

·西部经济论丛·

当前经济 与金融热点问题 研究 (下册)

Dangqian Jingji
Yu Jinrong Redianwentu Yanjiu

主 编◎卓武扬

副主编◎刘文文



西南财经大学出版社

·西部经济论丛·

当前经济 与金融热点问题研究 (下册)

Dangqian Jingji
Yu Jinrong Redianwenti Yanjiu

主 编◎卓武扬

副主编◎刘文文

编 者◎周鑫睿 甘 璐 彭 艺
何 益 胡亚威



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

当前经济与金融热点问题研究/卓武扬主编. —成都:西南财经大学出版社,2015. 7

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1637 - 6

I. ①当… II. ①卓… III. ①中国经济—研究②金融—研究—中国
IV. ①F12②F832

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 251383 号

当前经济与金融热点问题研究(上、下册)

Dangqian Jingji yu Jinrong Redian Wenti Yanjiu(Shang、Xiace)

主 编:卓武扬

副主编:刘文文

责任编辑:李 筱

助理编辑:魏玉兰

封面设计:墨创文化

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川五洲彩印有限责任公司
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	43.5
字 数	975 千字
版 次	2015 年 7 月第 1 版
印 次	2015 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1637 - 6
定 价	98.00 元(上、下册)

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。



目 录

MULU

下 册

◇ 第三篇 电子商务

- 电子银行发展趋势下中小商业银行的对策 王伦强 349
- 房地产电子商务网站的客户满意度研究 熊于宁 黄 茜 357
- 浅析苍溪县旅游电子商务发展 李雪玫 冯贵贤 366
- 电子商务对传统旅游产业链的影响分析 瞿祥蝶 曾建民 374

◇ 第四篇 法律制度研究

我国未注册商标法律保护探析

- 兼评《商标法》第三次修正 彭 景 385

我国政府主导型旅游发展模式中的政府角色的再思考

- 对仅基于公共产品理论的商榷 陆 雨 390

法国巴黎金融中心的法律制度环境评析与启示

- 毛 茜 甘 璐 王 磊 396

中澳养老保障体系异同评析及对我国养老保险制度建设的启示	毛 茜 张 佩	413
我国股权众筹的法律规制研究	周鑫睿 卓武扬	429

◇ 第五篇 实务案例研究

中国与新西兰双边贸易的竞争性和互补性实证分析	程盈莹 魏 勤	439
卫星城市在建设国际化城市中的定位和路径研究		
——以成都市新都区为例	贺 刚 匡后权	450
浅析电子商务中信用卡套现问题	高庆成	459
对贵州茅台公司的财务分析		
——兼论禁酒令对公司财务的影响	王文君	465
新兴旅游项目		
——青春主题酒店可行性分析	彭崇焰 义旭东	474
工业云制造基地影响力研究	义旭东 高巍	480
基于 SWOT 分析的成都温江家庭苗木产业	义旭东 彭崇焰	486
房地产项目开发成本控制策略分析		
——以万科房地产为例	陈德铭 黄 爽 张华	494
机构养老和社区居家养老的质量评估体系初探	张 俊	502

◇ 第六篇 文献综述

中国股市制度变迁的理论研究综述	朱怀庆	513
国际垂直专业化的生产率与技术溢出效应：研究综述	程盈莹	519
基于信用评估的应收账款最优决策研究	甘 璐 卓武扬	527
金融监管理论文献综述	甘 璐 卓武扬	534
区域性金融中心制度供给及政策研究文献综述	甘璐 卓武扬	539
市场微观结构信息模型研究综述	刘文艺	547
金融道德风险理论研究综述	周鑫睿 卓武扬	556



