

紧贴地域需求 赋能金融生态

——河南洛阳邮政推进“科技+场景”金融服务体系建设的实践

今年以来,河南省洛阳市邮政分公司通过“科技+场景”积极应对客户综合化、多元化的金融服务需求,不断拓展金融服务的广度和深度,以点串链、聚链成圈,加快推进生态金融建设。截至11月底,该分公司代理金融全年累计新增余额达66.09亿元,同比增长15.80%,居全省邮政第3位;2023—2024跨年度营销新增价值存款7.60亿元,完成第一阶段目标任务的126.67%。

“智慧+” 开启幸福生活

洛阳的“汤文化”历史悠久,大街小巷的牛肉汤、羊肉汤、豆腐汤等成为千年帝都一道独特的美食风景。位于状元红路上的“李强养生豆腐汤”,就是当地一家颇有名气的特色早餐店。

初冬一大早,市民刘先生就来到店里喝汤,喝完汤全身都暖和起来的他掏出邮储卡付账时,收获了一份意外惊喜:立减5元。“邮政这个减免福利挺不错,很实惠!”刘先生高兴地说。

同样高兴的还有早餐店老板

李强。使用邮政聚合支付码收单,让他店里的生意明显红火了许多。“每天的盘账很费时间,再加上采买食材、营销推广、员工工资等,管理起来比较麻烦。”李强说,正是邮政工作人员的到来,让这一系列的难题迎刃而解。

充分了解李强的需求后,洛阳邮政以“智慧+”金融为切入点,围绕经营全链条,在早餐店里布放了双屏机,量身定制了财务管理ERP系统,实现了从营业流水、物资采购到财务管理、员工薪酬的信息化管理,并为其提供资金结算、代发工资、财富管理全流程全场景的邮政金融服务。同时,还通过扫码领券、邮政直播等为早餐店引流,有效提升了新客到店率和老客回头率。得知李强为筹建豆腐加工厂的资金发愁时,邮银携手及时为其提供了额度为100万元的“融资E”贷款。

今年以来,洛阳市分公司聚焦“衣食住行娱”,运用金融科技构建全场景金融生态圈,搭建起“以点串链、聚链成圈”的智慧金融服务体系。截至11月底,全市累计新增智慧场景466个,覆盖了餐饮、商超、酒店、社区、菜市

场、医疗、校园、景区等多个生活消费领域,推动收单业务年新增有效商户4.92万户,完成比(129.35%)和商户活跃度(31.6%)均列全省邮政第1位。

家门口的邮局 拓展业务新领域

尽管天气寒冷,但近段时间,位于洛阳市中原康城社区党群服务中心的邻里中心邮局前却是热闹非凡,孟津大白菜、柴川玉米糝、伊川鸭岭红薯等特色农产品在门口一字排开,吸引了社区居民纷纷前来选购。一趟逛下来,不少居民手里拎着大兜小袋,满载而归。

该邻里中心邮局由洛龙区翠云路街道中原康城社区与洛阳市分公司共同建设,10月26日正式营业。邮局内设置有邮政快递综合服务驿站、农产品展示体验区、社保卡一体机等,可提供普惠金融、包裹收寄自提、报刊订阅、爱心茶水、社区团购等多项服务。据悉,今年年底前,洛阳市分公司还将在中原康城社区8个住宅小区建设邻里中心邮局。

今年以来,洛阳市委、市政府将“邻里中心”建设作为公共服务进社区的重要载体,推动政务代办和文化、教育、养老、医疗、体育六大类基本公共资源下沉社区。为了将邮政金融、寄递、电商等便民服务延伸至街道社区,使居民“足不出区”就能享受到优质邮政服务,洛阳市分公司积极融入当地政府发展规划,与相关部门多次对接,并签订社区邮局项目合作框架协议,整合社区空间资源,打造邻里中心邮局,切实提升辖区居民的获得感、幸福感。

