

# 银行鏖战线上营销 布局数字生态趋势凸显

本报记者 秦玉芳 广州报道

2023年农历春节期间银行数字化营销“战况”激烈。多家银行纷纷上线数字藏品迎春活动,数字

## 密集发力数字化营销

银行数字化营销拥有个性化营销、精准营销和体验式营销的特点。

兔年春节,线上红包、数字藏品等数字化促销活动成为金融机构抢占春节消费高地的主力抓手。

京东官网公告显示,1月19日~2月2日面向北京地区发放数字人民币红包,北京银行“京彩生活”APP正式用户、关联工商银行借记卡的北京地区客户,均可以参加该活动;红包领取后,可在指定线上或者线下支持使用数字人民币的商家进行消费。中国银行宁波分行也面向开通个人数字钱包的用户发放5万个公交&地铁专属红包。

银行纷纷发行数字钱包吸引消费用户的同时,通过数字藏品促销提高线上渠道活跃度也成为春节营销战的主流趋势之一。

邮储银行1月31日正式发布手机银行8.0全新版本,并上线了该行首款数字藏品。中国银联推出“用银联纳百福”系列数字藏品(第三期)共发行100万份,每款福字发行1万份。招行推出了限量版“小招喵”数字藏品,工行推出了“玉兔迎新春·扫出新福气”数字藏品新年活动等。易观分析金融行业咨询顾问王玺透露,在今年春季假期促销中,

## 重点聚焦手机银行APP升级

持续升级手机银行APP、提升数字化运营能力,是当前银行数字生态布局的大势所趋。

数字化营销趋势凸显的背后,也体现出以手机银行APP等开放平台为中心的银行数字生态布局正在不断深入。

在贝恩公司最新发布的关于中国数字化零售银行业务最新研究中,贝恩公司全球合伙人梁国权指出,研究发现,中国零售银行客户正在改变使用银行服务的方式。值得注意的是,凭借出众的客户体验,数字化渠道获得了他们的青睐。这意味着手机银行和网上银行不再是次要渠道或增值服务,而是已然成为越来越多客户的首选。

中金公司在报告中分析认为,疫情的突然到来导致金融的线下场景受阻的,线上化是社会服务的大势所趋,也是金融需求的大势所趋。如果按照不同的使用场景进行拆分,移动视频是疫情后流量最大的涌入场景。金融场景中,线上用户的渗透率在持续提升。

线上化需求的增加,加速了银行数字化转型步伐。某股份银行零售业务人士向《中国经营报》记者表示,疫情以来大众生活消费方式发

钱包也成为不少银行春节“抢客”的有力抓手。整体来看,随着银行数字化能力持续提升,越来越多数字金融产品显现,智能化、数字化的业务模式正在加速向金融业务

从营销产品来看,数字藏品丰富度进一步加强。

王玺认为,整体来看今年与以往的节假日促销相比,数字藏品的存在感更强,促销活动互动性更强,各银行也更加注重多平台生态联动。

“从活动方式来看,各营销活动加强了连接与互动,一方面更加强调与产品的连接,主题更加明确,进一步更新福利+玩法,与银行产品联系更紧密;另一方面更加强调与用户的互动。”王玺如上所述。

银行业务人士普遍认为,数字化是银行强化连接、互动营销的关键,也促使银行越来越重视多平台联动方式的选择。王玺指出,春节期间,银行不仅打通了手机银行APP与微信公众号等多个核心入口,形成更大的移动数字金融生态,同时联动视频号、抖音、微博等多个平台加强营销宣传,进一步扩大活动促销的辐射范围。

整体来看,随着数字化转型持续深入,当前银行零售业务的数字化营销趋势正在加速显现。

中国数实融合50人论坛智库专家、商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇表示,银行数字化

的场景营销领域渗透。

业内人士指出,2022年手机银行APP迭代升级加快推进了银行数字化生态的建设;未来传统银行与高新信息企业的合作会越来越

频繁,下一步重点依然是加速对移动渠道平台的建设,进一步构建多元化、差异化的服务生态场景,以实现细分客群的全生命周期服务体系构建。



线上红包等数字化促销活动成为金融机构抢占春节消费高地的主力抓手。视觉中国/图

营销拥有个性化营销、精准营销和体验式营销的特点。“个性化营销方面,银行的数字化营销能够根据客户的个性进行定制,从而更好地满足客户需求,提高客户体验。精准营销方面,银行数字化营销能够根据客户的行为和偏好,分析客户的消费习惯,提供个性化的服务,从而更有效地提高收益。体验式营销方面,银行数字化营销能够根据客户的个性和行为,利用虚拟现实技术,创造出一种体验式营销,使客户能

够将情感与服务相结合,从而更好地提高客户的满意度。”

