

## 以 FTP 为导向 进一步提升精细化管理水平

我行召开 2014 年上半年 FTP 创利分析会

本报讯 8 月 7 日,我行 2014 年上半年 FTP 创利分析会在农商银行大厦 3 楼会议室召开。会议通报了我行 2014 年上半年 FTP 创利情况,并对全行 FTP 创利情况以及创利变动因素等进行了详细的分析。总行财务总监、营销总监,计划财务部负责人,各支行行长助理以上管理人员及其他相关人员等共 120 多人参加了会议。

会议指出,今年上半年,各支行都能严格按照总行精神,以 FTP 利差为导向开展存贷款业务,全行上下以 FTP 利润考核为导向的管理模式基本形成并取得初步成效。下一阶段,我行将逐步细化 FTP 考核对象、优化 FTP 考核内容,进

■业务透视

### 监事会组织开展新业务、新产品调研

本报讯 8 月 12、13 日,总行监事会组织相关监事及监事会办公室人员赴总行营业部、西樵和松岗支行开展了新业务、新产品(非信贷类)调研。

调研中,调研人员围绕调研提纲,同支行代表就制度、流程建设、产品、系统功能、业务创新、服务提升等方面展开了座谈,并认真听取了支行的意见和建议,收集

### 我行“盛通理财”成功登陆高明、三水

本报讯 8 月 8 日、16 日,我行“盛通理财”系列产品先后在高明农商银行和三水农村信用联社成功发行,并分别募集资金 2352 万元和 4065 万元,实现了我行理财产品走出南海的开门红,进一步提高了我行“盛通理财”品牌的知名度,扩大了我行基础客户群体规模。

据悉,为推动“盛通理财”系列产品在高明、三水两地的成功发行,我行除了制定业务制度规范理财代销

业务、实地调研了解市场需求外,还分别于 7 月 29 日和 8 月 4 日,派出理财业务骨干赴高明农商银行和三水农村信用联社举行“盛通理财”代

销业务培训,向代销行营销人员介绍了“盛通理财”品牌的发展历程、产品特点、产品类型和优势等,也分享了我行员工在理财业务营销技巧和风险

注意事事项等方面的实践经验。

(总行 高乾、范达强)

### 2014 年新工班开班典礼顺利举办

本报讯 8 月 25 日,2014 年新员工开班典礼正式开班。2014 年管理培训生、定向柜员以及总行部门新招定岗人员共有 110 多人参加了开班典礼。

开班典礼以观看我行形象宣传短片拉开序幕,总行人力资源部李锐滔总经理发表主题讲话,他亲切地跟新员工分享了他

### 罗村支行开展网点服务规范礼仪专题培训

本报讯 8 月 23、24 日,罗村支行特邀总行内训师对其辖下全体网点员工、大堂经理以及协管员开展网点服务规范礼仪专题培训。

培训以分组竞赛的形式展开,专业培训师运用理论学习、现场示范、实况演练、相互找茬等生动有趣的授课方式,使得全体受训人员纷纷踊跃参加培训当中;小组成员抱着为小组荣誉而战的心理,积极发言,争先示范,既活跃又热烈的现场气氛以及员工喜闻乐见的培训方式,使本次培训达

到了预期效果,为提升网点服务水平奠定了良好基础。

为巩固培训成效,下一阶段,该支行将以辖内所有营业网点的硬件

设施、环境和日常操作为标准进行分类,规范各类网点的服务礼仪行为、语言话术、环境摆设等;同时,建立不同类型的标杆示范网点,以点带面,

带动所有网点规范服务礼仪,进一步提升网点服务水平。

(罗村 江畅欣)



(总行 秦信任)

### 我行举办珍视个人信用宣传月活动

本报讯 为进一步巩固和完善金融消费者权益保护工作长效机制,切实加强金融消费者权益保护工作,8 月,总行在全行范围内组织开展“2014 年度普

活动中,各支行以营业网点为阵地,结合我国有关个人信用信息的规章制度,通过电子显示屏轮流滚动播放宣传口号、液晶电视播放宣传视频、设置活动宣传点等方式,着重向消费者宣传如何确保良好个人信用记录、个人信用

记录的影响、个人信用记录的内容以及

### 2014 年反假鉴别实操考试齐参与

本报讯 8 月 10 日、17 日,为期两天的 2014 年反假鉴别实操考试在农商银行大厦 3 楼举行,来自全行的 2300 名一线临柜人员和现金清分工作人员参加了本次考试。

