

数字经济背景下商业银行产品及服务模式转型研究

段梦娟

西安培华学院 陕西 西安 710125

摘要: 中国信息通信研究院发布的《中国数字经济发展报告(2022年)》统计数据显示,2021年中国数字经济规模达45.5万亿元,占国内生产总值的39.8%,位居全球领先地位。2022年1月,国务院印发了《“十四五”数字经济发展规划》,明确提出到2025年数字经济核心产值占GDP比重5年内增长至10%,电子商务交易规模达46万亿元的发展目标。随着大数据支持、开放共享、去中心化成为新经济形态的重要特征,商业银行的经营形式、运营模式、盈利方向、竞争优势等方面也发生了较大的变化。电子支付、电子商务越来越普及,手机银行、网上银行成为金融部门不可分割的一部分,前台与后台分离成为商业银行运营管理的重要特点,成本和收入结构的变化带来了商业银行盈利方向的转变,生态竞争成为商业银行竞争的焦点。

面对数字经济给商业银行的产品发展和服务模式带来的挑战,商业银行要开展数字化精准营销、培养创新型专业人才、提升智能化风控水平,以提升其市场竞争优势,本文在梳理当前商业银行创新金融产品的基础上,就商业银行产品和服务模式进行探索,以期通过产品改革和服务模式转型促进商业银行发展。

关键词: 数字经济; 商业银行; 服务模式

引言

2022年初,中国人民银行发布了《金融科技发展规划(2022—2025年)》,提出要加快金融行业的数字化转型,加强数字基础设施建设,以数字思维指导业务创新,充分运用数字技术开展数字化营销,激活数字化新动能,打造智慧金融新业态。二十大报告指出,“加快发展数字经济,促进数字经济和实体经济深度融合”。

新技术、新模式、新业态不断渗透到人们生活的方方面面,导致人们的行为模式发生了颠覆性的变化。在金融服务方面,通过手机进行支付、转账、理财、贷款已日益普遍。在金融产品方面,数字化所带来的海量信息使得人们在进行金融理财产品选择时能做出更加理性的决定。在金融政策方面,通过各种公开渠道,人们能及时获取最新的金融政策,这也在一定程度上使得个体消费者与商业银行之间的地位发生了变化。此外,阿里、腾讯、京东、百度等互联网公司,也顺应数字经济时代消费者对银行业的需求变化,挟雄厚的资本、丰富的场景生态、极致的用户体验和颠覆式的产品创新策略,向金融领域发起冲击。

作为数字金融的重要参与主体,商业银行如何抓住数字经济发展新契机,在应对新挑战的同时,走好转型发展之路,是目前商业银行值得思考和亟待解决的关键问题。

作者简介: 段梦娟,1990年11月一,女,汉族,陕西咸阳,硕士研究生,副教授,西安培华学院,主要研究方向:会计理论与实务。

1 商业银行数字化转型面临的问题

1.1 产品方面存在的问题

尽管当前我国商业银行在产品上不断推出新型金融产品和服务,但是仍然存在创新性不足、同质化严重的问题。一些产品是借鉴国外商业银行或者其他同行的简单模仿,一些产品是借着政策和市场的契机推出的原有的产品,还有一些产品的设计是站在银行自身的角度来设计,这样的产品是缺乏核心竞争力的。

之所以存在这样的问题在于(1)银行在经营过程中对市场了解程度不够,对客户需求认识不清;(2)我国银行自身的定位并没有足够的清晰,不同银行之间的定位差异较小,所以各银行提供的金融产品和服务缺乏独特性,产品创新动力不足;(3)银行金融产品开发周期较长,层层审批的周期较长,容易错过产品推广的最佳时期,很难适应快速变动的需求环境。

1.2 客户方面存在的问题

据统计,银行业60%以上的收入来自50岁及以上的客户,而20岁到45岁的人群是智能手机用户增长最快的群体。90后和00后成为新生核心力量,他们与互联网相伴而生,对数字化有一种天然的熟悉感,是未来数字化银行的主流客户,他们有更强的自主性以及独立的决策能力,客户需求已经逐步演化为对快捷、方便、互联等体验式金融服务的获得,这一代人更注重消费金融的场景化。此外,新一代互联网、人工智能、区块链、云计算、大数据等新技术所带来的新应用和新服务在对接新

的客户需求并抢夺了客户资源,导致商业银行原有客户的巨大粘性逐渐弱化。当出现客户经理缺少、客户关系管理半径太大、客户未覆盖完全时,都可能会出现高端客户的维护不到位,普通客户的维护范围不广,未做到差异化、精细化管理,如果失去提高客户粘性的频繁支付服务,也会失去新一代的客户主体。

