

## 旅游金融 在 前行

## ——焦作中旅银行郑州分行开业侧记

本报记者 朱传胜

12月5日，在专家云集、高朋满座的中国旅游集团公司第三届旅游金融论坛暨焦作中旅银行郑州分行开业新闻发布会上，中国旅游集团公司董事长张学武，中国旅游集团公司总经理助理、焦作中旅银行董事长郑江与市领导王明德、汪习武一同按下水晶台上的启动按钮，一时间，大会设置的大屏幕上烟花绚烂，宣告焦作中旅银行郑州分行盛大开业。

“先焦作、后河南、再全国”，焦作中旅银行郑州分行开业，是焦作中旅银行发展史上的又一重要战略布局，是焦作中旅银行实施战略转型、专注旅游金融、延伸服务半径迈出的重要一步。新华网、人民网、凤凰网、网易、新浪、经济日报、中国旅游报、河南日报、河南电视台等数十家媒体齐聚郑州，共同见证了这一闪耀时刻。

从一个默默无闻、体量较小的地方城市商业银行，到闻名省内外、的特色旅游银行，焦作中旅银行不畏惧、不退缩、不迷茫，以惊人的速度上演着涅槃重生的巨变，在中小银行中走出了小而精的特色创新之路。

## 圆梦，“到郑州”战略规划实现了

进驻郑州、设立焦作中旅银行郑州分行意味着焦作中旅银行资产规模达到大型城市商业银行标准，实现了由地方性城市商业银行向区域性银行的转变。据悉，截至2017年10月末，焦作中旅银行资产总额达到653亿元，较5年前增加了4倍。

7月21日，河南银监局公布《关于同意筹建焦作中旅银行股份有限公司郑州分行的批复》（豫银监复〔2017〕200号），同意筹建焦作中旅银行股份有限公司郑州分行，筹建工作应自批准之日起6个月内完成。10月17日，焦作中旅银行郑州分行取得河南省银监局的开业批复。河南银监局批复下来仅几十天，12月5日，焦作中旅银行郑州分行正式开业。

焦作中旅银行的前身是成立于1998年的焦作市商业银行。2012年10月，该行引入中国港中旅集团公司（现更名为中国旅游集团公司）作为战略投资者，2015年8月，经河南银监局正式批复更名为焦作中旅银行，系河南省首家具有中央企业和地方政府双重股东背景的城市商业银行。该行战略重组后，全面实施战略转型，重点打造旅游金融战略板



中国旅游集团公司董事长张学武在新闻发布会上致辞。



中国旅游集团公司总经理助理、焦作中旅银行董事长郑江在新闻发布会上致辞。

块，为旅游业提供更多、更好的金融服务，努力打造最具旅游金融特色的区域性商业银行，并奋力朝着“打造特色一流上市银行”的目标稳步前行。

2017年，今日头条在广州时装周开幕式上发布时尚资讯阅读生态报告，郑州成功入选全国十大时尚城市。此次，焦作中旅银行郑州分行的开设，将为郑州这座时尚之都带来新的生机，集“投资理财、循环贷款、支付结算、消费娱乐、电子银行”等功能于一体的旅游商务专用卡——“i旅游”卡，也将为大家带来与众不同的新体验。

在竞争激烈的省会金融市场贴身肉搏，考验着焦作中旅银行的智慧和能力，而“旅游+金融+互联网”的特色势必是其未来的市场拓展中被判新辣的利器。

定位，  
专注于旅游金融

当前，我国已进入大众旅游消费新时代，增长势头强劲。预计2017年国内旅游人数49.63亿人次，同比增长11.8%；入境旅游人数1.4亿人次，同比增长1.5%；出境旅游人数1.28亿人次，同比增长5%。

“目前中国旅游业正处在黄金发展期，这为焦作中旅银行打造旅游特色银行提供了难得的历史机遇。中国旅游集团公司将持续为焦作中旅银行提供更加丰富的资源和平台，全力支持焦作中旅银行实现持续、健康、快速发展。”在新闻发布会上，张学武表态。他说：“焦作中旅银行郑州分行开业是焦作中旅银行发展进程中具有里程碑意义的重要事件，标志着焦作中旅银行迈出了‘先焦作、到郑州、扩河南、向全国、走向世界’战略布局的关键一步，同时彰显了‘中国旅游集团发展旅游金融、做强做优做大中国第一家旅游特色银行的决心和信心’，也体现了与中国旅游集团公司血脉相承的历史渊源。”

