“支付+”场景金融助推农商行数字化营销转型实践

睢宁农商银行　张宁

引言

- 支付场景建设核心在于依托银行的互联网支付手段，利用支付数据和场景数据进行风控、营销和定价等方面的深度挖掘和应用。

- 支付场景数据分析和挖掘，精准识别风险，提高贷款准入率，并且可以针对不同的消费场景推出个性化金融产品。

- 有助于打破传统金融的地域限制，提高金融服务的普及率和便利性。通过移动支付和线上交易，可以覆盖更广泛的用户群。

目　录

CONTENTS

01 区域银行数字化营销转型背景

02 “支付+”场景金融建设实践

03 场景金融助推数字化营销成效

区域银行数字化营销转型背景

PART ONE

银行数字化营销转型背景

1 宏观挑战

城镇化趋势带来县域人口的减少

- 怎么样找到在外人员
- 怎么样营销在外人员
- 怎么样服务在外人员

人口老龄化、年轻客群的流失

- 怎么对客户分层分类
- 怎么针对不同客群设计产品

数字化带来网点客流的减少

- 怎么加快数字化转型
- 怎么提升网点的功能
- 怎么真正实现线上线下融合

乡村振兴大行下沉带来竞争压力的加剧

- 县域市场的边界被打破
- 科技让大行的服务延伸能力更强

金融监管趋严，营销成本上升

- 怎么降低营销成本
- 怎么在合规的前提下创新

银行数字化营销转型背景

2 微观痛点

转型难

线上服务品牌影响力弱，尚未实现精准营销和精细化运营。

获客难

增户扩面乏力，无法精准识别客户，长尾客群服务不到位。

转化难

大量存量客户转化路径不清，竞争激烈，客户需求多样化，营销手段单一。

留客难

只有销售，没有营销，客户旅程管理不到位，缺乏经营客户的工具和技能。

激励难

激励体系难建立，方式单一，激励目标和评价指标不清晰，员工难以被有效激励

收单数字化赋能零售金融业务

运营成本重

营销转化难

服务低效

已成为银行负担

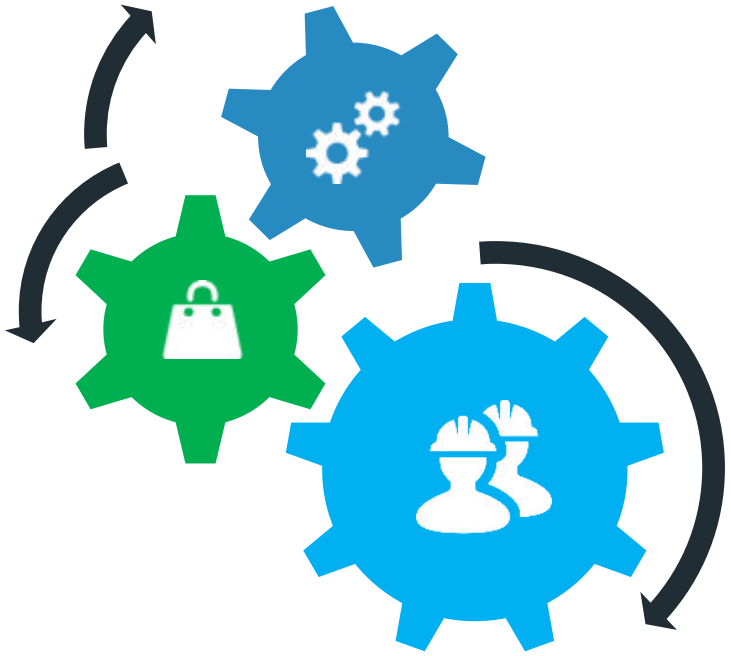
收单困境突破

零售金融赋能

赋能零售业务营销触达、转化能力

突破收单支付业务困境，以及如何赋能零售金融

支付场景背景——市场环境



01

银行机构

产品同质化，重营销，弱运营

02

第三方支付机构

营销、运营能力逐步增强

03

移动支付

微信、支付宝占据移动支付80%以上市场

金融机构收单支付同质化严重，通过补贴手续、返佣、优惠等营销策略抢夺市场，已经步入“优惠一旦停止，商户就流失”怪圈。

收单场景背景——商户可选择收单支付机构多，商户忠诚度很难建立

收单机构

多

商户可选择的机构非常多，如国有银行、本地商业银行；三方收单机构银联商务、拉卡拉；四方机构收钱吧为代表等收单机构。

金融常识

强

以微信理财通、支付宝余额宝为代表的国民理财金融产品普及传播，客户金融理财意识增强和获取金融产品服务更便捷，削弱了收单资金的沉淀。

赋能能力

弱

收单机构提供的服务，多数停留在交易结算环节，无法满足商户营销赋能诉求或者赋能不足。

支付业务高速发展，前景在何方

手续费支出居高不下

2020年我行累计手续费支出累计约2100万元，平均各家手续费垫付金额在2250万元,2021年全省累计手续费支出13.9余亿元，2022年我行手续费累计支出2500余万元。

产出无法具体量化

按照投入产出比计算，每年投2000万元成本，换得区区几亿元的日均存款、日均贷款，是否值得，如果不做这项业务，我们又是否能承受起该部分市场的流失？支付已经成为一种软实力，很难量化真正的产出。

产品可替代性较强，服务不好易造成反作用

市面上收单产品较多，门槛偏低，系统稳定性与微信、支付宝还有差异，客户经理工作繁杂，服务较难做到7*24h维护，维护不利易起到反作用。

如何在支付市场的洪流中降本增效成为该项业务的发展重点

收单场景背景——已然成为银行负担

突破

收单已成为银行机构负担！

产品同质化严重，营销和管护粗放，手续费补贴成本大，商户收单价值低、粘性弱，流量场景转化难，缺乏数字化运营能力，近乎看不到收单业务价值？

收单数智化——突破收单业务困境

差异化竞争

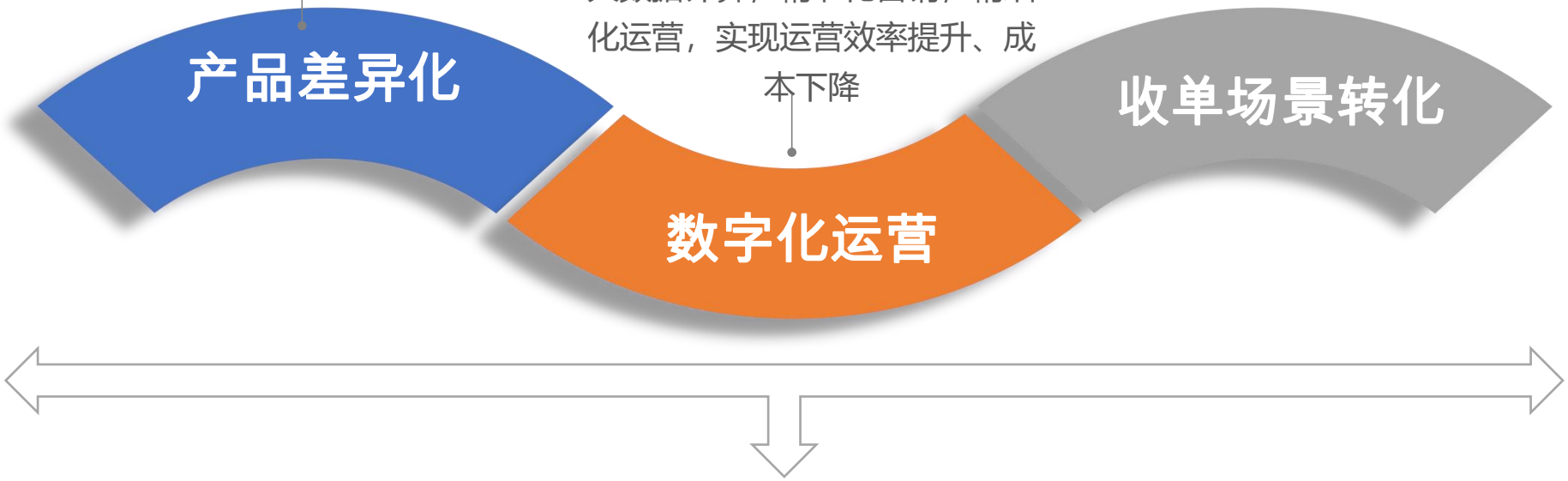
错开同质化竞争，建设有附加价值的金融产品

数字化决策

大数据计算，精准化营销，精细化运营，实现运营效率提升、成本下降

营销触达转化

通过消费金融强大流量场景，带动信贷产品、电银产品、普惠金融产品传播、营销、销售



实现收单业务良性运营

互联网支付基本交易情况

1、截止22年末，存量互联网支付商户30012户；

2、近四年累计交易金额450.37亿元，累计交易笔数1.68亿笔。

3、2022年末日均交易金额3500余万元，日均交易笔数13余万笔。

“支付+”场景金融建设实践

PART TWO

支付+场景+金融服务=打造区域商业银行场景金融生态

在场景金融中，没有场景就没有支付，没有支付就没有金融，场景是核心，支付是入口，金融是附加服务。

商业银行只有深耕高频消费场景，把握客户和商户的流量入口，才能为客户定制综合金融解决方案。

近年我行发挥支付平台的优势，下沉市场、扎根本土，结合我行自身特点，对县域的商超、医疗、教育、出行等行业实现场景全覆盖，目前场景化商户已经在我行支付生态中占据举足轻重的地位。

