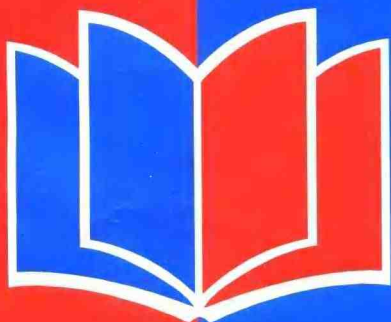


牡丹卡优秀论文集

中国工商银行银行卡业务部 编



中国金融出版社

责任编辑:邓瑞锁
封面设计:张 杰
责任印制:郝云山

图书在版编目(CIP)数据

牡丹卡优秀论文集:1999年/中国工商银行银行卡业务部编.

北京:中国金融出版社,1999.1

ISBN 7-5049-1933-0

I. 牡…

II. 中…

III. 信用卡-银行业务-中国-文集

IV. F832.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 06353 号

出版:中国金融出版社

发行:

社址:北京广安门外小红庙南里3号

邮编:100055

经销:新华书店

印刷:北京印刷厂

开本:850毫米×1168毫米 1/32

印张:15

字数:405千

版次:1999年1月第一版

印次:1999年1月第一次印刷

印数:1—5200

定价:15.20元

序

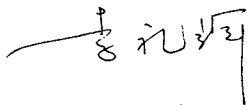
银行卡业务是十分活跃的新兴业务,在商业银行的业务创新和发展中占有重要地位。九年前,中国工商银行推出第一张自己的银行卡——牡丹卡。九年来,牡丹卡产品种类不断增加,服务功能不断创新,业务规模不断扩大,各项主要业务指标在国内银行同业间名列前茅,牡丹卡业务显现出勃勃生机。牡丹卡创业者们以其“一切为了持卡人”的服务理念和经营实践,赢得了社会的信赖和支持,牡丹卡成为工商银行占领业务市场、竞争优质客户的有力武器。

银行卡业务有别于传统银行业务。它不以利息为主要收入来源,而是利用银行的技术和资源优势,为银行卡客户提供消费支付、现金存取、转账结算等方方面面的金融服务,获取各项服务费收入,在不改变银行资产规模的情况下,创造更多的效益。银行卡业务主要是在消费领域为企业和个人提供服务。随着社会经济的发展,城乡居民的支付能力和消费需求不断提高,个人金融服务将变得越来越重要,商业银行在个人金融服务领域的经营状况将在很大程度上影响它的竞争力。因此,作为个人金融服务主要工具的银行卡业务,在商业银行的经营发展上具有巨大的动力和潜力。

随着银行卡市场竞争的加剧以及客户对金融服务要求的提高,工商银行牡丹卡业务中的若干薄弱环节逐渐显露出来,办卡周期长、通存通兑范围小、售后服务薄弱、客户投诉得不到及时有效处理等问题已经引起全行的重视。这些问题实质上反映了牡丹卡业务发展初期外延型粗放式经营模式已不能适应业务发展的需要,必须转变到以服务 and 效益为中心的内涵型集约化经营模式上来。为了适应这种战略转变,全行牡丹卡业务工作者必须加强学习,更新观念,不断提

高业务素质和工作能力。

这本《牡丹卡优秀论文集》汇集了“庆祝发卡八周年牡丹卡论文评选活动”中的获奖论文。论文从实际出发,论据比较充分,分析比较深刻,意见和建议比较切实可行,值得全行各级经营管理人员认真阅读。

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized character followed by the characters '礼' and '理'.

