

# 2023北京金融论坛热议金融大模型

“从数字化到数智化，一字之差标志着人工智能在金融业的渗透深度”“大模型有望全面提升金融机构客户营销、贷前风控、贷后管理的效率”……12月8日，由北京商报社主办的2023年度（第九届）北京金融论坛在北京召开，本次论坛以“数智金融 新机遇新格局”为主题，与会人士围绕数字金融、养老金融、普惠金融等领域的数智化进行了热烈探讨。

适逢金融数智化元年，在本次论坛上，北京商报社重磅发布《2023金融大模型报告》，并与安永联合发布《2023金融数智化报告》。前者“微观”大模型，针对大模型在银行、保险、证券与资管领域的应用与前景进行充分调研；后者“宏观”聚焦金融全行业，看从业机构如何实现数字化到数智化的进阶。

从大模型应用到金融数智化，二者之间是何关联？如何解决行业发展痛点？未来又有何前景？我们在这场论坛中一一探寻答案。



## 从“数字化”迈向“数智化”

数字化的浪潮席卷各行各业，增强科技实力成为企业核心竞争力的重要发力点。而基于海量数据以及科技创新赋能优势，作为数字化“先行军”的金融行业蝶变提速，昂扬走入了数智融合的新征程。在AI、大模型等技术的加持下，金融机构在充分释放数据价值的同时寻求新突破。

北京商报社社长兼总编辑李波涛在致辞中表示，从数字化到数智化，一字之差标志着人工智能在金融业的渗透深度，由此带来的行业变革有目共睹。头部金融机构抢占大模型赛道，中小机构摩拳擦掌，AI在金融业引发的震动和焦虑，远超其他多数行业领域。在金融的场景下，大模型人工智能技术带来的创造性，超越了过往数字化的机械性，一场生产模式和运作效率的变革势不可挡。

具体到如何应用上，在论坛主旨环节，清华大学金融科技研究院副院长魏展阳率先进行了解答。在魏展阳看来，金融行业数字化进程基本走在大部分实体经济的前面，这是因为金融行业本身对于数字化接受程度高，以及金融行业比较早通过科技赋能提升服务跟产品的质量。

上海金融与发展实验室主任曾刚认为，信息不对称是金融行业的本质之一，而金融机构的一项重要工作便是处理信息、降低融资成本，降低交易的不对称性。过往数字化发展以及大量数据的应用，正是在解决信息不对称问题，同时降低金融机构寻找客户的成本，提高金融效率。

马上消费金融智能研究院院长陆全从大模型出发，展开了细致分析。陆全指出，相较于传统模型，金融大模型与人的交互能力更强。

但一个通用大模型不能代表所有，金融企业需要的大模型包括通用大模型、知识处理大模型、工具大模型、决策大模型等四类，随着大模型技术整体快速发展，在金融场景尤其是消费金融场景一定会带来人机交互以及风控管理、合规管理方面根本性、深层次的革新和变化。

## 建言金融大模型应用

论坛现场，大模型是与嘉宾讨论的高频词汇。这一在2022年末问世、在2023年间成为现象级爆款的新事物，在当下已经成为了金融从业机构角逐的新赛道。现有实践已经表明，大模型引领的创新，正在加速金融行业新一轮的产业变革。

但不容忽视的是，强监管的金融行业为大模型的应用画上了“红线”。不仅如此，综合考虑大模型本身的可靠性、隐私性以及可解释性等，金融大模型同样面临着准确性、严肃性的考验。

在论坛上，以“金融大模型的近景与远景”为主题的圆桌会议环节，对于大模型在金融领域的应用，中国互联网金融协会法规咨询部（研究部）主任肖翔建议，应结合大模型技术特点和金融业务领域相关监管要求，本着“由内而外，先易后难”的原则，现阶段可先行探索将大模型作为智能助手应用在运营管理类场景，助力实现降本增效，围绕算法合规、数据合规、业务合规、内容合规、外包合规、伦理合规等方面建立健全多维度、全方位的大模型应用合规管理体系。