“邮家小院” 激活文旅新引擎

洛阳是享誉中外的优秀旅游城市,旅游业的发展推动该市发展县域民宿、农家乐超过3000多家。如何利用邮政渠道优势架起游客与民宿之间的桥梁,连通起大山深处与外部世界,更好地服务乡村振兴、助推当地民宿产业发展?经过深入的市场调研以及与政府部门的沟通对接,洛阳邮政“邮家小院”项目应运而生。

该项目以河南邮政直播基地豫西(洛阳)运营中心为依托,借助当地文旅资源优势以及邮政直播和网红达人自媒体推广,为洛阳民宿引流获客。9月15日,洛阳邮政“邮家小院”小程序上线暨第一届“助力乡村振兴,邮我更精彩”直播大赛启动;9月27日,洛阳邮政2023最美民宿推荐官大赛启动。

在“邮家小院”直播间,邮政主播化身民宿推荐官,穿插限时秒杀等环节提升直播趣味性,实现了邮政与民宿商家、民宿商家与游客、邮政与游客的多向有效互动,将直播间打造成了服务客户、产品营销的平台。广大游客通过“邮家小院”微信小程序,即可预订自己心仪的民宿和美食。微信小程序还为民宿商家提供了大数据分析、云计算等技术支持,叠加快捷支付绑卡、商户结算、手机银行、代发业务等邮政金融服务支持和一揽子智慧解决方案。

“邮家小院”项目上线以来,截至11月底,已累计签约民宿、酒店302家、农家乐97家、特色美食36家、景区18家、露营地特色旅游13家。

□陈肖晓

“互联网模式银担直联 分离式电子保函”落地深圳

本报讯 12月15日,邮储银行深圳分行通过互联网系统对接模式,与某国有融资担保公司实现了银担系统直联,并落地首笔“互联网模式银担直联分离式电子保函”业务。

自2022年11月邮储银行“电子保函”产品升级改造以来,开函时长由原本3个工作日缩短至1小时以内,业务效率和产品体验达到同业领先水平。深圳分行按照总行工作要求,在做好电子保函产品推广的同时,加速推进平台对接,积极与深圳市各国有融资担保公司沟通洽谈电子保函系统对接方案,认真开展授信申报、项目立项、对接测试等一系列工作,最终于12月15日成功落地首笔业务。

前期,某建筑公司急需开立一笔“农民工工资”保函,用于缴纳其位于异地的某乡村振兴项目工资保证金。由于企业对业务办理时限要求较高,深圳分行联合融资担保公司为其办理了该笔“互联网模式银担直联分离式电子保函”业务。该笔业务为基于担保公司授信的分离式保函,被担保企业无须向银行单独提供资料申请授信,与担保公司签订协议后,仅须向银行提供部分基础资料和项目资料,即可快速开立保函。该笔电子保函的创新发放,既保障了企业项目建设进度的正常推进,也有效降低了企业融资成本,切实为企业解了融资方面的燃眉之急。

□林佳霓 陈子杰



雪天走访的 邮储人

日前,雪后的山西省浮山县寒风凛冽,响水河镇邮政营业所工作人员不畏严寒,走访周边商户,宣传金融知识,讲解反诈知识,同时了解商户金融需求,为其讲解邮政权益活动,介绍储蓄、保险、理财等各类业务。此次走访共采集了16户客户信息。

□贺芸琪 周海霞 摄影报道

2024年,理财产品怎么选

洞见

2023年即将过去。回顾2023年的理财市场,不同产品的收益表现千差万别,真可谓几家欢喜几家愁。2024年如何选择理财产品,成为广大投资者最为关注的问题。为此,本报记者日前对中国国际经济交流中心博士后、中邮理财有限责任公司投资经理卜振兴进行了采访,请他分享下对这一问题的分析与思考。

□本报记者 邱亚峰

《中国邮政报》:我注意到您的主要研究方向是货币金融。普通投资者其实都很好奇专家是怎么理财的,会选择什么产品,有什么投资智慧可以和我们分享?

