

率先探路第二增长曲线 招商平安交卷零售“期中考”

本报记者 秦玉芳 广州报道

零售业务业绩表现一直是商业银行业务转型的关注焦点。近日,上市银行陆续披露2022年中期业绩报告,作为零售

上半年零售业务遭受冲击

年初以来受国内新冠肺炎疫情及宏观经济环境影响,居民就业、收入和消费及零售业务发展受到一定冲击。

招商银行、平安银行发布的2022年中期业绩报告显示,上半年两家银行的零售业绩优势持续凸显,零售业务营收持续增长,占总营收比均超五成。

中报显示,上半年招商银行集团零售金融业务实现营业收入975.77亿元,同比增长8.16%,占营业收入的54.48%。平安银行零售业务实现营业收入514.02亿元,同比增长4.4%,在全行营业收入中占比为55.9%。

营收规模稳定增长的同时,两家银行零售业务的营收及利润同比增速下降。上半年平安银行零售业务的营收同比增幅降至4.4%、利润总额从去年6月底的148.9亿元降至139.2亿元;招商银行零售业务营收、税前利润同比增速也降至8.16%、14.35%。

针对增速下降的原因,平安银行在中报中分析指出,年初以来受国内疫情及宏观经济环境影响,居民就业、收入和消费及零售业务发展受到一定冲击,该行零售业务营业收入增速放缓,资产质量承压,该行加大零售资产核销及拨备计提力度,导致零售业务净利润同比下降。

在近日举行的2022年中期业绩说明会上,招商银行行长王良也表示,今年受到信用卡和按揭收缩的影响,零售信贷业务增速不达预期,上半年零售信贷仅完

智能化驱动客群深耕

以数据化智能化驱动的新的业务模式,可以实现AI、远程、线下等多维度业务的协同。

数字化、智能化运营能力,是银行实现全客群精细化经营的关键。

在银行业务人士看来,实现零售业务发展最难的是低成本获客、业务拓展及风控管理能力,尤其零售转型进入下半场后,如何进一步下沉市场、激活长尾客群金融需求,对发力零售业务的银行来说都是巨大挑战。

2021年,招商银行、平安银行等部分银行纷纷启动二次转型,通过以数字化为核心的大零售、大财富管理发展模式,拓展综合化获客和精细化客群经营能力。平安银行构建了以综合化银行、AI银行、远程银行、线下银行、开放银行“五位一体”为核心的智能化银行3.0模式;招商银行也建立了以“大财富管理的业务模式+数字化的运营模式+开放融合的组织模式”为

业务转型先锋的招商银行、平安银行,其零售业绩表现备受市场关注。

从业绩指标来看,上半年两家银行零售业务营收稳步增长,但营收及利润同比增幅持

上半年零售业务遭受冲击

成预算的30%左右,与往年相差较大。

某股份制银行零售业务人士向《中国经营报》记者表示,经过前几年的高速发展后,这两年零售业务增长空间本来就越来越小,上半年疫情反复叠加宏观经济影响,加剧了银行零售业务发展压力;今年以来,信用卡消费、零售信贷等生息业务增长不理想,中收占比比较高的基金代销规模出现明显收缩,整体来看零售业务发展压力很大。

不过,上述两家银行在零售客户规模和管理客户资产规模(AUM)等指标上呈现快速增长的趋势。

中报显示,截至6月末,平安银行零售客户数为12205.30万户,较上年末增长3.2%;财富客户为120.36万户,较上年末增长9.4%,其中私行达标客户为47.49万户,较上年末增长7.5%。招商银行零售客户1.78亿户(含借记卡和信用卡客户),较上年末增长2.89%;其中,金葵花及以上客户(指在本公司月日均总资产在50万元及以上的零售客户)402.36万户,较上年末增长9.58%。

客户基础持续扩大的基础上,零售客户资产管理规模也屡创新高。中报显示,截至2022年6月末,招商银行管理零售客户总资产余额117177.13亿元,较上年

智能化驱动客群深耕

以数据化智能化驱动的新的业务模式,可以实现AI、远程、线下等多维度业务的协同。

数字化、智能化运营能力,是银行实现全客群精细化经营的关键。

在银行业务人士看来,实现零售业务发展最难的是低成本获客、业务拓展及风控管理能力,尤其零售转型进入下半场后,如何进一步下沉市场、激活长尾客群金融需求,对发力零售业务的银行来说都是巨大挑战。

2021年,招商银行、平安银行等部分银行纷纷启动二次转型,通过以数字化为核心的大零售、大财富管理发展模式,拓展综合化获客和精细化客群经营能力。平安银行构建了以综合化银行、AI银行、远程银行、线下银行、开放银行“五位一体”为核心的智能化银行3.0模式;招商银行也建立了以“大财富管理的业务模式+数字化的运营模式+开放融合的组织模式”为

