

聚焦直销银行 向左走还是向右走

两家前后脚获批

12月21日,邮储银行发布公告称,近日,该行收到《中国银保监会关于筹建中邮惠万家银行有限责任公司的批复》,获准筹建直销银行子公司,邮储银行持股比例为100%,拟作为该行所属一级全资子公司运营管理。这是国内第三家获准筹建的独立法人直销银行。

从公告透露的信息可以发现,直销银行沿袭了邮储银行的定位,践行“服务三农”、“助力小微、普惠大众”的发展使命。同时要探索线上线下协同发展的创新商业模式。邮储银行称,该项投资是该行深化体制机制改革、积极探索金融科技创新的重要举措。

这已是年内第二家获批筹建的独立法人直销银行。就在12月11日,根据招商银行公告,该行当日收到银保监会批复,公司获准与京东数科全资子公司网银在线共同筹建独立法人直销银行招商拓扑银行。招商拓扑银行聚焦的客群,仍深挖于招行擅长的个人及小微领域,同时辅以京东的线上流量及场景等资源支持。

2017年11月,中信银行联合百度打造的百信银行开业,成为国内首家独立法人直销银行。此后一直未有新的独立法人直销银行获批。

“独立法人属性的直销银行,是数字经济时代的产物。根据近期市场动向判断,直销银行牌照已重新开闸。”麻袋研究院高级研究员苏筱芮如是说。

对于近期两家独立法人直销银行相继获准筹建,零壹研究院院长于百程表示,监管在此时放行直销银行,也反映出在互联网

10日之内,招商、邮储两家银行相继发布公告宣布,旗下直销银行获准筹建,时隔多年,独立法人直销银行短期内有望增至3家。批设显现提速迹象的背后,邮储银行直销银行为全资子公司,中信银行和招商银行旗下的直销银行则是联手互联网公司打造,“自营式”发展与“牵手”第三方如何抉择?面对此前的发展瓶颈,直销银行颇受争议,如何破旧立新、探索自身竞争优势也成为市场关注的话题。

独立法人直销银行批筹情况一览



| 直销银行名称 | 公告获批时间 | 发起方 | 发起方持股比例 |
|------------|-------------|-----------|----------------|
| 中信百信银行 | 2017年1月5日 | 中信银行+百度 | 银行70%、互联网公司30% |
| 招商拓扑银行 | 2020年12月11日 | 招商银行+京东数科 | 银行70%、互联网公司30% |
| 中邮惠万家银行(拟) | 2020年12月21日 | 邮储银行 | 银行100% |

网金融专项整治以及互联网贷款等众多业务监管办法出台后,监管方希望并支持持牌机构加大金融科技创新,提升业务效率,服务普惠人群。

银行业资深分析人士王剑辉进一步指出,目前的时点,直销银行批设显现提速迹象,或更多是出于监管政策平衡的考虑,此前监管在互联网金融方面有些规范限制,需要给传统银行开放出另一个发展空间,作为创新突破的出口,现在直销银行的增或更多为了传统银行转型考虑,让传统银行在转型过程中有新的尝试领域和渠道,因而两家机构陆续加入尝试的行列。

“增加了两家机构,可能更多是一种阶段性现象,是相对提速,能否全面提速还有待观察。目前监管对于金融在互联网领域有快速甚至超前的发展保持谨慎,毕竟监管能力、各方技术水平还未到令人特别放心的水平。”王剑辉如是说。

自主还是互补?

