

湖北今年将向中小民企放贷 182 亿元

据新华社电 记者从湖北省经济与信息化委员会获悉,全省各金融机构近日联合承诺今年内向中小企业、民营企业放贷 182 亿元。据悉,这一目标一旦实现,将创该省面向中小民营企业放贷额的历史新高。

据介绍,湖北省银企合作长效机制已初步建立。全省中小企业数到 2009 年底达到 13739 家,5 年间翻了一番。同时,全省各金融机构向重点中小企业、民营企业的承诺贷款额度正逐年增加,而中小企业贷款余额也逐年增加,5 年间增加了 1 倍多。

担保机构壮大,使中小企业金融生态不断改善。目前,全省注册资本亿元以上担保机构达到 31 家,大大增强了各商业银行对中小企业贷款的信心。各家金融机构积极创新,量身定做了贸易融资、供应链金融等适合中小企业需求特点的金融业务。

此外,湖北有关部门还定期为中小企业搭建融资服务平台,其中,武汉市正探索面向中小企业发行集合贷款信托产品,深受企业和投资者欢迎。目前,该市的集合票据、集合债券产品已相继获批,即将发行。

安联保险完成“分转”

证券时报记者 伍超

本报讯 记者从安联保险获悉,安联保险广州分公司已于近日分别完成了包括工商注册登记在内的相关手续,其“分转”改建工作已经结束。安联财产保险(中国)有限公司于 7 月 1 日起已正式对外开业。

改建后的安联财产保险(中国)有限公司是一家由德国安联保险公司单独出资的总部设于广州的外商独资法人保险公司。该独资子公司可以申请在广东省以外的省、自治区、直辖市设立分支机构、开展业务。

华安保险推出 3 款全新高端客户意外险

证券时报记者 秦利

本报讯 近日,华安保险与招商银行携手推出“乐活人生”、“悠然人生”、“尊享人生”三款全新高端客户意外险,为广大客户提供更全面的保障。

这三款针对不同高端客户群体量身设计的全球保障高额意外险,每天只需投入不到 25 元,即可享受最高保额达 2000 万元的航空意外身故等 11 项保险责任,以及包括 24 小时全球紧急救援、商旅出行助理、奢侈品礼遇等 12 项增值服务。

据介绍,三款产品中的“乐活人生”为招商银行一卡通金卡以上客户量身打造;“悠然人生”针对招商银行金葵花理财级别或以上客户;“尊享人生”针对招商银行金葵花理财钻石卡或私人银行客户提供保险服务。

中信信用卡发卡进入“秒时代”

证券时报记者 郭力

本报讯 日前,中信银行信用卡中心在深圳正式推出信用卡现场发卡服务,将发卡时间压缩至 92 秒。这不仅创下了中国信用卡发卡的最快纪录,更标志着传统信用卡经营模式的大力创新。

相比传统发卡模式下繁琐的流程和耗时月余的等待时间,中信银行推出的全新现场发卡模式仅需资料初审、录入质检、自动审批和现场制卡四个环节即可完成整个周期,将发卡时间大大压缩——只需短短 92 秒,申请人就能拿到卡片并使用。实现了发卡速度与风险控制的良好结合。据了解,中信信用卡中心计划在年内逐步扩大该业务在全国的应用范围。

券商非限定型集合理财产品收益惨淡

成立超过 6 个月的上半年最高亏损幅度达 25.13%

证券时报记者 韦小敏

本报讯 据上海朝阳永续信息技术有限公司提供的数据显示,截至今年上半年,成立超过 6 个月的券商集合理财产品中,非限定型产品无一实现正收益,排名垫底的产品亏损幅度高达 25.13%。其中,6 月份券商集合理财产品平均收益为-3.24%,股票型产品平均亏损了 4.53%,债券型产品微亏 0.51%。

数据显示,6 月份,非限定型产品中排名垫底的东吴证券“财富 1 号”单月亏损就达到了 12.31%,而并列第一的“安信理财 2 号”和“君享精品基金 1 号”也仅仅是保持了不盈不亏,两只产品的收益率皆为 0。

就上半年收益而言,成立超过 6 个月的非限定型产品中,无一实现正收益。中金旗下的“中金策略”和“中金策略 2 号”表现最差,分别亏损了 25.13% 和 24.12%。大通证券旗下的“星海 1 号”上半年微亏 0.45%,在非限定型产品中排名第一。

