

在数字经济快速发展下 对首府城市移动金融发展模式的几点思考

曹嘉熙

摘要：随着数字经济的快速发展，数字经济在金融领域的的数据资源整合更加深入，互联网技术与金融不断融合，在加速互联网金融发展的同时，也深刻影响着金融生态。在此背景下，地处内蒙古自治区政治经济中心的首府呼和浩特市金融行业如何应对挑战、把握机遇，真正以客户为中心加快移动金融业务发展，是一个十分迫切和现实的课题。本文阐述了银行移动金融业务发展的现状以及存在的问题，并从产品创新、渠道优化等方面提出了加快移动金融业务发展的意见建议。

关键词：数字经济 移动金融

2017年3月，数字经济首次写入我国政府工作报告，明确数字经济已上升为国家战略，成为我国拉动经济增长的重要引擎和产业升级的重大突破口。随着城市金融领域移动智能技术的不断发展，移动金融时代已经强势来袭，并给传统金融市场带来了深刻影响。作为内蒙古自治区首府—呼和浩特在移动互联网3.0时代，金融服务是数字经济的竞争核心，更是应用场景和体验的重要载体，哪家银行应用场景丰富、客户体验好，就能赢得更多客户。2021年4月，全区数字经济发展大会在呼和浩特召开。会上深入学习贯彻习近平总书记关于发展数字经济的重要论述和党中央关于加快数字化发展的战略决策，动员全区上下因应数字经济发展新趋势、抢抓数字技术变革新机遇、增创数字经济竞争新优势，有效牵引经济转型和高质量发展，推动自治区“十四五”发展开好局、起好步，在走好以生态优先、绿色发展为导向的高质量发展新路子上寻求新突破。从日前工信部公布的2021年全国电话用户情况看，截至2021年末，中国拥有移动电话用户超过16亿户。根

据第七次全国人口普查统计，我国人口达14.11亿人，由此可见，我国移动电话普及率达114%，显示中国移动电话普及率已经达到了很高水平。同时，我国移动支付用户也在快速增长，最具代表性的是大家普遍熟悉的蚂蚁金服，仅蚂蚁金服每天支付笔数近一亿笔左右，其中移动支付占比超过56%，移动端支付宝钱包活跃客户近3亿户。面对这样一个庞大的数字，如何以客户为中心，顺应数字经济新趋势，加快首府呼和浩特市移动金融业务发展从而推进全区数字经济实现新突破，已成为现实而迫切的问题。

一、首府地区移动金融业务的基本情况和特点

(一) 移动金融产品种类较丰富，服务功能较全面

近年来，各家商业银行总行积极投入研发，均在大力构建移动金融生活圈，打造“便捷、安全、交互、趣味”的移动金融服务，从客户应用场景、本地化生活服务及互动服务等角度出发，不断推出掌上(手机)银行、消息服务、“快E付”“闪付”等新产品，形成了

“移动银行”“移动支付”“移动社交”“移动商务”四位一体的移动金融体系。首府地区各家一级分行也纷纷响应，顺应发展新趋势，不断加大移动金融产品营销力度，搭建了基于微信公众服务订阅号“XX分行”的微信营销平台，统一生活缴费和校园缴费入口，探索智慧医疗等途径，着力打通贵宾客户的“生活圈”“社交圈”，构建高效、便捷、接地气的圈子营销网络。据不完全统计，首府部分商业银行已上线幼儿园微信缴费、机动车微信预约检测、物业微信缴费等移动金融缴费项目，为个人零售客户增长拓展了新的互联网渠道和载体。

(二) 银行业务离柜率逐年提高，掌上银行业务快速发展

中国银行业协会公布的数据显示，2019-2021年银行业的平均离柜率分别为90%、92.45%和95%。截至2021年末，我国银行业金融机构共有法人机构4604家，营业网点总数近23万个，自助设备超114万台，离柜交易近3800亿笔，同比增长16%；离柜交易总额超2400万亿元，同比增长14%；行业平均电子渠道分流率超90%。其中，手机银行交易近2000亿笔，同比增

长达60%，交易总额达450万亿元，同比增长超30%；网上银行交易近1600亿笔，交易总额超1900万亿元，同比增长11%；电话银行人工处理来电近9亿人次；人工电话平均接通率超93%。以呼和浩特某国有商业银行为例，截至2021年末，辖内掌上（手机）银行个人客户总数已超110万户，交易金额超500亿元，掌银业务快速激增，客户群体不断壮大。

