

衡山农商银行扎实做好农村金融服务，以实际行动助力乡村振兴——

亿元资金流向春耕备耕

■本报记者 张建新 通讯员 唐杰

正值春耕备耕时节。衡山农商银行以支持“乡村振兴战略”为契机，创新服务方式，加大金融供给，以实际行动全力助力县域内农户春耕备耕。截至一季度，该行今年累计发放春耕备耕生产贷款 1536 户，金额 1.06 亿元。

以“党建共创”为抓手，深入对接涉农主体

该行积极贯彻省联社做好信贷支持春耕备耕的工作要求，将支持春耕备耕作为重要工作来抓。积极向当地政府、财政、农业主管部门介绍支农政策，加强与村两委、农资、农机、农技等经销商的联系沟通，充分利用兴农行动、整村授信等工作成果，对辖内 118 家规模企业、26 家省市农业龙头企业、301 家家庭农场、348 家专业合作社等各类涉农主体开展“网格化、责任制、清单式”对接，对春耕生产资金需求情况进行全面摸底，精准掌握广大农户、家庭农场、农民专业合作社等涉农资金需求，把支持春耕生产工作服务到田间地

头。打造乡村振兴新引擎，利用普惠帮手对采集到的农户信息现场建档，并对客户需求跟踪营销，做深、做细、做实普惠金融，主动将金融服务送到千家万户。

以“不误农时”为目标，加大春耕资金供给

围绕农业现代化和农业供给侧结构性改革，该行加大金融产品创新，推出了“农机贷”“田园贷”等信贷产品，将信用贷款的额度提高到 50 万元，解决诸多农户无抵押担保的困扰，一次办理，循环使用，按天计息，为“春耕备耕”注入金融活水。

“多亏了农商行的帮忙，帮我们合作社解决了购买农机的资金问题。没想到借了一次还能再借，农商银行的资金真是及时雨！”衡山县腾丰农机专业合作社相关负责人如是感叹。

原来，这家合作社流转了 5 个村的稻田，种植面积达 1600 亩，为提高插秧效率，拟购买抛秧机却苦于无资金。

此次该行推出的“农机贷”，有效解决了合作社的烦恼。

据了解，和该合作社有同样困扰的，还有衡山大威农机专业合作社、衡山丰农农机服务专业合作社等 10 家合作社。此次该行为 10 家春耕生产重点合作社及社员共授信了 600 万元，有效缓解了“三农”春耕生产资金需求。

同时，该行坚守支农、支小市场定位，围绕农户、土地流转大户、农民专业合作社等主动服务，开辟绿色专柜，在依法合规、风险可控的前提下，不断优化办贷流程，简化办贷手续，支行权限内贷款实行当天办结制，做到“让客户只跑一趟”，确保信贷资金早投放，早受益。

以“普惠金融”为保障，做好春耕金融服务

该行将支持春耕备耕作为发展普惠金融的有力抓手，多措并举完善各项保障措施。为消除客户经理因农业贷款周期长、风险大，不愿贷、不想贷的思想

顾虑，该行完善了小额贷款尽职免责管理办法，并将贷款投放“质”“量”与绩效工资挂钩，调动全员营销春耕备耕贷款的积极性，为春耕备耕生产提供信贷资金保障。

同时，落实涉农贷款减费让利。一是主动降低农户融资成本，该行对新放春耕备耕贷款，贷款利率在普通利率的基础上下降 200 个基点；二是利用政府政策，广泛推广“惠农担”“创业担保贷款”，对符合条件的涉农主体，帮助申请财政贴息的支持，减少融资利息，进一步降低融资成本；三是对信用状况良好且需要续贷的涉农贷款客户不提高融资成本，严禁各类信贷不合理收费行为。

“下阶段，我行将继续充分发挥点多面广、深入县域的网点布局优势，不断加强领导、优化服务、创新支农举措，做实做优春耕备耕农业生产的资金支持工作，切实保障‘三农’金融服务需求，全体推动农业生产，实现乡村振兴。”该行董事长王云峰表示。

农行衡阳分行：

做实“深耕乡村” 助力乡村振兴

本报讯（通讯员 谢清林 聂运生）近段时间以来，农行衡阳分行积极落实农总行、省分行 2021 年党建和经营工作会议部署，深挖乡村市场潜力，扎实推进“深耕乡村”工作，全面助力乡村振兴。截至目前，该行已完成农户信息建档 3.3 万户，投放“惠农 e 贷”9.36 亿元。

