



2017年中国直销银行 评测与创新分析报告



联合发布

技术支持

CONTENT

目录

◇ 前言	01
◇ 分析定义与分析范畴	03
◇ 研究界定	05
◇ 核心观点	07
◇ 第一章 独立直销银行APP评测体系	09
一、独立直销银行APP评测指标	10
二、独立直销银行APP综合评级	13
◇ 第二章 直销银行市场分析	15
一、直销银行现状概况	16
1. 独立直销银行APP数量及区域分布	16
2. 独立直销银行APP用户分析	18
3. 独立直销银行APP产品分析	21
4. 不同类型银行直销银行的定位	22
二、直销银行发展分析	23
1. 直销银行发展三大挑战	23
2. 直销银行发展三大问题	25
3. 直销银行发展六大机遇	26
◇ 附录：独立直销银行APP列表	39

PREFACE

前言

直销银行作为银行数字化转型的重要手段,主要依托Ⅱ、Ⅲ类电子账户开展业务,消除获客壁垒。同时,直销银行可与互联网平台及垂直行业进行场景化融合,实现业务的规模化发展,因此,直销银行已成为近年来商业银行重点关注的领域之一。截至2017年8月末,国内发展独立直销银行APP的银行已达105家,但发展程度不一。

为对国内直销银行行业发展进行全面的分析,同时在业界建立科学规范的独立直销银行APP评测标准,真实反映直销银行APP发展现状,由中国银行业协会和中小银行互联网金融联盟联合组织开展独立直销银行APP评测工作,并由金融壹账通和易观提供技术支持。

《2017年中国直销银行评测与创新分析报告》建立在独立直销银行APP的分析基础上,旨在为整个直销银行的行业发展现状、未来趋势及机遇提供洞见,并研究出一套客观、全面、科学的评测体系,全方位度量并真实反映各家直销银行APP的优劣势,找出关键差异,为推动直销银行发展提供可借鉴的意见和建议。

《2017年中国直销银行评测与创新分析报告》主要从两大方面对直销银行进行分析:一是独立直销银行APP评测体系,根据数据可获得性及评测指标对独立直销银行APP进行详细评测;二是直销银行市场分析,包括直销银行数量及区域分布、直销银行APP用户及产品分析等直销银行现状概况,以及直销银行发展面临的挑战、问题及机遇分析,为直销银行的发展提供参考。

本报告仅基于可监测的独立直销银行APP进行数据分析及结果展示,难免有不成熟之处。后续我们将做进一步更为详细的研究和论证,欢迎广大读者与我们分享您的真知灼见,帮助我们不断提升和完善。

ANALYSIS DEFINITION AND SCOPE

分析定义 与分析范畴

分析定义：

- 广义的直销银行是指通过互联网、移动互联网、电话等工具开展银行业务及服务的数字化银行。
- 本报告提及的国内直销银行专指由传统银行设立，依托于Ⅱ类、Ⅲ类电子账户，通过互联网技术提供线上线下相结合的金融及生活服务的新型银行运作模式。

分析范畴：

- 本报告以独立直销银行 APP 的分析为基础，探讨国内直销银行的发展情况，主要包括独立直销银行 APP 评测体系、直销银行现状概况、直销银行发展与案例分析等内容。
- 目前直销银行主要以独立 APP 应用为服务模式开展业务，榜单以此为基础，开展全面评测。独立直销银行 APP 指基于安卓、IOS 等操作系统，安装在移动设备上的直销银行应用程序。

STUDY DEFINE

研究界定

直销银行相较于传统电子银行及线上民营银行，虽有相似但在牌照及客户来源上差异较大。直销银行目前大多在母行内部运作，暂不需要牌照，如作为独立法人运营，需监管颁发独立直销银行牌照；另外，直销银行依托电子账户服务本行存量客户及行外客户。

直销银行与传统电子银行、线上民营银行的区别

报告研究重点

	直销银行	传统电子银行	线上民营银行
描述	以传统商业银行为设立主体，或银行联合互联网企业共同设立的依托Ⅱ类、Ⅲ类电子账户开展业务的数字化银行	由传统商业银行设立的，基于Ⅰ类账户开展现有业务的电子渠道，如网上银行、手机银行等	由大型互联网企业参与设立的，依托Ⅱ类电子账户、完全通过互联网渠道开展业务的互联网银行，如网商银行、微众银行
牌照	- 如作为独立法人运营，需监管颁发独立直销银行牌照 - 如在母行内部运作，暂不需要	银行业务在电子渠道上的展现，不需要单独牌照	需要监管部门颁发专门的民营银行牌照，规定其业务范围
主要客户来源	- 母行通过线下网点开户的存量客户 - 他行客户及非银行客户	本行线下网点存量客户	作为独立银行实体，没有银行存量客户基础，单纯从互联网渠道获取增量客户

CORE VIEWS

核心观点

六大维度全方位评测独立直销银行 APP，城商行直销银行 APP 表现最佳

- 由中国银行业协会和中小银行互联网金融联盟联合组织开展独立直销银行 APP 的评测工作，评测指标体系经过来自监管、业界、学界专家评委的严格评审。
- 本次评测体系共包含 6 个一级指标、25 个二级指标以及 64 个三级指标，在市场现有的 105 个独立直销银行 APP 基础上，基于易观千帆截至 2017 年 8 月份可监测的数据，从金融产品、用户行为、系统性能、安全合规、用户体验及创新服务六大维度对 44 个独立直销银行 APP 展开详细评测。
- 参与详细评测的 44 个独立直销银行 APP 中，获 4.5 颗星及以上的直销银行占榜单总体 34%，民生直销银行跃居榜单榜首；城商行总数最多，共计 11 家；大型银行中工银直销银行获得 4.5 颗星；农商行中仅紫金银行直销银行获得 4.5 颗星。
- 通过评测发现，部分独立直销银行 APP 呈现出诸多亮点：在金融产品上，涵盖较为全面的产品体系；在安全合规上，以多种方式保证客户资金安全，并积极尝试以生物识别的方式进行用户身份认证；在用户体验上，支持在线修改手机号和在线销户；在创新服务上，提供医疗、五险一金查询、车、房相关等创新生活服务，以智能投顾、理财产品质押贷款、二维码支付等不断丰富金融产品和服务。

独立直销银行 APP 规模超百家，贷款及银行理财产品逐渐占据主流

- 截至 2017 年 8 月末，国内设立独立直销银行 APP 应用的银行共计 105 家，城商行、农商行 / 农信社占总数的 88.6%；越来越多的外资行正积极探索进入中国直销银行市场领域；
- 直销银行发展与区域经济存在一定关联，区域分布从华东及沿海地区逐渐向中西部扩展，其 APP 用户多位于二线及以上城市，消费水平普遍较高；直销银行已产生一定行业影响力，用户知晓率高达 80.7%，其使用人群中，用户复购率为 60.1%；直销银行 APP 产品以现金管理类为主，贷款及银行理财产品逐渐占据主流，金融服务主要围绕支付开展；不同类型银行对直销银行拥有截然不同的定位，特色化的发展战略或为其提供全新的业务机遇。

直销银行发展面临的挑战、问题及机遇

- **三大挑战：**来自领先的民营银行、综合性的互联网金融企业的挑战及监管压力；
- **三大问题：**定位不清、创新不足及差异不够；
- **六大机遇：**合作并进、灵活创新、智能应用、场景融合、特色定位及云端部署。

CHAPTER 1

第一章

独立直销银行APP评测体系

为在业界建立科学规范的独立直销银行 APP 评测标准，真实反映独立直销银行 APP 发展现状，由中国银行业协会和中小银行互联网金融联盟联合组织开展独立直销银行 APP 指标体系的评测工作。在金融壹账通和易观数据的技术支持下，制定独立直销银行 APP 评测体系，其中共包含 6 个一级指标，25 个二级指标以及 64 个三级指标。该评测指标体系经过了来自监管、业界、学界的专家评委的评审。本次参与详细评级的直销银行共 44 家，根据评测结果，获 4.5 颗星及以上的直销银行有 15 家，其中，民生直销银行位居榜单榜首。