1998 年 11 月

目 录

一等奖

从中间业务谈发展牡丹卡业务的

战略和策略	金海莹	恽冰舒(3)
牡丹卡集约化经营管理初探	陈少玲	夏凤芹(17)
现行牡丹信用卡担保制度的不足与完善	柯哲立	(24)
扬长避短 实行牡丹卡数据集中处理	汪忠谟	(32)

二等奖

浅析信用卡结算存在的问题及建议	马林海	(41)
信用卡市场营销策略研究之管见	缪少华	(47)
牡丹卡业务纵深发展策略	毛建政	(53)
开展代收代付业务 提高市场竞争实力	张 霞	(60)
信用卡业务经营效益最大化探讨	邓跃华	严 桦(69)
试论信用卡业务风险及防范对策	丁安国	(74)
拓展信用卡消费信贷功能 培育新的利润增长点	陆少萍	(83)
牡丹卡发展与服务创新	杨少华	王存义(89)
对牡丹卡消费市场的分析和研究	徐 静	李文胜(95)
浅议牡丹卡市场营销	钟 莉	(101)
对牡丹卡促销活动的分析研究	朱光琼	田仕平(107)

三等奖

对阻碍信用卡业务发展若干问题的思考	周岱林	刘 强(115)
牡丹卡业务在工商银行经营管理中的作用	刘学芹	(120)
外卡收单业务的拓展与风险防范等系列 问题的探讨	梁云炬	林文达(126)
信用卡欺诈及其防范对策	邢志兴	(134)

浅谈联名卡业务的发展前景及策略·····	李新明(141)
浅谈牡丹卡业务风险的种类、成因及其防范·····	胡光亚(146)
建立信用卡风险等级防范制刍议·····	郑泰斌(157)
关于完善和提高牡丹卡业务应用系统的 几点建议·····	陈运乐(163)
怎样提高牡丹卡服务质量·····	张瑞平(169)
信用卡担保规定探讨·····	于崇刚(174)
经济欠发达地区发展牡丹卡业务 难点及对策·····	梅 赞 卢晓秋(178)
浅谈牡丹信用卡章程、协议中的法律问题·····	徐 颢(184)
信用卡市场营销策略研究、分析·····	区林迪(189)
建立资信调查立体网络 防范信用卡犯罪·····	祝玉妹(196)
拓展代收代付业务 推动牡丹卡业务 全面发展·····	朱晓峰 杨伟国(202)
遏制风险 重在管理·····	林建伟 吴振雄(207)
信用卡及其风险防范·····	邱仁尔 胡东国 恽冰舒(213)
试论公共关系与信用卡市场推广·····	胡东国(219)
促进牡丹卡业务发展的若干思考·····	徐海宁 邓寿华(225)
试论我国信用卡的风险防范 策略·····	周旬荣 舒文荣 刘 健(231)
努力提高持卡消费交易份额 促进牡丹卡业务的 良性发展·····	李铁霞(237)
正确认识和防范风险 促进牡丹卡业务的 稳健发展·····	王 强(243)
关于我国中等城市发展联名卡若干问题的探讨·····	赵 斌(250)
以客户为中心 建立完善的牡丹卡服务体系·····	吴文蔚(254)
我国信用卡发展现状及前景·····	马晓燕(260)

鼓励奖

- 电子货币——金融体制改革的突破口…………… 韩志强(275)
- 浅谈国内信用卡业务的联合问题…………… 李朝明 周美健(283)
- 牡丹卡特约商户市场发展对策初探…………… 陈玉明(288)
- 储蓄所是牡丹卡发展的重要阵地…………… 王玉红(293)
- 现代科技是银行卡的依托…………… 曲 强(299)
- 加大科技投入 注重应用实效…………… 王同国 许 波(306)
- 关于信用卡结算替代传统汇兑结算的思考…………… 梁英卓(311)
- 浅议我国信用卡的开发与营销…………… 郭英侠(319)
- 对当前牡丹卡市场的思考…………… 林毅峰(325)
- 储蓄所是牡丹卡发展的重要阵地…………… 冯 平(329)
- 试论新竞争形势下牡丹卡业务发展的突破口…………… 蒋 珊(334)
- 牡丹卡信控管理与风险防范…………… 范 捷(340)
- 牡丹卡业务在商业银行经营中的作用…………… 李黄燕(346)
- 信用卡的发展依赖于电子化网络和科学的
机具管理…………… 刘根年(351)
- 对牡丹信用卡透支现状的思考…………… 闫贵香 刘红斌 涂建霞(357)
- 信用卡业务的风险与防范…………… 宋明杰(362)
- 信用卡市场营销策略初探…………… 胡东国 戴志中(369)
- 银行卡业务联合中 POS 共享的技术探讨…………… 蒲 伟(375)
- 金卡工程与信用卡市场…………… 邵文海(384)
- 积极开发新领域 不断提高牡丹卡的市场竞争力…………… 王迎春(389)
- 信用卡风险的成因及对策…………… 王晓玲 韩吉生(393)
- 开办专用卡是县级支行开拓信用卡市场的
最佳途径…………… 李晓宏 刘淮武 卿建湘(399)
- 信用卡业务风险与防范…………… 邱 莹(403)
- 关于发展少数民族地区信用卡业务的
几点思考…………… 尤兆林 刘 刚(409)

