

# SINGLEE TODAY

今日新利

2017 年第 8 期  
总第 40 期

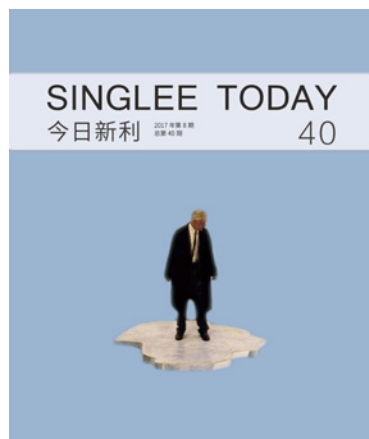
40



## CONTENTS | 目录

2017 年第 8 期

总第 40 期



主办：杭州新利科技有限公司

电话：0571-88480666

传真：0571-89712755

网址：www.singlee.com.cn

地址：杭州市西湖区三墩紫宣路 158

号西城博司铭座 9 栋 16 层

投稿联系

lipu@singlee.com.cn

## 03 FORE 卷首语

## 中年鄙视，谁也逃不了

一个人，谁都不需要讨好，到中年也是如此。

## 05 NEWS 快报

## 06 Singlee Show Time

欢迎新伙伴！

## 07 新利 2017 秋季团建

幸福记忆~

## 08 感谢信

## 07 POINT 聚焦

## 10 / “向转型要业绩”：银行零售转型的“同与不同”

在净息差收窄、金融监管趋严的背景下，回归零售业务已成为各家银行的必然选择。专家认为，在我国经济新常态背景下，零售业务因受经济周期波动影响相对较弱、经营风险较低而成为不少银行转型的重要抓手。值得关注的是，除了聚焦于提升客户体验以及金融科技的推动作用等共同之处外，具有出色零售业绩的银行在零售领域也各具自身特色和优势。

## 14 / 成交量环比下滑 合规框架下 P2P 网贷将走向何方

## 16 / 消费金融下半场：得风控者得未来

## 19 / 细分客户群体：银行理财瞄准年轻人



# 中年鄙视，谁也逃不了

文 / 连岳

66

一个人，谁都不需要讨好，到中年也是如此。

99



中年人被鄙视，是不是应该的？

一个中年人，拿个保温杯，舆论一直烧，到底后面隐藏着何种大众心理？

我也是中年人，从中年人的角度出发，是这样看的：

中年人更多被鄙视，具有进化基础，他们的身体开始发臭，外形变得难看：大肚腩，发际线后退，眼神浑浊。

同样的行为，在不同年龄段，美感是不同的。同样是懵懵懂懂，孩子这么做，是应该的，是萌；少年这么做，是可爱的迷惘；中年呢？是蠢。人们的注意力，自然不会放在愚蠢上面，这是进化的力量，它告诉你：这些物种是没有价值的，远离他们。

>>



## 「看不惯年轻人的那一刻你就变成了中年人」

>> 这样说中年人，会不会太狠？

回想一下我自己脑海里鄙视的人，中年人还真的居多，因为这些人已经展示了足够让人鄙视的品质，之前的不检点，不作为，积累到了中年大爆发，成为纯粹的坏人，他们成事不足，是无法合作的人，但又不像坏老人，退出了竞争，他们坏事有余，不小心沾上了，总能恶心你一下。他们演化成一个不会变好的坏人。除了鄙视，你还得远离。

但是，一个成功的中年人，保持了身材，有钱又有名，他会被喜爱吗？事实上，他因为是青年资源的潜在抢夺者，也可能被憎恨。你不退出舞台，好像压制了后来者，你甚至还有一个年轻的女朋友，人们认为她应该般配一个同龄小伙子。他们的成功，总觉得是为了满足自己低俗的欲望，说出来不够美妙。

很多中年人，不好不坏，普通人，但确实很挣扎，想打入年轻人阵营，但是话语体系已经不同，硬学他们的流行语，装嫩，年轻人中年人都觉得你恶心。不打入年轻人，又觉得自己老得特别快。你看，一个曾经的青年摇滚歌手，到