据悉,此次考试由中国人民银行佛山市中心支行组织,要求参考人员 5 分钟内在 50 张钞票中挑选若干张假币,并在试卷上对挑出的假币特征进行

描述,该成绩作为参考人员《反假货币上岗资格证》持证人员是否通过年度审核的依据。在此次考试中,我行参考人员

一次通过率达到 99%以上,获得人行佛山中文的高度肯定。通过此次考试,有效

检视了我行一线临柜人员和现金清分人员反假鉴别专项技能水平,并提高了其反假货币业务真伪鉴定实际操作能力。

(总行 范进隆)

### 总行组织开展行政印章使用管理情况专项检查

本报讯(记者 冯倩如)8 月 11-19 日,总行派出由办公室、合规与风险管理部、内审部业务骨干组成的专项检查工作组,对各支行组织开展了行政印章使用管理情况的专项检查。

检查组现场调阅了各支行行政印章的各类使用登记簿,并对实物印章的保管情况、各类停用及废旧印章的销毁

清理情况进行了突击检查。从检查情况来看,各支行均对行政印章使用管理工作高度重视,能够严格执行总行行政印章管理相关规定,自觉加强对行政印章

### 总行开展 2012 年管理培训生轮岗期考核

本报讯 8 月 21 日晚,2012 年入职我行的 34 名管理培训生在农商银行大厦 3 楼参加了我行轮岗期业务知识考核。

据悉,2014 年管理培训生轮岗期考核采用定量计分、定性评价的方式,主要从业务知识、工作表现、专业发展、借调总行工作情况四个方面进行考核,其

(总行 高乾)

#### 行内快讯

##### 股权交易中心注册推广活动结硕果

本报讯 6 月 25 日至 7 月 2 日,广东金融高新区股权交易中心企业注册推广宣讲会在我行辖下 12 个支行依次展开。各支行充分利用宣讲活动契机,纷纷推进意向注册企业,截至活动结束,全行共成功推荐 127 家企业客户注册,实现注册企业户数在各金融机构中排名第一。

(总行 何芳)

##### 总行举办 VIP 客户回馈活动

本报讯 8 月 30、31 日,总行公司业务部联合北京大学汇丰商学院在南海迎宾馆小礼堂举办“赖伟民论企业战略管理”讲座暨我行 VIP 客户回馈活动。通过本次活动的开展,有效增进了我行与南海区各商会、协会及青商会的业务往来,拉近了我行同 VIP 客户的关系。

(总行 高乾)

##### 总行举办小微企业信贷全流程风险防控操作实务培训

本报讯 8 月 22 日,小微企业信贷全流程风险防控操作实务培训开班。本次培训围绕贷款风险判断、调查重点与分析、后续管理、风险化解四个方面,从关注重点与处理技巧两个角度去分析展开。据反映,本次培训带给学员新颖的观念与方法,有利于提升业务人员在小微企业实践中对风险的防范与控制能力。

(总行 周尉夫)

##### 个人业务营销奖励方案宣讲活动全行铺开

本报讯 8 月 6-7 日,我行个人业务营销奖励方案宣讲活动在全行铺开。据悉本次活动将促使支行一线员工与营销人员更透彻地理解个人业务营销奖励方案,进一步激发了一线员工与营销人员的营销热情。

(总行 李倩)

##### 总行举办新聘人员个人金融业务培训

本报讯 8 月 1 日,新聘个人金融部人员业务知识培训在罗村支行举行,全行共 25 名业务骨干参加了本次培训。通过培训,学员们掌握了个人金融业务知识及操作要领,提高了营销意识和营销技能。

(总行 肖暖)

##### 总行开展电子银行业务专项检查

本报讯 为加强业务管理,扎实防范经营风险,8 月 19 日至 8 月 22 日,总行在全行范围内组织开展电子银行业务专项检查。通过检查,进一步规范了我行电子银行业务的管理,电子银行业务风险防范能力进一步加强。

(总行 高乾)

##### 盐步支行推行网点早操制度

本报讯 为了更好地展现员工良好的精神风貌,以阳光心态迎接每一天的工作,盐步支行创新推出并在全辖全面推行网点早操制度,以期提高网点人员的工作积极性,促使网点人员以饱满的工作热情和振奋的精神状态开启全新一天的工作。

(盐步 王丹)

## 论互联网金融对商业银行的业务影响与创新驱动

2014 年 7 月,7 家银行联手阿里巴巴启动基于网商信用的无抵押贷款计划,最高授信可达 1000 万元。国内商业银行放贷时往往重视抵押担保,在经济放缓的当下,这种无抵押贷款方式无疑引发金融界的广泛关注和思考。

