

# 银行借互联网揽客 “虚拟银行”盛行

监管制度对银行互联网获客制约随之显现

**编者按:**过去几十年物理网点的扩张数量决定了银行规模,而在互联网金融时代,银行通过互联网的揽客能力将决定银行的座次。

银行服务的主要客户群体近年来正发生转变,极度依赖互联网的一代人已经崛起,并成为银行服务的重要客户群体,商业银行将在无硝烟的虚拟市场中展示揽客的实力。对银行综合竞争实力的考量,必须加入互联网金融这道决定命题。

证券时报记者 唐曜华

互联网金融发展的推动之下,众商业银行再难对庞大的互联网用户作壁上观,长期受网点制约的中小银行更是冲在了最前面。再造一个虚拟银行,将各种智能电子终端变成客户身边的客户经理,这是银行家的新愿景。

阿里金融打造的聚宝盆平台令一批中小银行“云银行”的构想更加清晰,拥有近6亿庞大客户群体的微信正成为银行极为重视的移动互联网揽客平台。与此同时,传统银行模式下的严谨监管制度对互联网揽客的制约也在显现,例如,银行发展新客户的第一步,即发卡环节目前无法绕开线下核实身份这一重要环节。

但这并不影响银行杀入互联网金融大潮的热情,继7月份以来相继抢先推出微信银行后,多家银行还将升级微信银行,推出微信支付等功能。

## 再造“虚拟银行”

微信银行客户数量的激增,令传统银行体会到了互联网金融平台的魅力。每天看着用户数量蹭蹭往上增加,随便就能增加1万多户。”某股份制银行电子银行部产品经理如此描述。

缴费、手机充值、信用卡还款、购买理财产品,这些基础服务最受微信银行用户欢迎。”光大银行电子银行部人士称。

今年7月份推出微信银行后,目前广发银行微信银行用户已超10万户。

银行将金融服务互联网化并非始于微信银行推出后。此前银行普遍推出了功能强大的网上银行、手机银行,几乎涵盖银行提供的所有金融服务,银行的电子渠道替代率普遍达到80%以上。微信银行则属于简洁版的手机银行,加载了用户使用频率较高的查询、理财等功能。微信银行主要是顺应客户微信交流习惯而推出的。”光大银行电子银行部上述人士称。

仅维护和挖掘银行存量客户价值,显然不足以满足银行布局互联网金融业务的野心。近期广发银行的电子银行部进一步升级为网络金融部,其中一个重要职责就是通过电子渠道获取客户。微信是我们移动金融战略非常重视的揽客平台。”广发银行网络金融部产品经理潘宏宇称。

微信近6亿用户群体对银行的吸引力不言而喻,但银行并不会仅仅依赖单一平台。据广发银行首席技术官王兵透露,广发银行跟阿里巴巴合作的网上营业厅正在进行最后调试,将于下月初或中旬推出。

网上营业厅将承接直销银行理念,基于电子渠道办理所有业务,无需依赖物理网点、无实体卡发放,加入跨领域、跨渠道、跨终端的营销信息融合和综合运用。”王兵称。

与阿里巴巴合作的不止广发银行一家,此前民生银行已与阿里巴巴签署战略合作协议,约定双方将在直销银行业务方面展开合作,届时民生银行将借助阿里的平台展示金融产品并实现线上销售。

再如中信银行、广发银行均曾提出再造一个网上银行。华夏银行行长樊大志不久前就提出将把电子银行打造为第二银行。如果互联网巨头愿意给银行提供一个揽客的开放平台,这对中小股份行和城商行的吸引力无疑是巨大的。”深圳某股份制银行公司业务部副总经理称。

阿里和微信两大平台具有不同特点,银行与阿里合作的直销银行模式完全撤开银行的物理网点;微信的位置功能则可以更好地实现线上和线下银行网点联动。”民生银行深圳分行电子银行部副总经理叶凤华称。