综合保险领域实践情况，众安保险首席技术官蒋纪匀提出，由于大模型发展快，人才又比较缺乏，在大模型应用上，机构要算整个投入产出比，思考要什么样的场景、用什么样

的技术方式和策略方法，才能获得最好的ROI，真正帮助企业创造短期的价值和长期的竞争壁垒。

中国民生银行数据管理部总经理沈志勇认为，当下出于合规性等因素考量，大模型应优先服务银行内部，让机器先生成初稿，再由人来评判。当前银行对话系统已经广泛运用，大模型能够辅助银行对话系统做得更好。

基于基金券商领域的需求，中金公司信息技术部执行负责人王楠表示，可采用大模型与小模型搭配的方式，运用行业专业领域数据结合基础大模型蒸馏出垂直领域的专业化模型，由此提高模型有效性可用性。第二，通过应用大模型对行业顾问员工进行全面赋能，提升员工触客、获客、活客能力。

围绕智能云领域，百度智能云产业发展部总经理段永华指出，基础大模型还不够稳定成熟，还需经过持续的迭代过程，从业机构可以选取一些已经具备可用条件的场景，用轻量级投入保持对新技术、新趋势的跟进。

星图金融研究院副院长薛洪言总结称，随着大模型的落地，人工智能相关技术一日千里，正加速在各行各业渗透落地，金融业则首当其冲。大模型与金融业结合，将拓宽金融业数字化转型的广度和深度，全面提升金融服务实体经济的能力。当前，各类金融机构均在加速或推出或融入大模型的浪潮，有望全面提升客户营销、贷前风控、贷后管理的效率，全面提升金融机构的数字化水平和服务能力，为金融服务实体经济高质量发展打开了新的想象空间。

## 锚定养老新方向

不论是数字化还是数智化，金融行业是服务行业的本质不会发生改变，归根结底仍

是服务实体经济，服务金融消费者，其中便包括海量中老年消费者，亟须打破数字鸿沟。

根据预测，到2050年我国老龄人口的规模和比重、老年抚养比、社会抚养比将相继达到高峰，这让金融机构面临着前所未有的挑战与机遇。而数字化与智能化的结合，正在重塑养老金融的生态。

在“数智化下的养老金融突围”圆桌论坛上，来自银行、保险、基金等领域的从业者、研究人员共同探讨了数智化在现阶段如何助力我国养老体系的建设，如何提升金融机构的养老金融服务水平。

与会嘉宾一致认为，数智化成为了驱动养老金融行业变革的核心力量，正如农银理财混合策略投资部总经理刘湘成所言，数智化与养老金融，相当于为养老金融插上翅膀。一方面，通过数智化能够描绘出客户画像，可以比较清楚地了解客户投资行为、投资偏好；另一方面，通过对客户投资偏好、行为进行分析，理财公司能够制定相应的符合客户特定需要的产品。此外，通过数字智能分析还可以进行定点的投资者教育工作。

北京人寿保险股份有限公司副总经理雨浓指出，数智化同时也有助于开展创新养老保险服务。保险机构可以借助互联网和大数据等技术，根据客户年龄和风险态度等因素设计产品的收益性、安全性和流动性等特征，提高产品的个性化和需求的适配性；利用人工智能等技术对服务平台进行适老化改造，增强服务的匹配性和可得性。

实践表明，破局养老之困，金融行业仍面临巨大的空间。就比如试点已经启动了一年的个人养老金业务，仍面临“开户多、缴存少”的待解问题。

对此，百嘉基金副总经理王群航认为，从公募基金角度来谈创新，个人养老金投资

养老目标基金过去一年业绩情况市场有争议，市场也需要思考个人养老金投资的养老目标，投资运作方式是不是有需要改进和提高的地方。

信银理财副总裁孙建表示，“养老金融核心之一是要做好投顾”，理财公司推出养老理财产品之前，可以借助智能化手段，对用户养老需求做深入分析和挖掘，同时，数字人也能帮助理财经理为客户做好养老规划。

## 数智化金融存巨大机遇

在大模型、生成式AI等先进技术的催化下，金融业2023年也迎来了一场全新变革。过去数字化只是金融业务的辅助，但随着金融业数字化转型进入深水区，数智化渐趋成为金融业务变革的核心驱动力，不仅重构了金融业务的模式，也创造出多种新的产品服务形态。