焦作中旅银行致力于发展旅游特色优势，截至2017年10月末，旅游特色业务余额104.73亿元，2017年旅游类贷款投放23.47亿元，占全行新增贷款的20.96%；累计签约合作景区50家。

焦作中旅银行之所以把“走旅游特色”作为战略定位，除了认定旅游业是国内为数不多的预计未来将持续保持两位数增长的黄金行业外，还有两大原因：一是中国旅游集团公司旅游资源极其丰厚，可提供坚实的“后方基地”。据介绍，中国旅游集团公司打造以旅游文化为主业，旅游地产、旅游金融及相关业务并举的产业格局，形成了香港、内地和海外网络布局，涵盖旅行社、在线旅游、酒店、景区、免税、地产、金融、旅游客运、文化演艺、邮轮、房车等相关旅游业态和细分领域，是中国最大的旅游央企，也是目前中国历史最悠久、旅游产业链条完整、旅游要素齐全、经营规模大、品牌价值高的旅游企业。“十三五”期间，中国旅游集团公司将致力于成为我国旅游业供给侧结构性改革的引领者、推动我国实现旅游强国战略的主力军和游客全球旅行的系统服务商，努力使集团旅游主业达到“中国第一、亚洲前茅、世界一流”，到2020年集团整体力争进入世界500强企业行列。在焦作，除了闻名国内外自然景观的云台山、青天河、神农山景区外，太极拳等人文旅游同样享誉海内外。尤其值得一提的是，河南旅游资源丰富，拥有“郑、汴、焦、洛”黄金旅游线，这为焦作中旅银行开疆辟土提供了丰富的施展空间。

深耕，  
借力先天基因

从中国旅游集团入股的那一天起，旅游特色就已经融入焦作中旅银行的血液中。焦作中旅银行秉承“专于旅游、工于匠心”理念，围绕“吃、住、行、游、购、娱”六要素和“先焦作、后河南、再全国”“先集团内、后集团外”的拓展路径，全力推进旅游特色业务，产融结合、融融协同发展势头十足。

“凭借‘专于旅游’的天然基因，坚持走‘旅游+金融+互联网’的特色化发展之路，改革发展、不断创新，在公司治理、特色发展、风险防控、队伍建设、服务能力等方面均取得了跨越发展，旅游特色业务发展从无到有，与50多家省内外旅游企业开展业务合作，涉及景区、酒店、旅行社、邮轮、房车等领域，业务范围覆盖河南，并延伸到浙江、江苏、福建、海南等10多个省市。2015年正式更名为中旅银行，2016年银



中国旅游集团公司第三届旅游金融论坛暨焦作中旅银行郑州分行开业新闻发布会现场。

行评级由3B跃升到2C。”在新闻发布会上，郑江说。

创新至上，产品是先行军。焦作中旅银行推出“i旅游”卡，这张集“投资理财、循环贷款、支付结算、消费娱乐、电子银行”等功能于一体的旅游商务专用卡，承载了焦作中旅银行耕耘旅游产业链的希望。

“集全行之力，用1年到2年时间使‘i旅游’卡在市场上树立地位。”焦作中旅银行行长陈翔说。如今，焦作中旅银行将每月26日定为“i旅游”日，持卡客户可免费游览签约景区。目前，签约景区涵盖云台山、白云山、浮戏山、殷墟等32家。

此外，该行不断探索“金融+酒店”“金融+景区”“金融+地产”等新模式，在旅游产业链上做足文章。深耕中原“郑、汴、焦、洛”黄金旅游线，已与河南省旅游局签订战略合作协议，并积极与开封、许昌、新乡、洛阳等政府旅游平台对接，预计未来5年内对河南省内的旅游项目贷款投放将达到200亿元。

“全国银行业2015年总资产同比增幅排名第六位”“全国银行业2015年净利润同比增幅排名第八位”；荣获《当代金融家》杂志社评选的“第五届金口碑特色银行”奖、中国银行业协会颁发的“中国银行业理财机构最佳收益奖”，被银登中心授予“最佳机构奖”，被河南省银行业协会评为年度“最具创新活力”十强银行，荣获焦作市“2016年度企业服务先进单位”和“科技创新服务工作先进单位”称号。更可喜的是，焦作中旅银行营业部被共青团中央评为2015-2016年度“青年文明号”，这是焦作中旅银行近年来首次获得共青团中央的荣誉。

