

中国农业银行副行长崔勇：

数字化转型打造农行信用卡“五心”体验

□本报记者 张玉洁

精准突围逆势增长

中国证券报:当前,中国信用卡行业的发展速度有所放缓,但农行信用卡始终保持较快的增长速度,这背后有哪些驱动因素?

崔勇:近年来,随着我国经济进入高质量发展新阶段,消费成为拉动经济增长第一引擎。农行敏锐把握我国消费型经济蓬勃发展的有利机遇,将信用卡作为全行零售转型的布局重点,将信用卡的支付和信贷功能融入客户日常生活,带动农行信用卡业务实现一轮快速增长。快速增长的背后,有两大法宝:

 法宝之一,是农行用对公业务的批发营销思维做零售。当前正是各级政府部门和行业从线下向线上转变的重要窗口期,农行紧抓这一机遇,加强新形势下客户所在行业 and 用卡场景的研究,加强与各级政府、各类企业相关平台的对接,加强与衣食住行等客户生活场景的对接,实现C端客户的“一网尽收”。同时,农行有着数量庞大的对公客群和零售客群。近年来,农行加大了内部客户的挖掘力度,通过数字化手段实现了内部客户的精准营销和批量获客。

 法宝之二,是农行对于不同客群的切割营销服务。近年来,农行陆续推出了“聚合支付+”“乐分易”等重磅产品,市场反响强烈,打通了与客户之间的“最后一公里”。

中国证券报:信用卡产品具有一定的同质性,农行信用卡是如何在同质化产品中突围的?

崔勇:农行信用卡数字化转型的重要一步就是改变过去“一种产品向所有客户推广”的单一模式,而是通过大数据,精准捕捉各种类型群体的需求痛点,并打造精彩纷呈、个性十足的差异化产品。

 面向家庭客群,农行推出“漂亮妈妈信用卡”,主要围绕亲子、旅行、海淘等方面定制权益,几近涵盖了所有以家庭为单位的消费板块。面向车主客群,农行紧跟风向推出“ETC信用卡”,开展“全国高速打9折”“1元洗车”等营销活动,围绕加油、洗车、车险、维修等车主消费场景丰富服务内容。面向商旅客群,农行推出了环球商旅信用卡和与六大航司合作的航空联名卡,在海淘、兑换里程等方面极力



提高优惠力度。面向“三农”客户,农行推出惠农信用卡、乡村振兴主题信用卡等产品,除了惠农息费优惠外,还针对农村地区看病难、看病贵、法律援助缺失等实际问题,向持卡人额外赠送了个人意外保险、免费法律/医疗咨询等服务,为农村客户切身解决实际问题。

中国证券报:除了产品的差异化外,客户对于办卡和用卡的要求也越来越挑剔。农行采取了哪些新的措施来应对这一挑战,为客户提供良好的办卡用卡体验?

崔勇:办卡方面,目前客户可通过农行网点、掌银、手机H5、移动PAD、客服、商户6大场景,覆盖线上线下25个发卡通道,向我们发起信用卡申请需求,简单来说就是,申办卡的渠道已触达客户生活的方方面面。另外,农行创新推出虚拟发卡的功能,客户通过审批后进入制卡环节,在拿到实体卡片前就能绑定各种第三方支付平台,实现5分钟内的极速用卡,等待使用的时间大大缩短了。通过服务升级,农行为客户提供了“随时、随地、随心”的申卡体验。

 用卡方面,农行除了实现了7*24小时的用卡服务线上化外,还同步发力“商圈”和“生活圈”。今年以来,农行已与肯德基、必胜客、喜茶、盒马鲜生等30多家头部商户开展商圈代金券合作,最低6折起,覆盖全国近3万家商户门店。而农行得以布局“生活圈”,主要是依靠其“聚合支付”系列产品。一码通用,从而满足各类商户的收款需求,极大方便了客户的

通过近两年的数字化转型,中国农业银行在信用卡产品创新、营销推广和服务体验等各方面亮点频出。从近两年各项指标来看,农行信用卡业务稳健增长,取得了不俗的业绩。2019年,农行信用卡发卡量、消费额、分期交易额等主要业务增速均位列可比同业首位。截至2020年上半年末,累计发卡量已近1.3亿张。

 农行副行长崔勇日前接受了中国证券报记者的独家专访,他认为,得益于数字化转型,农行信用卡通过真金白银的投入,为客户打造最“真心”的产品体系,最“贴心”的使用体验,最“暖心”的营销活动,最“省心”的服务支持,最“安心”的账户保障,致力于成为客户的首选品牌。

用卡。在疫情期间,农行基于聚合支付产品,推出了“暖到家”收款、配送的一体化解决方案,打造“一刻钟便民生活服务圈”。

创新营销开拓增量

中国证券报:近年来,农行在信用卡营销方面探索很多,您能否介绍一下农行在信用卡营销活动方面的特色?

