



飓牛理财订阅号

A1-A4

2016.3.14

直销银行平台化起步

随着互联网金融大热,传统金融机构纷纷试水,推出直销银行。然而,过去两年间密集上线的直销银行发展不佳,在发展陷入瓶颈之后,银行的发展思路开始谋变。北京商报记者从业内获悉,目前部分银行对互联网金融等机构的态度从保守转为开放,以往不愿与互联网金融等机构合作的银行开始了业务方面的交流,更有银行将直销银行升级为开放式平台,证券、基金、信托、资产管理等各类金融平台可为直销银行定制金融产品。在分析人士看来,平台化或将成为直销银行的未来趋势,商业银行在经历过去几年的摸索之后,正在熟悉和适应互联网金融的游戏规则。



从保守到开放

李强(化名)是一家互联网金融企业的员工,在过去几年的行业热潮下,这家企业曾多次寻找与商业银行,特别是直销银行的合作机会,但银行均采取了保守策略,态度并不积极。不过,今年以来,银行的态度出现了转变。

作为一家互联网金融机构,李强的公司一直希望与银行进行合作,直销银行作为商业银行中最具互联网创新基因的代表,自然受到了关注,无论是将银行的小微贷款、个体户贷款放置到互联网金融平台上,抑或将互联网金融企业的优质项目放置到直销银行,都会有利于双方业务的拓展。李强透露,今年该平台在与一些中小银行进行沟通时,银行对双方业务合作表现出了浓厚的兴趣,一改以往的冷淡态度。尤其是一些城商行,态度比较积极。不过,李强并未对北京商报记者透露双方洽谈的具体内容。

事实上,关于直销银行的转变已经悄然展开。去年,中信银行曾与百度合作,设立独立法人化的直销银行。而2014年上线直销银行的华夏银行也对该业务进行了全面升级。据了解,华夏银行直销银行推出了开放式理财平台,一端可连接银行、证券、基金、信托、资产管理等各类金融产品“平台”,通过系统对接,由上述平台精心为直销银行定制金融产品;另一端可连接第三方支付、电商、社交、搜索等各类销

售入口“平台”,通过系统对接,可将直销银行本身的产品以及金融产品“平台”提供的产品,经过精心包装后放在销售入口“平台”进行销售,从而在短时间内获得大量客户。

根据华夏银行的设想,开放式理财平台与第三方机构平台互为销售渠道,可以相互借力实现引流获客,客户通过任何一个渠道都能获取同类产品、享受同质服务;从产品角度来看,开放式理财平台与第三方机构通过共享投资理财产品,可以大幅提升自身平台的产品种类和竞争力;从账户角度来看,开放式理财平台与第三方机构实现了客户电子账户的同步开立,既实现了功能上的跨平台,又保持了用户体验的一致性。

华夏银行相关人士透露,目前已有十余家第三方机构同华夏银行直销银行对接,机构涵盖第三方支付、电子商务、金融资产交易等多个行业。

金融互联网与互联网金融的差距

直销银行是近年来才涌现的一种全新模式。在余额宝横空出世后,互联网金融出现爆发式增长,面对激烈的竞争,商业银行也加紧了互联网领域的布局,设立“直销银行”的传统商业银行数量也在近两年来爆发式增长。据不完全统计,截至2015年底,国内共有51家银行的直销银行上线,但效果却不尽如人意。

据银率网360°银行测评数据显示,

2015年,国内新成立直销银行30余家。但直销银行的用户数并没有实现快速增长。有近六成受访者不了解直销银行,仅有12.71%的受访者使用过直销银行,而这12.71%的人群多是从事金融、互联网工作。

银率网理财分析师闫自杰表示,2014年至今,直销银行在数量上的爆发式增长,尤其是城商行大面积上线直销银行,表面上看是为了突破地域限制,通过直销银行提高远程获客能力,其实只是基于同业竞争的业务布局,并没有完整的战略规划。

创新性不足、定位不清晰、产品过于单一、同质化明显等原因是过去两年间直销银行难以快速壮大的症结。调查显示,目前国内直销银行的三大主流业务是智能存款、理财产品和货币基金。

融360理财分析师刘银平在接受北京商报记者采访时指出,目前直销银行提供的金融产品以存款、理财为主,产品太过单一,而且大多是银行自己的产品,从用户角度来看,与网上银行并未有明显区别;此外,虽然直销银行应用起来相对于网上银行更加方便,但是与其他互联网金融平台相比,产品不够丰富、收益处于劣势、操作不够便捷。因此,尽管很多银行都设立了直销银行,但是发展情况却不尽如人意。

浙商银行发展规划部分析研究中心总经理杨跃对北京商报记者表示,商业银

行互联网金融理念不及互联网金融企业。部分商业银行直销银行和其网上银行、手机银行没有本质区别,和银行网点等其他营销渠道的互动相对较弱。二是产品存在同质化现象。目前直销银行主要提供宝类货币基金、智能存款等负债类业务以及保险理财、账户管理等中间业务,差异化定位并不清晰。三是运营体系独立性较差。部分银行直销银行仍作为一级部门下的二级管理部室,在银行内部定位较为模糊和尴尬,资源获取能力较弱,难以和互联网金融企业竞争。

无奈的平台化

直销银行设立的最初目的是突破区域限制,实现海量获客。那么在以往运营出现瓶颈之后,如何才能获取更多客户?整合渠道,满足用户多种金融需求,成为直销银行突围的解题思路。在分析人士看来,平台化或将成为直销银行未来发展的一种趋势。

刘银平表示,平台化的优势在于可以提供更多、更丰富的金融产品,尤其是银行以外的理财产品。不过在这一过程中会提升平台的整体风险,需要银行投入更多的人力和技术对风险进行把关。尤其是要注意外部平台的运营风险,接入产品的风险,此外要严格评估投资人的风险承受能力。

(下转A2版)

北京商报记者 孟凡霞/文 宋媛媛/制图