了中年，微微发福拿个保温杯，这么正常的事，只是不合青年的审美标准，和自己年轻的形象形成反差，就惹出议论。

世界是很残酷的。

尤其是对中年人，坏不行，好也不行，不好不坏也不行。那么，只能说，这就是中年人必须经受的命运。

除了不要成为坏中年人，其他，该干什么干什么，中年人，一副中年的样子，并不可耻，拿个保温杯，是可以接受的。中年人一被鄙视，连保温杯都不敢拿了，那才可悲。

一个人，谁都不需要讨好。到中年也是如此。

一个人，只要能创造价值，不偷懒，就用产品和服务发言，与你交换的人多，自然就证明你不会被鄙视。继续努力才是王道。

欢迎来到中年，在这个年龄段，即使你没做错什么，也得忍受更多的压力，就是做对了，年轻人也可以认为你不酷。据说只有一部分中年人能够忍受这生态，找到继续往上走的路径和勇气。

有力量的中年人，总是不太娇气的。✍

# NEWS | 快报



**SINGLEE SHOW TIME** / 新员工介绍 / P6

**新利 2017 秋季小团建** / 员工天地 / P7

**感谢信** / 员工天地 / P8



大家好，我是陈修浩。

7月10号入职到今天已经有两个多月的时间了，很高兴有机会能够加入到新利集团这个大家庭。我来自于山东日照，平时比较喜欢旅游，听音乐和运动。来公司的这段时间，同事都很热情，在这里不仅学到很多的知识也交到了很多的朋友，也让我感受到了新利大家庭的热情与温暖，对于以后的规划，我希望主要还是尽快的提升自己的能力，能够在工作中独当一面，实现自我价值。

大家好，我是吴春玲。

2017年8月2日入职新利，平时喜欢看励志类书籍，也喜欢运动，特别是羽毛球。我来到新利虽然只有一个半月的时间，但在这短短的日子里，却让我感受公司领导 and 同事对工作的精益求精，对新员工的关怀备至。能够成为公司一员我很自豪，相信这种自豪将使我更有激情的投入到工作当中，我更相信通过自己的学习与努力将会走的更远！





# 新利 2017 线下小趴

快乐时光  
幸福记忆



## 一封“迟到”的感谢信

杭州新利科技有限公司：

从炎炎夏日到金秋九月，历经3个多月，通过系统开发、测试等多个环节，大连银行金融资产管理系统（非标）于9月28日成功上线运行。

在前期的开发、测试中，在贵公司相关领导亲自把关下，在相关技术人员的辛勤努力下，系统开发人员加班加点工作，为我行系统的成功上线做出了重要贡献，在此我代表我行牵头部门领导、员工表示衷心的感谢！

一分耕耘、一分收获，希望在今后的合作过程中，贵公司能够保持前期的优良传统，不断完善系统功能，满足我行相关需求，为系统的不断完善贡献力量。

在国庆、中秋佳节到来之际，祝贵公司全体员工身体健康、工作顺利、阖家幸福！

大连银行公司业务管理部  
2017年9月30日



## TRENDS | 聚焦



向转型要业绩：银行零售转型的“同与不同” / 杜冰 / P10

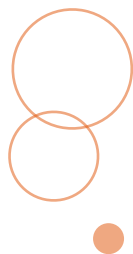
成交量环比下滑 合规框架下 P2P 网贷将走向何方 / 胡萍 / P14

消费金融下半场：得风控者得未来 / 孟扬 / P16

细分客户群体：银行理财瞄准年轻人 / 赵萌 / P19

# 向转型要业绩：银行零售转型的“同与不同”

文 / 赵萌



在净息差收窄、金融监管趋严的背景下，回归零售业务已成为各家银行的必然选择。专家认为，在我国经济新常态背景下，零售业务因受经济周期波动影响相对较弱、经营风险较低而成为不少银行转型的重要抓手。值得关注的是，除了聚焦于提升客户体验以及金融科技的推动作用等共同之处外，具有出色零售业绩的银行在零售领域也各具自身特色和优势。

近日，招行宣布，该行零售客户数正式突破1亿户大关。该行相关负责人表示，招行在网点数量相对有限的情况下，能够取得如此成绩主要得益于招行的“服务基因”。

“向转型要业绩”已成为近年来银行业应对经济新常态以及监管趋严态势的必然选择。记者通过梳理多家上市银行2017年中报数据发现，零售业务的转型初现“燎原之势”，“得零售者得天下”似乎已成为商业银行的战略共识。

值得关注的是，在今年金融市场利率不断上行的背景下，部分银行零售业绩十分抢眼。今年上半年，招行零售业务收入占总收入比重达49.81%，平安银行零售业务收入占比达40%，光大银行和中信银行的零售业务收入占比则分别提高了8个和6.1个百分点，达到38%和31.1%。