崔勇:农行推出的“乐”系列营销品牌,涵盖“乐享周六”等丰富的活动,人群覆盖广、促销形式多元,为广大客户提供多重用卡体验。考虑到活动的多样性,这里只简单介绍四个案例。

 首先,农行打造的普惠式信用卡返现活动——浓情相伴。对于新客户,无论申请何种卡片,只要微信交易满6笔18元,即可领取70元返现红包;对于老客户,只要消费达标,就可以天天享红包,每周拿返现,月月领卡券,红包最高666元,返现最高300元,真正将信用卡打造为一款会“赚钱”的产品。该活动开展两个月来,参与人次超1600万人次,累计实现消费超600亿元。

 其次,农行新上线的星级会员权益,涵盖美食、旅行、购物、健康等十大领域的上百项丰富权益,满足客户衣食住行的不同需求。

 再次,农行针对车主客群打造“百城千店汽车节”活动。推出了多款零手续费汽车分期产品,向客户提供了从线上看车、选车、申请分期和额度预审审批等系列服务。客户通过线上

商品巨头无风险套利“浮仓囤油”游戏再起

□本报记者 马爽 张利静

 9月16日,美国原油期货从近月01合约至09合约的价格依次递增,从40.3美元/桶到42.7美元/桶。这样的升水结构,通常意味着远期市场溢价,即未来价格将大概率上涨。在此推动下,近期买近抛远、无风险套利的“浮仓囤油”游戏再度兴起,即利用大型油轮拓展当前局促的石油储存空间,待价而沽。

 业内人士认为,在美元仍有进一步走弱的预期下,当前抄底油价或许正当其时。

大量资金囤积原油

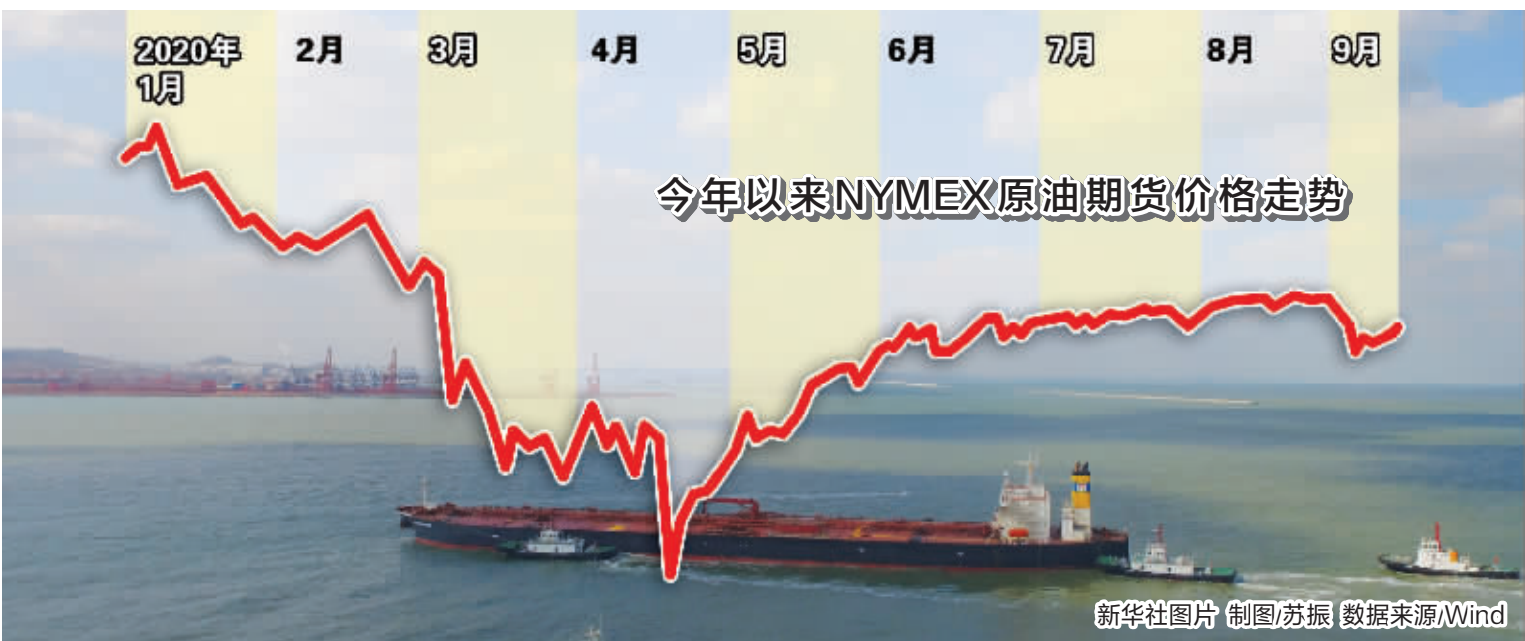
 低廉的价格,大概率上涨的预期,对于石油交易商来说,是很好的现货买入时机。据报道,一些石油交易商利用油轮将石油储存起来,准备在未来一段时期内出手获利,这其中,包括托克(Trafigura)、Vitol、Litasco和嘉能可(Glencore)等几家主要大宗商品交易商。最长租期达到3个月,超大型原油运输船(VLCC)储藏量再度上升。

