



“做金融”很大程度上就是“做诚信” 信誉是金融业的生命



1748年,富兰克林在他著名的“致富之路”演说中说:“时间就是金钱,信誉就是生命”。这句话同样适用于金融领域,金融是虚拟经济,诚信是其基石,只有诚信才能赢得公众的信任和信心。尤其银行业,没有公众信任,没有公众的信心,就没有公众存款,就没有银行。所以,套用一句医药广告词:“做药就是做良心”,“做金融”很大程度上就是“做诚信”。

记者 邹传科

诚信银行的生命线

众所周知,银行是一个特殊的金融服务行业。经济决定金融,金融业的生存与发展来自经济主体中的微观客户。客户是企业特别是以提供服务为主的金融业的源泉与基础,金融竞争的实质就是客户的争夺。没有客户的加入与信任,金融业将成为无本之末和无源之水。只有诚信金融、诚信服务,才能赢得信誉,赢得忠诚顾客,赢得市场,并最终赢得经济效益和发展机遇,形成“诚信生信,信生誉、誉生益”的良性循环。那种对顾客不讲诚信、不精心、不负责任的行为,只会让顾客望而却步。其结果只能失去信

用,失去客户、失去市场。银行应在实现赢利同时,最大限度地为顾客着想,通过诚信服务,从而赢得客户、赢得市场。

我们搜索过国内几十家银行的广告词,几乎都包含“诚信”两字。举例:工商银行:“工于至诚,行以致远”。农业银行:“诚信立业,稳健行远”。中国银行:“诚信、绩效、责任、创新、和谐”。建设银行:“诚实、公正、稳健、创造”。国家开发银行:“坚持诚信、互利、平等协商的原则,形成长期良好的合作关系”。中国农业发展银行:“至诚服务,有效发展,以人为本,构建和谐”。

交通银行:“诚信永恒,稳健致远”。招商银行:“诚信为本,和谐为美,精诚奉献,共赢发展”。华夏银行:“诚信、规范、和谐”。中信银行:“诚诺于中,至任于信。”浦发银行:“行之以礼,出之以仁,成之以信,守之以诚”。广发银行:“诚信 责任 创新 笃行”。光大银行:“精品上市银行 诚信合作伙伴”。民生银行:诚信、互利、平等、协商。可见做银行都离不开诚信。

当然,对银行而言,不仅要自己诚信,还要培育诚信客户。有忠诚客户,才能可持续发展,而忠诚客户首先是诚信客户。

证券市场的源头活水

诚信是证券市场的源头活水,也是发展之基,诚信偏失,市场建设将无所适从。著名会计学家杰罗尔德说过,“获取信用要付出很高代价”。

然而,近年来的证券市场失信频频上演。去年,在证监会披露的“抢帽子”股价操纵案件中,操纵者的为所欲为和疯狂程度前所未有。操纵者以70个自然人名义,在44家证券营业部开立112个资金账户,使用148个证券账户,动用超过20亿资金操纵股价。而在这之前的亿安科技、中科创业、银广夏以及最近的杭萧钢构等案件,都给中国证券市场带来极大

的震动。随后发生的“绿大地案”、紫鑫药业业绩造假同样手段恶劣,让市场诚信体系遭重创。

反观在证券交易最发达的美国,其证券监管最为完备,对诚信市场的要求最为严厉。纽约证券交易所使用大量的电子监视系统,一旦交易量出现异常波动,电子监视系统就会自动报警。证券交易商协会建立会员制,负责监视场外交易中各种证券交易量和证券价格的变化,防止不法交易发生。美国建立了比较完善的刑事制裁、民事赔偿、行政处罚体系。

当然,美国股市良性、健康的诚信氛围的形成,并非一朝一夕,

促成的原因较多,但根源还是法律体系的先行。《证券交易法》明确规定了守信与不守信所面临的褒奖与惩戒。再看我国的A股市场,由于相关法律法规的长期滞后,违法成本较低。特别是在一些上市公司欺诈上市、业绩造假、内幕交易等非诚信事件频频逆向引导下,使得非守信、虚假信息等行为变得很容易,而守信用反倒成为难题。业内人士认为,证券市场从法制层面界定信用体系的积极意义巨大,只有征信建设与证券市场规范有法可依、有法必依,才能建设起整个资本市场的诚信大厦。