那么，这些银行的零售转型有何共同之处？在亮眼业绩的背后，各自又有何区别于其他银行的特点与优势？

## 以客户需求为核心

此前，招行中报披露，截至今年6月末，该行零售客户数达9733万户。招行零售客户数保持快速增长的原因之一，便是招行“因您而变”的立行之本与核心价值观。

记者了解到，无论是银行业首个基于客户号管理，集多储种、多币种、多功能服务于一身的借记卡“一卡通”，率先试水互联网并以此为基础逐步构建网络服务体系的产品“一网通”，还是顺应金融需求和科技变革、打破时空局限的移动交互平台“招商银行App”，向独立互联网品牌跨 >>



>> 越、开启智能消费金融引擎的“掌上生活 App”，招行每一项零售业务创新都离不开“服务至上”的原则。

无独有偶，中信银行也将“以客户需求为核心、提升客户体验”作为该行零售业务发展的主旋律。

中信银行副行长郭党怀明确表示，要做有价值的零售银行。通过提升客户体验增强品牌价值，将是未来该行零售业务发展的主旋律。

“这就要求我们一切工作的出发点都是‘客户体验’，未来产品、渠道、服务都将围绕这个出发点展开。同时，我们还强调科技创新的重要性，特别是借助当前金融科技优势，围绕客户‘痛点’和需求，提供满足客户极致体验的服

务。”中信银行零售银行部副总经理李志涛说。

正是基于“以客户体验为中心”的理念，中信银行薪金煲、出国金融、手机银行、信用卡等特色产品都深受市场好评。数据显示，截至2017年6月末，中信银行个人客户总数达7257.24万户，比上年末增长7.6%；零售贵宾客户数达53.71万户，比上年末增长11.19%；私人银行客户数达2.48万户，比上年末增长15.13%。

#### 金融科技赋能零售转型

实际上，零售业务并不是什么新兴业务。如今，各家银行纷纷回归零售业务，也是在净息差收窄、金融监管趋严背景下的自然选择。专家认为，今年金融市场利率不断 >>

>> 上行，为银行零售业务发展创造了有利环境。除此之外，金融科技的运用更是发挥了无可替代的促进作用，甚至成为了一些银行向零售转型的“核动力”。

中信银行 2017 年中报数据显示，报告期间，该行提供大数据精准营销累计获取个人客户 23.57 万户，带动活跃客户 95.62 万户，带动客户管理资产增加 123.40 亿元。招行则已经将每年税前利润的 1% 投入金融科技，并成立了金融科技委员会，对标互联网企业，重点围绕移动技术、云计算、大数据、人工智能等进行研究开发。“金融科技是招行下半场转型的‘核动力’。” 招商银行行长田惠宇称。

据招行相关负责人介绍，“掌上生活 App”是该行拥抱金融科技的里程碑式作品，同时也为招行零售客户数迅猛增长作出了重要贡献。最新数据显示，“掌上生活 App”总下载次数已突破 1.35 亿次，绑定用户突破 4000 万户。该数据背后反映的是招行聚焦用户需求，以金融科技为“核动力”，依靠大数据、人工智能、云计算等新兴技术，不断提升智能服务的努力。在移动端产品更新迭代的同时，招行还不断深化场景化金融，在今年 7 月和去年分别推出摩拜单车联名信用卡以及滴滴联名信用卡，为移动出行族提供了诸多出行优惠。

平安银行则在今年 8 月推出首家纯零售网点“智能门店”。据平安银行董事长谢永林介绍，该行在本次零售战略转型过程中，将对公业务实行分行集中管理，所有线下网点都转型为零售网点。客户在“智能门店”可以一站式办理银行零售业务以及综合金融业务。同时，“智能门店”还在空间等方面通过嵌入智能化、人性化的配套设备，构建了以“智能化+O2O+ 客户体验”为核心的服务体系。

值得一提的是，零售业务的转型并不局限于存贷款业务，理财领域同样是各家银行比拼金融科技的“战场”。招行去年年底推出“摩羯智投”后，截至今年 7 月底，其规模已 >>



