

中信银行菁英卡精彩上市 瞄准“菁英”群体玩体验

从互联网打开金融的大门、移动互联网成为用户习惯开始，银行和客户的关系就发生了转变，这一转变带来的发酵还在不断深化。最明显的改变，是作为银行和客户沟通重要载体的借记卡，如何吸引和留住客户，已经成为各家银行的着力点。只有打破千篇一律的同质化，实践吻合互联网金融消费习惯的功能创新，才能让借记卡在“无卡”金融生活快速落地中保持自己一贯的优势地位。

近日，中信银行在北京举办了一场盛大的新品发布体验秀，正式推出一款针对80、90后的主题借记卡——中信银行菁英卡，将符合青年群体理财和兴趣偏好的产品和服务落地展示，通过一场体验秀，让客户近距离感知了这张卡金融服务的创新和改变，也让我们看到，中信银行在零售转型加速的过程中，借记卡已经具备在移动互联网时代的全新博弈资本。

线上线下服务互联 抓住小“菁英”

对于这一特色产品的开发，中信银行表示，想要让产品受欢迎必须先了解目标客户的生活状态。青年群体普遍是80、90后的上班族，他们处于人生的上升期和重要转变期。经过各种互联网宝宝类产品的影响，理财意识普遍提高。现在许多青年人的

理财行为基本是从存钱或者投资宝宝类产品开始，而且大多数是通过工资理财。因此，中信菁英卡的余额理财产品“薪金煲”无疑是菁英卡打入青年群体的利器。

和时下流行的“宝宝军团”相比，薪金煲作为银行系“宝宝”，有银行的信用背书，一出生就赢在了起跑线上。随时ATM取现，随时刷卡消费，一张活期的银行卡，享受着货币基金收益，还消费理财两不误，十分契合有着强互联网习惯的青年群体。此外，菁英卡也会推出青年人专属的保险、基金、理财产品等，360度全方位满足客户理财需求。

配备针对性金融服务同时，菁英卡也在非金融服务方面也力求捕捉青年客群的需求特点，比如菁英卡会赠送客户爱奇艺“0元线上VIP观影特权”、定期组织“菁英读书会”、提供超值积分兑换消费好礼等。“我们的增值服务主要抓住了上班族闲暇时间的娱乐、学习、消费，提供他们最关注和需要的服务，以此来提高客户黏性”，中信银行有关负责人表示。

为了让客户更好地感受菁英卡的服务，发布会现场专门设有爱奇艺观影体验区、积分兑换体验区，并邀请知名作家庄雅婷、丁丁张到场举办了读书会。现场的客户表示，以前感觉银行离自己比较

远，但这样的参与让我有很好的体验，感觉和银行的距离更近了。

零售转型加速 有“粉丝”才是王道

近年来，中信银行一直处在零售转型的快车道上。特别是从去年起，中信银行加大力度打通渠道，统一标准、做好网络银行，提升中信银行的硬实力；同时，也在持续提升服务水平，着力推动“软转型”。

在菁英卡发布会上，中信银行提及了一个新的转型标准，那就是“经营粉丝”。中信银行表示，互联网时代是粉丝的时代。有不少客户对银行储蓄卡“没感觉”，是因为银行和客户的接触互动还不够，这一点，银行要向互联网行业学习，与客户互动起来，让银行也拥有大量的粉丝。

本次发布会上，中信银行重点经营“粉丝”的新玩法。首次针对菁英卡的服务设计了不同的功能区 and 体验区，进行创新的体验式路演发布，让消费者能充分感受和体验到菁英卡带来的服务。中信银行表示，希望打造的不仅是一款客户需要的产品，更是让客户有感受的、被打动的一种服务。不论是符合80后、90后互联网理财习惯的宝宝类产品，还是年轻人们喜欢的免费在线观影权益，或者是一次给思想充电的读书会。希望从关注大家实际生活的细节开始，让客户爱上银行，也成为中信银行的粉丝。

布局未来 储备“菁英”打造财富客户

据悉，差异化、特色化一直是中信银行提升服务水平的重要途径，也取得了不俗成果。在零售业务中，针对细分客群的特色借记卡，已经成为了中信银行为客户提供差异化服务的重要载体。比如中信银行的女性专属借记卡香卡、针对老年客群的幸福年华卡，都备受市场欢迎。这些特色借记卡凭借品牌资源整合、渠道合作，针对客户群需求提供定制化的服务，赢得了客户的认可与信赖。

今年，中信银行零售业务发展采取“双延”策略，即一方面延续经营现有的“两卡一金”，即女性、老年和出国金融三个客群，另一方面逐渐将客群延展为白领、中小企业主、职业经理人等贡献度高、适合中信银行品牌的其他客群，推进零售渠道建设和整合，深化零售网点转型，打造具有中信特色的零售银行特色客群经营体系。