积极参与金卡工程 完善信用卡业务体系·····	赵 威(414)
加快发展牡丹卡业务的几点思考·····	舒长江(421)
试论牡丹卡业务的发展·····	陈志君(428)
顾客满意战略的建立与牡丹卡业务的经营·····	张 辉(433)
改善经营管理机制 促进牡丹卡业务快速发展·····	周家锋(439)
提高 POS 使用率 完善信用卡受理环境 ···	赵 俊 刘晓晖(444)
加速电子化建设 促进牡丹卡业务的发展·····	梁运才(449)
促进牡丹卡业务发展的浅见·····	赵玉梅(455)
牡丹卡发展与金融创新·····	聂志坚(461)
浅谈如何完善对特约单位的管理·····	朱 峰(466)
浅议信用卡风险成因、防范及对策 ·····	李家明(469)

一 等 獎

从中间业务谈发展牡丹卡业务的 战略和策略

金海莹 恽冰舒

中间业务,与资产业务和负债业务并称为银行的三大业务。它是指银行不运用或较少运用自己的资财,以中间人的身份替客户办理收付和其他委托事项,提供各类金融服务并收取手续费的业务。它在银行的资产负债表上一般不能直接反映出来。中间业务内容广泛,大致可分为:结算性中间业务,如结算、进口押汇、信用卡业务等;担保性中间业务,如担保、承诺、承兑、信用证业务等;融资性中间业务,如租赁、信托投资、出口押汇业务、代理融通业务等;管理性中间业务,如各种代保管、代理理财服务、代理清债服务、代理业务及现金管理业务等;衍生金融工具业务,如金融期货、期权、互换业务等;其他中间业务,如咨询、评估、财务顾问、计算机服务等业务。

在当代西方国家银行业务经营中,中间业务占据着极其重要的地位,这是由多种因素决定的。首先,社会经济活动的发展对金融中介服务提出了多样化的需求;其次,大量的非银行金融机构、货币市场以及国内外同业的竞争使商业银行的传统业务利润大为下降,而利率和汇率的大幅度波动和经济滞胀又增加了银行的经营风险。因此,具有成本低、风险小、收益高等特点的中间业务成为商业银行增加收入来源、降低风险、提高利润的途径。另外,由于各国普遍加强了对金融机构资本比率的管制,导致商业银行更多地转向了既能带来收入,又不增加资产负债规模的中间业务。所以,中间业务在近二

三十年中得到迅猛的发展,特别是现代科学技术的发展和在银行经营中的应用,更为中间业务注入了巨大的活力。在西方商业银行中,中间业务收入占银行收入的比重逐年提高,到 90 年代初,已普遍达到 30% 以上,其中一些大银行的中间业务收入占其总收入的一半以上。一些经济学家、金融学家预测,由于世界融资渠道的增多,市场经济的发展,21 世纪的银行将更多地发挥中介服务的功能,以创造更多的收入。从经营单一金融产品,到经营众多的金融商品;从管理货币为主,到管理信息为主;从赚取利差收入为主,到赚取服务费收入为主,可能是下个世纪银行功能的重大转变。