光大银行下一步即将在微信银行

推出微信办理借记卡业务,将关注光大银行微信的用户直接转化为光大银行客户,实现微信渠道揽客。

## 揽客瓶颈显现

自今年7月份招行首家推出微信银行后,各家银行竞相跟进,各地分行的官方微信也纷纷上架,甚至还有不少不具备服务功能的订阅号微信银行上线,每日仅推送优惠信息。

目前各家银行的微信银行以基本的查询、充值缴费功能为主,基本分为两类:一类是仅提供手机银行入口的微信银行,办理具体业务需要跳转手机银行界面;另一类是实现借记卡绑定微信账号的微信银行,绑定后可以直接与银行微信账号互动。目前前一类微信银行正逐渐升级为后一类微信银行。

几家微信银行均设置了“我要贷款”功能,但却普遍没有设置揽客功能。即使是申请贷款功能,也只能是网上提交申请资料后,再转入线下办理贷款手续。

成为银行客户的第一步是开立这家银行的借记卡,开户后才能享受其他金融服务,银行从互联网获取新客户的难点也往往受第一步开户环节制约。

由于银行承担反洗钱等责任,与第三方支付账户开户环节只简单在线填写资料不同,银行的开卡环节要求必须线下核实开卡人身份。

这属于监管硬性要求,随着互联网金融的发展,未来也许会逐渐放开。”潘宏宇称。

在监管放松之前,银行正在尝试以微信银行与物理网点结合来解决现场核实身份的难题。光大银行拟推出的微信银行办卡模式较为变动,客户只要在线填好办卡所需全部资料,便可到银行网点凭身份证在柜台经理处取卡。

目前还有一种在线开户模式是以卡办卡,即借助对客户已有的另外一家银行卡的真实性核实,完成对客户身份的验证,这种模式在基金公司网上开户和人人贷公司应用较多。”民生银行深圳分行电子银行部产品经理龙晓东称。

以卡办卡模式,是指客户已拥有一张A银行卡,要求网上开立B银行的线上卡,B银行系统会向客户A银行卡进行小额转账,随后会要求客户输入准确的转账金额作为验证码,从而核实客户是否为该张A银行卡的持卡人。因A银行开卡时已核实过客户身份,B银行线上开卡将不再转线下核实客户身份。但由于监管约束,目前国内银行业尚未采用该模式。

微信银行借助位置、导航功能转入线下尚且便利,直销银行如果在转入线下才能完成交易无疑将大大降低用户体验,借助分布更广的智能远程虚拟柜员机(VTM)终端的视频功能或有望完成身份核实环节。

事实上,除开户环节需要核实身份外,开户后基本上所有银行业务都可以通过手机银行、网上银行完成。”龙晓东称。

开户环节如果无法突破现场核实身份的硬性约束,银行通过互联网揽客的效率和客户体验难免出现下降。业内普遍认为,未来在互联网金融的监管趋势下,出于银行和互联网公司公平竞争考虑,监管策略作调整将是大概率趋势。

## 第三方平台的诱惑

现阶段银行如果借助打通银行之间壁垒的第三方支付工具销售金融产品和服务,同样可以暂时绕开在



翟超/制图

线开立银行账户的难题。包括支付宝、微信支付在内的第三方支付工具凭借庞大的客户群体,有着强大的网络销售渠道。互联网巨头百度近期也推出百发理财计划,欲打造金融产品的互联网销售平台。

去年底年初,光大银行联合支付宝推出定存宝产品曾取得骄人的销售业绩。除了支付宝聚划算营销活动的推动外,不局限是否为光大银行客户的销售模式以及支付宝庞大客户群体的优势显现。

余额宝推出两个月,规模即突破200亿元,令金融机构对支付宝网络渠道的威力刮目相看。目前拥有近6亿用户的微信支付也在不断升级完善,不久前微信已与中国人保财险合作推出微信支付全额赔付保障。

