

国家信息中心范剑平:

青年创业注意市场“三化”

12月27日, 值邮储银行山东省分行成立五周年之际, “邮储银行杯”第二届山东省青年创业大赛总决赛暨金融支持青年创业高峰论坛在济南成功举办。国家信息中心首席经济专家、经济预测部主任范剑平在该论坛充分肯定了大赛用金融支持青年创业的形式和举措, 并表示, 目前对创业者而言, 国内市场存在服务化、个性化和优质化的特点。

记者 周爱宝 季静静
通讯员 薛桂清

贷款要“用在刀刃上”

据悉, 本次活动由共青团山东省委员会、中国邮政储蓄银行山东省分行等十家机构联合举办, 旨在深入贯彻落实“十八大”和中央经济工作会议精神, 推动地方经济社会持续健康发展, 更加充分发挥金融机构在支持创业、推动就业等方面的积极作用。据官方数据显示, “邮储银行杯”第二届创业大赛, 参加的人数高达1.6万人, 比去年多了三千人, 官方微博关注的人数曾经一度冲到了5.8万人, 青年人创业的热情和需求在此可见一斑。

对于创业大赛中, 银行通过授信等形式支持青年创业的形式, 范剑平给予了充分的肯定。范剑平指出, 给优秀的年轻人贷款进行创业, 是“好钢用在刀刃上”。他认为, 与其贷款给成熟的大企业进行同水平技术的产能扩张, 不如贷款给年轻人创业。年轻人一旦成功, 对行业、地区都可

能成为一个非常重要的新的增长点, 而不是给国家增加过剩的产能。

对于“邮储银行杯”青年创业大赛, 选取类似“大浪淘沙”, 通过一轮轮的比赛和专业评委点评来对参赛项目进行考验的形式, 范剑平也进行了充分的肯定。他表示: “这种形式在一定程度上解决了信息不对称的问题, 能在资金和信息上充分满足创业者的需求。”

创业看准市场“三化”

作为经济预测部主任, 范剑平在论坛上表示, 目前国家经济增长速度仍然较快, 处于经济体成长的“青年期”, 对于创业者而言, 这个阶段的市场存在服务化、个性化和优质化的特点。

范剑平指出, 十八大以后, 可能由过去过于注重增长速度, 而转向有质量、有效益、可持续的这样一个增长。“目前中国就是和人口老龄化赛跑, 争取在2023年人口老龄化到来之前, 让中国的人均GDP达到1.2万美元, 这个中等偏上收入国家的分界线, 这就真正避免



了未富先老的结局”, 他在采访中表示“要实现这样的1.2万美

元的增长, 中国经济必须保证每年6%到7%的增长速度” 而这个阶段, 作为创业者所面临的市场来讲, 范剑平认为它具有三个特点: 第一就是服务化。就是过去我国是以制造业的成长作为经济增长的主要带动力量, 而未来一个阶段, 服务业将会是中国一个非常重要的推动力量。他进一步指出, “青年人创业不要仅仅盯住一个具体产品, 更要关注服务模式。根据目前我国制造业和发达国家差距缩小较快, 服务业却差距较大的情况, 青年创业者可以去模仿、复制发达国家的模式。”

第二个很大的特点就是个性化, 这一特点是年轻人创业的蓝海。根据市场发展规律, 在居民收入较低的时期, 消费追求较低, 追求“大路

货”。但是在未来的发展, 相对越来越高级的阶段, 大家对产品和服务的个性化需求会越来越大。而个性化恰恰是一些大企业无法顾及的小众需求, 而这些小众需求则恰恰是年轻人可以大展身手的地方。他举例表示包括腾讯、携程网等都是由个性化的小众化发展起来的。

第三是优质化。他认为宏观经济要追求高质量, 青年人的创业中一定要为服务对象提供真正优质的产品和服务。

此外, 在活动中, 范剑平解读了如何看待十八大报告稳健的货币政策的松紧尺度。他指出, 明年的有利条件, 就是物价水平不会有高风险, 同时也不会大的通胀的压力, 因此明年整个货币政策应该是稳中略松。同时他指出, 明年金融改革, 要同资金如何提高利用率相结合。

财金资讯

齐鲁银行再签政银企合作新单

12月28日, 齐鲁银行举行仪式, 与济南新材料产业园区管委会、济南鑫茂新兴科技园有限公司签署战略合作协议。

据齐鲁银行有关人士介绍, 三方签约后, 济南新材料产业园区管委会为济南鑫茂新兴科技园有限公司和齐鲁银行提供及时、高效、便捷的与政府管理职责相关服务, 并配合齐鲁银行共同向济南鑫茂新兴科技园有限公司提供增信、授信支持等。齐鲁银行将建立从总行到分支机构的专业服务团队, 通过提供金融信息、金融产品市场动态等相关服务, 为企业投、融资决策提供帮助, 营

