## 中国工商银行入选全球系统重要性银行

近日，国际金融监督和协调机构——金融稳定理事会（Financial Stability Board，简称：FSB）正式公布了今年的全球系统重要性银行名单。中国工商银行进入了这一名单，使全球系统重要性银行从28家增至29家。

据了解，全球系统重要性金融机构是指在国际金融市场中承担了关键功能、具有全球性特征的金融机构，这些机构一旦发生重大风险事件或经营失败，就会给全球经济和金融体系带来较大影响甚至是系统性风险。因此，全球系统重要性银行被视为全球银行业的“稳定器”。目前，29家全球系统重要性银行中，16家来自欧洲，8家来自美国，5家来自亚洲。

据介绍，今年工行入选全球系统重要性银行，主要有以下3个方面的原因：

首先，全球领先的各项指标是入选的重要基础。目前，工行的总资产、存款、贷款、一级资本、市值、利润等主要指标均居全球金融同业首位。其次，国际化的长足发展是入选的关键因素。截至今年上半年末，工行的海外资产规模已达到1822亿美元，占集团总资产的比重上升至6%。最后，人民币国际化的快速推进也带动了工行全球系统重要性分值的增长。今年前三季度，工行办理的跨境人民币业务量超过1.5万亿元，同比增长33.42%，人民币清算网络已覆盖全球近70个国家和地区，在当地监管允许的所有境外机构均已开办跨境人民币业务。同时，中国人民银行于2013年2月8日正式授权工行新加坡分行担任新加坡人民币业务清算行，这是中国央行首次在中国以外的国家选定人民币清算行。截至目前，新加坡人民币清算行业务量已过万亿元，清算网络遍布31个国家和地区，增长势头十分强劲。

业内人士指出，目前，我国已有两家银行入选全球系统重要性金融机构名单，表明了国际社会对中国经济和金融业改革发展成就的高度认可，同时也意味着中国银行业将接受更为严格的国际监管，进一步参与激烈的全球市场竞争。（杨 洁）

# 华夏银行厦门分行创新引领国际业务发展

自2011年成立以来，华夏银行厦门分行积极践行总行创新战略，加快国际业务发展步伐，在支持企业做大做强的同时，自身业务也实现了快速发展，一年一大步，两年翻一番，市场份额不断提升。

创新能力决定竞争力。为此，华夏银行把创新作为贸易融资工作的重中之重，把创新意识落实到产品模式、制度流程和受理条件等各个方面，将创新意识始终贯穿于贸易融资的各项工作当中。华夏银行大力打造国际业务“环球智赢”品牌，产品不断推陈出新，近两年先后推出了进出口存汇赢、进口代理通、出口暗保理、欧贷通、贸易融资风险参与、信保融资买断业务、出口应收账款池融资等一系列新产品，其中许多贸易融资新产品领先同业。

华夏银行厦门分行紧跟总行创新步伐，在信保融资、跨境人民币结算、资金产品等产品推广运用以及大宗商品客户营销拓展等方面走在全行前列。信保融资产品是银行在中国出口信用保险公司承担买方风险和国家风险的基础上为出口商提供的融资服务，该产品由于准入门槛较低，政府提供融资贴息，深受企业尤其是中小客户的欢迎。厦门分行利用产品特点以及该行能够提供出口应收账款买断的特色，积极营销该项产品，获得了较好的成效，培养了一批忠实的中小企业客户群。受人民币升值预期影响，企业外汇汇率避险需求较为强烈，厦门分行根据市场情况，筛选目标客户，积极推广跨境结汇、T+N即期结汇、远期结售汇以及人民币对外币掉期等资金类产品，帮助企业节约资金成本，规避汇率波动风险，深受企业欢迎。随着人民币国际化进程的不断推进，跨境人民币结算在贸易中比重不断提升，厦门分行始终将该项业务作为重点产品来推广，从当前的市场形势出发，逐个挖掘客户潜在的跨境人民币结算需求，精心组合服务方式，制订营销方案，积极开展重点客户上门有针对性的营销，跨境人民币结算在厦门地区市场中不断扩大。厦门分行着眼于厦门地区大宗商品贸易优势资源，研究大宗商品贸易运作模式，通过创新推广大宗商品融资模式，提升客户大宗商品融资方案服务能力和流程控制能力，不断提高商品融资核心竞争力。对当地大宗商品进口企业实施“一户一策、逐个突破”的营销策略，为客户设计集结算、融资、避险于一体的全方位产品方案，成功营销了一批进口矿产、大豆等大宗商品的客户，同时使自身大客户服务能力得到极大提升。