 “这是买近抛远、无风险套利推动下的‘浮仓囤油’游戏。”美尔雅期货能化分析师黎磊向中国证券报记者表示,在供大于求的作用下,原油期货近月合约跌幅超过远月合约,形成近低远高的市场结构。如果期货与现货之间的价差能够覆盖仓储成本和资金成本,就构成了一个相对的无风险套利机会,推动交易商租油轮来囤积原油,并在期货市场上进行卖出套保,低买高卖之间就获得了价差利润。“浮仓囤油”并不是简单来赌未来油价会上涨,而是可以获得无风险收益,推动大量资金囤积原油。

 “这种囤油行为主要是一些大型国际石油公司才能参与,需要大量资金支持。”方正中期期货研究院原油首席分析师隋晓影表示。

 国内也有类似做法。今年3月中旬到5月中旬,国内原油期货相对于中东原油期货出现大幅溢价。“买中东原油到国内原油期货市场进行交割的利润最高达到80元/桶,从而推动国内外大量的原油贸易商买中东原油现货,然后卖出国内原油期货,从而赚取期现价差。”黎磊说。

 黎磊表示,当然油轮套利也存在一定的运费风险,浮仓套利中最大的成本就是油轮租金,在原油严重过剩的状态,内陆库容及油轮都变成了稀缺资源,若油轮运费随着套利活动而水涨船高,就有可能吃掉表格上计算出来的无风险利润。



仍处供给过剩状态

 当全球原油供给严重过剩,油价处于绝对低值时,容易诱发囤货活动。在上半年低油价运行过程中,作为石油消费大国,中国的需求一直不错。

 黎磊表示,我国作为全球原油消费第二大国,原油进口依赖度超70%,低油价能给我国炼厂节省大量的原料采购成本,节省了外汇储备。

 他分析,我国炼厂一般提前两个月采购国外原油。今年3月开始,国际油价跌至40美元/桶以下,炼厂趁机大量采购原油,并在5—8月集中到港。海关总署数据显示,5—8月我国原油进口量单月均超4500万吨,同比分别增加774万吨、1360万吨、1025万吨、531.3万吨。虽然进口量激增,但进口金额反而大幅下滑。5—8月,我国原油进口金额均未超过150亿美元,进口单价均低于320美元/吨,这就是低油价给我们带来的福利。

 “在原油严重过剩阶段,我国作为能源大国,消耗了大量的原油,缓解了全球原油无处安放的尴尬境地。由于近期汽柴油消费疲软,并未出现‘金九银十’的旺季特征,炼厂短期难以消化如此大的进口量,国内原油库存胀库,多数港口油轮滞期现象严重。从我国原油供需情况来看,原油仍处供给过剩状态。”黎磊说。

 隋晓影向记者表示,当前全球原油市场供需层面仍处在疫情后的恢复阶段,供应端以减

产的方式配合当前的低需求以支撑油价。目前对于原油市场来说,未来需求状况仍存在一些不确定性。一方面,三季度原油需求恢复速度显著放缓,近期三大能源机构均下调了今年全球原油需求预期。对于中美两大消费国来说,美国仍受疫情影响,石油需求恢复遭遇瓶颈。中国在上半年大量集中采购原油,当前国内原油商业库存处在高位,抑制了后期国内的进口需求。另一方面,进入9月以后,全球多国炼厂进入检修期,原油加工需求将出现季节性下降。整体来看,当前原油市场去库存情况出现放缓,供需基本面修复力度有所减弱。

