





环球智赢——华夏银行国际金融服务

立足华夏智慧，开启全球视野；共赢环球商机，通达无限财富。
华夏银行以领先的专业智慧，为您提供国际金融服务，助您在世界市场叱咤商通。
全面化国际业务服务：全新的理念、全面的产品、全程的服务，无论是企业还是个人，皆能应您所需，随心所欲。
个性化特色解决方案：集结算、汇兑、融资、避险、理财于一体的特色解决方案，助您开拓国际市场，赢取无限商机。
专业化行业服务方案：植根行业，专注服务，量身定制的行业服务方案与您偕行，共赢未来。

打造竞争新亮点 招行谋定现金管理业务

■ 本报记者 丁翊轩 宗 贇

后金融危机时代，如何提高资金管理效率、降低财务成本、加强与银行现金管理业务的合作成为企业应对全球流动性短缺的一大命题。与此同时，伴随2012年存贷款利率浮动区间被进一步放宽，被市场预期已久的利率市场化开始迈出实质性步伐。可以预见的是，当利率竞争基本趋于稳定以后，价格竞争将不再是银行业竞争的唯一途径，以产品和服务优势挖掘客户价值的现金管理业务将成为银行又一个利润增长点 and 争夺高端企业客户的新阵地。

近几年，招行的现金管理业务所取得的

成绩有目共睹：从电子银行基础业务起步，几年中建立了覆盖本外币、离在岸、境内外等各业务领域的全方位现金管理产品业务体系，涵盖支付结算、电子商务、智能存款、投资理财、供应链金融、全球现金管理等多种产品类别，迅速领先同业，确立了现金管理业务的品牌化发展之路。

“最佳现金管理银行”背后的 mentor

不管是《星球大战》里面的尤达大师，还是《倚天屠龙记》里的张三丰、《西游记》里面的菩提老祖，他们都有一个共同点：传授一种技能，或是指引一个方向。这些居于少年英雄背后的人常常被称为“mentor”。每一个巨大的商业奇迹背后，都有无数个“mentor”参与其中，连续多年荣膺“最佳现金管理银行”、自2007年以来现金管理业务收入复合年增长率超过100%的招行就是一个典型的例子。

据招商银行现金管理部总经理左创宏介绍，过去几年，招行现金管理业务的快速发展很大程度上得益于“一个渠道、三个平台”的协同发展，即网上企业银行渠道和基础现金管理平台、电子供应链金融平台、金融电子商务平台。“随着互联网技术的快速发展和普及，招行以网上企业银行为支撑的三大平台业务都取得了快速发展和增长，很好地适应和利用了互联网金融生态环境的变化。尤其在电子供应链领域，通过网上信用证、电子票据、网上保理等一系列基于互联网的电子供应链金融产品，创造了可观的收益。”

在利率市场化的大背景下，现金管理业务的快速发展对于招行塑造负债成本优势，进而在业内持续保持“净息差(NIM)”指标的领先起到了关键的作用。2012年各银行年报数据显示，招行对公存款成本率处于股

份制银行的最低水平，平均较同业低20bp点左右，其原因在于依托现金管理的快速发展，招行成为大量企业的主要结算行，并且通过“现金管理+供应链金融”的整合服务，覆盖整个供应链上下游企业，锁定更多的、稳定的低成本交易型存款。数据显示，2012年末，招行现金管理无贷户存款超过6500亿元，占全行无贷户存款的70%；对公活期存款占比超过50%，较同业平均水平高5%。

目前，招行网上企业银行总客户数超过25万，占招行对公客户数的比例超过50%，其中中小企业客户占比超过80%；基础现金管理客户数已达到4万户；电子供应链金融融资客户数达到3万户，票据承兑电子化比例超过70%，处于业内领先。除了多元化的客户优势，招行在现金管理业务上的过人之处还体现在差异化创新和渠道整合等方面。招行在国内首先推出网上信用证、电子票据、本外币现金池、智能现金池、企业手机银行等多模式、多类型的产品，产品类别涵盖国内外主流银行所能提供的全部产品种类，跨银行现金管理产品和电子供应链金融服务领先同业。“在统筹规划、系统整合和协调发展的情况下，我们的网上企业银行具有极强的综合化竞争优势。”左创宏说。

根据权威机构CFCA(中国金融认证中心)的数据显示，招商银行网上企业银行客户普及率和客户质量均显著高于行业水平：截至2011年末，招商银行网上企业银行客户数占全行客户比例为42.4%，超出行业

水平5.2%；网上企业银行交易用户占比达到73.7%，高于行业水平10%。“目前，网上企业银行承载和涵盖了超过90%的批发业务产品和服务，网上企业交易活跃客户比率和客户质量均显著高于行业水平。”