（三）渠道分流作用明显，有效推动业务转型

网银、自助银行、手机银行等移动金融产品有效分流了呼和浩特各银行营业机构柜台业务压力。2021年，呼和浩特辖内金融机构全部交易量超8000万笔，电子渠道交易量近9000万笔，电子渠道交易占比近95%。其中，网银交易量超3000万笔，手机银行交易量超2000万笔。据预测，今后手机银行的业务量将继续大幅增加，而传统物理渠道和网银渠道的交易量将不断下降。未来，越来越多的客户将使用手机银行开展转账、付款、购买理财产品等金融交易。技术的进步、思维方式的改变也将推动银行传统的物理网点向智慧银行的方向发展。

（四）价值创造能力增强，客户粘性增强

从呼和浩特某国有银行全年业务经营数字统计来看，截至2021年末，辖内各营业机构手机银行实现中间业务收入总额近300万元，消息服务实现收入近2400万元，同比增长达30%，价值创造力不断增强。同时，使用掌上（手机）银

行，客户可以轻松进行信息查询、转账汇款、缴费支付、信用卡、定活互转、第三方存管、贵金属、消息定制、账户管理、基金买卖、理财产品等各类金融服务，在有效节约客户时间成本的同时，也增强了客户的满意度及体验感。

二、存在的主要问题

伴随移动金融业务较快发展的同时，首府呼和浩特相对于全国一线城市快速发展的“互联网+”新业态，相对于快速发展的地区同业，相对于客户体验良好、市场创新“快、准、很”的互联网金融企业，在一些方面还存在一定差距，特别是大量银行应用场景被互联网企业占据成为首府银行普遍存在的“痛点”。如何运用互联网思维即“用户思维，用户体验至上”来发展移动金融业务迫在眉睫。

（一）产品认知度不高，准确定位客户群和精准营销能力较弱

从首府某行情况看，除了电子银行与网络金融部本身人员和网点大堂具体经办人员以外，对渠道的互联网金融产品了解不深不透，一线员工的认知度仅限于计价产品的计价标准，对于电商金融、移动金融产品的卖点、哪些产品适用哪些领域客户、能给客户解决什么问题，没有系统的了解，导致营销效率偏低，定位的客户群不准确；同时各部门之间联动不足，产品研发部门与客户零售部门各自为政，相互割裂，无法为客户提供全面系统的解决方案。

（二）应用场景设计不足，客

户体验有待进一步提升

一是首府地处中西部欠发达地区，互联网金融客户（包含移动金融客户）活跃度及渗透率低是电子银行业务存在的一个普遍突出问题。分析其原因主要是产品设计在与客户日常生活密切相关的领域（如消费、各类生活缴费）渗透率低，对客户吸引力不强，较大程度上影响了客户活跃度。二是社交生活平台场景化设计不足，尚未建立统一的民生生活圈；大部分掌银产品尚停留在将柜面业务电子化的阶段，虽在不断优化升级，但是“以客户体验为核心”的定制化服务仍未形成成熟模式；三是与外部各类电商平台的对接导致深度嵌入信用卡优惠分期、消费信贷、积分消费与兑换等金融服务让客户使用意愿不高。

（三）同业分化严重，发展速度有待进一步全面提高

仅以呼和浩特四大国有银行掌上银行注册客户数比较情况来看，发展存在不均衡不充分。截至2021年末，建行195万户，工行136万户，农行122万户，中行57万户。

三、下一步移动金融发展建议

（一）转变发展理念，实施移动金融优先发展战略

表 2021年末呼和浩特地区四大国有银行手机银行市场份额表（单位：户）

银行	当年新增	占比	存量	占比
工行	74500	28%	1364010	27%
农行	70125	25%	1220312	25%
建行	64310	38%	1951312	35%
中行	33151	9%	573504	13%
合计	144625	100%	7013076	100%

数据来源：《2021年内蒙古银行业主要监管指标数据发布》。

近年来,互联网技术与金融不断融合,在加速互联网金融发展的同时,也在深刻影响着整体金融生态。“支付宝”“余额宝”“微信支付”等已经对传统商业银行形成了巨大的竞争压力,线下柜台业务向线上电子渠道迁移、网银业务向掌上银行业务迁移将成为发展趋势。我们必须改变传统发展观念,以积极的态度拥抱移动互联网,顺应移动金融潮流,更加主动和前瞻性地创新产品和服务,尽快将移动金融服务打造成为创造价值的中坚力量。

