

银行“双11”冰与火



一年一度的“双11”对于银行而言,一方面有助于扩展消费场景,另一方面也有助于加大获客力度。而面对“双11”的消费增长契机,长时间不温不火的银行系电商平台仍旧选择冷淡以对,宣传造势活动劲头不足,不过,银行并未放弃电商节热点,而是在垂直化消费场景祭出诸多“新招”吸引消费者。

银行系电商平台表现如何?11月7日,北京商报记者调查发现,今年“双11”在众多互联网电商平台卖力宣传的同时,银行系电商平台依旧表现淡定。建设银行旗下电商平台“善融商务”在11月4日-13日推出了美好生活狂欢节活动,消费者可享受甄选好物5折起、领券等福利。光大银行购精彩商城在农产专区以及贵金属专区向消费者发放了8.8-98元不等的优惠券,消费者通过手机银行、微信等渠道进入平台领券中心就有机会领取。除此之外,北京商报记者通过官方信息并未查询到其他银行系电商平台的宣传造势活动。

今年上半年,工商银行发布公告称,因业务调整于6月30日24:00停止“融e购”个人商城相关服务一度引发行业热议。“融e购”下架后,“善融商务”的发展备受多方关注。事实上,该平台运营主体变更早有端倪,早在今年3月,建设银行就曾宣布,因业务调整,自4月25日起将“善融商务”经营主体由建设银行变更为建信金服,由建信金服负责“善融商务”的经营。彼时,有不少声音认为,“善融商务”此次运营主体变更是银行对其发展前景不看好。博通分析金融行业资深分析师王蓬博在接受北

京商报记者采访时指出,主要原因还是银行系电商平台作用在持续下降,一方面无法利用自身资金和风控优势形成真正的经营闭环;另一方面经历过大促后,用户转化留存成果不足。针对运营主体变更后“善融商务”下一步的展业方向,北京商报记者向建设银行发去提纲进行采访,但截至发稿未收到回复。

王蓬博指出,在当前市场自由竞争的大环境下,银行系电商平台逐渐式微,也让银行发现依靠电商场景不足以带动相关金融业务高速增长,这也是银行系电商平台在今年“双11”推广投入不足的原因。当然,除此之外,无法形成规模化效应,投入产出比过低、消费者体验等方面天然不具备优势也是银行不再发力投入的原因。

当前,银行系电商平台内生动力不足已成为行业共识。不过,面对“双11”的消费契机,银行也同样不会停下脚步,除了发力信用卡渠道,通过主动降息、提升额度抢占消费场景之外,也有银行通过手机银行App拉新、与互联网电商平台合作欲加大消费场景建设。

例如,中国银行手机银行推出福利,助力“双11”,在登录签到有礼活动中,通过该行手

机银行首页热门活动或广告位进入活动页面,签到即可参与抽奖。每期活动中客户可中奖1次且100%中奖,奖品包括1元、88元及288元话费券。宜兴农商行近日推出的狂欢“双11”活动也与手机银行渠道有关,11月11日上午10点起登录“宜兴农商行”手机银行支付1.1元、11.11元,即可抢购10元天猫商城电子券、100元天猫商城电子券“双11”购物福利。

北京商报记者注意到,除了通过手机银行“双11”活动拉新、获客之外,也有不少银行将金融场景扩围至互联网电商平台。

以淘宝平台为例,想通过分期付款购物除了可以选择“花呗”这一方式外,现在也可通过多家银行信用卡进行分期付款。北京商报记者亲测发现,以一台价格为4699元的电脑为例,除了选择“花呗”之外,消费者还可以选择包括交通银行、建设银行、招商银行、民生银行、平安银行、华夏银行、江苏银行、宁波银行在内的十多家银行信用卡进行分期付款,均为3期免息,还有部分银行信用卡分期支持满1000元减50元的活动。

在王蓬博看来,虽然银行系电商平台优势不再,但“双11”是一个有着明显效果的拉新、获客渠道,从行业竞争角度和客户需求角度考虑,银行都要开展多项目的营销需求。另外一方面也是银行响应号召,在促进消费恢复方面发挥积极作用的体现。