此次菁英卡的推出既是对中信银行特色客群服务理念的一次扩大和深化，也是对“双延”策略的落地。

不仅如此，菁英卡对中信银行来说还有更重要的战略意义。中信银行表示，菁英卡不仅是为了短期的市场效益，再过10-20年，菁英卡用户将转化为银行优质财富客户，因此我们更是在为未来布局。

中信银行开启微信服务 用户可指尖办业务

近日，中信银行正式宣布对外推出微信银行服务。可为用户提供7×24小时全天候的账户管理、出国金融、在线办卡、智能客服及热点资讯等服务。

微信银行服务是中信银行继网上银行、电话银行、手机银行之后推出的又一种方便用户的金融服务方式。据中信银行介绍，微信银行服务是全天候、多渠道、富媒体和人性化的服务平台，使用非常便捷，用户无需下载客户端，或登录网银、手机银行就能办理银行业务。

客户使用中信银行微信银行服务，只需关注“中信银行”微信公众号，绑定银行卡后，即可便捷地查询本人账户余额和明细，并可以7×24小时向智能客服“阿信”询问金融服务的各类问题，实时得到专业回答，

也可接入人工在线客服。关注“中信银行”微信公众账号，用户还可以第一时间收到中信银行推送的到账提醒、签证进度动态、业务公告及各类优惠促销等信息。

中信银行微信银行服务的推出，不仅可以提高银行办理业务的效率，也为客户提供更加便利的服务方式。中信银行透露，未来微信银行还将提供包括借记卡和信用卡开户、转账、支付、取款、投资理财等一系列业务的办理。

市场人士分析，在移动互联网快速发展的今天，银行业竞争日益激烈，中信银行顺应互联网金融发展和用户沟通习惯的变化，积极拓宽自身的业务新渠道，不仅满足其自身发展的需要，也为客户带来更好的服务体验。

中信银行与德勤中国联合发布《中国汽车经销商集团金融服务白皮书》

12月5日，中信银行在杭州发布了该行与德勤中国联合编制的《中国汽车经销商集团金融服务白皮书》。《白皮书》发布了“看好中国汽车行业的未来发展”的观点，并预测中国汽车流通领域的经销商集团化将成为长期趋势，认为经销商集团对金融服务的需求将呈现多元化的特点，银行与汽车金融公司等各类金融机构将在竞争中共同迎来新的发展机遇。三十余家国内大型汽车经销商集团高管或代表出席了发布仪式，并给予一致好评。

该《白皮书》汇集了中信银行和德勤双方在汽车金融实务与汽车行业研究领域的丰富经验，系统地梳理了国内汽车经销商集团的发展历程，并在大量翔实可靠的调研数据基础上，通过与欧美成熟市场的对比，剖析了汽车经销商集团与金融机构的未来合作趋势。《白皮书》的发布将有助于业内外人士把握经销商集团发展大势，也为企业和各类金融机构

提供了具有前瞻性的参考。

发布仪式上，中信银行总行公司银行部汽车金融专家和德勤中国卓越汽车经销商服务团队负责人做精彩发言，就中国汽车产业的发展前景和汽车流通行业的发展趋势进行了全面剖析和解读，对汽车经销商在新形势下的融资需求作了细致阐述和点评。双方认为，商业银行应加强金融机构的“平台”支持作用，与厂家、经销商集团和消费者建立互惠关系，在构建“厂家—经销商—消费者”生态圈的基础上，提供“商业银行+投资银行”的综合化金融服务，拓展更加广阔的合作空间。

据了解，中信银行作为国内率先开展汽车金融业务的商业银行，2000年以来，依托中信集团强大平台，借助金融牌照优势，始终不渝地支持中国汽车产业的发展。目前，中信银行已与近70家汽车品牌厂商、超过5000家汽车经销商建立了稳定的合作关系，近两年对汽车销售行业的信贷投放规模均已突破4000亿元。

整合集团优质资源 中信银行摘得银行PPP业务首单

2014年12月4日，财政部网站公布了首批30个PPP（政府和社会资本合作模式）示范项目名单，中信银行提供融资的贵阳市南明河综合治理项目二期成功入围。中信银行也成为首家为财政部PPP模式示范项目提供融资的商业银行。

据介绍，中信银行利用境内、外的融资平台，不仅为贵阳市南明河项目提供了境外股权融资、境内项目融资的解决方案，也为各地政府推进PPP模式提供了较好的借鉴。

12月5日，中信银行联合中信集团内中信证券、中信信托、中信投资控股、中信地产、中信建设、中信工程、国际咨询、中信环保、中信产业投资基金等单位组成了中信PPP联合体，共同举办了“中信PPP模式合作论坛水务专场”活动。财政部金融司、政府和社会资本合作中心、各地方财政部门以及全国水务领域大型企业的相关人员近300人参加了此次论坛活动。中信银行通过此次活动的操作实践及先进经验，并就中信联合体提供的综合服务方案进行了详细

