

血拼“双11” 机构广撒金融红包

一年一度的“双11”促销季正如火如荼地进行,除了消费者的购物车塞得满满当当外,不少电商平台、互联网银行、支付机构也打响了金融营销战。其中,最为业内熟知的是电商巨头的免息分期活动,同时也有支付公司联手金融机构发放支付满减优惠券,此外也不乏互联网银行另辟蹊径推出“回血理财礼包”。机构们的“双11”金融暗战,可谓是花样百出……

电商巨头推出5亿元红包

比付尾款来得更早的,是机构们的消费金融红包。

11月2日,北京商报记者注意到,尽管距离“双11”还剩9天,但不少消费者已开启买买买模式,为抢占流量高地,不少平台也开启金融营销。

各路电商平台的“免息、提额”分期战正打得火热,包括蚂蚁集团、京东、字节跳动等巨头就已推出“双11”血拼活动。其中,字节跳动推出DOU分期免息专场,全场最高24期免息。活动期间,用户可进入DOU分期“双11”大促页面,在DOU分期优惠专区,可领取DOU分期立减券和/或DOU分期12期免息券,若用户首次激活DOU分期,还可获得DOU分期新人礼包。

蚂蚁集团也推出“瓜分5亿元花呗红包,最高9999元”的大促活动,主要面向花呗用户,推出“红包膨胀”“红包雨”“惊喜宝箱”三项活动类型。其中,红包膨胀最高可获得9999元分期红包金额,红包雨则包括花呗金、花呗通用红包、备用金新人免

券、饿了么外卖红包等。

此外,京东也推出“抽最高111元免单券”“壕发百万白条券”“膨胀金”等营销活动。其中,消费者在活动期间向自己的个人账户充值,京东将赠送一定金额的“膨胀金”,最高可送800元,主要用于活动期间在京东“双11”支付订单时使用。基础充值门槛共计5个档位,分别为充499元送25元、充999元送50元、充1999元送120元、充4999元送350元、充9999元送800元。

针对前述金融营销活动,北京商报记者向多家平台进行了采访。其中,花呗方面回应北京商报记者称:“双11”期间,使用分期付款尤其是分期免息,是许多消费者的需求。今年,用户在花呗的“双11”活动中可获得分期红包并变大,用于线上、线下消费时使用。双11是个狂欢节,花呗的红包活动也主要是为了回馈消费者,让大家消费更实惠、更轻松”。

京东方面同样称:“免息优惠得益于京东与众多品牌商家的深度合作,即双重补贴和流量支持,前者大幅降低了商家参与活动的门槛,也为消费者提供了更大额度的优惠”。据京东方面透露,除此之外,京

金融App还联合众多线下商家开启了“双11”优惠活动,包括西安王府井百货(永宁门店)、西安中大国际购物中心(高新店)等大型综合类商场,华住、神州租车、曹操出行、马蜂窝、途牛、京东到家、多点App、七鲜等线上线下商户。

中南财经政法大学数字经济研究院高级研究员金天告诉北京商报记者:“双11”等大促活动对消费金融业务、相关机构的盈利增长和用户增长均有很强的带动作用。以电商平台为例,相应的信用支付工具(如花呗、白条等)可以为广大下沉市场和下沉人群,特别是为东北和中西部年轻白领和大学生等消费意愿较强、当期消费能力不足的用户提供资金支持,满足其在高峰期的非必需品(比如电子电器等高单价商品)购物需求;同时,此类产品也有助于电商旗下的金融科技平台实现生态破圈,更多切入至用户的生活服务场景,增强用户黏性,在高峰期之后引导至其他高频日用消费品的销售。

互联网银行另辟蹊径推理财

与自带场景优势的电商巨头狂撒钱、推分期不一样的是,缺乏自营生态的互联网银行们,瞄准的是贷款和理财产品。

北京商报记者注意到,目前,包括微众银行、新网银行等机构纷纷借势“双11”,分别送出“回血礼包”和“还款红包”,不过微众银行推出的是理财产品,而新网银行瞄准的则是好人贷“备用金”。

“又是一年剁手时!大家准备工作都做好了吗?全世界都在让你花钱,只有我们在帮你赚钱……”11月2日,根据微众银行公

布的“11.11专属回血礼包”活动页面,现在购买微众银行指定产品,一是从产品确认份额日起,可额外奖励5天年化3%的奖励;此外还可邀请朋友助力,每增加一位好友点击助力就可增加200财富值,达到100万财富值可领取价值300元的积分。

