**五个方面发力 构筑特色品牌**

**中国建设银行全面打造网络金融竞争优势**

按照“智慧、泛在、跨界”发展方向，近年来，建行全力加强手机银行、网上银行、微信银行三大网络渠道建设；根据客户衣食住行的生活需求，创新“善融商务”、“悦生活”、“惠生活”三大生活平台；围绕客户的“用钱”、“赚钱”和“借钱”的需求，不断丰富完善缴费支付、投资理财和信贷融资三大产品线；并在大数据、“金融云”和智能客服三大智慧技术应用领域进行了卓有成效的探索，均成为建行具有市场竞争力的品牌。

面对“互联网+”给传统行业带来的挑战，建行始终坚持牢牢把握以客户为中心，用互联网的思维和方法来推进建行战略转型，围绕“综合性、多功能、集约化”的经营战略，努力构建与全渠道产品和服务高度融合的全方位互联网金融体系，通过整合多种金融、非金融服务，在平衡风险与收益的基础上提升客户体验，为客户实现更大价值。目前，建行依靠产品、服务创新，流程再造、制度改进，已经实现了包括三大网络渠道、三大生活平台、三个创新产品、三项智能技术和O2O体系五个方面在内的互联网金融发展成果，互联网的理念已渗透到银行的各个方面。

**三大网络渠道将网点搬到线上**

**手机银行**。建行是国内第一家推出手机银行业务的商业银行，用户数、交易额、客户活跃度等多项指标持续多年保持同业第一，客户满意度六行第一。截至2015年6月底，手机银行客户数达1.64亿户，位居同业首位。在异地转账、跨行转账、缴费等交易中，手机银行绝对交易量已超过个人网银，客户终端偏好由PC端向移动端转化的趋势非常明显。基于此，建行明确提出了“移动优先”战略，抢占移动金融至高点。在应用互联网思维方面，建行打破通过银行账号识别客户的惯常做法，同业首创“手机到手机转账”。客户转账时，无论收款方是不是建行手机银行客户，也无论他有没有建行账户，只要输入他的手机号，对方都可以收取款项。

追求交易便捷性的同时，为保证客户资金安全，建行手机银行首创单一设备绑定安全机制，并且对客户做的所有交易全程加密。

**网上银行。**建行是国内同业中第一批推出网上银行服务的商业银行之一。截至2015年6月底，个人网银客户数达1.93亿户，企业网银客户数达到366万，均位居同业前列。为有支持国内企业“走出去”战略，近几年建行加快推进国际化战略，目前海外企业网银服务已覆盖亚洲、欧洲、北美洲、大洋洲、非洲五大洲多个国家。

**微信银行。**建行2013年11月推出微信银行服务，成为最早开通微信银行服务的金融机构之一。截至2015年6月底，建行累计发展微信银行客户2066万户，在同业居于首位。建行微信银行立足客户体验，丰富服务功能，目前可提供的服务项目逾3500项，覆盖全国300多个大中城市。此外，还构建了“人工、自助、智能”三位一体的客户服务模式，智能机器人“小微”向客户提供一般自助服务，而客户的个性化需求由人工服务完成，有效提升了服务效率。

微信银行的推出是建行网络金融践行“泛在”发展方向的表现之一。建行无计划自建独立社交工具，也不轻易尝试改变客户习惯，而是顺应互联网发展潮流，以开放的心态与第三方开展合作，实现无处不在伴随客户，为客户提供更方便、快捷、安全的业务办理方式。

推出微信银行之前，新浪官方微博“建行电子银行”粉丝数就已领跑同业。在国资委、清华大学针对中国企业500强和国资委监管中央企业官方微信账号进行的评选上，建行微信银行位居“2014年度中国企业最具影响力十大新媒体账号”榜单首位。

此外，国际互联网网站等传统电子渠道发展同业领先。2014年网站日均页面浏览量达6438万，单日最高页面浏览量1.24亿，在ALEXA全球排名第750位，稳居国内同业第一。经过十几年建设发展，建行网络金融渠道已经成为行内最主要的交易渠道、客户服务渠道、标准化和低风险产品的销售渠道。截至2015年6月底，离柜账务性交易量占比达94.28%。