二

由此可见,中间业务的发展对商业银行经营具有重要的意义和深远的影响。大力发展中间业务既可以调整和改善银行资产负债结构,又是商业银行创造利润的重要手段。中间业务已逐渐成为当今银行业竞争的主要领域。因此,在我行向国有商业银行转轨的过程中,尽快确立中间业务的地位,寻找发展中间业务的突破口,已成为我行当前的主要课题之一。

由于经济发展水平和金融发展的历史背景不同,我国银行业的中间业务与西方国家银行相比,起点较低,范围有限,还处于较低的水平。据统计,目前中国银行的中间业务收入占总体业务收入的比重为 17%,而建设银行为 8%,工商银行仅为 5%。

中间业务没有形成规模效应,也难以发挥应有的作用。究其原因,有客观经济环境的制约:

(一)我国经济发展水平的限制

改革开放以来,随着我国社会主义市场经济的发展,广大人民群众的生活水平有了很大提高,少数先富裕起来的家庭有了相当可观的资产。但是不可否认,就整体而言,我国的经济发展水平仍较落后,资金、资源仍显紧缺,尤其是在产业结构调整过程中,国有大中型企业普遍发展困难,企业职工收入偏低,我国的国民收入也远未达到

富裕的程度。在这种情况下,社会对金融中介服务的需求不旺。对个人而言,大多数人对交纳一定的服务费才能享受金融服务的做法难以接受。

(二)人们消费、投资理财观念的限制

由于人们长期以来收入水平较低,加之勤俭节约的传统,对于一些新的消费、投资理财观念的接受,还有一个循序渐进的过程。例如,储蓄还是绝大多数中国家庭首选的投资理财方式,人们还不习惯借助银行信息集中、投资理财专业人才丰富等优势,在股票、债券、期货、基金等投资领域进行多元化选择;信用卡是一种重要的中间业务,也是一种较好的消费理财工具,但由于人们长期受“一手交钱,一手交货”观念的影响,还不适应以卡交易的方式,特别是对信用透支,即使用“未来钱”持保守的态度。

除此之外,中间业务发展缓慢的另一个重要原因就是我国银行业长期受计划经济的影响,普遍缺乏市场营销观念,特别是忽视了中介服务对银行业竞争发展的重要作用,忽视了服务也需要营销的特点。表现为:

(一)过去割裂传统业务与中间业务的关系

由于大多数银行以传统的存、贷业务作为主要发展方向,认为中间业务琐碎繁杂、量小利微,经营中间业务牵扯精力大而收益不明显,势必影响传统存贷业务,所以没有充分重视、扶植中间业务的发展,甚至将中间业务摆在了传统业务的对立面。

(二)缺乏市场观念,没有系统、有效的营销手段

各专业银行向国有商业银行转轨初期,没有准确把握银行作为金融服务机构的市场定位,忽视了市场对于银行业发展的重要作用,缺乏主动研究市场、分析市场、占领市场的紧迫感,更缺乏系统、有效的营销手段去拓展市场。即使开展了一些传统的中间业务,例如汇兑结算、代理收付等,也不懂得采用营销手段去推进其快速发展,而仅仅是维持现状。

(三)忽视客户的需求,轻视服务质量的提高和服务种类的创新

银行和旅馆、娱乐业、航空公司一样,都属于服务业的范畴,但我国银行业由于长期受计划经济的影响,常常以“官银”自居,对待客户往往是一种居高临下的态度,完全忽视了客户日益增长的对金融服务,特别是信用中介多样化的需求,仅仅从“我能从客户身上获取何种利益”的观点出发来开展经营,没有考虑能为客户提供什么样的服务、什么水平的服务。这也正是我国银行业开展的中间业务始终只是汇兑结算、票据承兑等传统业务品种而不能发展创新的重要原因。

