

中信银行举办“信·新”品牌高质量发展论坛

为深入学习贯彻中央金融工作会议精神,由中信银行主办、新华网承办的“信·新”品牌高质量发展论坛于11月23日在北京举行。来自金融机构、智库、媒体、高校、企业、品牌评估机构等领域代表和专家学者共聚一堂,集思广益,建言献策,深入探讨高质量金融品牌建设路径,为助推更多的中国金融品牌走向世界贡献智慧。

近年来,我国金融品牌建设取得积极进展,品牌影响力稳步提升,对供需结构升级的推动引领作用显著增强。第三方品牌评估机构Brand Finance全球品牌价值500强统计数据显示,最近10年来,中国银行业品牌价值整体呈增长趋势,在该榜单品牌价值总和的占比,从2014年的12%增长到2023年的31%。同期,中国银行业的品牌强度从64增加到68,仅取得微弱增长。这显示出中国银行业品牌价值已经做大,但相比全球银行业,品牌强度仍显不足,推动由大到强的转变已箭在弦上。

识变:建设金融强国与做强做大金融品牌相辅相成

“前不久召开的中央金融工作会议,进一步提升了金融工作的战略高度,为新时代新征程推动金融高质量发展提供了根本遵循。”中信银行行长刘成出席论坛并致辞指出,品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现,建设金融强国需要强大的金融品牌作保障。好的品牌既能促进高质量发展,为持续稳定“高质量”提供保障,又是“高质量”发展的象征,二者相辅相成。

刘成表示,品牌建设是一项长久的系统工程,品牌是时间的朋友,非一日之功,非一力能成。做强做大金融品牌,需要多管齐下,抓好四方面工作:一是坚决服从党对金融工作的集中统一领导;二是依靠行业合力、多方协同发力;三是依靠金融创新,推动品牌可持续发展;四是积极走向世界,做实金融品牌。

新华网股份有限公司董事长储学军致辞时指出,金融品牌是金融企业一道隐形的生命线,关系到金融机构的外部评价,影响着机构的正常经营和行业的稳定发展。长期以来,新华网密切联



动监管部门、行业协会和金融机构,汇聚行业智慧与力量,全力与金融发展新部署“合辙”,与市场各方新需求“共振”,与人民美好生活新向往“同频”。

中国经济改革研究基金会国民经济研究所所长、中国(深圳)综合开发研究院院长樊纲以《金融发展与银行品牌》为题作主旨演讲。他表示,银行品牌建设关乎银行的发展方向、质量以及核心竞争力,同时这也是整个金融生态和金融系统发展的重要问题。做好银行品牌建设,关键在于银行要为实体经济服务,与客户共同发展,并做好风险防范。

中国宏观经济研究院院长黄汉权指出,品牌建设是高质量发展的重要内容,品牌是时间的朋友,非一日之功,非一力能成。做强做大金融品牌,需要多管齐下,抓好四方面工作:一是坚决服从党对金融工作的集中统一领导;二是依靠行业合力、多方协同发力;三是依靠金融创新,推动品牌可持续发展;四是积极走向世界,做实金融品牌。

应变:品牌格局变化需把握机遇改革创新

建设高质量金融品牌,是赢得消费者认同、集中展现企业核心竞争力的大事要事。对知名跨国企业而言,品牌是全球资源整合能力、创新能力、市场营销能力和增值能力的综合反映。

英国《银行家(The Banker)》杂志主编Joy Macknight通过视频分享观点表示,在强有力的治理和良好的监管环境推动下,中国银行业在过去十年中经历了改革和演变,并通过深化改革创新,逐步由规模扩张转向质量提升。

第三方品牌评估机构Brand Finance董事长David Haigh以视频形式分享观点表示:“我们看到越来越多中国企业将提升品牌价值作为重要战略资产。”他认为,品牌发展的环境,就像流沙和磐石的混合物,需要企业具备适应能力、远见能力及对不断出现的机遇和挑战快速把握的能力。在其2023年全球银行品牌价值500强报告中,全球500个最有价值银行品牌中有76个是中国品牌,比十年前的41个,几乎翻倍;中国银行业的品牌总价值从十年前的1210亿美元,增至4410亿美元,复合年增长率达15%。

