

25年坐稳全球银行30强交椅

——浦发银行锐意改革创新纪实

朴欣

浦发银行25年发展取得辉煌成就,现已稳居全球银行1000强前30位和《财富》世界500强榜单;实现了规模效益结构质量的快速和协调发展,总资产由1993年最初成立时的87.5亿元增长到2017年年末的61350.6亿元,增长700倍,净利润从1993年的1.3亿元增长到2017年的542.4亿元,增长416倍,年均复合增长率接近30%。

聚焦主业服务实体经济

1月5日,浦发银行发布的业绩快报显示,2017年,浦发银行持续提升集团经营合力,营业收入和净利润保持双增长。

做好长远规划,积极服务国家发展。2017年5月,浦发银行海外棋局落子首选狮城,希望以此为支点,为“一带一路”建设提供强有力的金融支持。

“目前,浦发银行已将支持‘一带一路’建设纳入全行‘十三五’规划并作为其中的重要组成部分。”浦发银行行长刘信义介绍,浦发银行已在总行层面成立跨部门、跨板块的工作领导小组,切实发挥总行统筹、引领、谋划、协调、推进的作用,找准客户需求和业务定位,制定长短结合、循序渐进的金融规划,明确当期目标和长期策略,推进各分行发挥比较优势,积极参与区域内“一带一路”重大项目。

近年来,浦发银行围绕国家重大战略积极布局,充分发挥总部在上海的区位优势,加强对长江经济带建设的金融服务,积极支持立体交通走廊建设,配合推动产业梯度转移,积极支持上海“四个中心”、科创中心及自贸区建设,并在体制机制、产品服务和经营模式方面加大创新力度,在资源配置、考核激励等方面进行倾斜。

为实体经济服务是金融立业之本。在“与企业共同成长”发展理念指引下,浦发银行主动减费让利,规范服务收费,积极推动“降成本”。截至2017年6月末,浦发银行服务收费项目较2013年减少160项,累计让利约80亿元。同时,浦发银行通过单列小微信贷计划、创新信贷产品、以数字化手段创新推出“政采e贷”等小微企业服务模式,加大对小微企业的支持力度。截至2017年6月末,浦发银行工信部口径小微贷款申贷获得率高达94.6%。

浦发银行还大力发展绿色金融业务。截至2017年6月末,浦发银行绿色信贷余额占对公贷款比例为9.8%,率先在全国银行间债券市场发行500亿元绿色金融债券,累计投放金额达552.2亿元。

以客户需求为导向,以服务创造价值。浦发银行持续加大对医疗、教育、文化、旅游等民生消费领域的资金投放。截至2017年6月末,浦发银行已累计为70余万个人客户提供了消费信贷服务,消费贷款余额较年初新增152.7亿元,是2016年同期增量的1.8倍。

浦发银行创新科技金融服务模式,积极支持“四新”(新技术、新产品、新业态、新模式)经济发展,目前已建立由1个总行科技金

融中心、4家分中心、8家科技支行和31家特色支行构成的科技金融专业化经营模式。截至2017年6月末,浦发银行科技型企业客户2.1万户,较年初增长18.6%。

2017年12月26日,浦发银行发布国内首款智能APP,率先实现业内语音智能交互应用,引领银行服务迈入数字金融新时代。

“商业银行以往那种靠上规模、拼数量的外延式扩张老路已走到尽头,必须转向内涵式发展,全面提升服务效率和水平,以服务创造价值。”高国富说。

领衔“出海”构建国际网络

香港分行,是浦发银行首家境外分行。自2011年6月正式开业以来,浦发银行香港分行业务保持健康、快速增长。截至2017年6月末,总资产已经达到1531.59亿港元。同时,国际认知度极大提升。

2015年3月,浦银国际又在香港正式开业,为“走出去”企业提供“股债贷、境内外”一体化综合金融服务。2016年,浦银国际实现营收2.42亿港元,净利润1.33亿港元,较2015年全年分别增长103.44%和125.47%。