打造农商行本地化生态闭环

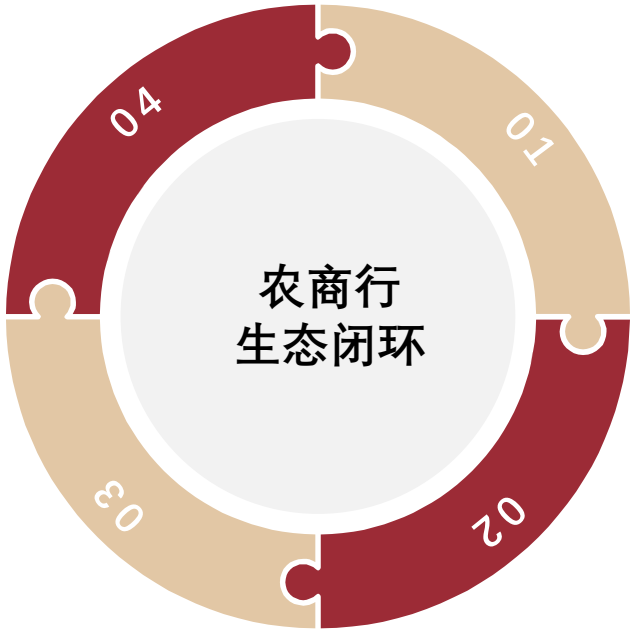
（我行收单支付业务基础情况）

打造的支付场景

教育、医疗、商超、交通场景

3万户商户交易

存量商户再拓展、再细化、加强风控、
做好分类，精细化管理，做好清退机制



小程序综合营销入口

卡营销、行内产品营销、广告推送等

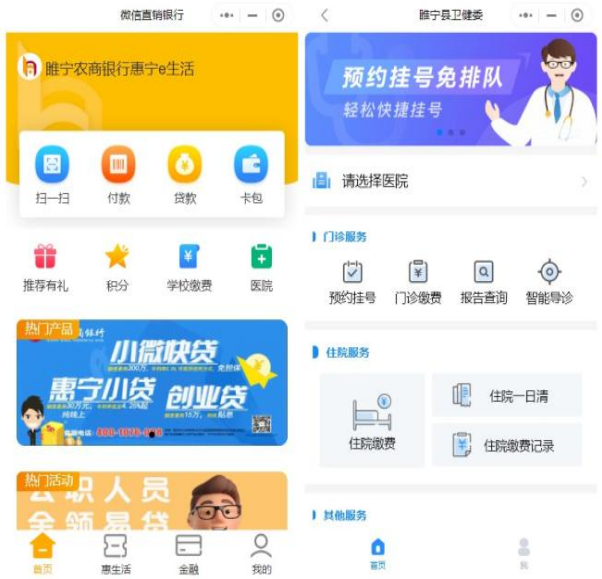
大数据客户画像

交易数据+行为数据+本行数据

通过支付业务+场景化建设+小程序，三者进行融合，最终实现县域农商行本地生活的闭环，将我行产品融入进场景生态中，降低了我行的获客成本，提高了用户粘性。打造本地银行，县域农商行的花呗、借呗。

互联网支付场景建设情况-银医场景

以便捷支付挂号缴费为抓手，持续深耕银医项目共建，历经5年时间，做到县内医疗全覆盖。截至目前，全区域30家公立医疗机构，450家村级卫生室全面接入我行互联网支付平台。

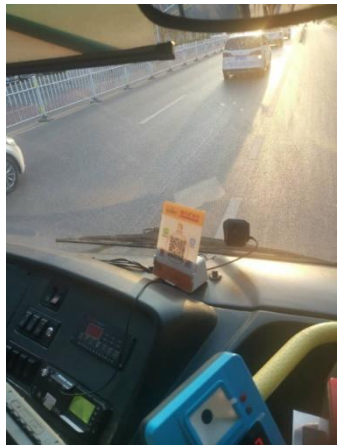


互联网支付场景建设情况-商超场景

以便捷超市收银为抓手，持续深耕银超合作，累计拓展大型商超收单商户17户，门店100余家，截止2022年末交易金额10.04亿元，交易笔数2059.89万笔，我行实现手续费收入200余万元。根据本年的交易数据分析，收费类商超日均交易笔数占总商户交易笔数的14.7%，交易金额占比达2.4%。

与合作商超共同打造我行贷记卡生态环境，累计参与消费笔数达6929笔，订单金额40.78万，优惠金额10.55万元（我行垫付8.41万元，商家垫付2.14万元）

互联网支付场景建设情况-交通场景



我行与县公交公司合作，通过“互联网支付”产品，为全县公交提供二维码扫码收款服务，截止统计期末累计为公交公司400余量车提供扫码支付业务，累计交易笔数681.51万笔数，金额3761.52万元。

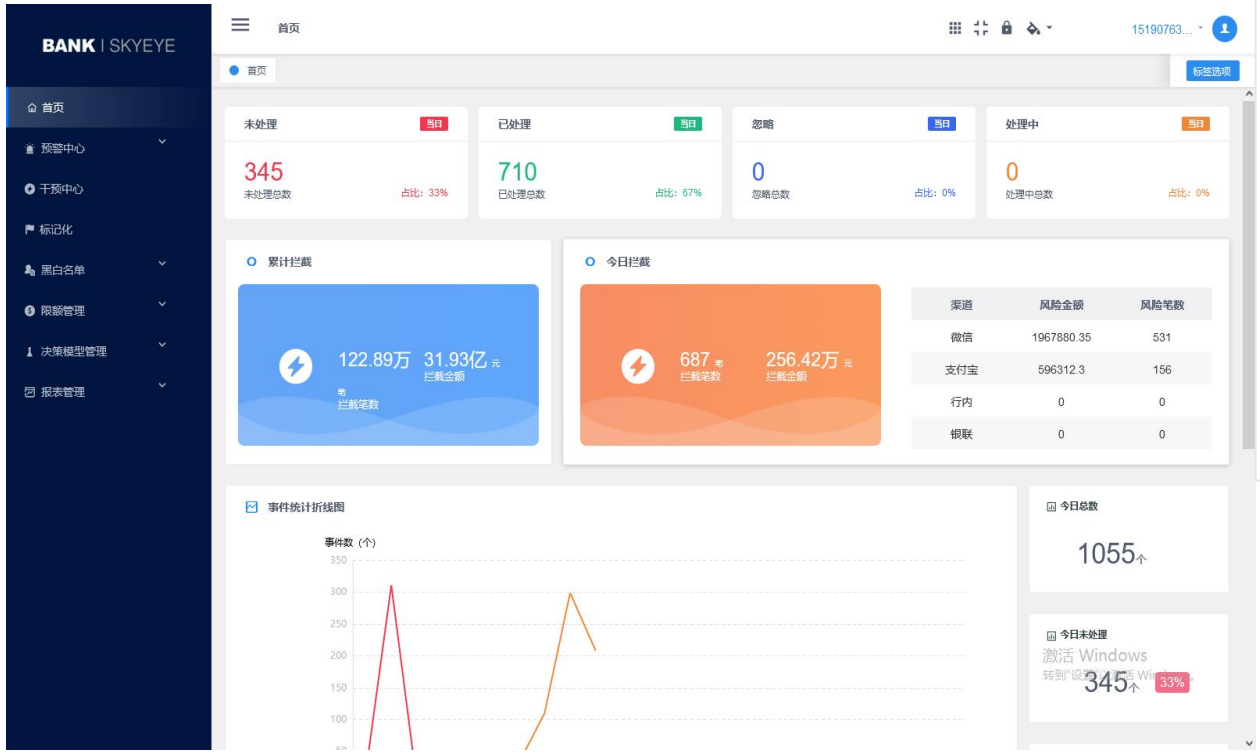
为我县收费站提供收款方案，帮助其解决收费站收款对账问题，截止2022年末，累计帮助其收款63.31万笔数，金额2312.92万元。