“未来,银行场景金融服务的重点将加快从C端消费互联网向G端政务服务和B端产业赋能拓展转变,场景金融服务的逻辑将从‘普惠+流量’变为‘专业+个性’。”招联金融首席研究员董希淼认为,银行应从自身资源禀赋和业务战略出发,基于核心和重要用户群体需求,与外部机构深度合作,融入多种场景,相互赋能、协同创新,实现多方共赢,让银行服务触手可及、无处不在。北京商报记者 宋亦桐

10月外汇储备增加235亿美元

北京商报讯(记者 廖蒙)11月7日,国家外汇管理局公布2022年10月末外汇储备规模数据。数据显示,截至2022年10月末,我国外汇储备规模为30524亿美元,较9月末上升235亿美元,升幅为0.77%。黄金储备6264万盎司,与前置保持一致。

回顾年内外汇储备走势,2022年以来,我国外汇储备规模整体呈现波动下行走势。2022年1月,我国外汇储备规模报32216.32亿美元,后逐渐回落至31000亿美元关口下方。过去的10个月里,仅有5月、7月与10月外汇储备规模数据出现回升,其他月份均为下降。

10月外储较9月末上升235亿美元,也结束了外储连续两个月的下滑走势。对于10月外汇储备规模变动,国家外汇管理局指出,2022年10月,受主要国家货币政策预期、宏观经济数据等因素影响,美元指数小幅下跌,全球金融资产价格涨跌互现。汇率折算和资产价格变化等因素综合作用,当月外汇储备规模上升。

中国民生银行首席经济学家温彬分析指出,10月我国外汇储备规模回升受到汇率折算和资产价格变化等因素综合作用产生的正估值效应影响。2022年10月,美元指数下跌0.5%至111.5,非美元货币中,欧元上涨0.8%,英镑上涨2.7%,日元下跌2.7%。

“此外,主要国家金融资产价格涨跌互现,以美元标价的已对冲全球债券指数下跌0.3%;标普500股票指数上涨8%,欧元区斯托克50指数上涨9%,日经225指数上涨6.4%。”温彬补充道。

对于汇率折算和资产价格变化,北京商报记者了解到,进入2022年以后,全球金融市场持续波动,美联储接连加息进一步放大波动。美元指数持续升值,包括人民币在内的主要非美货币对美元汇率出现不同程度的贬值,全球股票和债券等金融资

产价格涨跌互现。而我国外汇储备以美元计价,外汇储备规模也因此合理范围内发生变动。

目前,我国银行业资产总规模位居全球第一,股票、债券、保险规模位居全球第二,外汇储备连续17年位居全球第一。人民币国际地位大幅提升,全世界80多个国家和经济体将人民币纳入储备货币。

“在当前外部金融环境波动加大背景下,中国较大规模的外汇储备将继续发挥抵御各类外部冲击的压舱石作用。”中银证券全球首席经济学家管涛表示。管涛指出,不论是从传统的进口支付能力、短债偿付能力,还是从国际货币基金组织外汇储备规模适度标准来看,中国外汇储备都是比较充裕的。

另一方面,中国海关总署11月7日公布的最新数据显示,10月中国进出口总值3.55万亿元(人民币,下同),同比增长6.9%。其中,出口2.07万亿元,同比增长7%;进口1.48万亿元,同比增长6.8%。贸易顺差5868.1亿元,扩大7.6%。

进出口总值也将对外储规模形成支撑。温彬指出,10月我国货物贸易实现顺差851亿美元,持续保持高位,经常账户和直接投资等国际收支基础性顺差继续在跨境资金流动中发挥稳定性作用,有利于支持外汇储备规模保持总体稳定。

对于我国外汇储备规模的后续走势,多位分析人士指出,经济基本面将为其提供强有力的支撑。管涛表示,未来全球金融市场走向依然存在很多不确定、不稳定因素,但我国外汇储备积极经营管理能够有效抵消市场因素在估值方面的负面影响。

国家外汇管理局同样强调,我国经济韧性强、潜力足、回旋余地广,长期向好的基本面不会改变,将继续支持外汇储备规模保持总体稳定。

蚂蚁首亮数科家底 以数助实有哪些新动作?