中信银行 2017 年中报数据显示，报告期间，该行提供大数据精准营销累计获取个人客户 23.57 万户，带动活跃客户 95.62 万户，带动客户管理资产增加 123.40 亿元。招行则已经将每年税前利润的 1% 投入金融科技，并成立了金融科技委员会，对标互联网企业，重点围绕移动技术、云计算、大数据、人工智能等进行研究开发。“金融科技是招行下半场转型的‘核动力’。” 招商银行行长田惠宇称。



>> 突破50亿元。今年8月,江苏银行推出“阿尔法智投”的智能投顾服务模块,囊括基金、理财、保险、贷款等多项金融服务,是国内首个“投资+融资”一体化的线上综合服务产品。近日,广发银行也开始试水智能投顾,推出自主研发的智能投资理财平台“广发智投”。

### 零售战略各有千秋

专家表示,在我国经济新常态背景下,国内银行业发展模式正经历着一场深刻的变革,零售业务因受经济周期波动影响相对较弱、经营风险较低而成为不少银行转型的重要抓手。值得关注的是,除了聚焦于提升客户体验以及金融科技的推动作用等共同之处外,具有出色零售业绩的银行在零售领域也各具自身特色和优势。

“移动优先”战略便是招行打造未来零售银行的“杀手锏”。田惠宇表示:“在移动互联时代,不尽快达到亿级的客户规模,未来零售银行很难有‘江湖地位’。”于是,招行借力移动互联东风,顺应客户行为线上化、移动化的趋势,大力部署“移动优先”战略。该行不仅率先推出了闪电贷、刷脸取款、一闪通、“摩羯智投”等业内领先的创新服务,还不断迭代手机银行、掌上生活两个App。

除了股份制银行外,一些城商行也纷纷加入零售转型大军。江苏银行在今年提出了“智慧零售”目标,将个人大额存单、个人结构性存款等更多的零售业务放在线上。此外,该行正在进行新零售CRM系统的建设,实现全客群维护、全流程管理、全渠道投顾、全纬度画像、全终端操作、全条线参与。✍



# 成交量环比下滑， 合规框架下 P2P 网贷将走向何方？

文 / 李珮

作为行业发展的主基调，合规已成为当前平台运营的首要原则。在 P2P 网贷行业没有明确监管范畴的发展初期，过快的增长速度令行业略显浮躁。随着相关政策落地，监管框架确立，平台回归并落实信息中介这一定位，行业发展秩序朝向合规发展方向前进，市场正加速整合与出清。

近期，《处置非法集资条例（征求意见稿）》下发，《网贷机构信息披露指引》出台，各省市陆续发布 P2P 监管细则，愈发收紧的 P2P 网贷监管政策直接反映在了行业的数据中。

不同统计机构的数据均显示 P2P 网贷行业 8 月成交量环比出现下滑。根据网贷之家发布的《P2P 网贷行业 2017 年 8 月月报》（以下简称《报告》）数据，截至今年 8 月，P2P 网贷行业的成交量为 2495.55 亿元，环比下降 1.62%。而据零壹财经的统计，P2P 行业交易规模具体数值与网贷之家的统计有所差别，约为 2521 亿元，环比降幅为 0.08%。

在《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》正式出台一年后，行业成交量出现下滑意味着什么？行业呈现出哪些发展新特点？又将走向何方？

## 增速放缓 行业暂别高速扩张

《报告》显示，截至 8 月底，P2P 网贷行业历史累计成交量达到了 5.33 万亿元，较去年同期增长 106.38%。分地区来看，北上广三地在 8 月份是成交量排名前三位的地区，三地成交量合计占总成交量的 71.18%。

尽管 P2P 网贷行业累计成交量相比去年有大幅增加，但今年以来，行业成交规模增速却在持续放缓。从今年前 8 个月的数据来看，3 月以来，行业成交量基本维持在 2500 亿元附近，已持续半年时间。

业内普遍认为，P2P 网贷行业规模增速放缓，特别是在出台限制规模的政策之后，未来几个月行业成交量可能将小

幅下行。

持续下降的还有运营平台数量。数据显示，截至 8 月末，正常运营平台数量下降至 2065 家。新进的 platform 数量仍然维持个位数增长，8 月当月仅 7 家平台新上线。