在百信银行和招商拓扑银行两家直销银行中,银行与互联网公司方面的持股比

例均为70%和30%,中邮惠万家银行则是首家由银行全资设立的独立法人直销银行。在“自营”独立发展和牵手第三方合作两种方式之间,传统银行如何抉择也成为市场关注的问题。

王剑辉表示,从新获批的机构来看,邮储银行独立经营可能更多基于网点优势考虑。邮储银行有邮政的网点优势,自带流量基础。招行虽然零售业务做得很好,但网点优势相对偏弱,与第三方合作可能更多出于技术水平考虑。

根据邮储银行2020年半年报显示,该行拥有近4万个营业网点,服务个人客户超过6亿户,定位于“服务三农”、城乡居民和中小企业。

“如果自身有网点优势或科技优势,可能就会选择独立经营,如果不具备特殊的优势,可能会选择跟优势比较明显的第三方合作,如何选就看银行自身的条件和发展诉求。”王剑辉如是说。

在于百程看来,与互联网巨头合作独立直销银行,或者申请直销银行子公司,是传统银行进行互联网银行探索的重要方式,直销银行可以在产品模式、运营模式、

管理和激励方式上进行更好的创新,与互联网平台合作方一起也可以优势互补。合作设立模式互补性更强,子公司模式自主性更强,但不管哪种方式,与互联网公司之间的开放合作都必不可少。

特色化竞争是关键

从2014年2月民生银行直销银行上线以来算起,商业银行探索直销银行业务已经有近七年光景。直销银行通过线上渠道开展零售业务,可以突破物理网点限制,与个人网银相比,又突破了本行账户局限,可向他行用户开放,因此特别受中小银行的欢迎。有数据显示,目前国内推出直销银行业务或实施类似经营业态的银行已超百家。一般的直销银行多作为母行下属部门的形式存在。

然而,随之而来的产品体系单一、同质化严重等问题,也让直销银行陷入了尴尬的发展瓶颈期。华夏银行、南京银行、浦发银行、平安银行等多家银行将直销银行业务与手机银行合并整合,在服务渠道上不断“做减法”。

于百程指出,由于受制于一些特定因素,直销银行这些年发展并不突出。首先,产品比较同质化,多数是以理财类产品为主,而借款等产品由于线上风控等体系不足而无法开展;其次,直销银行多数是银行内的一个部门负责,互联网基因也比较弱,独立性和权限不足,在银行内部也形成竞争。有些银行将其运营外包,但也面临产品合规和合作方风险等问题;再次,近几年银行数字化成为全行战略,手机银行成为零售业务的第一平台,直销银行的产品和服务在手机银行都可实现,因此,从银行自身来说,发力部门性的直销银行意义已不大。

从首家独立法人直销银行的业务拓展来看,北京商报记者查询百信银行App注意到,目前App上有“好会花”一款消费贷产品,而财富专区来看,该行自有产品不多,定期存款产品3个月-5年期限,年化利率1.59%-4.6%,同时也有“智存通”这类三年期创新型存款产品,若客户临时用钱可以提前支取按活期计息或选择存单质押贷款方式,若逾期用存单抵偿。与自有产品相比,该行App内代销产品较多,主要以理财子公司产品为主,同时还有银行理财、保险资管产品。

王剑辉表示,在目前的状况下,直销银行可能更多是传统银行面对互联网金融发展做出的一个应对的措施,是应对竞争态势做出一个新的尝试,未来直销银行不应局限于网上银行等概念,需要有独立创新高效率的组织结构、独立的奖惩激励机制、独立的风险控制机制和风险控制能力、独立的资金来源和客户群体。经营模式上也需要有更多的科技手段创新和领先的应用,走出一条特色化竞争之路。

北京商报记者 孟凡霞 马婧

打造老年人的贴心银行 工行北京分行“零距离”服务“银发族”

关注和照顾到各类社会群体,特别是在当下数字经济飞速发展的大背景下关注在智能手段理解、应用等方面稍有“滞后”的银发一族,是体现银行社会责任、考验银行服务水平的重要标准之一。伴随着我国信息化数字化快速发展,智能化服务日益嵌入大众的工作生活,如何让更多人享受便利,提供贴心金融服务、“零距离”解决老年客户难题,需要银行业做出更多探索。

打造“银发族”的贴心银行

11月24日,国务院办公厅出台《关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案》(以下简称《实施方案》),针对老年人运用智能技术遇到的种种“痛点”“难点”,提出解决方案。

