

从交易工具到数字化服务平台——

零售金融加速向APP经营跃迁

经济日报·中国经济网记者 郭子源

热点聚焦

提起手机银行APP,人们第一时间想到的往往是“代替线下网点的部分业务”“跨行转账免费”等便捷化特征。实际上,银行APP越来越成为一个“生活场景+个性化定制服务”的综合服务平台。随着零售金融业务的发展,不少银行正从卡片经营向APP经营转变



在人们的日常生活中,手机银行APP(手机应用)的重要性正在悄无声息地超越实体银行卡。对此,业内发出了这样一种感叹:商业银行的零售金融业务正从“卡时代”向“APP时代”跃迁。

招商银行日前升级,迭代上线了两款产品——招商银行APP7.0、掌上生活APP7.0。前者侧重“金融自场景”,提供账户收支管理、支付结算、投资理财等综合金融服务;后者以“金融为内核,生活为外延”,侧重打通生活、消费、金融,内嵌商城、旅游等诸多生活场景。

为何做出上述改变?招行相关负责人表示,从银行卡到APP,这是从交易工具到数字化服务平台的变迁。APP升级则是从“服务平台”向“服务生态”的转型,只有将金融服务内嵌到各种生活场景中,才能让银行更有效地触达用户。

业内人士普遍认为,接下来,零售金融业务的发展逻辑是“内建平台、外拓场景、流量经营”,从交易思维向用户旅程思维转变。

“金融+生活”的APP

提起手机银行APP,人们第一时间想到的往往是“代替线下网点的部分业务”“跨行转账免费”等便捷化特征。实际上,除了核心的金融功能,现在的银行APP越来越成为一个“生活场景+个性化定制服务”的综合服务平台。

比如,招商银行APP7.0升级了收支账本、基金频道、参考频道、城市服务

等模块。与招商银行APP7.0专注金融功能不同,掌上生活APP7.0旨在构建生活类的“超级应用”,其中以生活频道最为典型。

截至今年8月底,招行两大APP累计用户数已近1.3亿,月活跃用户数已逾6757万,去重后月活跃用户数仍高达5700万。

银行为何如此重视手机银行APP,又为何下大力气在APP中构建生活场景、提供智能化服务?多位业内人士对记者表示,核心原因是为了获客、引流。

在移动互联网爆发之前,银行与用户建立联结的方式是线下网点。为了增加获客渠道,银行大规模铺设网点、增设ATM的做法曾盛极一时。然而,在移动互联网时代,用户的取现需求减少,线上操作行为大幅增加,这时银行该如何触达客户?

“除去支付业务,金融在人们的日常生活中并非高频,而在互联网时代,高频才意味着机会,有机会才能创造价值。”招行相关负责人说,如何让金融业务变得高频?有效途径就是完善APP,构建综合服务生态,将金融业务嵌入生活场景中,触达用户,增强彼此的黏性。

上述负责人说,除了将已开立账户的用户引至APP,还可通过消费场景中的合作伙伴,实现彼此的互联网引流和用户传输,以触达、获取更多新用户。“今后,我们希望获取更多的、非直接形成账户的用户,即先有APP后有卡片,这是

未来的发展方向”。

值得注意的是,在线下网点时代,银行高频触达用户的成本很高,包括场地、设备、人员等,但手机银行APP上的交互、服务成本却大大降低,无形中减少了银行引流的压力。

转型背后的新理念

业内人士指出,深耕APP的背

短评

□ 郭子源

开放用户体系是大势所趋

面对互联网跨界竞争,“开放用户体系”已成为多家银行的共识。

据了解,招商银行APP7.0、掌上生活APP7.0,二者均支持用户手机号注册,支持多家银行卡绑定,也就是说,即使你没有招行的账户,也可以注册、使用该行的手机银行APP。目前,该行两个APP非招行卡绑定用户数已超过1000万。