**三大生活平台满足客户非金融服务需求**

除了金融服务，建行围绕客户衣食住行的生活需求，创新推出了“善融商务”、“悦生活”、“惠生活”三大生活服务平台。

**“善融商务”站在同业最前列，以商促融的平台战略全面开花。**2012年，建行在银行同业率先推出“善融商务”电商平台。“善融商务”是建行充分利用自身客户资源和服务优势，为公司、个人客户提供商品供需对接的高效平台，是建行金融生态拼图的重要组成部分之一，建行希望将平台创造的衍生价值回馈客户。

“善融商务”个人商城围绕优质商户，满足客户精品化、专业化、特殊化、优质化的“精专特优”饮食住用行消费需求，分期优选业绩骄人。2014年4月，在金融业首家与宁波“跨境购”平台对接，推出“善融商务跨境购”服务；企业商城重点关注中小企业和涉农行业，在提供交易撮合平台的基础上推出“善融e贷”、“网络银行e系列贷款”等线上融资服务，并积极与大企业系统进行对接。截至2015年6月底，“善融商务”入驻商户总量超过5.7万户，注册会员1192.9万个，当年非金融类实物商品成交金额294亿元。

**“悦生活”生活服务平台让民生服务无处无时不在。**2012年，建行在四大行中率先推出“悦生活”企业级生活服务平台。经过3年的建设发展，“悦生活”平台已经成为建行便民服务的闪亮名片。截至2015年6月底，平台实现交易量1.04亿笔，交易额249.6亿元，新增缴费项目610个，领先同业。

**“惠生活”带动个人、房金、信用卡、善融商务、电子支付等各项业务的发展。**“惠生活”是建行即将在移动端部署上线的基于位置的企业级营销平台，通过优惠信息的精准发布为客户提供更多价值。具有营销信息集中发布，吸引流量；线上线下融合，促进协同发展；精准化营销，提高交易转化率等特点。

**三大创新产品应时而生**

围绕客户的用钱、赚钱和借钱的需求，建行创新推出了三个互联网产品。

**在线缴费支付——发展互联网支付缴费，方便客户用钱。**建行在支付宝、银联、网银在线等重点支付商户市场份额居同业首位。其中，支付宝建行交易占比23%，铁路客运（12306）四大行第一。2015年春节的微信“红包大战”中，通过建行在线支付发出的红包同业第一。

**网上投资理财——将投资理财业务上网，方便客户赚钱。**2014年，建行5.8万亿理财产品通过电子渠道进行交易。目前，建行超过七成的理财产品、六成的基金、近百分之百的账户贵金属通过互联网渠道销售。建行还创新推出“速赢”互联网理财产品。

**网络信贷融资——推出互联网融资产品，方便客户借钱。**建行是国内同业中率先开展互联网信贷业务的银行之一。对公方面，在“网络银行e贷款系列产品”、“小企业网银循环贷”的基础上，基于网络信用和交易记录创新推出 “善融e贷”、“快速贷款”等网络贷款产品，提供从贷款申请到支用的一站式体验，贷款额在同业处于领先地位。个人方面，率先推出基于客户历史数据的网上全流程自助贷款产品“快贷”。推出仅半年时间，“快贷”业务已覆盖300多个城市，近千家贷款机构承办业务，取得了市场、客户和基层的良好反响。目前，“快贷”累计发放45亿元，超过20万客户从这项服务中获益。

**三项智慧技术辅助业务应用**

**数据挖掘的顶层设计启动实施。**建行在大数据、移动金融和社交等领域都在积极尝试与应用，构建了企业级数据模型，实现数据集中管控和治理；搭建了企业级的数据应用平台，实现了结构化和非结构化数据的分析与应用。目前正在建设全新的数据仓库和多个数据实验室，并组建了上海大数据分析中心，为各项业务利用数据资产开展精准服务、强化风险监控、提升客户体验提供了有利支撑。

