

# 拥抱趋势 加快转型 重塑网点价值



中国邮政储蓄银行

POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA

# 免责声明

## Disclaimer

- 本演示所用的投影片/材料为机密信息并仅供阁下作参考用途。任何人不得为任何目的取走、直接或间接复制、分发、传播或派送本演示所用的投影片/材料或其任何部分给任何人（不论其是否与阁下属同一机构）。特别是任何人都不得以任何形式将本演示中的任何内容以任何方式直接或间接复制、分发、传播或派送至英国、澳大利亚、中华人民共和国、美国、加拿大或日本，或向任何“美国人”（依照最新更新的美国1933年证券法（“1933年证券法”）S规则下的定义）复制、分发、传播或派送。
- 本演示所用的投影片/材料或其包含的任何信息均不构成发售或任何认购或购买证券的要约邀请。本演示所用的投影片/材料的任何部分亦不构成任何合同、承诺或投资的基础，任何合同、承诺或投资也不得依赖本演示所用的投影片/材料的任何部分。
- 本演示可能包含前瞻性陈述。该等前瞻性陈述，是根据一系列对本行的营运和一些本行无法控制的因素的假设作出的。该等假设具明显风险和受未知因素的影响，故该等因素可导致实际结果与本文件中的前瞻性陈述有重大出入。本行不承担就演示日期后发生的事件或情况，更新前瞻性陈述的责任。
- 本演示中所表述或包含的信息仅反映截至演示日期的情况，且未就及不会就演示日期后所发生的重大进展而进行更新。本演示及其中所包含的信息不应被视为或被依赖作为对本行的财务、营运或前景的完整和全面的分析。当中一些资料尚处于草拟阶段。
- 本文件中亦包括若干有关中国银行行业的资料及统计数据，该等资料及数据乃由本行从外部非官方来源获得，且未经独立审核。本行不能保证该等资料来源采用了与其他行业相同的标准或与其他行业的相关资料的准确性和完整性可比。阁下不应对本演示中的任何对中国银行业陈述产生过度依赖。本演示包含的信息并非尽职调查审查亦不应被视为尽职调查审查。本演示包含的信息未经过独立第三方验证。任何人都未对本演示中所包含的信息和观点的公正、准确、完整或正确性作出任何明确或隐含的陈述或保证，因此任何人不得对其公正、准确、完整或正确性产生任何依赖。本行、其顾问、或其各自的董事、高管、雇员、代理人或顾问均不对本文件或其内容负责，亦不承担（因疏忽或其他原因）任何由于对本文件或其内容的任何使用而造成的任何损失，或以其它方式产生的与本文件相关的损失。上述人士就本演示对阁下并不负有任何受信责任。

# 目录

Contents

**01**

**拥抱趋势**

**02**

**加快转型**

**03**

**展望未来**

01

# 拥抱趋势

大数据、云计算、移动互联网，交易线上化

网点还具有什么样的价值？



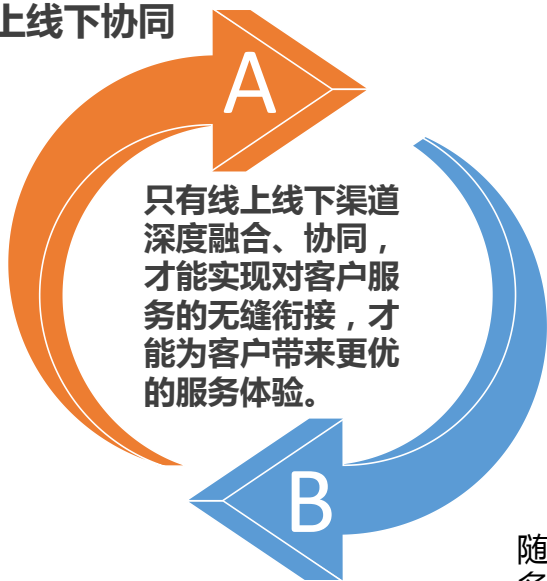
中国银行业金融机构平均离柜业务率超88%

## (一) 线上与线下渠道融合发展，全面提升客户体验

### 全渠道 — 线上线下融合

#### A 零售业：线上转线下、线上线下协同

- 从零售行业发展趋势看，电商上线之初运营成本低、获客成本低，短时间内形成庞大的客户聚集，对传统零售业形成巨大冲击。
- 随着线上用户增速放缓，获客成本日渐高昂，线上零售红利也逐步衰减。
- 电商巨头转向线下布局，打造线上线下协同发展。



