>>> 新型银商关系

北京CBD是全球一流的商务中心区，也是北京市排名首位的商圈，知名企业聚集带来的巨大消费需求让银行看到了新发展契机，就拿大望路周边来说，就有200多家跨国公司和知名企业落户。

2022年初，华贸商圈为持续提升商圈知名度，丰富商圈内餐饮种类，决定在华贸商业街筹建华贸17街。在听到这个消息时，中国银行华贸中心支行负责人员子明意识到这是个不可错失的机会，他立马与华贸商业管理有限公司进行了多次沟通，最终制定了“约惠华贸购物中心、约惠华贸17街”活动方案。不过这时，一场疫情袭来，华贸商圈从4月29日起临时停业，周边商业体包括中国银行华贸中心支行在内，均暂停营业，原定的华贸17街开街计划也无奈延后。

虽然疫情阻挡了网点对外营业，影响了与客户、商户面对面沟通的交流，但并没有影响员子明对项目的推进，疫情期间，他和团队仍然通过线上的方式与北京华贸商业管理有限公司进行活动协议的签署，为华贸17街开街做好了充足的准备。

7月1日华贸17街盛大开街，9家小而美的餐厅风格中包括日式居酒屋、韩式简餐、墨西哥餐厅等，共同的主题是“欢聚”，运营时间持续至零时左右。晚归回家，一碗热汤能治愈你所有的小确丧，购物的市民也可以和三五好友相聚于此，华贸17街是城市赠予人们的温情，也是银行促消费金融服务的有力体现。

在这场盛大的促消费活动中，商户亦是参与者，也是获利者。在商场打拼多年的薛冰在一次和朋友的聊天当中了解到了华贸17街活动，他没有迟疑，迅速通过走访周边商圈环境、考察消费群体确定了要开一间酒吧的设想。

7月1日，薛冰筹建的酒吧“wiskey”成立，在开业之际他就已经和中国银行华贸中心支行进行了合作，也切切实实感受到了银行金融服务带来的便利。他称赞道，“由于参与了中国银行华贸中心支行推出的信用卡满减活动，借助这个活动的引流，会有不少客户来进行消费，一个直观的感受就是目前用中国银行信用卡消费客户的销售额大概占公司整体销售额的20%-30%左右，已经超出了我的预期”。

建立新型银商关系，共赢未来。“希望和银行有更多的深入合作，可以让银行的一些优质客户来店里组织一些活动，为店里引流，在其他的金融服务方面，可以给我们小微企业一些支持力度。”薛冰笑着说道。

▶▶“荟”模式

通过构建个人场景优惠商户生态，实现网点与客户、营销与服务之间的有效连接

通过聚焦客户生活圈，在衣食住行等方面打造优质消费服务体验，实现金融与非金融、消费与财富之间的有效连接

“荟客厅模式”是基于网点特色，聚焦网点周边“一刻钟便民生活圈”

“荟商圈模式”是依托线下“吃喝玩购”消费场景，打造丰富多元优惠活动，吸引消费者

>>> 支持消费升级

2021年以来，北京持续推动“五子联动”融入新发展格局，明确建设国际消费中心城市等目标，打造国际消费中心是落实首都城市战略定位、推动高质量发展的必然要求，也是顺应消费发展新趋势、满足人民美好生活需要的关键之举。

“全力以赴，不负每一份期待”，在首都经济的怀抱中，中国银行北京分行因地制宜，从挖掘消费商圈、培育消费场景、创新消费载体等多方面着手，不断推动消费金融发展。重点围绕优质商圈、企业园区、网红打卡地、夜京城经济、网点周边便民一刻钟生活圈以及冰雪运动六大主题，持续参与消费场景多元体系建设，立足“三城一区”、双机场枢纽等北京核心商圈聚集地，以及网红打卡地等精心布局，将消费金融服务渗透到“衣食住行文体娱”等多个领域。

新发展格局之下，市场百花齐放，填充着中国经济的韧性和动能。如今，银行传统的“网点阵地”摆摊营销方式已渐行渐远，“互联网+消费”模式不断完善让更多基于衣、食、住、行消费场景被创造出来，消费者与金融之间充满默契的“双向奔赴”也为金融服务的渗透提供了无限可能。

“促消费最重要的一点就是注重客户体验，要把银行带给消费者的实惠放在最前面，这样才能起到拉动消费的作用，另一方面，还要做好消费场景的建设与配合。”在采访过程中，员子明感慨称，这不仅是他的心声，更是千千万万个银行业从业工作者的心声。

所有行业都在求变，立足客户体验，如何增加与客户之间的连接场景，提供个性化、差异化服务成为关键，这需要银行认真作答。消费创新和消费升级都是满足人民美好生活需要的伟大实践。谋划未来，中国银行北京分行也将持续探索场景建设，打造与百姓生活及消费相融合的场景，通过提供优质金融服务，推出丰富优惠活动，持续支持消费创新和消费升级。

对话

中国银行华贸中心支行负责人员子明：

做好消费场景的建设与配合

Q：请您介绍一下华贸17街具体筹备情况？

A：2022年初在与华贸商业管理有限公司的沟通中得知华贸商圈为持续提升商圈知名度，丰富商圈内餐饮种类，决定在华贸商业街筹建华贸17街，这是一个以美食、文化、聚会为主题的商业小街区，首批入驻的餐饮品牌共计9家。在得知这一项目后，我们主动与华贸商业进行沟通，经过多轮次交流制定了“约惠华贸购物中心、约惠华贸17街”活动方案。

Q：请您介绍一下疫情影响之下网点金融服务具体工作安排？

A：“荟商圈”项目启动以来，网点在中国银行北京分行指导和支持下，与网点所在商圈运营企业华贸商业管理有限公司积极对接。疫情虽然导致商圈商户临时停业，但加快了华贸商圈线上“华贸云”运营活动的推广和线下华贸17街的落地，在分行大力支持下，北京华贸商业管理有限公司全力配合我行“荟商圈”活动方案，配合我行开展线上线下活动及各项产品推广，促进华贸商圈消费复苏。

Q：中国银行华贸中心支行主要为华贸17街商户推出了哪些活动？提供哪些金融服务？

A：7月1日起至11月30日活动期间每自然月，客户在华贸17街指定线下商户门店及“华贸云”App消费，通过微信支付绑定中国银行银联标识信用卡，单笔消费满100元减50元，封顶50元。来华贸17街的年轻客群比较多，这部分客群有一定的消费能力，同时也愿意接受新鲜事物，对这部分客群主推的金融服务是中国银行数字信用卡，这个产品与客户很契合，他们也能更好地接受这种消费方式。

Q：站在新起点上，在促消费、扩内需方面，银行又将如何顺势而为？

A：要真正注重客户体验，将产品放在第二位，这样才能起到带动消费的作用。另一方面，还要做好消费场景的建设与配合，更多的是希望解决客户的痛点，如何通过线上线下营销模式相结合，解决客户各类金融服务需求，提升服务质量。只有解决了客户的痛点，才能真正让客户体会到银行在金融服务方面的优势。