#### 一、互联网金融的概念与模式

以互联网为代表的现代信息科技,特别是移动支付、社交网络、搜索引擎和云计算等,正逐渐影响传统的金融模式,颠覆着银行传统的服务模式,挑战着银行的金融媒介功能,给传统银行业带来不小冲击,也将传统银行推向变革的十字路口,出现了既不同于商业银行间接融资,也不同于资本市场直接融资的第三种金融融资模式,即“互联网金融模式”。表 1 对两种模式进行了对比。

表 1:传统金融与互联网金融的层面比较

金融模式	传统金融	互联网金融
比较层面		
信息处理	困难、成本高	简单、成本低
风险评估	信息不对称	大数据的丰富性 / 信息对称
支付方式	通过银行支付	超级集中支付系统和个体移动支付的统一
供求双方	间接交易	直接交易
产品	需要设计复杂的风险对冲策略	风险对冲需求较少
交易成本	交易成本极高	金融市场运行互联网化,交易成本较低

互联网时代,传统的电子支付产业链也发生了变化,第三方支付公司已不满足只做银行网关支付平台,借助其数据信息积累与挖掘的优势,开始直接向供应链融资、小微企业信贷等领域扩张。互联网企业以其大数据和电子商务的优势,深入支付结算和信贷这两项银行核心业务,在运作模式上更强调互联网技术与金融核心业务的深度整合,如图 1 所示。

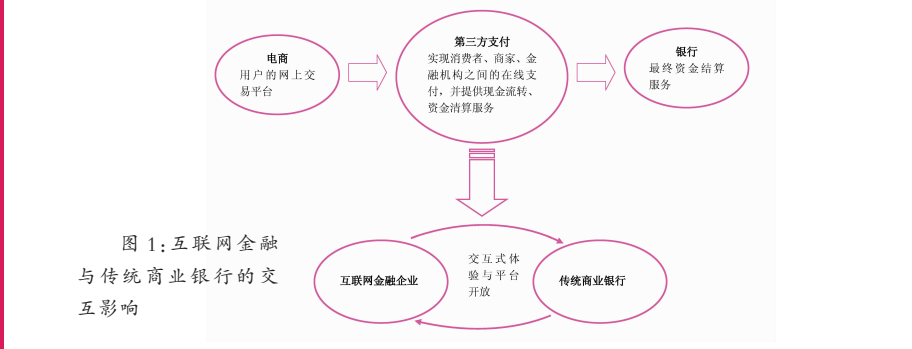


图 1:互联网金融与传统商业银行的交互影响

从融资金供给层面看,目前互联网金融的主要模式有第三方支付、网络贷款、大数据金融、供应链金融模式、众筹融资、信息化金融机构、互联网金融门户等。其中以 P2P 贷款为代表的互联网金融模式是现有银行体系的有益补充,能够解决小微企业传统融资渠道未能有效解决的小微企业融资问题。表 2 介绍了常见的互联网金融模式。

表 2:常见的互联网金融模式

	模式概述	代表案例
第三方支付平台	第一类是独立第三方支付模式,完全独立于电子商务网站,没有担保功能,仅仅为用户提供支付产品和支付系统解决方案;第二类是依托于自有 B2C、C2C 电子商务网站提供担保功能的第三方支付模式。	前者以快钱、易宝支付、汇付天下、拉卡拉等为典型代表;后者主要是支付宝、财付通。
P2P 网络信贷	通过第三方互联网平台进行资金借、贷双方的匹配,需要借贷的人群可以通过网站平台寻找到有出借能力并且愿意基于一定条件出借的人群,帮助贷款人通过和其他贷款人一起分担一笔借款额度来分散风险,也帮助借款人在充分比较的信息中选择有吸引力的利率条件。	数据显示目前国内有 1200 家左右的 P2P 机构,主要有宜信、人人贷、拍拍贷、陆金所、宜人贷等。
众筹融资	一种采用团购+预购的形式,向网友募集项目资金的模式,众筹的三个规则:一是每个项目必须设定筹资目标和筹资天数;二是在设定天数内,达到目标金额即成功,发起人即可获得资金,项目筹资失败则已获资金全部退还支持者;三是众筹的所有支持者要有相应的回报。	针对种子期、天使期的创业服务平台如创投圈、天使汇;众筹网、中国梦网。
大数据金融	集合海量非结构化数据,通过对其进行实时分析,为互联网金融机构提供客户全方位信息,通过分析和挖掘客户的交易和消费信息掌握客户的消费习惯,并准确预测客户行为。	一种以阿里小额贷款为代表的平台模式;另一种以京东、苏宁为代表的供应链金融模式,以电商作为核心企业,以未来收益的现金流作为担保,获得银行授信,为供货商提供贷款。

本版采编黄惠2014年9月1日

表 2:常见的互联网金融模式(续)

