

# 商业银行商户业务转型与营销策略研究

于清

(中国建设银行威海分行, 山东 威海, 264400)

## 一、引言

随着科技的快速发展,我国消费支付方式也在不断地更新换代。而在数字时代下,商户收款业务面对客户支付需求的转变也在积极寻求转型升级。商户业务作为商业银行的重点业务领域,也是商业银行开展其他银行业务的重要渠道,如何在竞争激烈的商户市场中抢占更多份额,是每一家商业银行亟待解决的问题。

商户业务是指商户在商业银行开立账户并办理业务所需要的收款结算服务,也就是消费者在银行签约商户刷卡消费后,银行将消费资金扣除一定比例手续费后直接转到商户账户。商户业务可以给消费者提供更便捷的用卡环境,也可以吸引小微商户、企业等开立银行账户来进行资金周转。商户业务给商业银行带来的收益不仅仅是手续费的收入,银行还可以根据商户业务拓展出其他业务来给本银行带来可观的中间业务收入。

## 二、商户业务对商业银行业务发展的影响

### (一) 商户业务给商业银行带来的机遇

第一,提高资金流动性,沉淀银行存款。商户为了方便消费者刷卡购物,会在银行开立储蓄账户并绑定POS机,消费者通过POS机刷卡消费后,消费者的购物资金便可以直接转到商户账户上,这样既方便了消费者和商户,又增加了银行的存款和资金来源。消费者刷卡转入的这些资金是流动资金,在商户账面上是活期存款,流量大,利率低,同时,银行还可以利用银行的客户分析系统选择目标商户,向商户推销定期存款、理财等,用多种产品绑定客户,以此稳固行内的商户资金。

第二,发展商户业务,增加中间业务收入。商户业务收入的主要来源是为商户提供资金结算服务收取的手续费。商户业务规模的增大可以提高消费者银行卡的使用率,增加交易量的同时也就增加了中间业务收入。只要银行卡发生交易,就会给商业银行带来相应的手续费收益。即使是减免交易手续费的商户,也可以给商业银行带来更多的现金流,然后通过其他业务带来中间业务收入。另外,银行通过营销活动和增值服务,还能提高持卡人的满意

度和忠诚度,间接增加商业银行的收益。

第三,了解商户经营状况,便于拓展信贷业务。商业银行可以根据商户结算账户日常的资金流水、交易数据,了解商户的经营状况,评估商户的资产情况,进而发掘商户的信贷需求。发展商户业务还能为开展其他业务提供渠道,例如信用卡、个人贷款、消费信贷等,如此一方面能增加银行的信贷规模,另一方面也可以帮助有需要的商户扩大经营。

### (二) 商户业务给商业银行带来的压力与挑战

电商、第三方支付等非银行机构正在迅猛发展,利用价格和技术优势,迅速瓜分商业银行商户业务市场。面对这样的困境,商业银行如何抢占商户业务市场份额、增加业务收入是迫在眉睫的问题。

第一,微信、支付宝等第三方支付机构分流银行储蓄。经济快速发展下,不仅仅商业银行的数量在不断增加,第三方支付机构的数量也在加速增长。支付宝、微信等凭借庞大的用户群体、便捷的交易方式,瓜分了商业银行的部分储蓄资金,给商业银行揽储造成了一定程度的竞争压力。微信依托聊天平台,支付宝借助淘宝平台,第三方支付机构皆是利用自身客户群体的优势来开发支付结算业务,进而抢占银行业储蓄市场。

第二,挤压银行商户业务收益。非银行的第三方支付机构效率高、审核通过率高、流程简便。同时,因为第三方支付的商户业务有着即时到账和免收手续费的优势,所以相比商业银行资金的次日到账、刷卡消费有手续费,第三方支付机构的商户业务吸引了越来越多的小微商户和个体工商户。面对如此强大的竞争力,商业银行想要继续发展商户业务,只能不断通过压缩成本、降低收益来应对市场变化。

第三,替代商业银行的部分业务,导致收益明显下降。微信有微粒贷业务、微众银行,支付宝有花呗、借呗和余额宝。非银行的第三方支付机构开发出了越来越多的业务类型,涉及保险、基金、理财、贷款等多个领域,无一不抢占着商业银行的业务板块。同时,银行的信贷业务,也逐渐遭到第三方支付机构的蚕食。

