



拥抱潮流 升级服务 咱厝银行也玩“网络直播”

如果说近年来的热门现象,“直播带货”必然算一个。在“流量”经济之下,它逐渐形成了“万物皆可直播售卖”的场景,传统银行亦不例外,国有大行、股份制商业银行等纷纷试水,不断掀起一股金融直播的营销热潮。

1月5日,晋江又有一家银行开启了线上直播。当天晚上,晋江农商银行几位专业客服,为消费者全面介绍了第三代社保卡,包括其特点、功能、权益等。不难看出,在线上直播日渐火热的当下,金融服务宣传又增加了一个新的渠道,融合本地化的元素之后,更能下沉服务,为当地消费者提供全新的了解金融资讯的窗口。

线上直播不断火热

2020年5月,支付宝正式开放平台直播能力,数十家金融机构抢先入驻,开启了一轮金融理财直播的热潮。从那时起,金融直播已并非是一件新鲜事。

而后,传统银行纷纷拥抱潮流,不断试水直播行业。依托直播,宣传各家机构的产品和服务,并辅以投资者教育等内容,让金融知识以线上直播的方式进行传播。这种新颖的方式,也吸引了不少消费者。

“刷视频的时候,有时也会看到部分银行机构的直播,多多少少都能获得一些新的知识。”晋江市民陈先生告诉记者,“在短时间内,直播间会通过介绍产品内容和特点,让消费者了解其产品,有时也会推出一些优惠活动,比如满减活动、优惠券活动等。如果适用的话,也是挺划算的。”市民刘女士则表示,“金融知识宣导一些金融知识,比如购买银行理财该怎么买、买基金的方式方法等,这对我们帮助比较大。”

业内人士表示,通过直播等方式,一方面可以宣传银行的品牌文化,让消费者更加了解自己;另一方面可以宣导金融知识和自身的优势产品,在直播间加强与客户的互动交流,获取一定的意向客户。

结合当地资源带动相关产业

“早前,不少银行已经陆续开启直播宣传,但大多数直播以总行层面带动,各分支机构鲜有动作。”银行人士柯先生坦言,“以金融知识宣教和产品为主的直播内容,基本适用于各地。如何落地当地,做出特色,让直播也能本土化才是关键。”

如何破题?结合各区域产业资源或许是一条出路。

日前,晋江农商银行率先做出了尝试动作。“我们也是刚开始尝试线上平台的直播,先与大家较为关注的社保卡着手,为市民进行讲解。接下来,我们还会将直播内容进一步延伸,基本覆盖晋江当地市民生活的方方面面,也会针对晋江的产业特点,与当地产品进行深度结合。”该行相关负责人表示。

以晋江农商银行深沪支行为例,该行定位为海洋银行,除了装修风格契合海洋文化特色之外,还在营业网点内设置了农商直播间和电商展示区,配备了可移动式的直播设备,邀请当地的小吃商家到现场直播带货特色小吃,如深沪拳头母、马加羹、壶仔饭、水丸等,针对当地产业特点进行直播。同时,该行还在磁灶支行设立直播间,并与磁灶镇当地的瓷砖厂家合作设立瓷砖展示区,邀请当地的瓷砖带货主播每周到现场进行直播,实现瓷砖线上线下的售卖,同步推广该行的金融产品和服务,将金融直播与当地特色产业相结合,进一步带动相关产业发展。

“做精做细,做足本地化特色,分支机构网点的直播内容才能更具有看点,否则也只是“凑热闹”,可能没有太大的实效。”业内人士分析道。



金融产品网络营销将迎新规

一边是金融直播如火如荼地开展,另一边,金融产品网络营销也出台了新的规范。

日前,中国人民银行等七部门发布《金融产品网络营销管理办法(征求意见稿)》,并向社会公开征求意见。征求意见稿明确了金融产品网络营销宣传内容和行为的具体规范,聚焦非法金融产品营销、虚假和误导宣传、违背社会公序良俗、适当性管理缺失、不正当竞争等五方面突出问题,从基本原则和资质要求、内容和行为规范、合作行为管理、监管措施和法律责任等方面提出多项具体要求。