根据本年的交易数据分析，交通场景日均交易笔数占总商户交易笔数的5.2%，交易金额占比达0.2%。

互联网支付场景建设情况-教育场景

以便捷学生缴费为抓手，持续深耕银校合作，通过线上微信小程序结合线下二维码收款等方式，助力学校缴费。近年受疫情影响，选择使用线上缴费的中小学和幼儿园增多，本行为全县53家中小学和幼儿园提供线下扫码及线上学费缴纳服务，累计缴费6万笔，缴费金额1.5亿元。为全县88家培训机构提供学费缴纳服务，累计缴费4.9万笔，金额7395.95万元。教育缴费合计10.9万笔，金额2.24亿元

互联网支付风控系统情况



1、随着收单交易规模的攀升，以及社会上一些电信诈骗手段的升级，原有的事后风险管理系统已经无法满足现在的需求，我行于2019年8月上线支付风控交易系统，该系统利用最新的大数据相关技术，实现对海量交易数据进行各类复杂的实时与离线相结合的异常交易行为分析。截止目前省联社的收单风控系统依然使用事后风险控制系统，再加上处理流程、时间较长，导致很难精准、快速的处理套现、诈骗等风险交易。

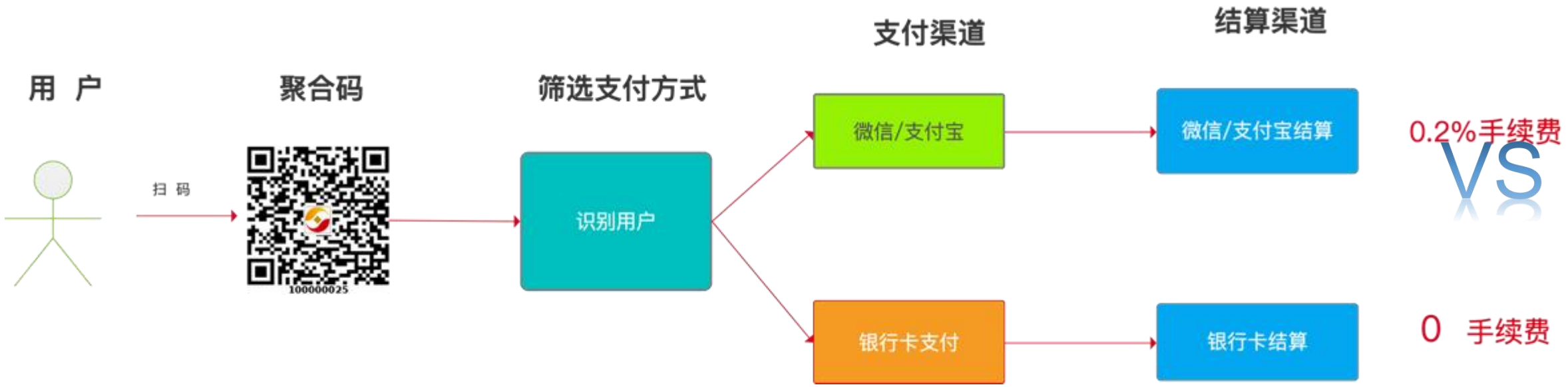
2、我行通过自建的风控系统，在**不影响海量的高并发交易的情况下**，建立商户交易、资金账户风险监测模型，**逐笔筛选每一笔交易**，动态的监测商户交易行为特征、客户交易终端定位信息、账户资金进出等情况，做到**事前**快速拦截，事后统计分析等功能。

3、截止2022年末，风控系统累计拦截疑似异常交易金额78.44亿元，笔数263万笔；限制交易用户13331人；限制交易商户2932户，累计为我行节省套现交易、风险交易等手续费支出约1568.8万元。

创新产品建设

银行卡移动支付渠道，构建银行营销体系

利用微信/支付宝场景流量，建设银行卡移动支付体系，免手续费支出，带动借记/贷记卡活跃度，增加活期存款，构筑银行营销生态体系！



创新商服播报系统，降本增效，赋能营销触达！

VS

VS

系统名称	设备	流量卡	是否会漏报	稳定性	维护成本
传统消息系统	✓	✓	✓	低	高
传统app消息系统	×	×	✓	低	低
商服通系统	×	×	×	高	低

商户/用户分层、分类、标记化，实现精准营销和精细化管理

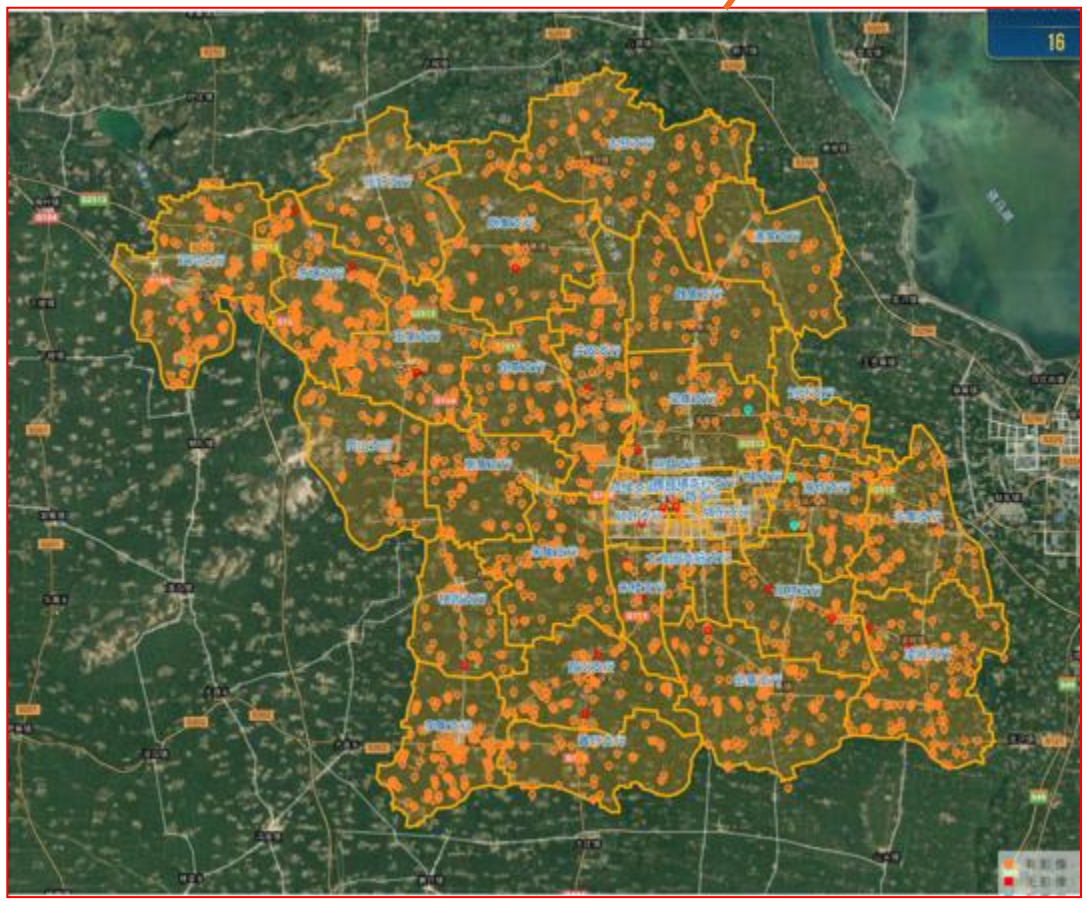
实时监控商户/用户行为，对商户/用户进行分层、分类、标记化管理，发现商户/用户价值，提供差异化服务、营销、管理。

