

输出路径分化 银行金科子公司的盈利考题

为摆脱转型的被动局面，商业银行开启了金融科技子公司成立大幕。伴随着北京银行旗下金融科技子公司北银金融科技有限责任公司（以下简称“北银科技”）近日正式成立，目前银行系金融科技子公司已达7家。梳理七大金融科技子公司技术输出对象看，主要分为内向服务型 and 外向服务型两类。分析人士指出，技术输出路径分化的背后体现了战略地位、发展阶段的差异，未来如何实现可持续盈利成为一大难题。

目前银行系金融科技子公司情况一览

银行	金融科技子公司
兴业银行	兴业数字金融服务(上海)股份有限公司
招商银行	招银云创(深圳)信息技术有限公司
光大银行	光大科技有限公司
建设银行	建信金融科技有限责任公司
民生银行	民生科技有限公司
工商银行	工银科技有限公司
北京银行	北银金融科技有限责任公司

外，截至目前，各家银行系金融科技子公司仍未披露盈利状况。

可持续盈利模式成挑战

经过近几年的发展，银行系金融科技子公司逐渐崭露头角，也有更多实力强劲的银行加入，不过未来如何构建可持续的商业盈利模式是银行面临的一大挑战。

零壹研究院院长于百程认为，目前看，各家金融科技子公司分成了内向服务型和外向服务型，这是由各家科技子公司的发展阶段和资源能力决定的，中长期看，独立发展的金融科技子公司都将是内向和外向业务结合的。

“从优劣势角度来说，外向服务型更能体现银行科技的实力，然而只有修炼好‘内功’并经过充分实践论证，才能够有能力对外输出。”苏筱芮表示，另外，银行自身搭建的能力是否对外输出，也涉及到相关选项的衡量，如果输出充分，银行自身是否会因此失去竞争力；而如果不输出，子公司构建的成本是否能被盈利覆盖亦值得关注。未来如何就技术输出构建健康、可持续的商业盈利模式是银行面临的一大挑战。

中国民生银行研究院研究员廖贝妮分析指出，银行系金融科技子公司还要防备技术风险、信息安全风险可能带来的金融资产损失；如何平衡集团内外部资源分配问题，在服务好集团内部的同时，更好地展开技术输出服务等重重挑战。北京商报记者 孟凡霞 吴限

两种技术输出类型

自2015年拉开序幕以来，包括兴业银行、招商银行、光大银行、建设银行、民生银行、工商银行和北京银行在内的7家银行先后落地了自己的金融科技子公司，而两家国有大行甚至“宇宙行”的人局，也意味着银行对于金融科技的高度重视程度之高。

梳理这7家金融科技子公司技术输出产品和服务内容发现，软件、金融云、开放平台和咨询服务是目前银行系金融科技子公司最常见的四种模式。

而根据技术服务对象的侧重不同，银行系金融科技子公司可分为内向服务型和外向服务型两类。其中，内向服务型是指银行系金融科技子公司以服务于母行集团及其子公司为主，对外技术输出为辅；外向服务型是指在为本行内部提供服务的同时，也对外提供金融科技能力输出。

从官网设置情况来看，兴业银行、招商银行设立的金融科技子公司兴业数字金融服务(上海)股份有限公司(以下简称“兴业数金”)、招银云创(深圳)信息技术有限公司(以下简称“招银云创”)的官网制作精良，推出的产品范围广泛，信息充裕获取便捷，为外向服务型。建设银行子公司建信金融科技有限责任公司(以下简称“建信金科”)的官网获取信息较少，光大银行成立的光大科技有限公司暂未开设官网，从外部获取相关信息较为不便，为内向服务型。

发展阶段存差异

分析人士指出，银行系金融科技子公司技术输出路径出现分化的背后，体现了银行金融科技子公司战略地位、发展阶段的差异。

对比来看，内向服务型银行系金融科技子公司是银行应对市场和行业竞争实现科技转型而成立的，还处于产品

搭建及经验积累的阶段，对外公开数据资料相对较少，开展的业务也不如外向服务型丰富。

而外向服务型金融科技子公司一般成立时间较早，已拥有较为完善的产品体系以及稳定的客户群体。比如，兴业银行的“银银平台”已积累了近十年科技输出经验。

对于每个银行子公司业务方向的差异，麻袋研究院高级研究员苏筱芮认为，一方面取决于银行金融科技子公司的发展历史，从现有情况来看，采取外向服务型的起步较早，经过积淀已经形成较为体系化的发展模式。另一方面则取决于银行的战略目标。

值得注意的是，虽然外向服务型是内向服务型的“升级版”，但是与金融科技子公司打造的“小而精”爆款产品相比，各家银行系金融科技子公司推出的产品涉及范围十分广泛，产品同质化现象严重，创新科技手段能力仍稍显不足。此