征求意见稿要求,金融机构自行开展或委托互联网平台企业开展金融产品网络营销,必须在金融管理部门许可的业务范围内进行,禁止任何机构或个人为非法集资等非法金融活动提供网络营销,禁止通过互联网面向不特定对象营销私募类金融产品。

征求意见稿也明确营销宣传内容应使用准确、通俗的语言全面披露金融产品的关键信息,不含有虚假、欺诈或引人误解的内容。开展金融产品网络营销时要充分展示各类金融产品,不得进行骚扰性营销和嵌套销售。明确精准营销、直播等新型营销、组合销售的基本行为规范。

此外,明确要求互联网平台企业按照合同约定开展营销活动,不得介入或变相介入金融产品的销售业务环节,同时要加强对入驻金融机构的管理,不得与金融机构产生品牌混同,不得违规在网站、APP名称和商标中使用金融类字样。

提醒

金融直播乱象多 切记认准正规金融机构

与普通实物商品相比,金融产品更加复杂,有着严格的风险控制和投资者适当性管理要求,因此更需要注意合规性问题。在金融直播发展火热的当下,由于直播平台开设账号门槛较低,一些无资质的主体也开始擅自开展金融产品直播营销,由此产生了一系列行业乱象。

谨防销售误导风险

“有的直播平台信息设置混乱,没有清晰展示分期、借贷等金融产品实际提供者,平台用户可能被营销氛围带动,在主体不清、风险不明的情况下冲动消费。”银保监会消费者权益保护局此前发布的风险提示介绍,有些并不具备专业素养的人士自我包装为“理财专家”“保险专家”,对金融产品进行不当解读、不当类比。加之直播平台受众广泛,金融知识薄弱、风险防范能力差的用户易受误导或欺骗。

同时,直播营销行为存在销售误导风险。例如虚假或夸大宣传,有的直播营销为博眼球,对借贷产品、保险产品、理财产品等搞夸大宣传、噱头宣传,如“最快几分钟放款”“免息”“首月仅需几元,最高几百万保障”“限时限量”等,但实际上多数消费者难以符合广告宣称的免息条件、放贷条件或产品销售范围。有的直播营销行为也未能向观众充分提示金融产品存在的风险、免责条款等,或者没有用引起消费者注意的方式对权利义务、风险等级等重要信息进行说明,消费者可能在未充分知悉风险的情况下被带动,购买了不适当的金融产品或服务。

三招加强风险防范意识

辨明直播主体资质。目前,大部分直播营销更倾向于发挥流量引导作用,通过直播吸引消费者兴趣后,以提供购买链接或线下引流的方式,促使消费者购买金融产品或服务。消费者如有意购买,应弄清发布营销广告、提供金融产品或服务的主体,注意相应的金融机构、中介机构或人员是否具备从业资质,选择正规金融机构和渠道。不随意点击不明链接,不在正规金融机构销售渠道以外的页面随意提供个人重要金融信息、身份信息,防范欺诈风险和个人信息泄露风险。

看清直播内容。金融营销在直播场景下,容易出现由于直播时间限制或消费者中途观看等原因导致的信息披露不足、消费者信息获取不全等情况。消费者应理性对待直播营销行为,在购买前充分了解金融产品或服务的重要信息,如借贷产品的息费标准、实际年化利率,保险产品的保险责任、除外责任、缴费要求,理财产品的投资风险等,树立量入为出的消费观,坚持科学理性的投资观。警惕一些金融直播营销中信息披露不足、风险提示不到位、明示或暗示保本无风险、保收益等销售误导问题,避免自身权益受到侵害。

知悉金融消费或投资风险。金融产品与普通商品有所不同,一般需要根据消费者或投资者的风险承受能力进行针对性推介,而直播带货模式下无法有效识别每个人的风险承受能力,也做不到一对一的充分沟通。公众应对此有理性、清醒的认知,不被直播营销所营造的氛围煽动而盲目消费或冲动投资,在了解金融产品或服务的合同内容、息费标准、免责条款、风险等级等重要信息后,审慎评估自身是否能够承担或接受,根据自身实际需求和风险承受能力选择适当的金融产品。



理财课堂

哪些保险责任会设置等待期?

