创新显效 转型扬帆

——中国建设银行“快贷”产品以创新助力转型

消费拉动是经济发展的必然选择，供给侧改革是当前国家经济发展重大战略，消费金融日益成为符合政策和市场需求的蓝海。随着互联网市场的快速发展，互联网金融创新成为必然趋势。在这样的大背景下，中国建设银行创新推出国内金融系统首个全流程线上自助个人贷款产品——“快贷”，成为传统银行业应对跨界冲击、加快转型发展的重磅产品。

经过两年多的实践证明，新理念和新模式为零售信贷业务发展探索出了方向，“快贷”得到了客户和市场的一致肯定，实现了客户数超两百万、贷款投放超七百亿的良好市场效果，先后荣获《银行家》杂志2015年中国金融创新奖“十佳金融产品创新奖”和人民银行主办的中国国际金融展“金鼎奖”年度特别大奖、“优秀个人金融服务奖”，在《亚洲银行家》2016中国奖项计划评选中荣获“2016年度中国最佳消费信贷产品”。

零售信贷具有“小额、分散、量大”的特点，商业银行传统消费信贷业务发展多年，却由于成本高、风险控制缺乏手段等原因，未能形成有效模式。而建设银行推出的“快贷”，创新运用互联网技术与大数据原理，精准识别与评价客户，提供标准化的产品服务，降低经营成本、提高经营效率，探索出了破解传统业务困境的有效路径。

全流程自助。“快贷”借助于电子渠道，无需客户提供任何纸质材料，全流程自助，“三秒三步”即可完成贷款办理，给客户带来极致体验。

全渠道布局。快贷目前能够通过建行网上银行、手机银行、智慧柜员机办理，完成了线上线下全渠道布局，后续还将研究部署在微信、自助终端等的功能实现，进一步扩展服务渠道，方便客户申请支用。

全客户覆盖。“快贷”已覆盖高资产净值客户、存量房贷客户、代发工资客户等多个客群的上亿级个人客户，还将进一步整合公积金缴存、结算通卡等优质客户群体，积极拓展外部合作客户资源，扩大覆盖度，惠及广泛长尾客户 。

大数据和技术双手段风控。“快贷”运用大数据手段进行客户准入及评价，基于银行海量客户数据，通过建立客户评价筛选模型，确保了客户准入及评价规则的科学性。同时，利用技术手段，将信贷风险把控的基本原则落实在产品功能设计中，通过监测预警模型动态提示疑点提高贷后管理的及时性、有效性，由“人控”变“机控”，风险更可控。

“快贷”推广以来，不断收集客户体验、市场需求和各方意见，先后多次对产品和系统进行大规模优化和完善。在体验不断升级、功能持续强大的同时，“快贷”已发展为一个开放的平台，通过支付功能的完善，与消费场景无缝衔接，提升场景获客能力，满足更多客户的日常消费、生产经营等多种融资需求。“快贷”目前已与福特汽车、东风标致汽车、一猫汽车网、“抢工长”装修平台等多个外部合作方对接，在共享客户资源、构建消费场景方面开辟了更加广阔的空间，为客户提供全方位、个性化服务，促进金融生态建设。

“快贷”作为一个开放的技术平台，在拓展供应链融资方面有其独特的优势。与中国联通“沃易购”平台合作的“沃e贷”产品即是“快贷”供应链融资模式的首个典型案例。此外，业务推广过程中，已经陆续有食品业、电信业、农业等各行业多个大型企业提出在“快贷”平台基于供应链理念向其上下游提供融资支持的合作设想，部分需求已在推进中。通过获取外部平台数据，对接提供融资产品服务支持，“快贷”平台发展潜力巨大。

“快贷”是建设银行转型发展战略中的一项重大创新，为提升业务竞争力、加快消费信贷转型发展找到了方向。随着业务迅速发展、功能进一步完善，建设银行将继续致力于为客户提供更加方便、快捷的金融服务。