一、独立直销银行APP评测指标

◆ 评测指标特点

本独立直销银行 APP 评测指标体系包括金融产品、用户行为、系统性能、安全合规、用户体验及创新服务六大维度。

主要有以下特点：

- 定量 + 定性，综合评测客观

通过易观千帆监测到的独立直销银行 APP 用户数据，如月活用户数、月使用时长、人均启动次数等指标，客观公正地反映独立直销银行 APP 的用户规模、用户使用行为等。

- 金融 + 生活，服务覆盖全面

在全面覆盖直销银行提供的金融服务、生活服务以及其它创新服务基础上，强调了直销银行的金融属性，真实地反映直销银行功能情况。

- 性能 + 场景，技术分析科学

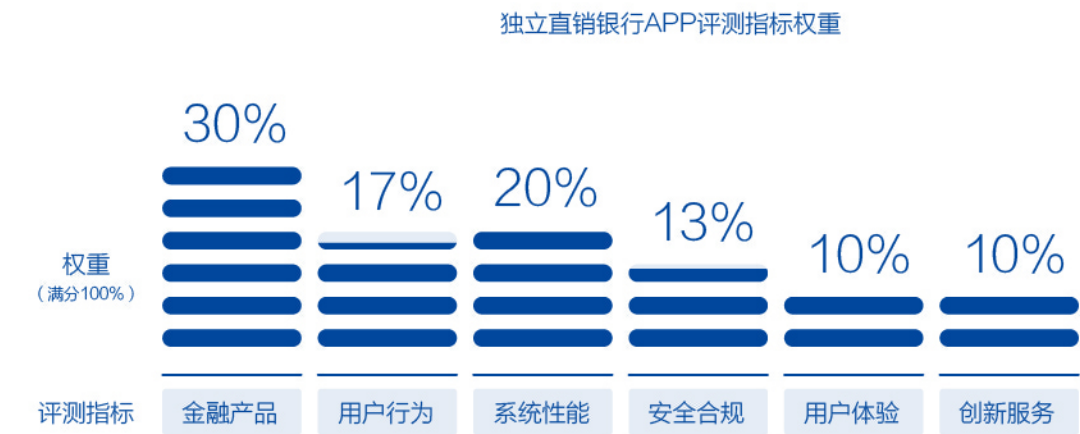
选取标准场景页面进行综合评测，如首页加载、产品列表、理财详情等，结果更客观稳定；兼容性测试覆盖安装、启动、运行等场景，科学全面。

评测指标体系说明

截至 2017 年 8 月末，国内设立独立直销银行 APP 应用的银行共计 105 家。根据数据及信息的可获得性（月活用户在 1000 户以上），本报告对 44 个独立直销银行 APP 进行详细评测，其中用户行为数据以 2017 年 8 月易观千帆数据为准。本次评测结果以星级为基础，共划分为五个等级。

以下为评测体系六大维度及所占权重情况：

- **金融产品**：评价直销银行 APP 金融产品及服务的丰富性；
- **用户行为**：通过定量指标来展现直销银行 APP 规模、基础运营及用户粘性；
- **系统性能**：评价直销银行 APP 的性能、稳定性、兼容性；
- **安全合规**：密码、短信确认、账户保险等保障安全能力及开户合规性；
- **用户体验**：注册绑卡登录流程优化、操作便捷等体验；
- **创新服务**：直销银行生活服务、金融产品创新能力。



评测指标细分

本评测体系根据直销银行 APP 的特点，甄选出了能够体现线上直销平台综合能力的 6 个一级指标，25 个二级指标以及 64 个三级指标。

独立直销银行APP评测指标

一级指标	二级指标	三级指标
金融产品	投资理财	银行理财、基金
	现金管理	智能存款、货币基金
	贷款	产品种类、数量及线上化情况
	支付	缴费支付、转账汇款、信用卡还款、其他消费支付
	其他金融产品	黄金、保险、其他
用户行为	APP 规模	活跃用户、启动次数、使用时长
	基础运营	人均使用次数、人均使用时长、人均单日启动次数、人均单日使用时长
系统性能	性能	平均 CPU 占用、平均内存消耗、每分钟流量消耗、内存泄漏、内存抖动、每帧渲染时间小于 16ms、启动时间、APP 安装包大小
	安全性	各级安全漏洞数
	稳定性	各类 Monkey 异常次数
	兼容性	安装、启动、运行异常设备数
安全合规	密码保障	密码错误次数控制、忘记密码、密码重置
	交易保障	交易密码、交易确认通知
	账户安全保障	账户资金安全保障、异常情况下安全保障
	身份认证方式	身份认证方式的多样性
	合规性	是否必须留存身份证影印件、开立 II 类户应至少验证五要素、信息披露
用户体验	注册	注册方式便利性
	绑卡	绑定卡支持银行数量、绑定卡是否支持信用卡
	资金转入转出	资金转入转出金额是否有限制
	登录	登录方式便利性
	界面操作	操作指引、流畅度、金融产品购买流畅度
	客户服务	客户服务方式、客户服务效率
	客户信息变更	手机号变更、电子账户注销
创新服务	服务创新	能满足客户多样化生活服务需求，同时有助于提升直销银行活跃的服务及功能创新
	产品创新	能创造客户价值高、客户体验好、市场上稀缺的直销银行产品

二、独立直销银行APP综合评级

独立直销银行APP榜单点评

总体来看，在参与评级的 44 个直销银行 APP 中，获得 4.5 颗星及以上的直销银行占榜单总体的 34%。在这些表现优良的直销银行中，城商行总数最多，有 3 家获得 5 颗星，8 家获得 4.5 颗星；全国性股份制银行直销银行中，民生直销银行跃居整个榜单榜首，光大阳光银行也获得 5 颗星；大型银行中唯一的直销银行工银直销银行获得 4.5 颗星；农商行中仅紫金银行直销银行获得 4.5 颗星。

独立直销银行APP亮点分析

评测指标	亮点说明
金融产品	部分直销银行金融产品非常丰富，涵盖银行理财、智能存款、贷款、支付、基金、保险、黄金等 工银直销银行上线交易类产品包括账户贵金属、账户能源、账户农产品、积存金等、比较有特色
安全合规	银行卡资金损失保险、异常情况下自动退出等措施保证客户资金安全 部分直销银行支持指纹验证、人脸识别验证、声纹验证等新型身份认证方式
用户体验	民生直销银行、光大阳光银行等绑定卡支持信用卡 部分直销银行除支持在线修改手机号之外，还支持在线销户
创新服务	医疗、五险一金查询、车、房等相关创新服务 智能投顾、理财产品质押贷款、二维码支付等创新产品

独立直销银行APP综合评级

综合评级	直销银行APP	所属银行	综合评级	直销银行APP	所属银行
★★★★★	 民生直销银行	民生银行	★★★★☆	 北京银行直销银行	北京银行
	 江苏银行直销银行	江苏银行		 南和直销银行	南和农商银行
	 宁波银行直销银行	宁波银行		 天空银行	湖北银行
	 上行快线	上海银行		 平顶山银行直销银行	平顶山银行
	 阳光银行	光大银行		 广发直销银行	广发银行
★★★★☆	 杭银直销	杭州银行	★★★★☆	 昆仑银行直销银行	昆仑银行
	 你好银行	南京银行		 广州银行直销银行	广州银行
	 徽常有财	徽商银行		 百合直销银行	兰州银行
	 富乐e家	绵阳市商业银行		 彩虹bank	河北银行
	 工银直销银行	工商银行		 小狮bank	佛山农商银行
	 华润直销银行	珠海华润银行		 一贯	恒丰银行
	 有氧金融	包商银行		 恐龙银行	自贡银行
	 钱承有余	重庆银行		 齐商直销银行	齐商银行
★★★★☆	 威海银行直销银行	威海市商业银行	★★★★☆	 新丝路bank	西安银行
	 紫金银行直销银行	紫金农商银行		 吉银财富	吉林银行
	 燕子银行	常熟农商银行		 e帆风顺	顺德农商银行
	 金e融	江西银行		 华瑞直销银行	上海华瑞银行
	 芒果银行	攀枝花市商业银行		 小爽bank	贵阳银行
	 郑州银行鼎融易	郑州银行		 乐易bank	赣州银行
	 小草银行	晋城银行		 启富东疆	启东农商银行
	 浙+银行	浙商银行		 桂银直销	桂林银行
★★★★☆	 99银行	晋中银行	★★★★☆	 廊坊银行直销银行	廊坊银行

