

上榜理由

宁波银行——

提供多元化金融服务

宁波银行成立于1997年4月10日,2007年7月19日成为国内首家在深圳证券交易所挂牌上市的城市商业银行。截至目前,宁波银行除了在宁波地区经营外,已在上海、杭州、南京、深圳、苏州、温州、北京、无锡、金华、绍兴和台州设立11家分行,营业网点246家。

成立17年以来,宁波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大力支持下,已经发展成为一家总资产超过5300亿元,员工人数超过8000人的区域性股份制上市银行,成功跻身全球前250家大银行之列。国际知名评级机构穆迪给予宁波银行Baa2评级,这一评级与国内比较优秀的全国性股份制商业银行评级不相上下。

宁波银行以“了解的市场,熟悉的客户”为准则,坚持“门当户对”的经营策略,为客户提供多元化金融服务为目标,打造“公司银行、零售公司、个人银行、金融市场、信用卡、票据业务、投资银行、资产托管”八大利润中心,初步形成多元化的业务增长模式和良好的品牌形象。

截至2014年三季度末,宁波银行总资产5379.20亿元,各项存款3070.60亿元,各项贷款2009.51亿元;前三季度实现净利润45.84亿元,同比增长16.24%;不良贷款率0.89%,与年初持平,是唯一一家不良率较年初没有上升的上市银行,也是16家上市银行中不良率最低的银行之一;核心资本充足率12.16%,核心一级资本充足率为10.01%。

上榜理由

鄞州银行——

以蜜蜂精神服务客户

“不嫌小散、勤于采摘、善于识别、巧于加工、良好治理、乐于共享”,鄞州银行一直以来倡导的蜜蜂式金融文化是企业的核心价值观。作为全国首家农村合作银行,成立十多年来,一直坚守“服务区域、服务三农、服务小微”的市场定位,取得了累累硕果,蜜蜂信用卡、“鼎力贷”微小贷款等一系列产品深受市场欢迎。

近几年,受外界经济形势发展,小企业承受较大的生存发展压力,一些抗风险能力差、缺乏抵押物、融资压力大的小企业纷纷诉苦,融资无门。2011年,鄞州银行推出“鼎力贷”微小贷款业务,专门针对融资无门的小企业客户,有效缓解了区域内小企业贷款问题。针对小微客户融资时间急、渠道少、频率高、押品不足等特点,鄞州银行专门设计开发小微产品,独具特色。门槛低;有抵押能做,无抵押也能做;额度高;贷款金额区间广,1万能贷,500万也能贷;速度快;当日申请,即日调查,次日放款;灵活化;灵活多样的还款方式,部分客户可自主决定如何划款。截至2014年11月底,“鼎力贷”品牌旗下总计17个产品,累计放款1.5万笔,金额43亿元;累计帮扶约6500户小微企业成功渡过难关,累计稳定社会就业岗位超过3万个。

面对客户不断提升的产品和服务需求,鄞州银行一直坚持打造富有本行特色的蜜蜂信用卡品牌,结合科学有效的系统平台,为广大消费者提供更为便捷、高效的服务。自2006年鄞州银行发行第一张蜜蜂信用卡以来,信用卡客户累计已突破11万,蜜蜂信用卡的“方便”、“实用”已为客户广泛认可。

2014 宁波金融品牌榜 金榜展示

上榜理由

温州银行宁波分行——

贴心的理财服务

温州银行“金鹿理财”品牌自2012年进入宁波同业市场以来,通过媒体社区同步宣传、现场网点销售专职管理及客户有效维护管理等措施,以其稳健的收益、丰富的产品品种、灵活的期限及贴心的服务已逐步深入宁波老百姓

心中。短短几年时间,温州银行“金鹿理财”系列理财产品已发售包括“六六顺”、“乐得富”、“季季红”、“温润”、“温盈”、“温富”、“乐尊享”等7个系列,共134款产品,累计销售达51.25亿元。