落实好《实施方案》的部署安排,需要全社会共同营造科技适老环境,共建共享老年友好型社会。银行是大众储蓄理财、参与社会经济活动的重要窗口。着眼于关怀老年人,把关爱、关心老年人作为一项长期工作,工行北京分行秉持敬老服务意识,将“爱心”“用心”“耐心”服务老年客户融入日常工作中,从优化业务、完善设施多方面着手,走近客户,服务客户,不断丰富敬老服务内涵。

走进北京工行的各网点,摆放在“工行驿站”的多样方便老年人使用的设施格外醒目。轮椅、老花镜、便民药箱等数十种便民用品可以有效满足老年客户的应急需求。据了解,北京地区的部分工行网点根据客群情况还个性化地备有血压仪、拐杖、大字版计算器、大字版点钞机等方便老年客户使用的设施,一些网点会结合

周边客群需求,因地制宜开展中医问诊、文化鉴赏等活动,提供金融服务外的贴心服务。

从进门时主动搀扶和亲切问候,到大堂内耐心解释和引导……在保留传统金融服务方式的同时,工行北京分行持续优化老年客户的业务办理体验。在硬件设施方面,北京分行在全部网点设置了专供老年客户使用的爱心座椅,在老年客户到店相对较多的180余家网点安装了无障碍呼叫按钮,在480余家物理条件允许的网点设置了无障碍坡道及相应服务标识。同时,北京分行不断优化辖内网点分区设置及相关硬件设计标准,在现金服务区全部设置现金低柜,在低柜下方预留合适进深,提升乘坐轮椅老年客户腿脚放置的舒适度;在客户等候区,拉开厅堂等候座椅间距,在等候座椅旁留有轮椅停留空间,方便老年客户及其陪同家属到店服务,并增设叫号集中显示屏,以便听不清楚叫号声音的老年客户及时了解网点排队等候信息,提升老年客户到店体验。

据了解,为了保证网点服务老年客群的质量和水平,工行北京分行将老年群体服务情况作为分行远程非现场抽查的关注内容,将对老年客户是否耐心、能否积极提供帮助作为服务

检查的标准之一。在全辖网点设立服务委员,负责深入研究老年客户特点,通过设计专属服务、话术、活动,提升老年客户到店服务体验。

推动老年人金融服务“零距离”

让金融服务有温度。工行北京分行将每月的养老金服务作为重点工作之一,养老金支取高峰到来前,分行会统一部署逐月下发关注网点清单,提前向养老金支取业务需求大的网点增派员工,帮助提升服务效率。养老金支取高峰日,网点视情况提前开门营业,并增设养老金支取专柜与等候座椅、开展厅堂微沙龙、提供一杯水服务(疫情期间暂停)等等,疫情防控期间,针对老年人,工行北京分行各网点灵活采取他人代查或纸质登记等方式保障没有智能手机的老年客户正常进入厅堂办理业务。同时,网点备足口罩等防护用品,并在网点外设置等候座椅、遮阳伞等设施,兼顾防疫与服务,不仅减少了老年客户等待的时间,更提升了客户的舒适度与幸福感。

为满足一部分特殊客户金融业务需求,尤其是年老病重无法到网点办理业务的老年客户,工行北京分行通过在全辖网点投放便携式智能柜员机的方式,实现非现金业务上门服务需求的便捷办理,老年客户无需到网点柜面,即可满足如开卡、卡启、重置密码、转账汇款等覆盖柜面90%以上非现金业务需求。今年以来,工行北京分行将从前针对行动不便的老人进行的上门服务范围扩大,对于在养老院居住、需要办理亲办业务的老人,网点采取上门的方式进行业务办理。

塑造消保文化 民生银行北京分行开展优秀投诉调解案例评选活动

为深入贯彻落实监管部门关于金融消费者权益保护、银行保险业消费投诉处理等有关规定,有效提升银行一线人员消费者权益保护意识及投诉处理质效,民生银行北京分行开展了“消保达人成长季”专项宣教月活动,通过线上培训、互动征集、优秀案例评选等多种形式,塑造健康浓郁的消费者权益保护文化。