本报“理财课堂”专栏持续推出。围绕您自身的理财需求,《理财周刊》顾问团将根据具体情况,进行一对一有针对性的“把脉”,量身定制专属理财方案。为了守护金融安全,营造更好的金融行业营商环境,维护消费者合法权益,本报金融维权投诉平台也持续推出,您可就您所遇到的各类金融维权事件,为您的合理维权助力。如果您遇到了各种金融“烦心事”,欢迎拨打热线15106092781进行反馈,或扫描关注“理财周刊”微信公众号,从后台对话框中积极参与。



回顾

根据某保险公司提供的案例显示,2020年底,林先生为其父亲投保了公司的一份住院医疗保险。该产品保单条款中明确写明了“自本合同生效之日起30日(含第30日)为等待期……被保险人在等待期内经医院确诊发生本合同所定义的特定疾病,我们不承担给付保险金的责任,向您无息退还所交保险费,本合同终止。”林先生阅读并接受了相关条款后保单正常承保。

2021年初,林先生父亲因连续4个月便血身体不适去医院就诊,经过一系列检查,确诊为直肠癌。林先生随后联系了保单服务人员为其办理理赔手续。理赔人员审核了被保人的相关就诊记录,发现确诊直肠癌在保单生效后一个月的内(即等待期内)。最终,林先生的父亲因等待期内确诊保险合同定义的特定疾病并未获得理赔,保险公司退还保费,同时终止相应合同。

分析

所谓等待期,指的是保险合同在生效的指定时间内,即使发生保险事故,受益人也不能获得保险赔偿。

据了解,等待期的设置是为了防止道德风险,即防止客户带病投保。保险保的是符合大数法则的同质性风险,是可控的风险,如果不设置疾病等待期,人们就会在感觉身体不好或者已经生病的情况下去购买保险。保险的基本原理,是保现在健康的人将来面临的疾病风险,而不是保已经发生的风险。

提醒

业内人士提醒,签署保险合同时,投保人应仔细阅读《保险条款》《投保须知》等材料,关注等待期等信息。广大消费者避免因投保时刻意隐瞒或粗心大意未如实进行健康告知导致无法获得理赔保障的情况发生。

目前,一般跟疾病相关的责任会设置等待期,如重大疾病保险、医疗险、疾病身故,而跟意外相关的责任一般不会设置等待期,不同的险种等待期的时间并非一致。

重疾险的等待期一般是90天或180天,个别产品也存在一年的等待期,没有统一标准。百万医疗险的等待期基本上都是30天,部分产品也有60天或者90天的。定期寿险与重疾险类似,大多为90天或180天的等待期,等待期内因疾病身故,是无法获得赔偿的,只能退还已缴纳的保费。意外险一般没有等待期,次日保单就能生效。

兴业银行发行首单 技术产权资产支持票据

本报讯 日前,由兴业银行独家主承销的全国首单银行间市场技术产权资产支持票据成功发行。该项目为温州市国有金融资本管理有限公司2021年度第一期技术产权定向资产支持票据,金额2亿元,期限3年,债项评级AAA,票面利率仅4.2%,为解决科技型中小企业融资难、融资贵问题探索了新渠道、新模式。

长期以来,融资难、融资贵问题是民营中小企业面临的长期痛点。兴业银行充分运用财政资金改等系列扶持政策,联合温州市政府相关部门,设计资产证券化方案,将18家科技型中小企业自身拥有的专利权、软件著作权、专有技术等技术在资本市场变现,广引金融活水,盘活科技型中小企业的无形资产,进一步降低融资成本,激发科技型中小企业持续创新活力,政银企合力成功探索出一条符合科技型中小企业发展特点的融资新路径,助力浙江民营经济高质量发展和共同富裕示范区建设。