多家银行微信银行正在酝酿推出微信支付功能。“银行和微信支付的合作程度取决于)微信支付是否持有一个开放的态度,目前腾讯还没有明确微信支付卖哪些产品。”潘宏宇称。

也有些银行对借助第三方支付公司渠道在线销售金融产品心存顾虑。虽然可以实现可观的销售规模,但客户信息掌握在第三方支付公司手里,银行并不能掌握客户信息。”某股份制银行电子银行部负责人称。

## 民生银行试水O2O模式 打通零售和小微

证券时报记者 唐曜华

民生银行试水电商的路径逐渐浮出水面。一端是银行的个人客户对便民生活服务的需求;一端是190万小微商户开拓市场的需求。民生银行深圳分行借助时下最火的社交工具即微信服务平台轻松打通了两端需求。

这个定位于便民服务的微信平台,在当前以金融服务功能为主的主流微信银行里无疑是个另类。我们的设想是,宅男宅女们通过这个平台无需迈出门、无需排队,微信点击后,周边商户便可送货上门。”民生银行深圳分行电子银行部副总经理叶凤华称。

## 打通两端

银行一直以来都是通过线下发展个人客户和企业客户,在互联网技术创新改变生活的潮流下,银行个人客户群体的日常生活越来越依赖互联网,传统企业客户群体则希望开拓互联网销售渠道。

我们发现,个人客户尤其是宅男宅女们,对触手可及的便民生活服务需求越来越强烈,而我们近年来开拓的大量消费类小微企业客户正好是日常生活服务的提供方。银行作为信用中介具备整合第三方资源的能力,借助互联网低成本优势打通双方需求的微信平台就诞生了。”叶凤华称。

截至6月末,民生银行零售客户数量达2737.55万户;最新数据显示,民生银行小微企业客户数量已达到190万户。

许多小微企业并不擅长在淘宝等纯粹的互联网平台上进行网络营销。这与银行的劣势相似,长久以来银行更擅长线下发展客户和提供金融服务。

借助微信的实时交互和位置功能,线上销售与线下实体店联动的离网商务模式(O2O)初具规模。按照民生银行未来的发展规划,其金融便利店将遍布于生活小区,将与微信平台合作的小微商户一起构成一张线下辅助提供金融和生活服务的巨大网络。

便民服务平台的定位也使得公众为“民生银行深圳分行”的微信平台成为当前占主流的功能型微信银行和营销型微信银行里面的一个另类。

功能型微信银行相当于将手机银行搬到微信上,属于本位推动型;营销型微信银行每天推送一些

优惠信息,属于营销推送型,二者都是金融做互联网的思路,只想怎么把产品和服务塞给客户。我们认为互联网做金融的思路更值得借鉴,互联网的思路是怎么贴近客户需求,先发展客户再论其他。”叶凤华称,而微信本身的经营理念就值得借鉴,坚持不打扰用户的原则,而用户需要的功能和服务却可以在平台上找到。

因此,民生银行微信平台的合作商户信息也是隐藏的,只有在用户使用位置功能搜索附近优惠商户时才出现。

## 大数据谋略

费尽心思搭建一个以非金融服务为主的平台,在外界眼中,民生银行看起来有点“不务正业”。

原因在于,这个平台可以让个人客户取得日常生活所需的产品和服务,可以帮助小微企业客户打开网上销售的渠道,但与银行相关的内容却很少,甚至连交易过程中唯一跟银行相关的支付服务也不限于由民生银行提供,而是与第三方支付公司合作。

