

国际金融巨头减持中国金融企业股份补充资本金 这厢外资撤退 那厢中资进场

周一上证指数盘中跌破 2000 点,一个因素是传出汇丰控股可能出售中国平安股权的消息,中国平安股价盘中跌幅超过 6%。其实,从银行到保险,这几年外资不断减持中国金融企业股份,与此同时,中资企业入场积极性很高,这意味着什么?

汇丰可能出售平安股份

汇丰控股持有中国平安 12.328 亿股 H 股,占 15.57% 的股份,是中国平安最大的单一股东。11 月 19 日中午,汇丰控股在香港联交所网站发布声明:“汇丰不时会收到第三方收购其持有资产的邀请,并确认其正在商讨中,而有关的商讨有可能会或不会构成股份之出售。若然或当需要时,进一步信息会通过公告形式向外界宣布。”

显然,汇丰的确是在考虑出售股权事宜,当然,是否真的出售还需

要等待进一步的信息。现在的消息是泰国正大集团打算接盘,价格为每股 60 港元,中国平安 H 股昨天收盘价为 58.2 港元。另有消息表示,中国的中投公司也有接盘意向。

对于投资 10 年,获利超过 400 亿元的汇丰来说,这次心动了。

套现为了应对金融危机

其实,近期不少外资撤退中国保险业,如私募巨头凯雷出售中国太保,苏黎世减持新华保险,安盛高价甩卖泰康人寿……

银行方面,外资减持现象更突出:2008 年 12 月瑞士银行清空所持 33.78 亿股中国银行 H 股;2009 年 1 月,苏格拉皇家银行出清所持 10809 亿股中国银行 H 股,套现 24 亿美元;2009 年 1 月,美国银行减持建设银行 56 亿股 H 股,套现 28 亿美元……

国际金融巨头为何减持中国金

融企业股份? 市场人士认为主要是应对金融危机。2008 年金融危机发生之后,这些国际金融巨头损失不小,急需补充资本金,而投资中国金融企业收益不小,成为套现的目标。

汇丰打算套现中国平安,也是这个原因。据测算,此次股权出售将使汇丰的核心一级资本比率上升 50 个基点,可以让汇丰不用担心巴塞尔协议Ⅲ的压力和欧债危机。

中国金融企业可“单飞”

外资撤退的同时,中国企业则打算进入这个市场,以五大行为首的中资大鳄纷纷出手,相继受让多家合资寿险公司股权。农业银行昨天就公告,入股嘉禾人寿保险股份有限公司 51% 股份(25.92 亿元),已获得银监会和保监会的批复同意。

2008 年、2009 年,外资金融机构首次大规模减持中资银行股份时

候,市场颇为担心,对于外资这种战略投资者身份也很有争议。回头看,四大行当年改制时候引入境外战略投资者,是有历史意义的,对完善中国银行业治理结构等问题起到一定作用。但是,如今这个历史使命似乎已经告一段落,比如较晚上市的农业银行、光大银行都没有引入境外战略投资者。

“去境外战略投资者”之后,这几年中国银行业依然稳健发展,银行利润持续增长,说明中国金融机构已经可以“单飞”。由此,要理性看待外资减持中国金融企业股份现象,不必恐慌。我们看到,汇丰考虑出售中国平安股权一事被证实后,中国平安的股价逐渐稳定下来。昨天中国平安上涨 3.14%,大部分银行股昨天也表现不错,是推动昨天下午大盘反弹的重要力量。

本报记者 连建明

鹏华货基网上直销 赎回提速且无上限

本报讯 (记者 许超声)为推广鹏华网上直销货币基金赎回提速 0 费用,申请赎回“次日早上九点半加急划款”,鹏华基金官方网站正举行为期两个月的货币有奖问答活动,客户回答有关鹏华货币基金的 5 个问题,即有机会获得 4999 元礼品包、100 元手机充值话费等。

据悉,鹏华货币基金网上直销赎回“次日早上九点半加急划款”的模式,具有“提速 0 费用、赎回无上限”的特点。客户不仅可获得申请日的收益,也可在次日开盘前实现资金到账。

华泰柏瑞举办 期货实盘争霸赛

本报讯 (记者 许超声)作为国内顶级期货赛事之一,由华泰柏瑞积极主办的 2012 领航中国期货实盘精英争霸赛在火热进行中,目前仍能报名参赛,将于 12 月 31 日截止。