蚂蚁集团三步走探路数字化产业协作

对六大新品齐发,蚂蚁集团近日在云栖大会上公布的数字科技业务全景图,很快声名大噪。

蚂蚁集团科技商业化相关业务从2020年开始快速发展,包括OceanBase成立独立公司、蚂蚁链完成品牌升级,另在今年年初,蚂蚁集团成立数字科技事业群,整合了在区块链、云科技、安全等领域的一系列产品服务,无一不引起舆论的关注与解读。

近两年来,蚂蚁一直在谋一盘面向产业的科技服务棋局,而如今,这一业务矩阵已基本成型,并开始逐步服务更多外部客户。11月3日,蚂蚁集团首次对外披露了其科技业务进展及战略方向,并发布云原生、隐私计算、安全科技、区块链等六大科技产品,一系列助力机构数字化迈向产业协作数字化的产品体系亦浮出水面。

以数助实,将是蚂蚁集团后续发展的重点课。

亮家底:服务近万家企业

保险公司也需要“保险”你知道吗?目前,中华保险借助蚂蚁集团分布式架构SOFAShield+mPaaS+OceanBase的保险业务整体解决方案,给IT基础设施上了“全面保险”:依托OceanBase的数据迁移服务,中华财险业务几乎“零改造”,保证了“服务不停数据不丢”的同时,还能最大化提升运行效率。

2022年3月,中华财险新一代分布式核心系统上线,前台业务系统的开发时间缩短50%以上。目前,OceanBase已服务金融、政府、运营商、零售、互联网等多个行业的400多家客户实现核心系统升级。

这仅是蚂蚁集团服务于机构本身数字化转型的一个商业化实践成果。11月3日,蚂蚁集团副总裁、数字科技事业群总裁蒋国飞透露,蚂蚁数字科技业务,在服务企业及机构数字化、产业协作数字化、可信价值互联三个不同的数字化生命周期里,已经联合合作伙伴推出80多个行业解决方案,在金融、新能源、



蚂蚁集团副总裁、数字科技事业群总裁蒋国飞现场发言

版权科技、跨境贸易等领域服务近万家企业。

其中,在服务企业和机构数字化方面,云原生PaaS平台SOFAShield、移动开发平台mPaaS、原生分布式数据库OceanBase,已经成为企业数字化升级的首选“三件套”,助力企业打造更安全合规、高性能高可靠、弹性敏捷的技术底座。

而在产业协作数字化方面,区块链BaaS平台、隐私计算平台摩斯等产品,可进一步提升产业协作效率,实现多方数据协作与数据价值释放。

此外,在可信价值互联方面,版权科技平台鹊巢、国际贸易履约平台Trusple等产品,有利于降低多方交易的信任成本,以可信数据推动业务价值增长。

这些是蚂蚁集团过去多年积累打磨的技术体系,且首次以全新的TO B视角完整呈现。此外,包括OceanBase、蚂蚁链、ZoloZ等在内的蚂蚁科技品牌,也分别在一个迈向数字化的科技业务版图有了较为具体的定位。

助实业:最大的确定性机会

过去十年,实体产业的数字化持续经历变化。第一阶段主要以机构自身数字化为主,解决了IT生产效率提升;而至第二阶段,产生

了大量数据后,数据要素的流动使得更紧密的产业链协作成为可能。

这两大阶段的交错演进正推动数字化朝着大规模智能化、分布式发展。面向未来的分布式商业网络,企业端如何用云,如何升级业务模式,如何重构产业链关系,成为数字经济浪潮中的新课题。

基于此,蒋国飞也提到,“产业数字化协作是一种实现手段,也成为最大的确定性机会,而这背后所面临的三大基础问题是数据安全、流转机制、协作效率”。

立足以数助实,攻坚产业协作难题,正是蚂蚁集团正在进行的重点课。记者了解到,目前,其代表性的科技能力和业务主要分三个板块,立足于解决产业数字化转型中企业和机构面临的三个主要问题。

一是服务于机构本身数字化转型的科技能力和业务。这一部分主要依托于从支付宝、蚂蚁集团孵化成长出来的数据库、云科技业务、安全产品和服务,包括OceanBase、SOFAShield、mPaaS、ZoloZ等底层科技产品,主要致力于企业和机构本身的数字化,解决产业数字化第一步的“有没有完成数字化”问题。