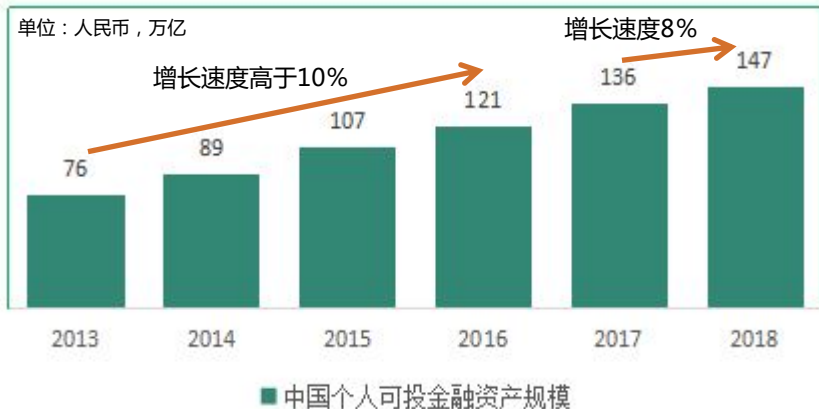
#### B 银行业：线下转线上、多渠道融合

银行业则呈现出线下向线上发展的趋势。某咨询公司2017年亚太地区零售银行调研报告显示：

|                  | 电子渠道 | 网点  |
|------------------|------|-----|
| 客户进行简单账户交易的渠道    | 85%  | 15% |
| 客户获得购买产品和服务建议的渠道 | 44%  | 56% |
| 客户进行复杂账户交易的渠道    | 17%  | 83% |

随着电子渠道发展，银行与客户间的互动已从单一渠道向多渠道转变。线上渠道能够简单、便捷的服务客户，线下网点在建立客户信任、处理复杂交易、提供有温度的服务方面，依然发挥自身的比较优势。

## （二）随着居民财富增长，网点仍然是财富管理服务的重要渠道



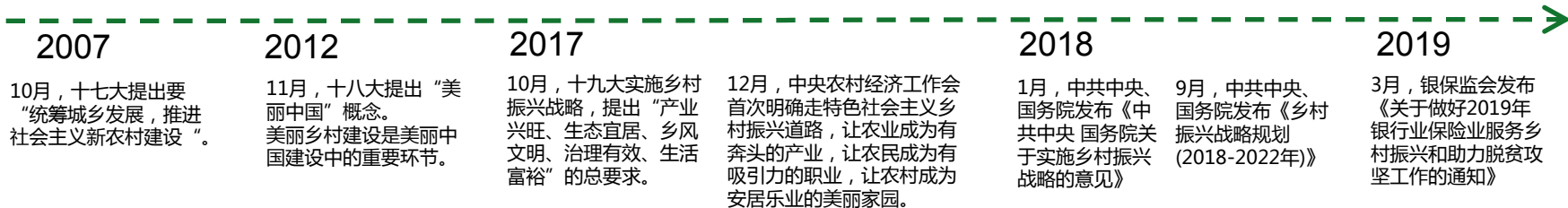
2018年，中国个人可投资金融资产规模总量达147万亿。预计2021年，富裕及以上家庭将达到2400万户；2023年，个人可投资金融资产有望达到243万亿元，年复合增长率约为11%，这将为财富管理创造出巨大的市场机会。

数据来源：波士顿咨询公司中国财富市场模型（2018）  
麦肯锡全球财富管理数据池(Global Wealth Pool)

从客户特点来看，财富客户对资产的保值增值更为看重，对复杂金融产品和资产配置的需求更为强烈，在机构的选择上更重视专业性、安全性、私密性和可信度。

银行网点最大的价值就在于有专业的人提供面对面的专业金融服务，并能够通过为客户提供相对独立的咨询场所，与客户面对面建立信任，更准确地了解客户，为其提供复杂产品咨询和个性化解决方案，可以说，银行网点发挥财富管理的作用将会持续增强。

