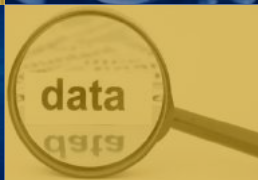
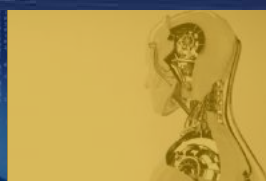




# 2017年中国直销银行评测与创新 分析报告

2017年12月





# **目录**

## **CONTENTS**

---

### **1 | 独立直销银行APP评测体系**

### **2 | 直销银行市场分析**

#### **2.1 | 直销银行现状概况**

#### **2.2 | 直销银行发展分析**

# 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

# 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

本报告研究重点

	直销银行	传统电子银行	线上民营银行
描述	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>
牌照	<ul style="list-style-type: none"><li>如作为独立法人运营，需监管颁发独立直销银行牌照</li><li>如在母行内部运作，暂不需要</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>银行业务在电子渠道上的展现，不需要单独牌照</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>需要监管部门颁发专门的民营银行牌照，规定其业务范围</li></ul>
主要客户来源	<ul style="list-style-type: none"><li>母行通过线下网点开户的存量客户</li><li>他行客户及非银行客户</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>本行线下网点存量客户</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>

# 核心观点

## ➤ 六大维度全方面评测独立直销银行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、学界的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2017年8月可监测的数据，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

## ➤ 独立直销银行APP规模超百家

- 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
- 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

## ➤ 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



# PART 1



独立直销银行APP评测体系

# 本报告在全面、客观、专业的基础上，对独立直销银行APP展开评测

- 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的评测工作。在**金融壹账通**和**易观**的技术支持下，制定独立直销银行APP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。该评测体系经过了来自**监管、业界、学界**的专家评委的评审。
- 本独立直销银行APP评测体系主要有以下特点：

## 1 定量+定性，综合评测客观

通过易观千帆监测到的直销银行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

## 2 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APP的**金融属性**，真实地反映独立直销银行APP功能情况

## 3 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

# 独立直销银行APP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的直销银行共计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

评价指标	金融产品	用户行为	系统性能	安全合规	用户体验	创新服务	总分
权重	30%	17%	20%	13%	10%	10%	100%



# 独立直销银行APP评测指标细分

一级指标	二级指标	三级指标	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	安全合规	密码保障	密码错误次数控制、忘记密码/密码重置
	现金管理	智能存款、货币基金		交易保障	交易密码、交易确认通知
	贷款	产品种类、数量及线上化情况		账户安全保障	账户资金安全保障、异常情况下安全保障
	支付	缴费支付、转账汇款、信用卡还款、其他消费支付		身份认证方式	身份认证方式的多样性
	其他金融产品	黄金、保险、其他		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
用户行为	APP规模	活跃用户、启动次数、使用时长	用户体验	注册	注册方式便利性
	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		绑卡	绑定卡支持银行数量、绑定卡是否支持信用卡
系统性能	性能	平均CPU占用、平均内存消耗、每分钟流量消耗、内存泄露、内存抖动、每帧渲染时间小于16ms、启动时间、APP安装包大小		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
	安全性	各级安全漏洞数		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
系统性能	安全性	各级安全漏洞数	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
	稳定性	各类Monkey异常次数		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
	兼容性	安装、启动、运行异常设备数			

# 独立直销银行APP综合评级 ( 1/3)

综合评级	直销银行APP	所属银行
★★★★★	 民生直销银行	民生银行
	 江苏银行直销银行	江苏银行
	 宁波银行直销银行	宁波银行
	 上行快线	上海银行
	 阳光银行	光大银行

综合评级	直销银行APP	所属银行
★★★★☆	 杭银直销	杭州银行
	 你好银行	南京银行
	 徽常有财	徽商银行
	 富乐e家	绵阳市商业银行
	 工银直销银行	工商银行
	 华润直销银行	珠海华润银行
	 有氧金融	包商银行
	 钱承有余	重庆银行
	 威海银行直销银行	威海市商业银行
	 紫金银行直销银行	紫金农商银行



## 独立直销银行APP综合评级 (2/3)

综合评级	直销银行APP	所属银行
★★★★☆	 燕子银行	常熟农商银行
	 金e融	江西银行
	 芒果银行	攀枝花市商业银行
	 郑州银行 鼎融易	郑州银行
	 小草银行	晋城银行
	 浙+银行	浙商银行

综合评级	直销银行APP	所属银行
★★★★☆	 99银行	晋中银行
	 北京银行 直销银行	北京银行
	 南和直销 银行	南和农商银行
	 天空银行 sky bank	湖北银行
	 平顶山银行 直销银行	平顶山银行
	 广发 直销银行	广发银行

# 独立直销银行APP综合评级 ( 3/3)

综合评级	直销银行APP	所属银行
★★★★☆	 昆仑银行 直销银行	昆仑银行
	 广州银行 直销银行	广州银行
	 百合 直销银行	兰州银行
	 彩虹bank	河北银行
	 小狮bank	佛山农商银行
	 一贯	恒丰银行
	 恐龙银行	自贡银行
	 齐商 直销银行	齐商银行
	 新丝路 bank	西安银行
	 吉银财富	吉林银行

综合评级	直销银行APP	所属银行
★★★★☆	 e帆风顺	顺德农商银行
	 华瑞 直销银行	上海华瑞银行
	 小爽bank	贵阳银行
	 乐易bank	赣州银行
	 启富东疆	启东农商银行
	 桂银直销	桂林银行
	 廊坊银行 直销银行	廊坊银行

