建设银行
国内银行业开辟电商蓝海样板

“善融商务”是建行提升客户体验的新平台

截至2012年末，仅仅运行六个月的建行“善融商务”电商平台取得了优秀的成绩——“善融商务”企业商城在线交易额突破35亿元，线上融资近10亿元，这在银行业界尚无先例。

走进商户，走进客户，“善融商务”也成为了建行贴近市场的桥梁

电商样板　广受好评

作为国内银行业改革的排头兵，在银行业开辟电商蓝海的战役中，建行又当仁不让地走在了前列。

2012年6月，建行从传统电子商务出发，契合公司及个人金融需求，发挥优势、整合资源，推出了功能齐全的“善融商务”电商平台。该平台融合了建行传统的金融结算优势和电子商务融资便捷的优势，为客户提供更全面、更优质的金融服务。

建行研发中心测试现场

不同于普遍意义上的“银行系电商”，建行推出的“善融商务”电商平台以“亦商亦融，买卖轻松”为出发点，面向广大企业和个人提供专业化的电子商务和金融支持服务。“善融商务”是全流程、综合性的电子商务金融服务平台，提供企业商城(B2B)、个人商城(B2C)和房e通入口，涵盖商品批发、商品零售和房屋交易等领域，可以为客户提供信息发布、交易撮合、社区服务、在线财务管理、在线客服等配套服务；在金融服务方面，为客户提供从支付结算、托管、担保到融资的全方位金融服务。

“善融商务”还实现了电子商务和金融服务的深度融合，消费者通过该平台进行的交易行为、物流信息等，都能成为用户信用指数的参考，从而和贷款额度相关联，有助于交易双方在建行建立良好的商业信用。“善融商务”的信用记录将成为客户宝贵的资源，信用良好的客户在平台上发出贷款申请，即可优先获得相应的贷款支持，可以大大节约交易成本、提高交易效率。

在为企业提供在线金融服务的过程中，“善融商务”会依据不同企业、不同行业以及企业的不同成长阶段，创新网络金融产品和服务，拓展电子商务服务领域，提高电商交易量和交易额，进而扩大电商市场规模，让商城和客户一起成长、壮大。

在江苏，生产高级墙纸为主的80后企业家——常州欧强装饰建材有限公司总经理苏建萍，在“善融商务”刚推出时就在该平台上开起了自己的网店，“免费上线，对众多家底不厚的小型企业来说吸引力很大，尽管‘善融商务’目前处于试运行阶段，在很少投入的情况下，我的企业已经产生了500万元的营业额”。

在广西，广西凭祥市勇康商贸有限公司董事长马艳，主要经营高档红木家具，她表示，“在一个信用普遍缺失的时代，买卖双方都需要诚信有保障的交易平台。‘善融商务’有建行这家国有银行的公信力来为其扩大号召力，在这儿做生意，很踏实！”

在湖南，五金商会会长彭泽望表示，资金安全也是“善融商务”的优点之一，“之所以积极加入‘善融商务’，首先看中的是银行的优质客户群；其次是与客户的资金来往有安全保障”。

在广东，江门市高峰实业科技有限公司于2012年12月7日通过“善融商务”信用商业积累，从建设银行获得了500万元流动资金贷款。这对成立于2011年，注册资本100万元的高峰实业来说是个大喜事，探索到了新的融资渠道——通过“善融商务”平台实现网上交易，积累商业信用，从而获取的有效融资。

审慎选择　品牌保证

建行作为全球市值第二、拥有50多年经营历史的商业银行，在长期的发展中赢得了市场和客户的信任与认可，树立了良好的信誉和品牌形象，为“善融商务”的高品质提供了有力支撑。

建行的优势还在于，拥有超过一亿网上银行用户，超过六千万的手机银行用户。凭借广泛的客户信任基础，通过线下网点、线上电子银行、在线客户服务等，建行所建立的客户服务体系，将完整诠释银行强大的品牌效应，提升客户信心。

