

银行网点转型“拼服务”

“刷脸取现”“扫码取款”遇冷

彭妍



银行卡,但是操作略显烦琐。不仅需要配合手机,下载银行的App并扫码,还需要在机器上输入密码,增加很多步骤,并没有减少用户的取现流程。

事实上,ATM“扫码取款”并非新业务,扫码取款这项功能早在几年前就由国有大行、股份行推出使用。但是,通过调查发现,从各大银行网点目前的情况来看,ATM“扫码取款”并未普及使用,甚至很多人都不知道。

许多银行工作人员也表示:“目前‘扫码取款’并没有普及使用,来网点取现的储户较少,除了一些特定习惯的用户和老年人,而老年用户多数使用的是老年手机,既下载不了手机银行也不会使用,而且对于人脸识别比较反感。”

笔者询问了部分持有银行卡的储户,多数储户认为:“ATM机一般在急需取钱的时候会派上用场,但大多数时候一年也用不了几次。”

为何ATM“扫码取款”迟迟没有普及?招联金融首席研究员董希淼表示,扫码取款、刷脸取款主要是以客户为中心,方便客户的一种体现。这也是让客户在刷卡取款之外,更多一种选择,即在无卡的情况下也能取款。但是也要看到两方面:首先,一般客户用卡取现,或者说在ATM上取现的需求在下降。由于移动支付的普及,小额零售的支付更多地使用移动支付,并不一定需要现金支付。第二,银行作为实体网点自身的功能在下降,而银行的线上渠道比较发达,95%以上的零售业务可以通过在线渠道来办理,客户很多业务

不一定非得得到网点去办,包括ATM机办理。

近年来,随着金融科技蓬勃发展和客户行为深刻变迁以及支付宝和微信支付应用的广泛使用,现金支付逐步退出主流,ATM机的地位和作用也大幅锐减,银行网点功能和服务面临着巨大冲击。近日,“ATM机一年减少8万台”登上微博热搜榜。根据央行公布的《2020年支付体系运行总体情况》数据显示,截至2020年末,ATM机具为101.39万台,较2019年末减少8.39万台。

董希淼表示:“具体到网点转型,在数字时代,网点应定位为线上渠道的补充,应加快推进线上线下融合、联动,推动服务渠道协同和资源整合,激发网点发挥线上渠道难以具备的功能。下一步重点是推动网点向轻型化、智能化、场景化转型,提高辐射能力和服务张力,与线上渠道一起为客户提供任何时间、任何地点、任何方式的服务。更重要的是,要以此为契机,推动银行从‘资金中介’转型为‘服务中介’,成为金融服务的综合提供商,满足金融消费者多样化、个性化的需求。”

“由于移动支付比较发达,大家使用银行卡的机会越来越少,实体银行卡可能会减少,包括储蓄卡、信用卡,以及央行推出的数字人民币,都不会取代无卡化。”董希淼表示,银行卡除了是一种介质,它更主要的是银行账户的一种存在形式,银行账户的功能是存在的,而账户背后是整个金融服务的基础,此外,银行卡还有其他一些功能存在,并非所有地方都能够无卡使用。

苏宁金融研究院高级研究员黄大智表示,从大的趋势来看,银行卡的数字化、线上化肯定是一个趋势,但银行卡的介质是不会消失的。

值得关注的是,银行在推进网点转型与数字化建设的同时,为了帮助老年人也能全面融入信息化社会,不少银行也在逐步加强“适老化”金融服务。

农行河北分行 党建业务融合为群众办实事

河北日报讯(冀农航)农行河北分行把开展“我为群众办实事”实践活动作为检验党史学习教育工作成果的重要手段,全省各级机构主动对接客户金融需求和百姓生活需要,将金融产品送上门,推动志愿服务常态化,以实际行动服务群众、服务区域经济发展。

张家口分行建立与企业“手拉手”包联制度,行领导带头,重点对接辖内小微企业。包联人员定期走访客户,对接金融需求,帮助解决实际问题。3月份以来,共走访企业225家,为85户企业解决融资需求,累计发放贷款超1.1亿元;邯郸分行与中石油、中国联通、