## 独立直销银行APP榜单点评

- 总体来看，在参与详细评测的44家直销银行中，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。

评测指标	亮点说明
金融产品	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• 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</li></ul>
安全合规	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• 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</li></ul>
用户体验	<ul style="list-style-type: none"><li>• 民生直销银行、光大阳光银行等绑定卡支持信用卡</li><li>• 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</li></ul>
创新服务	<ul style="list-style-type: none"><li>• 医疗、五险一金查询、车房相关服务等创新服务</li><li>• 智能投顾、理财产品质押贷款、二维码支付等创新产品</li></ul>

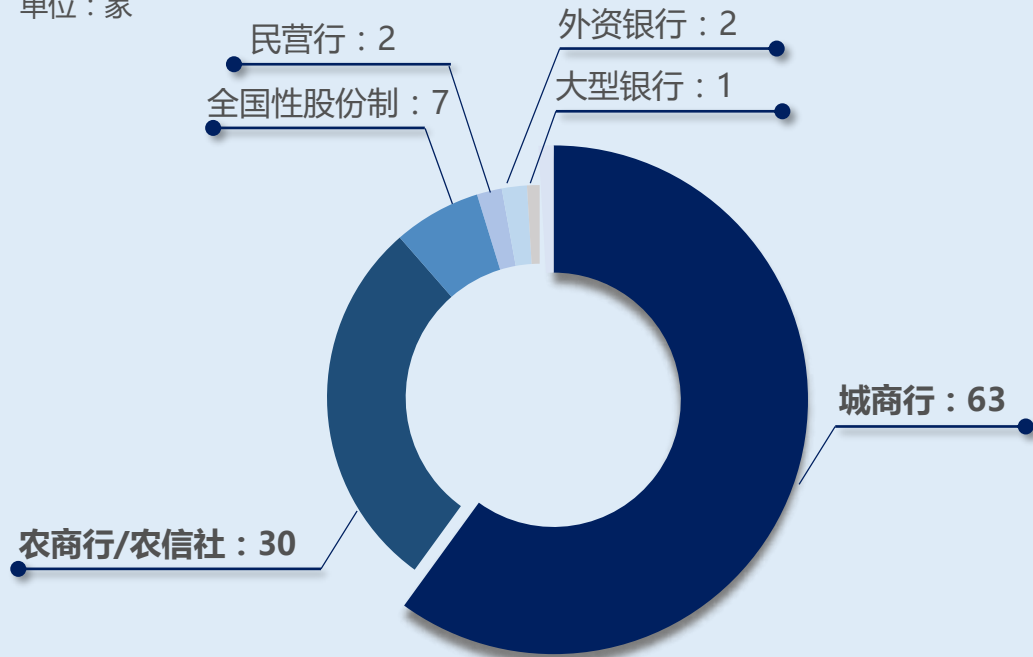
## PART 2



### 2.1 直销银行现状概况

# 截至2017年8月，市场上以独立直销银行APP为服务模式的银行达105家，中小银行是主力军

单位：家



## 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**

## 城商行、农商行/农信社是主流

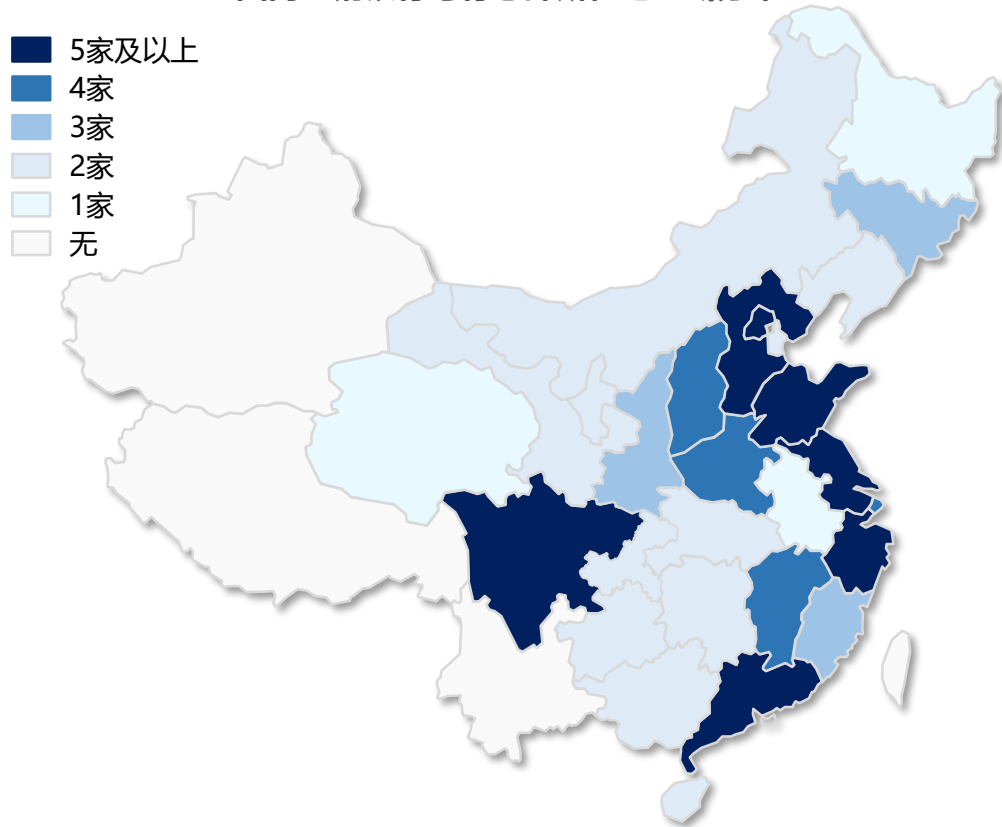
- 城商行、农商行/农信社占总数的**88.6%**，城商行表现最为积极，共63家城商行上线直销银行APP；大型银行仅工行发布直销银行