**中国金融行业第一个在生产环境实现“金融云”的商业银行。**2013年8月，建行新一代云管理平台成功上线，创造了5个工作日内交付上千台虚拟化服务器的行业记录，建行也由此成为中国金融行业第一个在生产环境实现“金融云”的商业银行。

**智能客服“小微”办大事，机器自动应答量一年超越人工电话量。**作为大数据的重要应用之一，建行基于非结构化数据的文本应答技术，在同业中率先同时在微信、短信、网银等网络渠道推出智能客服——“小微”。自2014年12月当月起，智能客服已超过95533或400人工客服业务量，各渠道回复准确率均超过80%，其中微信渠道回复准确率已达90%。

**O2O服务体系连接线上线下**

建行除了拥有完备的电子银行服务体系之外，还拥有1.3万多家物理网点，在全球5大洲分布多家境外分支机构，这是建行服务客户的最大优势之一，也是有别于互联网企业的突出优势。

近几年，建行正着力打通线上线下，实现物理网点渠道和电子银行渠道互联互通，努力为客户提供全流程、不间断的服务。总的思路是，科学分解业务环节，凡是银行能够做的，尽最大可能由银行做；客户操作的部分，凡是能够在线上办理的，全部在线上办理，最大程度地方便客户。

目前，电子银行渠道已经成为建行最主要的交易渠道、标准化产品和低风险产品的主要销售渠道及几乎所有产品的销售支持、客户服务渠道，在降低银行经营成本、拓展服务渠道、延伸服务半径、提升服务水平方面发挥重要作用。

与此同时，电子银行的快速发展也在助推建行战略转型方面发挥重要作用。在客户战略转型方面，助推建行由主要服务特定客户群体向服务全量客户转型，客户拓展方式由“点状”、“线状”向“链状”、“网状”转型；在渠道战略转型方面，助推建行重构商业银行业务流程和服务规范，推动线上线下渠道协同互动和优势互补，为客户提供全面、综合的金融服务和全新的服务体验；在产品战略转型方面，助推建行按特定客户群体进行差别化产品部署，以客户为中心，量身定制创新研发系列金融产品，满足不同层次客户的金融需求；在营销战略转型方面，助推建行由粗放营销向精准营销转型，充分利用数据仓库资源，整合跨系统、跨渠道的数据信息，多维度开展数据挖掘，实现金融产品的精准推送和个性化定制服务，实现以客户需求为引领的高度智能化金融服务。

**风险监控平台保障客户资金安全**

建行电子银行风险监控平台运用大数据技术，能够精准识别高风险电子银行交易，有效保障客户的资金安全。仅2015年上半年，电子银行风险监控平台就拦截欺诈事件1.91万起，为客户挽回损失达1.39亿。

为了更好地应对层出不穷的新型电信诈骗，建行对此进行了深入研究，首先针对典型欺诈案例特征，结合客户历史交易行为习惯，部署了相应的事中控制策略和措施。其次，通过大数据方法，对不法分子进行画像研究，提前掌控不法分子销赃的终端、IP、账户等信息后，针对电信诈骗交易进行拦截。再次，是通过位置服务、终端识别等新技术应用，持续优化，提高规则控制有效性，将高命中率的监控模型应用系统智能化自动防控。最后，是制订了一套行之有效的沟通策略和话术，对被犯罪分子“洗脑”的客户进行劝说，帮助客户识别骗局。建行在实践中不断积累经验，提高风险识别和防控能力，保障电子银行业务安全运营，促进业务健康发展。

下阶段，在移动金融领域，建行将继续深耕移动银行业务，进一步创新丰富金融服务，持续改善提升客户体验；重点围绕客户衣、食、住、行等高频应用场景，整合商户和银行资源，着力打造移动生活服务平台，将建行的金融和非金融服务延伸到客户身边；持续创新移动支付产品，不断丰富支付手段，提升支付效率和支付体验；大力发展线上线下无缝对接、全流程的O2O服务。