

借科技之力，助银行前行

——新时代背景下，科技赋能银行业高质量发展

小组名称：智慧夏官营

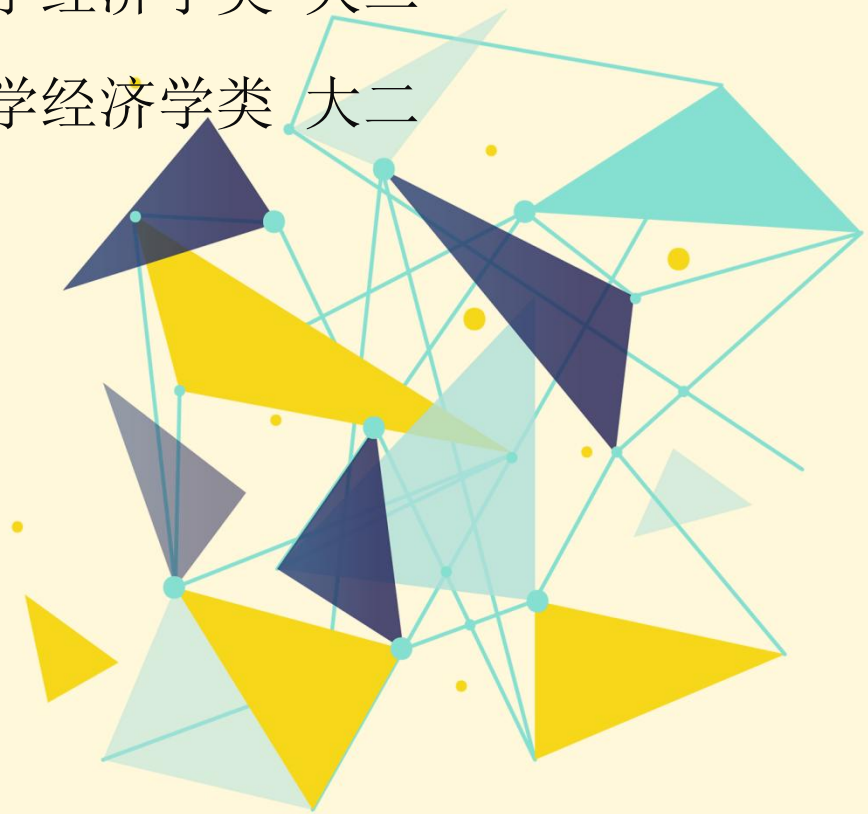
小组成员：江永鑫 兰州大学经济学类 大二

代天强 兰州大学经济学类 大二

马生涛 兰州大学经济学类 大二

原文康 兰州大学经济学类 大二

邵 东 兰州大学经济学类 大二



目录

1. 行业概况	1
1.1 商业银行组成	1
1.2 商业银行当前政策环境	1
1.3 数字化背景下的商业银行	2
1.3.1 商业银行面临的冲击	2
1.3.2 商业银行推动数字化转型	2
2. 竞争格局	3
2.1 银行业内部竞争	3
2.2 银行业外部竞争	4
2.2.1 互联网企业与商业银行的竞争	4
2.2.2 其他金融企业与商业银行的竞争	5
3. 行业表现	5
3.1 科技应用	5
3.2 经营表现	6
3.3 市场表现	8
3.3.1 银行业景气表现	8
3.3.2 银行业 ETF 表现	8
3.3.3 银行指数表现	9
4. 行业展望	9
4.1 打造一体化服务平台	9
4.2 开展银行与企业间的合作	10
4.3 建立新兴政府金融平台	11
4.4 零售金融业务多元化发展	11
5. 风险提示	13
5.1 银行投入成本增加	13
5.2 信息泄露可能性提升	13
5.3 经济环境支持力有限	13

1. 行业概况

1.1 商业银行组成

我国商业银行体系的主要组成包括政策性银行、国有商业银行、股份制商业银行、城市商业银行、农村信用社等多个层面，这些银行在不同领域、不同地区承担着不同的职能和角色，构成了完整、具有多元化特征的商业银行系统，在金融市场的发展演变过程中，商业银行体系的完善和优化发挥了极其重要的作用，为市场经济的发展提供了稳健的金融支撑。

其中，国有商业银行是我国银行业的主力军在资本、信用等方面也处于比较强势的地位，能够为客户提供稳健可靠的金融服务；股份制商业银行是我国商业银行体系中一支富有活力的生力军，其股权多由私人投资组成，股份制银行以高效、灵活、创新的管理和业务模式为优势，能尽可能地满足市场需求，对于一些中小企业、市场型客户具有特别的吸引力；城市商业银行主要在中小城市及县城等地区开展经营，开展主要是中小企业的贷款业务以及零售业务，具有地域性的特点，主要面向本地中小企业和居民个人提供服务；农村信用社则是我国特有的地方性银行组织，主要服务于农村地区及其周边地区，为农村地区居民提供金融服务。城市商业银行与农村商业银行业务具有地域性特征。

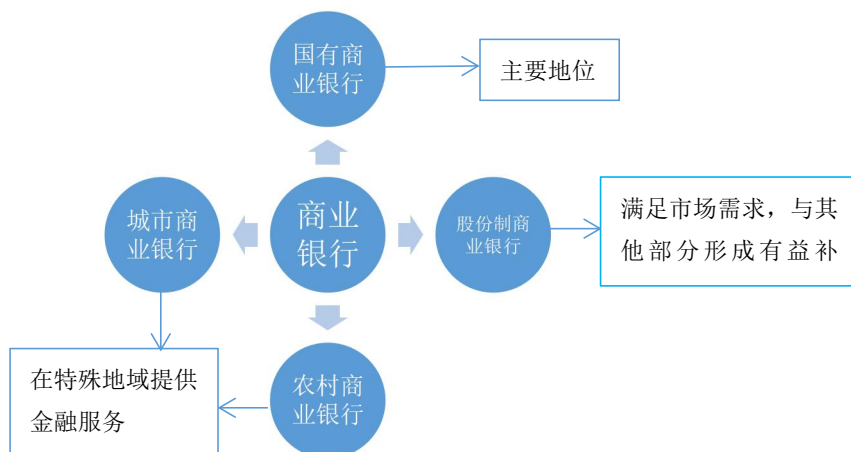


图 1-商业银行组成

1.2 商业银行当前政策环境

当前普惠金融服务达到世界先进水平，电子支付、数字信贷居于全球领先地位。国内政府大力支持科技与金融服务相结合，推动商业银行高质量发展，并要求商业银行在做好原有发展计划的基础上，加大科技要素投入，利用金融科技拓展相关产品，利用互联网开展存贷款业务，让消费者能够更好享受银行业发展的实惠，让实体经济有更好的融资渠道开展扩大再生产活动，国内政府高度重视金融科技在银行业的应用，出台多项政策稳定运用过程。