讲解。会后，参会嘉宾实地考察了中信银行提供融资的贵阳市南明河综合治理项目，进一步了解了水务领域PPP项目的运作要素及模式。

据了解，PPP（Public-Private-Partnership）模式即政府和社会资本在基础设施及公共服务领域建立的一种长期合作关系。通常模式是由社会资本承担设计、建设、运营、维护基础设施的大部分工作，并通过“使用者付费”及必要的“政府付费”获得合理的投资回报，政府部门负责全过程监管，实现公共利益最大化。党的十八届三中全会明确提出“允许社会资本通过特许经营参与城市基础设施投资和运营”，《国务院关于加强地方政府性债务管理的意见》指出要积极推广使用政府与社会资本合作模式，在此背景下各地政府纷纷启动PPP试点工作。

中信集团的金融类子公司，包括商业银行、证券、保险、信托、资产管理、基金、租赁等，实业类子公司主要涉及房地产基础设施与区域开发、工程承包、资源与能源、制造类、信息产业、商贸与服务业务等领域。各子公司规模

大，实力强，综合优势明显。作为大型国有控股企业集团，中信集团参与了我国首个PPP项目——“国家体育场项目”，可谓国内PPP模式的开拓者之一。中信地产与地方政府联合，共同开发了广东省最大的新城综合开发项目——汕头滨海新城，试水城市运营领域PPP项目。

现阶段，中信银行一方面发挥渠道作用，积极对接各级财政部门业务需求，通过“境内+境外、投行+商行”模式提供全面金融服务；另一方面联合集团内专业突出、实力雄厚的相关单位组成中信PPP模式联合体，正在全国开展PPP模式试点工作，服务内容涵盖PPP项目的咨询、设计、融资，以及项目的实施、运营、维护等。通过发挥中信集团平台优势，打造中信PPP模式综合服务能力，为包括水务、轨道交通、新城开发、保障房建设、医疗等公共领域的PPP项目提供全周期综合服务。中信银行表示，在政府推进PPP模式的进程中，中信PPP联合体将锐意进取，持续支持基础设施和公共服务项目，为PPP项目提供全流程、一揽子解决方案，助力政府和社会资本融合。

鄞州银行推出VTM远程银行服务 开启智慧银行时代

近日，鄞州银行正式推出VTM（Virtual Teller Machine）远程银行服务，VTM的出现填补了传统的“面对面”服务和自助银行服务间的空白，为该区域内全渠道智慧银行网点推广树立了典范，同时也全面展现鄞州银行未来网点模式。鄞州银行全称宁波鄞州农村合作银行，自1987年成立以来，鄞州银行伴随着中国经济的快速增长，在广大客户和社会各界的支持下，秉承“阳光经营、创新服务、快乐成长”的经营理念 and “服务区域、服务小微、服务三农”的市场定位，坚持努力提升对区域经济社会发展的服务能力，逐步发展成为在区域乃至全国范围内都具有一定影响力的农村合作金融机构。对鄞州银行而言，VTM远程银行是一个挑战，也是前所未有的机遇。

便捷自助服务开启可视时代

随着信息时代的高速发展，近年来鄞州银行逐步转向电子化渠道：手机银行、网上银行、移动支付等金融服务。这也预示着银行未来的趋势由传统银行逐步向电子银行迈进。

据了解，鄞州银行VTM项目一期的主要功能有视频发卡、余额查询、转账

汇款与修改密码等业务。VTM是介于电子银行渠道和人工柜面服务的一种新兴银行电子渠道服务，如果说电话银行是“听”，ATM机和自助终端是“看”，网上银行是通过“操作”完成银行业务，那么VTM则是结合了视、听、专人服务和自助服务于一体的电子渠道服务。通过VTM，客户既能通过远程高清视频实现与银行客服人员进行交流，同时由视频中银行客服人员“面对面”、“手把手”指引客户完成每一步操作，这样既能快捷地完成自助办理借记卡的申请、个人转账汇款等个人业务的办理，同时节约客户不必要的排队等候时间。

远程银行凭借其灵活的布放模式和便利的服务方式，能够将银行的服务渠道延伸至不同环境和区域，为银行客户打造触手可及的金融服务，7×24小时服务能力更能提供8小时以外的金融服务。例如，将视频银行布放在社区，打造永不打烊的微型社区银行，居民

在晚上下班之后在家门口的社区银行即可办理银行柜面业务。通过VTM远程银行还可以延长服务时间，让上班族下班后也能进行开户、签约业务办理；另外，通过VTM可以加速小型网点部署建设，缩短建设周期，降低网点扩张带来的人力投入。VTM远程银行项目在系统设计之初就充分考虑了系统的可扩展性，利用现有的技术架构，可快速扩展，为以后系统功能的扩展，适应市场和客户需求的高速变化提供便利，未来的VTM办理的业务将会更多、更全面。

借助VTM远程银行，传统的人工柜台将逐渐减少，人们将更多借助电子渠道、自助渠道完成业务办理，原先由柜员面签的业务则可以通过VTM远程柜员服务完成。VTM远程银行是鄞州银行未来为客户服务的一种重要渠道，随着客户使用习惯逐步形成，其带给人们的便利将不只是一点点！