## 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，且越来越多的外资行正在积极探索进入中国直销银行市场

# 东部沿海区域内的银行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



- 直销银行区域发展特点：**从华东及沿海地区向中西部扩展**，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



# 直销银行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%



知晓率

80.7%



使用率

27.2%



复购率

60.1%

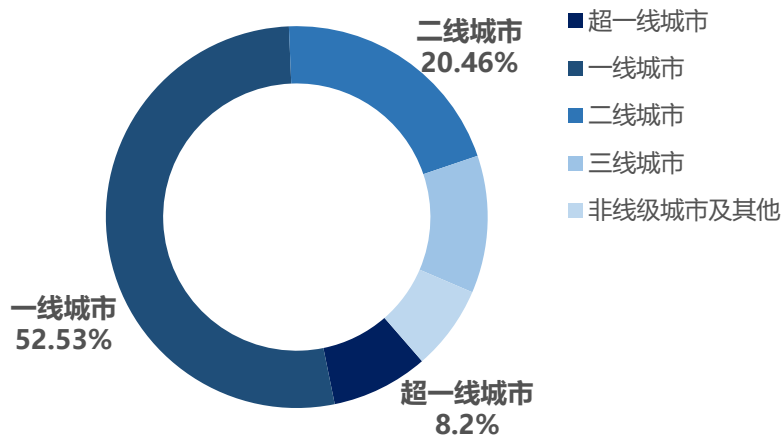
样本量：n=1800

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

# 位于二线及以上城市的独立直销银行APP用户占80%以上，具有中等及以上消费能力的用户占70%以上

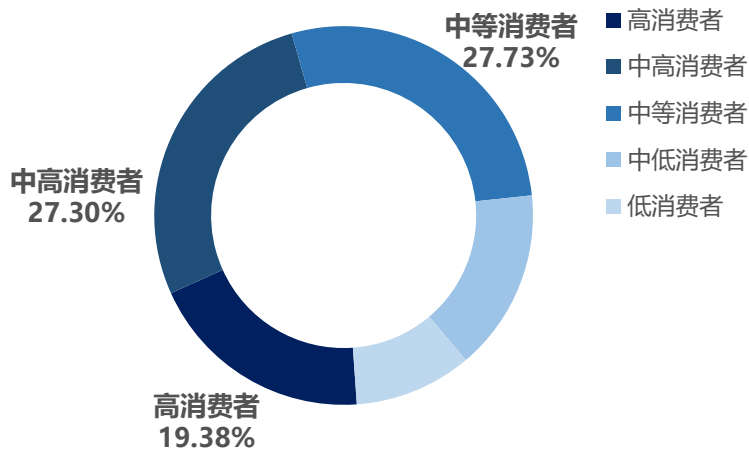
## 独立直销银行APP用户区域分布情况



### 数据说明：

- 超一线城市：北京、上海、广州、深圳；
- 一线城市：商业活跃度强且经济发达的省会城市、沿海开放城市等；
- 二线城市：经济水平较高的地级市省会及大中型城市；
- 三线城市：经济水平一般的地级市及中型城市；
- 非线级城市及其他指：经济水平较弱的地级市及以下县级市、城镇等

## 独立直销银行APP用户消费能力情况



### 数据说明：

- 高消费者：有显著投资及固定资产消费偏向人群（房产、奢侈品等）；
- 中高消费者：有一定投资性高端商旅消费偏向人群（高端酒店、旅游等）；
- 中等消费者：周期内有较强日常消费偏向人群（多次网上购物、出行等）；
- 中低消费者：周期内有一定日常消费偏向人群（生活服务）；
- 低消费者：周期内无显著消费偏向人群

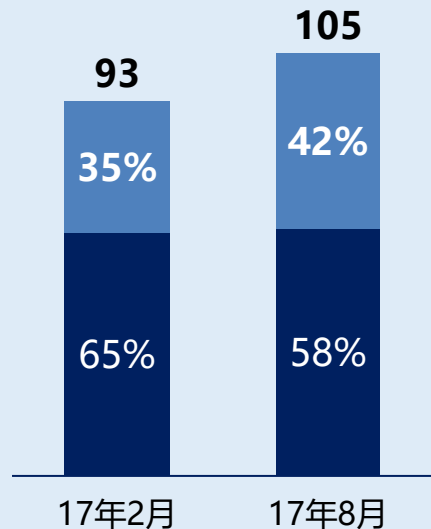
数据来源：易观千帆截至2017年3季度基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果，易观千帆只对独立APP用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据