《金融科技发展规划(2019-2021年)》	《关于规范商业银行通过互联网开展个人存款业务有关事项的通知》	《商业银行绩效评价办法》	《金融科技发展规划(2022-2025年)》	《中国银保监会办公厅关于进一步规范商业银行互联网贷款业务的通知》
------------------------	--------------------------------	--------------	------------------------	----------------------------------

到 2021 年，建立健全我国金融科技发展的“四梁八柱”，增强金融业科技应用能力，实现金融与科技深度融合、协调发展，明显增强人民群众对数字化、网络化、智能化金融产品和服务的满意度。	强化互联网渠道存款销售管理，在相关页面醒目位置向公众充分披露产品信息、揭示产品风险，切实保护消费者的知情权、自主选择权等权利，立足于服务已设立机构所在区域的客户。	商业银行绩效评价指标体系调整为服务国家发展目标和实体经济、发展质量、风险控制、经营效益四类，每类权重均为 25%，兼顾考核重点和平衡关系，并且考核标准可根据实际情况调整。	发展原则：数字驱动、智慧为民、绿色低碳、公平普惠；基础：加强金融数据要素应用；目标：深化金融供给侧结构性改革；主线：加快数字化转型过程中的监管，将数字元素与数字思维注入金融服务。	商业银行在原有经营管理规划的基础上，稳妥推进数字化转型，充分发挥互联网贷款的积极作用，提高互联网贷款风险管控能力，加强贷款资金和合作业务管理，确保互联网贷款合作业务用到实处。
2019 年	2021 年	2021 年	2022 年	2022 年

表 1-2019 年至 2022 年政策文件

资料来源：中国人民银行、中国政府网、中国银行保险监督管理委员会

1.3 数字化背景下的商业银行

1.3.1 商业银行面临的冲击

客户需求转变带来的冲击。在数字化背景下，信息传递速度越来越快，客户需求发生了转变，对私人服务需求提高，要求商业银行由传统的无差异服务转变为适合每个客户的特殊服务，同时对服务效率要求提升，要求商业银行能够更加高效的处理客户业务，减少客户的时间花费，利用数字科技开发的手机银行等金融科技产品适应客户需求，线上业务增加，但对原有传统业务有所冲击。

监管环境变化带来的冲击。随着国家不断加强对于金融行业的监管，要求商业银行落实好市场主体责任，适应数字化背景，做好存贷款等银行业务，监管的进一步严格，商业银行可进行盈利的空间有所压缩，面对的来在合规经营的挑战增加，商业银行需要面对更加严格的监管政策，使得商业银行需要不断更新内部结构以及运营模式。

科技公司加入带来的冲击。科技公司开发的微信、支付宝等科技软件相继推出零钱通、花呗等金融服务功能对商业银行基本的存贷款业务造成冲击，科技公司不断深入金融领域，开发金融类的 APP，通过大数据推算、人工智能服务等为用户提供私人的金融产品服务，科技公司的加入，代替了商业银行的一些功能，商业银行的部分市场受到抢占。

1.3.2 商业银行推动数字化转型

风险控制方面:商业银行通过开发利用新一代的人工智能和大数据分析技术，更为准确地识别潜在风险，提高银行风险管理和防范风险的能力。如 2020 年建设银行与陆金所合作开展的“医保 e 贷”项目，通过数字化技术提高了银行对个人用户信用评估和风险控制的能力，实现了银行和用户的“双赢”。

监督管理方面:商业银行面临着异构数据多、模型复杂度高、数据规模大、受众需求多样化等问题，通过运用数据科技，商业银行可以对数据更好的进行管理，同时可利用数据科技将员工个人资料数据化，方便银行进行管理，如

