

工行跨境人民币业务强劲增长

在跨境人民币业务试点五周年之际,中国工商银行交出了一份亮丽的成绩单。自2009年下半年跨境人民币业务试点启动以来,工行致力于将人民币业务优势从境内延展至境外,不断提升全球金融服务能力,完善全球人民币清算网络,形成了渠道多样、产品丰富、运营高效的跨境人民币业务经营平台。试点五年来,工行跨境人民币业务量的年平均增速超过200%。截至2014年9月末,工行已累计办理跨境人民币业务近7.7万亿元。其中,2014年前三季度业务量累计近2.8万亿元,同比增幅超过80%,有力地促进了人民币的跨境使用。

工行相关负责人表示,截至目前,工行已经在全球40个国家和地区建立了331家境外机构,在当地监管允许的所有境外机构均已开办跨境人民币业务,成为连接境内与离岸人民币市场、连接离岸人民币市场之间的重要纽带。跨境人民币业务的快速发展也大大增强了工行海外发展的经营动力,目前,人民币业务对工行境外机构总资产、负债、收入和利润的贡献都超过了20%,有些境外机构甚至超过60%,并在继续扩大。

与此同时,工行充分发挥境外人民币清算行在人民币境内外流动中的枢纽作用,积

极扩大人民币的跨境使用。2013年2月8日,中国人民银行正式授权工行新加坡分行担任新加坡人民币业务清算行,这是中国央行首次在中国以外的国家选定人民币清算行。新加坡人民币清算行的设立,促进了新加坡市场人民币资金池积累,降低人民币资金交易成本,为本地客户多元化的人民币投融资产品创造便利和机会,增加了市场活跃度,提升了市场吸引力。目前,新加坡人民币资金池已从两年前的600亿左右增长到2540亿,清算行单月人民币清算量从最初的1000亿左右增长到近4万亿。截至9月末,

新加坡人民币清算行已开立清算账户82个,覆盖34个国家和地区,清算量累计达35.5万笔、23.8万亿元。此外,工行在香港、新加坡、卢森堡、法兰克福、伦敦等地的机构也积极参与当地离岸人民币中心建设,成为当地人民币金融服务的提供者。工行卢森堡分行于近期被人民银行指定成为卢森堡人民币业务清算行。工行还依托其全球领先的IT系统,通过内外联动平台建设、大数据管理和清算系统建设等措施,挖掘机构网络和客户资源广布全球的业务潜力,深入推进产品创新和服务优化。(丁翊轩)

“金鱼”洗涤为行业注入绿色活力



本报讯 黄色瓶身、绿色瓶盖的经典产品形象,想必会唤起许多消费者心灵深处的浓浓怀旧之情。这便是中国餐具洗涤剂创始品牌,诞生于1983年的“金鱼”洗涤灵。31年,“金鱼”在激烈的市场竞争中守护信念、不断前行,在为行业注入更多绿色活力的同时,为消费者奉上了更多高品质的绿色产品!

近年来,“金鱼”把握住环保理念深入人心这一变化,在传承“经典配方”优势的同时,对自身产品不断进行配方升级,充分满足消费者环保、健康、安全的追求。以“金鱼”洗涤灵为例,其配方中含有无磷、天然等活性成分,有良好的生物降解性,属无毒无公害的绿色产品,可有效去除餐具及瓜果蔬菜表面的各种污垢。

目前,“金鱼”拥有50多个品种专用洗涤系列产品,涵盖了日常清洁洗涤的各个方面。10月18日,北京一轻日用化学有限公司“金鱼”洗涤在北京海淀区宝盛西里社区举办“走进社区系列活动之三”的“金品质、绿生活”大型社区展卖促销活动,受到广大消费者的热烈欢迎与响应。未来,“金鱼”将继续以过硬的品质、良好的口碑、绿色环保的形象,与亿万家庭健康常伴!

(鲍琪)

康佳:适应“新常态” 转型互联网

今年,在国家领导人提出适应中国经济发展“新常态”的理论后,“新常态”在各个行业中引起反响。在国产彩电行业内,康佳集团首先发声,表示彩电行业实际上也踏入了“新常态”的发展阶段。作为国产彩电中的领导品牌,康佳也在贯彻着“新常态”理论。

近几年来,消费群体与消费观念有了较大转变,商业环境也随之改变。随着电视进入互联网时代,彩电行业的商业模式也在新的环境中变化着。可见,彩电行业已处于“新常态”发展阶段。而如何在“新常态”中准确定位,并适应这种变革,成为彩电企业应该思考的问题。康佳集团正是在这种“新常态”中找到机会。

解构 以互联网思维迎接时代变革

吴斯远于20年前进入华侨城,由于对电子产品有着发烧般的痴迷,他一直希望能到康佳从事有技术含量的工作。2013年10月,吴斯远被任命为康佳集团董事长。进入康佳之后,吴斯远每天马不停蹄地看市场、看技术,对康佳人的激情、彩电行业竞争的激烈、行业创新的突飞猛进都有着深刻的认识。正由于此,他也看到了这个行业在新时代变革中的挑战与机会。