另外，值得注意的是，8 月 P2P 网贷行业活跃借款人数首次超过活跃投资人数，分别为 450.83 万人与 447.12 万人。

在网贷之家行业研究员陈晓俊看来，随着众多平台向消费金融等小额信贷业务进行业务合规转型，网贷行业借款人数大幅上升，这符合监管层对于网贷行业小额普惠金融的定位。

在强监管背景下，网贷行业明显呈现出新的发展趋势。玖富集团创始人兼 CEO 孙雷表示，近一年多来，互联网金融的专项整治工作从多个方面深入开展，呈现出行业细分越来越明显、合规程度越来越高和技术化发展路径越来越明确这三个发展趋势。

## 合规当道 回归服务实体经济

作为行业发展的主基调，合规已成为当前平台运营的首要原则。在 P2P 网贷行业没有明确监管范畴的发展初期，过快的增长速度令行业略显浮躁。随着相关政策落地，监管框架确立，平台回归并落实信息中介这一定位，行业发展秩序朝向合规发展方向前进，市场正加速整合与出清。

《报告》显示，截至 8 月末，行业累计停业及问题平台数量达到 3858 家。8 月停业的平台数量为 26 家，另有 >>



# P2P 风控进化



>> 4 家平台在 8 月重新恢复了发标。

尽管整改大限延后至 2018 年，但银行资金存管仍旧是 P2P 网贷平台必须迈过的一关。相较政策出台初期银行与 P2P 网贷平台在该项业务的相互摸索，对接银行资金存管的平台少之又少不同，目前已完成布局的平台数量显著增长。据网贷之家研究中心不完全统计，截至 8 月 24 日，共有 705 家正常运营平台宣布与银行签订直接存管协议，约占同期行业正常运营平台总数量的 33.73%，其中，已有 450 家平台与银行完成直接存管系统对接并上线。

“行业合规发展是一个必然结果，也是一个新的开始。”孙雷表示，对于平台来说，重要的是在合规经营的前提下，构建自身的竞争力，为实体经济作出贡献。

## 拥抱技术 深耕细分市场领域

在融资方面，据不完全统计，2017 年以来，P2P 网贷行业共发生 26 例融资事件，其中，在 8 月份包括点融网、找银子、民生易贷、百金贷、链金所、车 e 融与助商金服 7 家平台获得了不同轮次的融资，而平台的融资情况也从侧面反映出了车贷和消费贷领域在当下更受青睐。

人人贷联合创始人杨一夫表示，当前，小微是中国整个

经济脱虚向实的重要助力，网贷的本质其实是通过互联网进行出借人和借款人的高效匹配，提高资金在实体经济中的流通速度。

小额、分散是 P2P 网贷的优势所在。在政策反复强调 P2P 须坚持普惠定位后，行业进一步分化，走向了深耕细分市场的发展道路，P2P 网贷平台在消费信贷、汽车信贷等服务消费类以及“三农”类等细分领域，都有不同程度的创新发展。

事实上，P2P 在个人消费信贷、车贷等领域的创新，除了依托潜力十足的消费信贷市场中所蕴藏的发展机遇外，更多的需要依赖于大数据风控技术、生物识别功能、人工智能服务、区块链等技术的进步与应用。

在孙雷看来，2016 年 G20 峰会通过了“数字普惠金融高级原则”，从某种程度上已经明确了普惠金融行业的技术化发展路径。

当前，P2P 网贷行业中真正做到应用大数据、区块链、云计算等技术的平台并不算多。不过，对于未来 P2P 网贷行业的转型与发展，不少业内人士仍看好科技创新在驱动行业生态变革、模式创新与服务优化中的作用。✍

# 消费金融下半场：得风控者得未来

文 / 杜冰

对于消费金融市场的未来，专家学者及业内人士在年会上达成共识：风控必将成为左右未来消费金融发展的基石。

相关人士表示，风险管理仍然是影响消费金融发展的一个最重要的因素。消费金融也是金融的属性，必须要关注风险控制，要建设自动化的消费金融决策体系，要实现风险管理全流程的覆盖和控制，要建立全渠道的资产质量管理机制。

“全国金融工作会议强调了为实体经济服务是金融机构的根本宗旨，也是防范金融风险的根本措施。未来消费金融的发展模式，必须考虑如何体现金融回归本源，特别是在发展的同时做好风险控制，在消费需求提高的情况下做好供给侧结构性改革。”中国银监会原副主席蔡鄂生在9月20日召开的2017中国消费金融年会上表示。

当下，随着我国经济发展结构转型升级，消费金融的热潮席卷而来，各类机构跑马圈地，银行业更以开放、协作的姿态深度布局。对于消费金融市场的未来，专家学者及业内人士在年会上达成共识：风控必将成为左右未来消费金融发展的基石。