渠道创新方面:商业银行可以将传统银行渠道与数字渠道相结合，利用背后股东的互联网资源进行渠道建设，将自身金融产品 嵌入到其他企业的场景平

台中，建设开放银行。如微众银行利用首个去“IOE”分布式 IT 架构支持客户高并发交易，背靠科技公司探索创新的开发银行渠道的道路使得自身效益得到显著提升。

2. 竞争格局

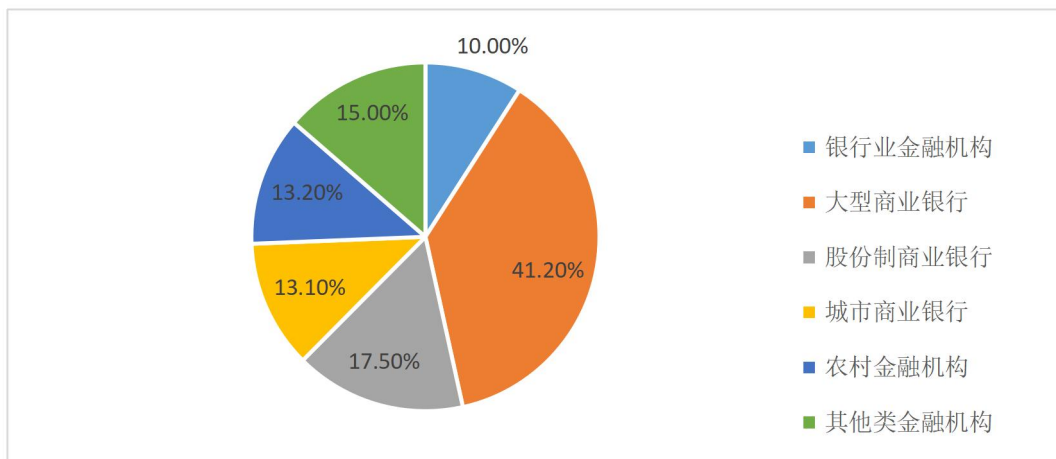


图 2-2022 年银行总资产

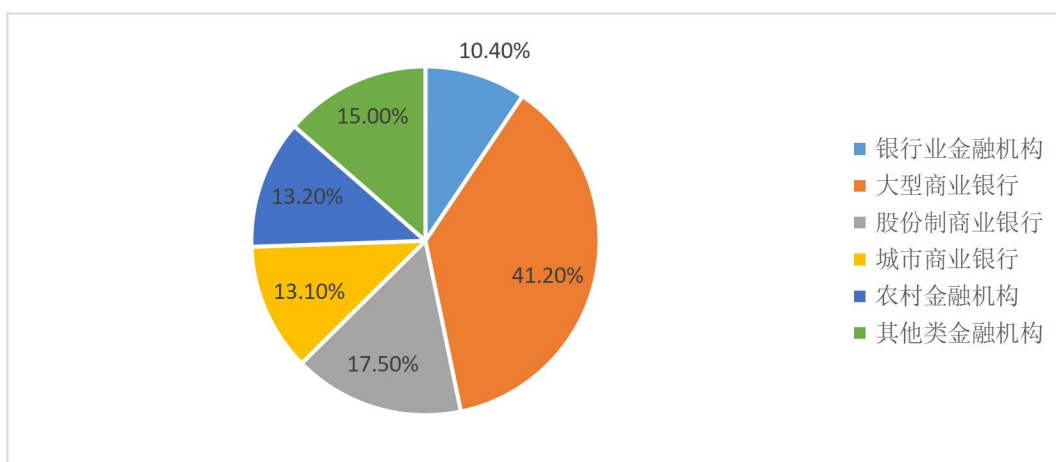


图 3-2022 年银行业总负债

资料来源：中国银行保险监督管理委员会

2.1 银行业内部竞争

数字经济浪潮正深刻重塑、调整和优化银行业运行协作模式，对银行业的生产方式、组织形式和竞争格局产生颠覆性冲击。在金融科技促进银行业服务高质量发展过程中，大型商业银行处于行业领先地位，经营规模最大，业务遍布全国主要城市及大部分县域地区，网点众多且分散，各项业务发展均衡，拥有雄厚且稳定的客户基础，在存贷款业务方面具有较大优势。其次是股份制商业银行，且 2017 年以来营业收入整体呈现出不断增长的趋势，逐渐成为银行体系的重要组成部分。通过实施差异化经营，着力打造特色业务，股份制商业银行逐步形成自身竞争优势。城市商业银行依靠地缘优势、当地经济发展水平，重点针对当地企业和居民的需求提供金融产品和服务，在地域及客户关系方面具有天然优势，可以与当地优质客户开展业务合作，更容易适应市场及客户需求的变化。农村商业银行凭借其灵活的管理体制、高效的业务流程、规范的公司治理等优势，扎根农

村市场，开拓经营，成为农村金融市场的领跑者。其他类金融机构在银行业的市场份额逐步增大，经营规模超过了城市商业银行和农村金融机构。在数字经济时代，银行不再仅仅是融资等传统金融服务的提供者，而是融智赋能的资源整合者。

