

银行变“裁缝”，贷款也能量身定做

“终于有了自己公司的办公场地，以后到银行贷款也容易了。”长沙市雨花区蓬莱源贸易商行总经理赵志荣高兴地告诉记者。在长沙打拼20年的他，终于有了自己的企业，有了自己固定的厂房。

传统的银行授信强调土地、房产等实物担保，但是一般中小企业尚属成长期，很少购置相应的固定资产，因此即便是经营状况好、发展潜力大的公司也会被银行拒之门外。正是中国银行推出的量体裁衣的融资方案，为许多中小企业实现了“置业梦想”。

■记者 陈张书 通讯员 张永洪 实习生 黄丹

企业买厂房也可按揭

“资金一直是困扰我的一个大问题，去年想买几层楼做产品展示和办公用，因为资金不足我不得不放弃。”赵志荣无奈地说，虽然经过20多年的打拼，目前拥有了自己的公司，有200多名员工，但资金一直是制约发展的难题。

一直靠自有资金发展起来的湖南清之源环保科技有限公司，也多次遭遇资金的困扰。据公司董事长陈自力介绍，公司从浏阳搬到长沙，一直靠租用写字楼办公，去年看中了湖南省环保科技园内的“长沙国际企业中心”，几经踌躇，最后还是中国银行融资方案解决了他的资金难题，实现了企业的“置业梦想”。

中国银行在住宅、商业地产等金融服务方面已经相当成熟，但这个“产权式”工业厂房的金融服务确实是一个新课题。这是个独特的市场机会，面对几百户将陆续购买厂房并入驻的中小企业，中行长沙市蔡锷支行提出了大胆的设想：借鉴商铺按揭的模式，创新产品，做“厂房按揭”！经过总行、省行、支行的上下积极联动，不到1个月时间，此项目就获得了总行1亿元授信总量的批复，专门用于以自然人名义购买厂房的首付5成、期限10年按揭。同时，中行又专门针对以公司名义购买厂房的中小企业开发了“立业通”产品，可为企业提供6.5成的按揭额度，期限5年。既考虑个人业主又考虑法人业主，双向按揭新产品并举，有效解决了诸多中小客户购买厂房的资金融通。

据了解，截至目前，中行在“长沙国际企业中心”放款已达5000万元，共有“啁啾实业”、“清之源环保”等35个企业和个人获得贷款支持，产生了良好的社会效益。

航运经营户融资有了“好运通”

“每一个客户对银行的金融服务都有

着多样化的需求。我们一定要深入地去了解客户的需求，不是一味地将我行的单个产品推销给客户，而是根据客户的需求来寻找我行适合他的多项产品，这样，我们才能真正的走出去，把客户做进来。”中行蔡锷支行副行长唐树生如是说。

又一村支行在得知湘江沿岸、湖区周围众多航运经营户想通过船舶抵押获得银行贷款后，再次主动出击。由于船舶游曳江河湖海，监管较难，因此船舶抵押贷款很少有商业银行能够接受。有了上次“立业通”产品开发的启示，该行多次深入航运企业调研，与船主座谈探讨了解资金具体需求，与海事局沟通解决监管问题，在取得这一行业特性的大量信息后，由省行中小企业部根据水运及船舶抵押的风险点，为航运经营户量身定做了“好运通”产品，现已进入推广阶段。

没实物担保也可到银行贷款

中国银行蔡锷支行利用“中银信贷工厂”这一优良品牌服务成长性较好的中小企业。中行根据企业特点，采取订单、应收账款质押、甚至信用等方式给企业融资，不再要求企业一定要有实物担保。如湖南先步信息股份有限公司，由于订单量大，公司的营运资金有点吃紧，蔡锷支行根据该企业与发电企业的订单，提供了800万元的流动资金贷款。

湘雅医院附一、附二、附三是中行的核心客户，有大量的医药流通和生产型企业为其提供药品、器材、设备等。对湘雅医院的这些上游企业，中行以“振湘医药网”公布的采购合同为依据，采取“应收账款池”担保方式，解决了部分医药企业融资没有担保的问题。同样，针对其他中行核心客户，如三一、中联、南车等也采取同样的方式，以优惠措施为供应商提供融资。湖南中建重机有限责任公司是中联的重点零配件生产商，现在在中行获得了1500万元的授信额度。



银行创新金融产品，使长沙国际企业中心“产权式”厂房实现了快速销售。记者 武席同 摄

招行新户办卡可399元畅游三亚

本报讯 记者从招商银行长沙分行获悉，该行今年继续延续“非常三亚”旅游活动。在7月31日之前，通过招商银行网上注册平台或电话中心预约并成功申请招行携程旅行信用卡的新户，可参加“新户办卡，399元畅游非常三亚，携程积分轻松拿”的活动。