随着各家机构针对人工智能产业布局的不断提速，以大模型为代表的人工智能应用此起彼伏，并逐渐成为角逐新赛道的关键要素。本次论坛上出炉的《2023金融大模型报告》提到，金融机构普遍认为仍需较长时间解决大模型所面临的合规、安全、隐私等问题，但也普遍认为将在1-5年内产生大范围的落地。

大模型的应用催生金融数智化，金融行业也将迈向全新阶段。论坛上发布的《2023金融数智化报告》预测，从数字化迈向数智化，人工智能在金融业的应用持续向纵深发展。“理解力”“互动力”“决策力”将成为衡量金融机构数智化程度，体现其转型成效的核心维度。

正如魏展阳所说，大模型时代，将来在落地的场景上，可能会最大地影响未来的生活、工作以及研究、娱乐模式。大模型以超级助理的形式，会给予千行百业带来降本增效的巨大机遇。

在曾刚看来，不论是数字化还是现阶段的数智化，原则上都是使用数据要素，再叠加科技能力，然后在生产端进行赋能。银行、保险或是基金券商等持牌金融机构，要凭借科技赋能实现的核心目标主要在于三方面：一是提高效率，实现降本增效；二是适应客户习惯变化，基于远程线上交易营销、管理，实现获客与活客；三是构建新的业务场景，实现线上沟通场景建设以及客户交互。

曾刚预测，从机构从业角度来看，技术对金融的影响越来越大。未来科技将会构成金融最核心的竞争力，其中生成式AI具备特别重要的技术应用空间以及巨大的潜在影响力。北京商报记者 廖蒙 李秀梅

# 公募费率改革迈入第二阶段 每年将节省超62亿元投资成本

继今年7月公募基金行业在监管部门倡导下调权益类基金的管理费率、托管费率后，公募费率改革的第二阶段也在近期正式启动。12月8日，中国证监会研究制定了《关于加强公募基金证券投资基金交易管理的规定（征求意见稿）》（以下简称《规定》），并向社会公开征求意见。据了解，第二阶段的费率改革主要集中在合理调降公募基金的证券交易佣金费率、降低证券交易佣金分配比例上限等。在业内人士看来，此次费率改革不仅倒逼券商苦练内功，同时也将推动投研业务回归本源。

## 倒逼券商苦练“内功”

在公募基金的证券交易过程中，基金管理人会通过委托证券公司办理（以下简称“券商交易”）、向证券公司租用交易单元（以下简称“租用交易单元”）的模式参与证券交易，由此也产生了证券交易佣金等一系列费用。

为进一步加强公募基金证券投资基金交易管理，规范公募基金管理人证券交易佣金及分配管理，保护基金份额持有人合法权益，提升证券公司机构投资者服务能力，12月8日，中国证监会发布《规定》，共十六条内容，向社会公开征求意见。

据悉，此次发布的《规定》共十六条，主要内容包括合理调降公募基金的证券交易佣金

费率；降低证券交易佣金分配比例上限；强化公募基金证券交易佣金分配行为监管；明确公募基金管理人证券交易佣金年度汇总支出情况的披露要求。总体来看，此次费率改革要求基金管理人应当根据自身合规风控能力、信息系统建设、产品管理规模等情况，合理选择证券交易模式，降低交易成本。

具体来看，《规定》明确了合理调降公募基金的证券交易佣金费率，其中被动股票型基金产品不得通过证券交易佣金支付研究服务等费用，且股票交易佣金费率原则上不得超过市场平均股票交易佣金费率水平；其他类型基金产品通过证券交易佣金支付研究服务费用的，股票交易佣金费率原则上不得超过市场平均股票交易佣金费率水平的两倍。

华林证券资管部董事总经理贾志则则认为，调降公募基金证券交易佣金是监管的一次纠偏措施，最大的影响是降低了基金持有人的成本。对于公募基金和券商来说，也是一次“供给侧改革”，倒逼券商苦练内功，以研究质量求发展。