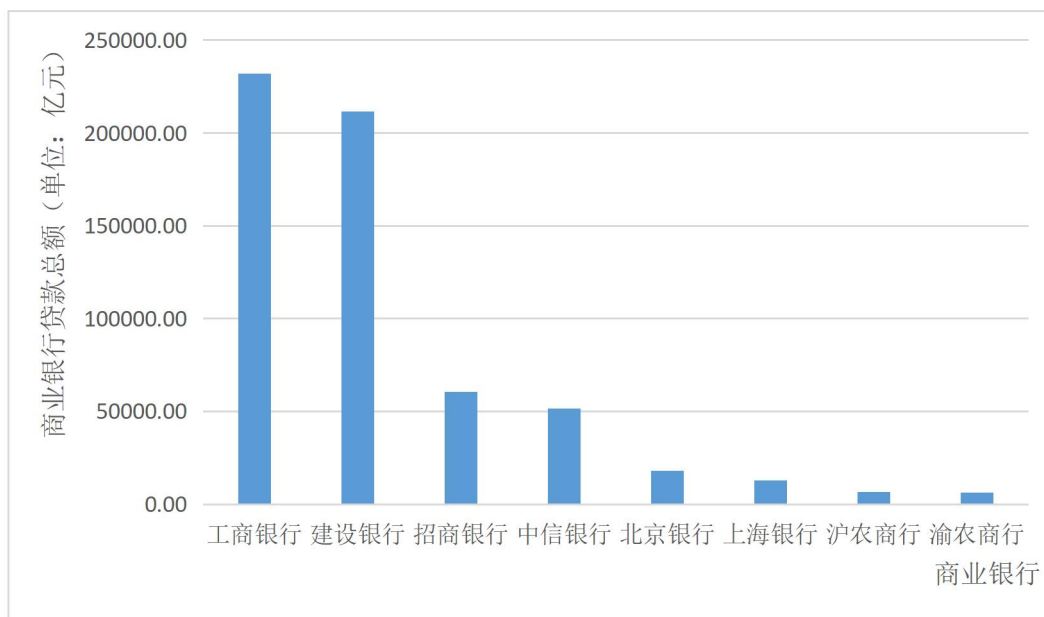


图 4-2022 年商业银行贷款总额

数据来源：Wind、各商业银行年报

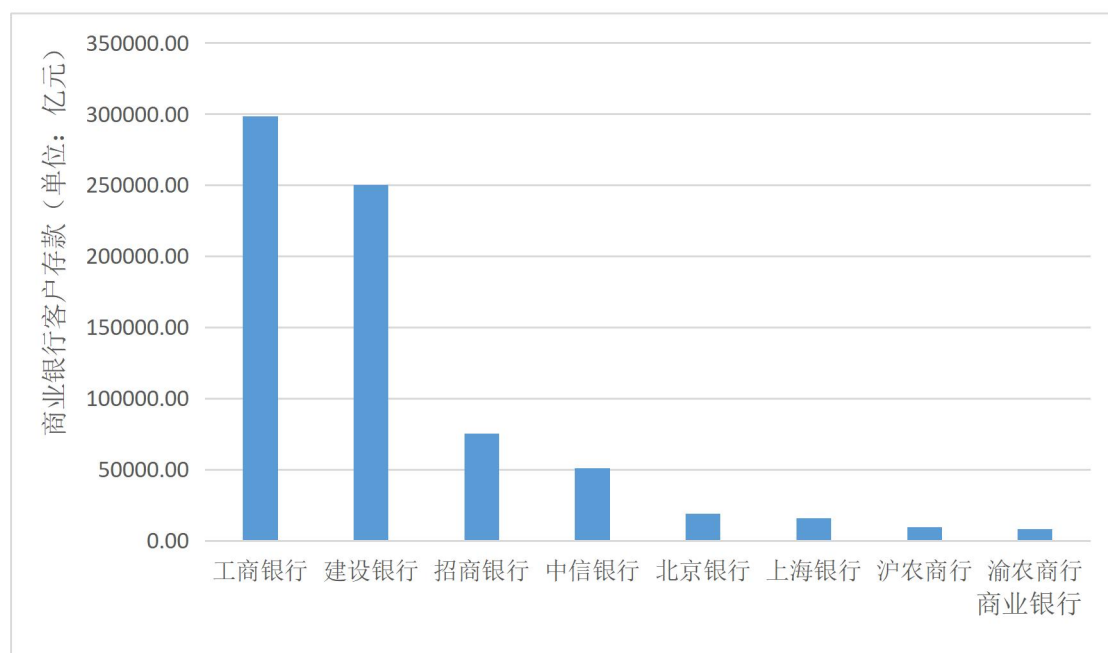


图 5-2022 年商业银行客户存款

数据来源：Wind、各商业银行年报

2.2 银行业外部竞争

2.2.1 互联网企业与商业银行的竞争

互联网融资流程便捷，申请门槛相对较低，且缩短了放款时间。网贷、借呗、花呗、京东白条等互联网信贷服务的推广力度远远大于银行贷款的推广力度。在互联网第三方支付交易平台下，用户转账不需要支付手续费，第三方支付模式具

有效率高、操作便捷、成本低等特点，还经常在互联网平台发起派送小红包、进行返现补贴等活动，以增加客户黏性，起到二次推广和营销作用。互联网金融产品具有多样性，客户可以根据自身实际情况选择各式产品，互联网理财产品门槛低，流动性较强，传统商业银行市面上产品年收益率在 4%~6%左右，而互联网理财产品年收益率可以达到 6%~12%。互联网金融的兴起对传统商业银行下的个人存贷款业务会造成极大分流，严重影响到商业银行的存贷款数量。

2.2.2 其他金融企业与商业银行的竞争

资产管理市场呈现较高的集中度。资产管理市场主体不断增加，竞争愈演愈烈。商业银行理财子公司背靠母行，资金丰富，客户来源广泛，销售渠道广，发展速度迅速，存量规模在国内资产管理市场中占比超过四分之一。银行理财主题规模增速平均在 10%以上，高于行业平均水平。

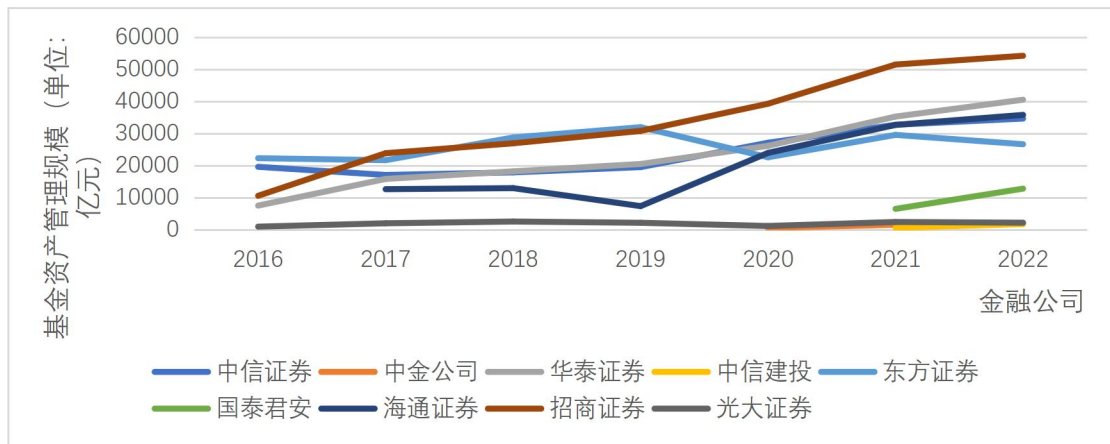


图 6-基金资产管理规模

数据来源: Wind

3. 行业表现

3.1 科技应用

2014 年底以来，监管部门相继发表了一系列文件，明确提出了“互联网金融”、“普惠金融”、“金融科技”等概念，以及对金融科技在银行业的重要性的重视。商业银行成为先行者之一，通过应用科技赋能实现了转型升级，进一步推动了金融行业数字化的发展。

第一阶段——科技布局阶段（2014 年至 2016 年），2014 年底，央行发文提出“P2P”网贷等“互联网金融”概念，此后商业银行开始意识到“互联网+”的作用。2015 年，中国工商银行成立“工银科技”，全面负责 IT 技术研发、建设和商业银行信息管理技术标准制定等工作，开始遇强则强之势。2016 年，中国银行等商业银行广泛应用人工智能、大数据、区块链等技术，形成了“24 小时智慧银行服务”、“数字普惠银行”等新型服务模式。

第二阶段——创新应用阶段（2017 年至 2018 年），2017 年，工行推出“工银融 e 联”，CBRC 发布《商业银行业金融机构技术风险管理规定》，提出“技术因素要纳入风险管理”，核发网贷备案等政策，银行业科技应用得到更高重视。2018 年，农业银行提出推进“智慧农业引领农村金融”，工行、建行、招行等银行纷纷开展金融科技创新试点，如“数字零售银行”、“移动支付云闪付”等。

第三阶段——大规模应用阶段（2019年至今），2019年，中国前5大银行推进智能化转型步伐加快，中国工商银行透露已积累43项金融科技专利，中国银行、农业银行、建设银行、交通银行等也相继发布了一系列以金融科技为支撑的智能化应用产品，如“智慧信贷”、“智能风控”、“智能营销”、“智能理财”等。同时，中国银联等支付机构也加强了支付安全与科技创新的布局。



图 7-科技应用三阶段

3.2 经营表现

表 2-2022 年部分银行企业部分财务指标

主营业务		总市值 (亿元)	贷款总额 (亿元)	个人存款 (亿元)	总资产 (亿元)	不良贷款 率 (%)	资本充足 率 (%)
交通银行	商业银行+投资银行	4181	729612	149884	129924	1.35	14.97
建设银行	公司银行业务+个人 银行业务+资金业务	15951	211501	130743	346000	1.40	18.42
中国银行	商业银行+投资银行+ 保险领域	10804	17507	91414	289000	1.32	16.64
招商银行	商业银行+投资银行	8582	60515	31042	101400	0.96	17.77
光大银行	零售银行业务+公司 银行业务+资金业务	1885	35723	10613	63005	1.25	12.97
中信银行	商业银行+投资银行	3176	51528	12918	85000	1.27	13.18
上海银行	公司金融业务+零售 金融业务+资金业务	895	13046	15715	28785	1.25	12.87
北京银行	公司银行业务+个人 银行业务+资金业务	1009	17973	13342	33924	1.43	12.28
齐鲁银行	公司银行业务+个人 银行业务+资金业务	5059	2573	3497	5059	1.35	14.47