上榜理由

广发银行宁波分行——

为私家车主量身定制信用卡

2007年,广发银行推出专为私家车主量身定制的广发车主信用卡。客户可尊享加油5倍积分增值或1%现金返还的加油优惠,且可享全国范围内100公里免费道路救援服务,更可免费获赠高额保险保障等,全方位优惠,由客户随心所欲。

2012年9月,作为国内率先发行汽车信用卡银行之一的广发银行更成立了国内首家信用卡车主俱乐部。广发车主俱乐部在广发车主信用卡的原有功能上进行了跨越式升级,俱乐部为广大车主持卡人免费提供洗车、汽车美容、全程代办、酒后代驾等全方位增值服务。



兴业银行做“养老金融”领跑者

兴业银行首创水晶信用卡

当前,中国正在经历历史上规模最大、速度快的老龄化过程,并将成为全球人口老龄化发展速度最快的国家之一。人口老龄化的加速发展,将带来人力资源结构、消费结构、投资结构、储蓄结构乃至社会经济结构的重大转型。但截至目前,我国养老金融发展尚处于起步阶段,以养老储蓄为代表的传统养老金融服务依然处于银行类养老金融产品的主流地位。

作为“领跑”国内养老金融领域的银行业金融机构之一,兴业银行积极应对人口老龄化、加快发展养老服务业,不断满足老年人持续增长的养老服务需求方面,做了大量实际落地的业务探索,就解决养老金融产品匮乏、有关金融市场开发滞后等问题进行了有益尝试。

抓住历史机遇

中国是目前世界上唯一一个60岁以上老龄人口总量超过两亿的国家,正面临着人口老龄化趋势,但与之对应的养老金融产业还处于起步阶段,与庞大的老龄群体的迫切需求不相匹配。总体上,中国养老金融市场潜力巨大,前景广阔,随着新一轮金融体制改革步伐加快以及全社会对养老金融的关注深入,包括银行、保险、信托、基金等在内的金融机构均将抓住这一历史机遇竞相角逐养老金融这片“蓝海”,同时带动自身业务快速发展。

应该说,“养老金融”既是金融产品体系的重要组成部分,又是养老产业的中心之点。国家和政府正在大力推进社会养老金融体系的构建,如国务院发布了《社会养老服务体系建设规划(2011-2015年)》和《国务院关于加快发展养老服务业的若干意见》等,提出统筹推进发展城市养老服务设施、大力加强养老机构建设、繁荣养老服务消费市场、鼓励和引导金融机构在风险可控和商业可持续的前提下,创新金融产品和服务方式,这些都为当前中国养老服务业的发展指明了方向。

从目前国内养老市场所处阶段看,中国应对人口老龄化的一个薄弱环节在于金融准备严重不足。长期以来,我们在应对老龄化挑战时更多关注在物质准备、精神准备、制度安排准备和体制机制准备上的不足,却忽视了金融准备上的不足。目前,我国的资本市场还不完善,主要由银行、保险等机构更多地承担起养老金融的责任。如当前中国的养老金融产品主要还局限于传统的储蓄、保险等方面,证券、基金、信托类金融产品几乎空白。补足“金融准备不足”这个短板,是发展养老产业的一项重点任务。

从本质上讲,“养老金融”是一种市场化服务工具,是一种有助于提高老年人生活品质的养老方式,也是政府主导的社保体系与养老服务的重要补充。与中国养老金融处于起步阶段的现状相比,欧美发达国家将养老金融纳入金融体系不可或缺的重要领域。由此看来,当前中国的养老产业发展,既需要多样化的养老金融产品支撑,同时也需要关注老龄群体的差异化需求。也就是说,除了能够提供满足“收管性”的金融产品之外,还需要提供相应的增值服务。

