

互联网金融将迎千亿级市场

交易规模翻番,社区市场潜力大



借钱方便,花钱也方便,互联网金融市场或将突破千亿元。

公开数据显示,2013年中国互联网消费金融市场规模达到60亿元,2014年交易规模突破150亿元,增速超过160%,预计2017年整体市场将突破千亿元,未来3年增长率或达94%。

现象 “借着方便,花着方便”

某知名互联网金融公司总裁20日接受采访时则表示,“小额、高效、地域广、成本低”的特点,决定了互联网金融可以让消费链条上的各方能够“花着方便、收着方便、借着方便”。互联网金融开启了1元就可参与、随存随取的余额理财方式,带动了货币基金的理财热潮。围

绕信用卡业务的消费金融服务,是一大优质入口。

业内人士认为,互联网金融更重要的是,改变了以往的投融资模式,让信息两端的人在最短时间达到最短距离,并主要通过三种方式发挥杠杆作用促进消费:信贷、理财、消费金融。

面对这一巨大市场,行业大佬早已布局,蚂蚁金服“花呗”、京东“白条”、百度、苏宁等平台均在互联网金融领域推出产品。

前景 农村社区潜力巨大

业内人士认为,互联网金融更贴近普惠金融的内涵,它

的特点决定了更适合长尾市场,与传统金融业态形成有效补充和延伸,覆盖具有需求的金融缺口地带。

刚刚过去的“双11”网购市场火爆异常,首次加入“双11”的8000多家“农村淘宝”服务站只用了1小时47分钟商品交易总额就已破亿元。上述业内人士表示:“今年央行、银联以及拉卡拉等相关方面在各地农村推行的‘银行卡刷卡无障碍示范街’建设项目,是让更多的农村商户加入银联网络,对于企业来说,农村市场还很广阔。”多数居民除了上班就是在家在社区,社区是个潜力巨大的消费领域,把金融服务提供好,消费自然而然就有了。

■据新华社

华夏银行加速布局出国金融

12月18日,华夏银行在厦门隆重发布华夏银行出国金融服务品牌——“龙行五洲”,这是华夏银行个人金融板块继续推出“安居乐业e生活”个人贷款服务品牌、“华夏ETC速通卡”服务品牌、“龙盈理财”个人理财服务、“京津冀协同卡”区域战略品牌和“华彩人生”老年金融服务品牌之后,瞄准巨大的个人出国(境)金融服务需求的又一特色品牌。该品牌的推出在依托“华夏银行中小企业金融商”战略和“三中”定位(中型客户、中高收入、中等城市)要求,更加突出差异化服务、更加注重服务体验、标志着华夏银行个人业务服务策略的全面升级。

可享出国便民服务

华夏银行在发布“龙行五洲”出国金融品牌的同时,近期相继推出了一系列便利居民出国(境)的服务措施。

今年11月,华夏银行精英环球信用卡华丽面世,为持卡人提供外币消费、本币还款、自动购汇、境外消费失卡保障等功能和24小时客服热线服务,客户可以选择取消或开通国际交易漫游功能,避免境外盗刷风险。

华夏卡持卡客户2016年将享受有每日第一笔跨境取款免收手续费、超出1笔按12元人民币/笔收取手续费的优惠服务。持有华夏卡的客户在境外银联ATM上进行查询实行每卡每日前3笔免费、超出3笔按2元人民币/笔收取手续费的优惠服务。

一站式解决出境金融需求

随着中国经济发展和经济文化融合,国内居民对子女教育、生活体验、资产配置等需求越来越广泛深入,跨境居民金融服务市场快速发展。据统计,2015年中国居民出境旅游购物规模达到6400亿元以上,到2020年海外游居民预计将超过2.1亿人次。华夏银行积极适应这一领域需求,到11月末已累计举办出国(境)留学、出境旅游及移民投资等居民跨境营销活动500余场。“龙行五洲”华夏银行出国金融服务品牌的推出,将为这类营销活动的开展搭建新的平台。

“龙行五洲”华夏银行出国金融服务品牌在原有华夏银行出国金融服务的基础上,集合了出国(境)留学、出国(境)旅游、出国(境)劳务、境外投资、出国移民等一揽子服务内容,力求一站式地解决境内居民适应不同出境目的地(地区)需求的资金证明、资信证明、银行卡结算、外币汇兑、资产配置等金融业务要求。

随着品牌推广的深入,华夏银行将积极拓展与教育、旅游、院校、跨国企业、留学移民中介和外国使领馆的合作,搭建出国(境)金融综合服务平台,创建出国金融服务社区,在便利服务的基础上满足境内居民的差异化服务需求,努力形成华夏银行出国金融服务的特色。