卜振兴:其实就我个人而言,因为我们本身对市场的运营有一定的认识,所以不会像一般的投资者一样,非常频繁地进行操作。我们做投资的时候,更多还是看产品有没有长期的投资价值。我总结起来就

来说,您认为有哪些风险和机遇?

卜振兴:对于2024年的市场表现,我这样看。第一,我认为,明年的固收类产品的收益表现不会特别差。决定债券收益高低的是利率,利率实际上是由经济基本面和货币政策决定的。从经济的走势来看,经济是在逐步改善。从货币上来看,货币政策是比较宽松的。用一句话形容,就是供应端的供应是比较多的,但是需求端又没有那么旺盛,所以整体利率其实还是往下,或者至少是保持着浮动的状态。所以整体来看,固收类的产品收益应该不会太差。这是一个基本的判断。

第二,权益类的产品会有一些改善。我们看到数据在小幅度慢慢地改善,所以权益类产品会有一些改善,但是又不会特别强。同时,权益市场的绝对点位已经处于非常低的位置,因为调整了3年,人心思涨,的确是有想涨的这种预期。还有就是从今年来看,美联储加息的幅度降下来了,至少不能再积极加息了。所以,对权益类产品市场,我的观点是中性稍微偏乐观一点。

总体来看,对明年理财市场的表现还是非常期待的,是有一定机会的。债券类产品至少不会出现一个较大的调整,这个空间非常有

限。而权益市场呢,明年可能会有一定的机会,但也不会说期待特别高。某些行业或某些区域可能会有一些特别好的机会,但是整体来看应该是属于正常状态。

《中国邮政报》:中国银行理财网的统计数据,截至2023年6月底,全国共有265家银行机构和30家理财公司,共存续理财产品3.71万只,规模25.34万亿元。对于投资者而言,如何判断哪些是适合自己的理财产品?

卜振兴:理财市场的数量和规模都非常庞大,并且每家银行机构和理财公司发行的产品体系也千差万别,按照底层资产、开放模式、开放类型等有各种分类的标准。我们在分析理财产品时,可以打破理财产品独有的产品体系,按照收益的表现进行划分,这种方法可能对于普通投资者更有意义。

第一,基础理财。这一类的理财产品对客户的要求很低,产品的波动性较小,基本能够实现业绩基准目标。大体分为以下几类:一是货币产品。这种产品是市场上最为常见的,因为采用了摊余成本的估值方法,并且投资债券的期限较短,流动性较高,信用风险较低,产品的收益曲线非常平缓。二是摊余成本估值的产品。一般会把这个作为重

要的产品亮点进行宣传,由于采用成本法估值,只要没有发生信用风险,一般也能达到预期收益水平,并且收益曲线也很平稳。三是类货币产品。这类产品一般底层资产配置存款和可以采用收盘价估值的稳健资产等,这类资产不会随市场变化而波动,除此之外,还会配置较短期的债券,受市场影响的波动也很小,收益曲线整体较为平滑。

第二,理财进阶。这类产品需要客户对理财市场以及投资的底层资产有一定的了解。大体分为以下几类:一是采用混合估值的产品。这类产品部分资产因为满足期限要求采用了摊余成本估值的方法,剩余还有部分资产采用市价法估值,整体波动变小。二是采用平滑曲线估值技术的产品。这类产品可以采用平滑技术,就是削峰填谷的操作,大大降低了产品的波动。三是纯固收的产品。这类产品的收益会随着市场变化而波动,但是由于受到2022年底的冲击,整体产品的回撤控制能力已经有了明显的提升。四是“固收+”产品。这类产品80%以上是债券,不超过10%的配置优先股,还有不超过10%的权益资产,这类产品有一定的弹性,但是基本能够实现正收益,权益市场行情好的时候,有明显的投资溢价回报。