## “喜忧参半”

国家金融与发展实验室近日发布的《中国消费金融创新报告》显示，当前我国消费金融市场规模已达约6万亿元，预计未来3年平均增速为20%，2020年消费信贷规模有望超过12万亿元。与此同时，美国2016年消费信贷渗透率（剔除按揭贷款的居民消费信贷余额）达到68%，而我国目前仅为23%。

不论从绝对量还是相对量来看，消费金融都有着“远大前程”。不过，在业内专家看来，这一市场“喜忧参半”。

“喜的是在监管部门引导下，2015年消费金融试点扩大到全国以后发展迅速，起到了补缺作用。”国际商会全球理事会执行董事、中国银行原副行长、中国交易银行50人论坛主席张燕玲认为。

伴随着国家对消费金融试点的不断扩大，越来越多的消费分期场景被挖掘。据统计，目前，国内有20余家持牌消费金融公司、160多家专业分期公司以及 >>



>>>2500 多家其他消费金融服务机构。与此同时，从今年半年报来看，多家银行系消费金融公司取得了不俗业绩，比如中银消费基金上半年净利 6.4 亿元。

忧的则是消费金融的经营模式还存在着诸多风险点，比如消费贷款流入房地产市场、股市等问题以及暴露出的套现漏洞，风险管理压力比较大。

“消费金融目前比较严重的一个阴影是重复借贷和过度授信问题，即‘共贷率’比较高。有些客户容易出现借新还旧、拆东补西的现象，这些贷款会引发社会问题，也会对整个行业发展产生重大的影响。”中国互联网金融协会业务部主任沈一飞认为。

“风险管理仍然是影响消费金融发展的一个最重要的因素。消费金融也是金融的属性，必须要关注风险防控，要建设自动化的消费金融决策体系，要实现风险管理全流程的覆盖和控制，要建立全渠道的资产质量管理机制。然而，目前这部分的风控还处在研究和探索阶段，且目前的个人征信体系还不足以支撑消费金融审批及风险防控。”中国人民银行金融研究所互联网金融研究中心秘书长伍旭川表示。

### 数字风控引领革新

银行业内人士所达成的一个共识是，强调创新变革跟风控合规双轮驱动，已成为当下发展消费金融的着力点。

“全面风险管理是整个消费金融公司管理的核心。从

银行的角度来说，消费金融本质上还是贷款，贷款就必须要坚持贷前调查、贷中审查、贷后检查。”中银消费金融互联网事业部高级总监伍纯刚表示。

事实上，近年来，银行业利用自身风控优势，一直在积极探索消费金融风险管理的有效模式。这其中，金融科技的应用释放了巨大能量。

“做金融一定要对风险有敬畏，所以消费金融的竞争，背后实际上就是风控能力的打造，核心是对客户的识别。因为有金融科技的应用，如今在我们速度、准确度、饱和度和度方面都对消费金融体系做了很大的优化。”招商银行信用卡中心客户经营部总经理何成兴表示。

平安银行消费金融事业部副总裁肖世江分享该行的经验称，当前消费信贷一大主要的风险点在于欺诈风险。

“80% 以上的不良来自于欺诈。事实上，银行受监管要求，面签一直是风险防控的一个重要环节。但是从 2009 年到现在来看，实际上面签环节占用了银行很大的运营成本。而如今通过大量地运用金融科技，一定程度上解决了这一痛点。”肖世江介绍，目前平安银行通过刷脸技术等生物技术的应用，有效解决客户真实性、客户身份认证问题。特别是，该行率先应用的“技术微表情机器人”，实现了智能化风险防控。

“面签很大部分除了核实身份以外，还要核客户的 >>>





>> 愿、客户的还款能力、客户本身的真实性。通过微表情机器人，可以智能地针对不同的客户从我们问题库里选择问题，通过客户回答这个问题发现客户的表情变化，给客户进行打分，后台就知道这些客户有可能产生欺诈风险的程度，有助于提升防欺诈的水平。”肖世江称。

