

盘点“十二五” 展望“十三五” 银行业改革创新亮点②

# 深层次变革激发活力

本报记者 张 忱

今年6月,交通银行深化改革方案获国务院批准同意。交行公告称,将坚持国有控股地位,优化股权结构,探索引入民营资本,探索高管层和员工持股制度。此后,中国银行、招商银行等商业银行也分别推出了员工持股计划。我国银行业混合所有制改革序幕已经拉开。

大型银行的混合所有制改革是银行业机构改革稳步推进的一个例证。“十二五”期间,政策性银行、大型银行和邮储银行机构改革全面推进,农村信用社县市统一法人改造基本完成,系统性风险得到化解。

尤令各界关注的是,民营银行的发展取得历史性突破。深圳前海微众银行、温州民商银行、天津金城银行、上海华瑞银行和浙江网商银行首批5家试点行已顺利开业。截至2015年9月末,已开业5家民营银行,6家民营金融租赁公司和2家民营消费金融公司。民间资本在村镇银行、农村商业银行、城市商业银行、信托公司中的占比分别达到72.1%、85.6%、56%、45.1%。

“十三五”规划建议提出,加快金融体制改革,提高金融服务实体经济效率。健

全商业性金融、开发性金融、政策性金融、合作性金融分工合理、相互补充的金融机

构体系。构建多层次、广覆盖、有差异的

银行机构体系,扩大民间资本进入银行

业,发展普惠金融,着力加强对中小微企

业、农村特别是贫困地区金融服务。

业内专家认为,“十三五”期间,在建设服务于实体经济的多层次、广覆盖和差

异化的金融服务体系方面,应该以服务企

业的融资需求为基本着力点,由多种类

型的金融机构,针对不同类别企业的需

要,提供多层次的金融服务。

银监会城市银行部主任凌敢认为,目

前,各地申请设立民营银行热情高涨,需

求强烈。这需要监管部门进一步优化工

作流程,提高审批效率,更好引导民间资

本进入银行业。同时,引导新设立的民营银行坚持差异化发展战略,培育经营特色,提高市场竞争力,完善公司治理,加强风险管理,实现持续健康发展,更好地为中小微企业、“三农”、社区及大众创业、万众创新提供针对性的金融服务。

民生银行首席研究员温彬认为,加快金融业改革发展,既是我经济转型升级的重要组成部分,也是促进实体经济发展的主要手段。随着利率市场化,商业银行将走上差异化之路。同时,随着市场准入放开,越来越多民营银行的设立以及互联网金融的发展,对构建多层次、广覆盖、差异化的银行机构体系大有裨益,也必将在服务实体经济发展方面发挥更为积极的作用。

央行三季度货币政策执行报告指出

# 保持松紧适度 适时预调微调

**本报讯** 记者张忱报道:央行日前发布的三季度货币政策执行报告指出,下一阶段要继续实施稳健的货币政策,保持松紧适度,适时预调微调,增强针对性和灵活性,为经济结构调整与转型升级营造中性适度的货币金融环境,把货币政策调控与深化改革紧密结合起来,进一步完善调控模式,强化价格型调节和传导机制,疏通货币政策向实体经济的传导渠道。

报告指出,要综合运用多种货币政策工具,加强和改善宏观审慎管理,优化政策组合,保持适度流动性,实现货币信贷和社会融资规模合理增长。盘活存量、优化增量,支持经济结构调整和转型升级。继续优化流动性的投向和结构,落实好“定向降准”的相关措施,发挥好信贷政策支持再贷款、再贴现和抵押补充贷款政策的作用,引导金融机构优化信贷结构。

报告强调,进一步推进利率市场化和人民币汇率形成机制改革,提高金融资源配置效率,完善金融调控机制。进一步督促金融机构健全内控制度,增强自主合理定价能力和风险管理水平,继续培育市场基准利率和收益率曲线,不断健全市场化的利率形成机制。健全央行政策利率体系,增强利率调控能力,理顺央行政策利率向金融市场乃至实体经济传导的机制。加强对金融机构非理性定价行为的监督管理。

报告认为,当前的价格形势,物价涨幅较低、相对稳定,并呈现结构化特征。在结构调整的大背景下,经济存在阶段性下行压力,部分领域产能过剩问题较为突出,国际大宗商品价格保持低位,总体看物价涨幅低水平运行的概率较大。报告指出,相对于PPI,用CPI或GDP平减指数来测算实际利率水平可能更合适一些。

风向标

2014年靠投资收益实现微利

# 交强险承保亏损困局待破

本报记者 姚进

2014年度交强险经营情况日前出炉,数据显示,2014年各经营交强险业务的保险公司共承保机动车1.65亿辆次,交强险保费收入1418亿元,赔付成本983亿元,增提未到期责任准备金75亿元,各项经营费用407亿元。2014年,交强险承保亏损47亿元,投资收益63亿元,经营盈利16亿元,当年实现盈亏基本平衡。