实际上,当前多家银行都在以APP为试验田,尝试打破账户通道壁垒,尝试边界突破。笔者认为,面对互联网跨界竞争,“打破封闭账户体系、转向开放用户体系”已是大势所趋。

后,既是金融科技赋能,更是零售业务运营理念转变,是商业银行对未来做出的价值判断。

首先是卡片经营向APP经营转变。银行卡是一个静态产品,而APP是一个生态,它的模式更轻、覆盖面更广,能有效加强与用户的互动,更好满足用户需求的升级。

其次是从交易思维向用户旅程思维转变。银行需意识到,交易只是和客户交互的一个环节,单次交易不是与用户交互的结束,而是交互的开始。

为此,银行APP可打造一个完整的信息服务闭环,围绕理财的售前、售后,推出理财资讯社区、财富体检、智能投顾、昨日收益、收益报告等。同时,银行还可为用户“管账”,推出收支分析、专项账本、预算管理、月度账单等服务模块,方便用户及时了解自身现金流情况。

再次是从资产分层经营向场景细分客群经营转变。此前,银行业普遍采取的模式,是通过资产分层经营为客户提供差异化服务。但在APP的运营中,除了此模式,银行还可按照用户的年龄、行为、渠道偏好、场景等多维度来进一步细分市场,提升个性化服务的精准度和用户体验。

值得注意的是,业内人士表示,银行APP的快速发展并不意味着传统线下网点的消亡,相反,二者可有效衔接,线上线下互动,形成服务闭环。

为适应这一变化,商业银行需要从“客户思维”向“用户思维”转变。从客户到用户,一字之变,对银行提出了更高的要求;面对互联网跨界竞争,应拥抱变化、重新认知合作边界。只有开放才能带来合作,合作才能构建全产品、全渠道、全客群的银行服务体系。

除了用户体系,支付体系也需秉承开放的理念。例如,银行可通过API(标准接口)、H5和APP跳转等方式,将金融与生活场景有效连接。在此基础上,构建智能化的线上运营平台,变坐商为行商,主动响应用户服务需求。

供了3600亿元再担保支持;为近20家担保公司500多笔代偿项目提供了6亿元多的补偿,分散了担保机构风险。

北京再担保公司董事长秦恺表示,再担保机构要坚守再担保主业,切实为担保机构分散风险,有效引导担保机构为更多中小微企业和“三农”提供融资服务;要坚持政策导向与市场化运作并举的经营,创新业务模式,调动多方参与,实现共赢;要顺势而为,根据市场环境变化和政策要求,及时调整业务模式、产品结构和风险管理政策,在实现社会效益最大化同时,不断完善风险防控体系,防范系统性风险,保持自身可持续发展。

财经观察

近日,银保监会披露,将在河北、山西、内蒙古、黑龙江等15个中西部和老少边穷且村镇银行规划尚未完全覆盖的省份开展首批“多县一行”制村镇银行试点,推进建设普惠金融体系、推进金融精准扶贫和乡村振兴战略的实施。

早在今年初,原银监会就印发了《关于开展投资管理型村镇银行和“多县一行”制村镇银行试点工作的通知》,安排部署了“多县一行”制试点工作。与此前“一县一行”方式不同,此次“多县一行”制村镇银行试点仅在中西部和老少边穷地区,特别是在贫困县相对集中的县(市、旗)开展。具体模式是,在多个邻近县中选择一个县设立村镇银行总部,在其邻近县设立支行。设立支行数量根据所在地经济金融总量、发起人资本实力和风险管控能力等因素综合确定,原则上一般不超过5个。

村镇银行实行“多县一行”制,既能够有效加大对中西部和老少边穷地区金融资源投入,提高金融服务覆盖面和可得性,助力精准扶贫,又能够有效避免个别村镇银行经营亏损,防控金融风险,意义重大。

笔者认为,要让“多县一行”制村镇银行更好地发挥作用,应进一步完善考核监测机制,防止资金被抽走。一方面,要加强政策引导,防止偏离服务宗旨和方向。村镇银行具有社区银行的基本特性,立足于服务县域经济,其宗旨是服务“三农”和小微企业,“多县一行”制村镇银行应坚持立足当地、支农支小市场定位,这就要求各级监管部门要切实加强对村镇银行发展战略和市场定位的持续监管,通过有效的激励约束机制,督促村镇银行坚守支农支小市场定位,防止业务发展“离农脱小”。