商户标记化考量指标

- 商户活跃率
- 商户资金留存率
- 商户收银健康率，违规交易占比
- 商户波动率，收银流水稳定率
- ……

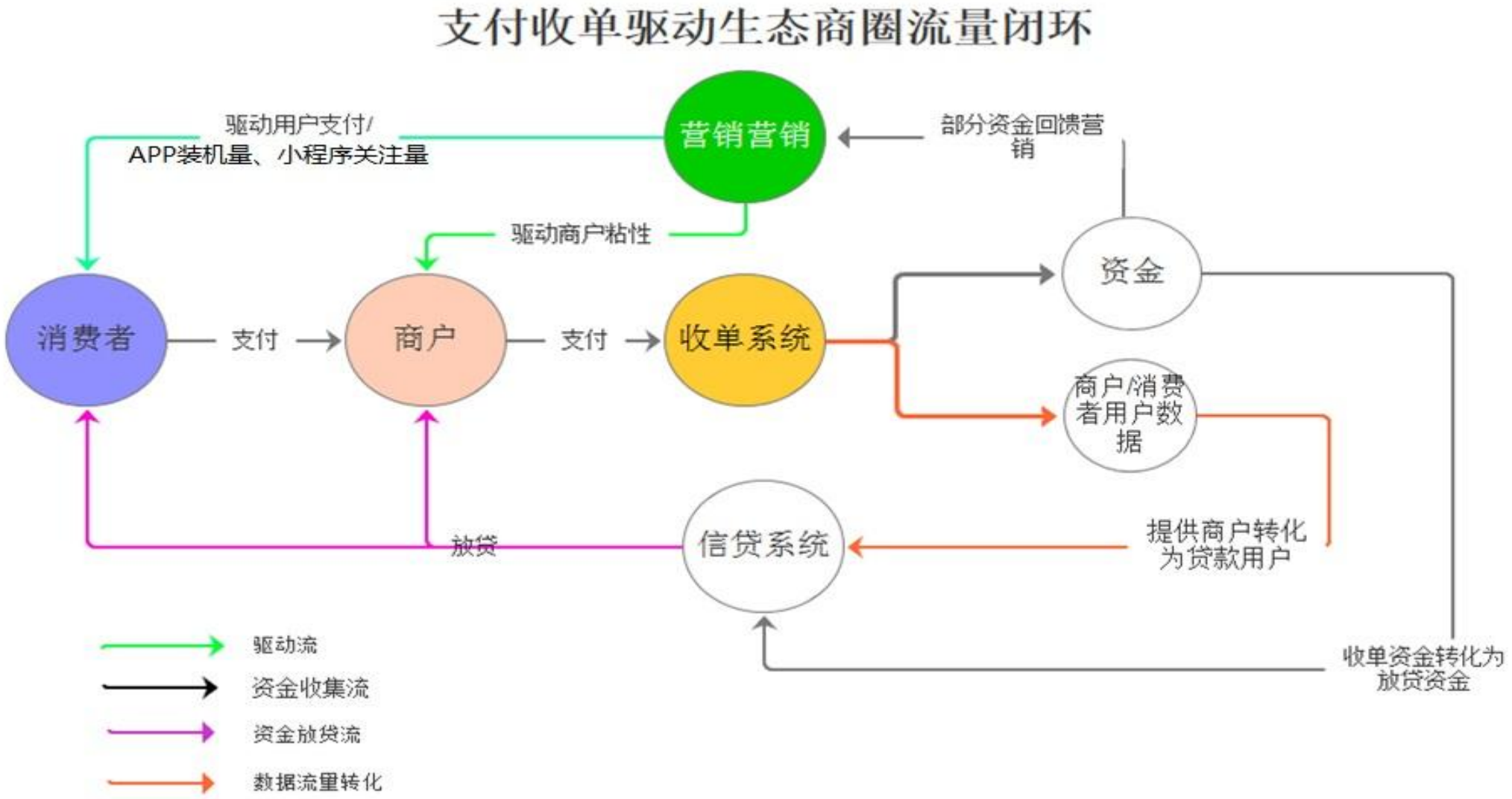
收单数智化——风险管理，精准实时商户定位

商户经营实时分布图

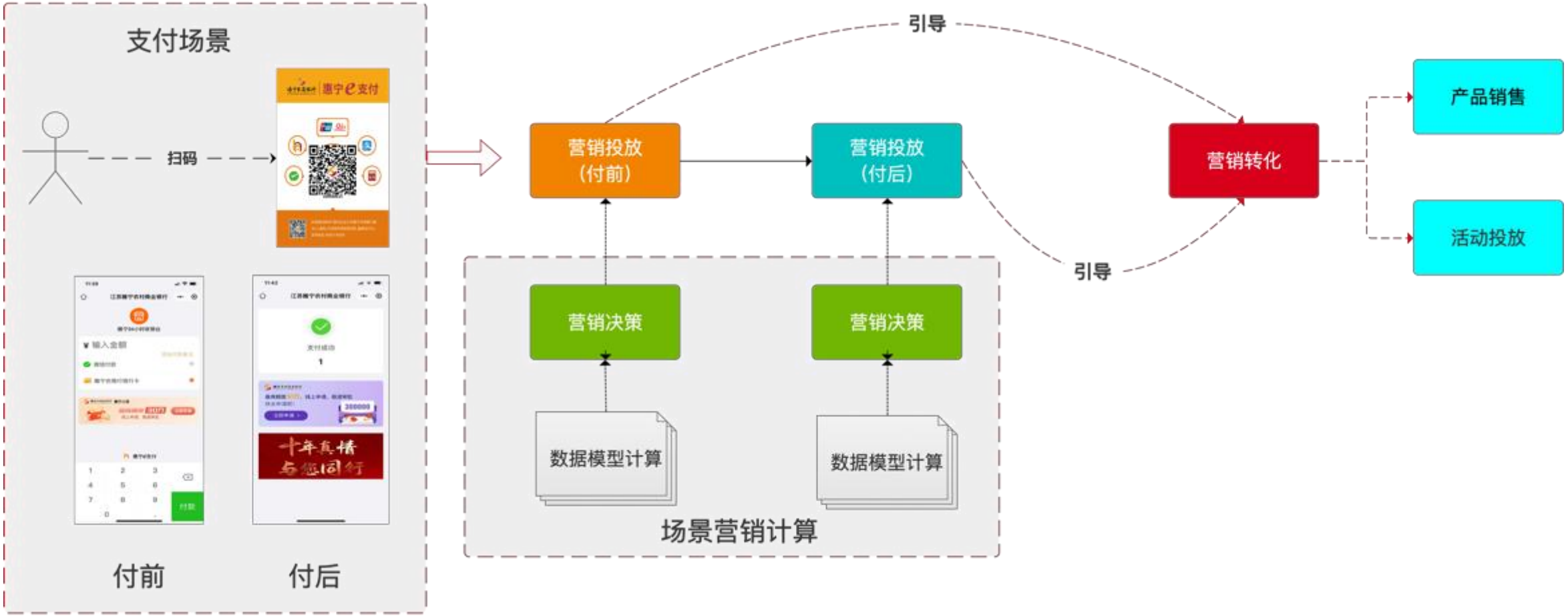


- 精准商户定位，“营销”和“风控”两手抓。
- 顾客消费行为预测（数据建模+计算）
- 为商户引流（营销投放、商家曝光、门店导航）

打造区域农商行负债—资产业务流量闭环



支付场景流量转化——赋能数字化零售金融触达能力



支付场景流量转化——赋能零售金融触达能力

营销精准投放，千人千面产品精准推荐，实现流量变现

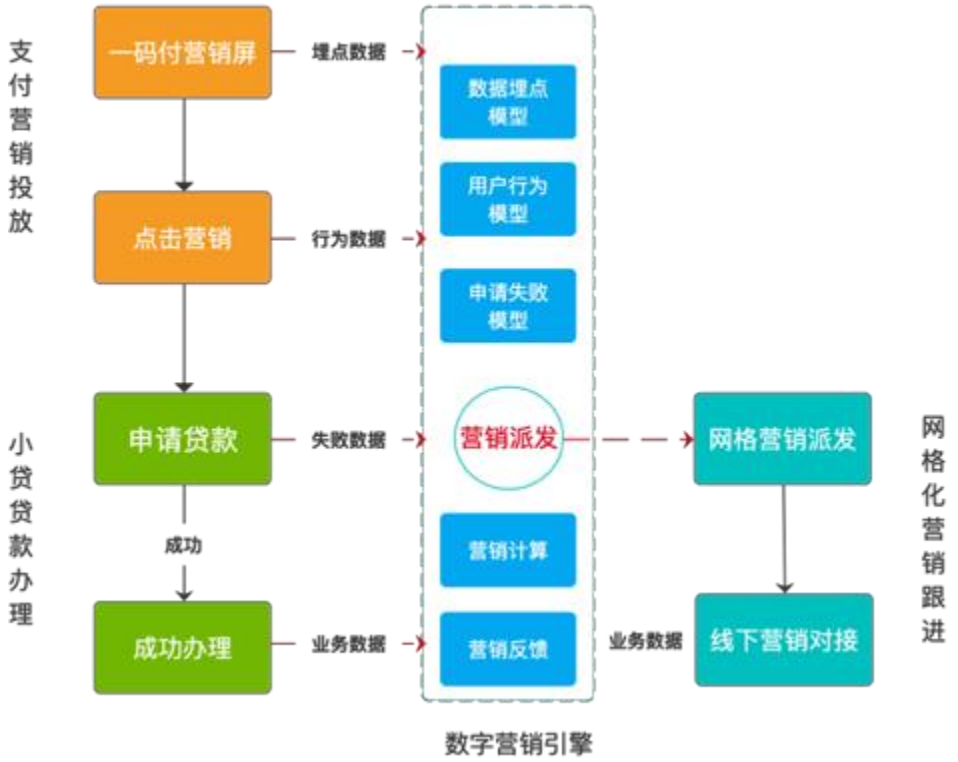
01

02

03

支付场景流量转化——赋能零售金融触达能力（流量变现）

场景金融客流引流转化信贷营销业务流程图



流量变现触达营销数据

1 日均点击2300

2 日均自助办理成功 7 笔

3 申请办理断点39笔

4 断点派送营销数量6笔

支付场景流量转化——赋能数字化零售金融触达能力

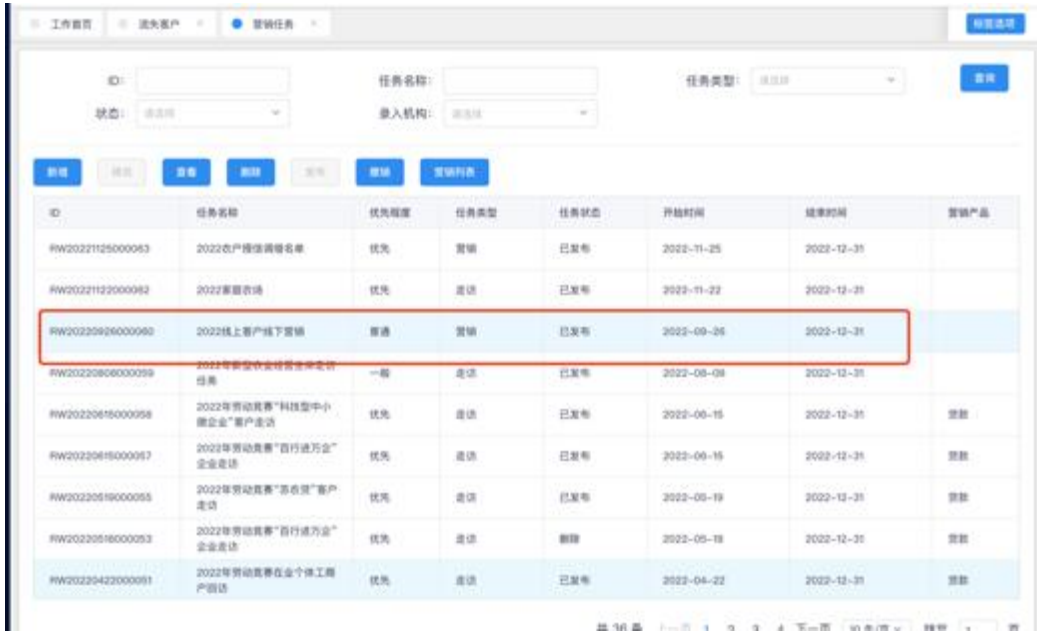
支付前

网贷产品营销

支付后

转化