据了解,线上培训课程主要由民生银行北京分行消费者权益保护部门设计制作,通过民生银行内部线上培训平台发布,内容涵盖消保相关政策制度解读、监管趋势指导分析、经典投诉案例调解分享等,培训对象覆盖北京分行支行行长、零售主管行长、客户经理及厅堂各岗位服务人员。该活动培训课程共吸引8300余人次报名参训,基本实现了经营机构一线员工全覆盖。参与培训后,很多支行员工表示课程内容非常实用接地气,通过培训会了如何准确高效地解读监管政策,并在合法合规的前提下满足客户诉求,对消费者权益保护工作、对投诉处理工作有了新的认识。

该行在培训后面面向全辖机构开展了针对培训的内容、方式、知识点的专项调研和后续

评估,征集一线员工对消保相关培训需求,以及优秀投诉调解案例,一方面加强后续专项培训的针对性、实用性;另一方面挖掘辖内投诉处理工作的有效措施,为经营机构搭建交流平台,营造互学互促的良好氛围。

据悉,活动中还对分行辖内各经营机构上报的优秀投诉调解案例进行了评选,最终授予获奖案例调解人“消保达人”称号。通过树立消保工作典型榜样、搭建消保工作交流平台,从而带动全辖客户服务能力、业务处理能力、投诉处理能力的全面提升,为客户提供更为优质高效的金融服务。

民生银行北京分行消保工作负责人表示,近年来监管部门逐步加强了对银行保险机构消费投诉处理工作的规范,民生银行北京分行将在监管部门的指导下,以强化消费者权益保护意识、提升消费投诉处理质效、提高服务能力和水平为目标,积极开展消保专项培训及宣教活动,同时秉承“依法、共情、高效、讲理”的投诉处理原则,不断深化投诉处理“三个及时”的工作要求,即对待消费投诉及时介入、及时处理、及时反馈,做好消费者权益保护工作,切实维护金融消费者合法权益。

阳光保险集团获批设立博士后科研工作站

近日,经国家人力资源和社会保障部、全国博士后管理委员会批准,阳光保险集团获准设立博士后科研工作站,是此次获批设立的唯一一家保险企业,标志着阳光保险集团产学研一体化迈入新阶段。

博士后制度是国家为了培养高层次、创新型青年人才而建立的人才培养机制,博士后科研工作站是博士后制度的重要组成部分。博士后制度实施以来,为国家培养了一大批高端科研人才,包括一百多名两院院士。此次阳光保险集团博士后科研工作站获批设立,将为阳光保险集团高层次创新型人才成长铺就“高速路”,为创新驱动发展打造“助推器”,为人才培养体系建设提供“试验田”。依托博士后科研工作站,阳光保险集团将培养立足保险行业的高层次科研人才,取得更多科研成果,助推行业创新与发展。

阳光保险成立15年来,一直将科技作为实

现持续快速发展的核心要素,强调培育学习能力和研究能力,搭建起研究平台,在政策研究、模式研究、科技研究和创新研究等领域深入探索,整体技术水平处于行业领先地位,在重点科研领域有多项成果实现落地转化,获得了市场高度评价,起到了较好的行业示范和带头作用。据统计,2015-2020年阳光保险集团在科研方面年均投入超过10亿元,已申请国内发明专利近百项。此外,阳光保险集团还与清华大学共同创立的创新研究中心,承担并完成了多个国家自然科学基金项目。

此次设立博士后科研工作站,将成为阳光的新起点。未来,阳光保险将更加深入实施创新驱动发展战略和人才优先发展战略,通过建立更为专业化的科研体系,遵循价值发展的理念,以科技为驱动、创新为引领,使人才资源和企业优势资源更加有机结合,着力为保险行业发展、国家经济建设培养更多的优秀科研人才。