中国烟草邯郸分公司组成的异业联盟举办党史学习教育主题活动,将以党史学习教育为抓手,为客户办实事、为员工办实事,推动各项合作走向深入;秦皇岛分行主动对接省政府20项民心工程之一——全省村(社区)综合服务站项目组织开展立项建设工作,圆满完成立项任务,将在村务、政务、党务领域开创银政合作新局面。各地市分行组建团队,走进社区开展卫生清扫、金融知识宣传等志愿服务,得到居民广泛好评。

下一步,农行河北分行将继续推动业务发展和党史学习教育紧密结合,践行初心使命,承担社会责任,牢固树立勇于担当的大行形象。

涿鹿农商行 突出“党建+”以先锋榜样带动新生力量

河北日报讯(通讯员赵琳莎)为充分发挥基层党支部战斗堡垒作用,突出党建工作重要性、引领性,涿鹿农商银行机关第三党支部深入推行“党建+”模式,提升向心力、战斗力,强化凝聚力、执行力。

“党建+计划”,明确指引方向。该支部于2021年初召开党员大会,总结2020年度党建工作情况,剖析存在问题,并依据党建工作要点,制定2021年党建工作计划,细化党建管理,做好规定动作的同时,发挥机关优势,发扬支部特色,定方向、定步调、定目标,确保2021年支部建设成效。

“党建+业务”,强化履职尽责。该支部共有党员12名,总行监事长任支部书记,部室经理4名,副经理2名,科员3名,退休人员2名。党员包括授信审批部、安全保卫部、市场拓展部、综合管理部、工会办公室等机关部室负责人或业务骨干。该支部要求党员将党建管理与自身岗位相结合,与业务能力相结合,与总行发展相结合,履职尽责,爱岗敬业,提高岗位贡献度。2020年该支部结合业务需求,组织党员开展征信、反洗钱、反假币、防电信诈骗等宣传活动,普及金融知识。科技拓展部依托办公内网开通贷款内部派单管理平台,为全员营销提供后台支撑。

“党建+培育”,树立模范榜样。该支部始终将培优评优作为党建管理抓手,在日常工作与总行的业务发展中,群策群力,互帮互助,共同提高。2021年1月28日该支部召开民主评议会,10名党员参加会议,会上以无记名投票的方式评选出优秀共产党员两名,突出模范榜样的带动作用,在支部内营造比学赶超的良好氛围。2020年,该支部党员干部带头参与活动10余次,如无偿献血、“扶贫日”活动等。积极参加总行及审计中心组织的各项比赛,其中“我和我的祖国”红歌视频赛、征文比赛中都获得了优异的成绩。

“党建+新生”,培养新生力量。作为机关的“年轻”党支部,该支部注重吸纳新鲜血液,对于机关优秀人才、业务骨干,主动吸收,努力培养。鼓励入党积极分子参与活动及党建知识等各类培训,提高政治觉悟,提升业务素质。发展新党员为支部注入活力与动力,为党建集聚力与智慧。截至2021年3月末,该支部已培养预备党员1名、发展党员3名、入党积极分子1名。

“党建+学习”,提高党员素养。该支部要求党员带着目标学、带着动力学、带着计划学。用好“学习强国”“在线培训”等学习平台,开好“党课”,以“集中学+自学+知识竞赛”的方式,不断强化支部学习效率,督促党员学习进度,营造学习氛围,提高学习成效。

金融服务到地头 农资充足保春耕

——兴隆联社全力保障春季农业生产金融需求

周浩

兴隆联社在做好疫情防控的前提下,将助力春耕备耕工作作为当前重要工作目标,及早谋划、主动出击,积极做好春耕金融服务,全力保障春季农业生产的金融需求。截至3月末,发放春耕备耕贷款2236万元,同比增加562万元。

贷前调查有“深度”

