

“6·18”即将到来之际，这家银行突然宣布月底关闭其电商平台融e购个人商城的相关业务。自2012年以来，多家银行陆续推出自己的电商平台，并作为重要互联网转型抓手，至今已走过十年岁月。面对激烈的竞争，银行的人才储备和业务能力并不突出，未来银行电商平台该怎么走？

## 电商平台辉煌不再

近日，工商银行

发布《融e购个人商城重要公告》称，因业务调整，该行将于6月30日24:00停止融e购个人商城相关服务。如用户需要进行积分兑换、购买贵金属和公益捐赠，可以登录工商银行手机银行办理。

2014年1月，工商银行电

商平台“融e购”正式上线，曾被工行

称为互联网转型的三大平台之一，计划与手机上银行、“融e行”产生协同作用。

截至2015年交易额累计突破1000亿元，截至2016年末，融e购B2B商城线上交易额累计突破1.5万亿元，入驻商户近3000家，注册买家超过22.5万人，2018年交易额增长至1.11万亿元。

融e购强劲的交易量表现曾进入国内十大电商之列，从当时工行方面给出的信息来看，理财产品、汽车、信息消费、3C

数码是“融e购”平台中消费量最大的几个领域。分期付款和积分兑换的消费方式也吸引了不少消费者。

此后融e购不断升级，比如2020年，推出刷脸注册、APP聚合支付等购物交互体验功能，e采购、e资产、e跨境等特色板块交易金额达2976亿元；2021年，工行持续推动融e购电商助农，融e购乡村振兴交易额达27.6亿元。

对于此次工行决定关闭个

人商城，易观分析金融行业高级分析师

苏筱芮对《国际金融报》表示：“银行暂停个人商城服务背后的原因多样，一是银行过去在个人商城的业务经营中未达到预期效果，并没有对银行自身业绩增长带来较多助力，二是银行期望通过业务的整合与优化来更加聚焦主业。”

除了业绩以外，银行自身的人才储备与竞争激烈的电商市场也不太匹配，导致竞争力不足也是原因之一。光大银行

宏观金融研究员周茂华对《国际金融报》表示：“电商市场竞争激烈，银行跨界做电商在消费场景、客户体验上竞争力相对不足，相应人才储备不足，市场竞争方面偏向保守；电商为银行带来数据、一定数量的中间业务收入，同时也面临假冒产品

、消费者投诉纠纷、市场品牌声誉等风险。”

除了关停个人商城服务之外，工商银行还将停止融e购企业商城公开销售、商圈销售、跨境贸易等相关服务，票据经纪、工行集采、司法拍卖等服务功能入口迁移至工商银行门户网站首页。

### 银行电商何去何从

2012年后，多家银行投入电商平台建设，工商银行“融e购”、农业银行“E商管家”、中国银行“中银易商”、建设银行“善融商务”、交通银行“交博汇”、光大银行“购精彩商城”等银行系电商平台纷纷上线。

“纵观银行电商的发展历程，某些银行系电商平台存在诸多不足，例如没有针对商品、店铺构建评价体系，技术支持和创新方面远不如传统电商平台，体验不佳导致平台难以留住用户。作为传统金融机构，银行扎根于线下网点，在宣传造势方面发力不够，使得电商平台在群众中品牌知悉度不高，一些银行客户甚至不知道本行有相关购物平台。”苏筱芮表示。

在经过十年尝试后，银行开始转型之路。比如，建设银行宣布自4月25日起，将善融商务经营主体由建设银行变更为建信金服科技发展有限公司，由建信金服负责善融商务经营。

也有银行借助电商平台打出自己的特色，比如农业银行通过兴农商城平台，帮助脱贫地区拓宽销售渠道。去年，农业银行旗下的金融科技

子公司农银金融科技有限责任公司发布针对兴农商城的招聘启事，招聘岗位涉及业务管理、数据分析、运营管理、视觉设计、产品设计等工作。

虽然银行的电商之路亟待转型，但多位专家认为银行并不是没有机会。苏筱芮表示：“银行系电商平台未来发展如何取决于银行资金流、信息流、物流之间的协调统筹能力，需要突破传统银行的桎梏，更多地融入互联网思维。此外，银行电商的机会仍在，未来可以结合助农、乡村振兴等各类特色主题内容，为促进消费、扶持小微发挥更大的力量。”

“国内处于消费升级阶段，市场潜力巨大，从全球看，后疫情时代推动电商销售以强劲速度增长，未来电商发展空间可期。银行系可以依托自身客户、信息等优势挖掘电商平台方面潜力，可以通过与互联网电商平台优势互补，加快电商发展，更好地满足消费者个性化、多元化需求。”周茂华表示，受疫情影响，国内电商线上零售保持强劲增长，而银行拥有庞大客户、便捷支付结算和品牌优势，通过发展电商

业务，可以拓展业务增长点、增强客户粘性及获客等。

本文源自国际金融报