“2014年,受保险资金投资市场的正向影响,当年保险行业投资收益率明显高于2012年和2013年,交强险分摊投资收益达到63亿元,弥补当年承保亏损,实现当年整体经营微利。”中国人民财产保险股份有限公司车辆保险部团体车险业务管理处处长张鸣飞表示。

交强险全称是机动车交通事故责任强制保险,是我国首个由国家法律规定的强制保险制度。交强险经营一直处于亏损状态,开办8年半以来累计经营亏损238亿元,平均亏损率3.4%。

与此同时,2014年交强险业务实现快速发展,覆盖面不断扩大。中国保险行业协会统计数据显示,2014年交强险承保车辆数和保费收入分别是2007年的2.67倍和2.64倍;机动车投保率从2005年的36%上升至2014年的62%,其中汽车投保率从58%上升至91%。“道路上每10辆汽车至少有9辆都有交强险保障。预计2015年该比例还会继续上升。”张鸣飞说。

张鸣飞认为,交强险业务快速发展,一方面是由于司法环境和道路交通环境的改善,另一方面则是缘于行业信息化水平、自身理赔管理水平的提升,以及诉调对接工作的有效开展。费率浮动更准确、严格,公众文明驾驶意识有所提升,重大恶性交通事故率降低,人伤案件占比下降。另外,理赔中的水分得以挤压,诉讼成本降低也有效化解了社会矛盾。”他说。

不过,我国交强险的发展依然面临经营模式不明、区域失衡严重等问题。主要原因还在于一些制度设计不够合理,体现在前端政府定价,后端市场竞争。

对此,业内人士建议,应改革交强险经营模式并完善费率调整机制,实行分区域定价。未来,我国交强险宜采取商业化经营模式,这不仅有利于更好推进区域差异化费率体系的建立,更好地控制交强险的运营成本,更有利于保险公司主动提升服务水平,保障车主和受害人的权益。

经过20年发展,信用卡消费已成为城市居民日常生活消费主力——

# 信用消费扩内需还有大潜力

本报记者 崔文苑



经过20年的发展,我国信用消费市场日渐成熟,信用卡消费在城市居民生活消费中已占据主导地位。在互联网时代,如何兼顾大部分客户的普遍性和个体客户的差异性,是未来信用消费发展的核心所在。同时,信用市场发展的关键还在控制信用消费中的风险

信用消费对经济增长促进作用有多大?中国银行业协会数据显示,2014年中国信用卡交易总额占全国社会消费品零售总额的比重已经达到58%。2015年上半年,消费支出对GDP贡献率达到60%,信用消费对国内消费的拉动作用日益突出。

我国的信用消费市场是如何一步一步建立的,对经济的促进作用如何体现?如何破解金融机构风控与盈利关系问题?繁荣我国信用消费市场还需要哪些努力?《经济日报》记者近日采访了银行业有关人士。

## 信用消费从无到有

信用消费,主要是指消费者向银行和其他金融机构借款,用于购买商品和服务的一种消费方式。

上世纪80年代中期,随着改革开放的深入,经济快速发展,居民消费需求出现大幅上扬。1985年,中国开始探索信用卡业务,由于政策限制和个人信用制度的缺失,只能发行“先存后贷”的信用产品。到了1995年,广发银行推出真

正意义上的信用卡,实现了先消费、后还款,国内外均可使用。信用消费作为一种全新消费方式,对释放当时的消费需求意义重大,也深刻影响了老百姓的消费理念和生活方式。

目前的信用消费市场,包括银行的信用卡等业务、消费金融公司贷款业务、互联网金融公司信用消费业务等。其中,银行的信用卡消费占大头,“银行业以信用卡为载体,联合零售、交通、餐饮、旅游等行业,为广大消费者整合了巨大的商户和行业资源,构建了信用消费‘大生态格局’。”广发银行副行长王桂芝告诉记者,让广大消费者能够免费使用银行的额度和资金,这直接为我国消费内需市场输送了“血液”。

11月5日发布的《中国信用消费白皮书》显示,截至2015年上半年,银行业整体信用卡授信余额达到6.4万亿元,同比增幅高达25.6%。同时,信用卡消费额呈现较快增长。数据显示,2011年中国信用消费市场信用卡交易总额为7.6万亿元,而到2014年已达到15.2万亿元。

## 互联网改变信用消费

目前,中国消费市场已进入以客户为中心的“大体验”时代。如何兼顾大部分客户的普遍性和个体客户的差异性,是未来信用消费发展的核心所在。

“网上行为的消费痕迹、信用记录等成为信用消费大数据的重要来源。”王桂芝表示,截至2015年6月,中国网民达到6.68亿,借力互联网梳理海量数据可以为客户提供个性化服务。数据显示,信用消费市场的用户中,女性用户占比达54.1%,可针对女性用户的信用消费习惯和消费特点推出针对性的产品。