随着我国社会主义市场经济的深入发展与金融体制改革的深化,国有专业银行加快向商业银行转轨,一大批非银行金融机构纷纷出现,以及外资银行加速对我国金融业的渗透,金融业的市场竞争越来越激烈,中间业务逐渐被越来越多的银行所重视。中间业务是一个大市场,谁先进入这个市场,谁就能抢占更多的市场资源,从而保持市场竞争的优势地位。从这一点来说,工商银行面临的任务更加紧迫。

受客观经济环境、历史遗留包袱、政策体制等方面因素的影响,加上自身经营不善,工商银行的传统资产负债业务困难重重的局面在国有商业银行中表现得尤为突出。因此,新形势下,大力发展和创新中间业务,拓宽金融服务领域,提高服务层次,培植新的经济效益增长点,以实现银行业务表外化、金融品种多元化、盈利结构综合化,应成为我行扩充自身实力,提高效益,向现代化商业银行迈进的重要途径。

在我行目前中间业务品种较单一、开展业务的经验不很丰富、了解中间业务的专业人才较少的情况下,拓宽思路,挖掘潜力,集中力量,发挥优势,在巨大的中间业务市场中选择适当的业务项目作为突破口,以带动整个中间业务的发展就显得十分重要。

在我行近几年开展的中间业务中,牡丹卡业务的迅速发展有目共睹。牡丹卡作为一种电子信用支付工具,通过向持卡人提供多种

金融服务,从中收取手续费和年费,具有中间业务的鲜明特征。我行牡丹卡发行至今已有 8 个年头,形成了较大的规模。它把银行客户(持卡人)、特约商户和银行业务有机地结合起来,延伸了银行信用,扩大了市场范围,有力地促进了我行中间业务的发展。可以这么说:牡丹卡以其自身独特的优势创造了可观的综合效益,应该成为我行中间业务拓展的重点。原因在于:

1. 牡丹卡的结算功能吸引了众多的个人与企业运用这个先进的电子支付工具进行结算,由此为我行带来了大量低成本存款,对改善我行的存款结构起到了积极作用。

2. 牡丹卡业务综合性强,与传统业务相辅相成,互为影响,彼此促进。它必须依托全行各个部门,尤其是科技、储蓄、会计等部门的支持、配合才能取得快速的发展,但同时它的发展又会给全行带来可观的效益,从而巩固了传统业务在同业竞争中的地位。以上海市分行为例,1996 年在与其他商业银行的竞争中,充分发挥牡丹卡的功能优势,以和上海铁路分局合作发行“牡丹上铁联名专用卡”为契机,包揽了上海铁路货运中心的全部结算业务,不仅为上铁提供了新型的支付工具,使我行获得了可观的手续费收入,而且稳定了上铁在我行的大额存款。

3. 牡丹卡使用领域广泛,改善了金融服务手段,增加了各种手续费收入。现在,牡丹卡不仅在宾馆餐厅、百货零售等行业广泛使用,而且在文化、旅游、航空、运输等诸多行业显示出了生机和活力。牡丹卡代收付业务其实质正是通过向客户提供多项金融服务,增加了银行的收益,体现了中间业务的巨大生命力。

4. 牡丹卡产生有形、无形多重效益。在现代商业银行的激烈竞争中,一个成功的品牌可以体现企业的声誉和实力,为银行业创造巨大的无形资产。牡丹卡作为我行一项重要的金融产品,经过 8 年的发展,在我国银行卡市场中占据了重要的地位,它所产生的品牌效应是无法估量的,同时也极大地提高了工商银行的形象。

此外,牡丹卡业务的发展将先进的技术手段和管理方法引入了我行的业务经营中,牡丹卡业务形成的完善的市场营销体系,取得的一定的市场拓展经验以及培养的一支高素质的市场营销队伍,都对我行的现代化建设起到了较大的推动作用。