渝农商行	个人业务+公司业务+ 投行业务+国际业务	429	6327	8249	13519	1.22	15.62
平均值		5197.1	114630.5	46741.7	109561.6	1.16	13.56

数据来源：Wind、公司年报

中国部分商业银行平均总资产规模约为 109562 亿人民币，随着国内经济持续发展和资本市场的稳定，银行业的资产规模有望继续稳步增长。具体财务指标呈如下特征（主要分析 2014 年科技赋能后至 2022 年 12 月商业银行部分财务指标）：

总体规模方面：商业银行总资产为 1095616 亿元；同比增长率为 10.82%，增速低于下文报表中的平均值 11.086%，增速承压。中国建设银行无论是市值还是贷款总额占有份额最大。国有商业银行的总体增速波动较小，整体呈现平稳增长的趋势。值得注意的是，受到经济增速放缓、贸易摩擦等多方面的影响，银行面临着较大的挑战，在这样的背景下，银行的增长速度受到了一定程度的制约。银行需要继续加大技术创新和数字化转型的力度，提高客户服务水平和产品创新能力，开发新的业务领域和市场机会，以实现持续的高水平增长。

盈利能力方面：商业银行净利润为 5945 亿元人民币；同比增长率为 19.74%，增速乐观；累计值为 23030 亿元人民币；累计增长率为 5.44%。

成本收入方面：商业银行成本收入比为 33.97%。中国国有商业银行的管理费用和销售费用总额呈现稳步增长的趋势，其中交通银行增速较快，中信银行增速较慢。尽管管理费用和销售费用的支出规模在不断增加，但各大银行也在不断探索和推进高效率的开支控制和管理方式，以提高效率和降低成本，在持续提高盈利能力的同时保持健康的资产和负债状况。

资本充足率方面：商业银行资本充足率为 15.17%，普遍高于监管要求的最低标准。这也说明这些银行具备了较强的抵御市场风险和经济波动的能力。



图 8-2014 年-2022 年商业银行总资产



图 9-2014 年-2022 年商业银行净利润

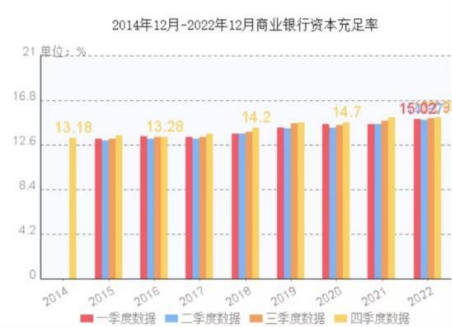


图 10-2014 年-2022 年商业银行资本充足率

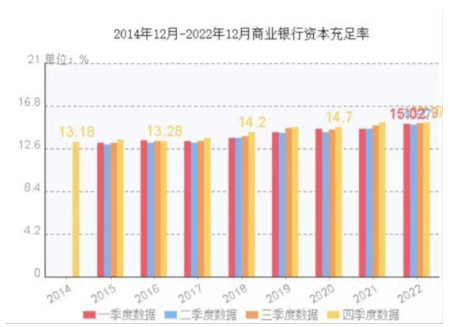


图 11-2014 年-2022 年商业银行资本充足率

3.3 市场表现

3.3.1 银行业景气表现

2020年第三季度至2022年第三季度总体景气指数平稳，银行业行业景气程度变化不大，2021年与2022年第一季度景气指数较高，环境较好，但2022年第三季度近期指数较去年有所下降，相较前几年处于较低点，行业近年虽较平稳，但相较之前有所下降，银行后续发展需要做好应对准备。



图 12-银行业景气指数

数据来源：国家财政部

3.3.2 银行业 ETF 表现

2018年至2022年银行业ETF累计收益率走势情况与同类平均和沪深300走势情况大致相同，且在近期达到9.89%左右，但收益率总体低于同类平均与沪深300，银行业ETF收益率除刚上市与2020年3月23日左右以及2022年11月3日左右收益率为负值，大部分时期收益率为正值，银行业ETF收益率总体较为稳定且大部分时期能够获得良好收益，银行业相关基金表现良好，能够受到投资者青睐。

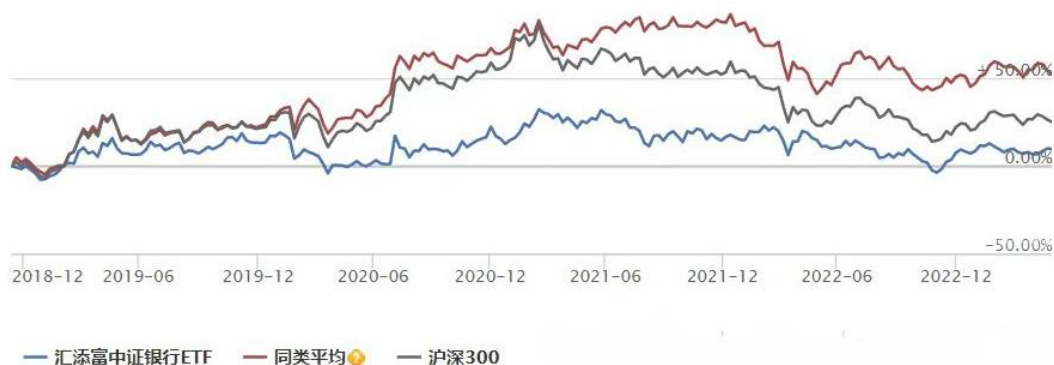


图 13-银行业 ETF 累计收益率走势

数据来源：东方财富

3.3.3 银行指数表现

2018年8月至2023年4月，银行指数在2019年12月至2020年8月有所下降后迎来上升期，在2021年12月开始下降，在短暂的回升后于2022年8月出现下降，当前银行指数处于较为均衡状态，位于高值与低值之间，且达到25%左右的指数水平，2021年4月开始银行指数整体高于沪深300指数低于同类平均指数，银行业股市表现在总体股市表现较好，但与同类平均表现有所差异，但近期表现较为稳定，可利用这一稳定状态开展二级市场活动。

