

当今时代，随着我国经济迈入高质量发展阶段，居民财富及财富管理需求都随之不断增长。来自贝恩的调查显示，2035年，中国的财富管理市场或将超越美国，成为全球规模最大的财富管理市场。

如何挖掘高净值客群需求，为他们提供高价值的服务，是银行在“大财富时代”赢得增长的新引擎。在全球化程度不断加深的背景下，大华银行中国个人金融业务立足本土市场，充分发挥新加坡母行的国际化优势，以定制化，高价值的财富管理咨询、资产配置规划服务为重心，升级跨境金融服务体验，帮助中国客户布局全球市场。



大华银行 海外艺术游学项目

大华银行中国精心打造的《名校校长面对面》金牌系列讲座，特邀上海、北京知名院校校长、专家，解读升学政策；还有小小银行家、海外艺术游学项目、未来领行家项目以及菁英培优计划等多项定制化教育实践项目，链接优质教育资源。无论是处于学龄阶段的孩童，抑或是有出国留学计划的初/高中生，均可在实践中增强和现实世界的联系，累积优势，开拓未来。

三年疫情过后，人们对自己及家人健康愈发重视。2022年，大华银行对医疗健康服务和生活权益板块进行了全面的增值升级。据悉，在医疗健康板块，该行不仅提供给客户全国三甲医院挂号绿色通道服务，24小时免费电话医生、新加坡贵宾医疗服务等、为客户及其家庭提供全方位的医疗保障服务。

针对日益增长的女性高净值人群，大华银行推出尊享理财·晶璨服务，仅为臻贵女性

客户打造。从高端私密的理财体验，到私享品牌活动，再到限定特邀权益，如全球超卓酒店、米其林餐厅特权服务等等，致力提升女性用户的幸福感。

“我们更重视客户的美好生活体验”，陆梦嘉相信，大华银行中国可以满足客户对生活点滴的要求和偏好，创造“日常，也非凡”。

以客户为中心 线上线下全渠道经营

疫情影响与技术发展都加速了人们的日常生活向数字化转型，银行与客户的连接发生了巨大变化，高净值人群整体的数字化接受度显著上升。以客户为中心的线上线下全渠道经营与服务模式已是大势所趋。

近年来，大华银行中国个人金融一直在强化零售转型与数字化转型的深度融合。陆梦嘉介绍，在从简单的金融产品、传统的理财服务向数字化、交互式、移动互联化的资源整合转移过程中，大华银行中国让渠道、科技、数据与业务更深地融为一体，打造“全客户、全渠道、全产品、全服务”数字化财富管理服务体系。

2017年，“大华直销银行”上线，领跑外资银行直销银行发展。2021年，原有的“大华银行”手机银行和“大华直销银行”两个移动应用平台整合升级为“大华银行尊享财富”APP，致力于打造大华银行中国个人金融移动银行一体化服务平台。

据了解，大华银行尊享财富APP是一个提供综合财富管理和金融服务的数字平台，致力于打造移动银行一体化服务，支持客户I类借记卡账户和II、III类电子账户查账，为客户提供投资产品的持仓查询和交易申请服务等。

为了不断改善与提升客户体验，转型上线后，大华银行中国持续创新，根据客户的需求及使用体验进行多次升级，通过数字化技术帮助客户解决产品分析和对比难题。陆梦嘉表示，未来，大华银行将切实做好专精者角色，通过夯实核心的“资产财富”，赋能珍贵稀缺的“资源财富”，提升美好生活的“体验财富”，为客户连接“无限新财富”。