

银行服务 渠道谋变

本报记者 郭子源

服务中心

1月15日,国务院印发《推进普惠金融发展规划(2016—2020年)》,其中“提升金融机构科技运用水平”一栏为今后五年的银行现代服务勾勒了图景,明确提出“鼓励银行业金融机构加快以电子银行和自助设备补充、替代固定网点的进度”。

说起银行服务,人们对“网点排长队”曾倍感无奈。但随着信息技术发展,尤其是互联网与金融深度融合,网点柜面早已不是承载银行服务的唯一渠道,非现金业务自助化、线上化成为多家银行“渠道谋变”的逻辑。

一方面,远程视频柜员机(VTM)、智能终端等自助设备快速涌现,目前已涵盖绝大多数非现金业务,对网点柜面形成有效分流;另一方面,非现金业务也加速从线下转移到线上,直销银行、手机银行等平台功能日臻完善。



上图 工商银行北京西单智能银行网点一层不设柜面,共布放了47台智能自助设备,由工作人员协助客户办理非现金业务。 本报记者 郭子源摄



右图 在招商银行北京大运村支行,一位客户正在通过VTM与总行后台工作人员对话,办理相关业务。 本报记者 郭子源摄

直销银行:

究竟能买啥

如果说智能银行是对线下网点的改造,那么纯互联网银行则取消网点,将线下服务转移到线上。目前我国有深圳前海微众银行和浙江网商银行两家纯互联网银行,均属首批试点的民营银行。

出生于1990年的汪乃晴目前在北京一家广告公司工作,自认为是微众银行APP的元老级用户。“去年8月一上线我就下载了,但因为远程开户没完全放开,我在微众可以获得一个电子账户,但还需要绑定一个其他银行的实名账户,用于资金划转。”

登录微众银行APP可以发现,已上线产品包括“活期+”“定期+”“基金”三类,其中“活期+”对接一款货币基金产品,七日年化收益率3.5%左右,支持转出实时到账;“定期+”则对接了诸多非保本浮动收益理财产品,如限定性集合资产管理计划、养老保障管理产品等,依据投资期限和起购门槛,预期年化收益率在4.25%到7.5%不等。

汪乃晴说自己拿出每月工资的30%存入“活期+”,“随时存取,流动性好,60%工资择机买“定期+”理财产品,由于风险偏好低,暂无投资偏股型基金的打算。

至于远程开户规则,业内更倾向于将当下的互联网银行视作“直销银行”。直销银行是指各家商业银行建立一个网上销售平台,整合自己的存贷汇业务、投资理财产品,客户可通过PC端或者手机APP进入,既扩大了选择空间,又免去了实体网点排队之苦。与网银相比,直销银行打破了本行账户局限,将平台向他行客户开放,搭建“网上金融超市”。

传统网点:

还能咋转型

客户群体的分层决定了银行服务渠道的多元化。当下,部分中老年客户仍将传统网点作为获取银行服务的第一选择,尤其在远程开户尚未完全放开的情况下,线下网点的部分功能不可替代。

监管数据显示,截至2015年底,我国银行业境内机构网点已达22万个。它们的服务提升空间在哪里?日前,央行联合国家质检总局、国家标准委共同发布了《银行业营业网点服务基本要求》等9项金融服务国家标准,深耕精细化服务将成为

传统网点的目标。

1月13日中午,招商银行北京大运村支行客户经理姚宇欣在“咨询引导区”忙碌着。“有效分流是提升网点承载力的关键。”如果客户办理非现金业务,工作人员会将其相应引导至自助银行服务区、理财服务区,以减少柜面压力和等候时长。

在自助银行服务区,一个“人机对话”场景吸引了多位客户驻足。记者观察到,这个可视柜台(VTM)配置了摄像头、读卡器、身份证识别器等功能模块,客户可通过网络视频技术与总行后台运营中心人员“面对面”沟通办理业务。

“目前VTM可受理业务20余项,如自助开卡、风险评估、结汇购汇,今后还将上线新功能模块,逐步百分百受理非现金业务。”网点零售主管高雅说,除了1台柜式VTM,网点还配置了4台PAD版VTM,以便在高峰时段更有效地分流。

精细化分流的背后是数据系统和制度支撑。据了解,招行总行每天会对全国所有网点的等候时长进行监测,并综合客流量、叫号量等指标对各网点考核。

目前,数据监测已获多家银行重视。据工行北京分行服务科赵杰介绍,根据客户从叫号机取号到柜台叫号的时间差,可视化管理系统可计算出某网点每日、每月、每季度的“平均排队时间”和“排队超时客户数量占比”,并据此考核各网点。此外,根据平均排队时间,系统以五种颜色分级标识全国所有网点,“各级支行的主管部门就能看出哪家排队比较严重,从而有针对性地调配资源、重点关注”。