随着互联网时代的到来,彩电行业面临着群雄逐鹿的挑战。时下风头正劲的小米、乐视甚至苹果开始对这个行业垂涎欲滴,并用互联网思维解构彩电行业。电视机正在被重新定义,电视机的发展进入平台运营时期,传统彩电企业既往的产品变成粘结新进入者粉丝的渠道。这给彩电行业带来极大的影响,2014年上半年,海信电器营业收入同比减少2.54%,四川长虹和TCL等企业的财报均显示出不同程度的业绩下滑。

对此,吴斯远提出要挑战自我,勇于创新,“变革的成功必须来自于企业的内部。就好比一个鸡蛋,从外部去打破它,则会成为别人盘中的食物;从内部打破,就获得新的生命!”康佳认为,对于电视行业来说,从功能电视向接入互联网的智能电视演进,应该成为电视行业的“新常态”。在硬件上,传统电视朝着超大、超薄、超薄、全色彩、全色域这些趋势快速演进;在功能上,电视已转变为在互联网上可以自由行走的平台;在应用上,电视可以不断满足消费者多层次的需求,包括娱乐、购物、游戏、医疗、教育、广告等。

可见,康佳从彩电的特性出发,适应互联网时代的“新常态”。

重构 打造智能电视互联网运营平台

传统制造业与互联网企业的角逐仍未有胜负,如何吸收互联网思想,带来新的产品与新的营销模式,成为当下摆在传统彩电行业面前的重要课题。而康佳提出的互联网转型战略,则是对这个课题的解答。

2014年3月,康佳提出互联网转型战略,致力于以“易平台+易终端”打造中国首个智能电视互联网运营平台,以互联网平台与优质终端发展彩电。

在打造“易平台”的过程中,吴斯远带领2.8万康佳员工拥抱互联网,以开放的心态与优酷、腾讯等互联网公司合作,采取合众连横、博取众长的思维,让平台更具开放性、包容性。吴斯远认为,懂得互联网思维的传统企业才可怕,康佳要融入互联网的思维和模式,成为互联网化的企业,成为中国首个智能电视互联网运营平台。

而在“易终端”上,吴斯远一直强调,未来的第一屏是电视。康佳认为,吸引用户的产品必定是好的产品,而好的产品必须人性化,简单易用,交互很好,内容丰富,让用户喜欢用,用户才会将娱乐时间、休闲时间和碎片时间都放在电视上。

转型 产品与品牌年轻娱乐化

如今,康佳的互联网转型,并没有一味抛弃传统商业模式,而是进行产品与品牌的升级,推进产品与品牌年轻娱乐化。康佳发布易TV精品电视,带来YIUI易柚3.0专业智能电视系统,应用产品更符合用户的操控习惯与使用体验,并能够不断优化和迭代,做到真正满足用户、满足发展趋势的需求。

在品牌升级中,康佳逐步推进品牌年轻化、时尚化、娱乐化。在这个互联网时代中涌现出来的年轻群体与全新模式,为康佳品牌和产品发展都带来了新的契机。在品牌年轻化、时尚化的过程中,“娱乐”的因素必不可少,一个有娱乐的品牌,才是最具有生命张力的。因此,吴斯远将娱乐理念注入康佳,为用户创造娱乐,康佳与优酷、腾讯游戏的合作正是电视娱乐化的体现,邀请范冰冰成为康佳电视代言人更是康佳品牌娱乐化的一大亮点。

正如吴斯远所说,“在互联网到来的时候,彩电这个行业并没有死掉”,在彩电行业“新常态”的发展阶段中,以康佳为代表的彩电行业积极吸收互联网思维,在解构、重构、转型的过程中主动拥抱互联网,迎接时代变革,为用户带来更好的产品与体验。(林文)



浦发银行
SPD BANK



浦发创富
Corporate Wealth Plus

新思维·心服务



融通财富智慧
恒久动力支持

供应链金融业务解决方案

■ 在线供应链金融支持方案

■ 绿色供应链金融支持方案

■ 1+N 供应链金融支持方案

■ 跨境供应链金融支持方案

■ 供应链金融平台支持方案

上下联动的齿轮，融通的发展动力，为供应链同盟提供恒久不断的金融支持。
浦发银行公司金融服务—浦发创富，因需而动，全面推出专业供应链融资解决方案，在企业投标及订单取得、采购、生产及销售等各个经营环节，提供优质高效的金融支持，为企业注入强劲发展动力。

创造·分享 共同成长

客服热线 95528 www.spdb.com.cn



智 贯华夏
赢 通全球

环球智赢——华夏银行国际金融服务

国际结算

贸易融资

外汇交易

外汇担保

国内信用证

跨境人民币

组合产品

同业业务



环球智赢
WORLD WISE WIN
国际金融服务



华夏银行
HUAXIA BANK

股票代码: 600015

客服电话: 95577

www.hxb.com.cn