

编前语

“普惠金融”，这一概念由联合国在2005年提出，是指为有金融服务需求的社会各阶层和群体提供适当、有效的金融服务，小微企业、农民、城镇低收入人群等弱势群体是其重点服务对象。而当我们联合沈阳市农经委、中国建设银行辽宁省分行共同开展普惠金融活动之后，又对“普惠金融”有了进一步的理解，“普”更有“普及”的含义。因为在我们扶持中小微企业的时候，给我们最大的感觉是其实他们拥有办理贷款等业务的能力，但是却不会运用，不是因为别的，而是因为他们对金融的认识，还仅停留在存取款等普通业务上，根本不了解金融机构其他功能及产品，更别提灵活运用。究其原因，主要是现在大部分人金融观念淡薄，甚至没有金融这个概念。那怎么培养大众的金融消费习惯？如何让大众树立正确的金融观念？这些都是“普惠金融”的最重要的环节。

# 积跬步至千里，建行“金蜜蜂”培育准社会主力

## 培养大学生金融消费习惯 提供实践机会促创新创业

“根据人群实施不同的普惠计划！”为践行普惠金融的理念，履行国有大行的社会责任，建设银行辽宁省分行在普惠金融上根据人群、地域、年龄段、职业等设计多维度的普惠计划，进行网格化的普惠。其中，他们针对即将迈入工作岗位的“准社会主力”——大学生群体，进行的精准普惠计划——“金蜜蜂”校园服务品牌，让我们看到了一个国有大行的大格局。

### 现状：大学生理财观念淡薄

说到大学生金融知识和理财观念的问题，建设银行沈阳皇姑支行个金部副经理邵赫告诉记者，在“金蜜蜂”项目落地之前，他们就针对这部分群体进行深入地了解，结合大学生群体的行为特征进行分析，结果发现他们对金融知识知之甚少。这个原因主要有两个，一是因为现在的大学生没有经济来源，学费和生活费基本靠家庭提供。有数据调查，16.01%的大学生每月生活费为800元以下；54%的大学生每月生活费为800元至1500元；19.47%的大学生每月生活费为1500元至3000元。大部分学生属于月光族，没有结余，并且表示不太够花。所以，他们认为“无财可理”。第二是随着移动支付的普及，现金交易远离大学生，而这样他们的银行印象越来越浅，有的甚至只限于ATM机。缺失了这方面的了解，他们关于理财产品、金融安全性等常识更加匮乏，也就导致了前段时间学生贷在全国大学生群体中掀起负面新闻。

### 第一步：打造样板银行吻合学生习惯

针对这种情况，建设银行辽宁省分行从今年4月份开始筹备建立“金蜜蜂”校园服务品牌。首先从选址方面，建设银行辽宁省分行选址在沈阳历史悠久、影响面较大的辽宁大学。其次是硬件设施，“金蜜蜂”校园e银行的设计上，极大地吻合大学生追逐潮流和时尚的特点，将整体风格人性化、卡通化。在原有建行的VI基础上，增加了天花蜂窝造型吊灯、金蜜蜂品牌黄光面烤漆板，并布置了特有的金蜜蜂品牌标志。为了符合大学生前沿的消费习惯，校园e银行将传统银行的服务模式和创新科技有机结合，以传统自助银行为载体，不仅可为大家提供存取款、转账、查询等传统金融服务，还满足了手机银行、网上银行等业务办理、产品及形象展示、金融活动开展等系列金融需求，并布置人脸识别售货机、电子笑脸墙、人脸识别体验机、校内信息发布屏等高科技设施。

### 第二步：学生任行长以学生带动学生

在具体的运营上，建设银行辽宁省分行选择了全权放手，“以学生带动学生”。说白了就是将这个无现金交易、完全靠科技运营的银行交给学生，让他们去掌管。为了找到更合适的人选，今年7-8月份的时候，建设银行辽宁省分行和辽宁大学联合发布培训营开营的征集令，最后从报名的数百名学生中选出60人，对他们进行集中培训并安排到建设银行各网点进行实习工作，然后又从这里选出5名优秀的学生。2017年9月30日，建设银行辽宁省分行“金蜜蜂”项目启动，这也是建行在省内、乃至东三省内高校开办的首家校园e银行，而这5名学生中的1名正式被聘任为正行长，其他4名任副行长。这一新鲜的模式，迅速在校内引发关注，加之学生和学生之间沟通本来就零距离，通过日常的打理、业务的咨询等，大家对银行的关注度又被激起。