企业国际化理论综述：从垄断优势到天生国际化	左世翔	562
最后腐败研究文献评述	罗涛 邢祖礼	571

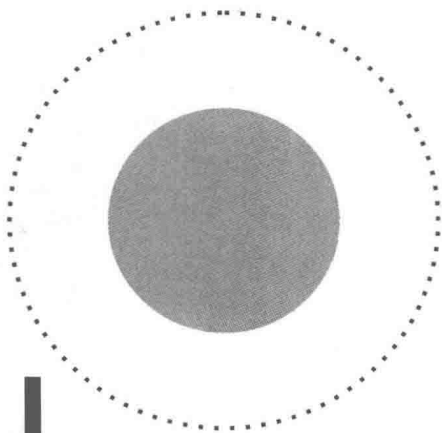
◇ 第七篇 创新研究

中小企业如何面对互联网金融风险及创新研究

——建立统一金融监管	赵珍婕 兰虹 甘信兵	589
科技创新是中国经济可持续发展的源泉和动力	顾宇红	598
农村劳动力转移培训模式与机制创新	刘容	606

◇ 第八篇 其他

旅游“霸王条款”的产生原因及四维规制	彭景	617
基于耗散结构理论探索中国文化产业的发展	但红燕	623
国家公园在中国发展的思考	郭二毛 陆雨	631
生产性服务业及其集聚的内涵分析	刘传辉 杨宇轩 丁雪松	639
基于“易班”探寻大学生网络立体化党建平台建设	郑宇	644
基于协同创新的大学生隐性知识与就业能力转化研究	刘雪梅	648
利用知识创新培养创新精神促进创业教育	郑宇	656
浅论中国高等教育国际化竞争力的提升		
——基于服务贸易与竞争优势的视角	左世翔	660
高校创业教育教学存在的问题及对策	魏平强	667
再论高校学校体育中的思想政治教育		
——在高校学校体育中实施中共中央《关于进一步加强和 改进大学生思想政治教育的意见》精神的探讨		
.....	张玲 胡曦临	675
新时期高校思想政治教育实效性探微	王芳	680



电子商务

DIANZI SHANGWU

【第三篇】

电子银行发展趋势下 中小商业银行的对策

王伦强

西华大学经济与贸易学院 成都 610039

摘要：随着网络技术、电子商务特别是互联网金融的飞速发展，电子银行业务迅速兴起并普遍发展，对银行业的经营模式产生了极其重要的影响：给商业银行的传统业务带来变革；进一步改变了商业银行的服务模式、管理方式和战略竞争格局。本文分析了这场变革对商业银行经营的影响，结合中小商业银行的经营环境特点，提出了中小商业银行的应对措施。

关键词：电子金融 中小商业银行 业务影响 对策

作者简介：王伦强，男，西华大学经济与贸易学院，副教授，主要研究方向为国际贸易、产业经济和金融投资。

一、电子银行业务的发展及其趋势

（一）定义和特征

1. 电子银行的定义

电子银行业务是指各商业银行等金融机构使用面向社会公众开放的通讯渠道或开放型公众网络，以及银行为特定自助服务设施或客户建立的专用网络等方式，向客户提供的离柜金融服务。主要包括网上银行、电话银行、手机银行、自助银行以及其他利用电子信息手段的离柜银行业务。

中国银行业监督管理委员会在其 2006 年 3 月施行的《电子银行业务管理办法》中这样做出定义：电子银行业务是各商业银行等金融机构利用开放的通讯通道或开放型公众网络，以及银行为特定自助服务设施或客户建立的专用网络，向客户提供的银行服务，比如利用电话等声讯设备和电信网络开展的电话银行业务等。电子银行业务主要包括前面提到的电话银行业务、用无线网络和手机进行的手机银行业务、在互联网上开展的网上银行业务，以及客户通过其他电子服务设备和网络，完成的自助式服务的金融交易。

2. 电子银行业务的产生与发展

随着 20 世纪 90 年代通信技术在银行业的广泛应用,全球第一家网络银行于 1995 年在美国成立,并开始通过网络开展金融业务。由于网上银行的方便和快捷,其客户规模迅速扩大,应用范围不断拓展,伴随着电话和手机的不断普及,银行业迅速瞄准了这一庞大的客户市场,于是电话银行和手机银行应运而生,成为新的应用渠道。总体来说,电子银行依靠先进的网络信息技术并顺应时代的发展,发挥自身的优势并得到了飞速发展,逐渐成为各个商业银行不容小觑的重要组成部分。

3. 电子银行业务的特点

(1) 使商业银行业务突破时间和空间的制约。电子银行用电子化的手段突破了传统银行上下班的时间限制和“水泥加柜台”的空间限制,以开放的网络平台和自助的方式将传统营业时间和营业网点制约打破。客户可以随时随地通过银行提供的电子渠道,在银行的电子服务系统中得到 24 小时服务。同时,银行不仅可以通过电子渠道进行传统的银行基础交易,还可以通过电子渠道进行宣传、推广及公共信息的发布,极大地扩大了受众范围。

(2) 降低了银行资产管理的交易成本。由于电子银行的特性使银行业务扩张不需要固定的经营场所,可以节省大量的固定成本和管理费用,减少银行在资产规模扩张中的边际经营成本;客户也不需要再反复地奔波于各商业银行网点办理业务,节省时间和精力,提高运行效率,提供显著增加的社会效益。

