

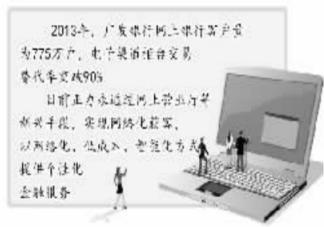
金融创新的广发路径

广发银行成立25周年以来,以客户的需求为方向,不断提升自身创新能力和金融服务水平。坚持以特色化、专业化赢取市场,以差异化竞争突出行业优势,加快业务转型,探索出了一条快速健康发展之路。

智能终端、互联网的迅猛发展极大拓宽了金融服务形式,银行服务正逐步突破银行自有的各种设备限制,将触角延伸至客户身边的每一台联网设备中。银行应在传统渠道和电子渠道之间集成联动、高度协作,为客户提供智能一体化服务。未来,一个客户无论是在银行网点,还是网上营业厅、电话银行、或下载广发手机银行应用,登录微信银行,都能一站式地获得各类金融服务。

——广发银行董事长 董建岳

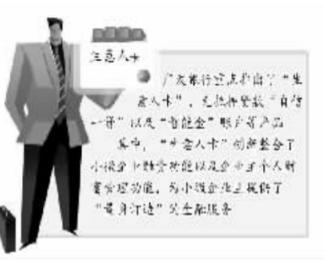
路径一:电子银行先行先试



路径二:虚拟现实无缝连接



路径三:重视民生金融服务



1988年9月8日,广发银行在珠江之畔成立,作为全国首批股份制商业银行,25年来广发银行以“敢为天下先”的精神不懈创新,创下多项同业第一:在国内银行业首家推出信用卡,首家办理按揭贷款,首家开展跨行信用卡还款业务,首推全国通存通兑、可置换动产质押、企业财务顾问、出口退税贷款等业务,并且也是首批开办离岸业务的股份制商业银行。

电子银行领跑

尝试过使用广发银行的电子银行业务的人,基本都会成为忠实的用户,800万户的网上银行客户量就是很好的证明。广发银行手机银行推出比同业晚了18个月,但是9个月之后交易量却领先同业。客户体验小组的工作人员,在产品或功能一出模型就拿出去给客户试用,产品好不好,体验佳不佳,让客户说了算,如果不好用,马上改。

当下,广发银行正在大力拓展网络金融业务。力求通过网上营业厅、电子账户等新兴手段,实现网络化获客,配合大数据、云计算等先进技术,自动、持续进行客户筛选和价值分析,以网络化、低成本、智能化方式提供个性化金融服务。

2012年7月,广发银行推出全国首创的“24小时智能银行”。一年后,广发银行微信营业厅正式网上迎客。广发电子银行以开放、包容的心态,从客户需求中听取意见、从同业做法中吸取经验,打造兼容性最强、易用性最高的电子银行。

目前,广发银行手机支付业务涵盖远程支付和近场支付,稳居移动支付第一阵营。远程支付主要是客户通过手机银行购买商品或支付账务。比如,客户在手机银行上充值话费、购买电影票等操作。而广发银行在近场支付领域的开拓主要是基于NFC技术和银联“闪付”受理终端,以及即将引入的与第三方支付公司的业务合作。

渠道协同提升

在创新模式的同时,若处理不好,可能会形成新的壁垒。因此,渠道之间的有效协同,特别是虚拟和现实之间的无缝连接对电子银行业务而言尤为重要。经过多年的求索,广发电子银行已初步掌握了这一“路径”。

首先,实现各种电子渠道之间的协同。打通手机银行与自助银行渠道,通过“手机预约取现”功能,打破电子渠道无法提供现金服务的瓶颈。其次,实现电子银行与柜台渠道的协作。通过“网点预约取号”服务,实现电子银行与柜台渠道的相互协