(二) 依托官方微信,统一缴费入口,打造便民“民生圈”,构建拓展个人优质客户的新渠道

目前,微信凭借良好的用户体验和强大的社交功能得到了广大网民的认可。建议丰富微信公众号内容,把水、电、暖、燃气、有线电视、交警罚款等民生缴费项目统一入口,并大力营销大中型物业社区缴费、校园缴费、机动车微信预约检测等缴费项目,在打造便民“生活圈”的同时,丰富各种消费场景设计,搭建互联网渠道,锁定高档社区居民、幼儿园家长、机动车车主、高校学生等群体,通过缴费项目绑定本行产品,并开展信用卡、个人理财等系列综合营销,使其成为拓展个人优质客户群体的新渠道。

(三) 打造专属 APP,以客户为中心辐射生活各消费领域,打造金融生态圈,提升客户使用意愿

相对于微信端,APP自由度更高,在手机桌面上可以直接进入。因此,建议加快打造专属手机 APP,主动介入客户“e 生活圈”,围绕美

食、休闲娱乐、旅行、酒店、购物等消费。此外,可以探索在线上开展信用卡分期等消费信贷业务,统一积分管理,增加客户粘性和忠诚度,提升客户体验。

(四) 以“智慧”类项目深度营销为手段,加大线上资金收单行营销力度,带动掌上银行活跃客户

一是以新一代电商为突破口,深度营销驻呼高校。重点对首府城市的内蒙古大学、内蒙古财经大学、内蒙古师范大学等驻呼高校开展定向营销,通过电子商务平台对接其智慧校园建设项目,获得线上清算行资格,并提升在校大学生群体掌上银行的活跃度。二是以银医通项目为切入点,深度介入互联网医院建设,推进与三级甲等医院如内蒙古医科大附属医院、省立人民医院等驻呼医院的电子商务合作,打造线上线下一体化的全渠道服务体系,争取获得其支付宝、微信支付、银联支付等第三方支付机构的清算行资格。三是加快智慧社区建设。以物业手机 APP、物业微信缴费合作模式为模板,开展对市区规模较大的社区物业管理公司的综合营销,实现个人网银和掌上银行特色服务、微信缴费和普通类电子商务产品等多渠道接入,拓宽线上业务渠道,打造零售客户的互联网新渠道。

(五) 拓展服务“三农”的新渠道,激活县域终端客户

近年来,首府呼和浩特根据辖区内五大旗县的区位条件、资源禀赋和发展基础等情况,因地制宜、突出特色,加大科技、资金扶持力度,以“三农”电商平台“e 农管

家”为抓手,将农户、商贩和批发商连接起来,构建集电商、金融、缴费、消费于一体的“三农”互联网金融生态圈。同时,扩大三农业务领域,力争将农户贷款、财政直补、医疗保险等功能融为一体,提高服务“三农”的质量和效率,提升终端县域客户的使用体验,有力助推县域经济发展崛起。■

参考文献:

- [1] 张晓蓉. 中国银行甘肃省分行手机银行营销策略研究[D]. 兰州:兰州理工大学,2021.
 - [2] 张未冬. 2020 年末中国银行业金融机构网点总数达 22.67 万个[N]. 金融时报,2021-03-16.
 - [3] 孙磊磊. 农业银行山东某分行互联网金融服务“三农”企业华誉集团案例分析[D]. 安徽:安徽财经大学,2018.
 - [4] 汪青. 银行线下网点布局分化:关停与新增齐现[N]. 经济观察报,2021-07-05.
 - [5] 邵志媛. 数字化转型提速 银行网点迎来“瘦身”[N]. 中国产经新闻,2021-10-14.
 - [6] 王柯瑾. 为便民数字化重塑金融生态[N]. 中国经营报,2021-06-28.
 - [7] 刘晓冬. 全区数字经济发展大会召开[N]. 内蒙古日报(汉),2021-04-30.
 - [8] 宁波,赵芳. 浅析移动金融视角下的电子银行发展[J]. 现代商业,2015,(5).
 - [9] 李语娇. 农行秦皇岛分行微信营销策略研究[D]. 河北:燕山大学,2015.
 - [10] 朱正罡,黄利荣,彭中. 农业银行探索农村电商平台服务模式的实践与思考——基于湖北分行“e 农管家”的经验剖析[J]. 农村金融研究,2015,(8).
 - [11] 张艳萍,凌丹,刘慧岭. 数字经济是否促进中国制造业全球价值链升级[J]. 科学学研究,2021,(3).
- (作者单位:沈阳师范大学国际商学院)

责任编辑:康伟