引导网贷申请



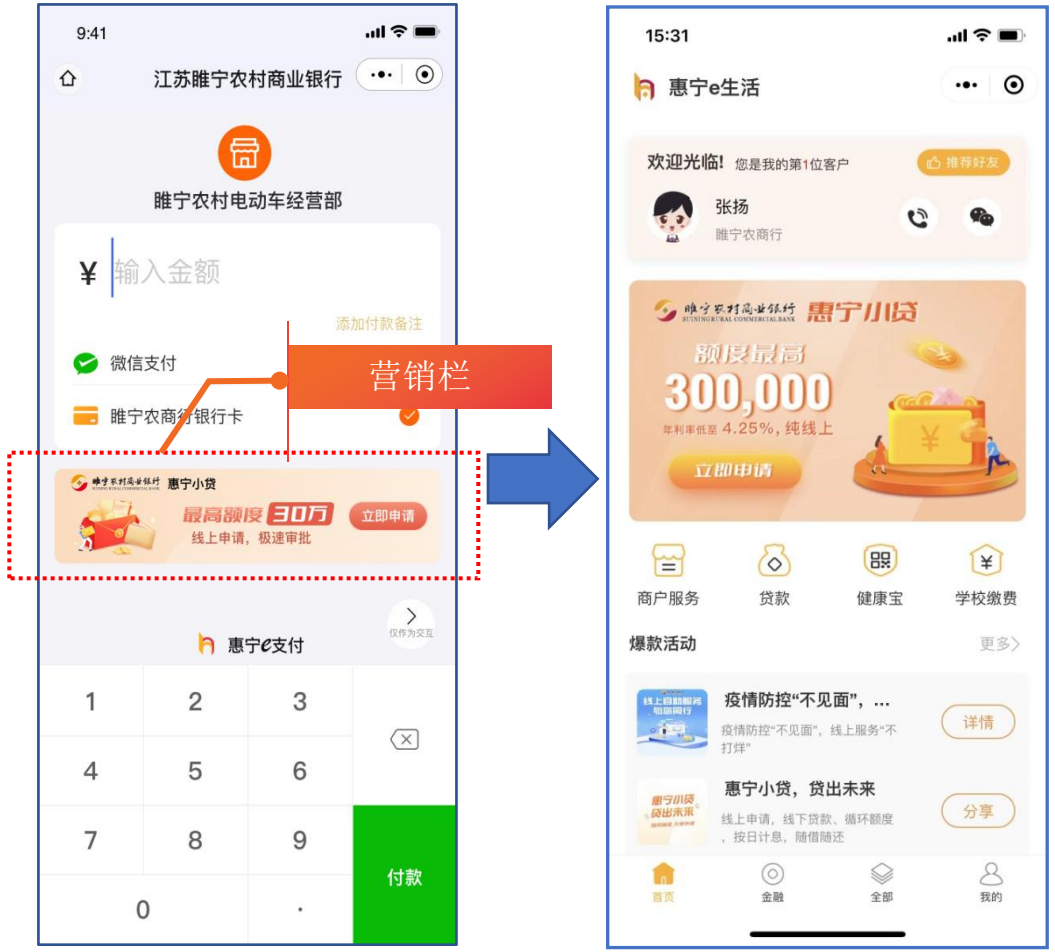
网格化营销对接线上申请有问题的用户

场景金融助推数字化营销成效

PART THREE

数字化零售营销实施成效—公域营销广泛传播

运营好支付场景，占据用户手机“一块屏”，以线下支付场景为切入点，配合营销推广活动，以小程序推广绑卡为抓手，打造公域获客、营销、宣传一面屏



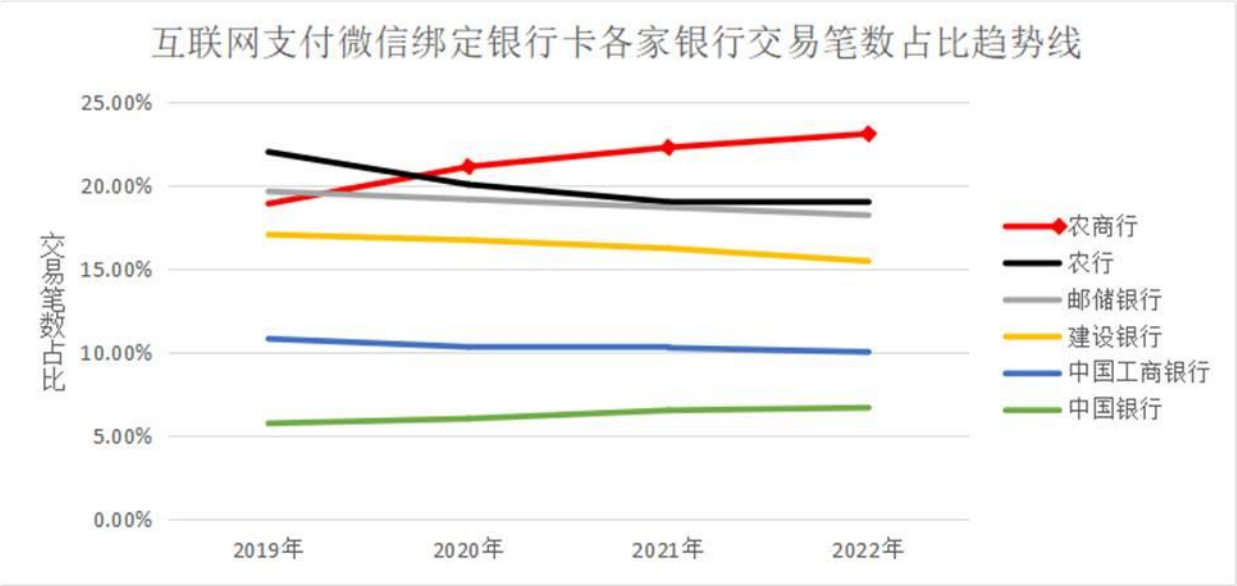
用户流量大而稳，日均17W人次打开这块屏。

获客快速便捷，已获取96555用户信息，35090实名，19227常态化使用我行卡支付，月均交易1.46万笔，金额400万元。

营销投放便捷，通过消费记录和我行大数据，实现精准营销投放

场景金融推动银行卡活跃率增长情况

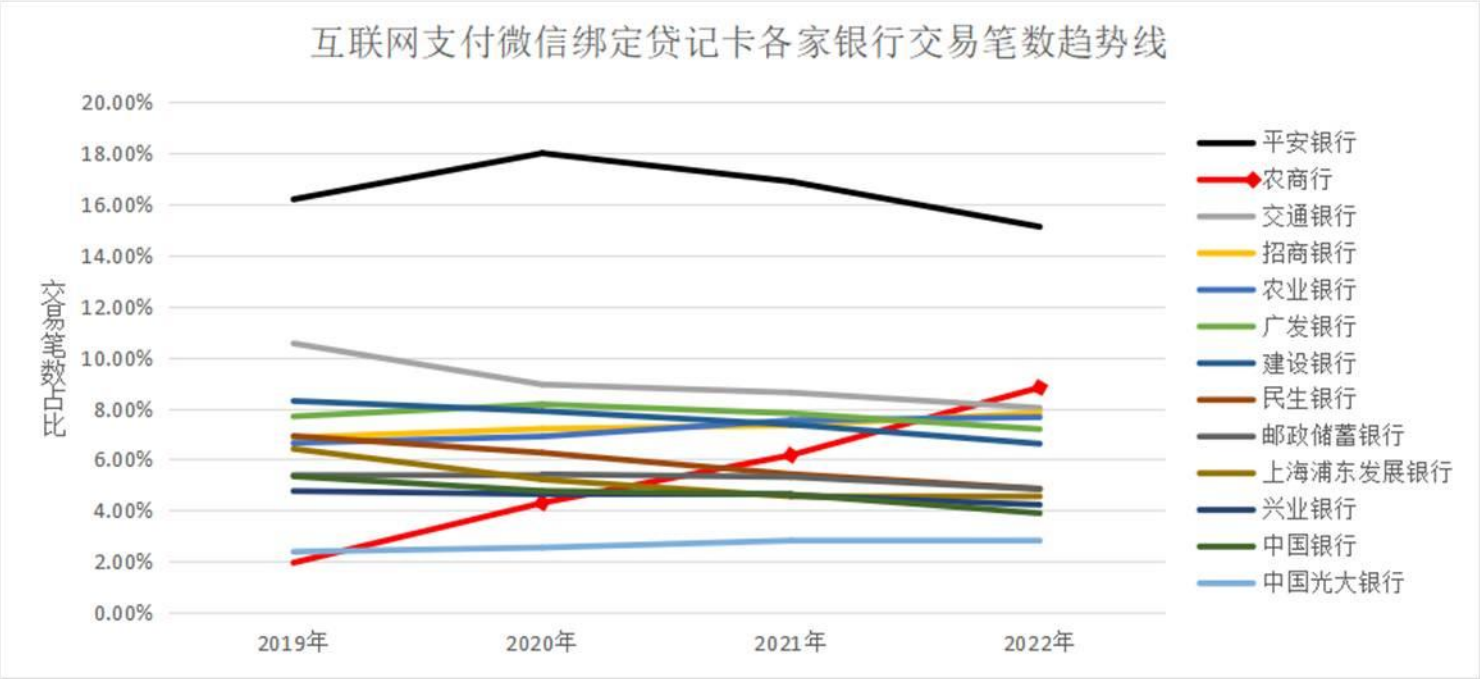
互联网支付的交易数据分析反映出我行近年来，在睢宁深耕本土，客户认可度提高，我行借记卡活跃占比显著增加



机构	农商行	农行	邮储银行	建设银行	中国工商银行	中国银行
2019年	18.91%	22.02%	19.65%	17.06%	10.82%	5.76%
2020年	21.13%	20.06%	19.18%	16.74%	10.34%	6.04%
