

发力线上业务,拓宽营销渠道——

银行直播“带货”能否带动零售转型

本报记者 陆敏

《中国上市银行分析报告2021》显示

2020年上市银行高度重视个人存款工作,推动零售金融提质增效,零售业务对获客能力提升、银行盈利增长等方面的贡献日益凸显

财金观察

直播带货火遍全网,也成为各家银行拓宽销售渠道的途径之一。从去年开始,国有大行、股份制商业银行和中小银行纷纷试水,掀起“金融+直播”的营销热潮,内容涵盖了金融扶贫、投资者教育、金融产品推荐等诸多方面。

在行业改革持续推进的大背景下,各家银行都在探索新的业务转型模式,银行直播能否成功“带货”,新的业务模式是否合规?而且,值得注意的是,“金融+直播”的业务模式在发展过程中也出现了一些问题,有待进一步规范。

销售模式创新

由于受到新冠肺炎疫情的影响,去年以来,各家银行纷纷发力线上业务,而“直播带货”的方式成为不少机构的选择。去年8月,平安银行信用卡首次试水多平台直播售卡,据该行的统计数据,当天两小时的直播有超过400万人次收看。以前办信用卡,基本都是在人流密集区采取“地推”和熟人“客推”方式,加上银行柜台推销,而直播售卡打破了过去的固有思维,创新了销售模式。平安银行信用卡中心总裁俞如忠表示,信用卡作为成熟的零售产品,也是用户接受度最高的产品,采取直播“带货”的形式,能够在银行零售转型中发挥“急先锋”作用。

除了平安银行,浦发银行、招商银行也瞄上了直播间,均借助直播网红等开展产品营销。除了自身的产品之外,银行直播带货最多的还有各类农产品。在去年助力脱贫攻坚的大背景下,国有大行和股份制商业银行借助自身的平台优势,与各地合作推广直播销售各类农产品。如建设银行依托善融商务电商平台推出“乡村善融”,为各类农产品举办直播带货活动,并将此类活动延续到今年。今年前5个月,善融商务开展惠农农活动89场,电商惠农交易额超过50亿元。

中小银行也不甘示弱。近日,张家港农商银行承办的“食尚港城‘桃’你欢喜”助农直播举行。据介绍,这是该行第三次开展助农直播,也是江苏省联社“大美江苏乡村行”助农直播活动的第22站。两个小时的助农直播带货吸引23.3万人次观看,售出水蜜桃、黄桃、大米、林下鸡等农产品6558件,销售额超过29万元。

从助力脱贫攻坚到持续推动乡村振兴,银行通过助农直播等新形式不仅为一些贫困地区的发展助力,也为自身积攒了人气。在业内看来,人气就是“流量”,是银行获客的新渠道。这成为许多银行宁可赔钱也愿意通过直播“赚吆喝”的主要原因。

转型步伐加快

银行纷纷试水直播营销,也凸显出目前行业加快零售转型的趋势。在各家银行争取“流量”、加大获客力度的背后,比拼的是综合金融服务能力以及各类业务的高效协调能力。

直播等营销模式创新只是零售业务的第一个环节,引流之后,各家的综合业务服务能力如何,才能决定能否留住客户。广发银行零售业务负责人对记者表示,以前简单的“存、贷、汇”经营模式已无法适应目前客户的需求,金融机构需要提供更加符合行业特性和更加满足客户消费习惯的金融方案。

单纯依靠一个业务部门显然无法在行业零售转型的竞争中胜出。广发银行在开

零售客户总资产(AUM)

成为部分银行最重要的零售金融考核指标之一
2020年
在已披露AUM的26家上市银行中

工商银行AUM

规模最大达16万亿元

邮储银行AUM

总资产比重在大型银行中最高 为99.09%

招商银行AUM

总资产比重在
54家上市银行中
最高

为106.92%

2020年末

54家上市银行

个人存款余额66.19万亿元

同比增长13.48%

增速较上年提升1个百分点,
比总存款增速高3.33个百分点

展零售业务的过程中,公司银行和金融市场业务均为零售业务提供了支撑。上述负责人表示,零售业务同时也是其他业务的延伸,一些公司银行和金融市场业务在零售端也能够体现和提升效益,从而实现各个业务板块的协同联动。

不少银行在推动业务转型中都依托了集团的优势。俞如忠表示,与其他银行相比,平安银行信用卡的差异化优势在于背后的综合金融平台,利用集团化资源挖掘并满足客户需求,而平安银行背后是拥有70多家子公司金融业务的平安集团。光大银行的零售业务转型协同了集团旗下的旅游、保险、养老等公司,推出一系列业绩发布会上表示,建行在助力乡村振兴中要把总量做“大”,通过产品服务覆盖广泛的“三农”群体,把握住“小经济”中的大机会,为乡村振兴提供创新解决方案。

直播平台上,有些并不具备专业素养的人士自我包装为“理财专家”,对金融产品进行不当解读,不当类比,由于直播平台受众广泛,金融知识薄弱、风险防范能力差的用户很容易受到误导或欺骗。据银保监会有

