

直销银行危中寻机

近期,北京银行、紫金农商银行、黄河农商行3家银行陆续发布公告,将旗下直销银行APP整合迁移至手机银行APP或关停下线。这3家银行并非个例。今年以来,已有甘肃银行直销银行、烟台银行直销银行、莱商银行直销银行等多款APP注销备案。与此同时,也有一些直销银行成功转型,开辟出新的发展路径。

直销银行是什么?直销银行APP为何频频关停?直销银行可能的发展方向是什么?记者就这些问题专门采访了银行业领域的相关专家。

直销银行是指不设立线下网点,由商业银行负责搭建的“纯互联网平台”。招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼认为,直销银行有三个特点,第一是客户需求与银行服务直连互通,第二是服务的呈现方式直观简洁,第三是探索创新业务风险隔离制度。董希淼表示,直销银行做的是银行业务,面对行业的各类风险,也要遵循银行的运行规律,相较于金融科技更需要秉承金融的审慎性、稳健性和可持续性。

直销银行诞生于20世纪90年代末,是在互联网时代应运而生的一种新型银行运作模式。此后,直销银行商业模式逐渐发展成熟,成为海外金融市场重要的组成部分,在各国银行业的市场份额一度达到9%至10%。直销银行引入国内以后,也经历了一段黄金时期。自2013年该项业务在国内问世以来,直销银行受到各家银行追捧,曾被中小银行视为在零售业务领域“弯道超车”的利器,到2019年,全国直销银行数量一度高达116家。

但国内直销银行的发展并非一帆风顺。早在2017年,就有多家银行宣布关停旗下直销银行的独立APP,将直销银行APP与手机银行APP合并。2017年8月,平安银行对手机银行、直销银行、信用卡三大渠道APP进行整合,推出平安口袋银行;2019年初,浦发银行将直销银行相关功能一并转入该行的手机银行APP;2019年12月,南京银行对手机银行APP和直销银行“你好银行APP”合并升级;2022年6月,恒丰银行下线了该行直销银行“一贯APP”,同时关闭平台相关服务功能。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏表



示:“直销银行通过线上渠道拓展业务,聚焦特定产品,优惠力度较大,初期发展成效明显,但手机银行快速发展后,直销银行产品、功能单一等问题逐步显现,随着监管日益规范严格,其竞争力不断弱化。”

博通咨询金融业资深分析师王蓬博认为,银行打造直销银行平台,最初是为了突破传统实体网点限制,增加线上渠道的获客能力,以及通过线上平台提高业务办理的便利程度。近年来,随着银行零售数字化转型的不断深入,手机银行发展迅速、功能日趋完善,直销银行开始面临与手机银行部分功能重叠、提供产品同质化、运营成本增加的尴尬处境,因此多家银行选择对直销银行APP进行整合优化。

此外,早在2020年9月,就有媒体指出部分直销银行APP存在“有名无实”的情况。一些直销银行APP因各种原因无法顺利通过他行卡完成开户,存在部分功能暂停等问题。

直销银行APP的月活表现直接反映了用户的选择。从数据上看,近年来直销银行APP的月活表现长期处于低位。通过易观千帆以“直销银行”为关键词的检索数据显示,月活表现最好的青岛农商行直销银行近三年平均月活在20万左右,两家独立法人直销银行惠万家银行、百信银行旗下APP流量稳定在20余万和10余万的水平,此外还有大量直销银行APP月活仅在万级上下。相比之下,2023年8月手机银行APP月活TOP20中,活跃度最低的APP月活也超过了470万,这与直销银行APP月活表现形成了巨大差距。

从目前趋势看,一些直销银行选择合并手机银行,还有一部分直销银行选择转型财富管理平台。

对此,王蓬博认为,部分银行选择将直销银行发展成为专注财富业务的平台,是因为当前直销银行与手机银行的差异化就在于理财服务,选择与手机银行合并也是因为单独运营所获取的流量不够、获客成本较高。

姜飞鹏表示,目前直销银行发展有两种模式,一种是独立法人模式,这种相对较少;另外一种则是银行内设部门运营直销银行APP。独立法人模式机制相对灵活,在与母行做好风险等方面隔离的情况下,可以不断尝试创新。非独立法人模式除了将直销银行与手机银行合并集中运营外,也可以将其打造成综合财富管理平台,或

者利用直销银行平台开展业务和服务创新。

从目前直销银行转型选择来看,将直销银行与手机银行合二为一是商业银行的主流选择。也有选择将直销银行的业务范围聚焦在财富管理赛道的,为消费者理财服务提供了新选择。其中也不乏成功案例。2021年,江苏银行宣布将该行的直销银行APP全面升级,更名为“天天理财”,聚焦金融服务,构建基金、理财、保险、存款四位一体的金融产品体系。2023年7月,杭州银行发布公告,将“杭银直销”APP改版升级,名称变更为“宝石山”。在理财服务方面,“宝石山”推出了首个移动端银行理财信息平台“宝石山理财”,覆盖全市场31家银行理财子公司、超27000只理财产品。

趁着“双11”销售热潮,近期一些餐饮商家纷纷推出超低价团购套餐。在今年早些时候,已有不少平台推出过颇具吸引力的超低价团购套餐。比如,原价300多元的烤鱼只要88元,原价大几百元的6荤4素火锅只需118元,还有各种一折、二折套餐。

不过,用户在消费时却发现,有的套餐里菜品以次充好,品质大打折扣;有的团购用户在服务上被区别对待;有的团购券有隐形消费门槛……黑猫投诉等平台上关于优惠券、不履行套餐义务、用低价套餐欺骗客户到店等问题的投诉屡见不鲜。

团购,原本是为了吸引客流,以大量销量来保证低价格的薄利多销经营方式。随着客单增长、品牌认知度提高,引流完成后,商家再通过销售店里其他产品和服务等提升营收业绩,将客流量转化为私域流量。本是双赢甚至多赢的好事,为何一些低价团购没有实现预期效果?