一是做足实地走访。全辖有信贷业务的34个网点分别成立贷款调查小组,深入田间,走访家中,走进生产间,踏入合作社,全面、精准了解农户所需,企业所求,并针对不同情况,推荐相应信贷产品。二是做足线上摸排。各网点信贷人员及时与各村干部、商户联系组建信贷交流群,通过线上咨询农户经营农资、种植大棚蔬菜所需资金数额,摸清春耕备耕资金需求情况,测算春耕生产资金需求总量,合理制定春耕备耕生产和其他涉农贷款信贷计划,及早做好信贷评级、授信工作。

惠农政策有“力度”

积极跟进政府惠农政策,提升贷款精细化管理水平,打造“零距离”贷款受理模式,让利便民。一是授信零距离。下放小额信用贷款审批权限,简化贷款审批手续,减少审批环节,提高春耕备耕所需贷款审批效率。二是优惠零距离。改进贷款利率管理,对用于春耕备耕授信贷款实行利率优惠政策。特别是对农民、返乡创业的大学生,帮助其健全信息档案资料,给予利率优惠,减轻还贷压力。三是需求零距离。完善信贷产品功能,满足备耕资金

“小、频、急”融资需求,重点推广“宝”类信贷产品一次授信、循环使用,随借随还、随还随用,有效降低农户春耕融资成本。

放贷审批有“速度”

为确保春耕农资需求,兴隆县联社加大涉农贷款投放力度,建立了春耕备耕“绿色通道”,形成以三农服务需求为导向,多层次、广覆盖、可持续的农村服务环境,提升服务三农的水平和质量。根据调查情况创新信贷发放方式,根据农户所需农资分类分批授信,发放“农贷宝”“商贷宝”“致富宝”惠农信贷产品,秉承“特事特办、急事急办”的原则,在合规操作的前提下,简化办贷流程,加快审批效率。不抽贷、不压贷,确保春耕备耕贷款优先

发放,提高农户获贷效率。

金融服务有“温度”

一是设立VIP窗口。在全辖网点设立春耕资金VIP窗口,确保农户及时获得贷款、取款资金,不误农需。二是强化自助机具运维。全力保障覆盖全县289个行政村的61台ATM机、89台小额循环机、191台EPOS机正常运转,为广大客户提供7×24小时周到服务。三是强化电子银行服务。积极为客户开通微信银行、手机银行,并指导客户如何操作查询、转账、用信、还款等功能,充分发挥电子银行业务方便、快捷的特点。同时积极向客户普及防范电信诈骗小常识等金融知识,引导客户优先采用电子渠道办理业务,减少现金交易,防控各类风险。

打响数字化赋能之战

随着银行新基建的全面建设,银行的数字化业务赋能之战已经打响,金融科技与具体业务的竞争力相关性越来越大。

“有一件事是肯定的:今天某个业务要强,后台的金融科技也一定要强。”招行在业绩发布会上也如是表示。金融科技深度应用,有助于银行不断增强各个业务条线的竞争力,带来客户量和线上经营效率的提升。

去年工行总资产规模突破了33万亿元,个人客户总量6.8亿户,公司客户超过了860万户,创历史新高。这些数据背后,就得益于工行金融科技突破引领,支撑服务线上化、移动化升级,目前线上服务量超过全部业务量的98%,个人手机银行客户达4.16亿户,月动户突破了1.1亿户,客户规模和活跃度保持了同业第一。

具体来看,在基础设施建设取得突破性进展的背景下,工行在产品供给上,通过积木拼接式创新,去年发布可复用、可拼接的服务2万多个,灵活创新1000多款产品,有效响应了市场需求。在农行落实“推进数字化转型再造一个农业银行”战略的过程中,线上经营能力不断增强,截至2020年末掌银月活突破1亿户,较上年末增长38.8%。场景金融服务能力稳步提升,全年净增互联网场景数8.05万,带动客户数6.753万。

在金融科技的这场战役中,领先银行开启的数字化赋能之战仍在进行中,对于拥有庞大的用户量、综合金融实力、科技实力的大型银行而言,做好了这一步,将有助于推动整个银行业的金融服务竞争力不断提升。