续收缩,两家银行都在通过新的业务模式转型构建第二增长曲线,以实现对客户群的优化和深耕运营。

银行业务分析人士认为,进入零售业务智能化发展的3.0阶

上半年零售业务遭受冲击

段,数字化、智能化是提升银行客户精细化运营的关键,上半年以零售业务为主的招商银行和平安银行在“人+数字”的运营模式建设方面更为关注,未来投入力度还将持续加大。

末增长8.91%,其中,管理金葵花及以上客户总资产余额95713.51亿元,较上年末增长8.32%。平安银行截至6月末实现管理零售客户资产34721.48亿元,较上年末增长9.1%,其中私行达标客户AUM余额15539.76亿元,较上年末增长10.5%;财富客户120.36万户,较上年末增长9.4%。

上述股份制银行零售业务人士表示,近两年来,随着零售业务增长趋缓,银行都在寻找新的业务增长驱动,重点聚焦在如何做好大客户基础和做好客户经营上。

平安银行在中报中明确,报告期内该行深化推广“五位一体”新模式,持续推进信用卡和借记卡双卡融合打通,推动综合经营、协同发展,强化全渠道综合化获客及全场景智能化经营。

中信建投分析认为,上半年平安银行客户基础不断优化,优质客群增长迅速,其中财富及以上和私行客户显著高于总客户增长。

招商银行也在中报中指出,报告期内该行零售金融从银行视角转向服务客户视角,整合运用银行多维服务内容,深化客户分层分类,加强优质客户的获取和经营,持续提升客户服务体验。招商银行董事长廖建民年初在业绩发布会上也强调,将继续扩大客群基础,优化客群结构。

智能化驱动客群深耕

以数据化智能化驱动的新的业务模式,可以实现AI、远程、线下等多维度业务的协同。

数字化、智能化运营能力,是银行实现全客群精细化经营的关键。

在银行业务人士看来,实现零售业务发展最难的是低成本获客、业务拓展及风控管理能力,尤其零售转型进入下半场后,如何进一步下沉市场、激活长尾客群金融需求,对发力零售业务的银行来说都是巨大挑战。

2021年,招商银行、平安银行等部分银行纷纷启动二次转型,通过以数字化为核心的大零售、大财富管理发展模式,拓展综合化获客和精细化客群经营能力。平安银行构建了以综合化银行、AI银行、远程银行、线下银行、开放银行“五位一体”为核心的智能化银行3.0模式;招商银行也建立了以“大财富管理的业务模式+数字化的运营模式+开放融合的组织模式”为

段,数字化、智能化是提升银行客户精细化运营的关键,上半年以零售业务为主的招商银行和平安银行在“人+数字”的运营模式建设方面更为关注,未来投入力度还将持续加大。

上半年零售业务遭受冲击

成预算的30%左右,与往年相差较大。

某股份制银行零售业务人士向《中国经营报》记者表示,经过前几年的高速发展后,这两年零售业务增长空间本来就越来越小,上半年疫情反复叠加宏观经济影响,加剧了银行零售业务发展压力;今年以来,信用卡消费、零售信贷等生息业务增长不理想,中收占比比较高的基金代销规模出现明显收缩,整体来看零售业务发展压力很大。

不过,上述两家银行在零售客户规模和管理客户资产规模(AUM)等指标上呈现快速增长的趋势。

中报显示,截至6月末,平安银行零售客户数为12205.30万户,较上年末增长3.2%;财富客户为120.36万户,较上年末增长9.4%,其中私行达标客户为47.49万户,较上年末增长7.5%。招商银行零售客户1.78亿户(含借记卡和信用卡客户),较上年末增长2.89%;其中,金葵花及以上客户(指在本公司月日均总资产在50万元及以上的零售客户)402.36万户,较上年末增长9.58%。

客户基础持续扩大的基础上,零售客户资产管理规模也屡创新高。中报显示,截至2022年6月末,招商银行管理零售客户总资产余额117177.13亿元,较上年

智能化驱动客群深耕

以数据化智能化驱动的新的业务模式,可以实现AI、远程、线下等多维度业务的协同。

数字化、智能化运营能力,是银行实现全客群精细化经营的关键。

智能化驱动客群深耕

以数据化智能化驱动的新的业务模式,可以实现AI、远程、线下等多维度业务的协同。

数字化、智能化运营能力,是银行实现全客群精细化经营的关键。

在银行业务人士看来,实现零售业务发展最难的是低成本获客、业务拓展及风控管理能力,尤其零售转型进入下半场后,如何进一步下沉市场、激活长尾客群金融需求,对发力零售业务的银行来说都是巨大挑战。

2021年,招商银行、平安银行等部分银行纷纷启动二次转型,通过以数字化为核心的大零售、大财富管理发展模式,拓展综合化获客和精细化客群经营能力。平安银行构建了以综合化银行、AI银行、远程银行、线下银行、开放银行“五位一体”为核心的智能化银行3.0模式;招商银行也建立了以“大财富管理的业务模式+数字化的运营模式+开放融合的组织模式”为