# 与2017年2月相比，已上线的月活为1000户以上的独立直销银行APP占比提升至42%，整体稳中有升

## 可监测直销银行APP占比

单位：个

不可监测APP  
可监测APP



数据来源：易观千帆

## 月活（万户）

## 月活用户数可监测的直销银行APP（个）

2017年2月

VS

2017年8月

30万以上

1

1

10万~30万

3

5

1万~10万

13

18

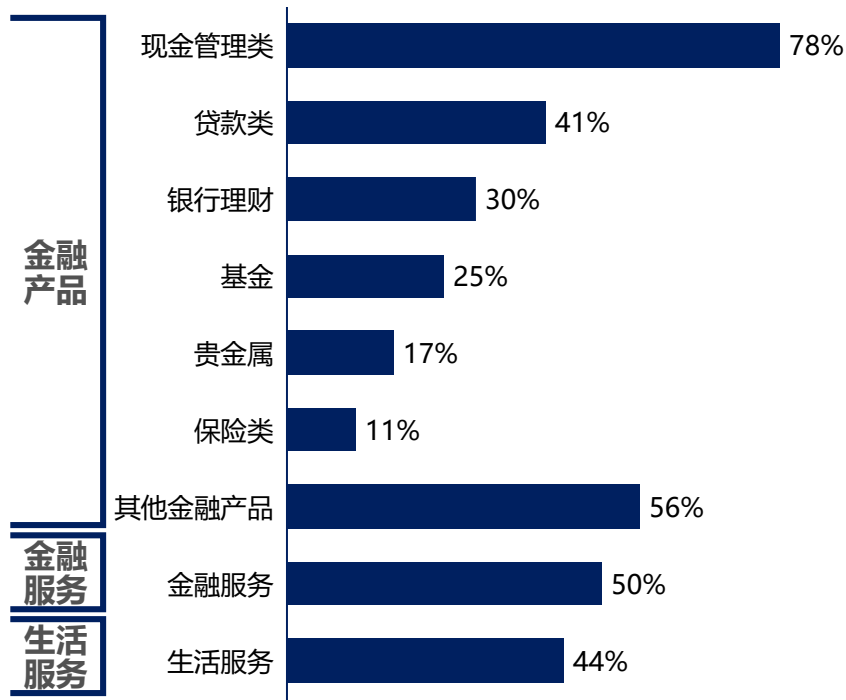
0.1万~1万

16

20

# 独立直销银行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，金融服务围绕支付开展业务

## 独立直销银行APP产品分布<sup>1</sup>



## 产品说明

- 现金管理类产品多对接**货币基金、智能存款及银行存款类产品**
- 贷款类产品以提供线上申请入口为主，**多需线下审核**
- 银行理财指**商业银行发行的理财产品**
- 基金指银行代销的**债券类、股权类基金等**，不包括货币基金
- 贵金属产品主要为两类：**黄金实物产品及黄金投资产品**
- 保险产品多为**产险**，如家庭财产综合保险、车险等
- 其他金融产品包括**保险理财、类P2P产品等**
- 金融服务主要为**支付服务**，包括信用卡还款、生活缴费支付、消费支付等
- 生活服务**围绕用户日常生活**，包括医疗服务、五险一金查询、车服务等




1. 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，有两家直销银行APP目前暂未开放注册

# 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

## 大型银行

## 城商行/农商行

## 全国性股份制银行

战略重视程度	低  高	低  高	低  高
	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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”</li></ul>
内部渠道关系	<ul style="list-style-type: none"><li>维护存量及现有用户，并逐步向非本行用户开放</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>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</li></ul>
目标市场	<ul style="list-style-type: none"><li>区域覆盖全国，但未明确选择或确定目标市场</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>以覆盖现有区域为主，服务地方</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>积极拓展全国市场，提升业务覆盖面</li></ul>
产品体系	<ul style="list-style-type: none"><li>金融产品为主，较少覆盖生活产品</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>以现金及固收产品为主</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>产品品类较为齐全，可满足用户多样化需求</li></ul>
未来定位	<ul style="list-style-type: none"><li>提供投资理财的直销服务</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>以服务区域为主，满足本地用户金融生活需求</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>开展场景化金融业务，打造金融资产交易平台</li></ul>

## PART 2



### 2.2 直销银行发展分析

# 三大挑战：民营银行、互联网金融企业及监管等外部压力，对直销银行的行业发展造成一定冲击



## 1. 领先的民营银行

- 体制约束较少，经营管理相对自由
- 背靠互联网股东背景，享有一定资源优势



## 2. 综合性的互联网金融企业

- 大而全的流量入口
- 广而泛的场景应用
- 精而深的业务服务



## 3. 趋严的监管政策

- 远程开户暂未突破，业务拓展受影响
- 监管趋严，风控要求更高
- 进一步规范产品种类



# 1. 领先的民营银行得益于体制及股东资源优势，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



## 2. 综合性的互联网金融企业，凭借流量、业务及场景化手段，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，开展完整的金融生活服务

互联网  
金融企业

京东金融  
JD Finance

蚂蚁金服  
ANT FINANCIAL

### 3. 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的同时，也促使其进一步走向正轨



#### 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

# 三大问题：定位不清、创新不足及差异不够，是直销银行内部普遍面临的主要问题

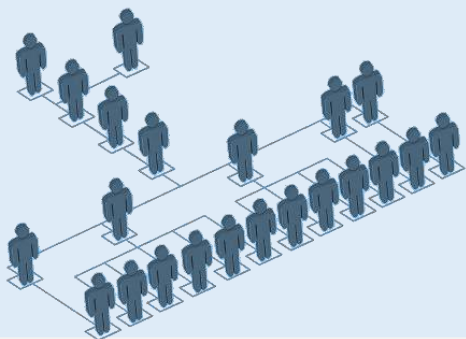
## 定位不清

- 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



## 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



## 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



# 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是直销银行的主要突破点

- **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

# 1 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，未将直销银行定位为孤立的销售渠道，而是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，取得巨大成就