不过,值得一提的是,今年上半年成立的 32 只非限定型产品中,则有 6 只产品获得了正收益,排名前两位的来自于东方证券旗下的小集合产品

“先锋 2 号”和“先锋 1 号”,收益率分别为 0.99% 和 0.63%。

在非限定型产品疲弱之时,限定型产品则显示出了熊市稳健的特点。其中,货币型产品上半年全部取得了正收益,国泰君安旗下的“君得利 1 号”,以 2.46% 的收益率排名货币型产品第一。同时,64.29% 的债券型产品取得了正收益,其中,“兴业卓越 1 号”、“国泰君安君得惠”和“中金强债”分别以 5.52%、4.28% 和 3.70% 的收益率排名前三甲。

业内人士称,非限定型产品是今年上半年新发产品的主流,但因为正在运作的产品表现不佳,募集情况也受到了影响。数据显示,今年上半年有 40 款券商集合理财产品成立,共募集资金 321.08 亿。其中,5 月份的发行规模仅为 17 亿元,6 月份的发行数量则仅为 4 只。不过,有业内人士认为,上半年券商集合理财产品业绩不佳,主要还是受系统性风险影响。目前市场下跌空间有限,上升空间相对较大,相信随后一段时间产品业绩会有所提升。

混合型券商非限定型集合理财产品上半年收益一览

Table with 4 columns: Product Name, Annual Return Rate, Product Name, Annual Return Rate. Lists various fund products and their performance metrics.

(备注:以上产品皆为成立 6 个月以上)

2 年完成 100 亿信贷,超过前 20 年总量

招行小贷中心未来要做大客户孵化器

该行小企业信贷中心总裁杨少伟详解小贷业务

证券时报记者 罗克关

编者按:大型商业银行怎样专注于小企业信贷?什么样的运作模式具备商业价值?

在银监会 2008 年正式下发《中国银监会关于银行建立小企业金融服务专营机构的指导意见》(银监发【2008】82 号文,下简称“《意见》”)之后,包括国有商业银行以及各大股份制银行均建立了小企业信贷专营机构。

到目前为止,这些机构的营运状况究竟怎样?每家银行的小企业信贷专营机构怎样运作?哪种运作模式最具商业价值?本报自今日起将推出“关注小企业信贷”系列报道,尝试将目光聚焦在各家银行在这项业务上做出的种种探索。

2008 年 6 月 18 日,时任招行苏州分行行长的杨少伟正式走马上任招商银行小企业信贷中心总裁。

但是这个总裁并不好当,招行小企业信贷中心的目标是开拓全行信贷需求 500 万-1000 万之间的小企业市场,并为分行输送成熟的对公客户。但自招行创立到小企业信贷中心成立,积 20 年时间和 30 家分行之力,这块业务累计总量只有 100 亿不到。而且除了苏州总部,所有的营销网络必须从零开始铺设。

转眼两年过去,杨少伟已在苏州、上海、深圳、杭州、南京、宁波、东莞等发达城市建立了 11 家区域总部,共 20 多家分中心。两年间,招行小贷中心积累了 1800 个小企业客户,贷款规模亦一举超过招行此前 20 多年的总量,达到 100 亿以上。

杨少伟笑称,招行小贷中心实际上已经相当于国内网络和业务规模最大的小额贷款公司。我们争取三年后形成 50-60 家分中心的网络,贷款量要做到 500 亿左右的水平。客户规模形成 1 万户左右,这些客户会按每年 10%-20% 的速度转化为分行的成熟客户。”杨少伟很坦率地对记者表示。

20 万成本实现 200 万盈利

证券时报: 招行的小贷中心架构

和其他银行有很明显的不同,就是自建营销渠道和销售队伍,为什么采取这种模式?

杨少伟:主要体现在销售效率上。我们和分行不一样,不吸收存款,也不搞中间业务,只是放贷款,相当于招行体系内的一个小贷公司。由于在前端建立了实体的营销渠道和专业的营销团队,小贷中心在业务覆盖面上能够适应全国市场的需要,业务增长也非常迅速。我们在两年不到的时间里积累下 1800 个小企业客户,总贷款规模也突破了 100 亿。而且这 1800 个客户全部是新增的,不是招行原有的小企业客户。

证券时报: 从同业经验来看,成本和风险控制是整个业务模块盈利与否的关键,招行小贷中心在成本控制方面采取了怎样的措施?