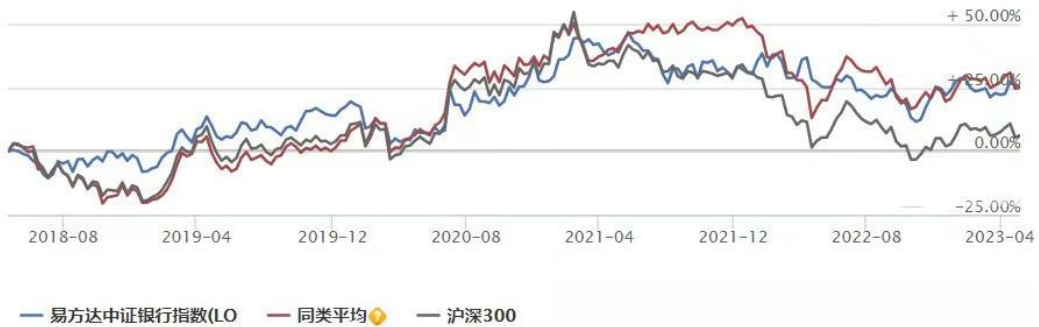


图 14-中证银行指数

数据来源：东方财富

4. 行业展望

金融服务平台的发展应当以客户数据的挖掘分析为基础，在众多的生活场景提供更多与用户生活密切衔接的场景化金融服务。考虑突破物理空间的局限，探索线上线下相结合，提升网点经营效能，搭平台、建网络、修渠道，实现大数据技术助推商业银行零售业务转型升，与其他行业和机构合作建设辐射周边的生态圈，形成实时互动的网点新形态。零售业务正逐渐成为银行收入成长的重要引擎，其对银行利润的贡献快速攀升并且占比较高。

4.1 打造一体化服务平台

线上线下一体化客户闭环：以客户为中心，打造高质量的线上线下一体化客户经营闭环，畅通“客户—线上/线下渠道—系统平台”的业务和数据交互闭环和“线上渠道—线下渠道”在各链路节点的业务和数据交互闭环两个方。同时加快建设其他线上渠道的跟踪反馈机制，打造业务和数据交互闭环；在自有线上渠道及第三方合作平台上建立和取得客户浏览、点击、停留时间等行为数据指标进行持续跟踪反馈，精准客户画像；搭建线下渠道客户行为的线上化跟踪反馈通道。形成全渠道无断点、少堵点的客户经营的业务和数据交互闭环。

银行完善 app 服务，打造全覆盖金融服务：建设银行和农业银行手机银行客户数目均超过 4 亿人，招商银行，平安银行手机银行客户数目也均已超过 1.5 亿人。商业银行的正在实现全覆盖的金融服务。浦发银行完善商超，出行医保，征信查询等全场景服务。北京银行手机银行 App 已经形成餐饮、观影、出行等消费场景服务矩阵；苏州银行则撬动科技优势打造民生服务场景，将智慧农贸、智慧医疗、智慧工会、智慧缴费等融入市民百姓的衣食住行。邮储银行持续完善

老年客户线上服务，提升老年客户服务体验，覆盖绝大多数老年客户常用业务场景，为老年客户提供便利。

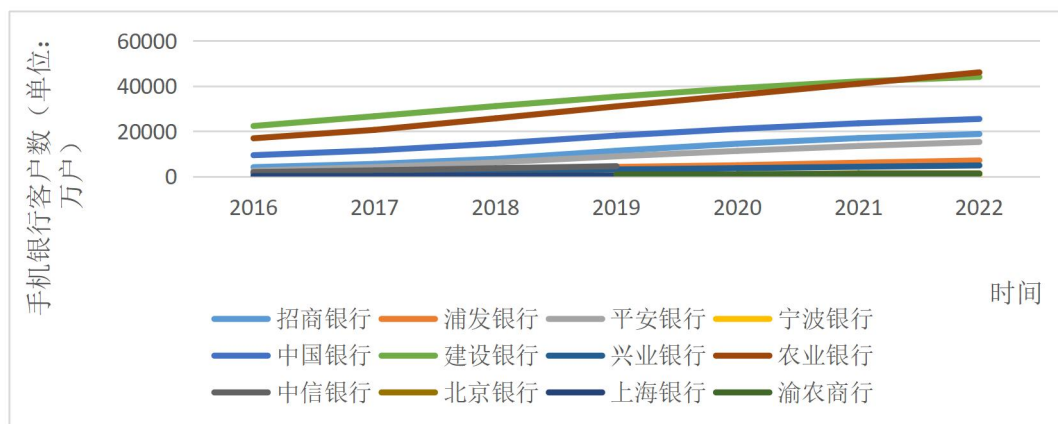


图 15-商业银行手机银行客户数 (含国有大行)

资料来源: Wind

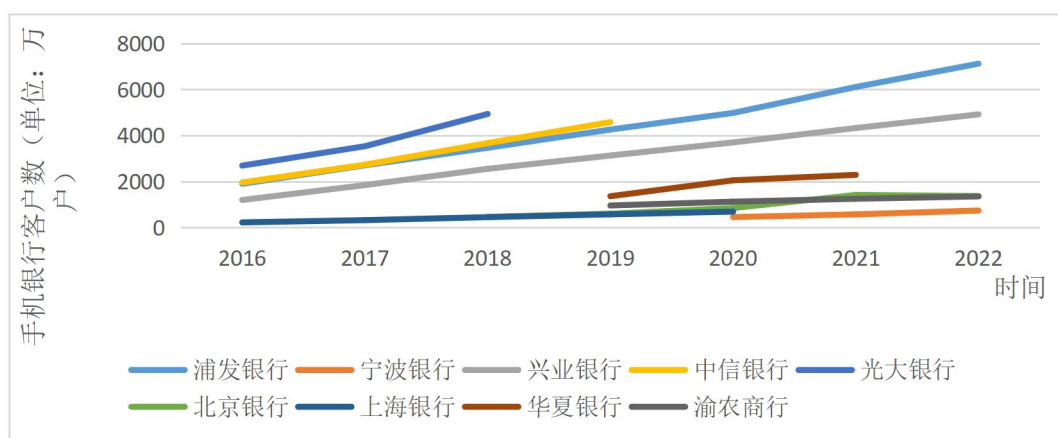


图 16-商业银行手机银行客户数 (不含国有大行)

资料来源: Wind

4.2 开展银行与企业间的合作

平台公司协同发展: 在平台化服务时代, 银行的商业模式变得更丰富, 不再是单纯地给客户 提供信贷资金, 而是连接资金方、需求, 实现了增信、撮合、技术支持等服务的创新, 拓展盈利纵深空间。商业银行与保险公司、投资公司、互联网公司等平台公司开展合作, 发展为一个“科技+金融+行业+企业”的综合。