一些餐饮商家表示,推出超低价团购产品并非出于自愿。因为如果不这样做,商家就得不到平台优先推荐,客单可能会受影响。虽然很多平台表示,不强求商家参与超低价团购活动,但平台将低价团购作为品牌展露的权重项,这种基于线上流量逻辑订制的活动规则,难免让挂靠平台引流的商家“人在屋檐下不得不低头”。在成本压力下,个别商家铤而走险,降低产品质量或服务品质,造成一系列问题。

物美价廉固然好,但团购的低价策略需要有限度。产品价格过低,商家没有利润空间,甚至可能是亏本做活动,影响正常的交易,最终也会伤害消费者。

长期来看,对于有一定客户群体的餐饮商家,还要考虑低价策略之后很难再回归正价销售。特别是一些新开张的餐饮商家,通过超低价团购,短期交易数据和用户流量可能确实有所增长,品牌知名度也能打响,但如果一直处于低价团购经营状态,难免会让消费者形成固定印象,可能会有损品牌价值。

对平台来说,超低价团购固然会带来不少流量,但因低品质被消费者投诉会影响平台声誉和形象,特别是如果平台处理不当,更会让消费者和商家对其失去信心,对平台运营产生负面影响。

作为连接消费者和商家的企业,平台不应为寻求短期流量暴涨、追求短期利益而放大超低价团购的传播效应。而是应该强化责任和担当意识,制订真正有效的活动规则,帮助入驻商家树立良好的品牌形象、实现稳定的预期收益。只有让更多优质商家被看见、让更多优质商家愿意提供物超所值的产品和服务,让更多的消费者愿意为品质而不是为低价买单,行业才能找到更多发展空间、经营才能形成正向循环,最终实现消费者、商家和平台多方共赢。

本版编辑 辛自强 美编 倪梦婷

赋能数字化转型 中再数科正式开业

11月28日,中再集团全资子公司中再保数字科技有限责任公司(以下简称“中再数科”)开业仪式在北京正式举行。中国保险行业协会、中投公司以及中再集团党委书记、董事长和春雷,中再集团党委副书记、总裁庄乾志,党委委员、副总裁朱晓云等领导出席活动,中再集团党委副书记、监事长朱海林主持仪式。



中再集团党委书记、董事长和春雷

党的二十大对加快建设数字中国作出重要部署,中央金融工作会议首次提出金融要做好“五篇大文章”。作为中央金融企业和国有再保险集团公司,中再集团立足数字时代新发展要求,不断实践和探索数字保险发展之路。近年来迭代升级“数字中再”战略,提出构建“一体两翼”新发展格局,发布数字化转型拓片和路线图,在此基础上积极推动成立中再数科,并将其定位为“中再集团科技资源综合管理平台、科技建设和运营共享服务平台、科技服务能力支撑和赋能平台。中再数科的开业,是中再集团做好数



字金融大文章的实践与探索,是推动数字化转型组织变革的关键布局,是推动业务经营模式与服务模式转型升级的重要引擎,标志着中再集团数字化转型进入提档加速的全新阶段。

中再集团党委书记、董事长和春雷指出,中再集团作为以再保险为主业的中央金融企业,一直积极探索发挥再保险独特价值和技术优势,助力金融强国建设、服务中国式现代化。成立中再数科,标志着中再集团“一体两翼”新发展格局正式成型,对于中再集团高质量发展具有里程碑意义。中再集团将以中再数科为关键驱动,全面夯实集团高质量发展的科技基础,深度融入社会治理能力与治理体系现代化建设;全面发挥平台型公司数据资源聚合优势,带动行业数字化基础设施建设,加强创新型产品服务供给,打开支持行业高质量发展新局面;全面加强科技创新能力,提升核心竞争力,助力

中再集团数字化转型落地见效。

当前,保险行业正积极贯彻落实中央金融工作会议精神,做好金融“五篇大文章”。中再集团作为再保险国家队,走在保险行业数字化发展前列,务实服务实体经济高质量发展,体现责任、担当。中再数科公司的成立,标志着中再集团数字化转型驶入发展“快车道”,也是保险行业做好“数字金融”大文章的重要举措。中再数科将走好数字化转型的数字赋能专业发展道路,促进中再集团数字化转型持续走深走实,为服务国家数字经济高质量发展贡献中再智慧。

中再集团顺应数字经济发展大势,通过加快改革创新步伐、坚定落实数字化转型战略,在推动行业高质量发展和自身世界一流企业建设等方面取得了一系列丰硕成果。成立中再数科是中再集团数字化转型的里程碑事件,中再数科将不断提升自身科技竞争

力,成为直管企业科技创新的典范;中再集团以中再数科为数字化转型重要引擎,加快落地“保险+服务+科技+风险减量”等经营新模式,在全面参与构建新发展格局、推进中国式现代化中实现更大作为、作出更大贡献!

中国保险行业协会、中投公司相关领导,中再集团董事长和春雷、中再集团总裁庄乾志、中再数科董事长冯键共同启动开业仪式,见证中再数科扬帆起航。

打造科技“新引擎”,提升发展“加速度”。中再数科将立足“三个平台”定位,健全公司治理体系和运营机制,强化专业能力和服务意识,推动“保险+科技+服务”融合创新,快速成为具有前瞻性竞争力的保险科技企业,切实助力中再集团经营管理模式转型升级,全面支撑中再集团向世界一流综合性再保险集团目标迈进!

· 广告