论坛发布了《中国银行业品牌调研报告(2023)》。Brand Finance中国公司

总裁陈亿登作为发言人并作解读。他指出,国内各家银行充分认识到在竞争激烈的市场中留下印记的重要性,纷纷采用创新的品牌战略,以提高其品牌定位和亲和力。大型国有银行在零售银行、对公业务市场都占据主导地位,享有较高的品牌“熟悉度”和“认知度”,但股份制商业银行为客户提供个性化服务和产品,并在“创新度”这条赛道上迅速腾飞。中信银行在科技资源投资方面持续加大力度,反映在其“创新度”指标的高分上。同时,中信银行在“产品创新度”方面表现抢眼,在全国设立了55家“幸福+”网点,加强了对老年人的服务,包括中医保健、退休理财教育和防范金融欺诈。在对公业务方面,中信银行与各家商业银行相比也保持了良好声誉。这种来源于其对诚信的承诺、对稳健业务关系的关注、对企业银行业务的专业化及对现代化的执着追求。

求变:以品牌带动优质高效金融服务满足需求

在论坛现场,三个金融服务的故事分享,串联出中信银行聚焦金融服务品质提升、在供需良性互动中加快品牌发展的突出表现。从跨越万里紧急连线的出国金融服务,到与高科技企业一路共同成长跃升的银企深度融合,再到普惠金融、乡村振兴等领域持续发力的精准惠民济困,由点及面,见微知著,映射出中信银行始终坚守服务实体经济初心,在品牌建设之路上阔步前行的坚实步履。

中信银行副行长谢志斌认为,品牌建设是“真善美”的高级活动。银行要实现高质量发展,首先要从“真”上理解自身定位,中信银行作为国有金融机构,要践行“国之大家”,充分体现金融工作的政治性和人民性,更好地服务实体经济,为国家经济社会发展贡献力量。其次要努力成为“创新、协调、绿色、开放、共享”发展的典范。最后通过致广大、尽精微的品牌建设做好传递和表达工作。

谢志斌表示,品牌建设是系统工程,要做到虚实结合、内外结合、前后结合,通过实力、魅力和合力,不断为企业高质量发展可持续发展提供有力保障。(卢文)

新一代人工智能技术正加速与各行各业的深度融合。保险业亦是如此。

“以大模型为代表的新一代人工智能技术正在加速金融业数字化和智能化发展,其在风险管控、市场营销、运营服务、投资研究、企业经营治理等场景大有可为。”在2023金融街论坛年会——数字技术助力智能金融发展论坛上,十三届全国政协委员、原保监会副主席周延礼表示。

机遇:为保险业带来根本性变革

“大模型技术发展之快带来的创新价值前所未有。与数据收集、计算、交换相关的技术目前被广泛认为是增强金融业安全性、协同性以及提高效率、及时性的技术。”周延礼认为,总体来看,人工智能在提升金融主体内外效应、提升用户全流程体验以及提升金融服务数字化程度方面作用是非常明显的。在金融客户个性化服务方面,人工智能可以通过分析客户的行为、偏好和需求,为每位客户量身定做服务方案。

作为靠数据起家的行业,保险数字化转型的内容更丰富、效果更明显。根据Gartner最新调查报告,40%的保险业首席信息官表示,智能科技是他们在2023年计划大幅增加投资的首要领域之一。智能科技已成为保险公司在创新业务模式、改善客户服务、提高运营效率上最强大、最重要的技术之一。

清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心主任魏晨阳认为,从长期来看,以人工智能为代表的科技革命将为以风险管理为核心的保险行业带来根本性的变革,不仅影响行业的业态,而且可能改变行业的底层逻辑。“以客户为中心、以科技为链接,保险业正在构建内外开放的合作生态,为保险行业和各行各业创造新的发展生机。”魏晨阳说。