重要方向。

合规才能长远

对于银行等金融机构中的直播热,快速发展的同时,也存在一些隐忧,监管机构去年以来多次发布相关风险提示。中国银保监会去年10月发布《关于防范金融直播有关合规性问题的提示》,指出直播主体和直播内容的合规性问题。随后,各地银保监会也相继发布通知,规范直播活动。

银保监会消保局此前提示,与普通实物商品相比,金融产品更加复杂,有严格的风险控制和投资者适当性管理要求,需要特别注意直播的合规性。尤其是在直播理财产品方面,目前监管明确商业银行不得通过电视、电台、互联网等渠道对具体理财产品进行宣传,本行渠道(含营业网点和电子渠道)除外。

目前,金融直播大致可分为金融机构通过自有平台的直播和依托第三方直播平台开展的直播。因为前者存在诸多监管要求,许多金融机构都选择了后者,即与第三方直播平台开展合作。从市场现状来看,存在金融直播营销主体混乱,无资质主体“鱼目混珠”的情况。

直播平台上,有些并不具备专业素养的人士自我包装为“理财专家”,对金融产品进行不当解读,不当类比,由于直播平台受众广泛,金融知识薄弱、风险防范能力差的用户很容易受到误导或欺骗。据银保监会有

关部门负责人介绍,一些无资质主体擅自开展金融产品直播营销,涉嫌非法或超范围开展金融营销活动。甚至有所谓的“科技公司”“咨询公司”以投资虚拟货币、外汇、网络理财为名进行诈骗。此外,有的直播平台信息设置混乱,没有清晰展示分期、借贷等金融产品实际提供者,平台用户可能被营销氛围带动,在主体不清、风险不明的情况下冲动消费。

对此类情形,一方面需要直播平台加强审查力度;另一方面,消费者也需要了解通过第三方直播平台销售理财产品均属于违规行为,需要擦亮双眼,甄别销售的主体以及是否具有相关资质。“对于行业乱象需要加强治理。”西南财经大学金融学院数字经济研究中心主任陈文认为,应加强正确的理财观引导,并做好产品的充分信息披露和风险揭示,强化金融广告营销资质的机构和个人的资质审核,完善黑名单制度和建立相关惩戒机制。

另外,一些银行在自有直播平台上开展的农产品直播,也存在消费投诉的情况。有消费者反映,存在退货、退款困难,权利无法得到保障等情形。专家建议,银行需要持续改善服务,提高自有平台的服务质量。直播为银行带来了新的机遇,机构应将金融直播管理纳入风险防控和金融消费者权益保护工作中,完善相关配套机制,唯有合法合规开展金融直播活动,才能真正有效把握这一机遇,助推业务转型发展。

陶然论金

去年以来,随着外资险企持股比例放宽,友邦保险、德国安联、法国安盛纷纷通过“分改子”,股权收购等方式抢滩国内保险市场。除了独资公司,合资险企也在加速跑。比如,已经多年没有开过分公司的中宏保险在西安开出第15家省级分公司。友邦人寿CEO张晓宇曾表示,随着中国保险市场竞争激烈,触手可及的桃子已摘完,需要跳着摘桃子。

如果从加入WTO算起,国内金融企业与外资公司、合资公司同台竞技已经超过20年,早已摆脱了“狼来了”的竞争心态。不过,对国内险企而言,外资险企的经营时间往往有几十年甚至上百,跨国经营实战经验也非常丰富,可谓树大根深。从外资险企布局国内市场的的方式上仍然能得到不少启示。

新冠肺炎疫情发生以来,保险行业受到了相当大的冲击。今年前7个月,国内保险公司保费收入增长持续乏力,曾经的“一哥”中国平安保费收入同比下滑5.19%。不过与外资险企动辄每年亏损几个十几个“小目标”的业绩相比,国内险企过去20年的日子算得上是“躺赚”。如今,面对同样的困境,即便背着亏损的包袱,外资险企依然在积极布局中国市场。这其中的深层次原因,除了政策红利,当然更因为他们看中了中国良好稳定的经济发展形势、高企的储蓄率和尚未充分饱和的保险市场空间。瑞士再保险研究院发布的研究报告显示,中国在全球保费总额中的份额将持续扩大,预计2024年总保费收入超过1万亿美元,这说明中国保险市场仍有巨大的发展潜力。不畏浮云遮望眼,越是艰险越向前。在庞大的市场和复杂的经济环境面前,国内险企应该意识到波动只是短期的、暂时的,唯有保持不断前行的勇气,抓住机遇逆势而上才能有更大的市场空间。

今年上半年,安盛保险一款专门面向老年客户群体,可从防癌险升级为百万医疗险的产品刷爆了不少保险经纪人的朋友圈。无独有偶,友邦人寿在7月份的发布会上,也推出了针对老年群体和慢病群体的综合解决方案。经过了跑马圈地的竞争,无论是人身险还是财产险,产品都进入了同质化竞争的怪圈。部分中小公司甚至采用直接复制粘贴大公司同级别产品,保费便宜100元的方式进行恶性竞争。保险公司做的是“风险”的生意,如果因为照抄照搬而带来新的风险,显然得不偿失。唯有紧跟市场需求,推出真正有竞争力的产品,才能在长期竞争中取胜。