## 每年或节省超62亿投资成本

在合理调降交易佣金费率的同时，《规定》也降低了证券交易佣金分配比例上限。一是对权益类基金管理规模不足10亿元的管理人，维持佣金分配比例上限30%；对权益类基

金管理规模超过10亿元的管理人，将佣金分配比例上限由30%调降至15%。二是明确券商交易模式和租用交易单元模式并存情形下交易佣金分配比例要求。

有业内人士向北京商报记者透露，此次费率改革后，投资者承担的综合费率将进一步降低，同时有助于证券公司专注提升机构投资者服务能力，提供更加优质的证券交易、研究服务等，促进形成良好的行业发展生态。以2022年数据测算，公募基金股票交易佣金总额将由188.68亿元下降至126.36亿元，降幅为33.03%，每年为投资者节省62.32亿元的投资成本。

另一方面，关联方分配比例下调推动佣金分配市场化。《规定》要求，一家基金管理人通过一家证券公司进行证券交易的年交易佣金总额，不得超过其当年所有基金证券交易佣金总额的15%，预计对于关联方基金公司影响较大，有利于推动佣金分配市场化。此外，权益类基金规模合计未达10亿元的基金管理人不受上述比例限制，但通过一家证券公司进行证券交易的年交易佣金总额，不得超过其当年所有基金证券交易佣金总额的30%。

在限制交易佣金上限的同时，《规定》也严禁基金管理人将证券公司选择、交易单元租用、交易佣金分配等与基金销售规模、保有规模挂钩，严禁以任何形式向证券公司承诺基金证券交易量及佣金或利用交易佣金与证

券公司进行利益交换，严禁使用交易佣金向第三方转移支付费用，包括但不限于使用外部专家咨询、金融终端、研报平台、数据库等产生的费用。

华夏基金认为，《规定》要求严禁将交易佣金分配等与基金销售规模和保有规模挂钩，严禁使用交易佣金进行外部专家咨询、金融终端等第三方转移支付，推动投研业务回归本源，利好具备较强研究能力的证券研究机构”。

## 监管积极推动让利投资者

2023年7月，中国证监会印发《公募基金行业费率改革工作方案》（以下简称《方案》），合理优化公募基金证券交易佣金制度。同一时间，监管部门也推动了公募基金费率改革的第一阶段，部分基金管理人已将旗下主动权益类基金的管理费率、托管费率的上限调降为1.2%/年、0.2%/年。

在稳步推进公募费率改革第一阶段的同时，根据《方案》部署，中国证监会研究制定了《规定》，优化完善交易佣金分配制度，进一步强化对公募基金证券交易佣金分配行为的监管。在业内人士看来，公募费率改革将进一步推动行业发展。

华夏基金认为，短期来看，此举有助于着力提高投资者获得感。通过公募基金费率改革，不仅给投资者提供了更多选择，还积极让

利于投资者，让现代化建设成果更多惠及投资者，促进行业健康发展与投资者利益更加协调一致。

中期来看，通过降低佣金费率和限制佣金分配比例，能够促进券商回归“研究+交易”的业务本源，一方面可以加强券商对公司、行业和市场深入研究，提供更准确、全面的信息和分析报告，这些专业研究报告能够帮助基金管理人更好地了解市场动态、把握投资机会，提升基金的投资决策能力；另一方面券商作为证券交易的重要参与者，可以通过提供高效的交易执行服务，为基金管理人提供更低延迟、更稳定的交易环境，这有助于基金管理人获得更好的交易执行价格，降低交易成本，并增强市场流动性。

不过，IPG（中国）首席经济学家柏文喜也直言，大型公募和中小型公募在降费后受到的影响应该会有所不同。大型公募通常拥有更多的资金和资源，因此可能更容易应对佣金费率降低带来的挑战，它们可以通过规模经济和多元化的投资策略来保持盈利，进而提升自己的市场地位和市场影响力。相比之下，中小型公募则会面临更大的挑战。由于规模较小，中小型公募缺乏足够的资源应对佣金费率降低带来的压力，因此导致部分中小型公募需要寻找新的盈利模式、被迫转型或与其他机构合作。

北京商报记者 李海媛