诚信让保险真正保险

在社会各个行业中,保险行业最需要诚实守信,不仅要求每个保险从业人员必须要坚持“诚信为本、操守为重”,对每个保险企业更需以诚信作为立业之本。

就当前总体来讲,多数保险公司的大多数员工还是比较注重讲信用的,但也存在一些不尽如人意的地方。其中一个问题就是有些营销员在销售保险产品时,对产品性质、产品特点、产品要求介绍不够全面,甚至误导客户。尽管在讲话中指出的仅为少数人没有严格遵守“诚信为本,操守为重”,但对整个行业的信誉却带来不小影响。

为什么诚信在保险行业如此重要?这是因为保险是一个经营风险的行业,是一个为社会奉献爱心的事业,亦是一个经营信用的事业。试问有哪个行业能够拥有社会如此高度的信赖?保险公司在社会推销的

仅仅是一个承诺,如果保险公司不是坚守“一诺千金”而是缺乏信誉,又如何能使千百万元的投保者心甘情愿地,把几十年的积蓄持续地交付给保险公司,来换取几十年后的各种给付的承诺?保险公司就是凭着“诚信”才能让千家万户纷纷向保险公司托付“终身”。正因如此,保险公司最重要的原则就是“诚信”,而且还是“最大诚信”。

于是,诚信原则对保险行业的重要性亦就不言而喻,在保险发展过程中始终贯穿诚信原则,在社会上树立起自身的诚信形象,是当前面临市场竞争日趋激烈的保险企业都备感紧迫的任务。如果保险企业不能在信誉上下功夫,只是急功近利,贪图一时的业绩、市场份额,业务的发展就不会有坚实基础,品牌也就打不出来,势将难以在激烈的市场竞争中取得胜算。

阅读延伸

中国企业信用缺失致每年损失6千亿

据商务部去年的统计,我国企业每年因信用缺失导致的直接和间接经济损失高达6000亿元。在征信成本太高,而失信又几乎没什么成本的情况下,造

约、造假、欺诈的故事几乎每天都在上演。巨额的信用成本,如同扼住企业喉咙的那只手,在残酷地剥夺着中国企业尤其是中小企业本就狭小的生存空间。

商学院

千里赴约:东汉时期范式“恪守信用,千里赴约”的故事。几千年来一直被人们津津乐道,说的是汝南郡的张劭与山阳郡的范式同在京城洛阳读书,窗友相知,情深谊长。学业结束了,范式拉着张劭的手说:“两年后的秋天,我会去你家看望老人,同你相聚。”落叶萧萧,春去秋来。两年后的秋天到了,张劭对母亲说:“范式要来了!”“傻孩子,

山阳郡离这一千多里,范式两年前说过的话,就是记得也是来不了啊!”张劭说:“范式诚信,他会来的。”约定的日子到了,范式果然风尘仆仆地来了。旧友重逢,亲热异常。老妈妈激动地站在一旁直抹眼泪,感叹地说:天下真有这样讲信用的朋友。

启示:诚信对一个人如此重要,对一个企业也是一样的,信则立,不信则废。

农夫与斧子:一天,农夫上山砍柴,他走到桥上,一不小心,手一松,把斧头掉下了水,他想,没有斧头怎么砍柴啊,他急得哭了起来,这时,水中出来一名神仙,他拿了一把金色的斧头对农夫说:“这是你的斧头吗?”农夫说:“这不是我的斧头。”不一会儿,神仙又拿了一把银色的斧头对农夫说:“这是你的斧头吗?”农夫摇了摇头说:“这也不是我的斧头。”神仙又拿了一把灰色的斧头对农夫说:“这是你的斧头吗?”农夫高

兴地说:“这是我的斧头。”有个人在旁边看见了,他故意把斧头扔进水里,神仙上来对他说:“这是你的金色斧头吗?”那人说:“这是我的斧头。”神仙就拿着斧头走了,再也没有上来过。

启示:管理者如何才能树立自己在下属面前的威信?其中一个重要的素养就是言行一致,讲信誉。李嘉诚说:“坚守诺言,建立良好的信誉,一个人良好的信誉,是走向成功的不可缺少的前提条件。”