据介绍，凡在活动期间通过上述渠道成功申请招商银行携程旅行信用卡的新户，在8月31日前持该卡任刷1笔满188元人民币(或29美元)，即可参加抽奖，奖品为399元(含税)超低价享受非常三亚五星游，总共100个名额。

■记者 刘永涛 通讯员 胡冉华

中国人寿财险“金耳唛杯”开赛

本报讯 近日，中国人寿财险2011“金耳唛杯”服务技能大赛在京隆重举行，来自全国20余家分公司的上百名电话中心主管和座席代表云集一堂，同场竞技电话服务技能。

电话中心是财险服务的最前沿，是面向客户的7x24小时不间断服务响应中心。中国人寿财险目前已建立有95519、4008695519双重客户服务专线保障，电话中心人工接通率持续稳定在95%左右。2010年，该公司获“中国(亚太)最佳呼叫中心”称号。

■记者 刘永涛 通讯员 李振飞

经济信息

花儿朵朵 美即绽放 ——2011花儿朵朵启动 美即冠名试水娱乐营销



(2011年5月26日，北京)5月26日下午，“绿色中国·五月花开”2011美即面膜花儿朵朵启动仪式暨青海卫视一周年进军会在京启动。花儿朵朵总冠军商美即控股国际有限公司总经理兼执行董事余雨原先生亲临现场。

美即牵手花儿朵朵，三大契合点合作终成现实

余雨原先生在谈到花儿朵朵时表示，美即与花儿朵朵的三大契合点促成了两者的结

合：首先是品牌理念与主张的契合，美即面膜从女性休闲主义出发，呼吁女性在忙碌生活中“停下来，享受美丽”实现身、心、灵的融合和升华，为女性创造真正属于自己的独立休闲时间和空间。而青海卫视则一直高举“绿色中国，大美青海”的旗帜，致力营造绿色心灵的立体情感网络，品牌契合铺就合作基石。

此外，美即与“花儿朵朵”在目标人群定位、市场区域覆盖能力、以及核心团队构成方面都有着很多契合点，加速了“花儿朵朵”与“美即”面膜的全面合作。

美即试水娱乐营销，品牌飞跃蓄势待发

美即凭借扎实的品牌和营销基础建设，快速、稳健成长，已经成为目前中国面膜市场占有率第一的行业领导者，拥有11大系列150多个面膜产品，构建了遍布全国4000多

个分销网点，涵盖商超、网络、专营店等多种渠道形态。尤其是借力2010年9月成功登陆国际资本市场的契机，在产品市场与资本市场的双轮驱动下，余总认为美即品牌飞跃的时候到了。美即希望通过与青海卫视的全面合作，借力“花儿朵朵”栏目，实现美即品牌影响力的跨越性提升。

最后，“花儿朵朵”总导演介绍了“2011美即面膜花儿朵朵”的赛程赛制，在各唱区活动现场美即面膜还特别设置了“美即时刻”环节，为选手讲解美容知识，体验美即面膜在改善肤质上的神奇“膜力”。

业内人士认为，美即面膜与花儿朵朵的合作，是一次品牌实力与品牌理念聚合效应的完美结合，有望缔造出下一个“蒙牛&快女”的营销传奇。

美的空气能热水器开创全新格局

2010年空气能热水器市场销售额达30.9亿元，销量达69万台，较2009年同比增长38.12%、51.9%。而美的则以25%的市场占有率遥遥领先，较行业排名第2至16的企业市场份额总量还多，已连续三年稳居国内空气能热水器市场第一。

近3年来空气能热水器市场以高达50%以上的速度增长，成为继太阳能后以节能环保安全便捷等优点而崛起的环保新产品，跻身全球绿色低碳经济的主流通道。据了解，空气能热水器比传统电、燃气热水器具有显著的节能、安全、环保等特点，与太阳能热水器相比还拥有安装条件和使用环境不受任何限制等便捷性，是全球热水器产业未来的发展方向和主流趋势。

美的中央空调事业部总裁田明力则表示，“作为这一产业的领导者，我们要在未来3-5年内带领空气能热水器行业全面抢占国内热水器市场50%以上的份额。同时，美的也希望从中占据全国空气能热水器50%以上的市场份额，在发挥一个大企业的社会资源整合力量的同时，推动一个产品向一个千亿元产业的完美升级与转型。”

中国家用电器研究院副院长吴尚杰谈

到，在国家大力发展新能源开发以及“十二五”规划提倡产业结构调整与升级的大前提下，空气能热水器作为代表热水器未来发展方向的趋势型产品，需要获得来自家电领军企业以市场化手段推动市场化普及。龙头企业美的中央空调的持续发力，有利于推动整个空气能热水器市场的做大做强，更有利于提升行业进入门槛，实现产业的健康可持续发展，并且新能源产品必将取代传统产业。