该行党委高度统一思想认识，把“深耕乡村”作为全行业务经营的核心工程抓实抓细，市分行党委书记、行长将祁多次赴市委、市政府专题汇报“深

耕乡村”、助力乡村振兴工作，得到了市委、市政府的高度重视和大力支持。各辖内支行加强与当地政府部门的沟通与对接，找准金融服务与实体经济发展的结合点与切入点，构建区域内党建与金融深度融合，全面助力乡村振兴。

该行通过沉下乡村深度调查研究，选定县域“深耕乡村”主战场，优选 40 个重点乡镇和网点作为主阵地，精准施策，组建 84 个包村团队开展党建+金融大走访行动，充分发挥

“村两委”与农行人熟地熟的优势，有计划地在乡镇内进行全覆盖、扫街式、扫村式走访宣传，确保全覆盖有普惠金融需求的农户、工商户、小微企业、企事业单位，解决乡镇农民金融业务办理“难、慢、远”等问题，充分发挥基层党组织的组织优势和农行的现代金融优势，实现了党建与金融的相互促进、有机融合。

为加快推进“深耕乡村”在基层落地，提高广大农户对“深耕乡村”及各

类金融政策、金融知识的认知和了解，该行扎实推进“深耕千乡万村，助力乡村振兴”攻坚行动，开展贴近基层、贴近群众、贴近生活的宣传服务活动。通过攻坚行动，及时把党的金融政策、金融知识及金融产品传导推广到千家万户，充分满足农村集体经济组织、小微企业、养殖种植大户、个体工商户、打工族和农户等“五大客群”的金融服务需求，推进乡村振兴在衡阳分行落地生根。

邮储银行衡山支行：

“国债下乡” 拓宽理财渠道

本报讯（通讯员 刘艳）为充分发挥储蓄国债普惠金融作用，日前，邮储银行衡山支行在该县白果镇开展了“国债下乡”宣传活动。

活动现场，宣传人员以“乡村振兴 国债在行动”为主题，通过设立咨询台、悬挂横幅、发放宣传折页等形式，大力宣传国债知识，吸引了众多过往群众咨询国债购买、兑付及收益等问题，使公众进一步了解国债政策，掌握国债基本知识，真正把国债宣传工作贯彻到实处，帮助群众认识、理解国债。

本次宣传活动提高了农村居民对国债知识的了解和认识，扩大了国债的影响力和知名度，邮储银行衡山支行将继续充分发挥金融对农村经济的支持作用，为农村居民提供更加多元化的理财渠道，为乡村振兴助力。



日前，中信银行衡阳分行组织党员、入党积极分子开展“党委书记讲党课——学党史 感党恩 一心一意跟党走”学习教育，引导同志们积极读原著、学原文、悟原理，把党的创新理论转化为推动全行发展的强大动力。

■何娅俐 摄



农商速度 “乡”当温暖

■通讯员 谢欢 邹林成 吴啸龙

“真没想到贷款也能上门服务，从申贷到放贷全程线上办理，而且办理速度飞快，真的是太方便哩！”作为第一个体验常宁农商银行移动办贷业务的客户，家住常宁市庙前镇的老廖对农商行的信贷业务有了新的感受。

老廖常年在外打工，今年由于疫情的原因，暂时留在家中，想趁着有空闲，把家里年久失修的房子重建。建房对于普通家庭来说绝对是一笔巨额支出，虽然有一定的积蓄，但仍差部分装修资金，老廖为此总在发愁。正巧，常宁农商银行庙前支行的工作人员在村里客户走访，从未在银行借过款的老廖，便萌生了向银行借款的念头，犹豫再三还是向工作人员表达了信贷资金需求。经过简短的沟通了解后，老廖便与工作人员约定过两天来支行具体商谈办理。

两天后，庙前支行员工不见老

廖出现，便电话联系到他才知道，原来老廖建房施工时不小心把脚给摔伤了。考虑到老廖行走不方便，又急需资金，于是客户经理带上信贷移动营销平板，来到老廖家上门为他办理贷款，不到半个小时便成功为其发放 10 万元的小额贷款，成为常宁农商银行首笔信贷移动营销平台发放的贷款，解决了老廖房子装修资金难题。