无卡无折业务升级 “刷脸”替代二维码

本报记者 王柯瑾 北京报道

如今扫描二维码支付已经成为司空见惯的方式,无需带现金、银行卡,手机扫码即可完成银行存取款,一度成为部分银行宣传的热点。

不过《中国经营报》记者注意到,近日建设银行公告表示,为提升该行持卡客户服务能力,前期建行在ATM自助渠道部署了二维码存款功能。由于业务调整,将关闭ATM二维码存款功能。

技术升级

随着微信、支付宝等移动支付的兴起,多家银行布局了ATM扫码存取款应用场景,为用户提供无需持卡、存折的便利存取款渠道。

但近日建行官网公告表示:为提升我行持卡客户服务能力,前期我行在ATM自助渠道部署了二维码存款功能。由于业务调整,自2022年8月19日起我行将关闭ATM二维码存款功能,之后用户仍可持我行银行卡、选择无卡无折存款服务或开通“刷脸办”服务功能办理ATM存款业务。

8月24日,记者走访了北京地区建设银行某网点,使用ATM自助机办理“无卡无折存款”时直接进入“人脸识别”界面。实践发现,建行ATM自助设备仅为建行客户提供无卡无折存款业务,并通过“人脸识别”进行身份验证。

记者根据ATM自助机的提示,先后输入在建行预留的手机号和预留的身份证号后六位后,

线上与线下支付长期共存

8月2日,央行发布的“2022年第一季度支付体系运行总体情况”显示,银行卡受理终端数量有所减少。截至一季度末,银联跨行支付系统联网特约商户2711.42万户,联网POS机具3736.71万台,ATM机具93.67万台,较上季度末分别减少86.86万户、156.90万台、1.11万台。全国每万人拥有联网POS机具264.53台,环比下降4.03%;全国每万人拥有ATM机具6.63台,环比下降1.17%。

在移动支付浪潮下,ATM未来发展空间如何值得关注。记者在采访中了解到,未来一段时间内,银行ATM仍然具有使用价值。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示:“国内数字化金融保持快速增长势头,但预计传统存取款与无卡无折存取款业务会在未来较长一段时期继续共存,主要是国内市场有需求,国内数字金融对部分老年等群体来说仍存在一定数字化鸿沟。”

“近年来,随着国内线上支付等金融业务的迅速发展,银行ATM机的数量呈现下降态势,但从趋势看,我国线上、线下支付交易,现金与数字人民币将长期共存,加之部分群体存在数字鸿沟问题,预计ATM机

随着金融科技的发展,银行无卡存取款业务应运而生,ATM二维码存款功能便是其中一种。记者在采访中了解到,银行线上化业务发展迅速,当前线下ATM二维码存款功能的用户使用频次并不高。业内人士认为,取消ATM二维码存款业务,使用人脸识别等技术进行无卡无折存取款,在识别存款人身份方面更准确,从而更好地进行客户甄别,以及做好反洗钱等工作。

ATM自助机界面弹出“中国建设银行物理渠道刷脸服务授权协议”(以下简称“授权协议”)。

授权协议显示,该行提供的刷脸服务功能,包括刷脸实名认证、刷脸验证、刷脸识别、刷脸分析等。其中“刷脸验证”即采集并比对用户的人脸信息,以在物理渠道内的存款、取款、转账、查询、签约等“刷脸办”场景中对用户进行身份验证。而“刷脸识别”即采集用户的人脸信息与该行数据库中的人脸信息进行比对,以在该行物理渠道内的智能设备上对用户进行身份识别。

零壹研究院院长于百程认为:“ATM二维码存款业务是无卡存款的一种方式,对年轻人群等提供了便利,但业务本身的影响并不大,关闭此功能也并不意味着无卡存款功能的取消,从建行的表述看可以用‘刷脸办’等更便利和安全的方式替代,是技术和服务升级的自然结果,未来其他银行也可能跟进。”

线上与线下支付长期共存

在较长时期内在提升交易效率方面仍具有价值。”周茂华补充道。

于百程认为:“移动化浪潮下,不少原来需要到线下办理的业务,通过手机就可以便捷办理,银行网点和ATM的使用频率下降。不过,ATM依然有其存在价值。比如仍有一些现金存取款等业务需要通过ATM办理,部分老年人也更习惯到线下办理业务等。ATM本身也在智能化升级,拓展金融服务类型,以提升使用性。”

近年来我国数字人民币试点不断推行,应用场景也不断丰富完善,随着人们对数字人民币应用的认可,ATM机相应需求也将得以提升,给未来银行ATM业务带来新的发展空间。

“伴随‘智慧网点’、‘数字人民币ATM机’等项目推进,一些具有智能化、一体化特点,应用了最新技术的设备将拥有更为广阔的前景。”易观分析金融行业高级分析师苏筱芮表示,“因此,ATM机一方面需要顺应数字经济发展的潮流,对业务流程及终端设备实施数字化转型,另一方面也需要洞察用户的实际需求,从用户体验提升、用户价值挖掘等层面切入来增强使用频率、发挥更大价值。”

广告

绿色让生活更美好

绿色服务发展 共建美好未来



A股股票代码: 601658
H股股票代码: 1658
客户服务热线: 95580
网址: www.psbc.com

中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA