

网上中国

云中漫笔

推进数字化转型

线上银行上线有作为

本报记者 叶子

疫情让中国银行业数字化转型加速，银行数字化如何纵深发展成为关注热点。专家认为，银行数字化转型不仅是产品和服务的线上化，还应加强组织和管理的数字化。



用户手机里的银行APP。

图片来源于网络

银行向智能化迈进

不出门，如何申请贷款？不见面，如何完成授信？

最近，招商银行南京分行就遇到了类似的问题。一位公司法人回乡探亲后无法及时返回江苏，而公司急需开立银行账户。以往，企业开户需要企业法人亲赴银行网点进行现场面核。如今有何新招？

招商银行南京分行基于手机移动平

台，运用人脸识别、音视频采集、大数据等多项技术，上线不见面审批功能，用5分钟时间就完成了远程开户意愿核实，成功开立了公司基本账户。

安徽省亳州药都农村商业银行日前研发“金农企e贷”新产品。客户在线申请，2小时至48小时内，系统会根据大数据分析完成授信。4月22日上线试运营以来，“金农企e贷”已完成授信339户，授信金额3.29亿元。金融科技助力让银行很快就满足了客户需求。

为支持疫情防控，多家银行强化手机银行、网上银行等电子渠道服务，减

少客户不必要的出行，也催生出“非接触银行”服务的理念和需求。新网银行首席研究员董希淼接受本报采访时表示，“非接触银行”服务关键在于银行数字化能力。

近年来，越来越多商业银行设立互联网金融部、数字金融部等，引入金融科技开放合作，打造数字化银行。以招商银行为例，1999年，招商银行启动“一网通”，在国内率先推出网上银行业务。根据招行2019年年报，“招商银行”和“掌上生活”两大APP月活跃用户已突破1亿。

如今，许多业务不用跑去网点、柜台，人们通过银行的手机客户端，动动指尖就能完成转账汇款、购买理财产品等，正是得益于银行的数字化转型。董希淼表示，从业务层面看，商业银行经历了电子化、线上化的阶段，现在正向智能化迈进。

组织架构“敏捷”转型

北京大学数字金融中心曾编制“商业银行数字化指数”，对2010年至2018年占中国商业银行总资产90%的141家银行进行了数据分析，结果表明，中国银行业总体上数字化程度不断加深，从2010年的14.83%增长至2018年的73.78%。

董希淼表示，银行的数字化转型一般是从产品和服务的数字化开始的，这些方面大众能感知到也比较关注，但进行到一定阶段后，如果没有在战略层面制定规划，没有数字化的管理文化，数字化转型往往会推进缓慢或难以持续。

“数字化转型对敏捷组织要求很高，但银行传统的总分行体制，相对保守的文化氛围，决策链条较长，与数字化要求的开放、包容、试错、快速响应有冲突。这就需要组织和管理层面的数字化转型。”董希淼说。

在上述“商业银行数字化指数”的分析结果中，相对落后的是组织转型。这也反映出银行业数字化转型中普遍遇

到的问题。

光大银行数字金融部远程银行中心武汉分中心的员工喻兰认为，组织架构是现代商业银行高效运行的基础保障，组织架构设计是否科学合理，关系到银行的核心竞争力与服务能力。银行在推进数字化转型过程中，面临的最大挑战，往往是原有的组织架构难以支撑敏捷反应和快速决策。

数字化要“以人为本”

对于银行而言，数字化转型已是大势所趋，以更开放的心态来迎接数字化转型，已成为行业共识。

董希淼从6个层面提出银行加快推进数字化转型的建议：在战略上，制定转型战略并深入实施，持续加大投入；在组织上，建设敏捷组织，培养数字化意识、人才和文化；在业务上，创新产品研发，打造多元化渠道与风控体系；在技术上，完善配套机制，促进技术应用与架构转型；在数据上，加强数据治理，改善数据运营，确保数据安全；在合作上，践行“开放银行”理念，深化跨界合作，融入多种场景。

中信银行信息技术管理部副总经理陈蓓表示，对于传统银行的数字化转型，难度不在于科技本身，而在于数字创新的土壤和文化。大数据、人工智能和区块链技术的应用虽然很前沿，但拥有这些技术并不等于银行已经完成数字化转型，还要有驱动数字化业务生长的土壤和根基，比如企业的战略和文化等。

中国人民大学国际货币研究所副所长宋科说，商业银行应该在推进数据治理的基础上，通过自我赋能或者合作赋能的方式，综合提升银行数字化程度，打造“无处不在”的开放银行。

微众银行科技创新产品部负责人姚辉亚认为，不管是数字化转型还是开放银行，其实都要“以人为本”，从“用户视角”出发。数字化的目的是以用户为中心，为用户提供更高的价值。

实体书店也送图书「外卖」

海外网 栾雨石

近日，美团、饿了么外卖平台多了一项买书的服务，只需在平台上“下单”，就可以在30分钟左右享受送书上门服务。

实体书店也送外卖。据此前媒体报道，首批北京72家实体书店已陆续上线美团外卖。随机查阅一些书店的商家页面，会发现不少网友留言表示鼓励：“快速便捷，不用发愁出门买书了”“感觉这样买书多了一份新鲜感”……

外卖小哥开始快递“精神食粮”，受新冠肺炎疫情影响，众多实体书店的收入已经呈断崖式下跌。不久前，某公众号曾对上千家实体书店进行问卷调查，超过91%的实体书店经营者表示几乎没有收入。在此背景下，众多实体书店转型线上，无疑是一种自救的方法。

一些实体书店经营者在配套服务上除提供丰厚的优惠券之外，有的商家附赠了制作精良的贺卡或者书签，有的商家还送出了美味可口的点心……这些措施都有效增强了消费者的购物体验，有助于商家在起步阶段吸引更多客户。

消费者选择外卖购书，最看重的应是图书本身的质量是否过硬、图书种类的更新换代是否及时等因素。此前一些城市曾推出“自助图书馆”“微型读书屋”等智能书屋，大多只是昙花一现。究其原因，主要在于图书更新频率较低，读者渐渐失去了兴趣。这对转型线上的实体书店也提出了同样的问题，如何长期保持对消费者的吸引力，还需要在图书资源的精细化管理上多加研究。

广大实体书店经营者应找准自身定位，提供更多特色化的优质服务。比如有的实体书店可以针对青少年喜欢漫画的特点，转型漫画书屋，并在补货速度上下功夫；有的实体书店可以深受青年喜爱的文艺类、影视类书刊，在一些青年较多的社区设立外送点，满足青年的需求；有的实体书店也可以根据时下人们更偏好数字化阅读的习惯，积极转型为用户提供更多优质的数字化图书。

实体书店进驻外卖平台，是一种积极的尝试。随着社会不断进步，多个行业都在转型发展，实体书店也要与时俱进，才能不被时代淘汰。

互联网大咖秀



尼克·贝顿：

时尚并非只在实体店

海外网 陈菲扬

打开ASOS官网，你可以看到这样一句话：“ASOS是一个时尚与科技完美融合的地方，一方激励着另一方不断攀登新的高度。”ASOS Plc是英国一家在时尚零售领域，是全球最常被访问的服饰电商网站之一。尼克·贝顿(Nick Beighton)是ASOS的首席执行官。

在加入ASOS之前，贝顿曾是英国零售商Matalan的财务总监，他还是欧盟电子商务工作组的一员。2009年，贝顿加入ASOS公司，担任其首席财务官。7年后，他接替公司创始人尼克·罗伯逊(Nick Robertson)正式担任公司首席执行官。据ASOS网站指出，在贝顿任职期间，ASOS在英国和世界各地均有发展。“我们在2019财年投入了大量资金，增强了全球线上平台能力以推动未来的增长。我们解决了一系列问题，并取得了实质性进展。”贝顿说。

ASOS成立于2000年，是英国时尚电商鼻祖，它也是全球20多岁年轻人的重要时尚平台之一，深受消费者喜爱，业务遍及200多个国家和地区，在成功实现时装界多元化方面取得大幅进展。ASOS曾

被女性时尚杂志《InStyle》评选为“最佳在线网店”。事实上，ASOS正在把自己打造成一个个在数字革命中逐渐成熟的时尚电商品牌。不可否认的是，ASOS正在引领一场购物方式的改革。从一个关键的统计数据可以看出：尽管ASOS没有拥有或运营一个店面，它的大部分销售也不是来自它的网站，而是来自它的移动应用。贝顿表示，我们意识到应该把产品放在那些20多岁的年轻人会去的地方，这是一个值得去下的赌注。

此外，技术对于ASOS至关重要。作为一家在线零售商，它既是一家时尚企业，也是一家科技企业。在年轻人的市场中领先一步，意味着对创新的不懈承诺，比如使用云架构、移动支付等来支持全球线上业务等。

“永远要透过顾客的眼睛去看去跟踪客户。”这对于ASOS的创立有着重要意义，以其作为指导原则推动了该品牌的飞速增长，并在2016年“福布斯最具创新力增长公司”中名列前茅。贝顿始终强调：“客户是任何组织中最强大的变革推动者。”