CHAPTER 2

第二章

直销银行市场分析

当前，独立直销银行 APP 数量已有 105 个，区域分布主要从华东及沿海地区向中西部扩展。直销银行 APP 产品以现金管理类为主，贷款及银行理财产品逐渐占据主流；另外，不同类型银行对直销银行拥有截然不同的定位，特色化的发展战略或为其提供全新的业务机遇。

同时直销银行面临诸多挑战及问题，包括民营银行、互联网金融企业及监管等外部挑战，及内部普遍存在的定位不清、创新不足、差异不够等问题，但直销银行作为传统银行互联网化的试验田，有广阔的发展空间，应以合作并进、灵活创新、智能应用、场景融合、特色定位及云端部署为主要突破点，以抓住发展机遇，抢占市场。

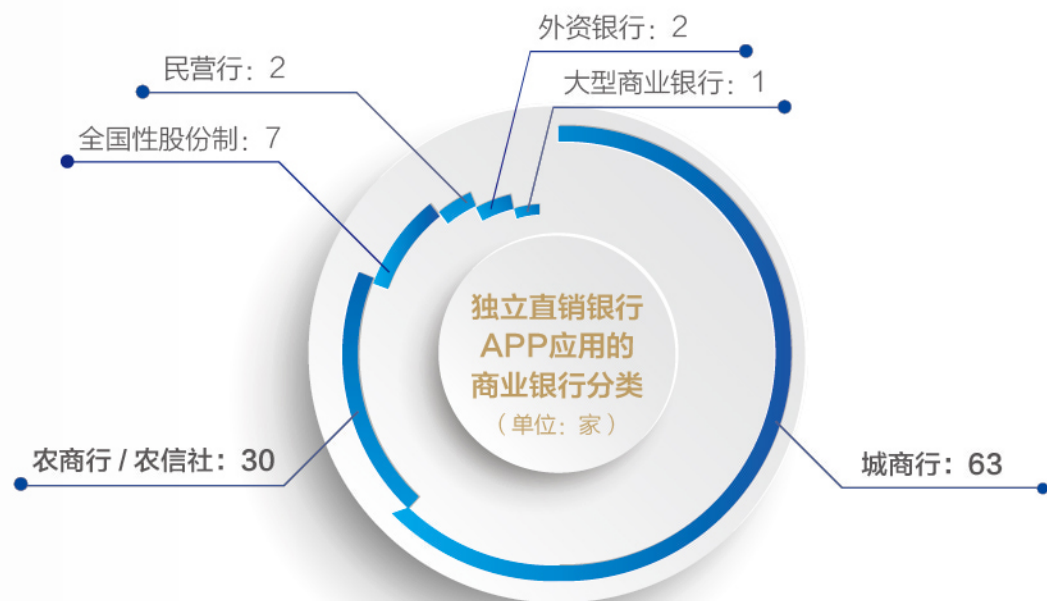
一、直销银行现状概况

1、独立直销银行APP数量及区域分布

◇ 直销银行APP数量

- **直销银行发展势头依然强劲：**截至 2017 年 8 月末，国内采取独立直销银行 APP 服务模式的银行已达 105 家，相比 2017 年 2 月末新增 12 家，保持较快发展势头。
- **城商行、农商行 / 农信社是主流：**中小银行是设立直销银行的主力军，直销银行参与主体中，城商行和农商行 / 农信社占总数的 88.6%。城商行表现最为积极，共 63 家城商行上线直销银行 APP；大型商业银行仅工行发布直销银行。
- **外资行探索在华直销银行业务可能性：**截至 2017 年 8 月，已有两家外资银行设立独立直销银行 APP，进驻直销银行领域，且越来越多的外资银行正在积极探索进入中国直销银行市场。

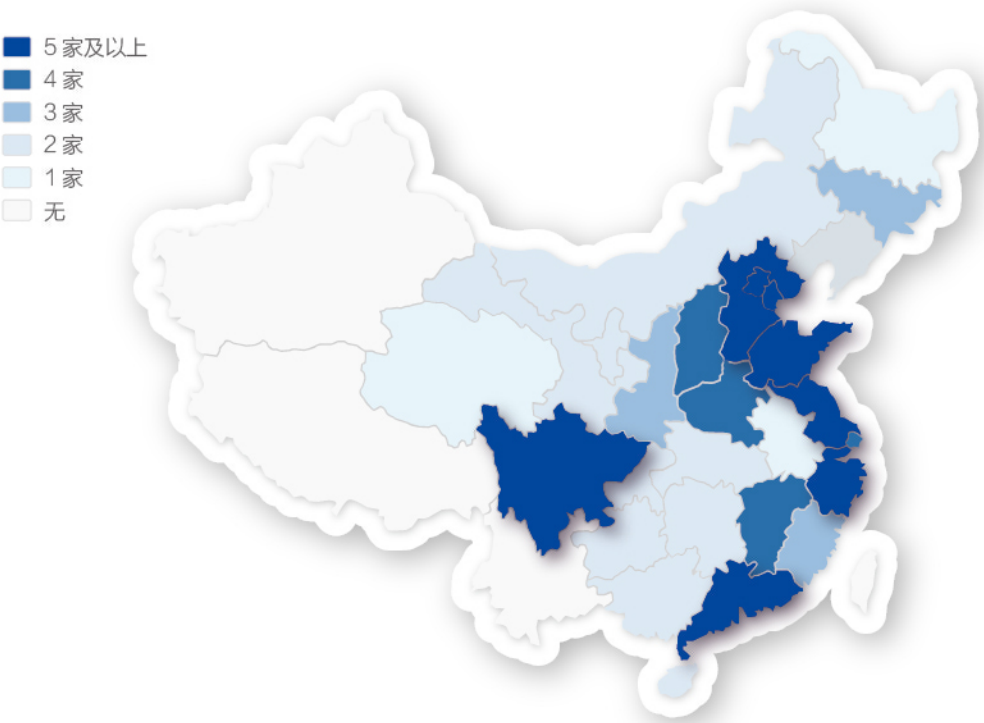
国内已推出独立直销银行APP应用的商业银行分类



直销银行区域分布

- 从国内直销银行母行总部所在地来看，直销银行的区域分布呈现出从华东及沿海地区向中西部扩展的特点，西南地区以四川为主。
- 直销银行的发展与区域经济发展及用户理财意识呈现正相关关系，经济越是发达，用户理财意识越是强烈，其区域内的银行则更热衷于发展直销银行业务。

