在本次发布会上,笔者感觉互联网思维已经从细节上落实到了工商银行这个“宇宙第一大行”的行动中。

首先是会议举行的方式上,全国统一采用了视频会议的形式。北京主会场座落在工行总行内部,山东省分行分会场在行内会议室,据介绍市县一级也在行内会议室通过视频会议参会。按照以往的做法,像“发布互联网金融战略”这么重要的发布会,不少公司会邀请各地媒体记者前往总部参会,也有的公司会在总部开完会议之后,在省市分别“照葫芦画瓢”再来一遍,这样操作不仅让人舟车劳顿、浪费了资源,更是浪费了大家宝贵的时间。

其次是会议议程不到2个小时,内容安排的紧凑活泼。姜建清董事长的发言和易会满行长的介绍都是言之有物,尤其是易行长全程脱稿发言,一身深色西装,控制着身后大屏幕不时变幻,对着参会人员侃侃而谈,把工行的三大平台和三大产品线一一介绍给大家,颇有点当年乔布斯发布苹果产品的感觉,让人感觉原来“大象也会跳舞”,严肃的银行也时尚起来。

小小的两处改变,让接受互联网思维的工行“亲切”起来!

光大银行发起直销银行品牌众筹活动

创意不分行业,银行也玩众筹!2015年3月18日起,光大银行推出了为期8天的直销银行品牌名称众筹活动,希望通过本次活动,点燃网民的创意精神,融汇互联网智慧,真正“众筹”到符合直销银行客户品味的“中国好名字”。

据介绍,主题为“小轻新”的直销银行品牌名称众筹活动将持续到3月25日,光大银行为之准备了丰厚礼品——除每日送出200份手机话费作为众筹回报外,活动结束后还将选出最具人气的10个名称,送出运动潮品小米小蚁相机。对于最终获选创意,光大银行还将送出一台iPhone6 Plus奖励创意者本人。

运用时下流行的“众筹”手段来搭建品牌形象,这在中国银行业尚不多见。直销银行是银行业务中的“互联网金融”,光大银行希望通过本次品牌名称众筹活动,向外界传递其“开放、合作、共赢”的互联网精神,以及更好地服务广大客户的诚意和决心。直销银行品牌名称众筹活动结束后,光大银行还将于3月下旬开展直销银行卡通形象众筹活动。

光大银行电子银行部总经理杨兵兵表示,光大银行将于今年6月推出直销银行服务。直销银行专注于服务于具有年轻思维(Young in mind)的人群,帮他们实现自己的梦想;业务拓展将主要通过互联网渠道拓展客户;产品设计上也主打快速理财,缴费和便民服务等,力求简单、实惠。光大银行素以“理财银行”著称,为配合直销银行上线,专门根据目标客群需求推出财富保、定存宝、积存金、实物金和e理财等优质理财产品,并配套推出云缴费和精品生活服务。



华夏银行济南分行做好集团企业财务管家

在集团企业发展过程中,如何对集团资金进行有效配置,是每一个集团管理者都要考虑的重要问题。在解决连锁企业资金管理需求的同时,华夏银行加强了对集团客户的服务能力,“华夏龙网”面向集团客户推出新一代集团结算中心服务。

据华夏银行济南分行相关工作人员介绍,新一代集团结算中心开启了“7×24小时”对公资金结算绿色通道,并创新性实现了跨银行、跨地域集团资金的管理与归集,是集团客户进行资金管理的好帮手。

据了解,我市一家采用多级管理模式的大型贸易集团曾在财务管理方面遇到问题,集团内部出现资金使用效率低、信息失真、筹资与投资不能统筹规划、各分子公司独立采购独立销售,集团不能及时掌控各分子公司的资金动态。为解决这些问题,通过综合考察与调研,该集团选择了华夏银行集团结算中心产品。现在,该集团通过采用收支二条线方式,实现资金实行集中控制;通过集团结算中心的“资金归集和补足”功能,每天日末系统自动会将各分子公司收入帐户中资金上划到总公司,当支出帐户不足50万元时,系统自动从总公司下拨费用。通过集团结算中心“内部融资”功能,实现资金在集团内部的调配,分子公司存贷款均有利息,建立起了资金的内部有偿使用机制。

在提升资金使用效率的同时,随之而来的是成本和费用率的降低。该集团公司统一对外融资,既简化了贷款手续,也能拿到利息相对低的资金,财务费用下降了1个百分点;资金的统一管理,也促使了该集团统一采购和购买成本的下降。“华夏龙网”以全新的电子银行服务,为用户揭开全新的电子金融生活序幕。