### 银行业强调“连接协作”

在风控合规的前提下，消费金融未来发展的看点是什么？

对此，伍纯刚表示，中银消费从多角度提出了消费金融回归本源的有效路径，即“客户越多越好、金额越小越好，场景越细越好”。

包银消费金融股份有限公司总经理助理张莎则认为，未来消费金融发展的关键词为“连接”。

“不单是跟场景的连接，也是跟金融科技公司方方面面的连接，银行如果不跟金融科技公司合作，在反欺诈方面的防第三人欺诈很难实现。”张莎表示。

广东南粤银行消费金融事业部总经理刘涛也认为，消费金融正在经历着一个大浪淘沙的时代，只有协作的力量才能让整个消费金融稳步、健康发展。

“银行在科技方面的优势在于基础扎实。但是在新科技的运用和创新方面，银行需要加强合作，有赖于新兴的消费金融公司、互联网金融公司或者类似三方的合作渠道机构来弥补这部分的不足。”刘涛表示。

何成兴介绍，银行自身沉淀了大量的客户、大量的数据、大量的行为，内部数据已经足够丰富，但仍需要进一步拓展外部资信。

“我们可以看到客户在什么地方、什么时间交易，但是这些还不够，银行也需要跟外部合作，通过数据的丰富进一步拓展可识别客户的半径，希望通过全社会的维度来提升我们的数据饱和度。”何成兴表示。

除此之外，从消费金融发展的大环境来看，沈一飞提出，当前亟须加强的是基础设施建设，包括信息共享和披露机构等。

“基础设施建设目前来说是解决行业共债等问题的核心。要逐步完善社会征信体系，尤其要实现共享机制，用信息共享防止出现孤岛割裂的行为。”沈一飞表示。✍

## 细分客户群体 银行理财瞄准年轻人

文：孟扬



目前银行针对青年群体推出的专属产品和服务越来越多，尽管年轻人现在不是社会财富的主要拥有者，但随着他们职业生涯的逐步发展，前景非常良好，面对这样的族群，银行纷纷“先下手为强”。

通过细化客户类型，银行让更多人感受到了金融服务的创新和改变，而在银行零售转型加速的过程中，理财业务也已经具备了在移动互联网时代的全新博弈资本。

近日，中信银行推出一款专门针对年轻人的理财产品——“存款小目标”。该款产品结合应用场景，满足并挖掘年轻人的需求，将他们的“生活小目标”紧紧地捆绑在银行的产品和服务周围。

记者注意到，目前银行针对青年群体推出的专属产品和服务越来越多，尽管年轻人现在不是社会财富的主要拥有者，但随着他们职业生涯的逐步发展，前景非常良好，面对这样的族群，银行纷纷“先下手为强”。

通过细化客户类型，银行让更多人感受到了金融服务的创新和改变，而在银行零售转型加速的过程中，理财业务也已经具备了在移动互联网时代的全新博弈资本。

### 直击年轻人理财痛点

近些年，随着互联网科技的发展，年轻人在追求生活质量的同时，伴随着爆发式的消费需求，月光、用钱无度、过度透支等财务问题也随之显现。为更好地帮助年轻人解决这些问题，中信银行“存款小目标”通过设置小额存款、专款专用、收益联动及智能操

作四大特点，逐步培养用户理财习惯，从根本上解决财务问题。

据中信银行相关负责人介绍，“存款小目标”有四大特点，一是可设置个性化生活小目标及目标金额，最多可同时设置6个目标；二是存入资金专款专用，起存金额50元，可随时存入，存入后将为客户冻结，直到目标实现才可取出；三是对接增利煲存款产品，按客户存入资金时间，最大化计算收益；四是操作简单智能，客户可通过中信银行手机银行完成“存款小目标”业务办理，查询目标实现进度，目标完成后，资金将自动解除冻结。

历年来，中信银行一直致力于深耕年轻人市场。2015年中信银行推出了年轻人专属借记卡“菁英卡”，提供影视、阅读、健身、美食等多项专属权益，此后陆续与京东白条、淘宝、QQ、猫眼电影等企业跨界合作，提供更多年轻人喜闻乐见的权益与服务。2017年中信银行将产品及权益整合升级，搭建“金融产品+特色权益+跨界联动”的综合服务体系，结合年轻人18至44岁求学期、就业期、安 >>



>> 家期、事业上升期等不同时期的不同需求，为年轻客户提供全方位的金融与非金融服务。

青年群体普遍是 80 后、90 后的上班族，他们处于人生的上升期和重要转变期。受到各种互联网“宝宝”类产品的影响，理财意识普遍提高。现在许多青年的理财行为基本是从存钱或者投资“宝宝”类产品开始的，而且大多数是通过工资理财。因此，中信“菁英卡”的余额理财产品“薪金煲”无疑是“菁英卡”打入青年群体的利器。