商业银行	合作方	合作领域
工商银行	阿里巴巴、蚂蚁金服	深化电子支付、跨境金融、场景金融等方面的合作; 加强在数据智能、金融科技等关键技术领域的探索, 通过数字化技术加速金融产品的共同创新
农业银行	百度	共建金融大脑以及客户画像、精准营销、客户信用评价、风险监控、智能投顾、智能客服等方向的具体应用, 并将围绕金融产品和渠道用户等领域展开全面合作
中国银行	腾讯	重点基于云计算、大数据、区块链和人工智能等方面开展深度合作, 共建普惠金融、云上金融、智能金融和科技金融
建设银行	阿里巴巴	将在网络银行信贷、快捷支付、备付金存管、电子支付、实时代发、跨境电商、资产托管等业务领域进一步深化合作

交通银行

苏宁

将共同设立智慧金融研究院，并在智慧金融、全融资业务、现金管理及账户服务等领域展开深入合作

表 3-商业银行与其他企业合作情况

资料来源：根据网络资料整理

4.3 建立新兴政府金融平台

建立新兴政府金融平台，促进线上政府数字化服务能力提升：金融与政府科技平台的联合建立在推进了金融科技向前发展的同时落实国家政策的实施。各大商业银行坚持绿色发展理念，与政府合作建立绿色平台，将潜在的环境影响纳入战略决策及日常业。创新绿色信贷、绿色债券、绿色基金等产品和业务，拓宽绿色融资渠道；持续推进建筑节能改造，推崇绿色办公和低碳运营，致力打造绿色发展生态。截至 2019 年末，兴业银行绿色金融融资余额达 1.01 万亿元，绿色金融客户 14764 家，累计为 19454 家企业提供绿色融资 2.22 万亿元；21 家主要银行绿色信贷余额超过 10 万亿元，绿色业务拓面上量。2022 年银行表内外绿色金融融资余额 16,297.60 亿元，较 2021 年末增长 17.53%，其中，绿色融资余额超 500 亿元的一级分行达 9 家。金融科技发展推动公司绿色金融发展注入“集团全绿转型”新理念，推动绿色金融业务发展提速。

4.4 零售金融业务多元化发展

零售业务国有银行为主体，向多元化发展：国有商业银行通过先发优势占据垄断地位零售规模和营收处于领先地位。工商银行和建设银行零售业务营业收入均大于 2000 亿元，且零售营业收入占比和零售利润占比均超过 50%；平安银行和招商银行二者的零售业务收入占比将近达到 60%，国有大行的零售客户数目均已超过 6 亿户。北京银行与上海银行等城商行与头部银行的零售业务营业收入差距较大。股份制银行、城商行等非国有大行零售业务正在快速发展，冲击国有大行的主体地位。

零售业务占据半壁江山，发展前景良好：商业银行以客户为中心开展服务业务，从“增量获取”转向“存量深耕”，选取潜在价值的客群重点突破。强化线上渠道服务，打造开放平台生态。通过“线上+线下”渠道，借助开放平台触及更多的零售客群；打通大财富全链条，推动服务能力下沉；广泛应用金融科技，优化消费金融渠道，提升服务效率和风控能力，通过丰富的产品体系和高效的服务，扩大财富管理的客户服务外延。

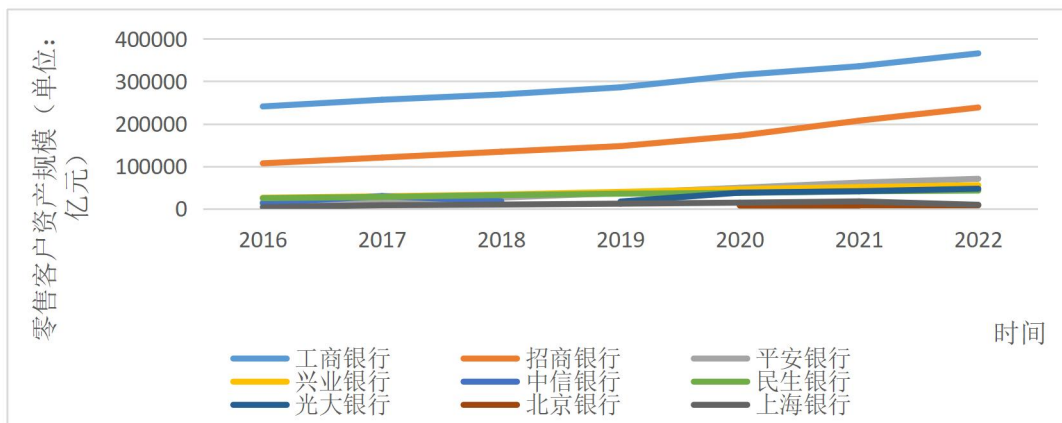


图 17-商业银行零售客户资产规模 (含国有大行)