新网银行准备的则是还款红包。根据活动页面,新网银行针对新用户推出“双11安心购享最高300还款红包”活动,新用户参与报名最高可领取20万元贷款额度,活动奖品为还款红包,最高200元;老用户则可发起借款,还款红包最高为300元。

一金融科技从业人士告诉北京商报记者:“从目前金融营销活动来看,大部分还是巨头们在自有生态内的动作,比如大部分是自家电商销售结合金融业务,主要开展免息、满减等营销,而微众银行、新网银行在电商上存有短板,因此选择了其更擅长的理财、贷款等活动方式着手”。

事实上,除了消费者熟悉的“免息、提额”分期战以及回血红包活动外,今年的“双11”在支付上也有新变化。其中,银联云闪付首次加入天猫和京东“双11”,均有金额不等的价格满减和随机立减。

机构血拼营销也需理性

各路机构撒钱血拼“双11”,正如消费者需理性消费一样,在业内看来,机构们也需根据自身需求,有所侧重地理性营销。

易观高级分析师苏筱芮表示,伴随着电商购物体验的不断提升以及直播带货等新型消费方式的涌现,银行对线上购物领域的场景渗透率持续扩大。对银行而言,可以借此增加交易规模,嵌入消费分期、信

等业务;对电商而言,可以加速活跃用户向最终消费支出行为进行转化,提升商品销售规模,而对于消费者来说,既获得购物体验方面的提升,也能够切实收获消费优惠,这可谓是一个多赢的事情。

不过,在各方诉求下,机构们在营销时也要注意多方问题。正如一银行业分析人士指出,目前市场上就有少数银行可能存在诱导客户购买理财、增加贷款等不当营销行为。在他看来,互联网银行营销,要从维护正常市场竞争秩序与消费者合法权益保护角度,也需要加强银行产品定价自律管理,避免不当营销。

金天则指出,电商平台和金融机构互有诉求,比如电商机构希望借助与银行、特别是区域性中小银行合作,带动下沉市场的线下用户转化;而金融机构则希望借助电商消费场景激活现有客群、加速收入转化等,但在面对同一用户人群进行营销推广时,需要在用户上进行区分,避免被误认为边界不清、触碰监管红线。其次,政策导向并不鼓励过度消费、特别是大学生等金融弱势群体的过度借贷消费,在营销推广时需要把握尺度,杜绝低俗广告不当传播造成负面舆情。

“此外,机构‘双11’活动,需要注意相关条款规则的充分解释说明,不得以引人误解或欺诈等方式使消费者交易。”苏筱芮补充道,对于消费者来说,首先需要关注活动条款内容具体存在哪些前提条件,比如是否存在名额限制、需要手动领券或抢购等。其次,如果涉及到信用支付、分期付款等需要记得还款日期,最后需树立量入为出、理性消费的观念。

北京商报记者 刘四红

中信银行北京分行汇聚反假力量 书写反假篇章

为将“人民币发行为人民”的工作理念落到实处,践行“我为群众办实事”活动要求,中信银行北京分行与北京地区场馆、乡村、校园和社区的防假需求同频共振,通过多渠道、多样化的宣传形式,倾力服务企业、群众,为北京地区反假货币工作贡献“反假力量”,彰显国企“反假担当”。



一、创新宣传形式,服务服贸会场馆

中信银行北京分行积极拥抱协同数字化宣传模式的新浪潮,借助合作平台的力量,开展多层次、多角度的人民币现金服务知识宣传。

中信银行北京分行走进首钢园场馆,在国际服务贸易交易会上,全过程嵌入宣传反假货币知识。中信银行北京分行在15个展馆内,通过“反假小超人”答题活动向现场到访群众讲解货币防伪知识,切实提高人民群众防范假币的水平。此活动发放宣传册近万份,受众6000余人,践行了“有温度的银行”的服务承诺。

二、深入乡村基层,支持乡村反假

中信银行北京分行充分发挥网点能量,通过有针对性的反假宣传,推动“反假力量”扎根乡村、融入乡村,将人民币现金服务知识送到最需要、最薄弱的地区和人群中。

中信银行北京分行辖内房山、大兴、通州等支行前往房山区固村、平谷区中心村、通州区北仪阁村等多个乡村开展反假货币宣传活动,为群众送上专业金融培训,获得了当地村委会和群众的一致好评。为进一步扎根融入乡村,中信银行北京分行将继续依托支行网点,与相关乡村委员会搭建专项联络桥梁,将反假货币等人民币现金服务宣传固定化、常态化,长远推进属地宣传活动。

三、聚力校园社区,关注“一老一小”