油价抄底或许正当时

 值得一提的是,当前人民币对美元汇率升值明显的背景下,原油价格走势并未显著受到计价机制的影响,背后折射出全球经济微妙的变化。

 “近半年以来,美元指数大幅走弱,原油作为以美元计价的大宗商品,并未出现大幅上涨行情,从侧面说明原油需求整体疲软,尤其是欧美原油需求恢复动力不足,即使美元走弱也未能有效提振国际油价。另外,我国需求复苏不断提速,对原油需求是有利支撑。”黎磊分析,在人民币处于升值趋势下,投资者可以通过做多国内原油期货,做空布伦特原油期货,来享受人民币升值带来的红利。

 隋晓影表示:“欧美原油以美元计价,国内

渠道申请分期,10分钟即可知晓预审批结果。从“助力ETC”到“助力购车”,从服务“购车后”到服务“购车前”,农行不再只是完全基于数据端进行线上推广,而是实实在在走进客户生活。

 最后,今年农行大规模发展“家装分期”服务。在经营模式上,农行首创“家装商户联盟”,更好链接家装商户和有家装需求的客户;在营销方式上,农行联合国内家装头部品牌商家,通过电视媒体、线上直播平台等渠道开展合作。仅农行重庆分行一家举办的家装分期直播活动,就吸引了26万人次围观,销售货品1.7万单,销售金额近850万元。就目前数据来看,农行家装分期已深得客户青睐,未来农行将继续以“走进客户消费场景提供分期服务”为理念,尝试更多与时俱进的营销方式,在客户心中积攒更多的好感度。

金融科技保驾护航

中国证券报:近期,各大商业银行纷纷加大手机APP等渠道端的应用,成为银行业服务客户的重要流量入口。农行在这方面有什么举措?

崔勇:在移动智能的新时代,农行信用卡借助科技之力,搭建了一个以农行掌上银行APP、微信、电话为主体的“云客服”平台,开创了秒级响应、触手可及、7*24小时随时在线的智能客服新时代,让农行信用卡的服务无处不在。

 一方面,农行信用卡借助农行掌上银行APP,搭建集金融、消费、生活于一体的信用卡频道,为客户提供支付、分期、优惠活动展示、积分兑换、商城购物等内容。信用卡频道实现了“千人千面”动态加载产品和服务的功能。截至2020年6月末,农行掌银信用卡频道月均活跃用户数超1400万,掌银信用卡活动数月均超2500个,上半年已累计吸引400万客户参与。

 另一方面,农行信用卡还充分利用微信覆盖面广、客户活跃度高等优势,将“农业银行信用卡”微信公众号打造成精准触达、智能体验、多矩阵服务的银行品牌宣传及客户自助服务平台。农行早在2017年1月就在五大行中率先推出微信小程序,致力于更好连接“线上+线下”。截至目前,农行微信粉丝和小程序关注人数均超过2000万,在同业中处于领先地位。

原油以人民币计价,美元短线走弱对欧美原油形成支撑。长周期来看,在货币宽松背景下,美元仍有进一步走弱的预期,人民币持续升值对国内原油价格形成明显压制。”

 展望后市,黎磊分析,油价将呈先跌后涨的U型走势。需求方面,我国经济数据向好并超出市场预期,但欧美经济受疫情二次反弹影响依旧疲软,叠加全球炼厂进入秋季检修季,美国能源信息署(EIA)、国际能源署(IEA)、石油输出国组织(OPEC)三大机构纷纷下调2020年原油需求增量预期,或将打压四季度油价。随着新冠疫苗研发工作的顺利推进,市场对2021年原油需求增速信心满满,从而为2021年油价提供上涨动力。供给方面,从油价一钻机一产量的逻辑推断,美国页岩油将在11月份开始增产,增加供给端压力。OPEC+减产起到托底油价的作用,若油价跌至35美元以下,将促使OPEC+重新加大减产产量,以平衡全球原油供需。综上所述,近期在需求增速放缓、供给环比增加的趋势下,国际油价以弱勢为主。但2021年全球原油需求将处于快速恢复状态,届时油价将重回涨势。未来油价整体有望呈U型走势。投资者可以抓住低油价带来的机会,趁机做多油价,或买入未来将明显受油价上涨带动的低估值资产。

