



■廖木兴/图

●银行

这场疫情的暴发,一方面成为了银行业科技实力的试金石,另一方面也倒逼银行业加速金融科技研发和创新力度。

■新快报记者 许莉芸 范昊怡

## 保障 利用科技手段创新线上业务

特殊时期,银行的服务不打烊。各家银行纷纷宣传线上服务渠道,减少线下网点的接触服务。如工行广东分行则利用微信公众号、融 e 联公众号等渠道倡导客户使用手机银行、网上银行等离柜服务,并且针对网上银行、手机银行小额支付限额全面放开。

除了各家国有、股份制银行外,受到疫情影响非接触式信贷需求增大,各家中小银行也正加大金融科技服务力度。某银行互联网信贷业务负责人对新快报记者表示,疫情期间已经或者寻求合作

的业务明显增多。

为了能够保障银行信贷需求,监管机构也在利用科技手段创新线上业务。2月13日,人民银行广州分行就推出了“联网取现业务”。金融机构只需通过支付系统发起现金支取申请,持人民银行通过中央银行会计核算数据集中系统发出的电子回单,即可到人民银行领取现金。据悉,推出当天就有8家金融机构提出业务申请。当天上午,兴业银行广州分行就成功办理了第一笔200万元的联网取现业务。

## 快速 两天上线“续贷操作系统”

坐标武汉的众邦银行,在得知很多企业因疫情导致贷款出现短期困难等情况后,加紧开发了“线上续贷操作系统”。众邦银行相关人士对新快报记者表示,该系统从大年初五开始紧急启动开发,只用了两天时间就完成了系统开发和上线。截至2月7日,众邦银行共受理企业延期申请25笔,金额2.26亿元,已全部处理完毕。

像众邦银行这样快速反应的银行不少,尤其是互联网银行利用纯线上的科

技优势,更能发挥在金融抗疫战中扶持中小企业的作用。近日,网商银行行长金晓龙表示,网商银行对于信用小店不抽贷不断贷,全国将有超过5000万小店依然可以获得无抵押的纯信用贷款额度。

网商银行最新数据分析也发现,疫情期间坚持营业的小店中,贷款金额较去年农历同期增长了45%,有贷款额度的小店,营业率也比整体高出一倍。这说明获得贷款的这些小店们,正在运用数字金融手段让自身快速恢复生产力和活力。

## 便捷 互联网信贷产品半小时发放贷款

各家银行不仅在时间上争分夺秒,在产品服务上也加大了无接触信贷服务力度。

1月19日,广东一方制药有限公司作为本次抗击新冠肺炎疫情获批药物“肺炎一号”受托生产方,为全力奋战抗击疫情,过程中短期资金流转需要支持。民生银行了解该情况后,应用全线上化公司业务融资产品信融 E 为其发放贷款近百万元,从线上提交融资申请至贷款发放仅耗时30分钟。

不仅如此,还有银行为服务企业量身定制了互联网信贷产品。如兴业银行针对疫情就推出了“抗疫贷”产品,主要面向抗击疫情的紧急行业和企业发放。截至目前,兴业银行广州分行已拟定于近期为辖内第一批15家企业提供约9亿贷款“抗疫贷”。据新快报记者了解,2月13日傍晚,广药集团子公司江门广药侨康向该行申请了2500万“抗疫贷”,第二天下午即批复仅用时不到一天就完成放款。

近期,监管部门要求各地银行机构加大对受疫情影响、生产经营遇到困难的中小企业融资支持力度,同时全面落实授信尽职免责政策。为了支撑各大产业运行,各家银行利用科技手段争分夺秒加快新系统上线、创新金融产品,并且从2月3日开始采取在线办公与分批到岗的形式,保障贷款能够及时下发给中小企业。与此同时,为稳定营销员队伍,保险公司依托互联网渠道变革,加快科技转型步伐,启动线上化经营模式。在银行和保险这两个领域,一场抗疫战早已打响。

# 高科技+互联网双轮驱动 银行保险战“疫”促金融科技再提速

●保险

对保险业而言,此次疫情或是线上运营能力的一次大考,对渠道模式的转型突变与升级也将产生长期影响。

■新快报记者 刘威魁

## 对策 险企依托保险科技应用“自救”

新快报记者从业内获悉,保险科技的应用已成为保险业“自救”的依托。为解决客户购买、理赔、服务,以及代理人队伍线上管理的需要,保险公司依托互联网渠道变革,加快科技转型步伐,提升线上经营效率。

如平安人寿已在代理人队伍中全面启动线上化经营模式,鼓励代理人用好科技工具,通过线上模式向客

户提供服务,避免或减少线下见、聚集。

值得一提的是,为稳定营销员队伍,多家保险公司也相继推出员工关怀举措,为一线营销员提供针对于疫情的保险保障产品。如新华保险向公司内、外勤人员推出“新冠肺炎关爱保障计划”,对于确诊感染新冠肺炎的人员,给予每人专属关爱金10万元。

## 影响 疫情将有助于公众提升保险保障意识

“由于互联网的快速发展,部分险企在互联网及科技领域的布局在一定程度上缓解负面影响。”新快报记者采访多位业内人士获悉,此次疫情可能会在短期内对保险行业产生一定冲击,但从长期来看,将有助于公众提升保险保障意识。

“目前我们是线上办公,沟通还算方便,但一些大运算量的工作,远程还是有些慢。”上述保险机构负责人向记者表示,影响是必然产生的,关键是在于行业如何渡过难关,使保险公司和营销员平稳度过疫情期间,储备好队伍为疫后业务开展做准备。

## 展望 疫情或将加速互联网保险发展

华金证券研报指出,随着险企对开门红策略的逐步淡化,第一季度新单业务价值增速下滑对全年的影响基本在-10%以内。不过,对保险行业来说,此次疫情或是线上运营能力的一次大考,对渠道模式的转型突变与升级也将产生长期影响。中泰非银证券指出,预计当前各大公司主要的应对方式是将营销、会议等由线下转线上,但在付诸事实上依然面临一些难点,比如当前大部分公司的App仅支持短期险和简单产品的线上投保,主力重疾产品的模块建立还需要时间,且较大金额的高价值产品的线上化销售一直以来都是行业的难点。

“短期来看,依赖代理人渠道的保险公司会受到冲击,因而倒逼提升

互联网等渠道的服务能力;中长期来看,当前疫情或是催化剂,催生互联网保险加速发展。”华泰证券非银分析师陶圣禹分析认为,此阶段不仅考验大型险企科技运用能力,也是代理人培训的最佳时期,待疫情取得阶段性进展,相关营销工作重回正轨时,产能有望实现进一步提升。

他指出,未来互联网保险发展的两个潜在驱动力。一方面,5-10年之后,偏好线上购买保险的年轻人可能会成为主力购买人群,届时将提高互联网保险的消费频率。另一方面,如果拥有全方位的客户数据,险企便有能力定制化地推送保险,其实本质上相当于取代了代理人获取客户信息的过程,进而销售高价值的保单,提高业务价值。