

上市银行加力数智转型

数字金融持续迭代升级，成为推动金融机构效率提升和创新发展的“利器”。上市银行半年报显示，各家银行上半年在实现自身稳健发展的同时，对实体经济的支持力度也在稳步提升，这背后离不开数字金融强有力的支撑。

半年报显示，上市银行持续加码技术投入，推动业务从数字化向数智化转型。尤其是金融大模型落地呈现加速态势，实现了应用场景的快速拓展，提升了服务实体经济的质效。

数字赋能业务发展

在 2024 年年报中，多家上市银行曾披露过数字金融的投入情况。6 家国有大型商业银行 2024 年金融科技投入共计 1254.59 亿元，较 2023 年增长 2.15%。同时，与科技投入总量提升相对应的还有科技人员总数的增多，6 家大型商业银行 2024 年科技人员总数首次突破 10 万人。

持续的投入带来了经营业绩的提升。中国建设银行副行长韩静在 8 月 29 日的业绩发布会上表示，以科技和数据驱动，尤其是人工智能技术赋能业务发展，银行实现对客精准识别、精准营销、精准画像。通过洞察客户特点，中国建设银行实现了产品服务的精准适配，这在对公对私领域均有所体现。在对公业务领域，通过数字化工具直营，对公长尾客户存款较年初增长超 1000 亿元；在零售业务领域，通过智能化管理，存量资金到期承接率近 95%。

“这样的成绩来之不易，离开了科技驱动、数据驱动是难以做到的。”韩静说。

“未来银行必然是数字银行。”北京银行董事长霍学文在业绩发布会上介绍，“过去 3 年，北京银行在许多领域实现了历史性变革、系统性重塑、整体性重构，关键一招就是举全行之力推进数字化转型。”

今年上半年，北京银行加快打造“人工智能驱动的商业银行”，建成了“1213”AI 体系，即一体化算力底座、两大模型开发运营平台、100 余项 AI 能力、300 余项 AI 应用场景建设。霍学文介绍，一体化算力底座能够实现企业级人工智能算力基础资源的统一管理，显著提升运营效率，强化数据联动与分析能力；两大模型开发运营平台通过“大模型 + 小模型”双轮驱动，形成人工智能的中台能力，赋能产品创新、客户服务、风险管理等领域，推动业技融合达到新境界；建成 AI 核心能力应用体系，具备 100 余项 AI 能力，上线一批好用、管用、实用的 AI 工具；探索 AI 金融应用的更多可能性，形成 300 余项应用场景。

持续推动数字化转型的成效也体现在半年报业绩上。上半年，北京银行实现了营业收入 362.18 亿元，同比增长 1.02%；实现归属于母公司股东的净利润 150.53 亿元，同比增长 1.12%。

技术支撑能力提升

半年报显示，各家银行均着力提升数字技术支撑能力，

为未来战略布局筑牢根基。

国有大型银行在数字技术应用方面保持前列。记者从中国银行获悉，该行数字化转型步伐加力提速，通过深化人工智能等新技术应用，强化交易集约、提升服务效能，培育分行数字化转型新成果，形成推广一批、储备一批的良性循环。通过持续推进技术架构转型，该行云平台服务器总量达 4 万台，截至 2025 年 6 月末，分布式技术平台已对接 352 个应用，前端技术平台推广至 186 个应用，大数据技术平台推广至 174 个应用。

股份制银行也不甘落后。浦发银行透露，该行已建成算力、算法、平台、知识四位一体的企业级数智基座。截至 2025 年 6 月底，已构建千卡算力，在股份制商业银行中率先实现“全栈国产化算力平台 + 开源大模型”的金融应用，形成大小模型协同的“浦银智启”模型服务矩阵，同时搭建多维度大模型评测体系，初步构建千万级企业知识库；分布式架构体系基本成型，为业务快速发展提供有效支撑。

另外，平安银行中报显示，2025 年上半年，该行构建大模型能力体系，通过监督微调、强化学习、大模型自主规划、智能体等技术进行模型调优训练，提升重点场景应用能力，截至 6 月末，平安银行已落地大模型应用场景超 330 个。

除了技术平台、场景应用，在风控合规方面，数字金融也发挥着日益重要的作用。记者从平安银行获悉，该行深化智

能算法应用，夯实智能化风险防控体系；在对公风险管理上，深化大模型在智慧风控的探索应用，建立风险专家知识库，借助智能体系提升风险控制各流程的效率，强化大模型的适用能力；在零售贷款审批与催收上，依托大模型能力，对非结构化数据及其他要素进行风险特征挖掘和识别，提升风险管理能力；在普惠金融上，深化“资金流信用信息共享平台”应用，全面完善普惠生态客户的风险画像，支持信贷资金精准直达中小微企业；在账户风险防控上，打造反电诈“风控大脑”，提升账户风险管理和客户服务效率。

从数字化到数智化

当前，上市银行已普遍将数字金融，尤其是人工智能技术视为提升运营效率、优化客户体验及开拓新增长极的重要抓手。金融大模型的应用体系已经在银行业务的各个层面全面开花。

光大银行副行长杨兵兵介绍，今年上半年，光大银行上线“大模型智能政策助手”，打造了涵盖行内 1700 余份政策文件的专业知识库和政策搜索分析智能体，将政策文件与业务场景智能关联，提升了合规执行效能，构建起全流程的政策服务能力。