 隋晓影表示,短期来看,原油价格在经历了前期下跌后,整体波动区间将有所下移。从基本面来看,无明显的上行驱动力,在大跌企稳后维持区间震荡的概率较大。

民生银行:獐子岛9000万 融资并非新发放贷款

□本报记者 欧阳剑环

 对于獐子岛抵押扇贝融资一事,民生银行9月16日表示,媒体报道提及的民生银行大连分行对獐子岛集团股份有限公司9000万元融资,并非民生银行新发放的贷款,为存续贷款,担保方式为土地房产抵押、海域使用权及海底存货抵押,目前抵押物足值,企业正常付息。

 全国市场监管动产抵押登记业务系统信息显示,獐子岛集团近日将一批海底存货的虾夷扇贝抵押,从民生银行股份有限公司大连分行获得了9000万元融资。此消息一出,獐子岛股价在16日开盘后迅速飙升至涨停,截至收盘,报4.16元/股。

 此前,獐子岛集团在2019年1月、2019年9月、2020年5月和2020年6月已先后进行了四次动产抵押。

 具体来看,2019年1月,獐子岛集团将3条质量、状况良好的自动开壳生产线抵押给国家开发银行大连市分行,获得了4000万元贷款。2019年9月,将85690万个状况良好的虾夷扇贝抵押给民生银行大连分行,获得了1亿元贷款。2020年5月,将保管良好的11万斤海参抵押给农业银行大连长海支行,获得贷款1100万元。2020年6月,将保管状况良好的77.07亿枚虾夷扇贝抵押给农业银行大连长海支行,获得贷款4950万元。

券商加速上线基金投顾产品

 □本报记者 郭梦迪

 作为财富管理业务转型的一大抓手,基金投顾业务对试点证券公司的重要性不言而喻。9月以来,券商上线相关产品节奏明显加快。基金投顾试点业务开展至今已近一年时间,7家试点券商中有5家已经推出相关产品。

 业内人士认为,证券公司凭借多年财富管理转型积累的投顾团队以及依托卖方研究资源的资产配置能力,有望在获批机构中脱颖而出。

5家券商已上线

 2019年10月,证监会发布《关于做好公募基金证券投资基金投资顾问业务试点工作的通知》,公募基金投资顾问业务试点正式落地。今年2月,证监会批复了首批7家券商开展基金投顾业务,分别为国泰君安、银河证券、中信建投、申万宏源、华泰证券、中金公司、国联证券。基金投顾业务开展至今已近一年,公开资料显示,7家试点券商中有5家相关业务已相继落地。

 9月7日,中信建投证券推出基金投资顾问服务品牌“蜻蜓管家”。9月9日,中金公司财富管理业务平台中金财富推出专注于公募基金的投资顾问服务“A+基金投顾”。“A+基金投顾”融合了中金公司平台的研究实力、配置能力和财富规划积累。中金财富希望通过该服务,将长期服务高净值客户积累的能力提供给更广泛的投资者,助力客户投资目标的实现。

 此外,今年上半年,国联证券、银河证券和国泰君安均已上线基金投顾相关产品。国联证券在半年报中表示,公司4月21日完成首批客户的签约和交易,作为首家展业的券商,公司将基金投顾业务作为财富管理转型的重要抓手,通过投资者教育、员工培训、系统建设优化及创新合作模式,努力拓展业务规模,更好服务广大客户。截至报告期末,基金投顾从业人员474人,基金投顾业务签约总人数5150人,授权账户资产规模5.36亿元。

 中国银河半年报显示,公司“财富星—基金管家”项目于5月15日上线,截至报告期末,已向25家营业部开放,累计签约客户1270人,累计委托资产2400万元。

财富管理转型重要抓手

 在券商财富管理转型如火如荼的背景下,基金投顾业务对券商的价值不言自明。方正证券非银行金融组分析师左欣然认为,资管新规推出后,银行理财打破刚兑,净值化转型加速。同时,券商大集合产品的清理,也倒逼证券公司实现公募化、净值化转型。两大金融机构的转型改变了投资者的风险收益意识,以智能投顾为代表的、长期收益率趋稳的、适合中小投资者的基金投顾产品渐受关注。

 左欣然指出,基金投顾业务的竞争力主要取决于四大要素:客户基础、投顾团队实力、组合投资能力、产品丰富性。证券公司凭借多年财富管理转型积累的投顾团队以及依托卖方研究资源的资产配置能力,有望在获批机构中脱颖而出。

 不同机构从事基金投顾业务有不同优势,平安证券发布的研报认为,证券公司在投研人员和投研能力上有优势,同时也有一定的客户基础,综合实力相对较好。在证券交易佣金费率显著下滑的背景下,证券公司亟待做财富管理转型,基金投顾业务必然成为一个重要抓手。