

合规在线 理财资金资产配置应用标的之指数基金

汽车金融事业部 穆海龙

随着国际、国内政治经济形势的变化,2018年,极有可能成为中国历史上值得特别记录的一年。而我们身在其中,何等荣幸。在中国,无论从事什么行业,不懂政治,何来经济?在金融严管的2018年,我们汽车金融的从业者又该如何应对呢?

严控金融风险是中国再次崛起的需要

说起金融严管,我们可以一起来分析一下原因,是市场混乱吗?是风险隐患凸显吗?也对,但不完全对。准确的说,金融严管是我国社会发展的这个阶段的必然要求所呈现出的必然结果。所谓中国历史的发展,正是沿着草原、中原、海洋这三大区域的互动关系,西域和高远这两大区域构成副线,各个区域互为条件,构成的一个多元共生体系,经过几轮的反复行化,在古代历史中落实为大清帝国,达到了中国体内循环体系的巅峰。在这种内部均衡的和平红利下,中国面临了新的问题,也就是人口激增,剩余劳动力过多,使得以节省劳动力为目的的技术变迁无法出现。在这种情况下,只有外部资源的注入,才有可能突破这层困境,这也就是清末中华民族遭遇外族入侵的深层次原因。

而如今,随着中国经济的复苏和在世界舞台上的地位日益重要,中华民族的再次崛起已经成为可能。一种新秩序代替旧秩序的具体表现就是中美两国的斗争。而斗争的核心不再是战争,而是在金融领域的战争。而在这个阶段,中国需要攥紧拳头,形成合力,多民族团结,完成再一次的世界新格局的建立。那么重中之重就是保证经济的稳定,也可以说是金融的稳定。我想这就是从今年开始要严控金融风险的根本原因。那么如何控制金融风险,绝对不能简单的理解为收缩资金规模,严禁金融创新。而是要求把钱花在该花的地方,如新能源、如三农、如实体经济。中国的金融科技已经走在了世界的前列,在下一步的重点工作是如何将其有效的转化为实用工具,来推动金融效率和质量的提升。

产品聚焦服务、打造精神社区

当然,任何一种事物都是会存在正反两方面的表现,从另一个角度看,短期内最有效的金融风险控制办法就是建立秩序,规范业务操作,避免盲目创新,在最擅长的领域,用最熟悉的方法做最正规的业务。在某种程度上来说,是会对金融创新的速度予以制约,但也不能否认,也会对金融市场秩序进行重塑,进行洗牌,把已经发生和即将发生的种种金融乱象予以治理和整顿。如果理解了这层意思,我想其实作为我们汽车金融人不难找到应对的办法。那就是集中力量提升自我的服务能力,聚焦优质客户,重塑市场秩序,认认真真、规规矩矩的做生意。合规指的是什么?是合乎规矩、合乎规范。注重的是交易的真实性、风险的可控性、流程的合理性。绝对不是畏手畏脚,停滞不前。

在短期范围内,任何方法都会产生一定的负面影响,在金融领域体现为额度收缩、审批从严和价格提高。用通俗的话讲就是便宜的钱拿不到了,市场中客户的购买成本会有所提高。那么我们的聚焦点不再是客户的购买所谓的便宜资金,而是要聚焦在如何通过产品的适用和服务的提升来改善用户的体验。也就是聚焦在如何通过提供质量更高的、更全面的服务产品来获取价值。这也就必定会在企业的组织机构、公司治理、人才构成等方面发生巨大的转变。最终凸显出金融服务中的服务二字。从而将汽车金融市场从单纯的价格竞争向多元化的服务竞争转型。