值得一提的是,外资险企在董责险、海上保险、巨灾保险等领域曾经有独特的优势,但是在国内市场竞争中也面临着水土不服的现状。近年来,国内保险市场在财产险、巨灾险、再保险等领域的需求日益增长,也有不少国内险企进行了创新性的尝试。这说明,如果经营有方,即便是小险种也能迎来自己的春天。

当下正是桃子成熟的季节,希望有越来越多的国内险企走得稳、跳得高,摘到更大、更水灵的桃子,从而做强自己,为提高中国经济社会抗风险能力发挥更大的作用。

本版编辑 曾金华 王宝会 美编 倪梦婷

外资险企「跳着摘桃子」的启示

于泳

中国银行保险监督管理委员会南阳监管分局
关于换发《中华人民共和国金融许可证》的公告

下列机构经中国银行保险监督管理委员会南阳监管分局批准,换发《中华人民共和国金融许可证》,现予以公告:

中国农业银行股份有限公司方城县凤瑞路支行
机构编码:B0002S341130090

许可证流水号:00929702

业务范围:经国务院银行保险监督管理机构批准并经上级行授权的业务。

批准日期:1998年12月11日

机构住所:河南省南阳市方城县凤瑞路东段

发证机关:中国银行保险监督管理委员会南阳监管分局

发证日期:2021年08月13日

以上信息可在中国银行保险监督管理委员会网站www.cbirc.gov.cn查询

中国银行保险监督管理委员会北京监管局
关于换发《中华人民共和国金融许可证》的公告

下列机构经中国银行保险监督管理委员会北京监管局批准,换发《中华人民共和国金融许可证》,现予以公告:

北京银行股份有限公司双清苑支行

简称:北京银行双清苑支行
机构编码:B0107S211000066

许可证流水号:00800641

业务范围:办理人民币存款、贷款、结算业务;办理票据贴现;代理发行金融债券;代理发行、代理兑付、销售政府债券;代理收付款项。外汇存款;外汇汇款;外币兑换。总行在银行业监督管理机构批准的业务范围内授权的业务。

批准日期:1996年02月12日

机构住所:北京市海淀区双清苑小区商业配套服务楼1号楼一层116号

发证机关:中国银行保险监督管理委员会北京监管局

发证日期:2021年08月10日

以上信息可在中国银行保险监督管理委员会网站www.cbirc.gov.cn查询

中国银行保险监督管理委员会北京监管局
关于换发《中华人民共和国金融许可证》的公告

下列机构经中国银行保险监督管理委员会北京监管局批准,换发《中华人民共和国金融许可证》,现予以公告:

中国航发集团财务有限公司

机构编码:L0266H211000001

许可证流水号:00800574

业务范围:对成员单位办理财务和融资顾问、信用鉴证及相关的咨询、代理业务;协助成员单位实现交易款项的收付;经批准的保险代理业务;对成员单位提供担保;办理成员单位之间的委托贷款及委托投资;对成员单位办理票据承兑与贴现;办理成员单位之间的内部转账结算及相应的结算、清算方案设计;吸收成员单位的存款;对成员单位办理贷款及融资租赁;从事同业拆借;固定收益类有价证券投资。

批准日期:2018年12月07日

机构住所:北京市海淀区西三环北路甲2号院7号楼7层

发证机关:中国银行保险监督管理委员会北京监管局

发证日期:2021年08月04日

以上信息可在中国银行保险监督管理委员会网站www.cbirc.gov.cn查询

深圳市银通前海金融资产交易中心有限公司
债权转让信息公告

特别提示:挂牌公告期满,若征集到符合条件的意向受让方的,由交易中心组织网络竞价(一次报价)。通过网络竞价(一次报价)产生最高报价方,且最高报价不低于挂牌保留价的意向受让方确定为最终受让方;若意向受让方的最高报价低于挂牌保留价,则不成交,挂牌结束。

业务咨询电话:18824230930 陈女士

13823673061 卢女士 18682068887 祝先生

项目编号:ZYQH21080042

项目名称:四川内江富鹏机械制造有限公司等3户不良资产包

转让底价:本项目设有保留价,保留价不公开

项目简介:招商银行股份有限公司成都分行委托我中心公开挂牌转让“四川内江富鹏机械制造有限公司等3户不良资产包”。标的所在地为成都市等。截至转让基准日2021年1月11日,该债权资产包项目本金75,325,636.58元,利息70,572,122.37元,代垫费用22,000元,合计人民币145,919,758.95元。(注:以上债权金额仅供参考,转让方不对其承担任何法律责任。债权的本金、利息、总额等具体债权金额最终以借款合同、生效裁判文书或其他法律文件确定的为准。)

以上全部信息详情请登录深圳市银通前海金融资产交易中心有限公司相关信息披露网站www.cmbfac.com。

地址:深圳市福田区深南大道2016号招商银行深圳分行大厦33楼