资料显示，招行7年蝉联《亚洲货币》“中国本土最佳现金管理银行”；4年蝉联《中国经营报》《经济观察报》现金管理银行奖项；屡屡斩获《财资》、《欧洲金融》、《财资中国》等多项媒体大奖。

向精细化管理强劲发力

据北京财资和供应链应用技术研究院相关负责人介绍，精细化管理越来越被企业所青睐，这意味着银行对企业的现金管理业务需要提供不同行业不同类型的深入服务。

“企业要想真正发挥资金集中管理的优势，一要解决好旗下各成员单位的积极性问题，同服务银行进行点对点的沟通谈判，商量一个可行的方案；二要有相应的系统支撑，以提升管理效率。”左创宏说。

以招行为商贸连锁行业提供的解决方案为例。近年来，商贸连锁行业蓬勃发展，俨然成为我国商业领域中最具活力的经济实体。但随着企业经营规模的扩大，网点门店数量多、位置分散、资金回笼速度慢、财务集中管理难度大等问题也随之而来。当企业内

部缺乏科学有效的资金流控制制度时，企业的财务核算精细化程度和财务预测、分析以及参与决策的能力也就居于下游。“这种情况很容易造成企业内部管理混乱、资金严重流失，从而无法继续生存和发展。”

经充分研究行业特点和实地调研后，招行率先推出了针对商贸连锁行业的“C+现金管理”解决方案。“该方案推行以客户为中心的全流程营销项目管理——由客户经理、产品经理组建的专业团队，通过需求调研、政策解读、方案设计等专业服务，实现从客户需求调研、拟定解决方案、选择产品组合、签约，到实施、上线、运维的全流程管理。”左创宏介绍。

据了解，“C+现金管理”方案主要适用于连锁超市、食品连锁、餐饮、服装经销、大型综合性商场、教育培训、连锁店等商贸连锁企业。该方案使用的核心资金结算与集中类产品包括公司一卡通、公私账户一网通、记账宝、集团账户、CBS跨银行现金管理、集团现金池、集中批量支付、预付卡等，融资类产品包括国内信用证、应收账款融资、电子票据等“1+N”供应链融资产品和智能存款、网上投资理财等资金增值产品。

财资论道

凭借全方位、立体化服务吸引客户——华夏银行青岛分行国际业务客户服务经验谈

客户是银行的利润来源，也是银行的衣食父母，只有形成一批忠诚度、贡献度“双高”的合作伙伴，商业银行业务才能实现健康、可持续发展。华夏银行青岛分行在国际业务发展过程中始终秉承这一理念，坚持客户优先、服务优先、效率优先的发展策略，4年来国际结算量由2009年的20亿美元增加到2012年的65亿美元，成为华夏银行国际业务的“一面旗帜”。

据了解，成立于1998年的华夏银行青岛分行，多年来国际业务在青岛地区股份制商业银行中名列前茅，市场占有率逐年提高，“环球智赢”这一华夏制造的国际金融服务品牌成为青岛地区响当当的金融名牌。究其原因，针对不同类型客户提供全方位、立体化服务是青岛分行国际业务成功发展的最主要原因。

针对大型客户，青岛分行主要依靠专业化服务介入。山东半岛作为中国北方橡胶、铁矿石、粮油集散基地与重要港口，形成了一大批橡胶、钢铁、粮油行业企业及企业集团，规模巨大，年进出口量均超过5亿美元，成为当地各家银行重点争揽的目标客户。此类客户往往对财务成本控制要求严格，如果没有一定的价格优势很难介入。针对此类型客户，青岛分行采取了高层立体式营销模式，由分行领导带队，经营单位、客户经理、产品经理共同参与，为客户量身设计专业化服务方案，着重解决客户面临的各类难题。成功介入后，由客户经理、产品经理共同组成专业服务小组，为客户提供结算、融资等后续服务，在业务量达到一定标准后，通过在合理范围内的让利进一步协助客户控制财务成本，使客户与银行之间的协作更加深入。

针对中型客户，青岛分行主要依靠高效率服务介

入。以青岛为核心的山东半岛是民营企业发展的沃土。根据统计，山东半岛民营企业数量占本地企业总数的80%，产值占比接近50%。此类型客户往往具有一定的进出口业务，进出口量一般在500万美元至5000万美元之间。青岛分行多年来一直将此类型客户作为主要争揽的目标客户，将中型客户定位成国际业务发展的支柱。此类型客户一般集中在纺织、橡胶化工、食品加工等行业当中，由于其进出货时间快，资金周转压力较大，因此对银行服务效率的要求较高。针对此类客户的特点，分行要求经营单位、客户经理、操作团队在服务过程中提高效率，当日业务当日结清，凸显华夏银行的服务优势，稳定与客户的长期合作。