在服务科技创新方面，厦门分行率先试用新国际结算系统和境内外币支付系统，使分行服务质量得到质的飞跃。新国际结算系统是该行开发的国际业务处理系统，改变了此前的业务人工处理模式，实现了会计、信贷、清算等系统的对接，以及客户端与银行后台系统业务信息自动传递和，其子系统网上银行实现客户网上结汇以及提交汇款、托收、开证等业务申请等功能。境内外币支付系统实现了美元、欧元、日元、港币汇款的境内实时汇款，外汇清算效率大幅提升。此外，厦门分行通过梳理业务操作流程、简化操作手续、加强服务监督等措施，使其外汇业务服务在进出口企业中口碑相传。

华夏银行国际业务以创新、专业、团队的特色品牌形象，总、分、支行三级联动以及本外币联动的快速反应机制，提供令广大客户满意的金融服务方案和快捷高效的服务，促进企业财富的持续增长。

（华夏银行厦门分行国际业务部）

## 互联网金融：变革时代的鼎新突围

**本报讯** 近日，由中国经营报社主办的第十一届“中国企业竞争力年会”在北京举行，本届年会主题为“维新图志——新政肇始与经济破局”。中国社会科学院工业经济研究所党委书记、副所长黄群慧在论坛上表示：“互联网给我们的变革，既让我们感觉到非常重要，同时也让我们感觉到非常紧张。我们可以看到无论是我们的生活还是我们日常的经营，方方面面都由于互联网的时代，由于互联网的革命，而产生了巨大的变化。”

北京财资和供应链应用技术研究院相关负责人也对记者表示，互联网金融的发展实际上是金融创新与互联网发展的必然产物，目前已逐步形成以融易（loanyi.com）贷款网站为代表的投融资撮合和以人人贷（renrendai.com）为代表的P2P网站。这两种模式代表了两种发展的不同途径，但目的都是为消除贷款信息的不对称。

国泰君安证券股份有限公司董事长万建华也表示，互联网金融是今年金融领域的一个突出的现象，关注金融的人都应该感受到。“比如说一个突出的例子，阿里巴巴集团旗下的支付宝和天弘基金合作的余额宝是最具代表性的，因为它也是最先推出的，而且规模非常可观，光棍节之后最新的数据，开户数已经突破3000万，存量已经突破1000亿，这个数字是非常可观的。我们看到互联网金融是这样一步一步走出来的，它是自己长出来的，不是政府主导，改革设计里面设计出来的。只要开放，它就能释放活力。”

（林 文）

## 亚洲最大物流展在沪成功举办

**本报讯** 近年，国内电商巨头均开始投资圈地，自建物流，这给传统的物流企业带来不小的冲击，中国物流产业也进入新一轮洗牌期。针对商贸物流业发展，亚洲物流双年展所呈现的冷链物流、第三方物流、电子商务物流等行业走向为物流行业发展注入了新动力。

据了解，亚洲物流双年展将于2014年6月17日-19日在上海举行，预计将吸引来自全球的800家展商和近2.5万专业观众，展览面积达5万平方米。

据悉，展会国际展团位置已预订一空。亚洲物流双年展主办方慕尼黑国际博览集团相关负责人表示，新经济时代的影响早已跨越了多个行业，互联网完成了对供应商、物流渠道以及用户的整合，这势必要求物流企业围绕用户需求，将大流通与大制造进行有效对接。

（辛 颜）

## 爱奇艺“开启全新视界”营销分享会上海开幕

继本月广州、北京两场营销会成功举办后，11月15日，爱奇艺公司2014年“开启全新视界”营销分享会上海站正式开幕。爱奇艺创始人、CEO龚宇博士，首席营销官王湘君，首席内容官马东等与行业专家、国内外一线品牌广告主一道，共同分享了2014年爱奇艺公司的整体发展战略，就大数据时代下如何精准满足广告主差异化投放需求提出了更具实效的智能化、定制化广告解决方案。