## (三) 县域经济快速发展，客户金融服务需求潜力巨大



邮储银行的网点价值将在服务乡村振兴战略中进一步凸显。

从国家政策看，近年来出台了一系列乡村振兴的政策，随着政策的逐步落地，县域金融环境将得到改善，经济也将加速发展，这将为银行业务增长提供良好基础。

与城市相比，县域客户持有的金融产品相对单一。随着经济和居民收入的增长，他们的各类金融需求将逐步被激发，带来巨大的消费、投资、融资市场。

邮储银行在县域地区有2.8万个网点，覆盖99%的县及大部分乡镇，服务4亿多县域客户，具有坚实的客户基础和网络基础。





## （四）科技赋能，网点服务营销能力将大幅提升



### 金融科技使网点经营更集约、服务更便捷

银行通过智能设备、智能柜台、人脸和语音识别等技术，不断提升客户的业务办理效率，并使更多的网点人员能够从柜台内走向柜台外，有更多时间维护客户关系、服务客户。



### 金融科技使网点营销更精准

通过大数据分析、客户多维度画像等，客户经理能够全面掌握客户信息、了解客户需求，更精准地识别客户、营销客户，服务客户，为客户提供更合适的金融产品。

**我们积极拥抱趋势，加快网点转型，抓住居民财富增长带来的机遇，通过科技赋能提升网点专业化服务能力，持续提升网点价值。**

02

## 加快转型

### (一) 总体工作思路

#### 提升客户体验，提高网点效能

1.了解客户

2.综合服务客户

3.分层维护客户

4.场景便利客户

5.吸引客户

积极适应客户行为和需求变化趋势，以提升客户体验、提高网点效能为核心目标，突出“智能化、“轻型化”和“综合化”的转型方向，提升线上线下一体化的全渠道服务能力，加快推进网点向维护客户关系、提供财富管理、满足客户综合金融需求的“营销服务中心”和“客户体验中心”转型。