据了解,该赛事主要以华泰柏瑞沪深 300ETF 期现套利为主,“标准组”冠军奖项非常诱人:全程第一名将获得 100 万元操作资金,全程第二名获得 5 万元奖励,第三名能获得 2 万元奖励。全程比赛将于明年 1 月 18 日结束。

本报 (记者 许超声)中国香港市场吸引越来越多中国内地基金公司进驻。富国基金旗下全资子公司——富国资产管理 (香港) 有限公司日前开业,内地资金多了一条“流出去”的渠道,可寻求海外市场的投资机会;海外客户则可依托富国的投研平台,通过 QFII 或 RQFII 发掘内地市场的机会;海外客户还可以通过富国香港子公司投资香港市场。

取代传统的手工填单、交单、扫描等流程 保险“电子签名”首单在沪签出

本报 (记者 谈璵)保险行业通过电子签名最终确认的第一份有效保单,昨天在太平洋保险签出,标志着“电子签名”这一创新模式在保险行业被成功应用。

昨天下午,客户吴艳女士在太平洋寿险上海分公司营销员李家蔚的帮助下,在“神行太保”智能移动保险平台上签名确认,完成了全程

“无纸化”的投保操作。这次投保与以往有很大不同:一是不再签署纸质单证,吴女士通过“神行太保”平台录入投保信息,在平板电脑上核对投保提示书和投保单,并使用专业的电容笔在电子单证上签名确认;二是不再需要准备身份证件复印件,营销员使用平板电脑摄像头实时采集投保所需证件影像,并通

过 3G 网络实时传递到系统后台。

保险行业的“电子签名”取代了传统的手工填单、手工交单、手工扫描等流程,改由客户直接在平板电脑上手写签名,这一创新之举将原需 3 天才能完成的录单、收费、生效、制单、投递流程进一步压缩至 0-2 天,解决了传统纸质签名模式的安全性、时效性问题。

善用金融 幸福生活 ——浦发银行上海分行积极开展“普及金融知识万里行”活动

2012年9月1日以来,上海分行积极响应中国银行业协会、上海市银行同业协会的部署,在辖属范围内开展丰富多彩的各类活动,深入走进客户、走进民众,将宣传金融知识、提高安全意识、体现社会责任等多方面融入万里行活动中。

普及金融知识,是浦发银行一贯以来坚持对社会大众履行的一种责任,尤其是对于个人客户的正确理财观、中小客户的融资产品宣传等方面。在2012年的“金融知识万里行”活动中,上海分行针对分行自身情况,始终围绕“三个聚焦”即“聚焦客户、聚焦品牌、聚焦责任”,“三个利用”即“利用主题宣传日、利用网点资源、利用各类渠道”的主要工作思路开展各类活动,提升“金融知识万里行活动”的品质和影响力。

聚焦客户

上海分行的各项活动,充分意识到聚焦客户的重要性,强调从客户的需求考虑去进行金融知识的普及。到社区,浦发银行上海分行带去的是安全防范常识、电信诈骗的堵截常识、理财观点的正确树立;到园区,浦发银行上海分行带去的是公司金融的理财产品、中小融资的破解方式、企业员工的财富规划等;到特殊群体中,浦发银行上海分行带去的是心怀责任的捐赠、热情洋溢的微笑、用心参与的支持。从聚焦客户入手,开展针对性的活动,也取得了良好的实效。

聚焦品牌

经过20年的积极努力,浦发银行的良好品牌形象已经在广大上海民众心中根深蒂固。随着近年来,公众对金融服务期望值的提高,上海分行也一直想在客户前、做在客户前,积极提供良好的服务,全面塑造企业品牌。本次“普及金融知识万里行”活动再次予以浦发银行品牌建设的良好渠道。通过优秀服务明星、上海市十佳理财之星、融资之星深入客户的持续服务,通过宣传渠道的不断拓展等一系列努力,浦发银行的良好服务再度深入人心,品牌美誉度显著提升。

聚焦责任

作为国内率先发布《企业社会责任报告》,并且一贯坚持践行社会责任的股份制商业银行,浦发银行一直以来重视对弱势群体的关注和援助。普及金融知识万里行,也搭建了分行贴近部分弱势群体的良好桥梁,围绕普及知识、中老年人的安全常识,关注电讯诈骗的堵截、关注郊远地区群众的物质文化生活,充分发挥分行在上海的经济、社会、文化建设的积极作用,践行社会责任。