实践:创新商业模式和底层技术架构

开放与合作,是保险机构加快数字化转型的重要方式之一。

近日,中国太保携手华为、科大讯飞共同成立保险数字劳动力实验室,在算力基础设施、底座大模型、场景领域知识等方面深度合作,共同探索保险基础大模型建设和保险领域数字劳动力的应用。中国太保丰富的保险场景和专业领域知识、华为的硬件实力和讯飞的算法。这意味着,大模型技术厂商获得了一片技术应用的试验田,而技术厂商不断快速迭代的大模型技术,也能够助力中国太保数字化转型,不断推动保险业务的创新发展,提升客户体验。

中国人保在近日举办的“科技赋能民生、人保慧致未来”科技发布会上发布了“数智焕新—寿险服务升级项目”“神机百算—业务运营数字化项目”“数聚智审—数字化审计项目”等10项成果。以“神机百算—业务运营数字化项目”为例,对于当前和历史的数据,只需要通过简单的人机对话,就可快速获得定制化的数据和报表;对于将来的数据,通过深度学习,构建模型,就可对保费收入、费用支出、灾害损失等重要指标进行有效核算,助力业务经营。

依托长期历史数据积淀,中国人寿寿险公司不断应用数字技术创新风控手段,赋能反欺诈、反洗钱等领域。比如,创新开展基于用户行为的大数据监测和智能分析,快速识别异常登录,精准捕捉异常用户行为,实现风控前移、动态监测、精准处置。目前,日均面向用户精准实时推送安全通知110万次,有效识别并及时化解风险隐患,以科技助力“打击黑产、五虚治理”。2021年,中国人寿寿险公司“反洗钱智能识别及查证系统”荣获中国人民银行年度金融科技发展奖二等奖。

从以上实践来看,保险业数字化转型不同于以往的信息化建设,其重点在于创新商业模式和底层技术架构,借助数字化技术改进经营管理和模式,连接不同场景入口,创造直达客户体验的产品。

挑战:算力资源严重不足

根据原银保监会于2022年初发布的《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》,到2025年,银行业保险业数字化转型取得明显成效。数字化金融产品和服务方式广泛普及,基于数据资产和数字化技术的金融创新有序实践,个性化、差异化、定制化产品和服务开发能力明显增强,金融服务质量和效率显著提高。数字化经营管理体系基本建成,数据治理更加健全,科技能力大幅提升,网络安全、数据安全和风险管理水平全面提升。

魏晨阳表示,在全球多领域前沿科技融合发展的背景下,我国保险业面临着技术进步带来的新的机遇和挑战。我们仍然需要持续提高科技创新水平,充分实现数据价值和提升生产力;需要在新技术支持下建立更开放的保险业态,进一步释放行业的发展潜力。

“调研中,不少保险企业反映,大模型训练成本非常高,每家公司投入都很大。因此,要进一步支持数据共享与开放,促进金融机构和科技公司共同推进创新的解决方案。”周延礼建议,鼓励金融机构和国家超算中心、数据中心合作开展数字技术的研发。汇聚各种信息科技资源,推动研发市场化运行,共同创造数据要素的价值,降低国产大模型价格。

中国人民保险集团科技运营部总经理刘苍牧从保险公司的角度介绍了目前遇到的挑战。“在大模型研究和应用场景落地的过程中,感受到最大的限制并非技术,而是算力资源严重不足。应对基本的模型调优和小规模场景应用都捉襟见肘,这对我们持续开展大模型研究和推广应用是一个巨大的挑战。”刘苍牧说。

另外,法律合规方面的问题对于保险公司而言也是一项挑战。“大模型算法技术门槛高,底层算力需求大,必须借助相关产业公司的技术和算力共同开展大模型的底座研究和训练,这就涉及脱敏数据出境的问题。”刘苍牧进一步表示,“我们从今年6月份开始研究相关法律法规政策,也与法律界和同业开展了很多的交流探讨,但目前尚无非常明确的规定和指引,同业也普遍秉持着谨慎的态度。”