## 直销银行定位

顶层设计：“大零售”全方位服务客户的金融和生活需求的业务单元

- 1 **业务定位**：突出直销银行线上全方位服务已有和新增客户的定位
- 2 **丰富产品**：建立丰富的金融产品集，并推出便民生活服务，全方位服务线上客户
- 3 **组织架构**：直销银行不纳入电子银行部门内，而是与手机银行同属大零售组织体系
- 4 **考核机制**：直销银行部门与零售整体业务部门分担共同的业务指标（获客、AUM等）

## 直销银行APP业绩 (2016年上线)

### 交易：

- 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%**

### 客户：

- 直销银行上线仅一年，注册用户达**100万户**

## 直销银行利用自身的灵活优势，在产品、服务、营销以及技术方面不断创新

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。



**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

## 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，可按实时或约定购买、金额、扣款方式购买

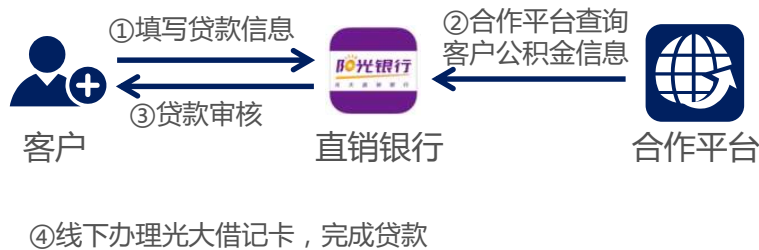


- **出国服务**：为出国旅游客户提供多种出国服务，包括易换汇、易退税、易签证、易租车、易WIFI，在目前直销银行业中颇具特色



### 加强平台合作，提供多种贷款产品

#### 公积金 贷款 流程



- **公积金贷款**：在阳光银行上可完成在线申请及审批，但需到光大银行办理借记卡并开通个人网银或手机银行才可提款
- **银保贷**：光大银行与合作保险公司联合开展的小额贷款业务，包括阳光保险小额贷款、人保财险小额贷款等
- **拉卡拉易分期**：现金分期贷款，由拉卡拉网络小贷公司提供



## 2 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+远程坐席无缝支持）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。

### 代理人模式

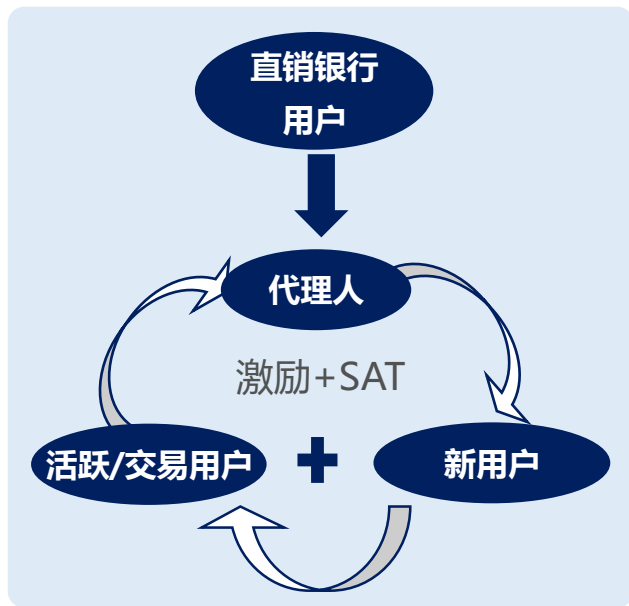
人人都是代理人，病毒式发展新用户，用户以指数级增长速度增长

### 推荐激励模式

设立灵活推荐奖励政策、等级管理制度等，激励代理人拉新客

### 展业互动工具

联合SAT展业互动工具，帮助平台用户编辑资讯、节假日问候等内容，通过微信端在朋友圈分并享传播，与客户互动，拉近距离



# 技术创新更加多样化，威海银行直销银行支持人脸识别及指纹认证，兰州银行直销银行支持声纹认证

## 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

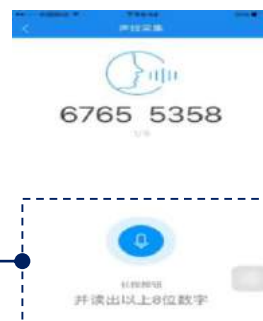
- **人脸识别**：通过摄像机或摄像头采集含有人脸的图像，并自动在图像中检测和跟踪人脸，来验证用户身份
- **指纹认证**：设置手机指纹解锁密码，在手机中录入指纹信息；登录时只需要录入指纹，就可验证用户身份，成功登录



## 百合银行

兰州银行直销银行“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



### 3 直销银行积极探索智能应用，为客户带来便捷、智慧的体验

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。

#### 智能投顾



- 根据投资者的财务状况、风险偏好、财务目标等，运用智能算法及投资组合优化等理论模型，为用户量身定制财务投资规划
- 实现一键购买，以及根据市场波动动态对配置进行再平衡