2021年	22.29%	19.02%	18.69%	16.24%	10.28%	6.54%
2022年	23.10%	18.98%	18.23%	15.47%	10.03%	6.70%

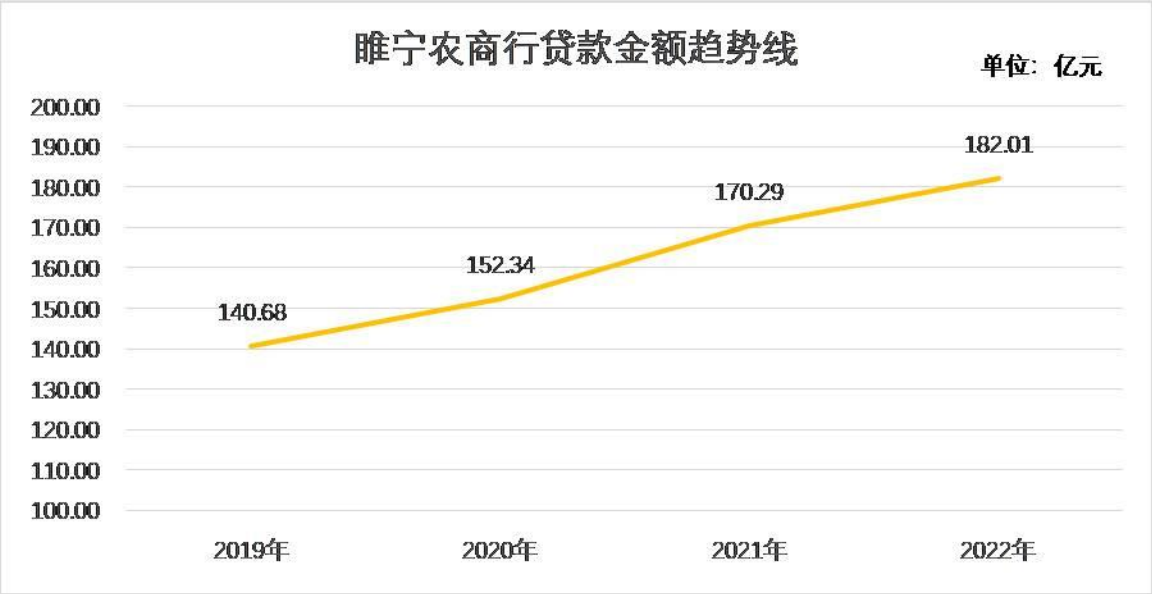
场景金融推动贷记卡客户增长情况

互联网支付的交易数据分析侧面反映出我行近年来，我行贷记卡的推广、场景配合工作显著，贷记卡卡活跃占比显著增加



机构	平安银行	农商行	交通银行	招商银行	农业银行	广发银行	建设银行	民生银行	邮政储蓄银行	上海浦东发展银行	兴业银行	中国银行	中国光大银行
2019年	16.19%	1.96%	10.54%	6.86%	6.64%	7.69%	8.29%	6.92%	5.38%	6.41%	4.76%	5.34%	2.38%
2020年	17.99%	4.30%	8.93%	7.20%	6.90%	8.16%	7.89%	6.26%	5.42%	5.21%	4.64%	4.77%	2.55%
2021年	16.88%	6.17%	8.62%	7.33%	7.53%	7.80%	7.37%	5.42%	5.31%	4.55%	4.59%	4.63%	2.82%
2022年	15.11%	8.82%	8.02%	7.83%	7.65%	7.19%	6.62%	4.86%	4.84%	4.58%	4.23%	3.89%	2.78%