另一方面要强化业务监督,实现稳健经营。监管部门要围绕提升支农支小服务能力,支持村镇银行开办新业务,拓宽支农支小资金来源渠道,引导金融资源更多向农村贫困地区倾斜。要督促其建立县域信贷投放承诺制度,将在其他县(市、旗)设立支行吸收的存款主要用于当地,并建立分支机构资金运用监测考核机制,防止本来就缺少资金的贫困地区“雪上加霜”。同时鼓励村镇银行创新商业模式、金融产品、渠道和服务,服务好“三农”、小微和基本民生保障等,精准对接扶贫开发有效需求,加大贫困地区信贷投放,有效提高服务实体经济质效。

除此之外,还要加强风险管控,严格规范业务经营,制止不正当竞争,防止由于管理不善导致亏损,从而引发金融风险。

加快向长期保障型转变

健康险成险企转型发力重点

本报记者 李晨阳

从中短存续期理财险转向中长期的储蓄型产品和保障型产品,无疑是当下人身险公司转型中较为重要的一种方式。

今年以来,在人身险总保费负增长的情况下,前7个月,行业健康险保费收入同比实现了34%的高增长。“健康险已成为险企发力重点,成为很多险企成长最快的产品类型,预计三季度之后在市场强需求背景下,各公司健康险的占比将进一步提升,健康险新单保费将维持稳步增长。”业内人士表示。

以平安寿险为例,今年8月份,平安寿险新上3款重疾险、3款医疗险、1款终身寿险等,持续丰富保障型产品,加大销售力度;新华保险则在三季度继续主打健康险战略,升级产品服务,加速推进以健康险为核心的保障型业务发展,满足更多消费者的保险保障需求。

“在当前防风险严监管态势持续的情况下,险企面临转型,很多寿险公司的产品正从短期储蓄型向长期保障型转变。这种业务结构的转变,不仅为公司带来较稳定的现金流,还能提升险企未来的盈利预期。”有市场人士分析称。

前不久安永和大保安联共同发布的《中国商业健康险白皮书》显示,随着个人卫生支出增加、人口老龄化来临、城镇化进程加速、中等收入群体壮大,人民对健康保障的需求日益增长,预测到2020年中国健康险市场原保费收入将达到1.3万亿元。健康险将以数据为驱动,打通保险企业数据通路、融合外部数据、支持多样化应用的健康数据平台是健康险业务可持续发展的基础驱动力。未来以微服务架构体系为特色的新一代健康险核心系统逐渐成为健康险企业的必然选择,且创新技术的不断发展将成为健康险行业高速发展的助推器。

大同税务局:

“税收秘书”为企业精准服务

本报讯 今年以来,国家税务总局大同市税务局全面落实推进“政策服务年”各项措施,努力实现“执行政策质量提升、用足政策优化环境、用好政策增长财力、优惠政策减税降费”的良好局面。

大同市税务局全面梳理税收政策,构建分级分类的政策汇总体系。全面梳理支持制造业优化升级,促进创业投资,支持小微企业发展,高新技术企业、科技型企业研发费用加计扣除,煤矿石、矿井水、煤矿瓦斯等煤矿资源综合利用等税收政策。针对不同行业、不同类型企业编制了不同侧重的税收政策案例式辅导读本,为精准有效的税收政策服务夯实基础。该局为全市百户转型升级重点项目企业配备了100名“税收政策秘书”,专门负责协调解决该企业涉税问题,实现了政策精准对接、服务及时跟进、诉求马上解决。(邓兴平)

「多县一行」制试点要完善考核引导先行

李凤文

截至2017年底

全国再担保机构在保余额近3600亿元

为小微企业与“三农”融资发挥了积极作用

本报讯 记者陆敏近日从首届中国再担保高峰论坛获悉:截至2017年底,全国已设立28家再担保机构,注册资本金近700亿元,在保余额近3600亿元,平均再担保放大倍数为4.51倍,在推动银担合作、引导担保机构加大对符合国家产业政策和地方重点发展方向的小微