#### 智能销售



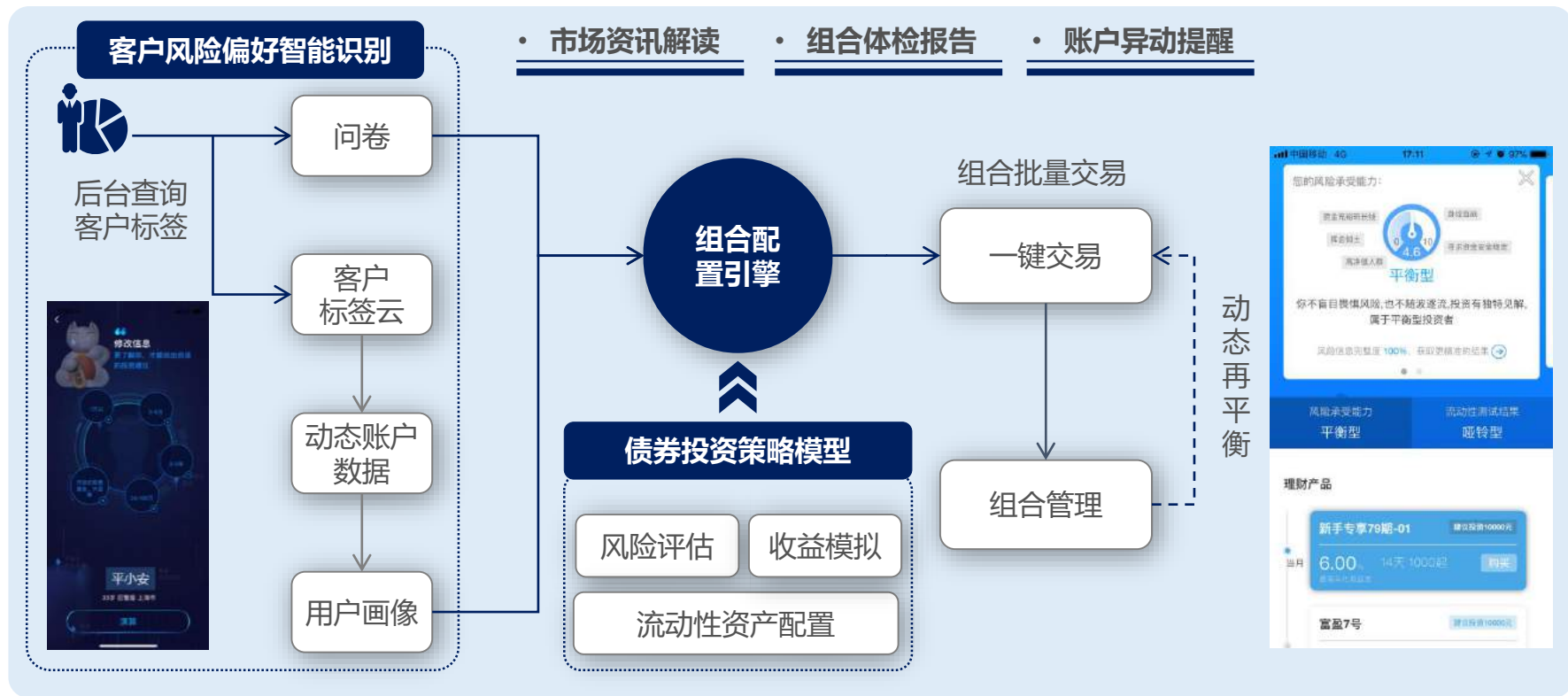
- 基于客户细分推送理财资讯、市场行情、理财知识等，并提供产品推荐、案例介绍、投资参考等智能化客户财富管理教育及建议
- 通过理财顾问等方式提供专业投资理财建议，提升客户体验，促进交易达成

#### 智能客服



- 建立直销银行知识库，借助智能机器人为客户提供标准化便捷服务
- 智能客服24小时在线，可随时随地满足客户需求

### 3 绵阳银行直销银行进行智能产品建设，上线智能理财服务



### 3 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基础上提供资产配置服务。

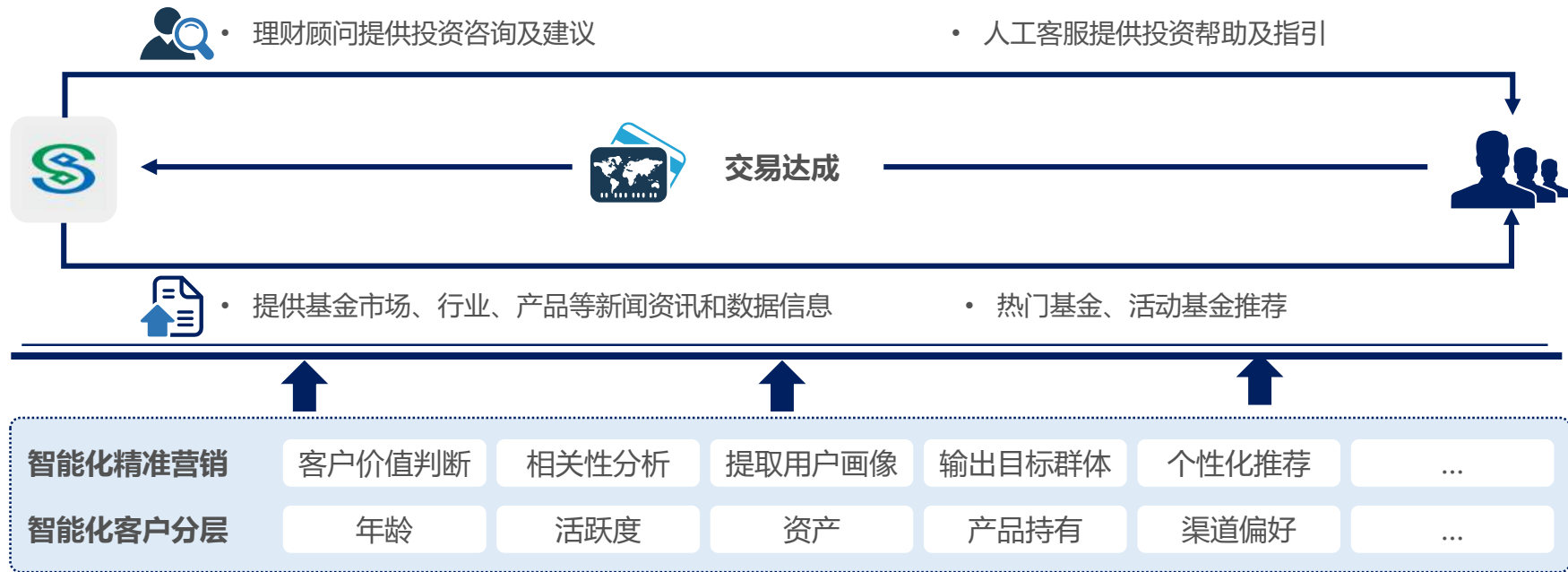
#### 徽常有财“天机智投”