一席谈

发展服务外包要「内外兼修」

王铁辰

“十二五”期间,我国国际服务外包产业承接离岸外包业务执行额年均增幅40%以上,正成为中国开放型经济体系中最具活力的组成部分。据2015全球服务外包大会预测,未来5到10年,中国将超越印度,成为全球第一大服务外包市场。在全球经济复苏乏力,我国经济下行压力加大的情况下,“内外兼修”发展服务外包产业正当其时。

随着服务外包产业的逆势上扬,其在国民经济发展中的地位和作用相应提高,成为新常态下国民经济持续发展、经济增长方式和外贸增长方式转型、创造就业重要动力。

虽然中国服务外包产业实现了跨越式增长且潜力巨大,但和排名第一的印度相比还存在差距。无论在离岸外包金额、全球市场份额还是龙头企业数量等方面都远远落后,追赶的任务还远远没有完成。

首先,在离岸外包业务方面要保持优势并趁势直追。国际金融危机爆发以后,有高达数千亿美元的服务外包业务从欧美向东方转移。然而,在全球范围内,其他亚洲国家普遍具有50%至60%的成本优势,在新兴经济体纷纷鼓励承接国际服务外包业务的情况下,服务外包包国家已迅速增至70多个,并逐渐向价值链高端攀升,竞争日趋激烈。

要从激烈的竞争中胜出,必须要加强技术创新和深入行业的服务能力。未来,简单技术开发服务将降格为基本交付中心职能,企业需要重点转向垂直行业的深耕细作,提升行业解决方案能力等。

其次,在在岸市场方面要把把握机遇弯道超车。尽管世界最大接包国印度离岸服务十分成功,但由于缺乏本土市场容量,印度企业仅能选择离岸服务。相比印度,中国一大优势就是更大的内需市场。跨国公司也更希望与中国外包供应商建立合作伙伴关系,更进一步获取中国市场。

再次,要进一步鼓励支持中国企业兼顾国际国内市场的发展。我国在岸市场的潜能非常大,下一步应该将两个市场资源互补,用离岸服务的经验回馈本土市场,逐步将服务重心转移到国内,进一步加强与国内企业特别是央企的合作。

服务窗

客服行业迎来智能变革

本报记者 李景



近日,2015中国企业服务峰会落下帷幕。网络安全、聚合支付、公路货运等行业众多参展商参会。因为参展商与客户交流。 本报记者 李景摄

近日,由创业邦主办的“创业邦100未来领袖峰会暨2015创业邦年会”在北京举行,众多高新技术服务商、创业者参展了本次峰会。参展商中,智能客服类企业的展台前挤满了咨询者。从咨询的热烈程度中不难发现,智能客服是企业既感兴趣又急需的现代服务项目。

相比传统客服,智能客服智能在哪?“智齿客服”品牌经理王润给《经济日报》记者举例:“在为乐视网做智慧客服之前,每逢该网站产品做活动,客服电话和在线客服系统就会陷入几乎瘫痪的境地,有限的人力资源满足不了庞大的电话咨询和在线问答需求。而智能客服就可以利用人工智能应答和大数据分析,最大限度地提高工作效率,精准服务,减少人工客服的压力”。

王润介绍,以该公司为乐视网设计的智能客服项目为例,普通客户可以通过微博、微信、web端、app等各种渠道咨询问题,其自然语言理解技术和知识库,会自动匹配问题并给出相应答案,机器人在大量学习之后还会分析标准问题中还有哪些可能的问法,随着学习过程增多问答会越来越精准。

“事实上,智能客服也不可能完全替代人工,它的目的是节省人力,并尽可能精准应答。”佳信客服市场总监房云淡表示,一旦智能客服咨询过程中遇到需要人工解答的问题,智能客服就要通过切换,由后台客服人员辅助工作人员进行回复。但智能客服的好处是可以利用对重复问题的学习记忆进行快速回答,对咨询中的错误语法和字词进行模糊处理等等。

“智能客服的精准程度在于知识库。”房云淡告诉记者,目前,市场上的智能客服系统核心技术和服务功能差异并不大,系统的智能化、稳定性尤为关键。“可以预见的是,智能客服会给传统客服带来变革。但怎样研发出更智能、更稳定的语音和在线回复应用,怎样结合机器人,实现智能对话和联网搜索,迅速回应客户需求,是智能客服更进一步的关键词。”房云淡说。