据介绍，光大银行积极探索大模型技术和授信业务的深度融合。该行自主研发的“授信调查智能报告”功能，5 分钟即可自动生成一份百页调查报告。目前，该功能已服务

2000 余位一线客户经理，赋能 39 家一级分行，有效提升授信业务质效。

在数据领域，光大银行自主研发并推出集人工智能与商业智能于一体的“问数”智能分析工具，整合了超过 2000 个数据指标，覆盖零售、对公、运营、财资等主要业务领域，全面支持指标、报表、分析报告、外部数据等多种数据类型的问答查询，能够为业务一线及时、准确反馈高质量数据分析结果。

数智化转型需要大量基础性的工作支撑，甚至是整个业务流程的优化。“数字金融推动银行的服务和业务不断向平台化、场景化、生态化发展的同时，我们能感受到应用系统的边界在逐渐模糊。前中后台的系统逐渐融合，很多都是直通式。从客户端发起起到记账完成，原来分散在多个系统，现在基本上都是直通的。交易型系统和分析型系统也是相互嵌套的。”杨兵兵说，“随着数字化越来越深入，也给安全运营和风险控制提出了更高要求，就是怎样才能做得又好又快，进行科技赋能，我们在流程优化方面花了一些力气。”

另外，光大银行还设计有智能算力的调度平台，通过算力的虚拟化和算力的统一交付，使得同等硬件成本下，可以满足更多人工智能的应用需求。“目前，我们人工智能的算力已经支撑保障 120 多个算法模型和 840 个场景应用。”杨兵兵说。

（据《经济日报》）

金融机构消保评价新规出炉 被评 5 级机构或暂停相关业务

时值金融教育宣传周，金融消保监管评价新标准也正式出炉。为了更好地对金融机构消保工作作出客观的综合性评价，日前，金融监管总局修订发布《金融机构消费者权益保护监管评价办法》（以下简称《评价办法》），从总则、评价要素与评价方法、评价程序、评价结果运用、组织保障等方面对消保监管评价工作作出规范。《评价办法》明确，对于评价结果为 5 级的机构可以根据有关法律法规，依法责令暂停相关业务。

从《评价办法》看，监管再一次明确评价对象为“在中华人民共和国境内依法设立、由金融监管总局及其派出机构依法监管的向消费者提供金融产品和服务的金融机构”，将金

融租赁公司、养老保险公司等纳入评价范围。

《评价办法》还优化了评价要素，将评价要素调整为“体制机制”“适当性管理”“营销行为管理”“纠纷化解”“金融教育”“消费者服务”“个人信息保护”7 项要素，且各要素评价权重不一。例如，营销行为管理权重不低于 25%、纠纷化解权重不低于 25% 等。

不过，金融监管总局可根据金融消保最新要求和实践需要，结合当年的金融消保工作重点，牵头对消保监管评价要素权重及下设的具体评价指标进行动态调整。

值得一提的是，消保监管评价总分为 100 分，最小计分单位为 0.1 分。根据最终得分，

消保监管评价结果分为 1—5 级，其中，2 级、3 级进一步细分为 A、B、C 三个档次，数值越大表示金融消费者权益保护工作存在的问题越多，需要越高等级的监管关注。

根据《评价办法》规定，消保监管评价周期为 1 年，评价期间为评价年度 1 月 1 日至 12 月 31 日，年度消保监管评价工作原则上应于下一年度 3 月中旬前完成。同时，《评价办法》还完善了评价程序，将评价实施环节进一步细分为信息收集、初评、复评、审核，强调复评、审核工作应通过集体研究形式开展。《评价办法》强调，要充分发挥“四级垂管”优势，加大对基层金融机构消保工作质效的考察，提高一级分支机构

评价得分权重。

监管评价体系的制定，就是为了约束金融机构的行为，促使其更好地保护消费者权益。金融监管总局及其派出机构要根据消保监管评价结果，依法实施差异化监管措施。例如，对评价结果为 2 级的机构，通过窗口指导、现场通报、监管谈话等方式督促其加强日常经营行为管理；对评价结果为 3 级的机构，视情形依法采取下发风险提示函、责令限期整改、责令内部问责等措施，必要时公开披露其不当行为；对评价结果为 4 级的机构，还可以增加在开办新业务、增设分支机构等方面的监管措施；对评价结果为 5 级的机构，可以依法责令暂停相关业务，对直接负

责的高管进行责任追究、责令调整金融机构有关负责人及管理人员等。

而对于评价结果为 1 级、2A 级的金融机构，金融监管总局及其派出机构可适当降低与金融消费者权益保护相关的现场检查频率、优先选择或推荐参加金融消费者权益保护相关政策试点，给予正向激励。

对此，业内专家表示，《评价办法》的修订发布实施，有助于进一步健全完善行为监管制度体系，指导和督促金融机构将金融消费者权益保护各项要求嵌入业务经营各环节、全流程，为人民群众提供更便捷、更有温度的金融服务，切实提升金融消费者的获得感和满意度。

（据《经济参考报》）