第二则是服务于机构之间产业协作数字化的技术和产品。这一板块是从蚂蚁区块链延伸而来的智能科技产品和服务,以蚂蚁链为主

要品牌,旗下包括区块链BaaS平台、FAIR可信协作平台等产业协作链接产品和服务,核心问题是解决机构完成数字化第一步之后,“能不能在数字世界进行产业协作”的问题。

第三是服务于可信价值互联的平台和创新产品。该板块主要致力于推动可信价值互联,孵化繁荣的分布式商业。在产业协作数字网络上面,随着数据价值和数字资产的流通,逐步进阶下一个可信价值互联的阶段。如在文化产业领域围绕IP资产流通的鹊巢版权保护和鲸探数字藏品,如在物流贸易领域围绕出口商品凭证流转的Trusple国际贸易履约平台。

例如,就在今年4月,万事利首次在“鲸探”上牛刀小试,利用其全新推出的基于人工智能超级算力的“万事利AI平台”设计了三款以杭州标志性城市文化元素为主题的数字艺术藏品,不到1分钟售出6万件。

要知道,传统渠道和销售模式下,6万件实体产品,可能要花数天甚至一个月的时间。而在元宇宙的世界中,化身数字产品,则可以吧时间缩短为分钟计。

值得一提的是,用户可以在抢到任一款藏品后,还可拥有定制实物商品的功能,可一键付费定制由“万事利AI平台”AI设计、生产且与藏品相对应的丝巾实物。这也是“鲸探”首次将数字藏品与定制化实物藏品进行绑定。

谋海外:数字化探路的破冰船

除了在国内覆盖千行百业,目前,蚂蚁集团数字科技业务触角同样伸向了海外。

例如,早在2018年7月的北京,时任巴基斯坦央行行长的塔里克·巴杰瓦,曾借用蚂蚁集团CEO井贤栋的支付宝,尝试扫码买了一包中国产的葡萄干。168天后,蚂蚁技术帮助巴基斯坦版“支付宝”Easypaisa上线了南亚地区的首个区块链跨境汇款,方便在大马打工的巴基斯坦人把钱汇回老家。

Easypaisa实现了从线上到线下扫码以及小额贷款突破,也为更多巴基斯坦普通家庭和小微企业提供普惠金融服务,当地人

用起来也能享受到数字普惠时代技术带来的红利。其中,仅在2021年前5个月,巴基斯坦消费者通过该公司平台完成3200万笔支付,总金额达560亿卢比。

又如,晶灿玻璃是一家从夫妻档做起的义乌中小企业,主要做一些水晶珠装饰品,印度、巴基斯坦、欧美等市场都有他们的客户。2020年9月,老板袁晶通过蚂蚁链Trusple平台把公司主打的水晶饰品销往墨西哥,并在次日就收到货款,比以往节省了近八成时间成本。

目前,蚂蚁链跨境履约及金融服务平台Trusple已经与来自13个国家和地区的41家贸易生态伙伴达成合作,服务了大量中小跨境商家。

再如,承载无数船只的大海也在掀起数字化的激浪,“全球航运商业网络GSBN”就借助了蚂蚁链、甲骨文、阿里云和微软等公司技术推出了无纸化放货业务,直接将原来2-3天的放货流程缩短到1-2小时,大大提高了进口效率,也缓解了疫情冲击给跨境贸易小微企业带来的压力。

无纸化放货业务自2021年在中国成功亮相以来,已拓展至东南亚、欧洲和拉丁美洲,为超过10000名客户服务。

可以确定的是,当前,无论是国内还是海外,数字技术正与各行各业深度融合,无论是企业自身,还是跨企业的产业协作都存在旺盛的数字化需求。对企业而言,数字化能够帮助企业提效降本、敏捷创新,驱动业务高质量增长。对产业协作而言,数字化的本质是构建数据协作网络,助力产业链条、信任构建与价值共享。

面向未来,蒋国飞表示,“蚂蚁数科将聚焦核心技术突破、助力产业协作数字网络构建,推动分布式商业繁荣”。在他看来,在以数助实的发展中,寻求单点技术突破不再是单一命题,科技产品应成为各行业上下游之间的可信粘合剂,以此提升产业活动的效率,并在此基础上促进产生商业的新形态、新机遇、新增长。图片来源:企业供图