杨少伟:专业化就可以节约成本。搞了专业化以后,既有效率也节约了很多人力成本。像审贷官,我们不是每个中心都设立,而是集中在总部一起审;而且,我们的中后台都是集中的,包括档案管理都是电子化的,审贷也是电子化的,所有都能节约成本。

我们主要的成本是人力资源。我们现有 400 人的专业队伍,其中 50% 分布在各地做客户经理,另外 20% 左右是风险经理。其他的都集中在苏州,



截至今年上半年,成立超过 6 个月的券商非限定型集合理财产品无一实现正收益。

包括审贷官、综合人员、操作人员和管理人员等。

我们测算过,客户经理如果专业从事小企业信贷,每人管护在 30 户左右,贷款量在 1.5-2 亿,单户平均贷款 500 万左右。现在平均的贷款利率在 6% 左右,扣除其他资金成本和风险拨备成本大概 4%,净利差在 2% 左右。这就意味着 1 个亿的贷款,产生的利润就有 200 万;而每个客户经理每年的成本大概在 20 万左右。如果能够做到 2 个亿贷款,利润就有 400 万,人力成本也只有 30 万左右。

以后业务量的增长,主要和营销队伍的扩大相关。我们现在还在不断地铺分中心,争取三年做到 50-60 家分中心,贷款量 500 亿左右规模,按 2% 的净利差来算已经有 10 个亿的净利润。到时预计营销队伍在 900-1000 人左右,整个成本是能够控制得住的。

5 年后积累 1 万户客户

证券时报: 小贷中心在战略定位上有否考虑过为分行输送成熟对公客户?

杨少伟: 考虑到这个问题。小企

业中心的网络等于是招行最初的客户发现端和客户筛选端。我们的任务有两个,第一是做价值客户,为招行未来在市场上赢得更多的客户打下基础。招商银行成立 20 年以来,整个贷款客户群体也就 1 万多户;而我们在操作两年之后,客户群体已经接近 2000 户了,我们的目标是通过 3-5 年的运作,存量客户也要达到 1 万户的水平。

我们现在做的是 1000 万以下的贷款市场,客户的需求逐步大到 2000 万、3000 万,就移交分行,这就从小企业迈入中型企业的序列。

证券时报: 3-5 年要积累 1 万户客户,其中有多少会转化为对公的成熟客户?

杨少伟: 我估计这个比例会有 10%-20%,也就是 1000 户以上的小企业客户会转化为中大型企业客户。其实全国范围内真正大型企业并不多,按统计局的口径,真正的大企业就只有 3000 户。大部分是中小企业,因此,小企业客户到一定程度就要转给分行管理。

关注 小企业信贷

关于通过安信证券开办旗下部分开放式基金定投业务并调整部分开放式基金定投起点金额的公告

为满足广大投资者的理财需求,长城基金管理有限公司(以下简称“本公司”)将自 2010 年 7 月 7 日起在安信证券股份有限公司(以下简称“安信证券”)开通长城久恒平衡型证券投资基金(前端收费 200001)、长城久泰中债 300 指数证券投资基金(前端收费 200002)、长城货币市场证券投资基金 020003、长城消费增值股票型证券投资基金(200006)、长城安心回报混合型证券投资基金(200007)、长城久富核心成长股票型证券投资基金(L0F)(162006)、长城品牌优选股票型证券投资基金(200008)、长城稳健增值债券型证券投资基金(200009)的定期定额投资业务(以下简称“定投业务”)。

五、申购金额 投资者可到安信证券申请开办定投业务并约定每期固定的投资金额,该投资金额即为申购金额,每只基金每期申购金额最低为人民币 300 元(不设级差),定投业务不受日常申购的最低申购限制。 六、交易确认 以每期实际扣款日(T)日的基金份额净值为基础计算申购份额。基金份额确认日为 T+1 日,投资者可在 T+2 日到安信证券基金销售网站查询基金申购确认情况。 七、其它 定投业务办理的具体时间、流程及变更和终止以安信证券的业务规则为准。同时,经与安信证券协商一致,本公司决定自 2010 年 7 月 7 日起,对旗下已经在安信证券开通定投业务的基金的定投起点金额进行调整,具体事项如下: (一)适用范围 长城双动力股票型证券投资基金 020010、长城景气行业龙头灵活配置混合型证券投资基金 200011。 (二)调整方案 自 2010 年 7 月 7 日起,上述基金在安信证券的定投起点金额将统一调整为人民币 300 元。若本公司规定的基金定投起点金额高于 300 元,则以本公司规定为准。 (三)风险提示 本公司承诺以诚实信用、勤勉尽责的原则管理和运用基金资产,但不保证基金一定盈利,也不保证最低收益。投资者投资基金前应认真阅读基金合同、招募说明书。 (四)业务咨询 1. 长城基金客户服务热线:400-8868-666,网址:www.cfund.com.cn; 2. 安信证券客户服务热线:0755-82825555,网址:www.essence.com.cn; 3. 本公司的解释权归长城基金管理有限公司。 特此公告。