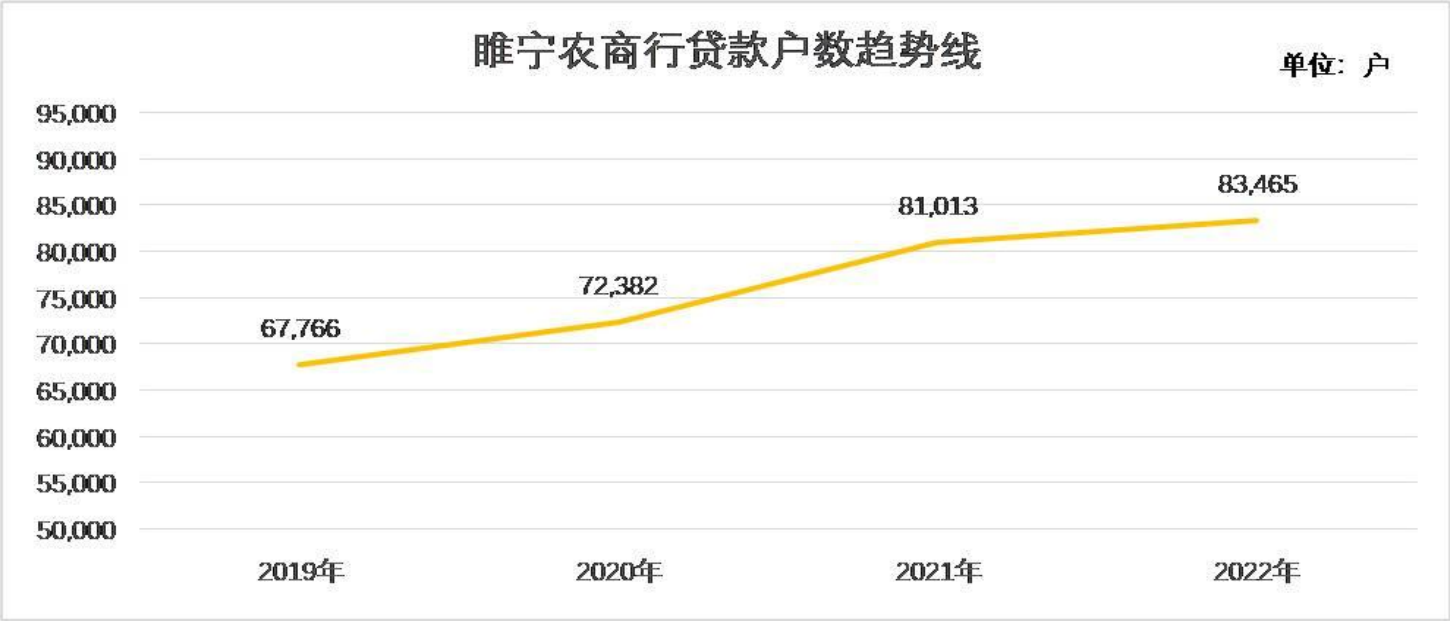
场景金融推动我行贷款规模增长情况



单位：亿元

类型 / 年份	对私贷款	对公贷款	其他（票据、贴现）	总计
2019年	99.71	22.23	18.74	140.68
2020年	112.58	21.17	18.59	152.34
2021年	126.74	21.09	22.46	170.29
2022年	130.64	24.30	27.07	182.01

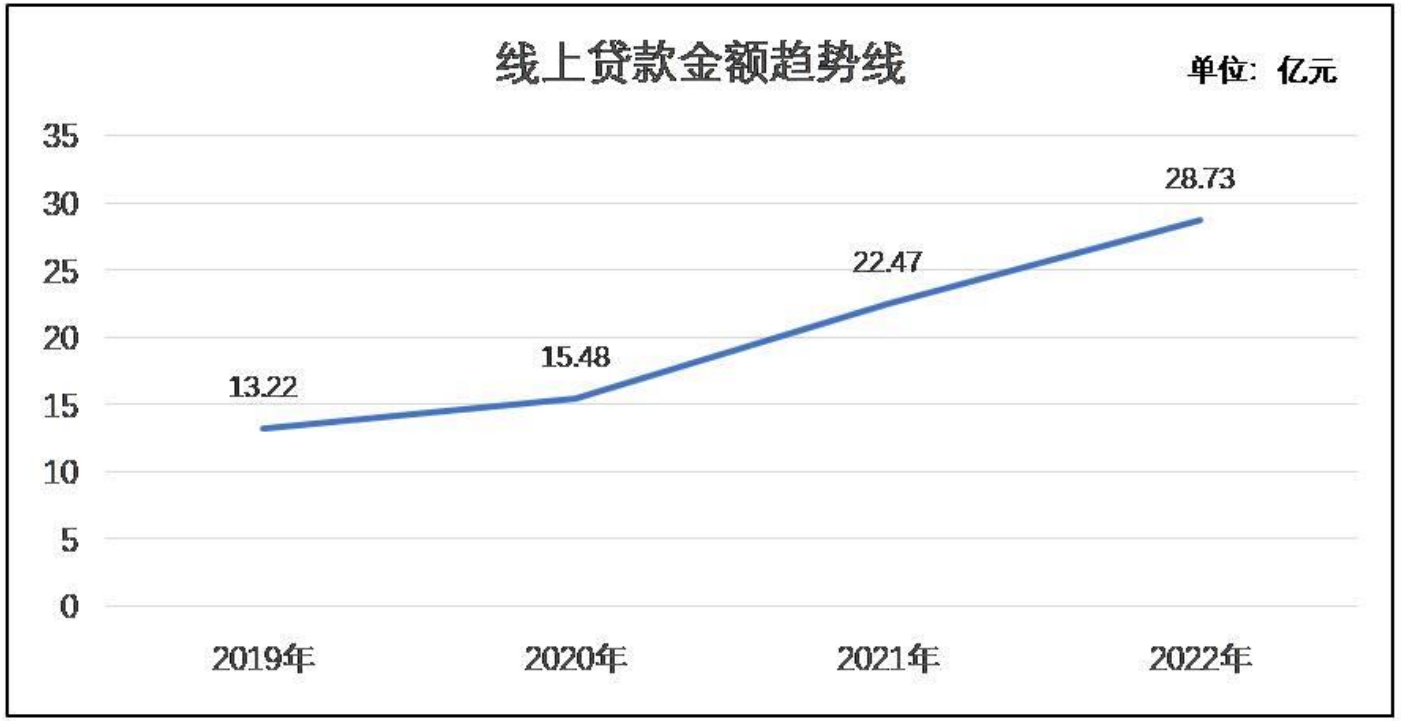
场景金融推动我行贷款户数增长情况



单位：户

类型 / 年份	对私贷款	对公贷款	其他（票据、贴现）	总计
2019年	67,561	205	0	67,766
2020年	72,106	276	0	72,382
2021年	80,664	346	3	81,013
2022年	82,985	475	5	83,465