企业与“三农”融资方面,发挥了积极作用,有效支持了实体经济发展。

2008年,东北再担保公司、北京再担保公司相继成立,标志着我国中小企业信用担保进入到体系化建设新阶段。发展至今,我国再担保行业已经走过了十年历程,在推动政策性融资担保

体系构建、促进担保机构服务中小微企业融资能力提升和规模扩大等方面发挥了重要作用。

以全国首家省级再担保公司——北京再担保公司为例,十年来,其支持的企业中,小微企业占比接近80%,累计为逾10万户次中小微企业(农户)提

“私转公”基金公司增至5家

市场低迷时,固收类私募比权益类更愿意选择公募牌照

本报记者 周琳

是容易得到保险、社保、养老金等大体量资金的青睐,同时在上市公司调研、机构销售等方面受到更多重视,具有更多渠道优势。在资金方面,公募基金的产品募集相对更容易,公司管理更加规范,规模扩张也可能相对较快,这是一般中小型私募证券投资基金无法获得的好处。从收入方面看,私募行业的主要收入来源是业绩提成,看重超额收益。一旦遇到二级市场低迷,多数做多策略的私募基金业绩压力大,而公募基金主要依靠管理费,资管规模上去之后,收入相对稳定。

不过,金牛理财网分析师官曼琳表示,“私转公”并不适合所有类型的基金公司。部分过去擅长权益类投资的私募基金,一旦转型为公募基金,很可能因为公募基金仓位、回撤、持股比例等方面的限制出现“水土不服”的情况。同时,成功的私募基金并非规模越大越好,出于

对投资者负责考虑,绩优的权益类私募一般会严格控制产品规模和信息披露程度,而公募基金则几乎相反。但是,对以固定收益类产品为主的私募基金来说,转型为公募在策略应用上变化不大,反而在渠道、客户资源以及销售资源等方面获得较大助力,因此以固收类产品为主的“私转公”案例相对更容易成功。部分以债券投资为主的固收类私募基金在权衡利弊之后,更愿意选择面向大众的公募基金牌照。

从历史业绩看,过去投资债券的私募基金转型相对较好。在前4家“私转公”基金公司中,弘毅远方基金暂未发行公募产品,其他3家均有公募产品。其中,鹏扬基金旗下公募产品最多,共计19只,凯石基金旗下1只,博道基金旗下2只。具体来看,鹏扬基金旗下19只产品中,权益类基金共4只,均为偏股混合型

基金。凯石基金和博道基金旗下合计3只产品,同样也是偏股混合型基金。从业绩来看,这7只基金产品年内均出现不同程度的亏损,而且越早成立的基金亏损的幅度越大。反观其余的债券基金产品,业绩表现均相对稳健。

基金研究专家王群航表示,公募基金的产品线更加丰富多样,私募进入公募行业有助于吸引资金,扩大公司管理规模,还能提升公司品牌效应。同时,公募基金公司内部有专户产品、基金子公司,均属于私募性质,那些私募基金原先的业务基本上可平移到专户和子公司中去。如此一来,原先的私募业务有望继续,公募基金新天地也能够打开。当然,这种平移只包含部分业务范畴,具体到公募业务的每只产品上,还要涉及基金管理人的平移、基金合同的变更等多个问题,需具体问题具体分析。

市场动向

近日,朱雀基金、同泰基金两家新公募基金获批。值得注意的是,朱雀基金是业内第5家以私募证券投资基金申请而成的公募基金公司,此前其已经历2年等待。而同样是老牌私募的重阳投资,在2017年4月选择放弃申请公募“牌照”。前4家成功“私转公”的分别为鹏扬基金、凯石基金、博道基金和弘毅远方基金。

私募排排网研究员刘有华认为,自2016年鹏扬基金获批公募牌照以来,“私转公”的基金公司数量持续增加。出现这一趋势的最主要原因在于投研、客户、上市公司资源等方面的差异。相对于私募基金人而言,公募基金管理人最主要的优势