

## 零售銀行

零售銀行乃港基之核心業務。分行網絡除了提供多元化產品及服務之外，它的存款更提供了銀行放款所需的資金。而且分行系統亦支援大部分銀行其他的業務活動。憑藉二十四間分行(包括四間綜合分行)，此網絡對港基之社區定位及形象均具有舉足輕重之作用。

港基深知此架構之潛力，因此各業務管理層已逐步充分發揮此架構之優勢，並推出新產品、提升分行質素及拓展客戶基礎。

經過接近四十年之利率管制，而到了七月份，解除存款利率管制後，港基推出多年來香港少見之優異產品。於二零零一年七月三日，港基推出「智易理」戶口，一般簡稱為「3M戶口」，結合往來戶口之便利及儲蓄戶口之可賺取利息之優點於一身。結餘愈高，利息愈優惠。3M戶口減省客戶處理多個戶口所需之時間，客戶亦毋須費時處理透支或結餘等問題。3M戶口推出後廣受客戶歡迎，顯示3M已填補消費產品一個重大缺口。在少於六個月內，港基成功吸納十億港元之低成本存款，新增賬戶為二萬個。於二零零一年內，往來及儲蓄戶口增加乃資金成本減少之主要因素。3M乃港基於新紀元之旗艦存款產品，而二零零二年亦會陸續推出其他嶄新產品。

銅鑼灣綜合分行之成功為二零零一年其他三間綜合分行提供藍本。調查結果顯示，銀行面積更大，尤其是店面更寬敞，既可令客戶及準客戶對所推出之產品有較佳看法，亦對港基之雄厚財力有更透徹之認識，綜合分行之概念乃建基於將分行之平均面積一千平方呎倍增，而物色合適面積及位置為重要策略。於可能之情況下，「蒼晉」理財中心(見「投資銀行」一節)亦將併入綜合分行。

## 核心業務

### 「智易理」戶口廣受客戶歡迎



推出「智易理」戶口

## 綜合分行網絡



美孚綜合分行(上)；

紅磡綜合分行(下)

於五月本行購入美孚分行之毗鄰物業而將有關分行之面積增加一倍，以升級至綜合分行。於八月，由荃灣及大河道分行合併而成，並由三層自置物業組成，面積達一萬平方呎之荃灣綜合分行正式開業。新界地區為本行零售業務迅速增長之地區，而荃灣綜合分行亦成為本行於新界區之地區總部。荃灣綜合分行亦設有「薈晉」理財中心、私人貸款中心及信用卡服務中心。於十一月，黃埔花園分行及紅磡分行亦藉著購入原紅磡分行之毗鄰物業而進行合併。

在這競爭激烈之環境下，營運效率乃致勝之道。透過合併而建立之綜合分行，及合併灣仔及軒尼詩道分行而建成之現有灣仔分行均有助達致規模效益。本行亦精簡營運程序，包括將程序集中處理，並讓客戶於地區分行更方便處理個人財務。有關措施已載於本報告「營運及支援」一節。

### 中小型企業借貸

零售銀行之主要客戶為港基分行所在附近之居民及在職人士。各分行亦透過較簡易之交易程序為其社區之企業提供支援。鑒於作為香港主要經濟動力之中小型企業數目眾多及其獨特需要，零售銀行內亦設有由一群經驗豐富員工組成之商業借貸隊伍。憑藉其發揮之專業知識，可協助分行經理及業務發展主任物色新客戶及制訂合適之信貸計劃，為該等企業客戶提供服務。新隊伍為零售銀行業務進一步提供多元化收益，並提高港基於此項重要業務之市場滲透率。

綜合分行及傳統分行均提供有效服務渠道，而商業借貸更加強化了服務的範圍。由於銀行分行遍佈各區及客戶傾向採用面對面式之接觸服務，網上銀行於香港仍未獲普遍接受，但顯而易見，電子銀行使用量有日漸上升之趨勢。港基於二零零零年三月開始推出「網上自動櫃員機」服務，讓客戶可安坐家中進行簡易之交易。於二零零一年，港基透過「網聯」（由港基與其他三家銀行及一家大型互聯網服務供應商組成之合營企業）組成之網上平台，推出覆蓋範圍廣泛之互聯網銀行服務。此合作不但有助港基在產品開發方面節省成本及透過共同投資不斷提升安全措施，亦可讓客戶於家中享用獨特之電子銀行服務。當資料庫及客戶關係管理(CRM)(請參閱本報告下文)軟件於未來連繫一起後，互聯網銀行之效能更將有所提升。



「網聯」之誕生

零售網絡及客戶基礎均提供大量推銷港基多元化產品的機會。零售銀行、信用卡及消費信貸、投資銀行及租購業務均奉行一套「互相聯繫」模式，交換客戶資料及由產品專家進行綜合分析，因應客戶需求為客戶提供全面服務。此模式令佣金收入顯著增加，並加強與客戶之關係，令客戶將更多財務事項交由港基處理。

### 以客為先 「互相聯繫」服務

網絡、系統、產品及形象所提供之效用均不及零售業務員工為客戶所提供之優質服務。分行之一百五十八名員工均對其服務承諾深感自豪。各員工亦可透過「星級計劃」為自己的晉升作良好的計劃。此計劃乃結合香港銀行學會之課程大綱及港基之服務標準，並以筆試及口試形式進行，讓零售員工於達致下一個「星級」水平時可隨時獲得晉升。此計劃連同新制訂之工作表現評估均可激勵員工追求卓越表現。

