



理财系列报道 之二

# 2014年银行理财:量价齐升



1月15日,第三方金融分析研究机构银率网发布的《2014年度360°银行评测报告》显示,用户对银行理财产品收益的关注度较2013年增长了一倍,理财产品收益较2013年提高0.58%。

## 理财人数上升

该份报告显示,2014年有50.2%的受访者购买过银行理财产品,这一比例是近5年来首次突破50%。从年龄分布来看,23岁至35岁的青年人群占主导,但占比大幅下降;36岁至60岁的中老年人的占比上升明显。此外,经济发达地区的人群购买比例明显

偏高。在购买银行理财产品时,投资者首先关注的是产品收益,诸如收益是否足够高、是否保本、是否能保证收益。其次考虑产品风险,如银行的风险控制能力、银行的信誉度。最后考虑的才是购买是否方便、银行的服务和宣传等因素。

至2014年底,已有14家银行上线直销银行。评测结果显示,直销银行对于广大民众来说是一个新鲜事物,普及率很低,仅11.43%的受访者是直销银行客户。造成这一现象的主要原因是客户对直销银行业务不了解,对其安全性有所怀疑。此外,直销银行的用户体验度也有待提升。

直销银行的业务中,最吸引用户的是理财产品,其次为智能存款业务和基金。

银行评测数据显示,有52.8%的受访者在2014年购买过互联网理财产品。有超过50%的中国家庭,在2014年投资互联网理财的额度高于银行理财产品。受到家庭收入的限制,年收入在12万元以下的家庭投资更集中,互联网理财投资比例超过70%。

在互联网理财中投资10万元以上的投资者增加迅速。投资金额在5万元以下的投资者主要集中在年收入12万元以下的家庭。

平均收益率5.95%  
较2013高0.59%

另据银率网数据库统计,截至去年12月20日,人民币结构性理财产品在2014年的平均预期收益率为5.95%,相比2013年的平均值5.36%,全年整体高出0.59个百分点。其中,非保本浮动收益类型的理财产品,2014年的平均预期收益率为7.1%;保本浮动收益类型的理财产品,2014年的平均预期收益率为5.84%;保证收益类型的理财产品,2014年的平均预期收益率为5.18%。

(王红梅 整理)

## 建行荣获 中国企业社会责任 最具影响力奖

本报讯 2015年1月15日,由新华网、中国社科院经济学部企业社会责任研究中心主办,新华社新闻研究所、新华每日电讯社、经济参考报社、参考消息报社等单位联合主办的第七届中国企业社会责任峰会暨第四届《中国企业社会责任报告(2014)》发布会在北京举行。中国建设银行获得2014年中国企业社会责任最具影响力奖,中国建设银行董事长王洪章获得2014年中国企业社会责任杰出企业家奖。

当日,第七届中国企业社会责任峰会暨第四届《中国企业社会责任报告(2014)》发布会在北京钓鱼台国宾馆隆重举行。峰会现场揭晓了2014年度中国企业社会责任杰出企业奖、杰出企业家奖两个综合奖项,以及2014年度中国企业社会责任特别贡献奖、特别成就奖、绿色环保奖、公益典范奖、最具公信力奖、最具影响力奖、公益创新奖、科技创新奖、社会传播奖等多个单项奖。

峰会由新华网与中国社科院经济学部企业社会责任研究中心主办,新华社新闻研究所、新华每日电讯社、经济参考报社、参考消息报社等单位联合主办,并获得民政部、人社部、环保部、商务部、国资委、国家质检总局等部委的大力支持。

据悉,近年来建行制定了努力成为“服务大众、促进民生、低碳环保、可持续发展”的社会责任战略发展目标。在各项业务取得稳健发展的同时,建行积极支持实体经济,加大民生金融投入,支持低碳经济发展、为客户提供创新金融服务,同时关注员工和社会发展,积极支持公益事业。

(黎磊磊 王红梅)

## 建行信用卡荣获 互联网应用领域 多个奖项

本报讯 近日,中国建设银行接连荣获专业组织和主流媒体颁发的2014年互联网金融支付“风险联防优秀奖”、万事达卡“2014年最佳支付创新产品奖”、中国银行业客服中心“综合示范单位奖”和搜狐“金赢奖-最佳精准营销奖”等多个奖项,表彰建设银行信用卡在互联网风险防控、移动支付、客户服务、营销宣传等领域取得的优异成绩。