本版编辑 于泳

点评

渠道变革莫忘权益保护

沐风

击对客已从金融机构、持卡人逐步扩展到商户网站、手机运营商等。

为此,如何有效维护消费者权益成为金融服务线上化面临的“新课题”。

笔者认为,银行业金融机构应从技术研发、系统监测两方面着手,保障线上服务安全。从技术手段上看,为了防止支付信息在传输过程中被窃取,已有部分商业银行采用了令牌技术。借助该技术,持卡人正在交易的账号在传输过程中有数字化的令牌“替身”,真实信息存储在银行搭建的云端服务器中,每次传输使用不同代号和密码,保障交易安全。

近年来,金融服务线上化、场景化趋势愈演愈烈。作为基础环节的电子支付创新层出不穷,如NFC近场支付、二维码支付、小额快捷支付等。渠道变革为消费者带来便利,但也对网络信息安全、消费者权益保护提出了更高要求。

从近期发生的几起线上欺诈案件看,大多以电子支付为切口,通过隐秘手法获取消费者的支付数据和信息。例如,利用手机运营商管理漏洞,通过伪基站发送钓鱼链接;通过木马、黑客技术攻击商户网站,获取支付订单信息等。

值得注意的是,目前线上欺诈的攻

服务焦点

工业设计:拒绝“高冷”更接地气

本报记者 沈则瑾

在著名设计师杨明洁看来,上海有着工业设计最好的生存土壤。“你会发现好的设计扎根在这个城市里,是生活中自然而然长出来的,这是设计存在最理想的状态,设计就是生活。”

记者采访的多位设计师都和杨明洁有同感。全球知名工业设计、咨询公司大多落户上海,设计公司国际化程度很高。有些公司规模不大,但能提供的服务已不是单纯设计产品,而是从前期战略制定、用户研究就开始介入。

设计师策展人何根祥告诉《经济日报》记者,上海工业设计的大环境不错,设计师之间的合作、协同也慢慢多起来。但还是有很多设计师在转型过程中止步不前,对新设计、新材料、新工艺不那么了解,需要政府、行业协会去引导,去鼓励他们打破壁垒,了解真正的市场需求。

成功设计大赛创始人黄蔚告诉记者,她希望通过设计大赛帮助弱小的设计公司更快成长,通过设计树立自己的品

牌,成为更包容、负责任、有情怀的企业。她举例说,2013年度获奖企业恩诺童涉足母婴市场不久,他们不惧与国外品牌竞争,用3年时间对市场深度调研,寻找现有产品的痛点,打造出了深受年轻父母喜爱的国产中高端品牌,上市后跃居淘宝网国内奶瓶品牌销量首位。

上海设计周组委会办公室副主任何炯说:“上海工业设计与国际先进水平有很大差距,但是近3年已经有了很大突破。不少公司从最末端的造型设计向咨询类设计公司转型。一些独立的设计公司与企业品牌捆绑在一起,进入产业链。有的从前端市场调研一直做到营销,有的设计、技术、工艺、包装都过问,还有的站在用户角度进行心理分析后再做设计。总之,上海的工业设计已从产品设计走向更偏重于商业模式的创新”。

上海每年都会举办一个“设计之都”活动周,在国际上影响很大。去年,主办方提出设计周要建成“原创和

跨界设计力量的发布平台”,通过市场化行为,将设计周变成“设计365”,全年常态化运营发展。

目前上海设计周组委会已着手打造一个新设计体验空间,以融合跨界设计为主题,集展示、体验、销售、活动、定制、孵化等功能于一体,集成式展示设计师们的设计,科技与艺术结合,东西方文明传承,这样的高品质设计却是“零租金”门槛。何炯说:“我们要让青涩的设计市场化,设计是生活中的发现,而不是被搁置的高冷。”

如果说设计师和行业协会的努力为工业设计的发展提供了动力,那么政府部门的长远规划则为工业设计在上海的发展提供了土壤。在上海市经信委创意与设计产业处处长刘波英看来,上海的设计产业发展已经形成了自己的特色。

首先是融合发展,既把设计产业作为一个独立的产业来打造,也作为服务业来推进,融入制造业、旅游业和现代

农业等,真正体现创意产业的特征和引领作用。

其次是强调设计产业发展与数据、信息技术的高度融合发展。以数据设计为基础,交互设计为手段,强调设计的融合和集成,形成大概念的服务设计理念。这也是政府力推的设计产业发展模式。

再次是着力营造公共服务平台,推进设计产业发展。探索将成熟的、具有强烈市场导向的设计师培养成企业家,让设计产品真正快速变成市场需求的产品,新型的商业模式让设计师不仅卖设计产品,更参与市场,从中感悟体验消费者的需求和未来发展趋势。