快钱公司联手华和农业打响“菜篮子数字化”

武汉逾60家农贸市场今年将变身智慧菜场

顾客刷脸买菜、摊主用大数据管理进货量、市场管理方一台电脑就可管理百余市场，还有广大菜农不再“看天吃饭”，可提前按农贸市场订单种菜……这些曾在科幻小说里出现的情节，正在照进菜市场的现世今生。5月21日，快钱公司、华和农业战略签约暨“菜篮子数字化”项目发布仪式在武汉举行。据悉，由双方联手打造的“菜篮子数字化”项目将以云科技的理念为核心，以一揽子金融科技解决方案，推动武汉逾60家农贸市场实现数字化升级，重塑从田间到餐桌的产业新生态，引领消费升级新体验。

为农贸渠道之王装上数字化引擎

一只菜篮子，关乎百姓民生，也孕育着庞大的产业生态。公开数据显示，在我国，农产品行业年销售额已超万亿元。在各生鲜渠道中，农贸市场的市场份额超过70%，尤其在广袤的下沉市场，农贸市场是社区生意的跟进。眼下，互联网对各行各业进行着暴风骤雨般的改造，与一些数码广场、小商品市场等日渐式微、门可罗雀相比，农贸市场却仍然车水马龙、人来人往。不过，生鲜行业的渠道之王，也日益受到新零售、生鲜电商、生鲜商超、无人便利店等新业态的挑战。

30年前，“菜篮子工程”在武汉等地率先打响第一枪。30年后的今天，这一中部生鲜流通枢纽则在筹谋全新战役，升级百姓菜篮子。5月21日，快钱公司与武汉华和农业发展有限公司正式达成战略合作，双方将共同推出“菜篮子数字化”项目，以金融科技为农贸市场这一渠道之王安装数字化引擎，提速农贸生

态的革新之路。

逾60家农贸市场将迎数字化升级

武汉华和农业发展有限公司董事长劳大江表示，目前，华和旗下市场已完成硬件升级，成为“雨天市场不潮湿、顾客踩着高跟鞋也能逛”的现代化生鲜市场。作为国内创新型金融科技子公司，快钱公司以“云种计划”为核心打造的一揽子金融科技解决方案已经在中西部地区成功推行，助力众多中小微企业向阳新生。此次合作将是“云种计划”在农贸产业的首次落地。

据悉，武汉铁机生鲜市场、街道口生鲜市场、狮城汇生鲜市场等8家生鲜市场将作为“菜篮子数字化”的首批试点市场，率先实现智能运营、智慧管理。近期，1500余摊主就将配备统一的智能收银系统，一站受理扫码、刷卡、现金乃至刷脸支付，消费者不用带钱包也能来买菜。市场管理方也将在交易流水数字化的基础上实现物流、资金流、信息流三流合一，大幅提高运营效率；“心中有杆数字化的标准秤”。同时，农贸市场的数字化，也将解放现有的市场管理员、个体经营户的劳动力。在交易数据透明化的基础上，各方也可以合作发力，向上游供应链和下游2B配送、2C外卖等场景进行拓展。

不仅如此，快钱公司“云种计划”中的智能账户、智能营销等系列金融科技解决方案，还将帮助市场管理方在实现交易流水数字化的基础上，灵活进行资金归集、数据交互、商户管理和营销活动，探索农贸市场的智慧管理之道。根据双方的合作，今年内，“菜篮

子数字化”项目将覆盖武汉市逾60家农贸市场，为行业补上一块智慧拼图。

探索农贸产业生态数字化新路径

快钱公司CEO党晓强表示，华和农业是武汉地区农贸市场的“隐形冠军”，也是国内领先的智慧农贸市场运营商。通过此次战略合作，快钱将以“云种计划”助力华和构建全新的智能化供应链服务体系，做大做强。借助金融科技，华和也得以加快对农贸市场行业整合赋能的速度。双方将以武汉为起点，加速金融科技服务、线下消费体验与现代化农贸产业的深度融合。

据悉，传统农贸产业存在着上游种植和下游采购、销售环节冗长、信息不对称等问题。快钱的“云种计划”金融科技解决方案还匹配了完善的供应链金融服务和云科技能力，将为华和探索全新的上游订单化农业生产、下游直采销售模式提供资金和技术支持。由此，在上游，广大菜农将不再是传统的看天吃饭、闷头种菜，还可提前按农贸市场订单种菜、随时按市场销路决定来年种植情况；在下游，市场管理方可更精细化地经营管理，消费者也可获得更优质、更实惠的农产品。最终，这一农业生态的升级再造，将有效减少产业批发环节，实现农户、经营户、上下游合伙人、消费者和市场的共赢。

未来，快钱公司还将以“云种计划”为核心，以领先的智能营销、智能运营、智能账户等金融科技，帮助企业提升效率、推动产业升级。