其次,如果说上述的转变完成了汽车金融产品的转型,那么下面我们要聊聊在经营层面的转变之路。互联网

科技的迅猛发展,史无前例的提升了人们对这个世界的认知,从而使个体的思想水平逐渐达到了巅峰。而一个成熟的社会,完全的自我主义是无法有效的发挥公共效能的。所以最重要的是建立精神的社区,让人与人之间通过文化、通过爱好、通过共同的价值观结成共同的联盟。所以针对我们的营销,酒香不怕巷子深的时代已经一去不复返了。我们要努力将自己的企业、将自己的员工打造成一个个性鲜明的IP,去寻找、发现和创造与我们价值观相同的客户,从而逐渐形成一个共同体。形成一种崭新的、虚拟的社群关系。这种关系一旦建立,也就是为自己的业务建立了一道很难逾越的壁垒。到了这个境界,就会实现我曾经说过的,你的客户就是你最强大的资方。这才是我们企业真正价值的所在。

有效降低风险的途径就是提升客户对你的依赖

这句话怎么解?其实很简单,就是要建立一种客户对你的绝对信任,能够随时愿意与你共享他的信息,只有信息畅通,才是有效防控风险的前提。这种能力也可以理解为我们的金融服务企业的资产管理能力。

以商用车金融为例,其实控制风险的最好办法就是服务覆盖客户运营的整个链条。从选车、购车、用车、修车、换车的各个阶段,从车辆提供、货源提供、结算提供、培训提供、生活服务需要提供等等角度,编织一张综合的服务网络。这就是我所认同的金融服务发展方向。也就是俗话说说的跨界营销。我们的聚焦点将会放在客户需求满足的角度,而不再单单是满足客户购车需求。这就要求我们企业具备综合服务的能力。其实我们就是从金融服务公司像综合运营管理平台再到生活服务平台的转变,切入点不尽相同,但汇合点殊途同归。一个行业的不同组成部分都在做链,最终的赢家一定是整合能力最强,能为客户提供更多优质服务的企业。这样,我们也就不难理解跨界打劫和跨界颠覆的原因了。如果我们依旧不思改变,停滞不前,那么面临的就被整合和被消灭。

不难理解的是,我们为客户端提供的服务越是多样化,内容越是适用,客户的体验度就会越高,从而引发忠诚度和依赖度的提升。可以想象,一旦客户的需求被我们一一满足,也就是我们在主导客户的运营,那么风险又从何而来呢?当然,并不是说这条路就会规避掉一切的风险,所以我们在平台运营中就必然会走向多元化的道路,这样不仅方便了客户,同时增加了我们的盈利点,就必然会同步提升抵抗风险和化解风险的能力。我想这几天坊间传出的阿里租赁就是这个路数,将一切产品服务金融化,通过服务提升客户体验能力,降低客户体验成本,培养客户消费习惯。

从这些介绍中,我想再一次提出我两年前针对风险管理提出的一个理论,风险管理在于疏通而不在于堵,不在于对抗而在于提供化解风险的能力和办法。这个思路和现如今国家提出的扫黑是多么的契合。如果当时哪一家按照这个思路去构建服务能力和风险管理体系,那么今天的扫黑无疑是给了我们一个巨大的成功机会,而不是哀声一片。

所以说,如今做生意一定要放开自己的眼界,敢于拥抱未知,敢于实践,要具备面对困难仍砥砺前行勇气,更要有一颗永远保持年轻活力的心。随着金融科技的发展不断寻求新的突破,完成新的组合,试验新的方法。但是不要改变服务客户的初心,不要降低自己服务客户的能力,不要心存侥幸,不要与趋势为敌。这一静一动其实就是我想解释的合规二字。合规,不代表一切从严,而是告诉我们一切按照规矩来。规矩永远不是一成不变的,关键是规矩改变的动机和有可能产生的结果是否符合时代的需求和国家政治经济发展的需要。

“欲思其利,必虑其害,欲思其成,必虑其败。”虽然,公交一卡通业务前景美好,但在实际操作中依然困难重重。首先,一卡通制卡公司与银行的合作必须万无一失,保质保量,因为若业务载体在市民心中出现使用感,体验感的差强人意,将适得其反,甚至会放大银行业务开展不成熟的不良印象,例如有的客户刚开户不久的公交卡在无外力损坏的情况下就无法刷磁正常乘车的情况,除了做好客户安抚工作,保证客户乘车无碍外,其实无法给予客户一个满意的答复;其次,由于一个区域市民的公交卡都将由一个银行承载,剧增客流量如何分流是一个必须面对的问题,有限的银行工作人员如何调整工作节奏?实在是无法一口吃成一个大胖子;最后,由于公交卡业务的大量开展,对银行传统业务的冲击虽非显而易见却也悄然而至,必然在一天的营业中会有客户因为公交卡业务而导致等待时间过长产生不良情绪甚至耽误个人储蓄,转账等业务,如何平衡是必须解决的课题。