长城基金管理有限公司 2010 年 7 月 6 日

股票代码:600132 股票简称:重庆啤酒 公告编号:2010-027

重庆啤酒股份有限公司 2010 年第二次临时股东大会决议公告

特别提示 本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整,对公告的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。 重要内容提示: 本次会议无否决或修改提案的情况; 本次会议有新提案提交表决的情况; 本公司董事会于 2010 年 6 月 25 日接到持有本公司有表决权股份 32.25% 的大股东重庆啤酒(集团)有限责任公司书面通知,提出在本次股东大会上增加 赋予修改重庆啤酒股份有限公司章程的议案,经本公司董事会审核后,将上述议案提交到公司 2010 年第二次临时股东大会审议,并于 2010 年 6 月 26 日在《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》、上海证券交易所(www.sse.com.cn)上刊登了相关公告(详见公告临 2010-026)。 上述会议召开和出席情况: 重庆啤酒股份有限公司 2010 年第二次临时股东大会于 2010 年 7 月 5 日上午 9 点 30 分在公司北部新区分公司接待中心三楼会议室准时召开,出席会议的股东及授权代表共计 78 人,代表股份数 33256.6655 万股,占公司总股本的 68.72%。 二、提案审议情况: ①审议通过 赋予重庆啤酒(集团)有限责任公司向嘉士伯啤酒(香港)有限公司转让本公司 12.25% 股份的议案; 同意公司控股股东重庆啤酒(集团)有限责任公司以协议方式将其持有的本公司 12.25% 的股权,计 59,294,582 股,以人民币 40.22 元/股的价格,计 2,384,828,088.00 元,转让给嘉士伯啤酒(香港)有限公司; 上述股权转让完成后,嘉士伯啤酒(香港)有限公司与其关联公司嘉士伯啤酒有限公司合计持有本公司 29.71% 的股权,计 143,794,582 股,嘉士伯啤酒(香港)有限公司与嘉士伯啤酒有限公司控股股东嘉士伯啤酒(集团)有限公司同为嘉士伯啤酒(香港)有限公司的实际控制人。 与本案交易各方相关联的股东回避表决,所持表决权股份未计入本议案有效表决权股份总数。 表决结果:赞成 33242.6997 万股,占出席会议股东有表决权股份的 99.958%; 反对 5.13 万股,占出席会议股东有表决权股份的 0.0558%; 弃权 13.2699 万股,占出席会议股东有表决权股份的 0.1442%。 ③审议通过 赋予修改公司章程的议案;具体内容如下: (一)修改《公司章程》第四十条 原章程第四十条第(五)项之后增加下列内容作为第(六)项,原第(六)项顺延为第(七)项: (十六)审议在 2015 年 12 月 31 日前发生的下列事项:(a) 公司对所持重庆佳辰生物工程股份有限公司(以下简称“佳辰生物”)的股权进行处置;(b) 佳辰生物的增资或减资,以及(c) 佳辰生物公开发行股票并上市; (二)修改《公司章程》第七十七条 原章程第七十七条第(五)项之后增加下列内容作为第(六)项,原第(六)项顺延为第(七)项: (六)审议在 2015 年 12 月 31 日前发生的下列事项:(a) 公司对所持佳辰生物的股权进行处置;(b) 佳辰生物的增资或减资,以及(c) 佳辰生物公开发行股票并上市; (三) 公司股东大会决议事项及《公司章程》的附件,上述修改提议所涉及的相应内容一并修改。 以上提议的对《公司章程》和公司股东大会决议事项的修改应当自重庆啤酒(集团)有限公司向嘉士伯啤酒(香港)有限公司转让公司 12.25% 股份之行为完成之日起生效,该等股份转让完成以后在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司办理完毕过户登记手续为止。 表决结果:赞成 33242.6997 万股,占出席会议股东有表决权股份的 99.958%; 反对 5.13 万股,占出席会议股东有表决权股份的 0.0558%; 弃权 13.2699 万股,占出席会议股东有表决权股份的 0.0266%。 三、律师见证情况 本次股东大会由重庆天元律师事务所重慶律師现场见证,并出具法律意见书,律师认为公司本次股东大会的召集和召开程序、出席会议人员资格、表决程序等事宜,均符合《公司法》、《上市公司股东大会规则》及《公司章程》的规定,本次股东大会通过的决议合法有效。 四、备查文件目录 1. 经与会董事签字确认的 2010 年第二次临时股东大会决议; 2. 律师法律意见书。 特此公告。

重庆啤酒股份有限公司董事会 2010 年 7 月 5 日