### 「星級計劃」



區域諮詢委員會

港基之區域諮詢委員會於一九九八年成立，各分行具有顯赫聲望之顧問，就服務水平及推出產品作出建議。委員會成員於每季開會提出意見，讓港基確定新產品之對象，確保產品能真正迎合客戶所需。委員會亦作為公眾人士了解港基業務之另一途徑，並令港基於社區內之根基更為穩固。委員會主席由港基之獨立董事兼委員會創辦成員之一蘇耀祖先生擔任。

### 信用卡及消費信貸

#### 全賴消費信貸之專業知識

港基多年來於消費信貸方面累積豐富之專業知識，於競爭激烈之信用卡市場佔有一席位，並向個人客戶提供私人貸款及以資產計算之融資。鑒於經濟及住宅物業市場放緩，此業務對港基盈利之重要性將不斷增加。於二零零一年內，本行已制訂全面策略、推出新產品及供應系統、提升科技及擴大本行之人力資源，以便拓展本行之業務範疇。由於信用卡及消費信貸業務具有共同之業務特點及有能力達致規模效益，因此該兩項業務已合併成為單一業務部門。



透過率先於市場推出專為女性而設之myCard及專為年輕人而設之magiccard，港基已成為信用卡業務之翹楚。此外，港基亦推出一般的信用卡、聯號卡及聯營卡，以及提供亦成為費用收入主要來源之商戶服務。優惠及保留客戶計劃乃信用卡業務策略之重要一環，而有關策略必須定期提升，以便滿足客戶的需要。雖然信用卡業務帶來高回報，但以香港現時個人破產數字不斷上升可見其風險所在。風險管理乃此業務不可或缺之成功要素，管理範圍由申請及批核至監察及收回款項。若要信用卡業務能帶來利潤，就必須具備妥善全面之專業技能、開支管理、財務分析及風險控制。

港基重新設計其一般VISA卡及萬事達卡並配以全新面貌，除附設美食獎賞計劃外，更聯同「低息錢」理財信貸作為雙重產品推廣，而結餘轉賬計劃亦吸引不少新客戶。專為18至28歲青年人而設之magiccard亦推出特別旅遊消費獎賞計劃。www.magiccard.com.hk之網頁上設有廣受年輕人歡迎之網上遊戲及娛樂資訊。港基專為現代女性而設之myCard現時更設立其互動網頁www.mycard.com.hk，內容圍繞保健及健美以至投資理財，包羅萬有。其聊天室，由專業顧問為客戶提供意見；網上購物室，可讓客戶專享精選優惠；寫作室則讓客戶盡情發揮寫作才華。myCard亦為客戶提供CreditPlus理財信貸，享用特別低息貸款。



magiccard網頁

爭取吸納新商戶及維持彼此之關係亦為信用卡業務之重要環節。於二零零一年期間，港基增添超過一千一百名新商戶。港基進行商戶滿意程度問卷調查以確定客戶其他需要，證實港基提供之服務得到高度評價。港基亦與商戶聯手合作打擊騙案，透過向商戶之僱員提供培訓後，騙案數字已大幅減少，達致保障商戶、銀行及信用卡系統之利益。

### 商戶信用卡服務

為保障信用卡持有人及商戶所帶來收益所需之工作非常重要。於過去一年，監察及反複核對系統已提升至自動化技術，風險管理因而達致更高水平。信用卡及消費信貸之收數部已合併，以便獲得更佳之表現分析及成效。與一世界著名公司合作發展之嶄新信貸評分計算計劃之籌備工作已於年底完成，並於二零零二年初實行。港基已積極與各銀行、監管機構、消費者權益及破產管理主任合作，以解決個人破產數字日益增加之問題。





位於中環之私人貸款中心

於二零零一年內，港基憑藉其於信用卡、私人貸款及消費者租購業務方面之豐富經驗，擴大其私人貸款中心網絡，並與香港各大商戶建立消費者租購夥伴關係。四家私人貸款中心現設於中環、銅鑼灣、旺角及荃灣。三十五家商戶，由國際企業如新力及三星、著名零售連鎖店如百老匯攝影器材及六福珠寶，以至美容產品、食水淨化及汽車防盜供應商等均有份參與港基財務消費者租購業務。個人貸款包括電話現金私人貸款、兒童教育及進修私人貸款

等。

### 嶄新消費者貸款電腦系統

信用卡業務之風險管理亦適用於私人貸款業務。港基聯同香港理工大學發展之消費者貸款系統，將加快貸款處理程序，亦提供管理資訊能力以擴大監管及收回貸款之效益。收數部之合併，加上港基之業務資訊專才對前景趨勢之正面分析，預計可將拖欠貸款比率維持於一貫之低水平。

於二零零一年內，信用卡及私人貸款上升25%，有關貸款帶來之利息收入抵銷住宅按揭貸款利息收入下降之影響，並為年內淨利息收入增加11%之主要來源。港基追求之增長策略，不單只追求資產增長，更要達致高回報。成功擴大現有消費信貸業務為港基五年計劃之首要任務。