1.3 物理网点转型存在的问题

1.3.1 银行物理网点业务结构单一

当前商业银行正处于数字化转型的起步阶段,在进行智能化改造时整体进度较慢,物理网点功能及业务结构区域单一化,网点建设及运营管理需要耗费大量劳动力,银行网点经营成本也随之增加。随着当前网络及科学技术的高速发展,线上交易不仅受众广泛,且整体成本较低,加剧了金融业市场竞争,银行网点由于创新能力较低,且受到诸多外界因素影响,导致银行市场进一步缩小,同业竞争加剧,银行网点有价值客户流减少,网点的经营基础也会被逐步边缘化。

1.3.2 客户需求多变,网点服务存在滞后性

数字经济时代下,客户群体结构出现改变,差异性需求也随之显现,部分中老年客户习惯于传统柜台服务的方式,年轻群体则对自主操作提出了更高的要求,客户对银行服务要求的转变致使银行改进服务的压力日显迫切。同时,随着新兴技术与银行业务的不断融合,客户消费行为也发生了变化,出现金融消费的多元化趋势,而银行网点服务存在着滞后性。

1.3.3 客户基础薄弱,业务推广力度不足

在智能技术的支持下,部分银行网点制定了业务推广策略,但在实施业务推广过程中,网点存在大量低效客户,占用着银行网点的服务资源,未能实现客户结构的优化。同时,由于岗位制约,银行网点缺少高素质管理人才与专业性人才,对多元差异的客户需求掌握不够透彻,营销队伍中只有少数能够为客户提供良好的咨询与引导服务,对所配备的智能化设备功能把握力度不足,跟踪检测工作缺乏一定科学性。

1.4 科技人才队伍建设方面存在的问题

根据中国信通院发布的《数字经济就业影响研究报告》可知,数字化人才缺口接近1100万,高端人才更加缺乏。商业银行数字化转型成功与否取决于对数字技术的应用,对数字技术运用的深度与广度决定了商业银行数字化转型的进度与程度。其中,对技术的应用在很大程度上取决于商业银行现有技术人才的水平。而商业银行数字化人才分布不均及供给严重不足等严重影响了商业银行的数字化转型,致使有的商业银行数字化转型进

度快,有的商业银行数字化转型进度慢。

2 数字经济对商业银行高质量发展的影响

2.1 数字经济对商业银行高质量发展的正面影响

2.1.1 助力商业银行传统产品线和服务模式转型升级

从新兴业务来看,供应链金融、财富管理、资产证券化等发展迅猛。“工银聚富通”可为合作方提供“一点接入、全产品服务”的综合化金融解决方案,充分利用API、SDK、H5等技术手段,以接口对接的方式,实现银行成熟、安全、稳定、高效的金融产品与合作平台之间的有效链接,可提供用户管理、账户管理、支付收单、清算结算、交易融资、代收代付、票据交易、合规管理、风险管理、数据运营、增值功能等服务内容。

2.1.2 提高商业银行风险抵御能力

一方面,在线业务、移动支付的广泛应用形成了客户信用、资金流向、消费习惯等海量结构化和非结构化数据,这为商业银行精准描绘客户画像、及时发现异常行为奠定了数据基础。另一方面,人工智能、大数据等金融科技的发展,极大提升了银行海量异构数据的获取、存储、计算、分析能力,通过机器学习算法和智能预警模型,银行可以及时识别信用风险、操作风险、市场风险等各类风险事件,提高反欺诈、反洗钱等风险防控的有效性和及时性。

2.1.3 商业银行产品的普惠性日益提升

金融科技创新对商业银行普惠金融服务能力的提升具有显著作用,并在一定程度上有效平衡了普惠金融业务中“普惠”与“获利”之间的矛盾。从个人金融服务来看,各类技术的应用扩大了个人金融服务覆盖面,并且个人金融服务越来越快捷、便利、智能化。

2.2 数字经济对商业银行高质量发展的负面影响

2.2.1 金融脱媒现象对传统银行产品和服务造成一定冲击

信息技术的迅猛发展催生了大量新兴金融业态,对商业银行的传统中介地位造成了一定冲击。以第三方支付为例,支付宝、微信支付等机构依托社交网络数据优势,通过支付便捷化和场景化设计,在移动支付领域占据主导地位,一定程度上分流了商业银行的存款和中间业务收入。互联网理财平台通过大数据实现资金智能配置,在客户体验、投资门槛等方面对银行形成优势,分流了部分居民理财需求。在客户粘性降低、获客成本上升的双重压力下,商业银行面临着利差收窄、同业竞争加剧的生存环境,传统商业银行业务模式和盈利模式受到冲击,转型发展面临危机。