互联网时代一定是整合资源、合作共赢,术业有专攻,银行没必要什么都自己做,重要的是找到能提供更好的、更方便服务的合作方以增加平台吸引力。”叶凤华称。

平台搭建后,交易双方在交易过程中、日常生活或经营过程中对配套金融服务的需求将逐渐显现。

重要的是,随着平台越做越大,交易越来越活跃,平台积累的大数据将成为平台最核心的价值,也是目前银行涉足电商领域最大的动力所在。

大数据分析将有助我们了解客户需求,进行更精细的客户关系管理,将合适的产品和服务推送给合适的客户群体,实现精准营销并增加客户黏性。”叶凤华称。

比如某个用户每年会在固定的某一天预订餐厅和购买礼物,那么基于大数据分析的结果,会提示这个日子可能是这个用户家庭成员的生日,那么在每年这一天推送他需要的优惠晚餐预订相关信息,必然会让用户更依赖这个平台。

除更精准的生活服务推送外,微信平台积累的大数据还将成为民生银行向个人端和小微企业端客户发放信贷的重要参考数据,借此突破小微企业融资难题,而这些大数据资源正是目前大部分银行的短板所在,反而是互联网企业通过大数据分析覆盖了银行传统信贷模式服务不了的客户。

## 记者观察 | Observation |

# 互联网金融时代:开放!创新!

证券时报记者 唐曜华

在线下,银行是渠道之王;在线上,互联网巨头企业是渠道之王。矛盾的是,银行必须顺应客户群体对互联网日益依赖的趋势,把业务做到线上,作为线下业务的重要补充;而线下成本远高于线上,互联网企业并未打算把业务做到线下。

尤其是线下物理网点无法与四大行匹敌的中小银行,去年底即已达到5.64亿的互联网用户无疑是未来可加大投入的蓝海。如何开拓这片蓝海,如何在互联网上获取更多客户,是目前各家中小银行的待解难题,借助互联网企业搭建的开放购物、社交等平台无疑是最快捷的开拓方式。

但由于互联网企业和银行对于合作业务主导地位的博弈,使得金融和互联网巨头的合作并不顺畅。支付宝就是典型的例子,其金融产品销售平台目前仍以保险公司、基金公司的产品为主,但是,保险、基金产品显然无

法替代支付宝用户对银行理财产品的需求。为突破这一瓶颈,支付宝先与中小银行打开了战略合作的口子,但合作模式尚不为外界所知。

尽管银行也担心腾讯开设银行的巨大冲击,但二者间的合作似乎更为顺畅。据易观国际数据,腾讯的第三方支付公司财付通去年占据第三方支付市场20.9%的市场份额,仅次于支付宝46.6%的市场份额。

随着移动互联网用户的快速增长,移动支付已成为第三方支付公司抢占的制高点,拥有近6亿用户的微信正在倾力打造的微信支付在移动支付领域的增长潜力不可估量,这也不难理解银行为何纷纷在微信平台打造银行“网店”。而微信支付此前也已透露将与银行合作销售银行理财产品。

银行和第三方支付公司通过合作谋求共赢已毋庸置疑。由于第三方支付工具可以打通所有银行,银行与第三方支付合作既可以绕开在线开银行账户的难题,又可以帮助银行提升客

户体验;对第三方支付公司来说,在当前居民理财意识普遍增强的情况下,与银行合作推出理财产品也可以增强平台的吸引力。支付宝推出的理财产品还只是其中之一,第三方支付公司可以进一步与银行探讨虚拟信用卡等业务,促进第三方支付平台交易的活跃度。

此外,互联网企业及第三方支付公司还可以与银行探讨灵活的合作方式,比如以合作发联名卡的方式,共享银行线下积累的客户资源。随着互联网包括移动互联网用户在线金融服务需求的快速增长,巨大的市场蛋糕面前,银行和互联网企业只有共同合作,才能创造更符合市场需求、更有竞争力的金融产品和服务。

在互联网金融的发展趋势下,银行开展业务、开拓市场的模式正在发生巨大变化。与过去传统银行业务模式相匹配的监管政策对银行业务互联网化的制约开始显现,逐步允许商业银行通过一些先进技术手段在线完成核实身份环节,取代要求开户必须线下核实身份的硬性规定,或是监管的应有之义。