从日常工作经验中,个人认为,最重要的还是增加自助服务终端,如增加自助开卡机,自助充值机,同时柜面的充值开卡机具也要配备齐全,尽量保证公交卡业务的正常需要;另外,由于公交卡业务不是银行主体业务,可以施行限号办理,以减少对传统业务的影响;最后,银行开卡充值系统应该简化,就九江银行的公交系统而言,其实稍显复杂,需要不断转换机具,转换 SGB 与公交系统,增加了不少业务办理时间,同时科技部更应研发便捷充值功能,能做到银行卡功能与公交功能的联通,如实现支付宝充值,现金自助圈存等。从而提升市民的体验感,减少柜面业务办理强度,缩短客户等待时间,更好地分流营业网点业务压力。

俗话说:未有金刚钻,莫揽瓷器活。凡事利弊并存,剑有双刃,我们能做的便是尽量将利大于弊。未来银行业是金融业更是服务业,银行业需从不同方面,不断完善并提升自身以赢得更多客户的认可。公交一卡通业务只是一个缩影,以小窥大,还需投入更多的思考。

资管新规的实施,银行理财从产品设计、投资管理、投资者教育均面临重大的考验,下面笔者谈谈资管新规下指数基金在以上几方面的应用可行性。

一、指数基金(Index Fund),顾名思义就是以特定指数(如沪深300指数、上证50指数、创业板指数、恒生指数、标普500指数、纳斯达克100指数等)为标的指数,并以该指数的成份股为投资对象,通过购买该指数的全部或部分成份股构建投资组合,以追踪标的指数表现的基金产品。

(一)指数基金具有以下特点:
1.首先,能有效规避非系统风险。指数基金管理人,按标的指数的编制权重对成份股进行投资,并适时调整,已达到投资组合与标的指数波动趋于一致,实际为被动投资。与主动投资相比,在指数波动时,有效降低择股风险。
2.其次,被动管理式指数基金费用低廉。基金周转率及交易费用都比较低(特别交易所上市指数基金(ETF基金)交易费用可以低至万分之二、三左右),管理费也趋于最小(换

股频率的高低,导致主动管理基金管理费一般年1.5%左右,指数基金一般0.5%左右)。
3.再次,基金流动性好,买卖、申购及赎回非常便利。因基金分散投资一篮子股票,极端情况下,个股停牌或者跌停对基金组合影响有限,基金场内交易、申购、赎回均可以正常进行。目前比较有代表性的几个ETF指数基金(恒生ETF、上证50ETF、沪深300ETF)日成交额达到5~10亿左右,流动性极强。

二、指数基金的应用
(一)资产配置上,一是资管转型由固定收益介入权益市场不可或缺的良好标的。在资管新规消除多层嵌套和通道后,唯一符合监管要求就是公募基金。指数基金业绩透明度较高,只要看到指数基金所跟踪的目标指数的涨跌就可以大体上判断出所投资的指数基金净值的变动。而对于可能更擅长判断大势,而对个股把握不强的商业银行而言,就特别适合投资于指数基金,从而免去“赚了指数不赚钱”的烦恼。二是突破目前跨境投资的诸多障碍。在全球大类