农行山东分行营业部被授予学习型组织标兵

日前,农行山东分行营业部被中国金融工会山东工作委员会授予“山东金融系统学习型组织标兵单位”。

山东分行营业部全力打造学习型银行,在全辖6个支行建设了电教室并投入使用,2014年共组织营业网点主任、对公客户经理、中青年员工等全行性各类培训班103期,培训员工1万余人次。组织全辖590名柜员参加了等级评定测试,有63名柜员达到了7、8级水平。积极推动全行岗位练兵活动深入开展,2014年组织了两届柜台业务技术比赛,在省行第八届柜台业务技术比赛中取得了优异成绩。开展了读书报告会、“书式生活·品味人生”每月好书推荐活动、“谁是银行家”知识擂台赛等丰富多彩的活动。

山东分行营业部还在全行制定了学习制度和奖励办法,鼓励员工参加在职学历教育和各类资格考试,近年来,该部有600多名员工取得了司法、注册会计师、国际金融理财师等国家职业(执)业资格证书。

(陈东林)

战略转型获阶段性成果

中信银行2014年获净利润407亿

3月20日晚间,中信银行股份有限公司公布了2014年年度业绩报告。报告显示,2014年面对复杂严峻的国内外经济形势,以及激烈的行业竞争,中信银行制定战略推进改革,强化风险控制,实现了总体平稳、健康的发展。

业务规模稳步增长 资产质量总体可控

2014年,中信银行坚持既定的发展战略,业务规模稳步增长。报告期末,中信银行集团资产总额达41,388.15亿元,比上年末增长13.67%;客户贷款总额21,879.08亿元,比上年末增长12.71%;客户存款总额28,495.74亿元,比上年末增长7.46%。

2014年,中信银行经营效益保持稳定。报告期内,中信银行集团实现归属本行股东的净利润406.92亿元,同比增长3.87%;拨备前利润782.47亿元,同比增长21.33%;实现利息净收入947.41亿元,同比增长10.57%;实现非利息净收入299.75亿元,同比增长58.85%。

在银行业资产质量普遍下降的背景下,中信银行采用提升风险处置能力等方式,积极应对对市场波动,有效保证了业务的健康发展,资产质量总体可控。报告期末,中信银行集团不良贷款余额284.54亿元,不良贷款率1.30%,拨备覆盖率181.26%。

截至报告期末,中信银行集团各级资本充足率均达到监管要求。其中,资本充足率达到12.33%,比上年末上升1.09个百分点,一级资本充足率达到8.99%,比上年末上升0.21个百分点。

公司金融保持优势 电商供应链成亮点

2014年,中信银行公司业务加快经营转型,实现持续快速协调的发展。报告期内,中信银行实现公司金融营业收入626.76亿元,在营业收入中占比达52.43%;公司金融非息收入50.68亿元,在非息收入中占比达18.01%。

截至报告期末,公司类存款客户数达35.57万户,比上年末增长3.98%;公司类存款余额22,455.36亿元,比上年末增长8.84%;公司贷款余额15,249.66亿元,比上年末增长7.87%。

中信银行公司业务继续保持行业领先优势,现金管理、供应链金融、资产托管、保理等业务具备较强市场竞争力。截至报告期末,中信银行实现现金管理交易金额38.07万亿元,比上年增长34.46%;以海尔集团网络融资项目为代表的供应链金融业务融资余额达2511.89亿元,海尔-中信电商供应链金融服务模式则成为业内电商金融服务典型案例;托管资产规模达35383.06亿元,比上年末增长72.9%,当年新增资产托管规模位居行业第三,并成为公募基金、券商资金托管规模增长最多的银行。

打造最佳客户体验银行 零售银行力推五大单品

2014年,中信银行全面启动零售战略二次转型,以建设最佳客户体验银行为目标,推出中信出国金融、手机银行、薪金煲、房抵贷和中信悦卡信用卡五大零售业务持续快速发展。

截至报告期末,该行个人客户数量达4475.60万人,比上年末增长16.32%;个人客户管理资产规模9118.67亿元,比上年末增长25.77%。实现零售金融营业收入237.88亿元,占全行营业收入的19.90%。

“薪金煲”已成为业内领先的现金管理工具,截至报告期末,业务规模突破200亿元;手机银行实现超级客户体验,截至报告期末,手机银行客户数达645.24万户,比上年末增长88.73%;信用卡业务加强互联网金融跨界合作,业绩增长显著,截至报告期末,累计发卡达2459.6万张,比上年末增长18.37%;报告期内实现信用卡业务收入132.90亿元,比上年末增长49.62%。“房产抵押综合授信贷款”盘活居民房产这一核心优质资产,支持了居民多种合理消费用途的信贷需求,截至报告期末,该行消费金融贷款余额达3324.91亿元,比上年末增长25.19%。

金融市场业务强化创新 多领域摘得首单

2014年,中信银行金融市场业务积极加强与资本市场、货币市场、国际金融市场联动,把握国内利率市场化和汇率市场化改革机遇,强化产品创新和资产管理,取得了较好的经营业绩。报告期内,该行金融市场业务实现营业收入354.15亿元,在全行营业收入中占比达29.63%;实现非息收入126.52亿元,占全行非息收入的44.96%。

该行积极参与银行间市场交

采访手记

互联网让银行更亲切