### (二) 五项工作措施



#### 1. 了解客户

——充分挖掘客户信息，增强精准营销能力

1

建设个人客户管理数据集市、全面整合客户信息，建立客户标签体系，提升客户识别精准度。

2

充分利用客户信息，通过开发数据分析模型，对目标客户进行画像。

3

开展客户全生命周期的经营管理体系建设，以实现对客户不同阶段的需求识别，并匹配适应的金融产品。



### 2. 综合服务客户

——加强条线协同，优化综合营销体系



#### 综合金融服务



通过推进综合营销体系建设，上线个人客户营销平台和营销绩效管理系统，加强条线间的协同和综合营销。



通过实施网点和信贷深度融合方案，增加网点零售信贷功能，增强网点为个人和中小企业客户提供全业务服务的能力。



实施公司业务拓展计划，实现综合型网点全部开办公司业务。

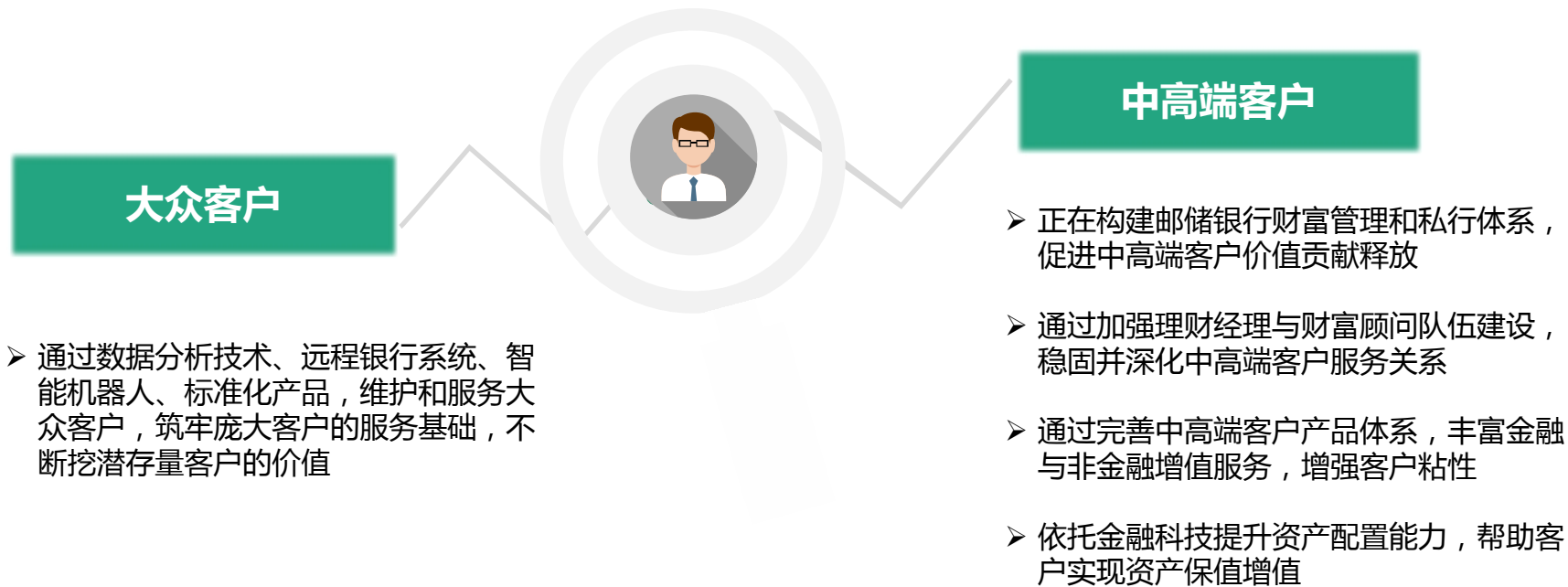


通过拓展代理网点的业务功能，进一步提升代理营业机构的客户综合服务能力。



### 3. 分层维护客户

——强化客户分层管理，提升庞大客户价值





### 4.场景便利客户

——推进线上线下融合，加速金融服务场景化

#### 通过不断优化线上交易渠道

主动融入客户生活场景，努力成为客户“往来”最频繁的银行，进而成为客户的“主办行”

#### 通过抓金融场景建设

- 一端服务商户可以带来商户资金沉淀，一端融入生活场景服务客户进而活客、获客
- 我行今年推出聚合支付和商圈平台：
  - 在 B 端打造餐饮购物、交通旅游等方面的生活场景，在 C 端提供商户推荐、买单优惠等功能。实现支付产品与生活场景的深度融合，构建银行、商户和客户的互动生态圈。



通过4万个网点线下地推商户，推动线下商户向线上迁移

- 通过商圈平台建设，为商户提供线上客户引流和产品服务展示
- 银行和商户共同为客户提供便捷的支付和消费体验，实现银行、商户、客户三方共赢



### 5.吸引客户

#### ——优化网点内外部设置，切实改善客户体验

| 视觉效果                                  | 网点位置                                       | 氛围营造                            | 产品体系                        | 客户服务                            |
|---------------------------------------|--|---------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| 逐步统一全国网点的内外部形象，实现网点内外部视觉的一致性，提升品牌认同感。 | 优化城市网点选址指标并建立县域选址指标体系，让客户到达网点更方便，让网点更贴近客户。 | 优化网点的内部布局和客户动线，强化厅堂营销氛围，吸引客户到店。 | 为不同层级和不同群体的客户打造差异化的金融产品和服务。 | 持续开展客户体验调查，不断提升网点服务水平，有效提升客户体验。 |



