

# 对传统银行业多渠道业务融合的思考

滕云举

(龙江银行 黑龙江 哈尔滨 150000)

**[摘要]** 随着近些年来我国经济和社会的不断发展和进步,我国的科学技术水平也在不断提高,特别是移动互联网的出现和大规模应用,因此这对传统的银行业来说将会面临更多的机遇和挑战。在快速发展的信息时代背景下,传统银行必须要走向多渠道业务的融合,这样才能进一步促进我国传统银行业的发展,进一步满足客户多样化的需求,并且也为客户提供个性化的服务和提高用户黏性。本文主要详细的论述了移动互联网给传统企业带来的机遇,也论述了移动互联网渠道的风险和挑战,并且也强调了整合渠道是银行的必然趋势。

**[关键词]** 传统银行;网络;业务融合;多渠道

## 一、移动互联网给传统银行业带来的机遇

### 1.1 成本红利

众所周知,近年随着人力成本的逐年升高,传统银行柜面业务的成本居高不下,成为了传统银行转型的推动力。随着互联网对传统银行的技术升级,特别是移动互联网对传统银行的革命性改造,将大部分单笔业务成本6-8元柜面业务升级到不足1元的网上银行业务。又随着移动终端等移动互联网的推广和普及,以及分布式技术等的大范围应用,手机银行等互联网应用甚至可将单笔业务成本再次降到0.2-0.3元左右。移动互联网应用成为了新时代银行业金融机构转型、降本增效的必由之路。

### 1.2 服务定位精准

传统银行业在与客户交互过程中,主要以客户的主动发起为主,银行根据客户的要求被动提供服务。但是移动互联网应用的出现几乎可以改变上述过去几十年的症结,移动互联网应用将银行柜台差异化的应用抽象化、标准化和简单化,使不具备专业知识的办理者通过界面或菜单的引导,轻松自助办理。用户完全在满足预设需求的前提下,通过移动互联网应用提供的功能解决需求,不存在由于交流偏差产生的误导和错误,实现了精准实现需求。

### 1.3 服务形式便利

随着移动互联网在传统银行的应用,势必要求银行变被动服务为主动服务。坐在柜台里坐等的柜员少了,大厅移动服务的人员多了。柜员排队办理非现金和非面签业务的少了,坐在家或单位甚至走路时自助办理的业务占银行总业务笔数的占比平均达到了90%以上。当然伴随更多Fintech在移动互联网领域的应用,例如:AI、量子技术、空付等生物识别技术的发展,未来办理银行业务的形式可能更加灵活,甚至完全不受时间、空间和媒介的影响,需求产生后通过意识或远程命令就可以完成业务办理。

## 二、移动互联网渠道的风险和挑战

### 2.1 技术风险

当今社会互联网技术发展日新月异,移动互联网更是发展的排头兵。然而新技术的发展是具有利弊两个方面的,特别是移动互联网在传统银行的应用上更是如此。作为监管当局的人民银行、银保监会等对于新技术在银行的应用也是鼓励渐进应用、审慎监管的。对于移动互联网应用大数据、区块链、生物特征识别、AI等带来的产品进步和技术风险是同步存在的,必须做好风险底线评估、规模影响评估等预案

### 2.2 法律风险

创新业务总是先于法律和监管的步伐,这是事物发展的必须规律。通常新兴事物挑战了原有法律的空白和边界,才会引起人们的关注和警醒。移动互联网在打破地域限制的同时,互联网贷款是否跳出了属地监管的范畴?微信银行根据用户信用卡消费行为结合用户征信情况、用户资产和贷款等信息进行大数据分析推送信用卡分期和在线贷款产品是否是用户授权使用用户相关信息等一直是法律风险讨论的问题。

### 2.3 监管风险

移动互联网渠道由于具备互联网、3A和发展结果未知等特性,较之传统柜面甚至与网上银行等渠道相比,具有更加快速、更大范围、更广影响、更大破坏等特性对监管的预判提出了更高的要求,一旦到事中才施以监管可能无法承受前期发生但滞后产

生的巨大负面作用。与传统银行业务的监管方式相比,可能存在更大概率的紧急叫停和投资损失风险。

## 三、多渠道业务融合是银行发展的必然趋势

### 3.1 差异性趋势

由于面向群体的不同、场景的不同,甚至开发技术的不同等,很难存在一个渠道能满足所有的用户需求,必然导致多渠道共存相互协同共同完成对不同客户的服务。每个渠道都会结合载体等特性,推出最能体现渠道优势的差异化产品集。

### 3.2 统一性趋势

虽然各渠道间存在一定差异,但将全部渠道汇集在一起分析,却总能抽象出每个银行战略上试图展现给用户的统一特性。比如有的是开放的产品展现,有的是友好的产品展现或是分类较强的针对性产品分类展现等等。每个渠道都是符合该银行产品统一战略定位的基本要求,最终共同体现出该银行产品体系特征的。

### 3.3 性价比趋势

中国银行业在加入WTO和经历股份制改革后,除几家政策性银行外,其它银行在执行中国特色社会主义市场经济功能的前提下,也必须遵守股份制企业制度,自负盈亏甚至允许破产。这就迫使银行业金融机制在经营的同时必须考虑产品盈利、性价比等,表现在多渠道业务融合方面,因为每家银行投入到渠道上的资金不是无限的,是要进行量本利考核的。没必要全渠道推出的业务就要做渠道选择和分析,引入性价比分析是当下传统银行多渠道策略的重要趋势。

### 3.4 引流趋势

银行有与微信合作的微信银行产品,有与支付宝等快捷支付合作的支付平台产品,有与互联网公司合作的二三类账户跨行交易产品等,但是每种产品在银行看来,在客户共享、利润分配、用户黏性等方面的掌控力均不相同,银行通过更多像微信银行、支付平台等开放渠道将更多他行用户或二三类账户用户引导至自主APP、柜面等渠道一类户或基本户成为了发展目标。

### 3.5 黏性矩阵趋势

用户黏性是银行用户管理中最为重要的指标之一,千差万别的用户想用唯一或统一的产品或服务维护几乎是不可能的,甚至即便同一用户不同时期的维护方法也是不同的。这种用户习惯特征如果与渠道优势特性匹配恰当,就会形成按渠道分类的用户黏性矩阵,最终通过渠道优势差异加强差异用户的黏性。

## 结束语

综上所述,我们可以发现移动互联网的发展为银行的业务渠道增加了更多的可能性,并且使银行的各项业务进行融合,不断的提高服务水平,不断的满足客户多样化的需求。当然,我们也需要在移动互联网的发展中让传统银行正确的应对机遇和面对挑战,从而提高传统银行的服务水平和能力,促进我国银行业的发展。

## 参考文献

[1]吴雪奇,方美芳.传统商业银行转型发展问题研究[J].行政事业资产与财务,2018(20):31-32.

[2]段海波.对传统银行业多渠道业务融合的思考[J].经济问题探索,2005(10):55-57.