- **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的组合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。



## 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

### 智能化精准营销

大数据、人工智能等将带来直销银行客户营销“量变”到“质变”的飞跃：

- 海量数据运算及分析，更高效、批量化地获取客户，更深度地了解客户
- AI技术全面应用，更聪明、更精准地满足客户需求

### 敏捷化智慧运营

建立基于互联网架构**可视化、精准化和敏捷化**的智慧运营管理模式：

- 后端运营管理智能化应用程度加深，大数据先进技术与互联网运营管理模式高度融合
- 结合客户线上行为数据，推动主动式运营业务监测的快速发展

### 大数据智能风控

发挥**数据资源优势**以及**智能模型应用**，实现真正的大数据智能风控：

- 积累银行系统和互联网生态多方数据资源，提升风控模型的有效性和精准度
- 更多业务场景应用，促进开展高频产品及服务，增强应对互联网业务的风险管理能力

**直销银行将重点发力场景化，广泛深入地嵌入互联网应用场景，实现各行各业生态融合**

基于居民生活及企业经营场景对外输出能力，深度关联挖掘客户金融需求，创新产品研发和金融服务，促进直销银行业务规模化拓展





**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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	
共建风控模型	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	
交易结算	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	
资金管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	

## 突破同质化，不少直销银行开始探索特色定位，走差异化竞争路线，成效初显

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。

### 差异战略定位

避免与母行正面竞争，力争在直销银行市场中脱颖而出，多家直销银行尝试与母行形成差异化的战略定位，并基于自身特色建立起错位竞争的特色品牌

### 特定客户群体

瞄准特殊需求市场，为特定客群提供定向性、专属的直销银行金融服务，如立足“支农支小”，服务于三农、乡镇小微企业等

### 特色产品服务

在产品和服务设计上突破创新，探索差异化，打造更具特色的直销银行产品及服务，如提供城市出行服务等

## 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。



### 触手可及的生活与社区服务

- 围绕丰富生活场景，提供便利服务
- 包括生活缴费及账单代缴、信用卡还款、停车场秒出等
- 支持无人便利店刷脸及账户直接扣款支付



### 便捷的智慧城市出行

- 针对车主，提供油卡充值、违章查询缴费、试驾、车金融（投保、分期付款）等一站式服务
- 针对无车人士，提供共享出行等相关服务



### 特色化的财富管理

- 符合本地理财需求特点，覆盖存款、投资、保险、贵金属等全系列金融产品
- “榕商稳健”、“榕商保本”等特色定制产品广受本地用户关注，4天销售额近7000万

## 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搜集、信息公布、资信评估、信息交互、借贷撮合等服务。

### 直销银行定位

#### 客户定位

“三农”、个体工商户、工薪阶层等小微群体，“户口在农村，生活、生产在各乡镇的小微企业主、乡镇村居民、创业青年”

#### 主打产品

“富民贷”：面向三农、小微企业、个体工商户等群体提供20万以下无抵押、无担保、纯信用的互联网小微融资服务

### 直销银行业绩

- 截至17年3月末，已累计撮合11.33亿元资金需求，为15357户小微客户提供信贷支持

- 户均贷款7.38万元

## 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

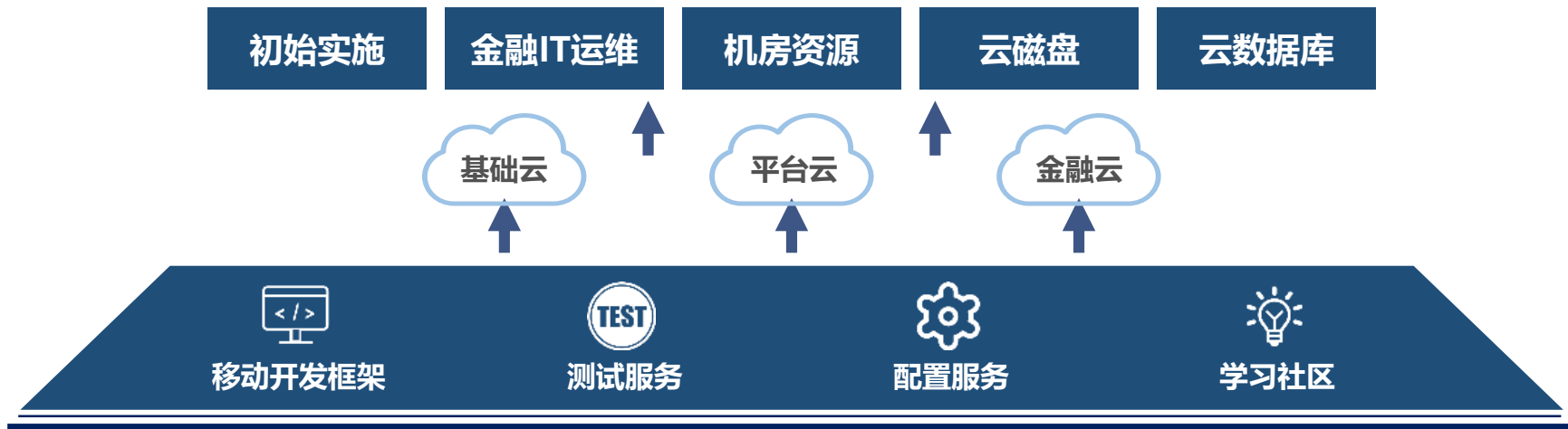
围绕银行自身特色、本地化金融和生活服务需求，借助直销银行，打通各个产业板块之间的联系，实现产融协同发展，如华润银行直销银行着眼集团优势资源，以金融服务为经纬，将燃气、电力、零售、置地、医药等板块悉数织入