资产配置的策略下,通过买入或申购国内发行的QDII基金,实现对全球主要指数的资产配置。
(二)产品设计上,可以与固定收益类资产构建浮动区间收益的投资组合。例如在设计高净值客户的区间收益型理财产品的资产配置模拟测算时,引入一定比例的指数基金,实现单只产品有管理的浮动收益。在当前打破刚兑监管导向下,在银行对投资者教育仍不充分的现状下,通过透明的管理运作,先向风险承受能力较强的高净值传导理财产品收益具有一定的波动性,为后续打破刚兑做好铺垫。
(三)投资者教育上,有利于促进投资者接受理财产品收益波动。因此基金行业从诞生以来,其“集合理财、专业管理、独立托管、信息透明、风险自担”等特征已经深入人心,大部分投资者能接受或理解基金的收益波动。理财产品设计中引入指数基金作为资产配置标的既有利于银行理财投资者理解收益波动;公募基金透明化的运作,又增强了理财收益波动的公信力。

加入九银快有一年时间,在九银的点点滴滴让我感受到集体大家庭的温暖。在九银我从事的是存款营销客户经理,主要负责营销一些政府、大企业存款,在进入九银之前,我主要从事前台工作,对于营销完全不在行,幸运的是我成为了一名九银人,在九银的大家庭中,无论是领导还是同事给予了我很多关照和指点,让我在遇到困难时不气馁,碰到难题时有帮扶。随着对工作岗位的熟悉和经验的累积,我越来越喜欢现在的工作岗位,也越来越喜欢挑战自己,自己也变得越来越自信。自己在存款营销过程中有些心得体会,和大家分享一下,不当之处,还请多多包涵。

首先,拉存款要学会分解任务,坚定信心,化整为零。我们在工作当中肯定每个人都有自己的任务,任务考核是每个人必不可少的,也许大家的分工不同,考核目标不一样,但是目的都一样,我们都要完成任务甚至超额完成任务。我在工作中是这样做的,先要对现有存款摸底,我会把现有存量存款任务各个分解,一般分为维持存款、新增存款、减少存款,自己认真分析和预判哪些存款比较稳定,自己要守好,哪些存款掉的可能性比较大,怎么预防。哪些是新增存款机会点,存在哪些障碍,要采取什么手段,利用哪些资源。大概做一个加减然后再与任务做对比。与任务作对比后会有一个大概情况,今年任务完成难度是大还是小,还是适中。结合任务难度,加上任务指标,可以将任务数指标写在一张A4纸上画个圆圈,然后开始头脑风暴法,每想到一个最大可能完成数值,画条线,写上大概金额并标注实现该任务的关键人是谁,依次把任务完全分解为止。上述步骤完成后,每天对照,也可以随着情况的变化增减。这样自己有了目标去完成任务,不会陷入盲目的焦虑。

其次,拉存款要讲究策略,要因地制宜,因人而异。拉存款是个力气活,从目前的趋势来看,银行存款作为增值保值的功能已经日益削弱,更多的是作为一种支付结算沉

浅谈网点转型之路

项目管理部 赵紫薇

国内银行业最初提出网点转型这个概念是在2002年左右,随后各大银行纷纷开展网点转型工作,虽然各家银行网点转型的方式、方法各不相同,但是其目的都是一致的——提高网点的运营、营销、服务能力。我行的网点转型工作于2017年12月4日正式启动,时至今日已经开展了3个多月。很多人可能不太理解网点转型到底要怎么转型,转向哪里,现在就简单谈谈我的看法。

(一)正确理解网点转型
网点转型从广义的角度来说,是改变网点的运营模式,从成本型网点转向创收型网点,从结算营销型网点转向服务营销型网点,从而达到提升银行网点盈利能力的目的。从狭隘的角度来说,是进行零售转型,改变大堂经理、柜员传统的服务方式,使用统一的标准,对网点的服务营销模式进行规范,使柜员走出柜台,到厅堂为客户提供面对面的标准化服务和一致的客户体验,从而达到解放柜员,提高客户体验感、提高产品销售能力、增加客户粘性的目的。
二、网点转型的方向
(一)思想的转型
首先必须树立起全行营销的意识,上至行长下至保安都要明白,未来的网点是零售的天下,做零售是一个慢工细活,不是一蹴而就就能实现的。它需要全行每一位员工对客户常年累月的用心维护,行内的每一位成员都是网点的砖瓦,只有达到全员思想上的共识,才能开疆扩土、筑起坚强的堡垒,守住自己的营销阵地,这样才能助力网点转型。
(二)服务方式的转型
如果说思想上的转型是世界观,那么服务方式的转型就是方法论。未来的网点不再是以柜员处理业务为主的结算营销型网点,越来越多的柜员会走出柜台,走向客户,为客户提供更多面对面的服务。在网点产品、服务日益同质化的现在,银行员工如何有效的进行客户识别、精准营销、阵地营销、厅堂沙龙、网格化管理,如何做好成功的策划活动、进行电话邀约、管理客户关系,这是银行需要进行规范化处理的流程,是每一位员工需要掌握的技能,是未来服务方式转型的方向。
(三)智能设备的转型
智能设备是武器,是获客的工具,是柜员走向客户的最后一里路。再能