■李慧 潘显璇

推多项免费服务

在2017年12月31日前,华夏银行为办理签证准备的境内居民阶段性提供免费办理出国留学贷款通知书和个人留学贷款资信证明书服务。华夏银行对境外出行客户通过电话银行、网上银行等渠道办理货币兑换业务,具有交易起点低、货币品种全等特点,最小兑换金额为10美元(等值货币),可兑换美元、日元、港币、英镑、欧元、瑞士法郎、加拿大元、新加坡元、澳大利亚元等9种货币。对在境外生活的客户,华夏银行为客户办理境内向境外汇款也提供了免收电报费、汇款手续费率1‰、最低20元、最高200元等便利服务。

华夏银行出国金融服务已形成良好的业务基础。随着“龙行五洲”华夏银行出国金融服务品牌的推出,未来华夏银行将不断开拓出国金融服务市场,服务更多有差异化需求的客户,努力通过专业的平台管理、高效的办理流程、贴心的客户体验和丰富的服务内容,在日益发展的出国(境)金融服务领域树立华夏银行良好的业务口碑,为个人业务转型发展增加新的动力。

新政

鼓励消费金融发展

国务院近日印发《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》,鼓励符合条件的市场主体积极筹建消费金融公司,推动消费金融公司试点范围扩充至全国。此前国务院还发布了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》,将“普惠金融”列为11项重点行动之一。

中国电子商务研究中心主任曹磊认为,得益于互联网金融的迅速发展,消费者掌握了更多的话语权,金融机构与客户间的信息不对称现象正逐渐减少,这对未来的互联网金融提出了更高的要求。

经济信息 潘高寿:坚守创新做治咳养肺第一品牌

“无论时代如何变迁,我们专注与坚守一个理念:致力打造中医药治咳养肺第一品牌。结合时代的发展和市场的需要,不断创新研发质量更高、疗效更好的治咳养肺产品,为消费者的呼吸健康保驾护航。”白云山潘高寿董事长、总经理杨东升在接受采访中明确表示,潘高寿将始终坚持“真材实料做好药,治咳养肺保健康”的发展方向,并在此领域不断创新、深入和延伸。

创新中药防霾大健康产业

潘高寿作为治咳护肺传统

中药企业,在养肺护肺方面积累了大量宝贵经验,为了充分发挥优势,将其在呼吸系统及肺部养护研究方面的先进技术与品牌积淀转化为社会价值,近年来,针对雾霾天气对人体肺部健康的影响,率先联合复旦大学公共卫生学院启动了国内首个药物防治PM2.5肺损伤研究,对潘高寿治咳川贝枇杷露和蜜炼川贝枇杷膏防治PM2.5肺部伤害的疗效进行研究,通过活体动物药效学实验证明了两款产品对PM2.5所致的肺损伤有明显的防治作用,可以抑制炎症因子与各种细胞内容物的分泌,促进细胞的愈

合与生长,有效清除肺部垃圾,保护肺部组织,减少肺损伤。该实验成为了中医药领域对PM2.5伤害防护与治疗课题的先河。

在创新科研,走中医药产学研道路的同时,为抢占市场先机,潘高寿根据中医“药食同源”和“治未病”的原理,开发出配方与蜜炼川贝枇杷膏一脉相传的“潘高寿清霾川贝枇杷糖”以满足消费者日常轻松“清霾护肺”的健康需求,同时根据中医养身“内外兼修”的理念,推出了“潘高寿防霾口罩系列”,为市民提供放心可靠的防霾护肺产品。

交行承销首只韩国人民币主权债券

日前,韩国政府通过中国银行间债券市场成功发行30亿元人民币主权债券,期限3年,票面利率3%,获得了市场4.28倍超额认购。交行是该债券发行的簿记管理人、财务代理人及联席主承销商中唯一一家中资银行。

本次债券是首只在中国市场成功发行的外国政府人民币主权债券产品,是今年11月中韩两国达成的金融合作成果之一。这不仅有利于丰富银行间债券市场品种、促进债券市场对外开放、推动人民币国际化进程,也有利于加强中韩金融合作、深化中韩经贸关系。

交行作为该债券发行的簿记管理人、财务代理人及联席主承销商,积极协助韩国政府完成债券招标发行工作,获得韩方高度肯定,进一步巩固了交通银行在国内债券市场及韩国当地市场的形象和地位。

随着人民币正式纳入SDR以及人民币国际化进程的加快,人民币市场发展前景广阔。为抓住人民币业务蓬勃发展的契机,交行着力推进国际化战略,积极打造交易型银行,增强跨境跨市场经营管理能力。

■蒋浩 易月 潘显璇