## 响应监管号召，部分直销银行已开始探索云端部署，以降低成本，快速提升互联网金融能力

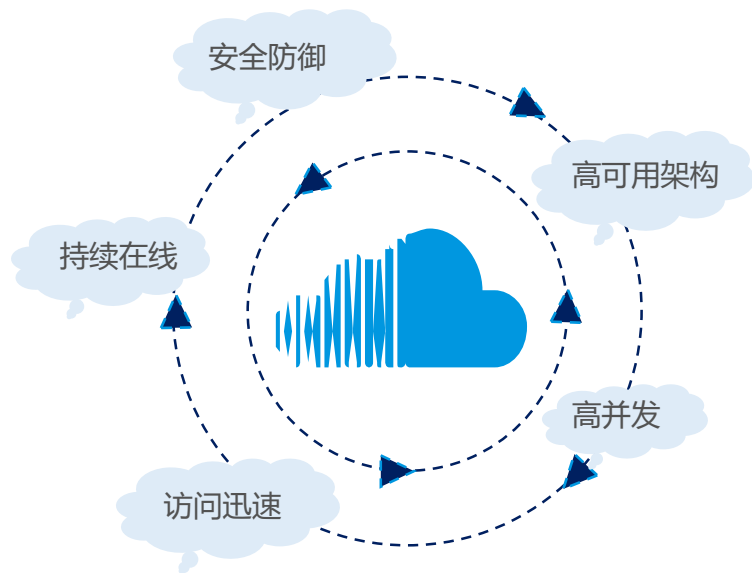
### 银监会“十三五”规划引领互联网化银行上云端

- 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
- 《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）》

### 创新式移动金融开发服务云平台



## 云端部署为银行尤其是中小银行带来利好：持续削减成本、降低开发周期、支撑海量业务、快速提升能力



云端特性

### 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

- 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

联合发布：  中国银行业协会  
CHINA BANKING ASSOCIATION



技术支持：



谢 谢 ！



# 附录：独立直销银行APP

## 城商行直销银行

 江苏银行 直销银行	 小爽bank	 华融e银	 99银行	 你好银行 Hi Bank	 石银直销	 沿海 直销银行	 钱承有余
 有氧金融	 贵州银行 直销银行	 华润银行 直销银行	 e千金	 宁波银行 直销银行	 小欧bank	 成长银行	 恐龙银行
 北京银行 直销银行	 桂银直销	 徽常有财	 昆仑 直销银行	 芒果银行	 泰安银行 直销银行	 民泰银行 直销银行	 洛阳银行 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	 齐鲁银行 直销银行	 威海银行 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	 长江 直销银行	 直销银行 廊坊银行	 齐商银行 直销银行	 风筝银行	 郑州银行 鼎融易	 嘉万通
 甘肃银行 直销银行	 杭银直销	 金e融	 快乐银行	 青岛银行 直销银行	 金鹿bank	 三峡付	 烟台 直销银行
 广东华兴 银行投融资平台	 彩虹bank	 小草银行	 龙行e融	 大美银行	 新丝路 Bank	 蜜蜂银行	 平顶山 银行直销银行
 广州银行 直销银行	 天空银行	 晋商银行 直销银行	 富乐e家	 上行快线	 宜商 直销银行	 乐易Bank	

# 附录：独立直销银行APP

## 股份行直销银行

	民生直销银行
	阳光银行
	一贯
	广发直销银行
	华夏直销银行
	浙+银行
	渤海直销银行

## 农商行/农信社直销银行

	北京农商银行凤凰直销
	燕子银行
	i邦银行
	e莞通
	小狮bank
	福万通
	e百福

	e帆风顺
	珠江直销银行
	锡银在线
	海南农信直销银行
	九商金融
	江南Bank
	启富东疆

	紫金银行直销银行
	金谷农商银行直销银行
	金喜鹊银行
	青岛农商银行直销银行
	上海农商银行直销银行
	海口联合农商银行直销银行

	南和直销银行
	定州直销银行
	潞盈直销银行
	金动力 bank
	延边直销银行

	贵州乌当农商银行直销银行
	长青直销银行
	点点攒钱
	榕商 bank
	唐山农商银行直销银行

## 其他直销银行

	工银直销银行
	华瑞银行直销银行
	韩亚银行 1QBank
	大华银行直销银行
	金城直销银行