校园、社区是以青少年和老年人为主的结构体系。中信银行北京分行针对特定人群的生活理念,结合实际开展反假货币宣传工作,把群众想看爱看的内容融入反假宣传培训之中。

中信银行北京分行前往校园开展《小小银行家》课程。为激发同学们对于货币知识的学习兴趣,宣讲员由浅入深地为同学们讲述了人民币中的风景文化,带领同学们掌握“中国名片”,通过问答环节引导同学们了解第五套人民币的公众防伪特征,让反假意识早早地扎根在青少年心中。

中信银行北京分行结合老年客群受骗风险高的情况,深入社区开展“金融知识进社区,党建引领惠民民生”为主题的宣传活动。宣讲员将反假货币课堂与党史知识相结合,带领老年客户们回到属于他们的奋斗年代,消除了“学习鸿沟”,加深了老年人们对人民币反假的知识理解。本系列活动已贯穿北京八大区,受众达近千人。

下一步,中信银行北京分行将总结前期工作经验,继续深入落实反假工作,让人民币现金服务更好地惠及广大人民群众,切实助力提高现金服务民生的水平。



杭州银行北京朝阳文创支行开业 以科技文创金融为发展方向

11月1日,杭州银行北京朝阳文创支行(以下简称“朝阳文创支行”)开业仪式在朝阳区华润时代中心举行。据悉,朝阳文创支行将以“两区”建设为重大契机,将政策与自身可持续发展有机结合,走以科技文创金融为差异化的战略发展方向。

杭州银行北京分行党委书记、行长郭栋耿在致辞中表示,朝阳文创支行是文创金融特色专营支行,隶属科创金融(北京)中心。朝阳文创支行的成立,是继今年7月科创金融(北京)中心成立后,杭州银行北京分行全面升级科技文创金融专营体系的又一重大举措。

自2008年亮相北京以来,杭州银行北京分行就将科技文创金融作为战略业务板块开展专业化经营。区别于传统银行一般只负责企业成长后期金融业务,科创金融(北京)中心是为科技企业提供从初创、成长到成熟,一直到资本市场的“全生命周期”金融服务。



郭栋耿进一步指出,朝阳文创支行将紧抓战略机遇,充分依托园区资源优势,积极融入区域生态,不断升级服务体系,积极探索创新模式,为广大客户提供优质的金融服务。

“悦开薪,越开心”中信银行开薪易3.0升级发布

数字化风潮之下,企业管理正发生趋势性变化,科技变革正在为企业展开新的发展蓝图。以云服务、物联网、移动互联网、大数据、人工智能等新兴技术为主的现代企业数智化新基建,正在企业成长与发展中扮演越来越重要的角色。而“人、财、资源”作为企业管理的三大要素,则是企业数智化转型的核心。

10月20日,中信银行在重庆开启了首场“开薪易3.0开心推介会”,从银行代发角度,提供企业数智化转型升级的解题新思路。重庆龙湖地产发展有限公司、重庆太极实业(集团)股份有限公司、重庆市第四人民医院、重庆长安汽车股份有限公司等百余家企业代表受邀莅临现场。

“开薪易3.0开心推介会”处处体现了“开心很重要”的品牌理念,更注重企业发薪使用者及企业职工的服务体验,从发薪能力、开薪生态、行业方案、体验优化、员工服务、开放合作六个维度,呈现了全新的企业一站式薪酬管理解决方案。

不间断的发薪——线上+线下全渠道发薪,卡折/开薪易钱包全账户发薪,支持多种主流货币直发,7×24小时实时到账及预约发薪。

新生态的发薪——智能算薪、个税社保、费控报销、党费通、智慧办公、智能人事、企微营销等,超过50+企业数智化功能应用。

全行业的发薪——集团企业、人力资源企业、医

疗机构、教育培训机构、股权企业、物业企业、建筑企业等,多行业定制化解决方案。

新体验的发薪——发薪流程简化、智能流程引导、多页签任务处理、全平台UI及交互优化,提升使用满意度38.8%,提升发薪效率33%。

更开心的服务——员工“薪享卡”提供“借记+信用”双账户合一,专属额度先花后还,多样化专属财富产品帮员工财富增值,更精彩的权益活动传递服务的温度。

更开放的发薪——开薪易全面接入企业微信、钉钉、飞书等平台,让日常企业应用平台就是发薪终端,联合生态伙伴为4000万+中小企业提供企业数智化服务体验。

从2019年到2021年,700多个日日夜夜,开薪易与近10万家企业、1200万发薪客户共同前行,从合作服务中优化迭代,从用户需求中持续创新。中信银行透露,接下来将在更多省市分行向企业客户推介开薪易3.0,以“专业发薪+金融能力”赋能企业与员工,不断拓展代发服务外延与新动能。