干营销人员没有智能设备的助力就像巧妇难为无米之炊。客户进入网点被动叫号进行业务处理的模式需要改变,围绕营销场景的智能设备需要因地制宜的引进。柜面无纸化、智能柜台、自助式填单、移动pad等电子设备能够提升网点智能化水平,增强客户的体验感与满意度,简单快捷的处理业务模式能够使客户更加容易的走进网点。

三、未来的发展
网点转型是银行业发展的大势所趋,是时代赋予我们的使命。通过调研同业网点转型我们发现,大部分银行基本上都是通过采用部分智能设备进行服务模式与业务办理流程的创新,再辅以管理制度、绩效考核等方面的适配性调整优化,实现网点由交易结算型向营销服务型转变的目标。
2018年九江银行网点转型的号角已经吹响,大旗已经擎起。滴水穿石,只有一步一个脚印稳扎稳打的学习新知识、新理念,发挥每一位员工的主观能动性,落实到每一天的工作中,才能深入贯彻转型理念,走好转型之路。脚踏实地才能仰望星空,我相信,网点转型一定会为九江银行谱写新的篇章。

关于公交一卡通业务的探讨与思考

抚州分行 吴婷

随着支付方式的不断革新,国民越来越重视支付的安全、快速与便捷,支付宝,各类小微贷平台的涌现,信用贷款的普及如雨后春笋般推动金融业的繁荣发展,更刺激整个中国的消费观念,传统银行业单一的银行服务如利率互换、外汇远期等已经无法满足日益增长的国民需要,为了紧跟时代浪潮的更迭,于是衍生出了类似于一卡通形式的银企合作的金融项目,根据官方定义,所谓“一卡通”,就是在同一张卡上实现多种不同功能的智能管理。本质上是一套由卡片、器具和上位管理软件所构成的特殊信息管理系统。其核心内容是利用卡片这种特定的物理媒介,实现从业务数据的生成、采集、传输到汇总分析的信息资源管理的规范化和自动化,从定义上可以说一卡通是数据与科技的有机结合。就九江银行关于一卡通业务的开展,有校园一卡通、社保卡、公交一卡通等,本文将从公交一卡通展开,细化一卡通业务形式,探讨如何让公交一卡通业务更加顺利地开展。

九江银行的公交一卡通本质上是具有公交卡功能的银行二类户卡,根据《中国人民银行关于落实个人银行账户分类管理制度的通知(银发[2016]302号)》,个人可以凭有效身份证件通过银行业金融机构柜面开立I、II、III类户,II类户可以办理存款、购买投资理财产品等金融产品、限额消费和缴费、限额向非绑定账户转出资金业务,由于二类户的资金限额,二类户相当于钱包,在不影响一类户使用的同时保证二类户公交卡的小额资金往来,本质上来说,是公交卡银行卡业务的双向延伸。从公交公司方面,银行分流了其开卡,充值,资金存放等业务的压力,简化了公交公司业务的流程;从银行机构方面,虽然业务量剧增,加重了银行工作的强度,但是增加了银行的客流量,提升了知名度,强化了本行银行卡的体验感,若再优化合作机制,可以利用公共交通广告这一载体,落实银行公交车载广告,从而进一步加深市民对银行的熟悉感。从利益角度考虑,若双方实现了合作的目标,认真履行双方职责,其实是一件两全其美的事情。