客户优先、服务优先、效率优先是青岛分行国际业务客户服务的核心理念，也是青岛分行国际业务保持稳定增长的重要原因。华夏银行作为一家中等规模的股份制银行，论规模与网点，无法与工农中建等大型国有银行比肩；论灵活性与专业性，不能跟众多区域性银行与外资银行竞争。华夏银行通过自我总结，认为自身的优势就体现在意识上、服务上、速度上，这是华夏银行与同业竞争的“杀手锏”。正是由于始终坚持“三个优先”的客户服务理念，青岛分行的客户满意度始终在地区同业内、系统内名列前茅，新客户不断增加，存量客户日趋巩固，一支忠诚度较高的客户群体逐渐形成。

“有了客户才有银行的发展，有了优质的服务才能吸引客户来银行办业务。服务才是银行业务发展的根本推动力。”华夏银行青岛分行吕东副行长如是说。

(华夏银行青岛分行国际业务部)

业界领袖聚首电视节爱奇艺论坛

本报讯 近日，第19届上海电视节“白玉兰论坛”在上海展览中心隆重举行。爱奇艺承办的“网台联动的进化之路”专业论坛聚焦在时下最热门的电视台与视频网站如何联动的问题上，成为本届电视节一大亮点。

新媒体快速发展，让消费者接触媒体的习惯发生了改变。35岁以下的年轻受众越来越多地由电视流向了互联网，网络视频与电视成为了最强有力的互补发展趋势。唯众传媒总裁杨晖认为，互联网和电视台是一个互补的关系。竞争之外又有合作。电视台有非常多的观众愿意看的内容，互联网则更了解受众的一些收视习惯，更符合年轻人的收视习惯。河南卫视总监徐涛也表示，今年初河南卫视就在和爱奇艺联手打造的一个新节目《汉字英雄》中体会到了“网台联动”的好处。“河南卫视和爱奇艺的合作不仅完成了在网络和电视上的播出，还把网络和电视营销资源整合起来，它给台和网带来了充满想象的空间和利润。在三网融合四屏合一的背景下，人们对台网联动的未来很有信心。

湖南电视台副台长聂玫认为随着网台联动深入之后，未来大家是对时间的竞争，进而转化为对资源的争夺以及对于人才的争夺。竞争会带来变革，湖北电视台副台长、卫视总监向培凤也坦言，网络视频的崛起给传统的电视媒体带来了压力，但一个新媒体出现的时候，

并不一定是以前一个媒体消失为前提的。

向培凤说：“新媒体借助体制的力量快速的成长，对电视形成了挤压或者逼着传统电视不得不创新。比如我们有个叫《生活帮》的节目，把网络表述的方式，网民愿意接收的视频内容与我们做了结合。网络的出现改变了我们渠道的生态，也改变了我们内容的生态，也改变了我们营销、生存的生态，我们期待是一个更进一步的融合，更进一步的交流。”

山东卫视常务副总监黄宝书则建议大家多研究一点问题，少谈一点主义。台网联动还是网台联动，这是一个中国式的纠结。国外好多电视台和通讯公司，网站本来就是一家。我们迫切需要做的是基于两个平台现有的产品之外再开发出更多满足整个受众时间消费需求的内容，这是我们下一步真正走在一起融合在一起要做的工作。

爱奇艺创始人、CEO龚宇博士认为，网台联动的网和台之间，现在其实只有传播介质和传播工具的区别，以往以一种媒体传播方式来定义一个媒体名称的时代已经过去了。之前，爱奇艺与浙江卫视打造的《酷我真声音》就已成为网台联动的开拓性案例，而近期，随着爱奇艺与PPS合并的完成，将实现百度、爱奇艺和PPS三大平台资源协同运作，今年，爱奇艺在网台联动方面将会向更深处拓展。

(林文)

商业看台



新思维·心服务

小巧灵快 高效融通





浦发银行微小宝，专注小微企业的融资需求，为您提供各类灵活高效、便捷通畅的信贷产品，以更细致的服务，成就您更远的未来。

◆ 小额信用贷：信用作保小额贷，资金周转更轻松

◆ 组合贷：抵押信用双管下，组合借贷更通畅

◆ 网络循环贷：足不出户网上办，随借随还更高效

◆ 积分贷：资金往来有积分，信用借贷更方便

浦发银行 20 年

客服热线 95528 www.spdb.com.cn

创造·分享 共同成长