在洪勇看来,银行数字化营销将呈现智能化营销和数字化互动趋势。一方面,银行数字化营销趋势将向智能化营销发展,使用大数据、人工智能等新技术,实现客户的信息精准化分析,从而进行更加精准的营销;另一方面,数字化营销趋势将向数字化互动营销发展,借助社交媒体、移动应用等平台,实现客户与银行的实时互动,提升客户体验。

能丰富的APP,满足客户的多样化需求,提供更加便捷的金融服务,并利用APP进行客户洞察和精准营销,从而提升金融服务的效率和实力。

2022年以来,手机银行APP平台升级迭代频率更加密集。易观千帆用户体验分析系统数据显示,2022年1月至12月,已有70家银行进行手机银行APP版本迭代次数共计586次。

王玺透露,在2022年各手机银行APP的迭代方向中,便捷性、安全性、专属性、智能化、场景化、生态化是升级的关键词。各家银行整体以用户需求为中心,不断延伸APP关联场景,加强APP平台的开放性,打通B、C、G、F等各端服务,不断完善了服务生态。此外,财富管理、低碳账户、适老化改造、智能服务、数字产品等是各银行重点建设的主题方向。

上述股份银行零售业务人士透露,持续升级手机银行APP、提升数字化运营能力,是当前银行数字生态布局的大势所趋。

王玺指出,结合当前趋势,各银

行未来一是将依托人工智能、大数据等技术持续升级APP,进一步提高APP智能推荐的精确度,智能客服互动的准确度,资产配置建议的匹配度,不断优化用户使用体验;二是将持续扩大生态建设,升级强化绿色金融、财富管理、数字产品等相关功能;三是将继续深入各类客群的专属场景打造,面向老年客群、新市民客群、年轻客群、代发客群等重点客群提供更多个性化服务。

洪勇认为,手机银行APP的升级迭代将以智能化为中心,以客户体验为核心,以数据安全为基础和以智能终端为重点,手机银行APP建设更加关注安全可靠、易用性、功能全面等。“下一步应重点突破软件的适老化改造、信息安全以及精准营销等方面。”

郭涛表示,手机银行APP的竞争,核心是生态体系的竞争;手机银行APP应进一步构建多元化、差异化的服务生态场景,满足客户多元化和个性化的需求,针对细分客群实现全生命周期服务,提升用户体验和忠诚度。

# 多地扶持小微“亮新招” 银行普惠金融再加码

本报记者 杨井鑫 北京报道

1月28日,国常会重磅部署了落实稳经济一揽子政策和接续措施,要求持续抓实当前经济社会发展工作,推动经济稳步回升。江苏、河南、安徽、上海等地相继出台了推动经济运行的具体措施,涉及重大项目、普惠金融、科技创新等多个方面。

据《中国经营报》记者了解,在多地政府推出的相关政策中,

## 政策“力挺”小微

农历春节前后,多地陆续发布了提振经济发展的相关政策文件,而加大普惠金融扶持力度是其中一个重要内容。

1月30日,上海市发布《上海市提信心扩需求稳增长促发展行动方案》,其中多次提到了对小微企业的贷款支持,包括开展延期还本付息和续贷服务、实施中小微企业贷款贴息费等。

1月18日,江苏省政府发布《省政府印发关于推动经济运行率先整体好转若干政策措施的通知》(“1号文”),其中提到设立100亿元规模中小企业纾困增产增效专项资金贷款,省财政对普惠金融发展专项资金中安排贴息资金1亿元。同时,充分发挥省综合金融服务平台和省级企业征信服务平台作用,力争推动银行机构依托企业征信投放中小微企业信贷类贷款2500亿元。

为了提升银行等金融机构的信贷投放能力,江苏省该“1号文”明确鼓励金融机构单列小微企业信贷计划,运用普惠小微贷款支持工具等引导小微企业贷款继续扩面、增量、降价。另外,支持符合条件的法人银行机构发行永续债、二级资本债以及小微、双创等专项金融债补充资本金和中长期资金,缓解贷款资本约束,提升信贷投放能力。

该“1号文”还提到,推动金融机构全面落实优化内部转移定价、不良容忍度、尽职免责、绩效考核等要求,加大对民营企业金融支持。

1月17日,安徽省发布了

## 加大信贷投放

“目前,银行信贷投放的重点之一是普惠领域,以小微企业信贷为主。”浙江一家国有大行分行负责人称,2023年银行普惠贷款的投放按要适度靠前发力,当地小微企业融资环境得到了进一步改善。“目前,银行贷款额度充足,小微企业的贷款利率一般在4%左右,部分优质企业贷款利率能做到3.65%,而采用房产作抵押的贷款利率还能够进一步降低。”

据该国有大行分行负责人介绍,地方政府2023年将扶持小微企业作为提振经济的一项重要内容,加强了银政企三方的合作,对于部分暂时性困难的企业还有一些贷款贴息。“在风险补偿性机制不断完善的情况下,银行信贷投放的意愿也会更强。”