银行打响数字化赋能之战

李静瑕

作为银行业金融科技发展的佼佼者,2020年工行、建行、农行、招行等四家银行科技投入规模总和已经达到763亿元。

站在银行之巅的国有行、股份行,在2020年无论是从重大战略落地实施到各项技术创新都实现突破,上演了一场金融科技的巅峰对决,一举一动也影响着整个银行金融科技的未来格局。

快速抢占制高点

在各个金融业务领域,大型银行几乎都占据了领先的竞争优势。据银行业协会最新发布的《中国银行业调查报告(2020)》显示,工行在所调查的16项业务领域中有12项排名第一,建行在金融科技赋能下保持小微信贷与个人按揭的龙头地位,农行也在多数业务领域位居前列,招行在7项业务中排名位居前五。

作为金融科技领域的领头羊,大型银行金融科技的前期积累在这一年爆发,也加速了银行数字化的深度推进。从2020年银行年报中可以看到,金融科技已经渗透到了银行的各项业务当中。先来看工商银行,在新的金融科技三年规划中,工行将科技创新放在了更加重要的位置,也凸显出工行数字化转型的决心,目标则是打造有安全、数字生态、智慧、敏捷等“五大特点”的科技

IT架构大变革

近两年,数字新基建如火如荼,四家银行的基础设施建设也正在加速。以工行为例,历时5年成功打造了第五代核心银行系统,在架构上,工行智慧银行生态系统工程(ECOS)顺利推进,在行业内首家建成“核心业务系统+开放式生态系统”的新型IT架构,实现超过95%的系统功能在开放平台运行。这

是大型银行IT架构取得的历史性突破。

同时,工行在银行业首家建成了体系完备、自主可控的分布式技术平台,基于“云计算+分布式”开放平台架构体系构建起包括核心业务基础支撑框架、账户体系、产品服务在内的开放平台核心银行系统,率先完成核心系统中关键和数据量最大的借记卡账户下移主机。

招行通过对标金融科技企业,初步构建了面向未来的科技基础设施与能力。一方面是打造开放型IT架构,2020年招行全面启动科技基础设施从IT到DT转型,积极推进主机上云和应用上云,推进总分行及子公司应用系统全面上云。另一方面则积极推进技术中台与数据中台的建设。

建行在完成新一代核心系统的打造后,2020年核心系统分布式改造完成并进入双轨并行验证。基于“建行云”打造弹性、敏捷、云化的金融级基础设施供给能力,同时重构业务、数据和技术三大中台。

2020年农行也加快了核心系统向分布式架构转型,完成分布式核心工程总控、运营和电子银行客户信息等关键基础应用下移至开放平台。在核心系统交易峰值日,分布式核心系统承接了61%的交易量。

经营场所变更公告

机构名称:安华农业保险股份有限公司唐山中心支公司
流水号:0262612 成立日期:2018年3月22日
机构住所:河北省唐山市路北区唐山金融中心1号楼1405-1号
机构编码:000075130200 负责人:王立功
联系电话:0315-2015730
邮政编码:063000
发证机关:中国银行保险监督管理委员会唐山监管分局
发证日期:2021年4月1日

业务范围:农业保险、财产损失保险、责任保险、法定责任保险、信用保险和保证保险、短期健康保险和意外伤害保险,其他涉及农村和农民的财产保险业务;授权人批准的其他业务。

经营场所变更公告

机构名称:中国人寿保险股份有限公司唐山市丰润支公司丰登坞营销服务部
流水号:0262620
成立日期:2003年6月30日
机构住所:河北省唐山市丰润区丰登坞镇丰登坞村金花苑底商18号
机构编码:000005130208013
负责人:赵伟华
联系电话:18531516270
邮政编码:063000
发证机关:中国银行保险监督管理委员会唐山监管分局
发证日期:2021年4月15日

业务范围:(一)对营销员开展培训和日常管理;(二)收取营销员代收的保险费、投保单等单证;(三)分发保险公司签发的保险单、保险收据等相关单证;(四)接受客户的咨询和投诉;(五)经保险公司授权,营销服务部可以从事部分险种的查勘理赔。