(3) 使银行经营的综合化和个性化服务有效融合。电子银行业务使客户可以通过电子渠道快速了解账户信息,如交易明细、账户明细、账户余额等,也可以迅速实现账户交易,如汇款转账、基金债券、保险等特色理财产品的买卖,涵盖业务种类越来越丰富精彩。与银行传统的营业网点相比,电子银行提供的服务除了更方便快捷、多样精彩以外,也更加的标准和规范,避免了因营业人员情绪化的服务或者业务水平偏差带来的不良影响。利用大数据分析,电子银行还能够通过对记录的客户不同习惯、个性化差异的进行分析,制定出满足不同客户需求的特色化服务菜单,通过电子银行提高客户黏性。

(二) 我国电子银行业务的发展现状

十多年来,我国电子银行业务总体呈爆发式增长趋势,商业银行的电子交易规模不断扩大,商业银行电子银行业务对客户的渗透率不断提高,各类银行均在根据市场需要,不断加大自身电子银行业务的投入,使电子银行逐渐成为银行的拓展业务的手段。

1. 各具特色、品牌差异明显

随着国内电子银行的飞速发展,各大银行纷纷凭借综合实力宣传营销自身品牌,以期获得客户的认可。2000 年以来,各大银行纷纷推出自己的电子银行特色业务。招商银行最早在 20 世纪 90 年代末建立了“一网通”网站,最早提供个人网上银行、企业网上银行、网上支付、网络商城等一系列的自助网上银行服务,逐渐发展成在国内银行界中享有盛誉的网上银行服务体系。几乎同时,建设银行推出了“E 路通”,工商银行推出了“金融@家”,都具有鲜明品牌特色,大银行运用品牌优势



宣传自身电子银行特色。相对而言,中小商业银行的发展在特色上进展较为缓慢和迟钝,但是由于自身规模小和体制单纯干净的优势,也迅速在这一时代的发展的潮流中迅速整顿重组自身结构,抓住电子银行这一新型发展趋势,做迎头赶上势,发展适合自身特色的电子银行服务模式,以鲜明的特色抓住客户并长期留住客户。

2. 创新意识逐渐增强

电子银行推出初期,各银行提供的服务仅以信息咨询、账户查询、转账、汇款等功能为主,只是将网点柜台业务搬上了电子银行平台。随着金融体系内外电子金融发展的不断推进,电子银行客户规模日益扩大,各银行纷纷进行产品革新,特别是各中小商业银行更是创造出适合于服务区域的不同客户群的新型电子银行特色产品。基金国债、外汇买卖、银行转账等特色理财产品纷纷借助电子银行业务平台面向客户销售。不少中小银行还先后推出了特色的无卡服务,实现了无卡存取款、无卡消费、无卡理财等方便快捷的无卡式服务。网上银行业务还在不断丰富,部分商业银行已经开始试办各类网上授信业务,如小额质押贷款、住房按揭贷款等。

二、电子银行对中小商业银行业务和经营变革的影响

(一) 对中小商业银行业务的影响

1. 电子银行业务对商业银行中间业务收入的影响

电子银行业务对于商业银行的绩效主要体现在中间业务收入的增长。由于电子银行业务会增加商业银行的交易性业务收入,电子银行业务有利于增加银行的中间业务收入。以工商银行为例,截至2009年,全行企业网银客户约190万户,个人网银客户约7540万户;全年企业网上银行实现交易额135.35万亿元,增长22.5%,个人网上银行实现交易额17.81万亿元,增长82.3%。电子银行业务替代率超过50%,电子银行业务笔数占全行业务笔数50.1%。说明电子银行业务是其他手续费收入的重要组成部分。2009年某地区工行中间业务收入45.04亿元,占其中间业务总收入的44.7%,而中国工商银行的电子银行业务达到4亿元,由此可见在银行中间业务收入中,电子银行贡献出了重要的力量,对商业银行运营质量的提升起到了极其重要的作用。这一结论对中小商业银行发展电子银行的启示作用非常显著。

2. 电子银行业务通过货币替代影响商业银行的负债

在此,不考虑相关交易主体对交易媒介偏好的变化,仅分析货币替代过程。有专家学者认为,当电子货币替代央行发行的通货时,各商业银行通过现金归行和现金回笼使其在央行的储备增加。开展了电子银行业务后,商业银行的日常经营中仅保留满足于业务需要量的货币(商业银行所保留的货币不会给其带来任何收入,反而要支付保存成本),同时电子货币等虚拟交易的兴起进一步减少了对现金的需求,于是人们会将现金存入银行以方便保存并获得收益,导致商业银行库存的现金增加,于是商业银行又把多余部分的现金放回至中央银行。对此过程的分析可以看出,在现金回笼使流通中的现金减少的同时,商业银行在中央银行的储备随之增加。又因为基础货币是由流通中的现金和商业银行在中央银行的储备共同组成的,所以,基础货币保持不变。换言之,从现金回笼的角度看,电子货币替代现金对基础货币没