### 三、商业银行商户业务的转型

#### (一) 商业银行商户业务发展历史

POS机起源于美国、日本,1981年我国引进日本收银机并获得了逐步推广。2011年出现了非银行的第三方支付机构。2016年,第三方支付机构拉卡拉融合移动互联网技术推出了智能POS机,支持微信、支付宝、刷卡交易。从固定POS机到无线POS机,再到扫码支付,商户业务在不断地适应客户需求,可以有效节省商家和顾客的时间、资金,提升服务效率和提高客户满意度。

#### (二) 商业银行商户业务现状

互联网的发展催生了消费者线上购物的需求,消费者需要快捷方便的支付体验,移动支付随之诞生。除了微信、支付宝、云闪付外,各家银行也研发出了自己的手机银行扫码付,并争相推广。比如某银行为了推广自己的手机银行扫码付,出台了許多优惠政策,还开展了各种满减活动,在城市的大型商场、人流密集处,举办各类活动,包括1元购、龙支付满减等,只要参与活动,就可以1元购买大批商品,这些活动无疑大大提升了该银行扫码付的知名度。

商户业务市场具有巨大的发展空间,截至2021年4月底,全国的个体工商户数量达到9586.4万户,仅2021年前四个月,全国新设的个体工商户就有605.9万户。随着商户收款手段的逐渐多样化,如刷卡、插卡、挥卡、扫码等,客户不需要再使用实体卡片付款,大大节省了交易时间。对于之前不能办理POS机的小微商户,如小商贩、个体工商户等,现在他们也可以申请二维码摆牌进行收款,这一便利性吸引了更多的小微商户,也扩大了商户的发展空间。

随着互联网金融的不断发展,多码合一的聚合支付应运而生,并受到各类商户的青睐。为了进一步打造便捷金融服务体验,聚合支付也推出了线上注册渠道,如手机APP、手机银行、微信公众号等。聚合支付商户收款码支持餐饮、菜市场等静态二维码主扫,自动售卖机、物流收款设备等动态二维码主扫,以及大型连锁店等被扫付款,只需与一家银行对接,即可支持多个渠道支付,让商户享受统一的清算、对账、退款处理等服务功能。

### 四、商业银行商户业务的营销策略

商户业务在整个商业银行的业务体系中占据着重要的地位,其是提升商业银行存款和发展信贷业务的重要手段,无论是从战略高度还是从战术角

度,商业银行都需要提高对商户业务的重视程度。商业银行除了要研究同行业的商户业务外,还需要研究非银行的第三方支付的商户业务,加大对小微商户的维护拓展力度,在保证传统业务模式正常运行的同时,不断更新业务模式,以带给商户更好的服务体验。

#### (一) 专业团队维护,一站式精准服务

目前,各银行的商户业务模式大同小异,而第三方支付具有审批流程便捷和交易手续费减免的优势,对此,这就需要商业银行在发展商户业务时抓住中小微商户的服务需求,组织专业的商户服务团队,为商户在经营过程中可能遇到的问题提供一站式精准服务,确实帮助商户解决经营困难,以此拓展商户规模。在发展商户业务的过程中,商业银行先要明确目标客户,然后针对现有客户进行深度营销,增加商户营销费用,调动商户营销积极性。

#### (二) 推广增值服务,赋能小微商户,助力智慧经营

商业银行应加大优惠力度,通过开展营销活动来吸引商户。对于商户经营刷卡笔数或者资金存量达到一定标准的,商业银行可采取费用优惠或减免的激励政策,以此来吸引小微商户和个体工商户开办商户业务。商户业务的核心服务是支付手段,在交易完成后还需要提供账单查询、对账服务、营销服务等增值服务。商业银行发展商户业务还可以通过设置优惠券、满减等优惠活动来刺激消费者在商户消费,从而帮助商户增加客流量。另外,商业银行还可以强化商户管理,根据商户的经营规模、经营范围、资金流水等进行评级,达到一定级别的商户可以享受行内的相关优惠政策,比如手续费优惠甚至减免、信贷额度提升、VIP服务通道等。

### 五、结语

商户业务作为商业银行业务体系的重要内容之一,其服务模式随着经济发展、科技进步、消费者需求转变而在不断转型升级。虽然非银行的第三方支付机构对商业银行的业务造成了一定冲击,但是商业银行的优势仍然是第三方支付机构不能比拟的。所以,要想在激烈的市场竞争中占据一席之地,商业银行必须紧跟市场形势,推陈出新、把握优势,给商户提供更精细的服务。

【作者简介】于清(1988.11—),女,山东省威海人,汉族,山东师范大学本科学历,职称为中级经济师,研究方向为商业银行。