作,减少客户排队等候时间。另外,试水“万能支付”,去年3月,广发银行率先与中国银联开展多渠道多应用电子支付战略合作,先行先试“万能支付”业务。

信用卡跨行还款业务就是广发银行基于银联结算平台新增的绿色跨行还款途径,为目前业内首创。客户可通过网上银行、手机银行、自助银行等电子渠道,指定他行借记卡的存款免费转账至广发信用卡进行还款,更可选择自动转账还款方式,到期即可将他行借记卡存款自动转账还款至广发信用卡。

为应对互联网时代浪潮的来袭,广发银行正致力于将个人网银、手机银行等传统“柜面替代渠道”和“成本节约中心”逐步转变为“营收的产出中心”和“存款的汇集中心”,在网络上再造一个广发银行!

不管是白天或晚上、上班或下班,客户都能与银行客服人员进行远程视频实时咨询和业务办理。广发银行手机银行、网上银行近年来经过多次升级,已构建成为覆盖信用卡、个人理财等众多条线的“集成型”移动金融产品。

务实——民生金融的“裁缝师”。25年的发展路上,广发银行始终关注民生金融,为“富民强国”的中国梦提供“量身订造”的金融支持。

从1995年广发推出第一张符合国际标准的信用卡以来,广发银行不断丰富产品体系、推陈出新,针对不同客户群体和客户的不同偏好,陆续推出商旅卡、车主卡、百货消费卡、慈善卡等不同主题的信用卡,让客户在享受金融服务的同时,也得到其他行业的服务便利,扩大了金融服务的内涵。

针对老百姓个人创业、消费的资金需求和致富梦想,广发银行近年来大力加强对个人经营性贷款、财富管理等领域投入力度,重点推出了“生意人卡”、无抵押贷款“自信一贷”以及“智能金”账户等产品。其中,“生意人卡”创新整合了小微企业融资功能以及企业主个人财富管理功能,为小微企业主提供了“量身订造”的金融服务。

广发银行明确推出新的五年战略规划,确立了建设“最高效中小企业银行”和“最佳零售银行”的战略定位。广发还清醒地认识到,“创新”也包括对组织和后台流程等业务支撑体系的改革,只有积极推动中后台服务系统的创新转型,才能全面提升对核心业务的支撑能力。(陈捷)

创新集成务实

客户需求和市场需求,是广发银行创新的源头活水,“高效、集成、务实”的导向,则是广发银行实施各类金融创新的着眼点。

“高效”——小微金融的“及时雨”。针对小企业“短、小、频、急”的融资需求及独特的风险特征,广发银行创新设立小企业业务专营架构,创新优化小企业融资信贷政策和审批流程,创新开发小企业专属融资产品。

“集成”——服务百姓的“便利店”。在广发24小时智能银行,

消费金融的中信策略

在未来的发展中,中国经济的驱动力正在改变,消费金融必然成为银行业务的新热点。智慧型的竞争是做不同的选择,而不是在同质化竞争中与大银行硬碰硬。原来的非主流业务,会因为银行战略差异、投入资源不同,成为不同银行的主流业务。以零售网络销售、汽车服务、旅游酒店、文化创意等为代表的服务业将步入黄金发展期,服务业的变化将给银行发展带来更多业务机遇和新的利润增长点。

——中信银行行长 朱小黄

“全面进军服务业、大力发展网络银行业务、非主流业务的主流化”中信银行三大新战略效果初显。上半年,中信银行集团总资产达34369.45亿元,比上年末增长16.12%,净利润203.91亿元。数据表明,集团盈利能力持续改善。

策略一:设立现代服务业金融部



策略二:大力发展网络银行



策略三:形成新盈利来源



全面进入服务领域

“以零售网络销售、汽车服务、旅游酒店、文化创意等为代表的服务业将步入黄金发展期,服务业的变化将给银行发展带来更多业务机遇和新的利润增长点。”中信银行认为。

该行预计,未来5年至10年,服务业产值占GDP的比重将从目前的45%上升到52%左右。新的产业亮点将出现在同居民生活相关的医药、医疗器械等制造业、流通业和信息服务业。到2015年我国信息消费规模将从目前的1.4万亿元上升到3.2万亿元。