常宁农商银行信贷移动营销终端与信贷业务系统实时数据传输，采用人脸识别技术，移动终端专人专用，实现现场信息采集录入、征信查询、贷款申请、评级授信、贷款审批、合同签订以及贷款发放全流程线上办理，通过移动办贷终端，可以大大缩短客户办贷时间，同时可以让贷前调查更加方便，灵活性更强，真正实现客户少走路，科技多跑路，为广大老百姓提供更温暖、更便捷的金融服务。

兴业银行成功挂牌发行首单碳中和并购债权融资计划

近日，兴业银行在北京金融资产交易所成功挂牌发行珠海港控股集团有限公司 2021 年度第一期绿色债权融资计划，发行规模 2 亿元，期限 7 年，通过并购模式整合项目资源，支持风电项目建设，是全市首场单碳中和并购债权融资计划。

2020 年中央经济工作会议将做好碳达峰、碳中和工作列为今年八大重点任务之一。在碳中和目标下，金融业将迎来巨大发展机遇。据有关机构估算，未来三十年内我国实现碳中和所需绿色低碳投资的规模

在百亿元以上。

作为中国绿色金融领先者，兴业银行发挥先行优势、专业优势，“融资+融智”有力服务“碳达峰”“碳中和”，推动我国经济社会绿色低碳转型。截至 2020 年末，该行累计为 2.98 万家企业提供绿色金融融资 1.16 万亿元，较年初增长 1351 亿元。同时已与 7 个碳交易国家级试点地区达成合作，实现了与国家碳交易试点合作的全覆盖，为全国统一碳排放权交易市场启动运行提供有力金融支持。

（兴业银行衡阳分行供稿）

5 年前曾表示“不会申请第三方支付牌照”的华为，却在近期悄然将一张支付牌照收入囊中。

近期，第三方支付公司——深圳市讯联智付网络科技有限公司发生工商变更，原股东上海沃芮欧信息科技有限公司退出，新增股东华为技术有限公司持股比例达 100%。这意味着通过收购讯联智付，华为获得了一张支付牌照。而在 2016 年，时任华为消费者业务云服务部总裁的苏杰曾表示，华为遵循边界意识，不会申请第三方支付牌照。

华为为何宁可“食言”也要拿下支付牌照？近年来，字节跳动、快手等互联网头部企业也均通过收购等方式布局了支付业务。小小一张支付牌照，究竟能给华为带来多大想象空间？

为何二度“试水”

这并非华为第一次“试水”支付业务。5 年前，华为就通过“Huawei Pay”（华为支付）产品尝试了一把。

2016 年，各种“Pay”类产品推出，如当时引发关注的 Apple Pay（苹果支付）、Huawei Pay、Samsung Pay（三星智付）等，均是与手机厂商合作、以手机硬件为载体、基于 NFC 技术的支付产品，其功能更像装在手机里的“虚拟信用卡”。但很快这股热潮就过去了，并没有撼动二

维码扫码支付的“江湖地位”。

在业内人士看来，“Pay”类产品只是手机厂商与金融机构的合作，此次华为拿下支付牌照有更多想象空间。“对华为来说，支付牌照是个重要抓手。”博通咨询首席分析师王蓬博认为，从合规角度考量，华为确实需要一张支付牌照。

近两年，金融监管部门频频强调：金融是特许行业，必须持牌经营。支付业务是金融业务，因此对企业来说，要么选择将这部分业务“外包”给其他支付机构；要么自己拿下牌照，以规避相关业务潜在的合规风险。获得支付牌照后，华为就能够不再依赖于外部机构。

王蓬博表示，在合规问题解决后，依靠支付牌照，华为还能朝着数据和金融两个方向，整合商业生态、完善商业链条。在数据方面，以前与其他机构合作，华为相当于把最核心的用户数据给了别人，无法进一步挖掘并产生价值。现在，华为可以不再受制于外部机构，能够拿到第一手数据，为用户“画像”；在金融方面，华为可以借助支付渠道开展相关增值服务，同时利用大数据支撑，在补足