资料来源：Wind

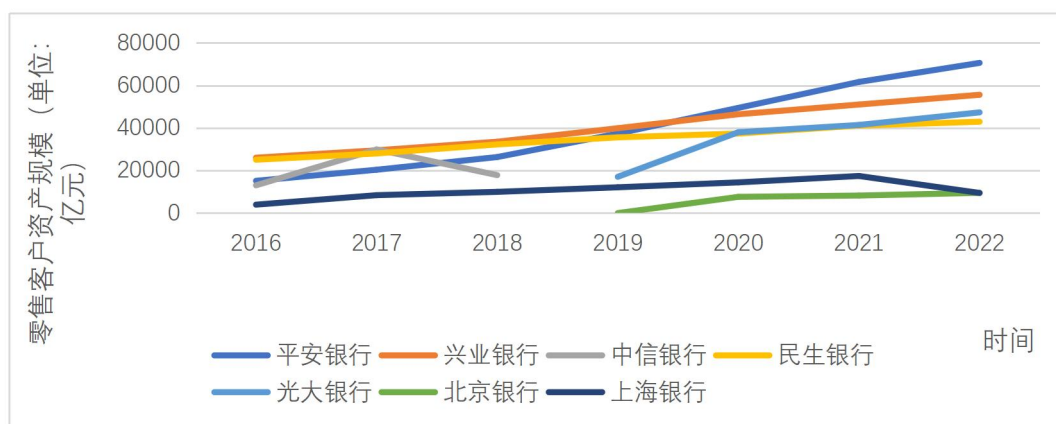


图 18-商业银行零售客户资产规模（不含国有大行）

资料来源：Wind

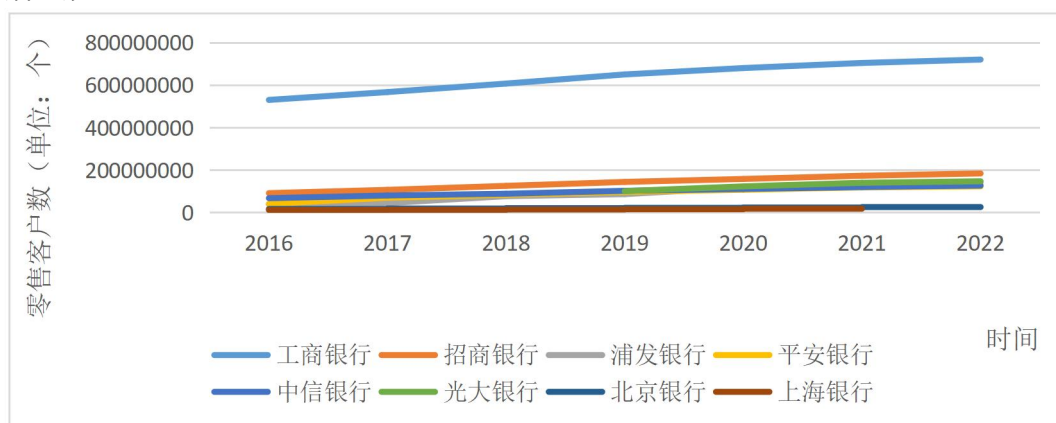


图 19-商业银行零售客户数（含国有大行）

资料来源：Wind

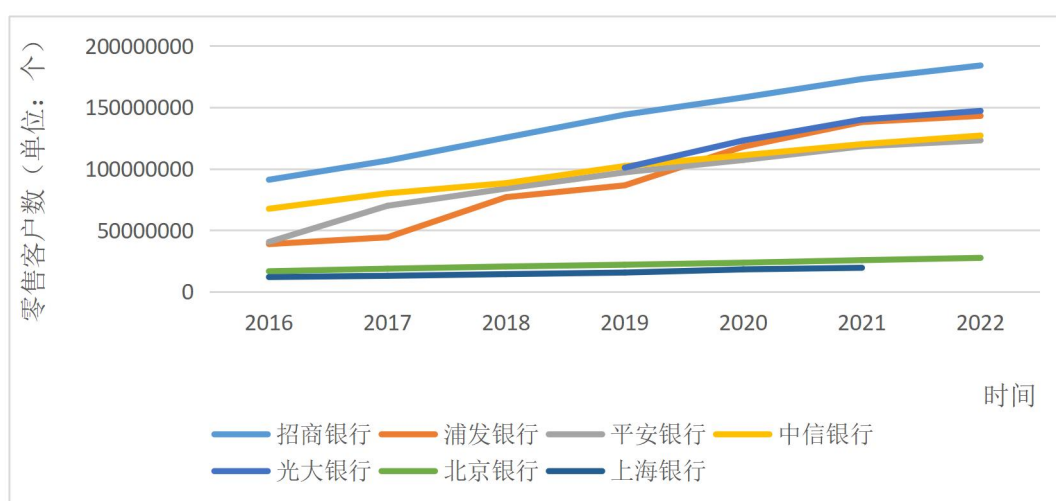


图 20-商业银行零售客户数（不含国有大行）

资料来源：Wind

5. 风险提示

5.1 银行投入成本增加

招募外包人员增加风险成本。银行进行金融科技产品的研发，单依靠自身拥有的人员力量是不够的，往往需要将研发外包给银行外人员，外包人员规模的快速增长，对人员的有效使用和管理都带来了很大的挑战，一方面是外包人员的质量问题，对于非本银行人员，银行无法获取足够全面的人员信息，容易导致成本投入与预期效果不统一问题，另一方面是选择外包人员的同质问题，由于信息的不对称，招募的外包人员的专业技能存在与本银行研发人员研发领域差异不大的问题，研发领域的同质化会降低研发的效率。

研发过程的路径选择影响成本。企业成长绩效与技术创新、市场创新的相关系数分别为 0.529、0.388，达到了显著水平，银行绩效的提升需要从技术创新做起，但科技产品具有更新迭代速度快的特点，在利用科技研发金融产品时会出现研发过程中选择的科技产品劣于当前同类科技产品的情况，最新的科技支持能带来更高效的金融产品研发，如果选择原有的科技产品，时间成本会有所增加，转变科技产品的选择，会导致原有投入的浪费，研发成本增加，因此研发过程中的成本风险不容忽视。

5.2 信息泄露可能性提升

互联网拓宽信息泄露的途径。银行作为基础金融机构，在金融领域提供服务，但银行从业人员信息安全技能和信息安全意识远低于互联网从业人员，同时多数 IT 行业从业人员对银行业务较为陌生，无法做到对症下药，开发出完全适用银行业务中信息管理与保护的“防火墙”，互联网的广泛使用也降低了不法分子的攻击成本，在移动互联网背景下，每个人都可以随时使用互联网资源，这让攻击变的愈发移动化，让攻击愈加简单，银行与互联网从业人员之间服务领域的差异与互联网自身的副作用对银行的信息保护提出更高的要求。

银行从业人员的职业素养有待考量。客户信息在银行的管理经营中有举足轻重的地位，据调查发现，随着网络的发展，每个信息的价格从 10 多元增加至 100 多元，信息买卖带来的收益非常可观，而信息购买方多为不法分子或者竞争对手，银行工作人员作为银行客户信息的收集者与使用者，能够近距离获取每位客户的信息，这为其买卖客户信息提供了机会，也为信息的线下泄露提供可能，如果不注重对每个银行内部人员的监管，造成客户信息的泄露，银行自身的业务就无法有效展开，将造成较大损失。

5.3 经济环境支持力有限

全球金融科技投资环境不景气。剧烈的市场波动使投资交易减少，全球金融投资在 2022 年下滑至 1641 亿美元，与 2022 年上半年相比，下半年金融科技投资下滑超 510%，，而随着宏观经济状况和估值的下滑，投资者优先关注盈利和现金流，银行的盈利能力与现金流状况成为投资者的重点关注对象，金融科技投资环境对银行的产品研发有着重要的影响，需要对当前较不景气的国外经济环境引起重视。

国内经济环境向好但支持能力有限。国家统计局公布的数据显示，2022 年中国 GDP 增速依然将在 5.2%至 5.6%，比发达国家平均增速高 1.3 至 1.5 个百分

点，2023 年一季度 GDP 同比增长 4.5%，一季度经济恢复整体比市场预期好，在疫情后中国经济复苏，经济向好发展，但是面临的压力与挑战不容忽视，当前中国经济面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，在三重压力下，国内虽能提供较好的经济环境，但支持力有限，银行如果一味的依靠国家对宏观环境的调控，将不利自己的长远发展。