

# 银行业开启新一轮“科技竞赛”

多达 106 次



■广东建行的 5G+智能银行以全国房源大数据汇聚而成的星空穹顶吸引客户打卡。

## 加码场景建设,打响 APP 用户争夺战

这轮银行业科技竞赛,不仅体现在科技赋能业务上,还要运用技术手段加码场景合作和建设,在无形中打响了一场银行业 APP 的用户争夺战。

在各家银行年报中,几乎都在 2020 年进行了手机银行 APP 等数字化渠道的升级迭代。如中国银行表示,完成手机银行全面改版,在功能、体验、场景、科技应用等方面优化提升 200 多项。年末其手机银行客户数达到 2.11 亿户,同比增长 16.44%。

加码数字化渠道已经颇见成效,已经成为不少银行获客的主力渠道之一。2020 年招商银行的掌上生活 APP 累计用户数达 1.10 亿户,增幅 20.16%,其中信用卡数字化获客占比高达六成多。

不仅如此,2020 年疫情更是加剧了银行机构的场景拓展,打造自身的生态圈全方位服务客户。如招商银行年报中表示,打通了理财、信贷和信用卡系统,打通线上和线下渠道,共同服务客户,让客户在“网点+APP+ 场景生态”中享受更多本公司提供的综合化服务。

交通银行年报中披露,其“买单吧”APP 搭建了线上“金融+生活”服务平台,

着力构建数字化场景服务生态,覆盖餐饮、缴费、充值、视频、音乐、阅读、车生活、医疗等方面。截至去年底买单吧 APP 累计绑卡客户数 6528.37 万户,其中金融场景使用率和非金融场景使用率分别为 79.72%和 42.15%。

在各类场景中,餐饮和娱乐成为各家银行最“圈粉”的场景。招商银行年报透露,其 APP 中“饭票”和“影票”两大场景的交易额近 100 亿元。

为了将低频的金融服务升级成为高频的用户服务,开放银行成为了各家银行的一致选择。如浦发银行就表示,拓展 APP+API 的平台模式,延伸服务边界、把握流量入口、深度经营客户。加快引进商户入驻,丰富非金融服务功能,加快拓展各类场景,提升平台获客、活客、留客效能。

除了日常消费场景,很多银行已经将场景的触角伸到了房产等低频领域。如浦发银行去年围绕居家住宅场景,推出了“甜橘”APP,是一款针对购房客群开发的集找房、看房、按揭申请和生活优惠权益等为一体的线上服务平台。正式推广以来,发起的按揭贷款预申请总笔数近 6.65 万笔。

## 创新组织架构,科技反哺成果逐步显现

在这一轮的银行业“军备竞赛”中,仅靠开设 5G 智能网点、重金投入加大研发还不够,隐藏在“冰山”之下的、用户肉眼看不到的,银行业中后台变革才是这场竞赛决胜的关键。这轮科技竞赛中,各家银行决心之大也正是体现在,对内孵化敏捷组织等创新机制,对外成立金融科技子公司、独立法人直销银行等。

从内部机制来看,冗繁的流程和机制难以诞生科技创新的想法和应用。某股份制银行零售金融人士就对新快报记者表示,该行 APP 新上线一个用户数据模型,从立项走流程到审批就用了近半年时间,开发出来后才发现这个模型已经不适用当下市场了。但在某家互联网银

行,从产品概念到投产落地最快只要 11 天时间。

各大银行显然已经认识到这个问题。新快报记者从年报中发现,各家银行已经开始组织架构的创新。各家股份行如招商、平安、浦发、中信、兴业等均提及要进行组织架构优化,适应转型发展要求。日前微众银行联合毕马威发布的《透镜 OP-TICS——定义未来银行》中就提及,设计新机制,更有利于破除创新的机制阻碍。如银行成立金融科技子公司、创新实验室、联合实验室、孵化器等。

平安银行年报中表示,过去一年构建了一系列有利于创新的机制,比如“敏捷组织”“创新车库”“创新大赛”等,持续激

发员工对创新的热情与潜力,从而令各种思维、产品、机制等方面的创新不断涌现、快速迭代。

招商银行财报中也披露,小团队创新已常态化,形成创新工场孵化机制,鼓励员工跳出常规工作流程和运作方式,实现创新想法落地和团队成长。交通银行也表示,成立金融科技与产品创新委员会,构建和完善适应数字化展业、敏捷反应的金融科技组织架构,提高金融科技顶层设计和一体化管理水平。

对外各家银行加速成立金融科技子公司。截至 2021 年 3 月末,已有 12 家上市银行成立金融科技子公司。2020 年,农业银行旗下的农银金融科技与交

通银行旗下的交银金融科技就正式开业。

作为首家金融科技子公司,根据财报披露,兴业银行旗下的兴业数金累计签约中小金融机构 395 家,累计上线实施 241 家。建信金科作为四大行中的首家金融科技子公司,财报中披露累计向 328 家中小银行输出风控工具。

虽然大多数银行并未披露金融科技子公司盈利情况。但是先行者们已经开始“反哺”。早在 2019 年成立的中国银行旗下金融科技子公司已经实现盈利。中行年报显示,中银金科开展金融科技技术创新、软件开发、平台运营与技术咨询等相关业务,全年实现净利润 0.14 亿元。

特别报道

## “中银稳外贸 共赢广交会” 再为外贸型小微企业打造融资盛宴

4 月 15 日,中国对外贸易中心与中国银行广东省分行联合举办“中银稳外贸 共赢广交会”融资对接会,为广交会参展企业提供综合金融服务方案,现场对接企业融资需求。本次活动邀请了来自粤港澳大湾区的百余家广交会参展企业现场参会,并契合广交会今年全新设立的“乡村振兴”专区,在粤东西北 12 地市设立分会场,线上联动 128 家当地小微企业,金融助力“乡村振兴”,为脱贫地区开拓国际市场提供授信支持。

会上,中国对外贸易中心储士家主任对中国银行积极服务外贸小微企业的做法表示肯定,希望未来能与中行一道,助力广交会参展企业开拓国际市场,实现共赢发展。中国银行广东省分行李瑞强行长表示,中国银行与广交会已携手合作 64 载,今后将继续与广交会携手,为广大外贸外资企业提供更加优质高效的金融服务,共同服务好外向型经济发展。

活动现场,中国银行广东省分行派出

金融专家讲解广交会参展企业专属金融服务方案,并现场由 40 位普惠金融业务专家与企业“面对面”沟通,了解企业融资需求,为企业量身订制授信方案,提供授信快速受理渠道及绿色审批通道,最大程度减少中间环节,提高企业获批效率。今年以来,广东中行行为超过 150 家广交会参展企业提供授信支持近 15 亿元,真金白银支持外贸型小微企业在全球范围“抢订单”、“保市场”。

此外,本次活动还特别增加了“客户撮合”环节,由银行化身“红娘”,为企业业务发展牵线搭桥,充分契合国家加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。东莞市海新金属科技有限公司杨敬辉董事长表示,中行的活动真是想企业之所想,急企业之所急,没想到来参加一次活动,既获得了贷款,又洽谈了业务,真是不虚此行!

下阶段,中国银行广东省分行将继续贯彻落实国家“稳外资”“稳外贸”工作要



求,充分依托广交会平台,发挥全球化、综合化经营优势和外汇外贸专业优势,运用普惠金融及跨境金融等特色产品,持续加

大对中小外贸企业的支持力度,全力推动构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。