	模式概述	代表案例
信息化金融机构	通过采用信息技术,对传统运营流程进行改造或重构,实现经营、管理全面电子化的银行、证券和保险等金融机构。	建行推出“善融商务”、交行推出“交博汇”等金融服务平台。
互联网金融门户	利用互联网进行金融产品的销售以及为金融产品提供提供第三方服务的平台。它的核心就是“搜索+比价”的模式,采用金融产品垂直比价的方式,将各家金融机构的产品放在平台上,用户通过对比挑选合适的金融产品。	目前在互联网金融门户领域针对信贷、理财、保险、P2P 等细分行业分布有融 360、91 金融超市、好贷网、格上理财、网贷之家等。

#### 二、互联网金融对商业银行的业务影响

(一)商业银行中间业务面临着严峻的挑战。

在利率市场化改革进程不断推进和互联网金融兴起的背景下,银行存贷利差收入逐渐收窄,中间业务成为商业银行除经营资产业务和负债业务外最重要的利润和收入来源。银行的中间业务主要包括支付结算、交易、担保承诺、咨询顾问、投行业务、基金托管等,其中,支付结算是其最重要的组成部分。以支付宝、财付通、快捷支付为代表的第三方支付平台正不断延伸其业务领域,大肆渗透、抢占银行的支付结算份额。根据 iResearch 艾瑞咨询统计数据的显示,今年第二季度,各类余额理财产品的交易规模虽有所下降,但国内第三方支付互联网支付市场交易规模仍然高达 18406.6 亿元,同比增长 64.1%,如图 2 示。

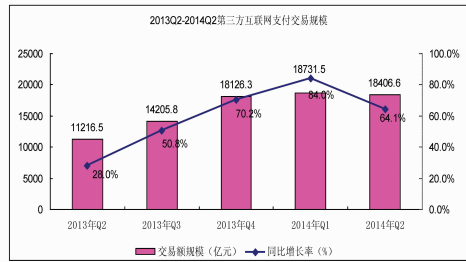


图 2:2013 年 Q2-2014 年 Q2 第三方支付互联网支付交易规模

未来的小额贷款之争,不是互联网与传统金融之争,而是信用可获得性之争,征信体系是信用可获得性的基本条件。此处的征信体系除了狭义的个人征信体系,也包括平台、产业链、生态等广义的征信体系。目前银行小额贷款在解决信用可获得性上,初步形成“重现金流、轻抵押物”的硬信息(资金信息)模式和联保两种模式,解决了小微贷成本和风险

偏高的问题,但在如何利用互联网软信息(非资金信息)拓宽信用可获得性方面仍在探索阶段。从实践领域看,平安银行借助 eBay 大数据资源,开发出无抵押、无担保、随借随还、小额信用循环贷款为核心的“贷贷平安商务卡”,只需凭卖家的个人信用及销售数据授信和以卖家交易行为信息作为审核依据,最高贷款额度可达 100 万元。民生银行针对较高知名度的商品交易市场、批发市场、各类商业、批发性商业街和甄选的目标社区业主、工薪阶层等业态开发出无抵押、无担保、最高金额 50 万元、最快一天放款

的“微贷”产品。未来商业银行可通过与平台、供应链、产业链的合作,探索信用可获得性的新路径,形成软信息信用获取方式的集中化、批量化、流程化和标准化,从而打破抵押门槛解决小微贷款难题的发展之路。

(四)处理好与第三方支付公司的竞争与合作关系。

第三方支付公司的异军突起,已然对商业银行倚重的支付结算业务产生了挤占效应,导致银行现有客户和潜在客户的流失。对此,商业银行必须要有清醒的认识,理性的面对。在支付结算领域,第三方支付与商业银行的博弈并非是非零和博弈,在相互竞争的同时还有合作共赢。第三方支付所有的账户和清算交易最终还是要通过银行,其侵蚀的只是支付清算市场的前端市场。商业银行只有走出行业藩篱,积极主动加强与互联网金融的合作,凭借其丰富的客户资源和第三方支付的信息技术优势,深度挖掘大数据,才能稳定老客户,拓展新客户,保证业务发展的可持续性。

(大沥 余航)

#### 三、商业银行在互联网金融时代的创新驱动

(一)构建互联网金融载体,创新渠道运营优势。传统金融业开始意识到数据和客户的重要性,开始争夺以往看起来不入眼的小额、零散客户,未来的金融业态可能朝着混业和全产业链方向发展,在这个过程中,商业银行需要结合自身优势,创建互联网金融竞争力。从实践领域看,建设银行自建的“善融商务”平台充分结合金融产品优势,通过对终端客户提供免利息免手续费的分期付款、对商家免收平台费用、实施高性价比的定价策略,建立了渠道运营