养老金融老年金融

业界普遍认为,“养老金融”应是60岁以下年龄层的人,提前为自己的老年生活进行各种资产储备,以及在进入老年期后将这些资产转换为可供使用的产品或服务的一种金融运作机制。但是,目前社会上普遍将“养老金融”目标客群局限于“银发一族”是狭隘的,“养老金融”并不等同于“老年金融”。金融的本质是跨时间、跨空间的价值交换,从这一角度分析,将养老金融目标客群定位为“40岁以上年龄层的人”更为科学,40-60岁的人进入资产积累期,60岁以上的人进入资产运用期,所以需要对应采用不同的金融解决方案。

目前,包括银行、保险、信托、基金、私募、第三方理财等已和制“活水”养老市场,专属理财产品陆续推出。尽管养老是当前炙手可热的投资方向,保险机构、信托公司等成为“跑马圈地”的主力选手,但兴业银行始终关注老年人的金融服务需求,从老年人的诉求出发,设计产品方案组合。作为第一家涉足养老金融的银行,经过近两年的发展,在金融服务、增值服务、业务创新上较同业具有一定的优势:

一是在金融服务方面,为老年客户精心定制了系列专属理财产品,兼顾老年客群对理财产品流动性与安全性的需求,实现客户财富稳健增值;“信用贷款”为老年客户提供了旅游、医疗等消费用途的个人信用贷款业务,贷款无须抵押担保,可由客户本人或其成年子女申请,贷款金额高期限长,还款灵活,能够满足老年客户随时、大额的资金需求;“便利结算”主要为老年客户提供绿色通道、应急支付、快捷支付和安全支付等多重量身定制的便捷金融服务。

二是在增值服务方面,关注老年人的精神愉悦与健康需求,围绕“老有所乐、老有所为、老有所医、老有所保、老有所养”等六大诉求,通过与国内知名的保险、法律咨询、养老休闲等机构合作,为老年客户提供从保险、法律、医疗休闲娱乐、度假养生等一系列增值服务,在全国各地的分支机构设立了由老年客群构成的“安愉人生”俱乐部,凭借全方位的养老金融关怀,俱乐部会员日益壮大,目前已突破25万人。

解决“最后一公里”问题

兴业银行去年以来确立了社区银行发展战略,以社区便民金融作为后起之秀、服务大众的重要抓手,推进零售业务转型发展和差异化竞争,这是兴业银行积极贯彻国家金融惠民政策的重要举措,也是努力践行社会责任、弥补传统金融服务“盲点”的积极探索,是转变服务经营模式、关注基层民生、主动服务社区、贴近市场与客户的有效尝试。

如果说互联网金融平台是打造线上的流量平台,那么社区银行就是线下的社区服务平台,以网点小型化、便民化、低成本化,通过解决金融服务到个人客户的“最后一公里”内问题,将银行网点开到了家门口,极大改善了老年客户办理银行金融业务的便利性,令他们的生活与银行的结合更加紧密。所以,社区银行的建设可以称为银行渠道建设的一项“革命”。



12月中旬,中国银联与兴业银行在上海宣布推出兴业银领水晶信用卡,该卡采用质地璀璨华贵水晶元素设计,每张卡片镶嵌50颗璀璨华贵水晶,首批全球仅限量发行1万张。

兴业银行信用卡中心总经理郑志明表示,兴业银行信用卡中心经过10年的发展,发卡量已超过1300万张。伴随市场环境的变化,兴业信用卡也将顺应市场发展,在互联网金融、现场支付以及大数据平台经营等方面推出更多创新。郑志明透露,此次发行的水晶信用卡只是类似题材的首张,后续还将有一系列不同类型的水晶卡推出。

据了解,首批申领该卡的持卡人将获赠璀璨华贵水晶产品代金券100元,可在璀璨华贵指定专卖店直接抵扣消费,达到一定消费条件还可获赠璀璨华贵水晶元素水晶项链。此外,该卡持卡人还可享受璀璨华贵会员服务,以及200万元尊享意外险和至尊租车特惠礼遇等权益。