数据“多跑路” 客户“少跑腿” 银行开户有望更便捷

“一刀切”要求额外提供居住证、工作证明、三个月至一年不等的社保记录;强制购买理财、保险等金融产品……为进一步优化银行开户服务,解决群众“办卡难”和小微企业“开户难”问题,日前,银保监会发布《关于优化银行开户服务 切实解决群众“办卡难”和小微企业“开户难”的通知》(以下简称《通知》),以此进一步保护金融消费者合法权益。

不得有“一刀切”行为

“之前因工作更换,需要办理一张新的工资卡,明显感觉到开卡比以前更加严格。”市民谢先生告诉记者,“以前只要身份证就可以办理银行卡,现在除了要求提供身份证之外,开卡用途、本人实名手机号等都要提供,甚至听说有些银行只能暂时开二类卡,还要社保记录、居住证等。”

记者了解到,目前对于个人开卡的标准各家银行并不一致,部分银行只需要提供身份证原件和个人实名认证的手机号,而不少银行也会通过与客户沟通,尽可能提供辅助性证明材料,以佐证银行卡的真实用途。

就此,《通知》表示,银行对个人和小微企业开展客户身份识别,应当优化相关信息系统,有效对接政府有关部门信息资源,充分利用公安、市场监管、民政、税务、移民管理以及其他公开渠道获取的相关信息,减少需客户自行提供的证明材料,让数据“多跑路”,群众“少跑腿”。

同时,银行应当结合各地风险防控形

势,合理设置辅助身份证明材料适用范围和条件,细化辅助身份证明材料使用规则。充分考虑异地打工人员、灵活就业人员、高校毕业生等群体实际现状,不得“一刀切”要求额外提供居住证、工作证明、三个月至一年不等的社保记录和实名制手机号等证明材料。

推行小微企业简易开户服务

小微企业开户方面,《通知》表示,对于开户用途合理且无明显理由怀疑开户从事违法犯罪活动的小微企业,银行应当予以开户。加快推行小微企业简易开户服务,根据企业需求,设置与客户身份核实程度、账户风险等级相匹配的账户功能,相应地适当简化辅助证明材料要求。通过实施账户分类分级管理,强化开户后的实地回访、账户动态监测等手段防控风险,不得仅以员工少、企业主户口不在本地、公司经营地址与个人住址相同、公司尚未开业、未在银行存够足额资金等理由,拒绝为小微企业开户。

银行不得在开户时,强制个人或小微企业购买理财、保险、结构性存款等金融产品,或者强制接受其他金融服务。不得将账户功能、开户办理时间与客户购买金融产品或服务挂钩,变相强制捆绑销售。银行应当在官方网站、营业网点内公开个人和小微企业开户所需证明材料的种类、依据和用途等信息,在开户时收集消费者个人信息应当遵循合法、正当、必要原则,不得超出法律、法规规定和消费者授权范围使用个人信息。

延伸阅读

“睡眠”账户清理 仍在持续

2020年10月,“断卡”行动开启。所谓“断卡”,断的是电话卡+银行卡。银行为了响应“断卡行动”,不仅开始着手清理“睡眠”账户,也提高了银行开户标准,也由此或多或少带来了一些“矫枉过正”的行为。此次《通知》的发布,将进一步优化银行的开户服务。

值得注意的是,去年以来,不少银行纷纷发布对“睡眠”账户的清理工作。

工商银行于2021年12月30日发布公告称,该行将持续开展“长期不动”“一人多户”等个人银行账户(借记卡和活期存折)的排查工作。截至2022年1月10日,连续三年以上(含三年)未发生客户主动交易,活期账户余额低于10元,未签订信用卡、个人贷款还款及其他代收代付协议的账户,其账户功能调整为只收不付。同一客户名下持有4个以上Ⅰ类个人结算账户,且未在该行营业网点对使用多个账户的情况进行合理性说明的,其账户功能调整为只收不付。

该行表示,如您的账户在“长期不动”银