造良好金融外围环境, 并根据企业的具体需求, 设计个性化的产品和服务组合, 为企业提供融资支持, 帮助企业实现资金收益最大化, 全面提高企业营运资金的获利水平。三方将通过高层互访、业务咨询例会、政银企联谊活动等多种形式, 建立良好的沟通机制, 及时解决合作中出现的问题, 不断开拓合作新领域。

在银企合作日益活跃的背景下, 三方的成功签约顺应了传统业务市场激烈竞争, 展现了签约三方较强的市场感应能力, 符合政策导向, 共赢发展前景广阔。

(财金记者 薛志涛
通讯员 赵晋)

理财指南

假期理财三大渠道

元旦、春节假期临近, 股票、期货等市场的休市, 会导致投资渠道减少。市民手头的闲钱该怎样打理? 理财专家认为, 假期理财, 三大投资渠道相对可靠, 特别是银行短期理财产品 and 货币基金。

渠道一 短期理财产品

每到小长假或长假来临前, 部分银行便会推出系列假日理财产品。手头有闲钱的市民, 不妨到银行网点转悠一下, 或许能选到自己中意的短期理财产品。在某国有商业银行, 记者发现, 该行从本月25日起, 推出了两款保本型理财产品, 一款投资期限为34天, 预期年化收益率为4.3%。另一款投资期限为87天, 预期年化收益率为4.5%。

渠道二 通知存款

除了传统的银行理财产品, 办理通知存款也不失为一种理财渠道, 可以让闲钱赚取更多收益。通知存款, 是一种不约定存款期限, 而在支取时需提前通知

银行, 约定支取日期和金额的存款品种, 分为1天通知存款和7天通知存款两种。

与活期存款相比, 通知存款有两大优势。一是收益率更高。时下活期存款利率为0.5%, 市内银行7天通知存款利率一般为1.49%。二是利滚利更快。活期存款一般是按季度结算一次利息, 而部分银行的通知存款每7天便进行一次复利计息。对于计划办理通知存款的市民, 最好办理智能型通知存款。如按7天通知存款利率计息, 每7天结算一次, 实现“利滚利”。

渠道三 货币基金

投资者还可以选择购买货币市场基金, 理财师建议, 年底闲钱参考货币基金类产品, 即使是短短的7天, 也有不错的收益。而且在年末市场旺盛的资金需求与银行存款考核双重压力下, 资金流动性趋紧, 货币基金有望现翘尾行情, 岁末年初是配置货币基金的良好时机。

(全景)

投保指南

小长假出行巧买保险

元旦小长假将至, 回家探亲的, 出去旅游的, 都开始准备自己的行囊了。不过, 据保险专家介绍, 假期出行安全第一, 不妨让保险为您的出行保驾护航。

跟团首选意外伤害险

跟团游仍是大多数数人出游的主要选择。国家旅游局明确要求旅行社必须投保旅行社责任险, 但并不针对游客。对于自然灾害等各种外来的意外事件, 旅行社和保险公司不负责赔偿。因此, 最好在出行前购买一份人身意外伤害保险。

投保指南: 如果游客不经常外出, 可选择短期保险产品; 如果经常外出, 可购买一年期意外险产品; 如果

是短途旅行, 可以购买短途旅行意外伤害保险。该保险范围分旅游意外伤害和旅游救援两种。

自驾游需买人车双保险

千万不要自认为驾驶技术好就一切都好, 为爱车和家人上好双保险, 一定要列入您的出行计划中。

投保指南: 有自驾游打算的消费者, 建议出行前购买全车盗抢险, 如果没有投保车上人员伤害责任险, 可以考虑每个座位投保; 如果车况不是很好, 可以考虑投保一个月的车辆损失险。除了车, 根据自己出游的天数以及风险状况, 选择短期人身意外险。

(季静静)



周爱宝

上次的残雪还没有消融, 又一场雨雪悄然而至。结冰的路面让人战战兢兢, 脚下很稳的我也滑倒了一次, 看来我们要在这个风雪交加的日子告别2012年。旧的一年即将过去, 新的一年即将开始, 单位里忙着写总结报告, 而爱宝也要总结这即将过去的一年, 看看山东金融业在脑海里还留下哪些回忆, 看看在沉闷的生活中有哪些亮点可以追寻。