由此可见,牡丹卡发展至今,从无到有,从弱到强,紧紧围绕业务自身的特点,坚持以效益为核心,以市场为目标,以管理为手段,不断开发新功能,满足顾客的要求,已成为我行中间业务的重要组成部分。

我们也应看到,牡丹卡业务在发展过程中也存在一些不足,主要表现为:1. 市场经验不足,牡丹卡在我行尚属新兴业务,牡丹卡人员对于这项新业务缺乏足够知识和经验,只能是边学习、边探索、边前进,难免有失误和反复;2. 人员投入不足,尤其是缺乏既具备专业知识又善于市场开拓的人才;3. 宣传投入不足,牡丹卡还远远没有达到家喻户晓的知名度,在塑造个性、树立名牌方面的成效不十分显著;4. 科技支撑不足,主要表现为牡丹卡的一些科技成果应用还不能适应业务发展的需要,网络建设缓慢,管理不完善,专业科技开发力量不足,等等。以上这些不足,很大程度上带有我行中间业务发展缓慢的烙印。

目前,各家商业银行已意识到信用卡的特殊地位和作用,纷纷加大投入,旨在以信用卡刺激其他中间业务的启动和发展,信用卡市场竞争日趋激烈。因此,我们应有强烈的竞争意识,在总结过去工作的基础上,从大力发展中间业务出发,制定牡丹卡业务新的发展战略和策略,推动牡丹卡业务的进一步发展,并使牡丹卡业务成为工商银行中间业务的龙头,带动我行中间业务乃至整个业务的发展壮大。

三

进一步发展牡丹卡业务,应当在战略上实现三个转变。

(一)产品品种从单一化向多元化转变

我国信用卡正处于起步阶段,有着极大的市场潜力。在技术手

段大体相近的情况下,谁能够提供更全面、多样、灵活的服务,谁就能够抢先占领市场,取得主动权。产品品种从单一化向多元化转变,是牡丹卡拓宽服务领域,吸引更多的消费者,从而进一步开拓市场的迫切需要。目前,我行牡丹卡已形成了信用卡、灵通卡、国际卡、智能卡、专用卡等系列产品,既丰富了牡丹卡的品牌内涵,也满足了不同层次消费者的需求。在此基础上,我们还应充分发掘牡丹卡功能,推出更多的产品和服务品种,丰富我行中间业务内容,为中间业务提供先进的电子技术工具,彻底改革服务方式,推动中间业务的发展,同时吸纳低成本资金,加强与客户的联系,巩固和创新我行传统业务。

1. 发挥牡丹卡结算功能,推动结算业务的发展。牡丹卡本身就属结算性中间业务,结算是牡丹卡的基本功能之一。利用牡丹卡进行结算,比起支票、汇票等,具有更安全、快捷、便利的特点。牡丹卡应充分发挥这一特点,并结合工商银行的网点、技术优势,扩展牡丹卡的结算领域,尤其是发展限额下的牡丹卡大额结算业务。

2. 利用牡丹卡开展代理收付款业务。代理收付款业务包括代发工资、代理收付公用事业费及各种管理费、劳务费、学费、税款、交通罚没款以及货款、运费、租金、赔偿金等,此外还有代理医疗保险、代理保险、个人分期付款业务等。这些款项的收付往往涉及面广,且发生频繁。利用牡丹卡进行代理收付款,既可以为企业和群众省去收付款的麻烦,又可以取得手续费收入,并吸收低成本存款,因此,具有非常重大的意义。

3. 开展代购代销业务。由于牡丹卡联系着不同行业和特约商户,联系着广大的消费持卡人,形成了发卡机构、商户、持卡人这种“金三角”关系。商户网络和持卡人网络是牡丹卡的无形资源,这为利用牡丹卡实现商品的代购代销提供了得天独厚的条件,可以促进持卡人、商户对牡丹卡形成一种互相依存的关系,推动牡丹卡业务的发展。

4. 与证券、期货业务相结合。如发行牡丹国债卡、股票卡、期货