在风险联防防控方面,建设银行作为中国互联网金融支付安全联盟创始成员之一,积极推动行业共同净化互联网支付环境,广泛开展互联网安全用卡宣传,累计宣传受众达两亿人次。在移动支付创新方面,建设银行在业内首创推出龙卡电子支付钱包,实现跨境互联网消费“一键式支付”。在客户服务方面,建设银行运用互联网思维,启动“智慧客服”平台建设,电话接通率、首呼解决率大幅提升,400客服热线满意度四行第一,每百万张卡投诉量持续保持同业最低。在营销宣传方面,建设银行顺应互联网时代新兴媒体传播方式,围绕世界杯等热点事件,借助大数据和移动互联网实现精准营销,进一步提升龙卡信用卡品牌形象。

(李绍林 王红梅)

## 建行“银医服务”: 为百姓解决挂号难题 为医院提供综合服务

受到雾霾天气和冬季降温的影响,近期各大医院呼吸道感染、心脏病、儿童患者数量明显增多,加之年底医保病人突击开药,就诊病人的大幅增加也再次引发挂号难这一老生常谈的问题。

为遏制黄牛号、改善挂号难等现象,建行自2011年8月即推出了个人网上银行银医服务,合作医院数量不断增加,截至2014年9月底,该服务现已接入全国14个省市的77家医院,其中包括协和医院、中国人民解放军总医院(301医院)等知名三甲医院。今后,持有开通银医服务银行卡的患者,可通过网上银行和网点自助机实时查询到更多医院的科室、医生和就诊时间等信息,并完成普通和专家门诊的预约挂号,同时,针对知名医院庞大的外地患者群体,还可支持全国异地挂号,方便外地患者制定就诊计划。这些便捷将成为银行给患者最贴心的一份温暖。

“有很多患者之前并不了解银行还有挂号的功能,宁肯去排队或者找黄牛,都不用银行系统试一下,这也与患者的消费观念

和使用习惯都有关系”,为此,建行该业务负责人也就患者对于银医服务较为关注的几方面给予了说明。

首先,不少患者对使用签约银医服务的银行卡和社保卡还存在着误解。建行负责人表示,社保卡在每个地区都有不同的应用,例如在北京,社保卡目前只是一个实现报销的工具,患者无法使用社保卡完成挂号。而开通了银医服务的建行卡则具备预约挂号的功能,同时还兼顾了网上缴纳挂号费以及在签约医院消费快速结算的功能。

其次,签约医院范围和可挂号源成为患者对银医服务最为关注的两大要素。在甄选合作医院方面,该负责人介绍,“一般都会选择大型的三甲医院,尤其是在当地排名靠前,实力较强而且有知名度的三甲医院,但也不排除部分实力很强的二甲医院。在现已签约的医院中,基本上各科室特别是重点科室及专家号都可以预约,但会根据合作情况和医院的需求,在预约日期和专家数量上有所差别。”

那么,在通过现场窗口、电话和网络都挂不到号的时候,银医服务为什么能够大显神通?笔者了解到,这主要是取决于医院在号源的分配方式上,以协和医院为例,目前该院是将全部号源中的30%用于银行签约预约,50%放在北京市卫计委网上预约挂号平台和114电话预约挂号平台,剩余的20%用于现场排队挂号。虽然放在银行签约的预约号只有30%,但是由于目前使用银行挂号的患者数量较通过其他方式挂号的人数少,所以相对而言,选择银行渠道挂号就显得更有优越性。

而针对目前市场上多家银行都已推出的银行和医院合作服务,建行负责人也指出,“各行的服务模式大同小异,患者选择通过哪家银行预约挂号,一方面是看银行和医院的合作深度,从而确保银行能够得到更多的号源占比,另一方面还要看客户更愿意使用哪家银行的卡去挂。”作为大银行,由于自身拥有多网点的优势,无形中也为患者提供了更多的选择,目前,建行除了提供网上

银行挂号外,在北京地区所有网点的自助机,都支持协和医院和301医院的预约挂号服务。

银医服务为挂号难的问题提供了新的解决途径,银医的有效合作减少了患者在非诊疗环节的耗时,改善了医院就诊环境。与此同时,银医的多元合作也为医院向金融化、电子化的转型提供了新的可能性。有数据显示,截至2014年9月底,建行银医服务交易量较上年同期增长已达到268.15%,患者对于银医服务的接受程度呈现了明显增幅。当然,仅靠一个银医服务并不能从整体上解决挂号难的问题,而银行借助自身客户基础和未来发卡业务集约化的发展,在提高患者就诊的资金结算效率方面却是大有作为的。

对患者而言,银行与医院担负着“服务”这一相同的职能,目前来看,银医的合作初步实现了既惠民又便医的愿望。未来,在银医深入合作的探索上,患者就诊将有望回归到一种简单模式,即“人——服务——健康”。

(李绍林 王红梅)