其他金融牌照如小贷牌照后，还能进一步衍生出供应链金融等业务。

在业内人士看来，华为此时拿下牌照，或与数字人民币试点有关。2019 年 11 月，华为与中国人民银行数字货币研究所“官宣”合作。中国人民银行清算总中心与华为公司签署战略合作协议，央行数字货币研究所与华为公司签署关于金融科技研究的合作备忘录。2020 年 10 月，华为消费者业务 CEO 余承东曾表示，华为参与了数字人民币硬件钱包的规范制定，其 Mate 40 系列是首款支持央行数字人民币硬件钱包的智能手机，帮助推进数字人民币试点创新应用。

苏宁金融研究院研究员黄大智认为，华为拿到支付牌照后，可能会从此角度切入相关业务。王蓬博表示，数字人民币部分业务可能需要华为具有支付业务资质才能承接。这可能也是华为急于在此时拿下支付牌照的重要因素。

支付牌照“真香”

近年来，支付牌照似乎成了各大企业的“标配”。目前，不仅百度、腾讯、京东、美团、滴滴、字节跳动、快手等

互联网头部企业均拿下了支付牌照，就连小米、OPPO、vivo 等手机厂商也早已布局其中，甚至还有国美、美的等一些传统企业。为何支付牌照这么“香”？

“现代互联网生态是以账户体系为中心的。”黄大智认为，对于企业来说，支付牌照有两个功能，一个是基于支付功能，构建生态内的支付体系，完成资金流、信息流的构建。另外一个功能是构建支付账户，形成以账户体系为中心的生态。

黄大智表示，传统互联网生态中，企业虽然也能依靠自身设计一套账户体系，但这种注册账户是“弱验证”账户，账户价值有限；支付账户则不同，属于“强验证”的金融类账户，在使用时需要绑定银行卡进行实名认证，因此价值非常高。在支付账户基础上，无论是硬件厂商还是互联网巨头都可以借此构建生态。

“支付业务在企业业务中，正在变得越来越‘底层’。”王蓬博认为，一方面，对于规模较大的企业来说，手续费是一笔不小的开支。有了支付牌照后，也可将这部分成本在内部消化。

另一方面，更重要的是，支付牌照也是企业建立金融生态的基础。

其他手机厂商已经抢先在华为之前布局，如小米于 2019 年拿下支付牌照后，逐步拿到了网络小贷、保险经纪、融资担保、消费金融、互联网银行等多张牌照。

王蓬博认为，支付牌照为企业提供了更多想象空间，让企业开展金融类增值服务有了可能。华为手机用户群广泛，且此前已经在智能家居、智能汽车等方面布局，叠加支付牌照，能够帮助企业在流量基础上，形成数据闭环，如果未来想要建立消费金融等生态，也就有了基础。

格局会否生变

从 2016 年起，支付宝、微信支付两者的市场份额合计达到九成，给其他支付平台留下的空间已经不大。华为入局后，支付市场格局是否会发生变化？

“华为无法撼动支付宝、微信支付的地位。”王蓬博认为，一方面，华为此次拿到的支付牌照后，并不包含线下收单业务。另一方面，在 C 端场景下，“仗”已经打完了，微信、支付宝已经占据了绝大部分市场，现在如果再想“分一杯羹”，需要投入大量人力、物

力、财力铺设场景，成本非常高。因此，华为拿到支付牌照，其目的不在于与支付宝、微信支付竞争，而是会从自身入手，完善商业生态体系建设。

但越来越多企业入局，也并非对支付宝、微信毫无影响。王蓬博认为，微信、支付宝也需要警惕，各个行业的垂直巨头推出自己的钱包和支付业务，有可能把消费者逐渐“圈”到各自的生态里。

“市场是否会生变，取决于消费者和商家的选择。”黄大智认为，微信和支付宝虽然在移动支付领域占据较大份额，但从整个支付市场来看，其份额并不大，占支付市场份额最大的仍然是银行。随着更多企业拿到了支付牌照，包括未来数字人民币全面落地之后，市场的格局会如何变化，最终仍取决于用户和商家的使用习惯和选择。

未来，支付市场竞争方向或发生改变。王蓬博认为，随着越来越多企业入局，支付市场的“盘子”并非越来越小，反而越做越大了。这是因为企业对长尾用户的渗透越来越强，实际上是在开拓市场。同时，这种竞争也在往产业链的上游迁徙。对于华为来说，更可能先花较长时间搭好自己的场景，然后才有争夺外部市场的可能。

（据新华网）