国内直销银行母行总部所在区域分布



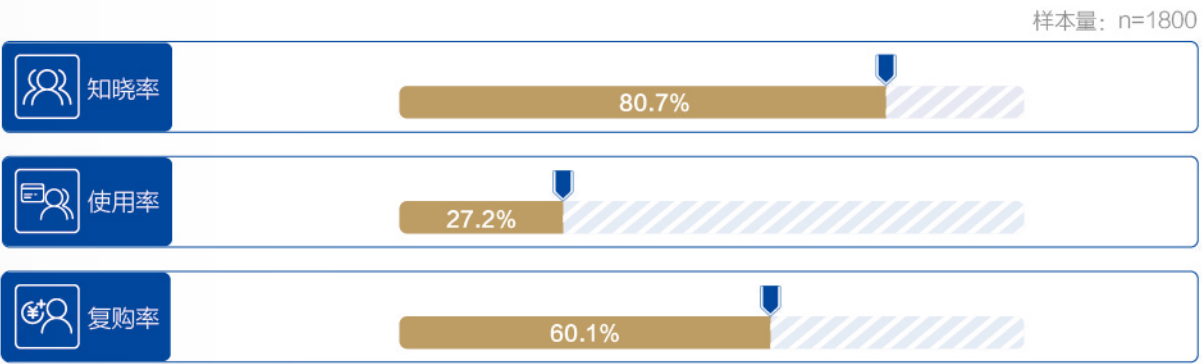
2、独立直销银行APP用户分析

直销银行用户知晓率及使用率:

我们对一二三线城市移动互联网理财用户以电话访谈及问卷的形式开展调研，主要研究结果如下：

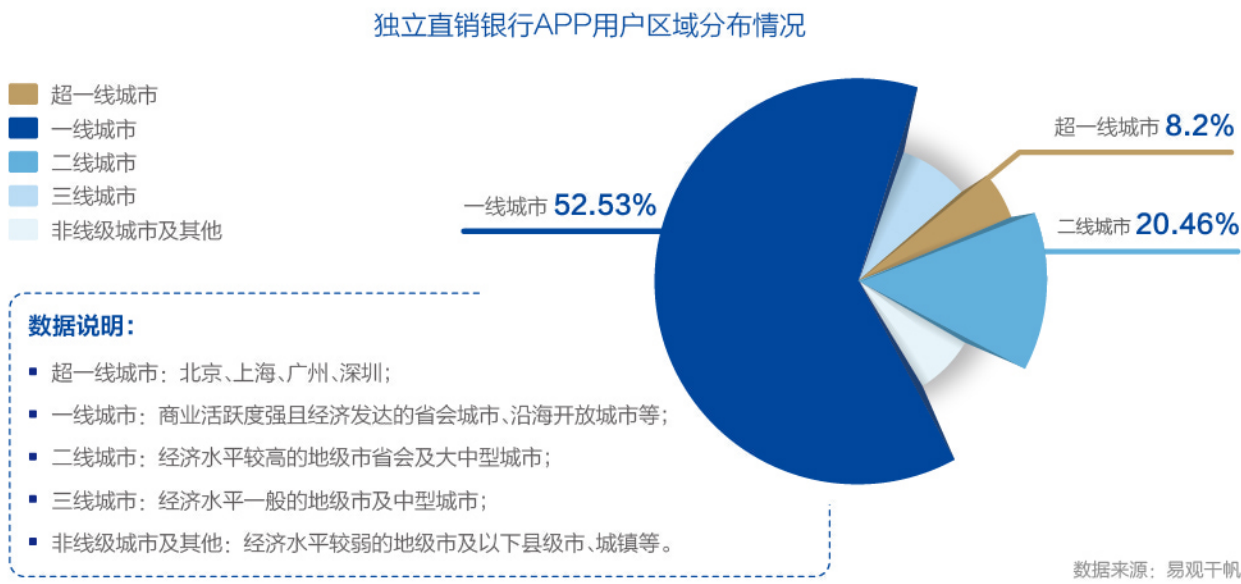
- 直销银行整体已产生一定影响力：知晓率高达 80.7%，作为银行互联网金融的重要平台，越来越多的银行发展直销银行业务，直销银行其银行背书及安全度受到用户最广泛关注；
- 直销银行在用户使用率上有较大发展潜力：仅 27.2% 受访人群使用过直销银行业务，部分用户认为直销银行相较于手机银行而言优势不明显，影响其使用意愿；
- 直销银行受到用户认可：使用过直销银行业务的用户复购率达 60.1%，用户对直销银行上提供的理财产品比较感兴趣，认为回报率更高、使用更为便捷的金融产品对他们的吸引力更大。

直销银行用户知晓率、使用率及复购率

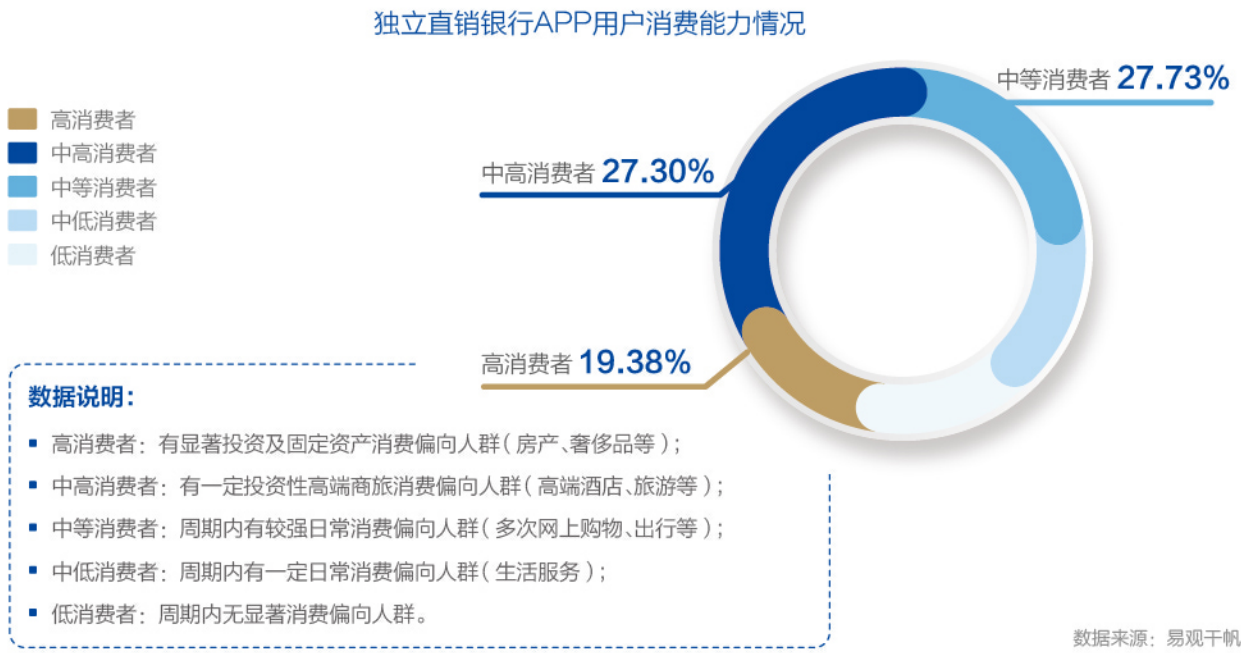


直销银行用户分布及消费能力

从独立直销银行 APP 用户区域分布来看，位于二线及以上城市的用户占 80% 以上，其中一线城市占比达 52.53%。

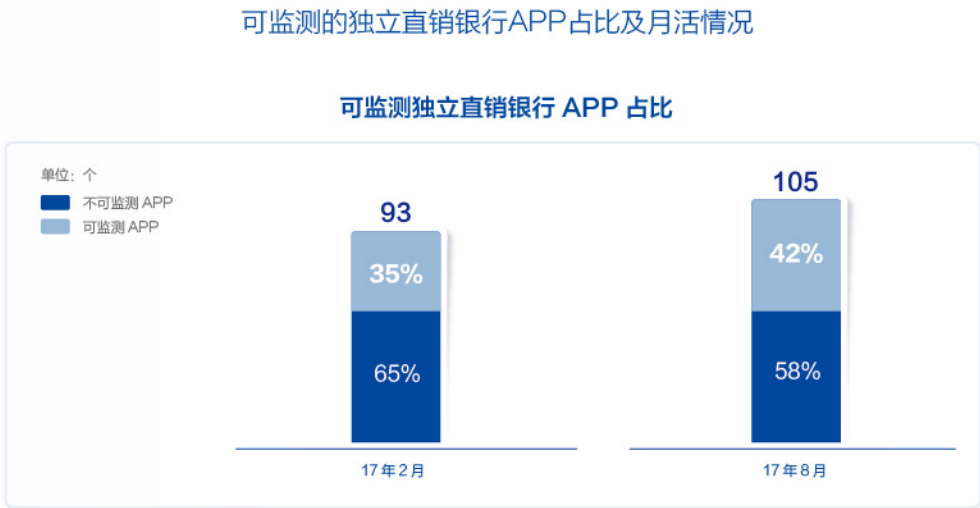


从独立直销银行 APP 消费能力来看，具有中等及以上消费能力的用户占 70% 以上，中等消费者、中高消费者及高消费者占比分别为 27.73%、27.30%、19.38%。