继独揽《爸爸去哪儿》、《康熙来了》、《快乐大本营》、《天天向上》、《百变大咖秀》、《我们约会吧》等王牌综艺，以及《爱情公寓4》、《老有所依》、《虎刺红》、《云中歌》、《爱情回来了》、《北平无战事》等热门大剧后，爱奇艺又将2014年全年的热门体育赛事纳入囊中。在上海营销会上，爱奇艺首席内容官马东正式宣布，爱奇艺已经获得2014年世界杯、冬奥会、NBA、高尔夫LPGA赛以及澳网、温网、美网、中网、上海大师赛等一系列优质体育赛事直播转播权，并将通过广告贴片、品牌植入、自制内容衍生等多种形式为广告主提供差异化投放选择。

“爱奇艺和PPS‘页+端’的组合模式，能够提供比同业更稳定、更优质的直播转播服务。用户和广告主将能够在爱奇艺PPS双品牌上享受到丰富、清晰、流畅的赛事收看体验。”马东表示。

除了将加大在优质内容独播版权上的投入，坚持“独家播出、不分销、不换剧、不赠送”的内容策略外，在即将到来的2014年，大规模发力自制领域，是爱奇艺的又一战略重点。在上海营销会上，龚宇宣布，爱奇艺将全资成立“马东工作室”，由爱奇艺首席内容官马东兼任负责人，定位于集投资、制作、发行于一体的专业影视制作公司。

自成立以来，爱奇艺已经生产了包括《汉字英雄》、《青春那些事儿》、《娱乐猛回头》、《在线爱》、《城市映像系列微电影》等诸多大型综艺节目、自制剧、微电影、常态化自制栏目等内容，其中十余档精品自制内容返销电视台，并获得了可观的收视和广告收入。投资“工作室”模式，将使得爱奇艺有更大空间吸纳业内顶级的制作团队和专业人才。同时，来自百度、爱奇艺旗下双平台的海量用户数据也将能够反哺上游的影视制作业务，提升爱奇艺自制内容的市场竞争力和品牌影响力。

借助大数据挖掘和经验积累，爱奇艺创新性地提出“四位一体”的品牌营销模型，通过定位、对位、到位、卡位四个环节对大数据的挖掘应用，使得用户品牌形像更加清晰，对广告投放提供极具价值的参考。爱奇艺首席营销官王湘君表示：“爱奇艺作为网络视频行业的领导者，通过对大数据应用的海量搜索数据和用户收视数据，更加精准地把脉中国视频网站营销趋势，最大程度的为广告主创造丰富的品牌营销价值。”

（郝 亮）

## 爱奇艺全网独播《老有所依》

**本报讯** 赵宝刚导演年度情感大戏《老有所依》近日登录东方、浙江、北京、天津四大卫视，爱奇艺获得剧集的全网独家授权，不分销不换剧，同步在爱奇艺、PPS双平台独家播出该剧。

据了解，《老有所依》是金牌导演赵宝刚继“青春三部曲”后打造的一部角度新颖、立意深刻的全新情感话题剧，讲述了3个不同的家庭面对各自养老问题时迥异的观念及应对策略。剧集品质精良，故事感人，情感细腻真实。赵宝刚作品此前在爱奇艺曾创下惊人播出纪录，《北京青年》在爱奇艺点击量迅速破4亿，截至首播结束总播放时长达3128万小时，远高于同业网站，骄人的播出效果促使此次《老有所依》独家网络版权毫无悬念花落爱奇艺。此外，爱奇艺、PPS受众群中都市年轻白领居多，这与关注剧集中养老话题的社会主流人群一致。爱奇艺也将不断整合自身优质资源，为剧集提供大力度、全方位、跨平台的宣传营销策略，自制节目《电视剧有戏》为《老有所依》量身举办的独家首播会，就为电视剧前期宣传建立了观众基础，直接有效推动传播。爱奇艺的强劲实力、优质资源与赵宝刚的金字招牌强强联合，必将打造又一网络独播热剧经典。

2014年爱奇艺全面发力独家版权采买策略，不分销不换剧，加大优质内容独播版权的投入，以超级独播为重点，年度大戏为核心，紧随卫视风向全面发力内容采买与自制战略。爱奇艺力推的网台联动“大剧营销”策略，与全国多家卫视网台联动共同挖掘大剧热剧，取得骄人成绩，并开创营销新模式。目前，爱奇艺已与全国90%以上的卫视建立了良好合作，成为国内排名第一的省级卫视湖南卫视的重要合作伙伴，并全面覆盖海外热剧。借助在行业中庞大的用户规模、页+端的视频平台组合、海量优质视频内容以及创新营销产品，爱奇艺将开启互联网视频独播新纪元，开创引导行业趋势的全新视界。

（黄 贞）

商业看台