

# 零售理财销售近4万亿 兴业银行打造领先财富管理银行

迈入2017年，一大波年终奖、年底双薪、三薪即将到手，心里说不出的美。但一想到即将到来的春节，各种红包、各种压岁钱产生的一大笔开支，又是一阵头痛和烦恼。如何让年终奖丰厚一些，让钱袋子鼓一些？投资理财成了时下最火的话题之一，通过稳健的银行理财实现“钱生钱”，成为多数投资者的主要选择。

选理财产品，首看银行的理财能力。根据国内著名专业理财研究机构普益财富发布的《银行理财能力排名报告》，自2014年起，兴业银行已连续10个季度理财收益能力在全国性商业银行中排名前五，连续8个季度蝉联全国性商业银行理财能力综合排名第一。

■ 邹传科

## 贴近市场 构建多元产品体系

步入全民理财时代，银行传统储蓄存款或单一类型理财产品所产生的收益已经无法满足百姓对资产保值、增值的强烈需求，加之证券、保险、基金以及互联网金融等各种金融业态争相“逐鹿中原”，倒逼银行理财走上“转型”之路。业内专家普遍认为，银行理财转型“财富管理”是大势所趋。

兴业银行始终秉承以创新引领市场、以投资创造价值的发展理念，立足实现客户财富保值增值的出发点，积极构建架构完整、功能齐全的资产管理业务平台。目前，该行旗下拥有众多特色产品，涵盖本外币理财、券商理财、基金、信托、保险等全产品类别，产品属性由封闭式向开放式、预期收益型向净值型转变，推广模式由单纯产品销售向以资产配置为主的“顾问式”销售转变。

作为中国首家赤道银行，兴业银行还面向个人投资者推出绿色理财产品“万利宝-绿色金融”，资金主要投向绿色环保项目和绿色债券，让广大投资者在获得投资收益的同时，参与

我国绿色产业的发展，支持美丽中国建设。该产品受到广大投资者的热捧，在首个开放申购赎回日实现参考年化净收益率4.3%，短短六天募集资金超过100亿元。

## 加速转型 搭建精良代销平台

兴业银行依托自身雄厚的资金实力、广泛的社会资源、庞大的经营网络、快捷的结算系统，凭借对偿付能力、风控能力、信息系统等关键要素的考量，积极搭建代理销售平台，并主动参与代理类产品设计、管理、风控等核心环节，精挑细选代理品种，着力打造零售财富管理的“精品超市”，将市场上其他优质产品推荐给需求客户，拓宽客户的选择面。

2016年，该行共代理销售贵金属、基金、券商集合理财、信托计划、保险等代理类产品1845亿元，中间业务收入在财富类产品中占比近40%，其中保险代理和贵金属产品的市场表现尤为突出，2016年保险代理业务实现保费规模近千亿元，同比增长601%，迅速跻身股份制银行排名前列；2016版

熊猫普制银币销售量达70万枚，位居中国金币总公司全渠道销量第一，获中国金币总公司授予的“突出贡献奖”。

## 重团队与渠道建设 提升服务

秉承“将合适产品销售给合适客户”的指导思想，兴业银行近年来持续强化理财师队伍建设，AFP持证逾4200人，CFP持证超过650人，并通过常态化的专业培训与技能竞赛，在全行范围内打造百余个顶尖的理财师团队，全力构建“百富人生”金牌理财工作室，为客户提供定制化和差异化的财富管理增值服务。

此外，兴业银行还着力强化服务渠道建设，借助传统网点、社区银行、网上银行、手机银行、直销银行等线上线下一体化的财富产品服务链，提升客户体验。目前，该行直销银行客户规模超过230万户，累计销售各类理财产品逾1500亿元；“钱大掌柜”线上签约总客户超过710万人，“掌柜钱包”资产管理规模超过430亿元；举办的“手机上的理财”活动合计吸引200万客户参与，购买财富类产品1.5万亿元。

安徽国寿祝广大客户和新老朋友鸡年大吉，万事如意！



中国人寿位列2016年  
《财富》  
世界500强第54位  
中国企业500强第12位

中国500最具  
价值品牌第4位  
持续领跑中国保险企业

寿险·财险·养老险·基金·资产管理