直销银行活跃用户

根据易观千帆数据，2017 年 8 月，可监测的（月活用户数在 1000 户以上）独立直销银行 APP 数量为 44 个，占比为 42%。另外，月活跃用户为 10 万 -30 万、1 万 -10 万的独立直销银行 APP 数量稳步增加。

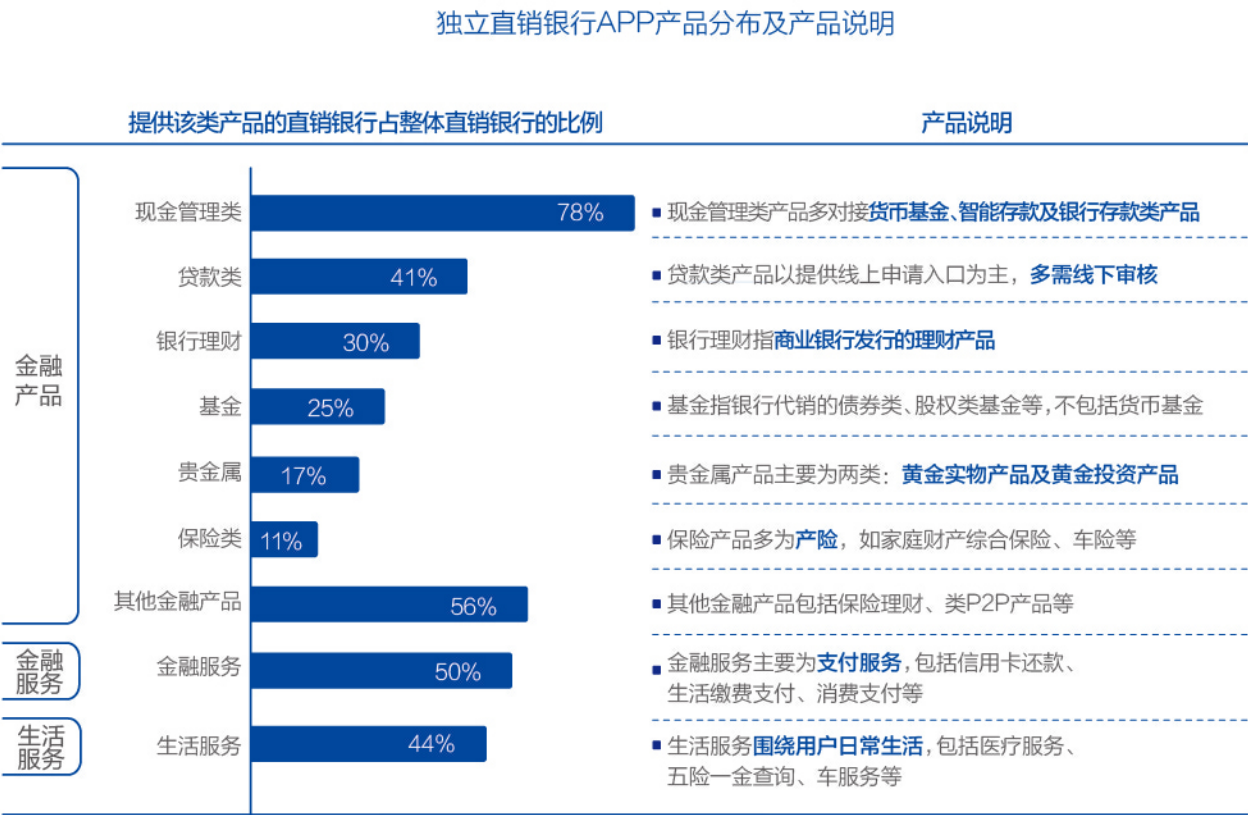


月活 (万户)	月活用户数可监测的独立直销银行 APP (个)	
	2017年2月	2017年8月
30万以上	1	1
10万~30万	3	5
1万~10万	13	18
0.1万~1万	16	20

数据来源：易观千帆

3、独立直销银行APP产品分析

目前，独立直销银行 APP 的产品以现金管理类为主，78% 的直销银行提供货币基金、智能存款等现金管理类产品；同时，贷款及银行理财产品逐渐成为主流，不过贷款产品主要以提供线上申请入口为主，多需线下审核；有 50% 的直销银行提供以支付为主的金融服务；44% 的直销银行提供包括医疗服务、五险一金查询、车服务等在内的日常生活服务。



数据统计根据独立直销银行APP提供的产品及服务统计获得，105家直销银行中，有2家直销银行APP目前暂未开放注册

4、不同类型银行直销银行的定位

不同类型银行对直销银行有不同的定位，城商行 / 农商行及全国性股份制银行对直销银行的战略重视程度高于大型商业银行，城商行 / 农商行直销银行以覆盖现有区域为主，全国性股份制银行直销银行则积极拓展全国市场，提升业务覆盖面。特色化的发展战略或为不同类型银行提供全新的业务机遇。

不同类型银行直销银行定位

	大型商业银行	城商行 / 农商行	全国性股份制银行
战略重视程度	低 高 采用市场追随策略；因线下网点多，用户覆盖广，开展直销银行缺乏内在动力	低 高 专注区域内用户，以提供特色服务为主，积极推进直销银行发展	低 高 以直销银行为切入口，积极寻求业务拓展和区域扩张，实现业务“跑马圈地”
内部渠道关系	维护存量及现有用户，并逐步向非本行用户开放	允许行内用户转化，部分银行开始设计统一线上业务入口，实现用户迁徙	不迁徙内部用户，紧盯专属客户群，作为传统网点的补充，积极拓展行外用户
目标市场	区域覆盖全国，但未明确选择或确定目标市场	以覆盖现有区域为主，服务地方	积极拓展全国市场，提升业务覆盖面
产品体系	金融产品为主，较少覆盖生活产品	以现金及固收产品为主	产品品类较为齐全，可满足用户多样化需求
未来定位	提供投资理财的直销服务	以服务区域为主，满足本地用户金融生活需求	开展场景化金融业务，打造金融资产交易平台

二、直销银行发展分析

1、直销银行发展三大挑战

领先的民营银行日益发展壮大，综合性的互联网金融企业逐渐深入人心，加上监管政策的趋严，这些都对直销银行的行业发展造成了一定冲击。

◆ 领先的民营银行日益发展壮大，使直销银行面临的竞争环境趋于激烈

领先的民营银行优势：

- **体制约束较少，经营管理相对自由：**由民间资本发起的民营银行，体制约束较少，股东可按自身意愿选择管理者并遵循市场化激励机制，吸引人才。
- **背靠互联网股东背景，享有一定资源优势：**如多层次的客户及数据支撑、产品的快速迭代及丰富的应用场景等，促进业务发展壮大。