以广发银行为例,其在业内率先引入“探针平台”等先进工具,对用户进行精准的数据画像,“这对洞察用户需求、降低客户和银行风险、快速后台响应等起到了重要作用。”王桂芝说。

除了细分客户需求推出特色产品,增值服务也是信用消费的一大特色,更是金融机构推出差异化服务的关键点。从2013年开始,京东、阿里、苏宁等电商平台纷纷涉足信用消费领域,代表产品

包括广发银行推出的交易安全卫士。

另外,也有金融机构在探索与保险机

构合作,分散风险。比如,向保险公司投

保,在发生风险损失时,由保险公司补偿,

从而避免或减少实际损失。

有数据显示,发达国家用信用消费贷款买车的比例为80%,但在中国这一数据仅为20%,这意味着我国的信用消费领域还蕴藏着广阔的机遇。

信用市场发展的关键在于信用消费的安全度。根据白皮书,从信用消费用户主要担忧的风险类型来看,信用卡被盗刷及个人信息泄露是用户最为担忧的风险类型,占用户数的93.9%。对传统银行业来说,不断提升信用消费风险管理能力,构筑大风控防线,是提高在该领域核心竞争力的关键点。

目前,不少银行将强化内部风险控制作为信用消费金融持续发展的重点。比如,创新风控理念,把风控主体从单一的银行管控,发展到银行与客户同时管控。

为进一步增强用户信心,不少银行在探索盗刷等情况的赔付尝试。据了解,广发银行信用卡推出交易安全卫士,成为业内首家承诺凭密盗刷赔付的银行,让客户真正敢消费、不怕丢卡。

另外,也有金融机构在探索与保险机

构合作,分散风险。比如,向保险公司投

保,在发生风险损失时,由保险公司补偿,

从而避免或减少实际损失。

# 在新起点上建设国际一流现代银行

中国建设银行行长 王祖继

历史机遇。

建设银行基于自身的既有基础、经营特色和比较优势,坚持改革创新的发展思路,前瞻性提出了“综合性经营、多功能服务、集约化发展、创新型银行和智慧型银行”的转型目标。

建立大资产大负债经营管理模式,夯实转型发展基础。通过建立集团大资产大负债管理平台,展示集团完整金融服务视图,实施涵盖内外、本外币、境内外和母子公司各项资产与负债业务的大统筹。着力加强全量资金管理,实现资金境内外互通,资产全球化配置;探索以大资产驱动大负债经营的新模式,逐步实现从信贷为主向资产管理为主转变。

推进传统业务转型升级,巩固既有特色和优势。批发业务由存贷汇服务向为客户综合化服务转型,构建多层次、差别化的集团客户经营管理体系,完善综合营销、综合定价和综合考核机制,实现传统单一客户营销向链条式、上下游、全系统营销转变。推动零售业务从简单产品服

务向大零售管理与服务转型,打造个人客户金融生态系统。建立企业级个人客户统一视图,完善客户关系管理,深化全量客户经营,构建个人综合金融服务平台。

加快新兴业务发展创新,打造新的增长引擎。大力发展资产管理、养老金融、投资托管、金融市场、同业业务等新兴业务,集中资源投入,着力打造一批拳头产品,开辟业务发展新蓝海。依托“互联网+”、大数据,全面推进产品创新、服务创新、商业模式创新。实施移动优先战略,打造涵盖个人网银、企业网银、手机银行、短信金融服务、家居银行、国际互联网网站、电子商务服务平台等在内的功能先进、产品齐全的网络金融服务体系。

拓展综合化全球化经营,发挥互补协同效应。做好银行主业的同时,努力拓展非银行金融业务与海外业务,提升子公司和海外“两翼”对集团盈利的贡献。围绕客户综合服务需求,立足于境内外两个市场,大力推动信托、保险、租赁、基金、期货、投资银行等综合化业务,集团整体联

动提升市场竞争力。加快在全球主要区域的机构布局,延伸扩展全球服务网络覆盖,实现跨地域、多币种、24小时不间断服务。通过强化内外联动,开展全球营销、全球授信、全球现金管理,创新跨境人民币等新业务,不断提升服务“走出去”客户和参与全球市场竞争的能力。

包括建行在内的国有控股大型银行,是服务国民经济与社会发展的中坚力量。在当前全面深化改革和经济转型升级的关键时期,建设银行积极投身国家经济建设主战场,在助推经济转型升级中加快自身转型发展。要发挥好金融主动脉作用,更加高效地为实体经济输血供血;发挥好金融杠杆作用,更加有力地促进经济转型升级;发挥好金融助推器作用,更加主动地参与国际竞争;发挥好金融稳定器作用,更加稳固地守牢风险底线。

我们正处于波澜壮阔的改革转型大时代。建设银行正在新的起点上再次扬帆起航,朝着建成国际一流现代银行的目

大大亮 幸福灯

火爆 招商

投入低 风险小 市场大 创富快  
建设美丽中国 缩小城乡差距

中科恒源科技股份有限公司  
财富热线:400-117-9559