利用主题宣传日

9月1日,浦发银行上海分行正式启动“金融知识在您身边服务月”,各支行在当天的集中宣传日动员全辖力量投入活动,同时结合“三进”宣传的主题,有多达40家网点采用了设立宣传摊位、人员集中区域路

演、走进社区讲座等方式,普及与公众生活密切相关的金融知识,突出宣传创新产品与服务特色,同时也向社会公众传播了行庆20周年“感恩”主题。集中宣传日当天,来自各支行的骨干员工和理财之星们积极投入到活动中,无论是网点门口的咨询摊位,还是走进商圈和小区的路演讲座,都密切结合了老百姓关心的金融知识和服务,并通过现场答疑、宣传单页发放等多种形式展示了银行卡、理财服务、个人贷款产品。此外,多家网点还借此机会邀请到了社区民警,结合“三进”活动共同走进社区,宣传提高居民防范电信诈骗的认识,受到了社区居民们的一致好评。

9月29日,分行又在全辖开展“助推小微、三衣金融服务月”活动的首个“集中宣传日”活动,上海分行所有支行均参与了此次活动,各支行通过园区路演、现场咨询、企业对接会等形式的小微企业宣传活动宣传小微金融服务知识,参与度达到100%。“宣传日”活动经过一系列精心策划和严密的组织安排,取得了较好的实际收效,给不少企业提供了融资渠道,宣传了浦发银行小微金融服务。在之后的宣传月中,上海分行共开展各类宣传活动、银企对话活动30场,出动员工超过100人次,各支行活动的区域遍布各网点、上海各园区、商贸市场等。

10月30日,结合“普及金融知识万里行”活动“特殊群体客户关爱服务月”主题宣传日,浦发银行上海分行对口蒋桥村扶贫帮困活动捐赠仪式在蒋桥村村委会举行。捐赠仪式

上,上海分分行向蒋桥村领导赠送了一批办公设备,包括电脑、打印机、扫描仪等。用于在蒋桥村的服务中心设立文化共建活动室。此项捐赠为蒋桥村的物质文明建设、精神文明建设提供有力的帮助,大大促进了科技兴农工作,也为村民学习提供良好的条件。同时,在活动中心的良好建设,也为浦发银行向村民普及金融知识的铸造了良好的基地。

利用网点资源

为了实现良好的宣传效果,上海分行充分利用辖内130家网点,从进入网点的每一位客户入手,加强金融知识的普及。在每家网点,分行布置了“普及金融知识万里行”专设展台,安排专人服务接待,同时充分利用网点内外部宣传阵地资源充分布置各类的宣传标语、宣传画面,例如:网点门楣LED、落地式液晶屏幕、电子利率屏幕、易拉宝、宣传折页等。通过网点服务人员、服务台的设立、多种静态动态展示,充分让客户了解本次活动、走进本次活动、体验浦发银行的全方位服务。

利用各类渠道

为了将“普及金融知识万里行”活动深入到各个社区、园区,浦发银行上海分行充分利用网点以外的各类渠道,踏踏实实做服务、各场活动全面开花。例如,闸北支行市北高新园区支行在市北高新园区聚能湾大厦底楼大堂开展了“浦发20周年,普及金融知识万里行”的宣传活动;金山支行邀请上海泰



胜风能装备股份有限公司、上海極力实业发展有限公司等多家企业聚集一堂,宣传最新中小产品政策,并为企业员工的财富管理等问题现场咨询;三林支行在东阴石材市场与十余家商户举办别开生面的产品推介和客户交流会;杨浦支行走进创智天地园区设立宣传摊位、集中路演宣传小微企业银行信贷政策的宣传活动,特色小微企业、科技型企业的贷款产品和创新服务;闵行支行赴辖区内莘庄工业区内小微企业集聚的莘闵科技创业园,通过设立摊位的方式,宣传针对小微企业的特色金融产品,为园区内的小微企业提供近距离、一对一的金融服务;南汇支行对川沙精工园区内企业进行深入和全面的调查,了解企业业态后,通过特色的个人银行、公司银行产品,在活动期间进入园区路演设摊,提供现场咨询。

通过系列的活动开展,上海分行将“普及金融知识万里行”深入人心,在活动开展、服务大众的同时,也加强了自身的品牌建设、提高了员工的服务意识和水平、促进了与客户的良好互动。在今后的日常工作中,上海分行各级干部员工也将“万里行”活动的良好思路、丰富经验充分总结,运用到日后的其他各项相关中,促进未来各项业务的良好发展。

浦发银行

20年

感恩·同行 共赢未来