广泛交流，广征建议，让建行“善融商务”拥有了更人性化的设计

2012年6月至8月，“善融商务”拉开了持续两个月的招商节序幕，许多大型商家包括海尔集团、四川长虹、合肥美菱、锦东服装城、新金浦服装专业市场、凯盛家纺、南宁百货等首批入驻。近期，全球大型冷柜制造商澳柯玛成功入驻建行“善融商务”企业商城和个人商城，已全面上线运营，其中，个人商城自11月份正式上线以来，已累计成交商品97单，销售效果仅次于澳柯玛淘宝官方旗舰店。

“建行‘善融商务’与澳柯玛的合作，意味着传统制造业开始全面布局电商行业，是双方电子商务发展的重要性一步，对推动双方共享电商市场发展盛宴，拓展市场渠道方面都具有重要意义。”建行有关负责人指出。

建行把稳健经营的风格延伸到了电商平台。“善融商务”旗下的B2B业务，在一定程度上倾向于选择有一定规模、在行业或地区有一定影响力的直驻B2B商户和专业市场，专业市场要具有明确的市场管理方主体，能对下属商户紧密型管理。

广西东盟凭祥红木国际商城董事长许方楷说，对于入驻“善融商务”的企业，建行和商城都有严格的筛选。在整个商城内总共有1000多家商户经营红木，但是目前入驻“善融商务”平台的仅30多家。

除严格把控入驻门槛外，“善融商务”目前的B2B客户基本上是围绕核心企业和专业市场，并且以供应链的方式展开，且大多数为建行既有的存量客户。这种“圈链”的方式优势十分明显，只要一家大企业加入，为其做配套的小企业也会自然而然地进入，这也为建行服务小微企业搭建了一个全新的网络金融平台。

相关企业经过认证加入“善融商务”，有助于快速提升市场对平台商家的认知和信任，会员依托这一平台，可以不断打造自身品牌的知名度。同时，相关企业还可以借力银行的优质客户资源。银行现有大量的企业客户和个人客户，遍布社会生产各个环节，覆盖整个产业链的上下游，而且有效掌握着客户真实信息，入驻企业非常看重这一点。

凯诗风尚科技(苏州)有限公司已逐渐成为国内家居市场的知名品牌。建行“善融商务”上线运行后，凯诗风尚是首批入驻商户之一，运营半年来，其在个人商城的订单量超过其在天猫商城旗舰店和官方网站的同期订单量，高达9538笔，在个人商城入驻商户中销售额名列前茅，销售额达104万元。凯诗风尚何文健董事长认为建行致力于树立“中国最专业的网上交易融资平台”的高端品牌形象，坚持高门槛，坚持正品行货，坚持入驻商家的资质审查，保证了平台的高起点。

建行电子银行部相关负责人说：“专业的人才队伍是建行的资源和优势。对于广大的中小企业而言，建行1万多个网点的员工就是优秀的‘调查员’，因为身处当地，各个‘调查员’对当地企业都会在财务方面、经营方面进行详细的了解。”

目前，建行整体上线客户数量过万家，其中较多的省市地区B2B上线商户有1000家左右，其他一般为200至300家，稳固的商户群体正在逐步扩大中。

越来越多银行正在或已经通过运作电商平台来拓展业务，这既是互联网创新，也是金融产品创新。作为引领金融电商的先行者，建行将不断通过金融创新服务，搭建线上线下一体化的营销平台，将银行线上业务与客户的线下消费以及实体商户三者紧密结合，建立互利多赢的电子商圈营销体系，建设综合平台系统和网络软环境，拓宽服务内容、丰富服务手段，全面铺展和深化商业银行在电子商务领域的金融创新。

建行网点大堂经理向客户介绍“善融商务”平台特色

建行在全国各地召开了多个“善融商务”产品推介会

社址：北京市西城区白纸坊东街2号　读者服务窗：dzzs@ced.com.cn　010-58393509　查号台：58392088　邮编：100054　传真：58392840　定价：每月24.75元　每份：0.82元　广告许可证：京宣广0044号　广告部：58392178　发行部：58393121　昨日(北京)开印时间：2:30　印完时间：3:20　本报印刷厂印刷