对直销银行的启示：

- 尝试进一步优化组织结构，争取一定程度上经营管理的自由权。
- 进一步整合资源，加强同互联网企业的跨界合作，以更好地发挥直销银行的金融品牌效应。

◆ 综合性的互联网金融企业对直销银行的发展带来挑战

综合性的互联网金融企业优势：

- **大而全的流量入口获取用户：**通过早期平台搭建，占据流量入口，具备短时间内实现海量获客的条件。
- **广而泛的场景应用贴近用户：**通过支付、消费等手段，不断将金融的需求与用户的衣食住行玩紧密结合，实现金融的场景化。
- **精而深的业务服务黏住用户：**综合性的互联网金融企业业务在支付、征信、信贷、理财、股权众筹等多个领域做到精细化，深入满足用户全方位的需求。

对直销银行的启示：

- 积极与互联网企业展开合作，拓宽获客渠道，积累用户。
- 进一步将账户、消费信贷、财富管理等产品和服务体系与用户的高频次、高粘性消费场景进行结合，变场景为入口，提供完善的金融生活服务。

◆ 趋严的监管政策对直销银行业务及创新能力提出更高要求

趋严的监管政策：

- **业务：**暂未获得突破性进展，如远程开户悬而未决，使直销银行电子账户始终属于“弱实名账户”，功能受限。
- **风控：**对直销银行风控能力提出更高要求，要求使用多种手段如 OCR、人脸识别等技术确保账户安全；规范直销银行静默开户模式，确保用户资金安全；加强对直销银行 APP 的信息服务规范，保护用户合法权益，防止金融风险积累。
- **产品：**规范直销银行理财产品，解决线上定期类产品种类复杂的情况，并对合规性存疑的产品进行规范化处理。

对直销银行的启示：

- 在业务发展上最大限度利用 II 类电子账户发展新兴业务。
- 将“安全感”放在首位，确保用户账户及资金安全。

2、直销银行发展三大问题

当前，直销银行内部普遍面临的主要问题包括定位不清、创新不足及差异不够。

◇ 定位不清

部分直销银行在自身定位上思路不够清晰，是做服务供应还是渠道补足，定位上未深入考虑直销银行自身的实际情况，资源获取受限，一定程度上制约了直销银行在互联网环境下的创新能力及业务发展能力。

◇ 创新不足

直销银行被视为传统银行互联网化的试验田，但目前其创新优势尚未得到发挥，产品设计仍处于简单的复制及模仿阶段，产品同质化严重。目前主要集中在现金管理类、贷款、银行理财、基金等产品上，缺乏个性化产品，较难满足互联网用户日趋丰富的金融需求。

◇ 差异不够

部分直销银行对目标客群未做深入分析定位，经常简单瞄准域外客户，或直接以银行线下零售客户为主要服务对象，客群差异化不明显。

3、直销银行发展六大机遇

直销银行作为银行数字化转型的重要手段，应以合作并进、灵活创新、智能应用、场景融合、特色定位及云端部署为主要突破点，抓住发展机遇。

直销银行发展六大机遇分析

1		合作并进	与银行传统渠道合作共进,推动银行零售业务发展
2		灵活创新	发挥直销银行灵活优势,产品、服务、合作方式不断创新
3		智能应用	积极尝试智能应用,改善客户体验
4		场景融合	与互联网平台及垂直行业场景化融合,实现优势资源整合
5		特色定位	探索特色定位,走差异化竞争路线
6		云端部署	搭建云端架构,支持直销银行高效运营

直销银行与银行传统渠道携手并进,共同支持大零售的发展

部分银行将直销银行纳入“大零售”范畴

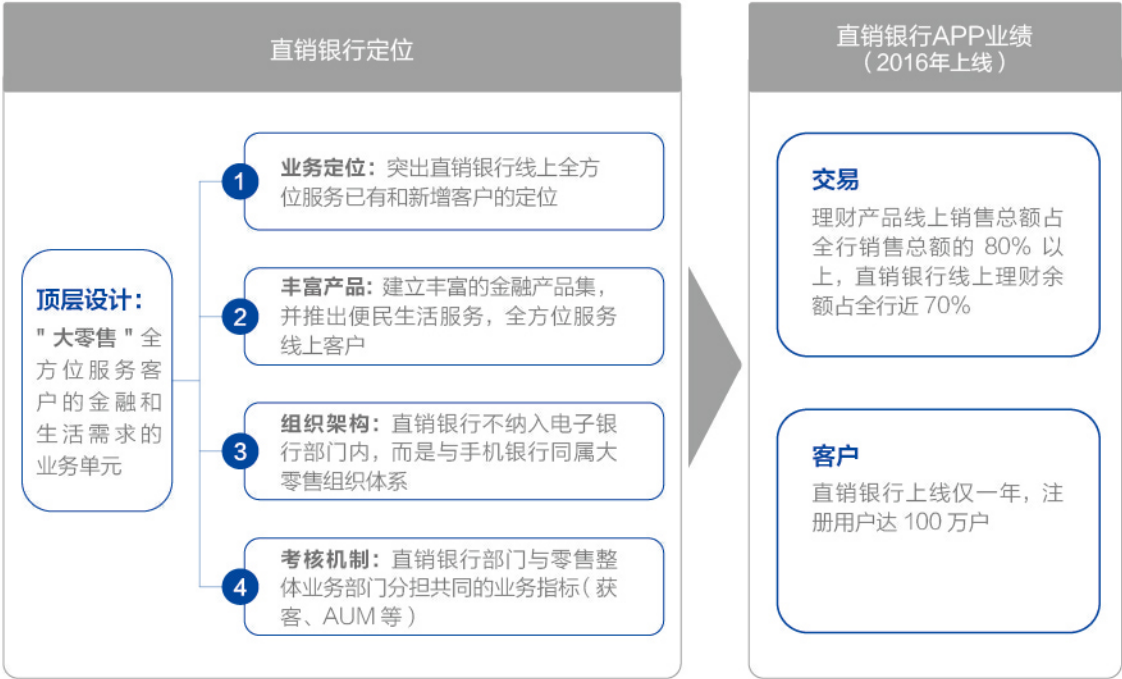
部分银行未将直销银行定位为独立的销售渠道，而是将直销银行纳入“大零售”范畴，与传统渠道协作共进，打造全方位服务客户的金融与生活的业务单元。

“大零售”定位	强调直销银行不仅是新客户获取渠道，更是全方面提供线上客户服务的“大零售”平台，服务零售原有客户和新客。
紧密配合	与传统线下网点渠道联合获客，增强线上线下客户体验，提升交叉开户 / 销售，同时减少获客成本。
顶层支持	管理层在组织架构、部门协作机制、企业文化上对互联网金融业务提供顶层支持，并协调资源积极配合。
合理考核	建立有利于多部门、渠道配合的考核机制，如设立直销银行与传统零售渠道双算获客指标来促进和保障多渠道的联合获客。



江苏紫金农商银行从顶层构架到部门合作机制围绕“大零售”理念打造直销银行体系

江苏紫金农商银行的“紫金银行直销银行”于2016年4月18日正式上线运行,围绕“大零售”理念打造直销银行体系,取得巨大成就。目前,紫金银行直销银行注册用户达100万户;理财产品线上销售总额占全行销售总额的80%以上,直销银行线上理财余额占全行近70%。



直销银行利用自身优势,在产品、服务、营销以及技术方面创新

直销银行加强产品、服务、营销以及技术创新

目前已有不少领先的直销银行充分发挥自身创新基因,积极应对来自互联网的冲击,以开放的心态主动学习和借鉴互联网思维,优化、改造银行传统业务及服务,实现产品、服务、营销及技术的突破和创新。