图片来源于网络

12家国家数字服务出口基地名单出炉

数字服务出口按下“快进键”

本报记者 孙亚慧

近日，商务部、中央网信办、工业和信息化部联合发布公告认定12家国家数字服务出口基地。此举旨在把握数字经济发展的重大机遇，加快发展数字服务出口，将基地打造成我国发展数字贸易的重要载体和数字服务出口的集聚区。

12家基地成功入选

此次评审中，包括中关村软件园、大连高新技术产业园区、上海浦东软件园、中国（南京）软件谷、厦门软件园和成都天府软件园在内的12个数字服务出口园区，凭借自身良好基础、较强竞争力和影响力，成为首批国家数字服务出口基地。

目前，数字技术的广泛应用在全球抗击新冠肺炎疫情的斗争中发挥了重要作用，在线办公、在线教育、云签约、5G等新模式新业态正在蓬勃发展。

“建设国家数字服务出口基地，有利于加快我国数字贸易发展和数字技术应用，培育对外贸易新业态新模式，加快形成国际竞争新优势，推动服务贸易高质量发展。”商务部新闻发言人高峰表示，下一步，商务部将会同中央网信办、工业和信息化部，组织各基地所在省市制定基地建设的实施方案，研究出台具体支持政策，加快服务出口数字化转型，培育数字服务出口新主体，积极推动数字服务行业扩大对外开放，努力将基地打造成我国发展数字贸易的重要载体和数字服务出口的集聚区。

传统贸易搬到线上

纵观最终入选的名单，12家基地可谓“高手云集”。以位于北京海淀区西二旗的中关村软件园为例，这里聚集了包

括腾讯、联想、百度、新浪、亚信、滴滴等知名企业在内的700多家高科技企业，就业人员达9万余人。另一家人选的中国（南京）软件谷，各类软件企业超2400家，其中世界500强及世界软件百强企业15家，中国软件百强、中国电子信息百强及中国互联网百强企业就有30家。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林在接受本报记者采访时表示，数字贸易的发展涵盖了数字服务对外开放及数字技术应用的两个方面，因此，建设国家数字服务出口基地最重要的意义在于打造数字产业高地。

“近几年，数字贸易被广泛提及。应该说，数字贸易不仅仅是将传统贸易搬到了线上，还包含了贸易相关的宣传、交易、结算等环节，是集数据、数字技术、数字产品为一体的整体转型。从另一个角度来说，国家数字服务出口基地相当于国家级数字产业发展集聚区，在此基础上侧重于出口方面的转型和赋能。”盘和林说。

值得注意的是，专家同时呼吁，对于数字服务出口这一新生事物，需要从创新的角度去制定新的政策，要支持也要监管，要包容也要审慎，努力做到政策既有监管作用，又不妨碍新生事物成长。

“筑巢引凤”聚人才

作为国家首次评选的数字服务出口基地，入选的12家基地又会迎来哪些



近日，北京市海淀区中关村软件园二期内部分企业在做好疫情防控的基础上，有序复工复产。图为中关村软件园二期内腾讯北京总部大楼办公区。

新华社记者 任超摄

新的发展机会？

在盘和林看来，首批国家数字服务出口基地将会从3方面进一步激发基地的发展潜能。“一是产业发展，12家基地本就以高新技术企业为主，此次入选名单意味着未来更多的外部支持及更大的集聚效应，将推动产业持续快速发展。二是技术应用，数字产业发展将不再单一以技术发展为导向，更要注重实际应用，技术的发展会更加具有针对性。三是人才聚集能力增强，目前我国数字贸易相关人才缺口较大，这些基地或可发挥产业集聚形成的人才吸引作用，帮助实现人才的聚集、培养与提升。”

盘和林表示，在基地建设，想要

扩大数字服务出口、发展数字贸易，必须要有数字经济的产业基础作为后盾，这就要求各地在基地建设要继续稳扎稳打，保证数字产业发展的同时，思考新模式和新业态的形成。

“与此同时，数字服务出口基地建设，说到底还是要进行出口。不同于传统高新区、数字产业园建设，基地建设要对数字服务出口行业有所偏向，这里主要指一些针对数字贸易方面的技术研发和应用。在建设中还要有大格局，我们要打造的不仅是服务本国的数字服务出口基地，更是全球性的，因此从一开始就应以高标准要求自己，努力做到领先，达到足以制定产业的游戏规则和标准的地位。”盘和林说。