“在业务行业选择上,要准备在服务业方面,配置各种信贷资源和管理资源,以显身手。”朱小黄表示。

2013年上半年,中信银行总行在公司银行部下设现代服务金融部,在总、分行设立现代服务金融工作小组。截至6月末,该行包含对私对公的现代服务业客户数比年初增长21%;存款日均余额比年初增长35.8%;贷款余额比年初增长18.9%,现代服务业开局良好。

截至2013年6月末,中信银行现代服务业金融客户数66204户,增速21%;存款日均余额3136.3亿元,增速36%;表内外授信余额合计9166.9亿元,占全行对公授信余额的41%;贷款余额合计4092.9亿元,占全行对公贷款余额的30%,增速19%,超全行对公贷款余额平均增速11个百分点。

异度创新支付方式

朱小黄认为,中信银行的网络银行业务实现了有品牌、超快速发展的初步态势,已经具备了市场特色。

6月27日,中信银行推出“异度支付”品牌,该品牌包含了二维码支付、NFC支付、全网跨行收单等产品。其中,二维码支付作为重点产品,有效地解决了线上线下的融合问题,客户可以随时随地完成支付操作。

朱小黄在“异度支付”品牌发布会上称,在未来的发展中,中国经济的驱动力正在改变,消费金融必然成为银行业务的新热点。

在大数据背景下,银行的经营方式和盈利模式正悄然发生变化:以存款、贷款为主要经营资源,以利差为主的传统盈利模



式正在发生变化,而建立在大数据和新技术基础之上的支付方式、数据管理、财富管理业务正在形成新经营模式和盈利模式。

基于此,今年以来,中信银行网络银行新招频出,包括推出“异度支付”品牌,以及与腾讯合作推出不落地的网络小额贷款交易等。其中,中信金融商城以一站式金融产品服务为特色,推出仅3个半月客户数已近10万。

实际上,大力发展网络银行,正是中信银行实施新战略“再造一个网上中信银行”的一项具体措施。通过网络银行,客户可快捷享受手机支付、网络贷款、跨境人民币支付等业务。

数据显示,2013年上半年,公司移动银行客户数达224.43万户,交易量同比增长7.6倍;个人网银客户数达882.59万户,比上年末增加125.93万户;个人网银客户覆盖率33.29%,公司网银客户覆盖率61.26%。

投入资源不同,成为不同银行的主流业务。”朱小黄表示。

朱小黄举例,比如中信银行重点发展托管、票据、同业、保理及代付、开证业务等公司业务,把这些业务做大,做成全国性市场,形成新的盈利来源;以及将零售业务中的保管箱、代理证券和保险、贵金属等非主流业务,做到主流化,形成新的利润增长点。

以贵金属业务为例,2013年上半年,中信银行的实物贵金属产品已包含投资类、文化类、工艺类等近百种产品。

7月,中信银行与南方稀贵金属交易所、新浪网联手推出“共赢稀贵金属投资盛宴”活动。值得关注的是,中信与南交所共同开发的稀贵金属投资平台兼具在线开户、在线签约、在线交易等功能,成为国内第一家提供类似服务功能的商业银行。

实际上,中信银行做非主流业务,之前已有成功案例。在出国金融服务上,中信银行已经与十多个国家的使领馆签约,独家代办代传递、代签证等服务。

非主流业务主流化,将形成中信银行更多新的利润增长点,占领市场制高点,形成公司特色业务,能为今后的发展打下良好的基础,而差异化竞争,作为中信银行的战略实质,正在引起市场更多的关注目光。(陈希)

非主流业务主流化

非主流业务主流化,是一种选择的智慧。“智慧型的竞争是做不同的选择,而不是在同质化竞争中与大银行硬碰硬。原来的非主流业务,会因为银行战略差异、