直销银行创新分析



产品/服务创新:
利用新兴互联网技术结合市场,推出适应互联网的创新产品及服务,满足用户线上金融生活需求,如日日复利的货币基金、理财质押贷款、特色出国服务等



营销创新:
通过设置代理人模式,建立推荐激励机制,并创新应用基于社交网络的展业互动工具,拓展直销银行线上获客营销途径



技术创新:
人脸识别、指纹/声纹认证、云计算等新兴技术在直销银行上的创新应用,大大提升直销银行运营及服务的自动化、数字化能力

直销银行产品/服务创新案例



光大银行直销银行提供特色出国服务,公积金贷款可完成在线申请及审批

光大银行直销银行“阳光银行”具有三大亮点:一是金融产品丰富,涵盖银行理财、存款、贷款、基金、黄金等;二是提供易换汇、易退税等特色出国服务;三是通过与保险公司、小贷公司等合作提供贷款。

丰富的投资理财产品及特色出国服务

投资理财产品:
种类丰富,提供银行理财、智能存款、基金、黄金、保险理财等产品

基金宝:
基金数量繁多种类齐全

积存金:
黄金投资产品,可实时或约定购买金额、扣款方式来购买



出国服务:
为出国旅游客户提供多种出国服务,包括易换汇、易退税、易签证、易租车、易WIFI,在目前直销银行业中颇具特色



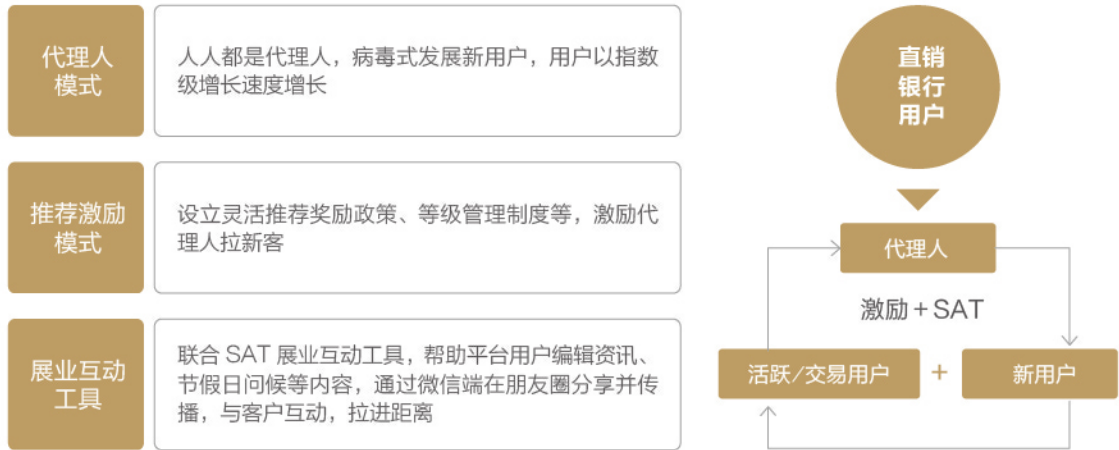


直销银行营销创新案例



重庆银行直销银行应用线上代理人工具，创新线上获客营销方式

重庆银行直销银行“钱承有余”应用线上代理人营销模式，设置代理人激励（竞争）机制，关联 SAT（社交软件引流 + 专业 APP 获客 + 远程座席无缝支持）展业互动工具，为直销银行聚拢用户，增加互动，成为直销银行线上获客营销的有效途径。



直销银行技术创新案例



威海银行直销银行支持人脸识别及指纹认证

威海银行直销银行

威海银行直销银行身份认证方式多样化，除身份证认证、银行卡认证等传统认证方式外，还有人脸识别、指纹认证方式

人脸识别：

通过摄像机或摄像头采集含有人脸的图像，并自动在图像中检测和跟踪人脸，来验证用户身份

指纹认证：

设置手机指纹解锁密码，在手机中录入指纹信息，登录时只需要录入指纹，就可验证用户身份，成功登录



兰州银行直销银行百合银行支持声纹认证

百合银行

百合银行除人脸识别外，还支持声纹认证，其中声纹认证是相较于其他直销银行 APP 的独特认证方式

声纹认证：

用户连续读出五组 8 位数字，系统自动采集声纹信息；读出一组 8 位数字，百合银行对采集到的声音和已知的声音进行比对鉴别，若出自同一声源则登录成功



◆ 直销银行积极探索智能应用，为客户带来便捷、智慧的体验

直销银行推出智能投顾、智能销售、智能客服等智能化应用

随着金融科技的发展，直销银行也在积极探索 AI、大数据等技术应用，陆续推出智能投顾、智能销售、智能客服等智能化应用，极大提升客户体验。

直销银行智能应用分析



下一步，直销银行的智能化应用将更加广泛和深入，以全面实现精准营销，智慧运营和智能风控



绵阳银行直销银行进行智能产品建设，上线智能理财服务





徽商银行直销银行推出智能投顾服务

徽商银行直销银行“徽常有财”联合盈米财富推出“天机智投”，依托客户画像、交易数据、产品业绩回溯等大数据和机器智能算法提供资产配置服务。



- **白盒策略：**策略公开，以指数基金为主，不会因为基金经理的更迭而导致基金风格的偏移，持有人可以清晰地掌握自己跟投主盒产品的投资策略和调仓理由，若觉得不好可以选择退出。
- **一键跟投：**提供一键跟投、调仓提示、一键调仓、一键撤单和收益分析等全流程服务。



民生银行直销银行基于细分客群，通过理财顾问及智能推荐等方式实现智能销售，促成交易达成

民生银行直销银行通过分析用户年龄、活跃度、资产、产品持有及渠道偏好等维度，对客群进行细分，并在此基础上有针对性的推送基金资讯及市场行情，配合理财顾问为用户提供智能化的财富管理教育及建议，实现智能销售，促成交易的最终达成。



直销银行将广泛深入地嵌入互联网应用场景，实现各行各业生态融合



生活+场景化：

基于直销银行的账户及产品服务体系，在金融产品、支付结算、身份鉴权、资产输出等方面实现直销银行与生活化互联网平台强强联合，开拓生活场景合作新模式。

行业+场景化：

输出直销银行资金存管、贷款产品及服务等方面的能力和经验，根据行业经营场景衍生更多互联网服务形态及线上支付结算需求，为不同行业客群提供定制化、跨界化、全面化的商业场景服务模式。



上海银行直销银行创新场景融合模式，不断拓展 II 类账户场景化合作，推进“互联网+企业+金融”实践

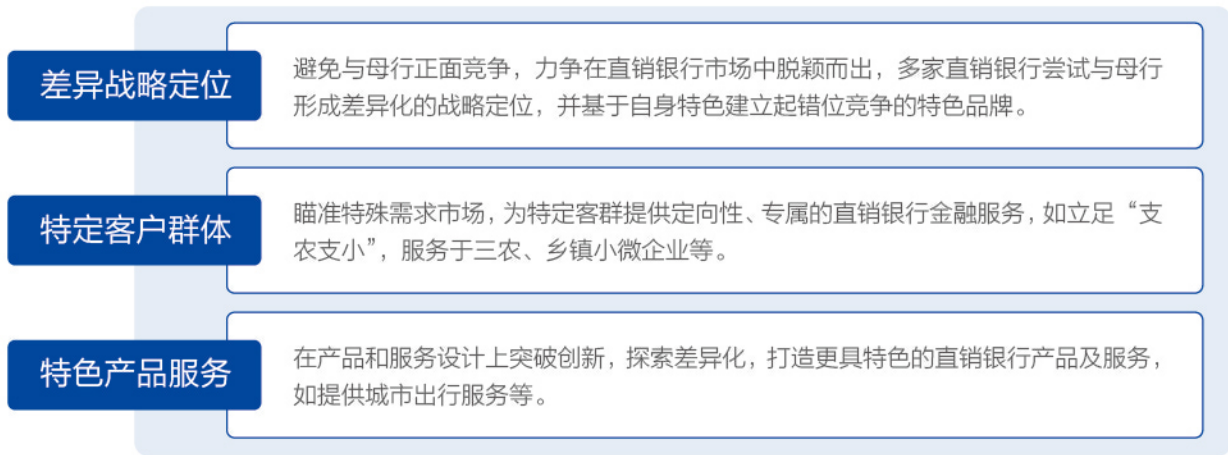
上海银行直销银行“上行快线”推进“互联网+企业+金融”实践，依托 II 类电子账户，将金融服务融合到互联网金融平台、电商平台、学校及互联网企业等商业生态圈中，创新多种跨界合作的模式。