第三,高级进阶。这类产品一般是权益类、商品及衍生品类或者混合类产品。这类产品需要客户对投资品种有较为深刻的了解,整体产品的波动较大。目前,从商业银行理财部门和理财公司的实际来看,混合类产品占比相对较高(2023年6月底占比4.38%),虽然很多银行和公司产品权益资产占比突破了20%的比例,但是权益资产中相当大的比例是优先股,具有债券的性质,整体波动幅度相对较小。除此之外,权益类和商品及衍生品类产品的合计占比不超过1%,属于理财产品中的小众品种。

风险和收益就如同硬币的两面,收益稳定带来的必然是收益水平的下降。未来随着权益市场的好转,含权类产品的收益如果能迎来一波行情,坚持没有波动的理财客户必然会错失一波投资机会。如果说2022年底的债券市场调整给客户带来的是收益回撤的风险冲击,那么未来市场上涨可能给客户带来的是错失投资机会的风险教育。以沪深300指数为例,自2004年12月31日以来,年化收益7.16%,而近十年的波动率也达到了21.94%。“欲戴皇冠,必承其重”,市场一定会给能够承受一定风险波动的理财客户应有的回报。

邮银协同案例展示

广丰马家柚是中国八大柚类之一、国家地理标志产品,近年来,江西省上饶市邮政分公司与邮储银行上饶市分行通过强化战略布局,发挥协同优势,深耕马家柚产业,成功构建种植户获利、消费者获益、邮银获客、政府获赠的惠农协同服务生态。

主要做法

(一)强化“内融邮银协同”,构建高效能管理体系

1.突出绩效考核协同。上饶邮银共同制定下发协同支撑考核办法,建立“协同业务指标+绩效考核+板块协同激励+惠农专班激励”体系。

2.突出工作机制协同。建立“邮政+银行+品牌+农民合作社”的运营模式,共同打造马家柚惠农合作项目。

3.突出宣传传导协同。按季度召开协同发展领导小组会议;不定期在高管群发布经验分享、三农部每日通报惠农指标完成情况。

(二)探索“外融惠农资源”,构建高标准助力农服务体系

1.协同提升获客效率。安排产品经理和客户经理持续开展“送培下基层”活动;“邮银惠农工作队”对各乡镇信用村、合作社、社员进行走访。

2.高效推进信用村建设。农村带头人客户一带介绍村里人申请贷款一聚焦特色产业群、上下游客群、关联产业客群推进整村授信一实现金融支持流入成长期产业、助力产业集群式壮大、助力乡村振兴。

3.持续深化平台合作。积极探索“客户+平台+银行”合作模式,持续加强与财政局、就业创业服务中心、工会和省农担公司等政府平台的协作,加快“财政惠农信贷通”“银担惠农贷”和“创业担保贴息贷款”等主导产品发展。

(三)打造“深融产业链”,构建高品质生态发展体系

1.落地全产业链综合服务平台。通过“邮乐家”平台打造果蔬同城配;建设电商仓储、分拣中心;提供金融助农贷款、线上销售平台、绿色物流配送通道;开发“邮乐HOME”专属小程序。

2.打造特色产业集群。推出马家柚、天桂梨、榭柜、雷竹、粮食、再生资源回收等“六大特色产业”。

3.建立完整产业链体系。助力马家柚基地与农户上下游之间建立完整的产业链,形成“邮银+基地+农户”合作模式。

(四)聚焦“强融人才队伍”,构建高质量专业支撑体系

1.开展优秀客户经理评选,定向增配业务技能硬、营销能力强、管理水平高的客户经理负责管村,在设有金融服务站点的信用村配备客户经理和风险联络员。

2.邮银协同建立分片包干的网点联动机制,银行网点选派“惠农金融专员”与代理网点结对组成惠农工作队,赴辖内乡镇开展送贷下乡、信用村建设和贷款推介等活动。

取得成效

2023年1—7月,邮银协同助力整个上饶马家柚产业实现相关各类贷款投放超8亿元,累计投放超15亿元,带动电商销售500万元、马家柚物流件数超6万件。