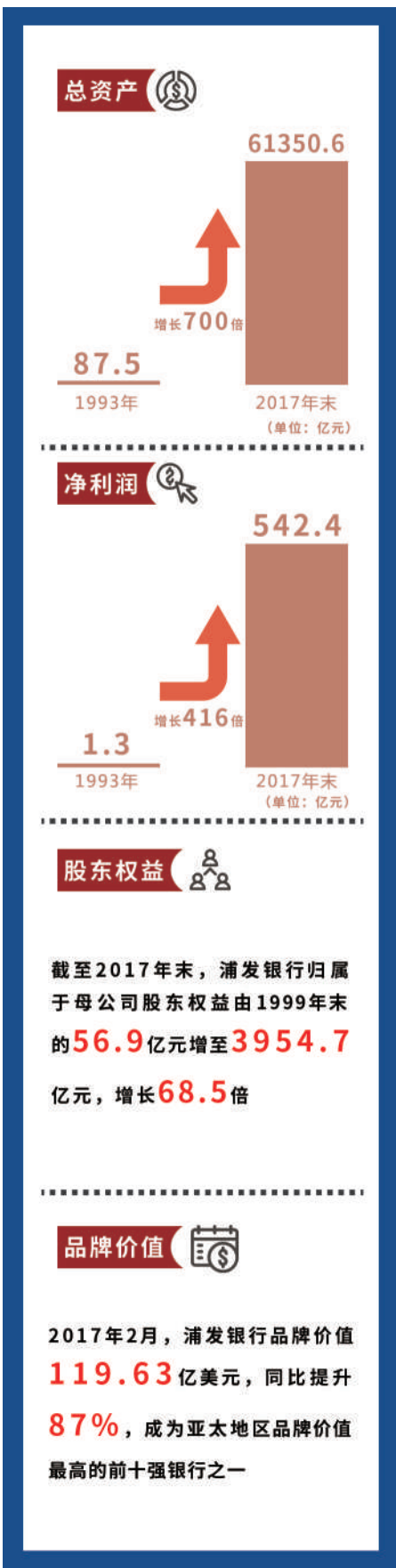
截至目前,浦发银行已经形成香港分行、新加坡分行、伦敦分行、浦银国际等为主体的国际化服务网络。

新加坡分行作为浦发银行在中国以外的第一家境外分行,经营范围覆盖东盟国家、印度、中东地区、澳大利亚和新西兰等区域,重点服务“走出去”的中资客户和经营区域内的当地企业和跨国公司,以及希望进军中国市场的当地和外资企业等。

“随着新加坡等其他海外分行的陆续开业,香港分行可以与兄弟分行展开银团贷款、债券承销等领域的多样合作,为浦发银行境内外客户提供覆盖面更广的全球一体化综合金融服务,从而更好地服务于‘一带一路’倡议的落实,更好地支持中资企业‘走出去’。”浦发银行香港分行行长张丽说。

伴随浦发银行“出海”进程的推进,浦发银行国际知名度和美誉度快速提升,2017年2月,国际专业品牌价值咨询公司Brand Finance与英国《银行家》杂志联合发布全球银行品牌榜单,浦发银行品牌价值119.63亿美元,同比提升87%,成为亚太地区品牌价值最高的前十强银行之一。

25年风雨兼程,浦发银行创造了传奇。高国富表示:“新时代、新征程,浦发银行已开启新一轮发展征途,坚持‘回归本源、突出主业、做精专业、协调发展’经营理念,加快转变发展方式,优化发展结构,转换增长动力,实现可持续发展,为‘全面提升综合化金融服务能力,打造高绩效全能型银行集团’不懈奋斗。”



制图:张丹峰

改革创新释放发展活力

浦发银行是自《商业银行法》《证券法》颁布实施后,成立的首家规范上市的股份制商业银行,这是中国商业银行改革的重突破。

中国加入WTO以后,浦发银行率先引入国际大行作为战略投资者,在治理结构、经营管理等方面与国际通行规则接轨,向国际现代商业银行迈进;在行业内,浦发银行率先进行扁平化矩阵式组织架构改革,探索建立与国际接轨的银行组织体制……

25年艰辛探索,浦发银行形成了一套“结构合理、程序严密、决策科学、运作高效、协调有序”的公司治理机制,党组织在公司治理中的领导核心和政治核心作用持续增强,形成了科学高效的决策、执行和监督机制。

25年改革奋进,浦发银行持续强化战略管理,提出了“打造具有核心竞争优势的现代金融服务企业”的战略愿景;明确了建设金融旗舰企业,按营收排名进入《财富》“世界500强”的战略使命,以及打造“高绩效全能型银行集团”的总体战略目标。

