

## 从“新”出发

《今日运河》创刊十三周年 特刊

随着移动支付市场发展,支付宝、微信占领了小额、高频的支付场景,银行卡刷卡量日益萎缩,资金外流成为银行业金融机构不得不直面的现实。面对多元竞争,建设银行运用互联网思维、大数据应用,自主研发了集银行卡刷卡消费、微信和支付宝等主流支付(商户收单渠道)于一体的智能POS,创新推出了收单结算与营销管理一体化的商户综合经营管理平台——“慧兜圈”,将该行的金融服务嵌入客户的“衣食住行玩”等消费领域,迈出了移动互联网时代建设银行零售业务转型的坚实一步。

“慧兜圈”1元购物体验活动吸引了大量客户。



## 创新破题零售业务转型 打造消费金融生态圈

# 建行“慧兜圈”:指尖的智慧商圈

本报记者 张夫稳

### 消费者:优惠看得见 支付更便捷

16日,建设银行济宁分行在济宁科苑会馆举办了“携手奋斗 共创未来”高端客户峰会,邀请了数十家知名商圈品牌负责人参会,现场推介了该行的“慧兜圈”金融服务平台。期间,该行与领秀城市广场成功签约,建行“慧兜圈”在济宁再添一个重要商圈伙伴。

峰会开始前,建行济宁分行还推出了“慧兜圈”特惠活动1元购物体验。张先生参与了体验活

动,他打开“慧兜圈”微信公号,选择“慧优惠”,轻松获取优惠券,生成1元支付动态条码,在工作人员手持的智能POS上一刷,微信支付1元,购买了一套精美茶具。

数月前,经济宁建行朋友介绍,张先生关注了“慧兜圈”微信公号,现在精打细算的他不会像以往去花时间淘打折券、团购券,而是经常打开“慧兜圈”,选择目的商圈,获取优惠券再去消

费,“优惠券在消费时自动抵用,实惠看得见,支持多种支付方式,很方便。”

张先生使用“慧兜圈”的美好消费体验,源于建设银行自主研发的智能POS机。“建行智能POS机在功能上打破常规,将建行龙支付、微信、支付宝、银联支付等主流支付方式(商户收单渠道)统一到一台机具上。”建行济宁分行信用卡业务部产品经理田良臣说。



“慧兜圈”业务现场推介讲解。



济宁建行与领秀城市广场签约“慧兜圈”业务。

### 商户:财务更清晰 获客更精准

田良臣介绍,建行创新推出的“慧兜圈”金融服务平台依托当下最流行的O2O模式,旨在打造一个完整的消费金融生态圈。

“慧兜圈”平台以智能POS机作为线下流量入口,以微信公众号作为线上流量入口,在建行支付系统基础上,搭建了开放的金融业务平台,聚合了刷卡消费、龙支付、云闪付、Apple Pay、微信、支付宝等多种支付渠道及支付介质,实现了全支付渠道结算受理。

田良臣说,商户通过开立建行结算账户,入驻“慧兜圈”平台,无

需开立线上平台商户号即可一户收取用户刷卡、微信、支付宝、银行优惠券补贴等各项资金。商户还可以利用平台数据集成功能,整合各支付渠道交易明细形成统一对账单;商户也可通过POS端、PC端和手机查阅各渠道交易订单、资金明细与合计数据,消除了各渠道逐一结账的烦恼。

另据介绍,入驻商户通过智能POS机作为获客渠道,通过支付默认绑定消费客户,实现消费行为和会员身份无缝结合,同时通过支付消费数据,收集整理每

位客户的消费信息,分析其消费习惯,实现为商户描绘客户画像,提供精准营销数据支持。入驻商户可以利用平台的粉丝管理、会员管理功能,通过定向发布促销信息和优惠券等精准二次营销手段,提升客户复购率。

建行还将运用大数据分析,为入驻商户提供定制化的经营管理数据统计分析服务,可以按照交易订单、支付渠道、商户门店、收银员及会员等多层级、多维度、多形式的分析数据,帮助商户及时掌握经营情况,改善提升经营管理能力。

### 建行:建智慧商圈 破转型难题

移动互联网时代,商户发展转型普遍存在困惑与痛点,如团购网站虽为商户带来客流,但引流成本高,利润被大幅压缩且消费者无法成为商家会员;实现银联、支付宝、微信、美团、大众点评等多渠道收款,在收银台上要摆放多台POS机或多张二维码,逐一对账太繁琐且回款周期长;产品、客户营销手段单一,营销投入成本高;会员体系简单,无用户全面消费信息,无法展开二次营销等。

在此背景下,建行“慧兜圈”应运而生,一圈解决了商户所有困惑与难点,迎合了市场需求。目前,慧兜圈平台共入驻商家3千余户,

2017年至今接收单资金近百亿元,累计为商户提供代发工资、投资理财、信贷支持等综合金融服务50余家。

而在济宁,经过10个月运行,目前已有贵和购物、瑞尔福商贸、纳喜餐饮集团等多家济宁地区知名大型商家加入慧兜圈平台,并联合开展十余次特惠活动,参与客户近万人,消费者和商家反响很好。

在“携手奋斗 共创未来”高端客户峰会上,建设银行济宁分行副行长魏林致辞说,“与客户同发展、与社会共繁荣是建设银行不懈的追求。我们真诚地希望通过建设银行的创新服务,使社会各界企

家和客户都能成为建行“慧兜圈”平台的受益者和传播者,实现商家、银行和客户的三赢。”

对建行来说,“慧兜圈”的推出带来了客户消费资金的回流,交易通过“慧兜圈”纳入建行体系后,产生资金转移全部承接到建行,形成了一个资金闭环,是其在互联网时代对零售业务转型发展的积极探索。

有业内人士表示,建行“慧兜圈”业务的推出,直接将争抢商户收单的主战场由彼此间厮杀费率价格转移到为商户提供综合化增值金融服务,可谓是开辟了一条新的业务发展之路。

