



# 中信银行 打响网络银行服务战

## 发力消费金融

### 建构全新线下消费模式

“减少现金、普及网络、推广无卡支付，客户的消费行为和支付行为正在发生变化”，中信银行行长朱小黄在发布会上表示，“目前中国的经济驱动力已经发生变化，在未来的发展中，消费将成为经济主流，消费金融必然成为银行业务的新热点。客户可以通过银行的‘概念货币’实现支付，客户可能并未看到银行的身影，但却享受着银行无处不在的服务，这就是网络概念下消费金融服务的最高境界。”正是出于对金融环境的精准把握和判断，中信银行整合了其二维码

支付、NFC支付、全网跨行收单等产品，创新推出了“异度支付”品牌，以期不断满足消费者需求，始终保持中信银行的竞争优势和领先地位。

中信银行“异度支付”除了体现银行科技力量的强大，更是传递一种服务理念，即在无界的时间和无限的空间中，通过现实与虚拟的多种方式，为中信银行客户提供“0”距离的贴心服务。据介绍，“异度”一词，源自cyberspace(异度空间)的中文翻译。中信异度支付的核心价值是实现了三个分离：

一是购物行为和支付行为的分离；二是支付行为和结算方式的分离；三是支付行为和支付工具的分离。其中，二维码支付作为异度支付的重点产品，有效解决了线上线下的融合，使支付不再受物理网点和PC终端的限制，随时随地完成支付操作，带来了快速、便捷的体验。中信“异度支付”不仅改变了人们生活中传统的线下消费模式，将线下购物与线上付款有机结合，使传统经济模式向网络经济模式转化，更是一个全新生活形态的实践。

伴随科技的发展，大数据、云计算、无缝系统平台以及移动互联网的浪潮汹涌而来，各种尖端科技因素叠加催化，正不断推动金融行业持续转型与创新。而大力发展互联网金融已经成为银行间竞争的重要战场，尤其对股份制商业银行来说，更是转型发展和增强竞争力的重要途径。近日，中信银行在南京举办发布会，首次在业内推出“异度支付”品牌，包含了二维码支付、NFC支付、全网跨行收单等产品，这意味着银行终于吹响了网络金融服务战的号角。记者 邹传科

## 补网点数短板

### 网络银行启动零售服务引擎

中信银行行长朱小黄提到，在今天的大数据背景下，银行的经营方式和盈利模式正悄然发生变化：以存款、贷款为主要经营资源，以利差为主的传统盈利模式正在发生变化，而建立在大数据和新技术基础之上的支付方式、数据管理、财富管理业务正在形成新经营模式和盈利模式。

网点数量一直被视为股份制商业银行发展零售业务的短板，但是，随着互联网金融的逐步发展与普及，网点数量已经不再是左右零售客户选择的唯一要素。在如今互联网金融大发展的背景下，网络银行服务或可助力股份制商业银行实现零售服务弯道超车，实现在全新竞争环境中的突围。

与此相对紧密呼应的是，自去年成立网络银行部提出要实现“再造一个网上中信银行”的战略目标后，中信银行在互联网金融领域奇招频出。

2012年12月6日，中信银行与中国银联签署移动支付合作协议。2013年1月16日，中信银行与腾讯集团及旗下非金融支付公司财付通约定开展全面战略合作，并提供网络贷款服务。2013年1月份，中信银行打破传统银行转账汇款的“提交”、“确认”和“完成”等繁琐的操作环节，在业内首推一摇转账支付功能。2013年3月6日，正式推出金融商城业务，“金融商城”采用理财产品开架式结构，为用户提供了更为人性化的网

购体验。2013年4月12日，中信银行与万事达卡国际组织在美国纽约宣布签署合作备忘录，以期在中国内地和海外拓展二维码及虚拟支付领域的业务合作。2013年7月1日，中信网络银行部正式推出“在线开户”业务，此业务免去需到柜台的要求，客户可通过网络，享受相关的服务。

此次，中信银行推出“异度支付”品牌无疑引领了银行支付方式的革命。据悉，目前中信银行已与众多主流商户签署二维码支付合作协议，包括我国零售业巨头苏宁云商集团、红星美凯龙、三胞集团、北京首商集团、厦门航空、深圳海王集团、广州金逸影视传媒等。

飞机还没降落，  
生活费已经在澳洲等我了！