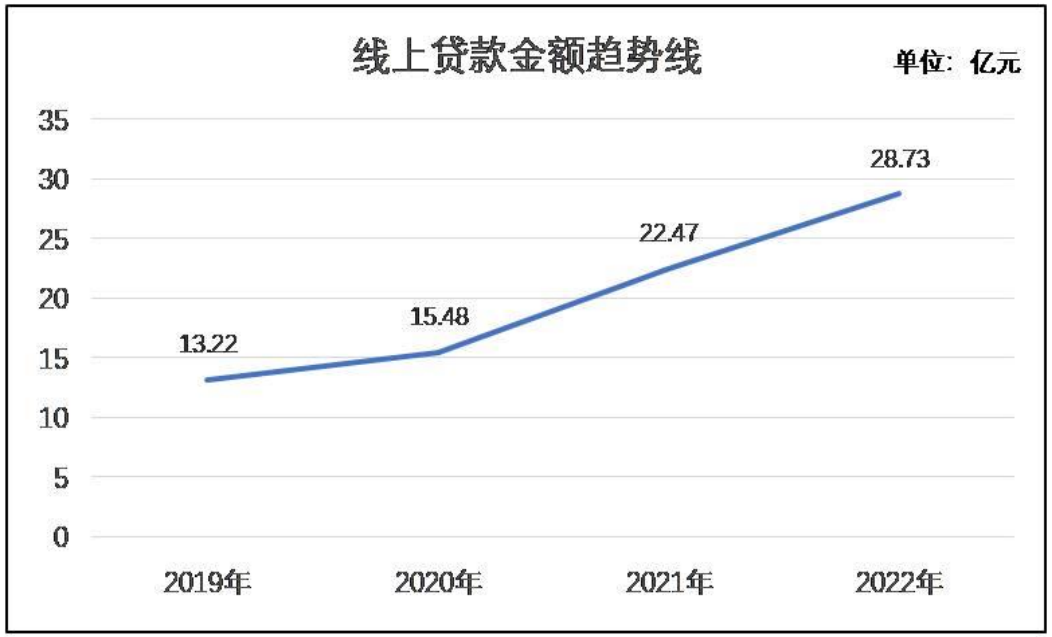
场景金融推动我行线上贷款规模增长情况

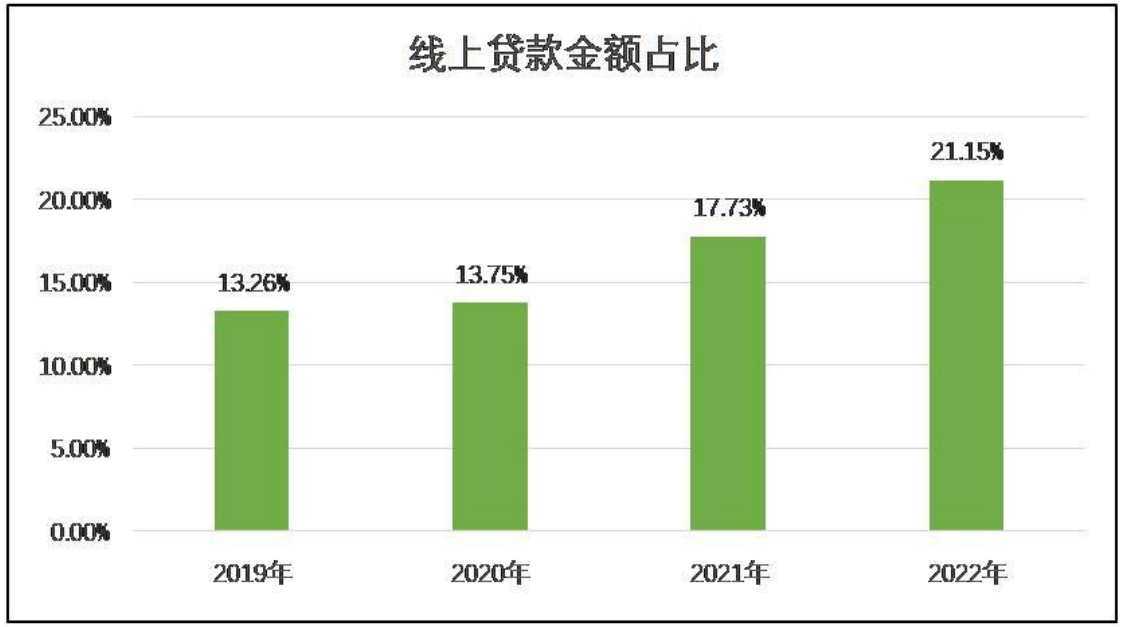


单位：亿元

年份	2019年	2020年	2021年	2022年
线上贷款金额	13.22	15.48	22.47	28.73

场景金融推动我行线上贷款规模增长情况

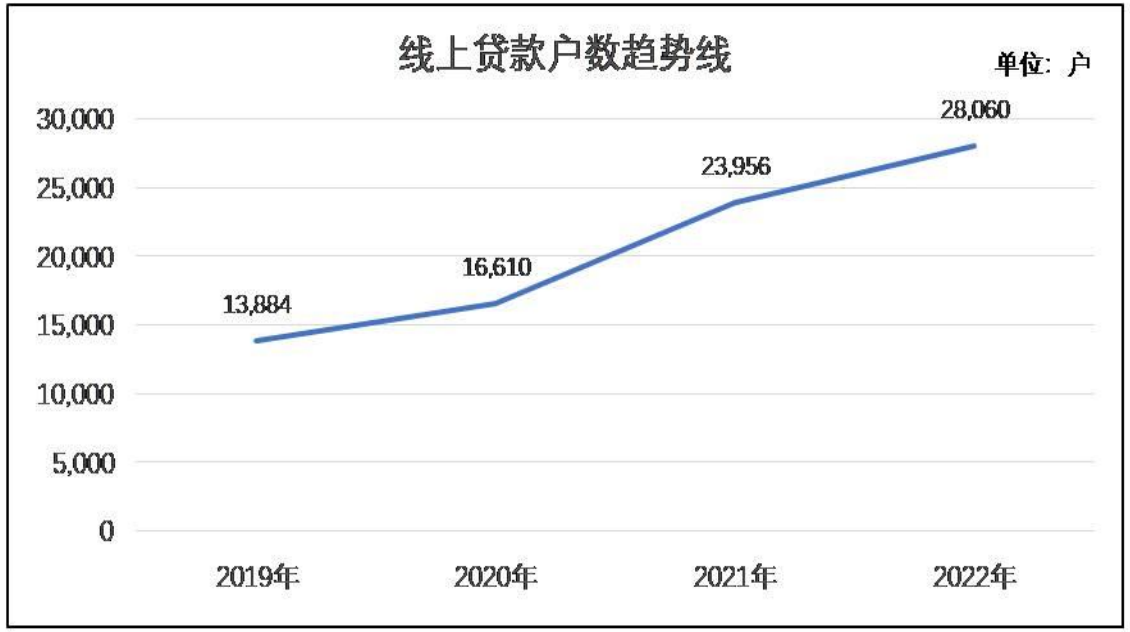


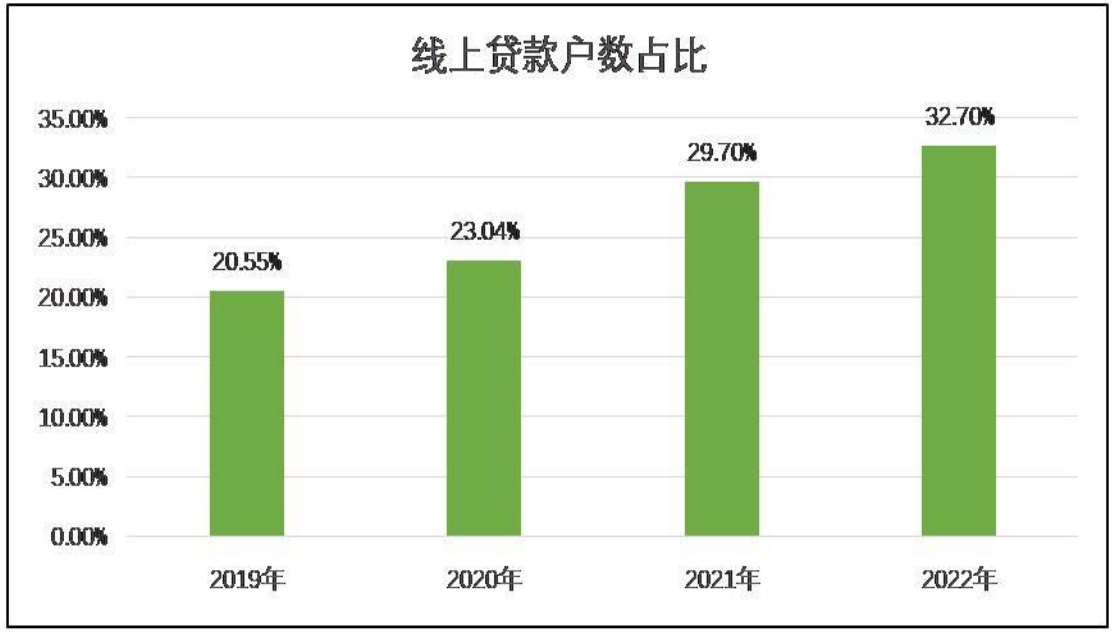


单位：亿元

年份	2019年	2020年	2021年	2022年
对私贷款金额	99.71	112.58	126.74	135.83
线上贷款金额	13.22	15.48	22.47	28.73
占比	13.26%	13.75%	17.73%	21.15%

场景金融推动我行线上贷款户数增长情况





单位：户

年份	2019年	2020年	2021年	2022年
对私贷款户数	67,561	72,106	80,664	85,814
线上贷款户数	13,884	16,610	23,956	28,060
占比	20.55%	23.04%	29.70%	32.70%

金科创新社
Fintech Innovation in China

数字金融创新 知识服务平台

关注公众号

查看更多案例

添加金科小助手

网址：http://www.fintechinchina.com/