针对这些挑战,魏晨阳建议,不仅市场主体必须积极参与到这场变革当中,对于监管机构更需要保持主动性和前瞻性。其中,在支持科技创新和防范金融风险之前,保持动态平衡的监管模式和监管政策极其关键。监管部门应当与保险科技行业建立常态化沟通机制,持续了解科技前沿,掌握行业创新动态,通过与监管机构和其他市场参与者的充分交流构建行业共识,在问题集聚前化解风险,在政策调整时保持市场稳定。

从畅想到实践 保险业数字化转型面临挑战

信也科技发布2023年Q3财报:营收31.98亿元 同比增长7.6%



近日,信也科技公布了其2023年第三季度未经审计的财务报告。财报显示,信也科技第三季度在国内、国际市场延续增长态势,实现季度营收31.98亿元(人民币,下同),较去年同期增长7.6%;当季促成交易额513亿元,同比增长12.7%;季末在贷余额659亿元,同比提升9.3%。

截至2023年第三季度末,信也科技已为88家国内金融机构提供数字化服务,并连接近2500万用户,为其提供信贷科技服务。

财报披露,信也科技在国内、国际两个市场普惠金融业务覆盖度维持稳健提升态势:国内市场,当季交易额491亿元,同比增长10.6%;国际市场,当季交易额22.1亿元,同比大涨99.1%。

信也科技表示,由于客群上浮战略的持续深入和稳健的风控策略,公司继续锁定优质客群,并保持风险指标处于低位。财报显示,信也科技当季优质用户占比超80%,保持稳定;平均贷款利率22.1%,与上季度相比下降0.2个百分点;90天以上逾期率1.67%,较上季度下降0.01个百分点,持续优于行业水平。

信也科技第三季度继续加大对小微金融服务业务的战略投入,促成小微企业和个体工商户贷款共123亿元,同比增长9%,环比涨幅为7%。

信也科技首席执行官李铁铮表示:“信也科技践行的长期主义和稳健发展的经营方式,在面对当下复杂多变的宏观环境时展现出特别优势。第三季度,我们在国内、国际市场延续良性增长态势。我们也积极响应监管机构号召,致

力于为金融机构提供优质的数字化服务;同时优化对客利率,不断提升小微业务水平,推动普惠金融事业发展。”

国际化营收部分,三季度信也科技国际业务延续亮眼表现:国际业务营收贡献5.85亿元,同比增长67.3%,占集团总营收18.3%。据了解,信也科技自2018年起开启全球化进程,目前已在东南亚国家布局深度本地化的金融科技平台,同时也正探索科技产品海外服务的新赛道。

信也科技继续全方位、多渠道推进消保体系建设,并在学术领域取得最新进展。近日,集团联合中国互联网金融协会,对“中国金融消费者教育和权益保护研究”进行开题研讨,该研究有望于2024年公布最终学术成果。

抵御黑灰产是当前金融科技行业的重点议题。信也科技披露,三季度其持续优化客诉处理全流程,集团自研的反诈矩阵式风控体系日均干预疑似欺诈行为超4000次,共阻断诈骗7000余次,帮助用户及机构免受损失近1.3亿元。(冯轩)

昆山农商银行:创新合作模式 促进共同发展

本报讯(记者 汪宏胜)为认真贯彻落实江苏省委省政府关于加快推进金融支持文化产业、赋能文化事业的相关要求,10月25日,江苏昆山农商银行与江苏有线网络发展有限责任公司昆山分公司举行党建共建暨战略合作签约仪式。江苏有线昆山分公司党委书记、总经理王欣,昆山农商银行党委副书记、总行行长高其冬等领导出席会议,党委委员、副行长孟庆华主持会议。

王欣表示,此次签约是双方依托各自资源禀赋优势,强强联合,实现全面、长期和稳定战略合作关系的新篇章。后期双方将持续深度拓展业务合作内容与形式,在党建共建、文化惠民、品牌宣传、数字人民币、乡村振兴等方面实现资源互补、权益共享,构建多层次多渠道的宽领域的合作模式,促进共同发展。