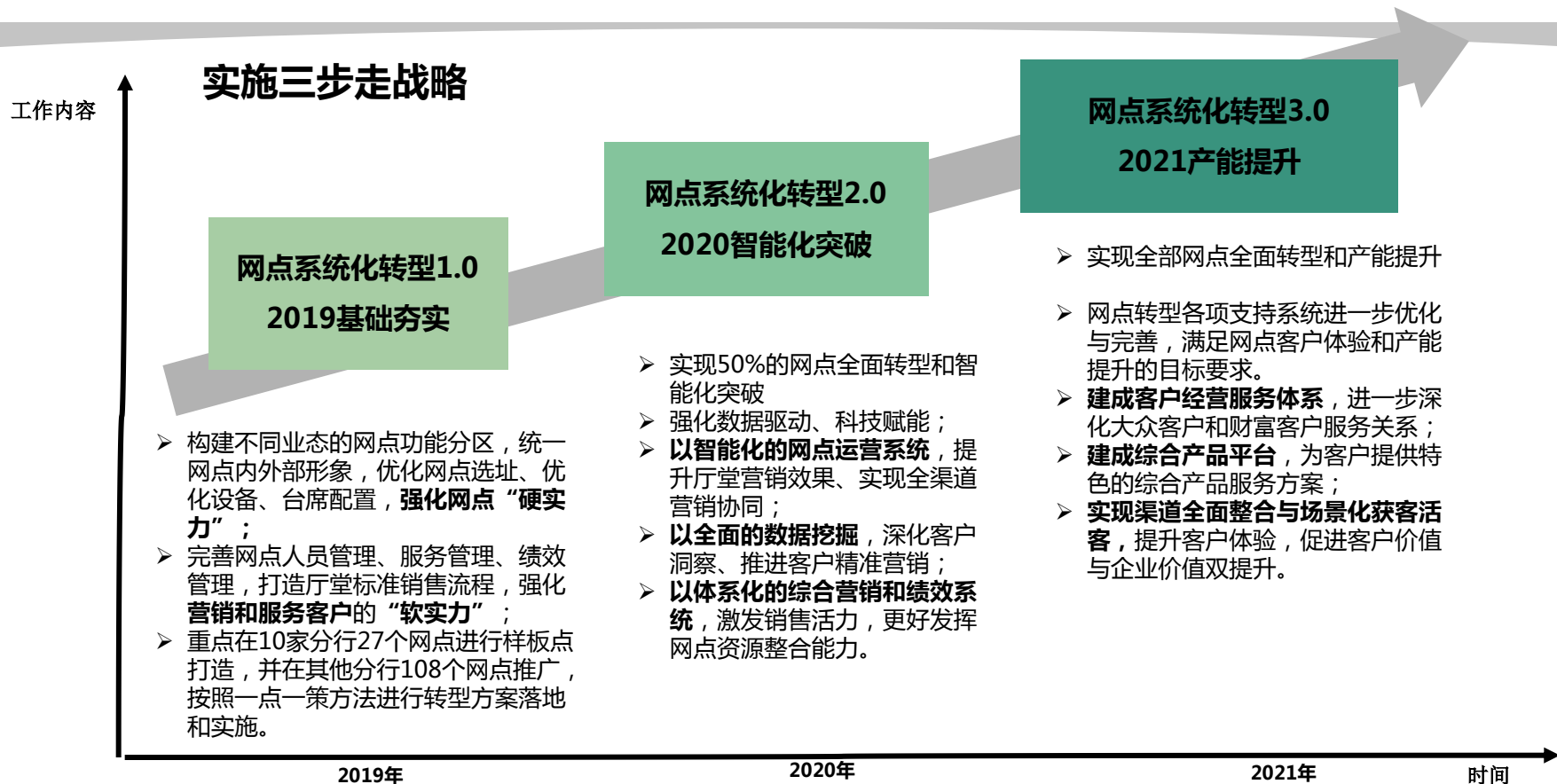
03

## 展望未来

## 不断提升网点产能

对比我行与同业网点的点均产能，还存在着较大差距，但差距既是我们的动力也是我们的潜力。展望未来，我们通过五项措施加快推进网点转型，提升网点效能。尤其是对代理网点，我们将积极争取监管支持，逐步进行功能新增和产品叠加。





### 三、展望未来



通过对4万个网点的转型升级，对5.84亿客户分层维护，持续提升网点效能，优化客户体验。

邮储银行将会成为最受信赖、  
最具价值的大型零售商业银行！

为股东持续创造价值！  
为客户提供更优质的金融服务！



感謝

THANKS

进步 与您同步



\* 中国邮政储蓄银行版权所有，未经中国邮政储蓄银行表示同意，不得抄袭或剪辑本文资料。

进步 与您同步