2.2.2 商业银行产品设计和合规风险有所增加

商业银行在产品销售和服务方面会采集海量的客户数据,如存储、使用不当,可能侵犯客户隐私,违反数据保护相关法律法规,数据治理体系不健全引发数据质量、安全等问题。技术操作风险上升,系统故障,程序错误,黑客攻击IT风险事件,导致交易延误,数据丢失违规事件。创新产品风险突出,线上消费信贷、供应链融资等创新产品的快速发展。跨境业务风险上升,互联网跨境支付、跨境电商金融等业务的开展,面临着不同国家法律体系、监管规则的合规挑战。

3 数字经济背景下商业银行产品和服务模式转型路径对策建议

3.1 建立标准化的产品和服务管理体系

建立横向和纵向产品和客户服务质效评价体系。首先,针对横向质效评价,行内应建立同各条线间的合作评价框架,在原有行内指标口径的统一基础上,按照产品和服务识别机制增加标准质效转化体系。其次,针对横向质效评价,建立同产品和服务的延展质效评价体系,基于行内合作目标,按照成效归因机制采取市场化方式进行产品和服务选择,逐步建立产品和服务任务的市场定价机制和合作机制。再次,针对纵向质效评价,对同一产品和服务建立覆盖度和适配金融产品覆盖度的动态评价机制,及时调整转化效果不足的合作事项。

3.2 丰富产品内涵,打造开放银行生态

随着数字化浪潮的推进,开放银行已成为商业银行数字化转型持续发展的必然趋势。开放银行是指借助API、SDK等先进技术手段,实现与其他银行及第三方机构之间的数据共享。通过这种模式,服务场景得以融合,创造出新的价值,形成了一种具有平台化特色的商业模式。然而,要构建这样一个开放、共享、创新的银行生态圈,仅仅依靠现有的技术手段是远远不够的。借助区块链技术的引入,构建一个开放银行生态圈,其中数据网络、信任网络与价值网络实现互联互通。在这一生态圈中,各银行、金融科技公司以及电商平台等第三方合作伙伴得以共同参与金融服务的创新过程,从而为客户提供更加优质且便捷的金融服务体验。

3.3 聚焦细分领域,抓实抓细服务创新

商业银行作为经济体系的重要一环,应深度融入现代化产业体系,大力支持新质生产力的发展。

(1) 聚焦高端化、智能化、绿色化、全球化的企业金融需求。一方面打造专属科创产品,制定专门风控策略。针对高技术性、高成长性、高风险性、高估值性,且存在股权上市的预期的企业,银行在符合信贷基本条

件的情况下,可以考虑降低风险控制要求,以适应科创企业的高成长性和资本市场融资带来的快速增加的现金流。另一方面加强对绿色行业新模式、新业态、新技术的分析研究。通过推出绿色行业细分产品体系,加强绿色信贷产品创新及应用,加快推进远期、期货、期权、掉期等绿色金融衍生产品的开发,银行可以增强绿色金融产品的灵活性和竞争力,为绿色产业的发展提供有力支持。(2) 深耕消费场景,激发零售金融市场的活力。通过精准的市场定位和产品创新,银行可以满足消费者“普适”的需求,如“爆款”信用卡活动,进一步提升零售金融市场的竞争力。

3.4 提升产品安全性,加强科技数据治理

数据质量的高低直接影响到银行决策的准确性、风险控制的能力以及业务运营的效率。为提升数据质量,商业银行需要建立完善的数据质量控制机制,对数据进行全生命周期管理。在数据采集阶段,商业银行可采用大数据技术,从各个业务系统中抓取数据,并进行实时更新;在数据处理阶段,商业银行可采用区块链技术确保数据的真实性和不可篡改性;在数据存储阶段,商业银行可采用云计算平台,确保数据的安全性和可扩展性。通过这一系列措施,充分发挥数据要素的价值作用,提升风险控制能力,提升金融产品安全性。

构建与数字化转型相适应的组织架构,这对于解决组织内部数据孤岛问题、推动业务高质量发展至关重要。在数字化转型的过程中,商业银行应建立健全数据治理组织架构,明确董事会、监事会、高级管理层、业务部门、风险管理部门、信息科技部门、内部审计部门等数据治理相关各方的职责分工。同时,应制定完善的数据治理政策和制度,规范数据治理行为,确保数据治理工作的有效性和合规性。

参考文献

- [1]李剑峰.数字经济时代采购面临的挑战与发展[J].中国物流与采购,2021(03):46-47.
- [2]谢绚丽.商业银行数字化转型的现状、挑战和机遇[N].中华工商时报,2021.01.
- [3]周静.江西银行业数字化转型发展研究[J].合作经济与科技,2021(11):52—53.
- [4]季成.商业银行消费金融数字化转型研究[J].国际金融,2022,(09):74-80.
- [5]丁贺.数字经济时代的商业银行转型:策略、挑战与机遇[J].商业观察,2024,10(19):42-46.
- [6]张光耀.数字经济时代商业银行数字化转型研究[J].财经界,2023,(25):30-32.