和时下流行的互联网理财相比，中信银行“薪金煲”作为银行系“宝宝”，一出生就赢在了起跑线上。“薪金煲”具备余额理财、智能投资，随时支取、快速变现，安全便捷，收益远超活期 10 倍以上等特点，真正实现“货基可当现金用，消费投资两不误，轻松便捷赚收益”，满足“菁英卡”持卡客户闲散资金理财需求，同时配合“菁英卡”专属理财产品，全方位满足“菁英卡”人群财富增值需求。

#### 年轻人专属信用卡走俏

不久前，招商银行信用卡与摩拜单车在上海隆重举行了一场以“摩登生活·我有招”为主题的发布会，正式推出招商银行摩拜单车联名信用卡。

招商银行信用卡总经理助理王钰认为，招商银行摩拜单车联名信用卡的推出，是招商银行信用卡向城市中行走的年轻人的一次致敬，也是招行信用卡拥抱共享经济，优化年轻人出行体验的重大举措。

据记者了解，目前在招行信用卡 4000 万持卡客户中，18 至 30 岁年轻客群占比已超过 70%，在每年新获客户中，年轻客户达 80%。

平安银行也同样注重“年轻人经济”。平安由你信用卡是一款专门为年轻客群 >>





### >> 量身定做的创新信用卡产品。

据平安信用卡中心负责人介绍，平安由你卡的设计完全围绕年轻客群的喜好和需求展开，推出“卡面由你”“权益由你”“掌控由你”三大亮点。持卡人不仅可以按照喜好在音乐、运动、动漫、节日等多种风格中选择卡面，还可以根据自身的需求挑选权益，真正做到“由你决定”。

近日，中信银行联合芒果TV推出借贷合一联名卡，可以帮助观众和网民以一条最便捷、经济的方式追看精彩的视频节目，不用担心被广告截屏、打扰。

对于中信银行芒果TV联名借贷合一卡的推出，有业内人士分析认为，这是两个注重客户品质体验品牌的强强联手，将实现双方在业务资源、消费场景、产品功能等各方面的优势互补。同时，此次跨界合作，也是中信银行聚焦年轻族群经营的又一重要举措。中信银行利用其互联网特色“在线申请、快速审批流程”，可以精准触达活跃于互联网消费的年轻一代，从而与芒果TV一起，为用户提供多元化的丰富权益，满足年轻用户的娱乐和金融双重需求。

### 全力支持年轻人“海淘”

“海淘”，即海外、境外购物，就是通过互联网检索海外商品信息，并通过电子订购单发出购物请求，然后填上

私人信用卡号码，由海外购物网站通过国际快递发货，或是由转运公司代收货物再转寄回国内。

近几年，随着跨国网络代购这一新商业模式的井喷式发展，“海淘”也在国内急剧升温，越来越多的中国人开始加入“海淘”大军。而银行吸引年轻人的最好方式，就是与购物网站展开合作，为年轻消费者提供全方位的金融服务。

今年6月，中信银行与全球最大的社区跨境电商平台小红书开启合作，并发布联名借贷合一卡——小红卡。双方将在联名卡、出国金融、市场活动、国际结算、贸易融资、供应链金融服务等金融与非金融领域展开合作，通过双方全方位的深度合作，为中国人的海外购物提供更多、更全面的金融产品和服务支持。

此外，据记者了解，目前多家银行都搭建了网上商城，涉足多类“海淘”产品。例如，工行依托其遍布全球42个国家和地区的服务网络以及丰富的海外客户资源，大力发展跨境电商服务，已先后上线十余个“融e购”海外国家馆，为消费者提供了良好的海外名品购物体验。兴业银行网上商城“海淘”频道则与市场知名度和信誉度颇高的“洋码头”“麦乐购”“美国购物网”等商户合作提供海外直购服务，确保消费者能够买到“放心”的进口产品。✍



新利软件（集团）股份有限公司

[www.singlee.com.cn](http://www.singlee.com.cn)

电话：0571-88480666

传真：0571-89712755

信箱：[singleeweb@singlee.com.cn](mailto:singleeweb@singlee.com.cn)

网址：[www.singlee.com.cn](http://www.singlee.com.cn)

地址：杭州市西湖区三墩紫宣路 158 号西城博司铭座 9 栋 16 层