合作模式	模式概述	合作伙伴代表
联名账户 闪付业务	- 为京东白条用户开立 II 类账户，该账户可以绑定 ApplePay、华为 Pay、小米 Pay 等，助其使用闪付功能； - II 类账户额度由“白条”额度确定，打通信用账户，打造线上线下消费模式	京东金融 JD Finance
共建风控模型	与电商平台合作，利用大数据技术，推进互联网反欺诈及风控模型建设	唯品会 vip.com
交易结算	与旅游平台合作，提供一站式旅游资金管理服务，方便用户境外出行，实现旅游保证金跨行缴纳结算及账户管理	同程旅游
资金管理	开展银校合作，为家长和学生提供一站式教育缴费服务，并帮助学校财务人员降低对账、清算、结算等运营成本，提升缴费事务效率	上海大学 Shanghai University

◆ 直销银行探索特色定位，走差异化竞争路线

直销银行突破同质化，探索特色化发展道路

从自身地域或特定资源优势出发，越来越多的银行在直销银行业务开展上开始探索特色化的道路，力求以差异化取胜。目前主要在战略、客户以及产品服务等方面开始特色化尝试，并逐渐形成一种趋势。



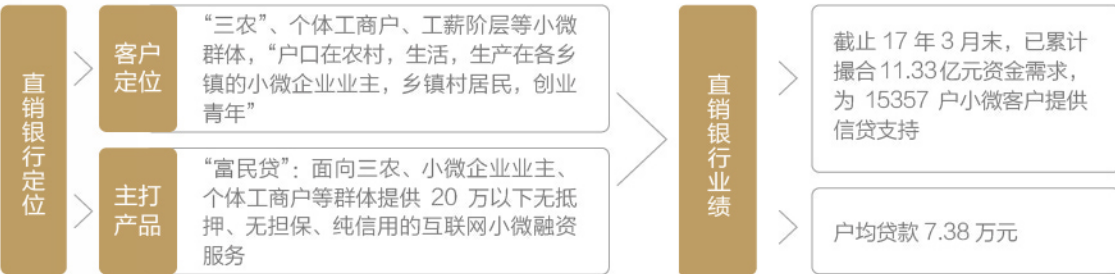
福州农商行直销银行秉承“家银行、慧生活”理念，为客户提供与本地生活场景紧密结合的个性化服务

福州农商行直销银行“榕商 Bank”主打“家银行，慧生活”，结合各种消费场景为个人及小微客户提供个性化服务，做福州人身边日常生活的银行。



鹿城农商行直销银行实现客户差异化定位，服务“支农支小”，探索互联网普惠金融

鹿城农商银行直销银行“富民融通”作为小微客户投融资撮合中介，为资金出借方和资金需求方提供信息收集、信息公布、信息评估、信息交互、借贷撮合等服务。截至 2017 年 3 月末，累计撮合 11.33 亿元资金需求；为 15,357 户小微客户提供信贷支持。



特色化将成为中小银行直销银行快速发展的突破口：立足区域，树立品牌，建立特色优势

特色化道路是直销银行发展的主要突破口之一，特别是对中小银行来说，凭借特色资源及背景优势，通过直销银行的特色化定位，能够有效实现批量化获客，并带来业务的快速增长。

● 战略定位区域化

中小银行直销银行可依托地域优势，聚焦为特定区域客户提供线上线下相结合的金融及生活服务，如利用区域旅游资源，发展直销银行旅游金融及跨境金融服务。

● 目标客群细分化

根据区域客户结构和当地资源优势，瞄准更为细分的目标客群，如定位高科技企业中产阶层、小商户业主等。

● 产品服务生态化

围绕银行自身特色、本地化金融和生活服务需求，借助直销银行，打通各个产业板块之间的联系，实现产融协同发展，如华润银行直销银行着眼集团优势资源，以金融服务为经纬，将燃气、电力、零售、置地、医药等板块悉数织入。

◇ 部分直销银行开始探索云端部署，以降低成本，快速提升互联网金融能力

《中国银行业信息科技“十三五”发展规划监管指导意见（征求意见稿）》提出积极开展云计算架构规划，制定云计算标准，联合建立行业云平台，主动实施架构转型；稳步实施架构迁移，到“十三五”末期，面向互联网场景的主要信息系统尽可能迁移至云计算架构平台。为响应监管号召，部分直销银行已经开始探索云端部署。



云端部署可为银行尤其是中小银行带来以下利好：

持续削减成本

实施云端部署后，成本节约 70%，大大减少中小银行在直销银行上的财力投入。

降低开发周期

云端部署可帮助中小银行实现从传统 IT 向云计算的转变，缩短实施周期，约 6-8 周即可上线系统。

支撑海量业务

高可用、高稳定、强安全的数据存储能力方便银行根据业务场景实时进行调整。

快速提升能力

7×24 小时全方位金融级 IT 系统维护，持续帮助银行进行风险监控。



附录：独立直销银行APP列表

 民生直销银行	 北京农商银行 凤凰直销	 e帆风顺	 紫金银行 直销银行
 贵州乌当农商 银行直销银行	 工银直销银行	 阳光银行	 燕子银行
 金谷农商银行 直销银行	 定州直销银行	 长青直销银行	 华瑞银行 直销银行
 i邦银行	 锡银在线	 金喜鹊银行	 潞盈直销银行
 韩亚银行1QBank	 广发直销银行	 e莞通	 海南农信 直销银行
 华夏直销银行	 小狮bank	 九商金融	 上海农商银行 直销银行
 福万通	 江南bank	 渤海直销银行	 e百福
 南和直销银行	 珠江直销银行	 一贯	 点点攒钱
 青岛农商银行 直销银行	 浙+银行	 启富东疆	 延边直销银行
 金动力bank	 榕商bank	 大华银行 直销银行	 海口联合农商 银行直销银行
 金城直销银行	 北京银行 直销银行	 桂银直销	 民泰银行 直销银行
 洛阳银行 直销银行	 宜商直销银行	 乐易bank	 甘肃银行 直销银行
 三峡付	 大美银行	 富乐e家	 上行快线

 江苏银行 直销银行	 小爽bank	 华融e银	 99银行
 沿海直销银行	 钱承有余	 有氧金融	 贵州银行 直销银行
 宁波银行 直销银行	 小欧bank	 成长银行	 恐龙银行
 徽常有财	 昆仑直销银行	 芒果银行	 泰安银行 直销银行
 e德财富	 哈尔滨银行 直销银行	 吉银财富	 百合直销银行
 小鱼Bank	 中原直销银行	 阜新壹账通	 汉口银行 直销银行
 齐商直销银行	 风筝银行	 郑州银行 鼎融易	 嘉万通
 金e融	 快乐银行	 青岛银行 直销银行	 金鹿bank
 广东华兴银行 投融资平台	 彩虹bank	 小草银行	 龙行e融
 蜜蜂银行	 广州银行 直销银行	 天空银行	 晋商银行 直销银行
 你好银行	 石银直销	 华润直销银行	 e千金
 齐鲁直销银行	 威海银行 直销银行	 长江直销银行	 廊坊直销银行
 杭州银行 直销银行	 烟台直销银行	 新丝路Bank	 平顶山银行 直销银行
 唐山农商银行 直销银行	唐山农商行直销银行		