在11月23日到24日举行的2017年城商行年会上，中国银监会副主席曹宇对焦作中旅银行的发展模式点赞：“有的银行脚踏实地，深挖自身优势，努力打造精品银行。比如焦作中旅银行，原本是一家高风险金融机构，重组后借助股东资源，把旅游特色作为战略定位，为传统和创新旅游业态提供特色服务，赢得了市场认可。”

诠释，  
未来旅游金融

创新金融产品、扩展业务发展半径……这一系列动作的背后彰显了焦作中旅银行的“野心”——打造旅游金融生态圈。

旅游金融生态圈是一个广泛立体、涵盖上下游，直至终端消费者的概念，难度大，涉及范围广，牵扯面多，焦作中旅银行给出了自己的答案。

“打造旅游金融生态圈，覆盖旅游产业链G端、B端、C端的上下游，形成旅游生态圈。G端就是旅游产业的拥有者；B端就是商业端，比如景区、旅行社；C端就是客户端。公司、投行、零售、小微集

体发力，借助基金、保险、融资租赁多管齐下，围绕旅游金融生态圈，尽快形成可复制的商业模式。”游翔阐释。

G端，借助中旅集团公司优势，加强协同，联合信贷公司、国际融资租赁公司、中国旅游产业基金等，为旅游项目建设提供投融资，同时引入消费金融、旅游保险、融资租赁、产业基金等全方面多方位的金融支持。

B端，在直接向景区和酒店贷款的同时，联合中旅集团内部景区、酒店管理公司，共同细化金融服务方案，通过信用贷款、股权质押贷款、收益权质押贷款等方式，形成一个小的资金闭环。

C端，着力打造“i旅游”卡，让用户享受到更多折扣，积极借助线上渠道和移动端，通过开立二类账户、电子账户等形式，吸引更多活跃用户和潜在客户，不断提升客户渗透度。

旅游金融巨鳄雏形已显，焦作中旅银行将金融与旅游产业做深度融合，以终端旅游消费者的金融需求为根本，向上延伸至最初的旅游资源发现及规划设计，实现旅游全产业链的金融服务，成为中国最专业的旅游银行，实现资产及收益的几何级放大，努力成为“金融产品的推出者”“金融服务标准的制定者”。

除了打造旅游生态圈，焦作中旅银行还有一个更大的梦想——线上依托星旅通平台，在网上再造一个焦作中旅银行。

志之所趋，无远弗届。

互联网时代，旅游特色和互联网相结合，“线上获客、线下服务”将是银行未来发展的方向。

焦作中旅银行积极行动，谋篇布局。借助互联网手段，通过提供消费信贷，借助移动支付手段实现线上获客。打破地域限制，建立线上电子账户体系，与有场景、有客户的互联网公司合作，坚持“场景+科技”，嵌入金融服务功能，推动线下客户线上化，提高业务效率，降低成本；推动长尾客户线上化，增加客户黏性，提升客户贡献度；推动旅游客户线上化，批量获客，打造产品特色化品牌。

2017年，焦作中旅银行旅游特色业务初见规模和成效，业务占比预计超过20%。2020年，焦作中旅银行确立“四个五”目标，即旅游类贷款占比达50%；旅游类存款占比接近50%；公司旅游类授信客户占比达50%；个人旅游类有效客户占比达50%，打造真正意义上的旅游特色银行。

在新闻发布会现场，郑江为焦作中旅银行定下了一个“小目标”：努力成为旅游界的金融专家、金融界的旅游专家，向着中国旅游金融服务标杆、中国旅游金融专家和中国旅游金融标准制定者的目标努力。

这个“小目标”靠什么来实现？据介绍，作为旅游金融领域的深耕者，焦作中旅银行自身所拥有的资源、特色、战略、服务、价值五大优势也构成了其核心竞争力。



现代化智能化的服务大厅。



焦作中旅银行郑州分行盛大开业。



一流的硬件环境。

(本版照片均由焦作中旅银行提供)