### 第三步：搭建平台把金融服务融入校园生态圈

“为了发挥这些行长的主观能动性，我们对他们报上来的项目进行大力支持。”邵赫介绍，首先，他们支持行长牵头在学校注册成立辽宁大学“金蜜蜂”学生金融社团，并邀请辽宁大学亚澳商学院党委副书记、副院长李彦红女士作为指导教师，吸收了47名团员。建设银行辽宁省分行协助他们定期开展相关社团活动。如选拔“金蜜蜂”形象大使，设立“金蜜蜂”奖学金、举办“金蜜蜂”杯学生理财游戏、金融产品微电影、创新创业等各类比赛，给予学生社会实践、展示自我的平台。“这些孩子们的想法非常好，他们也意识到学生们对金融知识了解的太少，所以不断提出创新的点子进行推广，而且懂得运用进出两个端口进行全覆盖。”邵赫说，进口方面，这些学生们主动在校内做调研，看看学生们对哪些感兴趣，然后精准地做活动。在11月份成功举办了首次金融知识公益讲座，吸引了数百名师生参加，现场效果十分热烈。出口方面，学生社团成员对辽宁大学蒲河校区周围的多家营业商户逐一细致营销，为大学生的餐饮、娱乐、购物等日常消费行为向商家争取最大力度的优惠。目前已与沈北大学城的相关商户成功开展了“1元购水”、“消费满减”等活动，不但节约了学生日常的支出，而且带动了校园周边的消费，得到了校园师生和周边商户的一致认可。

### 成果：大学生已经懂得用钱生钱

“变化很大！”大学生行长王浩懿告诉记者：经过这几个月的运营，他能看见身边的月光族越来越有计划性，对金融的认识程度也越来越高。过去大家都认为月光族没有财可以理，但现在通过他们的普及就不一样了，大家都特别精明。首先，大家养成了记账的好习惯，对消费有一个记录，这样就会合理地消费。其次，利用信用卡+理财产品的模式让钱生钱。因为每个月的生活费是固定的，想要直接生钱肯定不可能，但是可以巧妙地运用信用卡+理财产品的模式让钱生钱。例如一个月1500元的生活费拿到之后，先购买银行短期理财产品获取利息。日常消费都通过信用卡，一方面刷卡是有优惠，本身就省钱；另一方面，信用卡有50天的免息期，没有任何影响。王浩懿说最主要的是，金融知识在潜移默化地影响他们的同时，金蜜蜂带给他们的锻炼也为以后创业就业提供了有效的土壤，而且对今后的规划有了清楚认识。



### 未来：多措并举保障普惠金融遍地开花

对于未来如何让更多大学生享受到普惠金融的福利，建设银行辽宁省分行也已经有了多种规划。首先在全省范围内的重点院校、大专院校及重点中学继续推广“金蜜蜂”项目和校园e银行，并以此为抓手，关注他们的金融消费需求和消费习惯，不断地进行服务升级，广泛应用智能设备、数字媒体和人机交互等前沿科技。其次把建设银行打造成一个校园内的客户体验平台、产品展示平台、客户交流平台和金融实践平台，为学生提供更多宝贵的金融实践机会，也让校园e银行更加具有高校特色，让金融真正融入校园生态圈，实现“移动金融、民生金融、智慧银行”的落地。

在当前“大众创业，万众创新”的时代背景下，针对大学生这一普惠金融群体，建设银行辽宁省分行通过大力推行“建融慧学”教育领域综合金融服务品牌、“金蜜蜂”大学生综合金融服务品牌、“学生惠”校园网络金融服务品牌，连续两届为我省“互联网+”大学生创新创业大赛提供服务支持，开展金融知识进校园等一系列普惠金融服务，促进大学生创业和就业，为辽宁经济发展带来新的活力，努力践行着一家国有大行的社会责任。

沈阳晚报、沈报融媒记者 邓丽娟