目前,浦发银行已在多个细分市场领域形成了竞争优势。对公业务持续保持市场领先优势,2016年末对公贷款余额居同类型银行首位,金融市场业务持续较快发展,业务规模和创收能力居同类型银行前列,其中资产管理业务余额居股份制银行第二位。零售业务加快发展,对全行增长的贡献度显著提升,2016年末零售贷款余额位居同类型银行第二位,新增额居第一位。

浦发银行以优质专业化经营,不断改进服务,保护金融消费者合法权益,持续为国家、股东、员工、客户和社会公众创造价值。截至2017年末,浦发银行归属于母公司股东权益由1999年末56.9亿元增至3954.7亿元,增长68.5倍。

通过实施新一代核心信息系统建设,加强金融科技应用,构建“轻前台、强后台、稳内控”的集约化运营新模式,着力推进全行数字化转型,为浦发银行的长期可持续发展奠定了坚实基础。

“从国际国内同业最佳实践看,坚持科

线上线下“双管齐下”,为无车人士构建全新汽车共享平台,方便用户随时随地随需所用;为有车人士打造综合汽车生活服务平台,满足用户全方位的汽车生活和服务需求

2017年12月12日,神州优车集团在北京举行战略发布会,宣布推出新一代汽车生活平台,未来将致力建设全新的人车生态圈。据介绍,神州优车新一代汽车生活平台将推动线上线下“双管齐下”,为无车人士构建全新汽车共享平台,方便用户随时随地随需所用;为有车人士打造综合汽车生活服务平台,满足用户全方位的汽车生活和服务需求。

神州优车董事长兼CEO陆正耀表示,神州优车正通过标准化、高品质的服务努力提升用户体验。在新战略的推动下,神州优车将与服务并举,实现从重资产向重服务转变。

共享是汽车生活的重要方式

根据公安部交管局发布的数据,截至2017年6月底,全国机动车保有量达3.04亿辆,其中汽车2.05亿辆,汽车驾驶人3.28亿人。这意味着国内有1.2亿有证无车的“本本族”,且这一数字每年在快速增长。然而由于道路等资源限制,国内汽车保有量正逐步逼近天花板,部分一线城市已实行汽车限购、限行等措施。

“无论现在还是将来,人均拥有一辆汽车并不现实,共享是汽车生活的重要方式。”陆正耀说。

在神州优车,共享始终是其发展战略中紧扣的命题。据了解,神州优车旗下的神州租车与神州专车同属出行板块,二者均采用B2C(企业对终端消费者)形式推动共享出行。

作为国内最大的租车公司,神州租车成立10年以来,车队规模已超过10万辆,覆盖国内300多座城市;神州专车在全国60多座大中城市提供即时用车服务,坚持“高品质服务,差异化运营”,与出租车形成良性互补。

陆正耀认为,即使无人驾驶时代到来,也会有一部分人选择买车,消费者会根据自身条件,结合利用率,来决定是共享还是拥有汽车。

将用户体验放在首位

在北京五环区域内,打开神州租车APP,寻找附近租车点,用户会发现这些租车点密布在周围几百米内,下单即享送车上门服务。

为了将服务做到极致,神州租车2017年前三季度投入30多亿元采购新车,已成为国内最大的单一汽车采购商。截至目前,神州用户总数超过5600万,管理的汽车数量超过了30万辆,自驾租车车队平均车龄保持在16个月以内。

陆正耀表示,只有重视标准化服务,才能真正做到安全、专业,并在运营中兼顾成本结构与用户体验。

2017年上半年,神州专车实现毛利转正,这给一直盈利状况不佳的网约车行业传递了一个积极信号。当用户体验产生的溢价大于成本结构时,企业发展才会持续向好。

由于城市交通存在波峰和波谷,只依靠动态定价会造成不好的用户体验。神州专车以自营车辆为主,高峰时补充“U+”社会车辆,通过“自营+整合”的服务方式,不“任性”加价。同时,神州专车还持续强化应用场景,从孕妈专车、无霾专车,到明星专车、金领司机等,满足不同用户的个性化需求。