高其冬介绍了昆山农商银行目前

的业务发展情况。他表示,前期江苏有线与该行已在联名信用卡、便民服务、渠道建设等多个方面开展了合作,为双方全方位的深化合作奠定了良好的基础。此次战略合作双方将深入探索建立“文化+金融”的综合服务模式,为双方上下游企业及集团客户提供金融、文化、信息化集成等服务。未来,将以共建共享为基础,加强党组织的创造力、凝聚力、战斗力,深化创新,全面提高党建共建效能。

会上,昆山农商银行机关第八党支部、银联支行党支部分别与江苏有线昆山分公司第四支部、江苏有线昆山分公司第一支部进行党建签约。

下一步,该行将以本次战略合作为契机,在双方的共同努力下,更好地服务昆山本地广大百姓,为昆山高质量发展做出新的更大贡献。

秋收时节,赣榆农商银行结合秋粮收购资金“短、频、急”的特点,切实提升金融服务质效,抓住秋粮收购的重要时间节点,组织员工深入田间地头,现场办公、精准服务,为秋粮颗粒归仓保驾护航。

为支持三农工作有效开展,赣榆

赣榆农商银行:引金融“活水”润“三农”沃土

农商银行客户经理在走访过程中,了解到某农机销售公司存在客户购农机资金短缺问题,通过多次协商洽谈,为该客户准入“农机贷”项目贷款,当期准入金额1000万元。“去年初,销售农机遭遇瓶颈,农户嫌购农机资金投入太大,销售一时难以平衡。赣榆农商银行城南支行多次介绍‘农机贷’,了解后发现确实不错,好多农户申请‘农机贷’后实现了原购买计划,也解决了公司销售难题”。农机销售公司负责人对“农机贷”赞不绝口。

“农机贷”产品推进之初,赣榆农商银行积极与区农业农村局等相关部门和单位进行对接,并建立信息共享机制,对重点企业逐户走访。同时,为切实解决农民客户在秋粮收购、秋季播种过程中遇到的金融难题,赣榆农商银行靠前发力推进秋收秋种保障工

作,充分调研市场需求,扩大收购贷款支持品种,提供便捷、高效的结算服务。截至目前,该行已发放秋收秋种类贷款392户,6427万元。

下一步,赣榆农商银行将紧紧围绕服务乡村振兴战略,整合资源,继续加大对涉农产业支持力度,通过完善人才培养、优化涉农考核,强化营销队伍等长效机制,围绕农业现代化发展和农户生产生活的金融需求,创新更多金融服务模式,为乡村振兴持续注入金融活水。(吕廷廷)

江南农商银行遥观支行:服务进企业 普惠在行动

为打通服务客户“最后一公里”,提升客户体验和满意度,近日,江南农村商业银行遥观支行组建普惠服务小分队,走进常州市武进华联电控设备股份有限公司,开展“社保卡上门激活”便民服务。

为打通服务客户“最后一公里”,提升客户体验和满意度,近日,江南农村商业银行遥观支行组建了“第三代社保卡”的新功能和使用方法,并积极宣传介绍了数字人民币服务。

常州市武进华联电控设备股份有限公司作为遥观支行存量贷款客户,是该行重要的合作伙伴。在得知该企业员工因工作较忙,无法到网点更换第三代社保卡的情况后,该行积极与企业负责人对接,连续三天为公司员工提供上门更

换和激活社保卡服务。服务过程中,该行工作人员向公司员工介绍了“第三代社保卡”的新功能和使用方法,并积极宣传介绍了数字人民币服务。服务沉下去,金融更普惠。本次活动为华联电控员工共计更换并激活150余张社保卡,获得了华联电控领导与员工的广泛点赞与一致好评。下一步,江南农村商业银行将以此为契机,持续延伸服务触角,铸就亲服务、稳金融的口碑,提升普惠金融水平,持续为客户提供优质综合金融服务。(李欣 蒋丹)

(付秋实)