

<<创新与改革>>

图书基本信息

书名：<<创新与改革>>

13位ISBN编号：9787505877726

10位ISBN编号：7505877720

出版时间：2008-12

出版时间：经济科学出版社

作者：中国农村金融学会 编

页数：277

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<创新与改革>>

前言

2008年,中国农村金融学会开展了以“‘蓝海’战略与农业银行转型”为主题的征文活动。这本论文集集纳了征文中比较优秀的部分论文。

开拓“蓝海”市场,推动现阶段大型商业银行转型,不仅是农村金融领域面临的重大课题,更是农业银行面临的全新课题。

“蓝海”战略是一种方法论,体现了现代经济发展中价值创新的理念。

作为一种新的经营哲学,要将其真正运用到商业银行经营管理的实践,必须首先将其贯穿到思考当中。

中国农村金融学会组织开展学术研究,显然要体现这种思维创新。

学术研究要更好地服务于我国农村金融改革大局,服务于农业银行的业务发展,实现学术新突破,就必须抓住三个重点环节:进一步树立“研究创造价值”的理念;充分调动中青年对学术研究的积极性;围绕大型商业银行服务“三农”、业务经营转型和精细化管理开展深入研究。

2008年年初,在中国农村金融学会第六次代表大会上,农业银行项俊波行长提出:“要树立研究创造价值理念,推动开展研究工作”。

中国农村金融学会2008年举办了“‘蓝海’战略与农业银行转型”征文,活动得到了中国农业银行全行上下,尤其是广大中青年干部职工的积极响应。

<<创新与改革>>

内容概要

2008年年初，行党委明确提出了农业银行“3510”发展战略；随后，农业银行根据这一战略，对服务“三农”、业务经营转型和精细化管理等三大主题做了全面部署。

在服务“三农”方面，面向“三农”是农业银行永恒的主题，是国家资本意志的具体体现，也是打造新的竞争优势，实现可持续发展的必然选择。

在面向“三农”的试点实践中，各地都形成了一些好的做法和经验，这些需要我们进一步挖掘、研究和提升，使之成为可复制的商业模式；同时也有很多新的问题，比如如何创新“三农”信贷政策和制度体系，如何强化“三农”产品支撑，如何实施事业部制管理等，还需要我们进一步研究。

在业务经营转型方面，从国际经验看，推进业务经营转型是一项极具挑战性的复杂系统工程，涉及业务经营管理的方方面面，在转型的内容、方式方法和具体抓手等方面，有很多问题都要做深入研究。

在精细化管理方面，由于目前国内外对精细化管理还没有一套成型的理论和做法，还需要在借鉴先进经验的基础上，结合农业银行的实际不断探索。

比如：流程如何优化；操作如何规范；经营转型、精细化管理、风险控制和队伍建设“四位一体”的格局如何形成。

这些问题必须首先研究清楚，才能确保出台的政策措施符合实际、切实可行、真正见效。

因此，当前和今后一个时期，要围绕这三个主题深入开展研究。

要根据自己的所学、所长和所处的工作岗位，恰当选取研究的切入点，坚持理论联系实际，不搞泛泛而谈，不搞资料堆砌，从大处着眼，从小处着手，通过踏踏实实的研究为决策提供有价值的政策建议。

农业银行正在经历一场深刻的变革与转型，这为开展研究提供了难得的机遇和素材，也为大家提供了展示才华的广阔舞台。

我们要牢记使命，积极主动地开展研究。

通过研究，开阔视野，使决策更加科学。

<<创新与改革>>

书籍目录

拓展碳排放业务实现商业运作与社会责任和谐发展
集群式贷款：欠发达地区县支行开拓“蓝海”市场的着力点——以农业银行山东省枣庄市山亭区支行为例
县域经济发展与农业银行的“蓝海”战略超越竞争局限
开创银行卡收单业务的“蓝海”——商业银行间联商户收单业务推广模式
浅析小额信贷融资与农业银行发展模式
研究县域“蓝海”战略：小额信贷能否风物长宜——信贷契约的理论与实证
“蓝海”战略与农业银行零售业务转型
农业银行开展投资银行业务实证研究——兼论资本市场、企业、银行转型和投行业务间的逻辑关系
农业银行成本管理模式创新研究
商业银行网点零售顾客满意度的现状及其解决方案
林权抵押贷款实证“三农”和县域“蓝海”实践
“蓝海”战略推动发展转型——对发达地区城区农业银行经营的探讨
发掘“三农”潜在价值推动“蓝海”战略实施——对农业银行开展农村金融创新与实现经营转型的思考
农业银行县域“蓝海”战略机遇与转型路径
从四个县支行发展实践看“蓝海”战略
县域商业金融市场结构与农行“蓝海”战略选择
大力发展现金管理业务
推进农业银行经营战略转型
农业银行在广州地区服务“三农”策略及措施
研究横向监督机制、履约机制与农业银行“三农”“蓝海”市场
农业银行县域业务：战略风险及其应对
农业银行资本管理策略研究
驶向金融“蓝海”
加快农业银行财务目标转型——基于客户的视角
基于客户关系管理视角的农业银行战略转型分析
关于“蓝海”战略与区域化经营的探讨
“蓝海”战略在台资企业营销中的实践探讨
后记

<<创新与改革>>

章节摘录

集群式贷款：欠发达地区县支行开拓“蓝海”市场的着力点——以农业银行山东省枣庄市山亭区支行为例 三、欠发达县支行的市场定位研究 1.农业银行竞争优势研判 相对信用合作机构，农业银行具有以下几个优势：一是品牌优势。

作为大型商业银行，品牌影响优于对方。

二是网络结算优势。

信用合作机构目前只是省内联网，农业银行是全国联网。

三是利率价格优势。

信用合作机构目前执行的利率标准是在基准利率基础上最低上浮70%，加之其他收费项目，导致客户借款成本过高。

四是综合产品优势。

农业银行具备更多的金融产品，能够解决客户的综合金融需求。

五是资金优势。

2007年年末，山亭区一些金融机构存贷款比例已达118%，远高于监管部门75%的参考指标，在负债总量增长有限的情况下，其信贷投放高速增长的趋势必然会受到掣肘。

农业银行山亭区支行2007年年底的存贷款比例仅为62%。

2.农业银行欠发达县支行市场定位选择 (1) 目标市场选择。

农行在“金字塔”底层农村市场的网点覆盖面和人员都比信用社少很多，如执行较高利率又会削弱自身优势，与信用社在农业、小个体经济等分散市场的竞争现状上处于劣势；在“金字塔”顶层骨干、龙头企业市场方面，虽然农行已经卷入这一“红海”领域的竞争，但是由于客户资源相对稀少、自身优势不大，竞争力不强。

我们把目光从这两个层面挪开，定格在“金字塔”中层的经济体，发现这些经济体有以下三个特点： 第一，经济总量大，潜在金融需求最大。

据统计，这三类经济总量约占山亭区经济总量的58%，巨大的经济总量也就潜在着巨大的金融需求。

第二，经济活跃程度高，且符合产业升级方向。

这三类经济体是山亭区最具活力的经济，不断吸引各类生产要素的集聚，符合产业升级方向。

第三，竞争主体比较单一，非常有利于农行优势的发挥。

因此，我们应把这类经济体定为欠发达县支行的目标市场，对此类市场上的客户统称为目标客户。

(2) 竞争策略选择。

通过市场调查与同行对比，我们设计了产品的情感附加策略、客户集群管理策略以及交叉销售与价值创新策略三种竞争策略，以此构建农行的核心竞争优势。

<<创新与改革>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>