一家券商银行分析师认为,金融让利实体经济是当前的发展趋势。“多地政府在不断探索风险补偿机制,综合运用担保类贷款减费、贴息等方式为小微企业减负,甚至有不少银行主动为企业降低贷款利率。从信贷的条件看,银行对于小微企业的贷款门槛也有所降低,一些经营处于暂时性困难的企业不仅能够延期还本付息,还能申请一些专项贷款资金。”

记者在采访中了解到,银行2023年开年信贷的投放势头较猛,基建、制造业、房地产、普惠小微、外贸和消费是六大重

金融支持均被作为促进实体经济稳定发展的重要抓手,尤其是在普惠金融领域加大了政策倾斜力度。江苏等地不仅支持银行金融机构加大资本补充提升信贷能力,甚至设立专项资金贷款由财政予以贷款贴息。对于银行来说,小微企业在当前仍是银行信贷的重点领域。由于风险补偿机制的逐步设立,银行在信贷投放中意愿更强,很多暂时处于困境的小微企业也得到了银行的信贷支持。

《“十行千万企”中小微企业融资专项行动3.0版实施方案》,该方案旨在加强政银企合作,促进产业要素与金融要素精准对接,更好地支持安徽省内中小微企业高质量发展。其中,要求安徽省内的18家银行将安排不少于6000亿元的专项信贷资金,支持不少于25万户中小微企业融资。

该方案对于不同类型银行的金融服务拟定了针对性目标。鼓励合作开发性银行围绕核心企业创新供应链金融模式,探索为其上下游中小微企业提供直贷业务。鼓励合作全国性银行发挥“头雁”作用,切实满足中小微企业综合金融服务需求,高融资可得性和便利性。鼓励合作地方法人银行强化支小支微定位,充分发挥贴近基层优势,形成特色化产品和服务模式,支持县域中小微企业发展。

1月3日,河南省政府发布了《关于印发大力提振市场信心促进经济稳定向好政策措施的通知》,其中强调了金融支撑保障作用,明确提出要加大普惠型小微企业贷款投放力度,严禁银行、保险机构违规向小微企业收取服务费用或变相转嫁服务成本。同时,加强对小微企业贷款延期还本付息的支持,对2023年3月31日前到期的小微企业贷款,鼓励金融机构按照市场化、法治化原则实行延期还本付息,努力做到应延尽延,延期贷款正常计息,免收罚息,还本付息原则上最长可延至2023年6月30日。

# 降利率抢客 银行逐鹿消费市场

本报记者 杨井鑫 北京报道

伴随农历春节前后消费市场的逐步回暖,银行消费贷和消费分期卡的营销也掀起了

## 消费类贷款火爆

农历春节前后,银行消费类贷款市场火爆空前,工商银行、农业银行、交通银行、招商银行、浦发银行、江苏银行等十多家银行均在期间推出了消费贷或消费分期卡的优惠活动。

记者走访中了解到,工商银行消费分期卡的利率优惠活动时间为1月至3月,以该行Dream分期卡为例,资金用途包括家装、购车、婚庆、旅游等大额消费,最高额度不超过80万元,期限最长5年。在费率方面,贷款12期的标准费率为3%,目前执行优惠费率1.98%,折算贷款年化利率为3.64%。

农业银行消费分期卡优惠活

潮。有的银行随机发放优惠券,有的银行附带礼品赠送,还有银行针对新客推出一系列专享福利,银行同业之间市场竞争越来越激烈。

浦发银行自1月份起推出了浦银点贷利率优惠活动,按照贷款时间确定不同利率,1年、3年和5年期的贷款利率分别为3.8%、4.15%和4.45%,银行系统根据申请人个人征信、收入等信息自动审批额度,最高为20万元。

江苏银行在1月中旬推出了“喜惠专享2023”活动,该活动为银行的“消费随e贷”面向新客户自动发放一张0.05%利率优惠券,新客户在该行申请消费贷时直接使用。“银行消费类贷款的营销方式多种多样,其目的是为了信贷投放。”一家股份行信贷部人士表示,一季度通常是银行信贷投放的窗口

据《中国经营报》记者了解,在疫情防控政策优化调整之后,2023年开年以来银行信贷投放势头较往年更猛,而零售贷款中消费类贷款无疑是其中的重头戏。

短短一个月,多家银行在消费类贷款产品上推出了相应优惠活动,不仅贷款利率一降再降,部分银行甚至在抢新客户方面下达了全员的动员令。

期,各家银行的活动也就相对比较集中。

该股份行信贷部人士表示:“在疫情防控政策调整优化之后,消费市场的复苏是可预见的,这也就是产生信贷市场需求。银行看好国内消费市场的潜力,而适当加大消费信贷也是当前政策要求,银行为了响应政策也会在信贷政策上向消费类贷款倾斜。”

1月28日,国务院常务会议明确提出,推动扩消费政策全面落地,合理增加消费信贷,组织开展丰富多样的促消费活动,促进接触型消费加快恢复。