《1942》票房不敌《泰同》, 只是因为《泰同》能给人带来

告别2012, 迈向光明未来

轻松, 暂时忘掉生活的烦恼, 并不是后者的艺术水准高于前者。人这种动物很愿意欺骗自己, 拒绝痛苦的回忆, 用娱乐精神麻醉自己。虽然说娱乐方面有《中国好声音》、《泰同》等伴我们度过那些无聊的夜晚, 但你仍然不能说你幸福了。因为普通人的生活里充满着油盐酱醋茶的平淡、刚性的房价、财富的缩水、挣钱的艰难困扰着我们。而企业方面也是喜少忧多, 除垄断企业受经济下滑影响较小外, 中小企业仍在步履维艰地寻找市场, 寻找可以利用的资金。在中小企业, 特别是小微企业挣扎的背后, 我们看到了银行业正在施以援手。

2012年山东金融业的主旋律还是金融为实体经济服务。从中国银行服务山东“走

出去”企业, 招商银行的“千鹰展翼”, 北京银行用特色提升服务……到刚刚结束的邮储银行的第二届山东省青年创业大赛总决赛暨金融支持青年创业高峰论坛, 2012年爱宝有幸见证了許多银行为实体经济服务探索新的路径。2012年企业艰难, 而银行也不轻松, 高增长的态势正在改变, 必须在“小微”企业这片蓝海里寻找增长点, 这是一片全新的领域, 有暗礁, 有险滩, 也有丰富的资源。爱宝高兴地看到多家银行在这一领域里试水, 有的银行做得很好, 潍坊银行在服务“小微”企业方面真是可圈可点。爱宝见证了这家银行发展的迅速, 2010年的冬月微贷中心成立以来, 小微客户数量达到了1万户, 他们继续把做大小微金融作为企业转

型的重要内容, 提出小微客户数量增加到8万户, 小微客户授信余额在全行授信余额的比重始终保持在三分之二以上, 在这片蓝海里他们得心应手。

2012年的最后一天, 各家金融机构正在忙着收官, 各种数字报表正在出炉。不管是亮丽的报表, 还是略带遗憾的数字, 我们都应看到金融机构甚至各行各业, 2012年付出的真的比以往更多, 在经济下滑的时候有力挽狂澜的勇气, 泰山压顶面不改色, 是多么的不易! 让我们告别2012, 带着信心更加坚定地走向光明的未来。



电销保费井喷

保险新军的迅猛突起

近日, 在山东省保险行业协会举办的“提高服务水平, 保险业在行动”活动中, 记者采访了数家保险公司的电销人员, 据了解, 从2007年7月平安产险第一家获颁电销牌照, 到如今17家保险公司正式开展电销业务, 保险电销市场近年来业务发展迅猛。保险专家指出, 目前国内保险市场, 电销渠道快速发展, 成为重要的渠道之一。

数据显示, 2004年首次试水电销时, 平安产险保费仅8900万元; 而到今年, 全行业电销保费预计跨越750亿元,



电销保费的迅猛增长使得电销渠道在保险销售领域的地位日益举足轻重。电销以其强大生命力和发展速度, 逐渐成为保险营销的主流渠道。

从个例来看, 电销保费的激增也令人惊叹。据平安产险山东分公司相关负责人介绍, 日前中国平安电销车险成功举办了“感恩5周年”公众开放日活动, 并对外发布了年度发展报告, 报告显示, 自2007年7月平安获颁第一家电销牌照, 保费收入从2007年的6.7亿元跃升2011年的220多亿, 平安电销渠道业务在五年内提升30倍, 与此同时电话坐席队伍规模, 也保持着成倍的年均增长。

业内人士也表示, 目前市民最买账的电销业务仍然是电销车险, 价格优势和服务的

不断升级成为很多市民购买车险的首选渠道。2007年电销正式启动以来, 电话车险专属产品比商业险优惠15%, 收到了众多消费者的热捧。但在价格大战的同时, 更多的公司将电销的竞争和较量放在了服务的提升和完善上。

人保相关负责人介绍, 他们早已实现从投保到理赔的一条龙服务, 并且不断完善相关服务, 包括投保、理赔服务质量回访等项目都获得了客户的一致好评。这样的创新在其它财险公司也同样被重视, 平安电销今年正式推出“蜜蜂服务标准”, 这一举措将成为中国电销车险行业服务新的坐标。而在不久前平安电销启用的400热线域名, 打通了电销两大客服平台, 电子渠道更

加完善, 用户将享受更为便捷的一站式服务。

在电销车险蓬勃发展的同时, 寿险公司也开始将电销渠道作为开拓的重要销售渠道, 在采访中, 太平人寿山东分公司的电销人员就详细的介绍了他们的日常话术、沟通技巧, 电销的部分产品和严格的销售要求。电销渠道相关负责人表示, 目前寿险电销对于电销人员的素质提升和管理十分重视, 未来电销渠道必将成为寿险公司产品销售的主力渠道。目前有业内专家断言, 当达到一定规模之后, 电销将为保险公司提供业务新增长点, 逐步扩大所占收入比例, 甚至可能取代传统的代理模式。(财金记者 季静静
通讯员 尹涛)