搭建新一代汽车生活平台

家住北京望京的金融公司高管张先生是神州的老用户,他说:“原来家里有三辆车,用神州租车后,就把限行代步车卖了;有神州专车后,我爱人的车也卖了。我们都在国贸上班,开车很累,而且每天的停车费就够够专车了。”

随着90后等新一代消费群体的崛起,汽车生活服务需求也在不断变化。陆正耀介绍,推出新一代汽车生活平台后,神州租车将打造全新汽车共享平台,满足无车用户所需,从简单代步车逐步发展到更多个性化车型,比如特斯拉、房车;租车期限会从日租、月租、年租,到未来的分时租赁等。

为解决汽车服务体系中维修价格高、价格不透明等现状,神州优车针对私家车主将打造全新的综合集成服务平台——神州车管家,为用户提供保险理赔、道路救援、车务代办、维修保养、二手车交易等管家式服务。

神州优车整合神州买买车、神州车闪贷、神州租车和专车等相关服务,线下将建立新的“神州车码头”。目前,神州租车在全国有超过1000家实体店,神州买买车在100多个城市都开设了4S店标准的门店,加上之前在新能源汽车、互联网保险等领域的布局,神州优车将整合内外资源,构建一站式、标准化综合实体服务网点。

在神州优车看来,将线上与线下相结合,可满足全部汽车生活所需。神州优车在成本端集中采购、集中管理,成本更低;客户端则把一辆车“切碎”了卖服务,消费门槛更低,让用户更省钱。

神州优车推出新一代汽车生活平台

叫车更便捷 养车不操心

敬艺

《2017年第四季度中国主要城市骑行报告》发布

共享单车骑行活跃度持续上升

池 邑

近日,交通运输部科学研究院、城市智行信息技术研究院与ofo小黄车共同发布了《2017年第四季度中国主要城市骑行报告》(简称《报告》)。《报告》从单车使用、节能减排、健康贡献、停车设施、服务环境和文明骑行等6个层面,对北京、上海、广州、深圳、天津等国内20个主要城市的骑行状况展开综合对比分析,并以骑行指数的形式进行了评估。

《报告》显示,2017年第四季度全国共享单车骑行活跃度持续上升,第四季度城市骑行指数增长至68.6分,较第三季度提升2.5分,上涨近3.8%,相比第一季度增长达28%。深圳成为第四季度全国城市骑行指数的第一名,珠海成为第四季度最大黑马,提升超过16个名次。

交通运输部科学研究院相关负责人表示,共享单车两强格局日趋明显,以ofo小黄车、摩拜为代表的实力品牌在巩固国内市场的同时,正在加速海外布局和精细化运营策略的推进。

文明骑行指数不断升级

《报告》显示,与第三季度相比,第四季度多个城市的骑行指数排名大幅提升,其中深圳以82.1的总分位列第一,荣登骑行指数榜首;成都、北京紧跟其后位列第二、第三;珠海、广州、上海、石家庄、杭州、武汉、昆明分别位列第四至第十名。其中,珠海从第三季度的20名之外攀升至第四季度的第四名,成为骑行指数排名上升最快的城市。



北京市民在街头扫码解锁ofo小黄车。

资料图片

在地区分布上,全国六大区域骑行用户活跃度持续升高。其中,中南地区以30.95%的用户活跃度涨幅成为共享单车骑行热土,华东地区、华北地区紧随其后。值得注意的是,经过2017年的投放普及与市场沉淀,共享单车在全国范围内的地域布局呈现均衡发展,在起步相对较晚的西北、西南和东北地区,骑行活跃度均呈现较大幅度的增长;共享单车服务正逐步向二三线城市下沉,其中西南部地区骑行活跃度上升尤为明显。

从2017年第二季度开始,国家对共享单车频出新政,对行业发展的鼓励政策也

陆续落地,更好的政策环境正在形成。第四季度政策环境水平持续上升,比第一季度提升12.8%。

从数据看,第四季度大众文明骑行指数稳步上升。在文明骑行方面,单车破坏率最低的杭州被评选为“文明骑行程度最高”城市,成都、石家庄、南京、武汉等城市文明骑行程度分列第二至五位。

第四季度节能减排水平持续上升,主要20个城市节能减排较第三季度提高11.5%,南方城市整体节能减排水平上升明显。其中,珠海荣登第四季度“节能减排贡献最大”城市,成为增速最快城市。随着市