有影响。

纸币所具有的匿名性、非介质依赖性及法定货币背后的国家信用,使得公众对中央银行通货的需求仍将长期存在。由于电子支付手段的出现使现金需求量下降,于是商业银行对央行储备需求下降,但由于公众对现金的偏爱仍然存在,使得商业银行又必须在央行开设户头以满足公众对央行通货的需求。因此,电子支付手段的出现以及电子货币的发展虽会降低商业银行在中央银行的储备额,但是储备不会降低为零。显而易见,电子银行业务的发展对商业银行的负债具有重要影响,也对整个金融体系的健康稳定具有重要意义。

(二) 对商业银行经营拓展的意义

1. 电子银行是提升商业银行经营效益的有力保障

由于电子银行的特性,其极大地降低了银行的边际经营成本,提高了综合利润率,减少了不必要的社会损耗,节约了社会资源,缩减了商业银行因资金和规模带来的客观差距,为中小商业银行迎来了一个突破传统经营瓶颈的机会。电子银行的发展为传统的商业银行带来了两个部分的价值,其中一部分价值是许多的无形价值和有形价值的集合,无法分割估算,称其为“纯隐性效益”;另一部分是分流业务,是成本降低带来的间接效益,称为“显隐性效益”,它是可以计算的。国外电子银行目前运作的数据表明,传统商业银行经营成本相对于经营收入占了大部分比例,而电子银行的经营成本仅占了经营收入的一小部分,因此大大节约了成本,增加了纯利润。国内某商业银行的测算表明,电子银行的单笔交易成本远远低于传统银行网点柜面交易成本。

2. 电子银行是商业银行优化资源配置的有效手段

现代股份制商业银行,面临着效率低、机构多、集约化经营水平低,低端客户占用资源多、客户综合贡献度偏低等问题。根据某商业银行的市场调研显示,传统商业银行网点的业务结构不太合理,并且也由于一些受众知识能力有限,大部分客户仍然选择在银行网点排队办理汇款、存取款、代缴费等简单业务。但是一些较为年轻,学历较高的客户会因为网点排队且不方便业务操作而选择其他方式。在目前最行之有效的方法就是通过电子支付手段来改造传统网点的业务流程,优化客户结构和网点业务结构,最大化地进行资源的整合和重新配置。

3. 电子银行业务是提升商业银行竞争力的保证

(1) 增强核心优质资源客户的占有能力。

电子银行业务发展要以核心客户为基础,尤其是中小型商业银行,瞄准并紧跟能够为银行带来巨大收益的客户群体,建立新型的服务模式和客户关系,重点发展新型的证券和保险产品,在提升为核心客户服务能力的同时,提高自身对核心市场的前瞻性和占有能力。

在现有经济体制的引导下,不放过和中小企业的合作关系,通过优化自身的服务模式,革新个性化电子产品来满足客户需要,并为其制定在理财、结算和融资等各个细小环节的个性化需求,不断强化客户的忠诚度、满意度、贡献度和信赖度。



（2）增强服务中高端客户的能力。

电子银行具备同时满足高、中、低客户需求的能力，但在发展策略上要坚持效益优先的原则。一方面，着手电子银行的基础普及工作，扩大受众范围，吸引潜在客户在新客户的加入；另一方面，把握重点高端客户，努力提高电子银行在高端客户群体中的使用比例。中高端客户一般都拥有购买新型电子银行投资和理财产品的内在需求和外在条件，因此要多些时间和精力在中高端客户的理财投资产品中，为他们量身定做理财产品，吸引并长期留住这类中高端客户，为提高自身收益做好充足的物质准备。

（3）增强中间业务发展能力。

大力构建低成本消耗型中间业务发展模式，主要面向公共事业收费单位和行政事业收费单位。依靠电子银行发展创新的业务平台，深化彼此之间的合作基础，并逐渐扩大合作领域，有效利用合作伙伴的客户资源优势对成型市场的快速覆盖，实现低成本、高收益的规模扩张。另外，重新构建全新的发展模式，重点发展会给自身带来巨大收益的保险市场、基金市场和电子客票市场，不断提高自身对市场的影响力，慢慢占有市场，通过电子手段提高自身的市场交易份额。

总之，不管商业银行规模大小、客户群体数量的多少，为了提高市场份额，发展自身的影响力和竞争力，电子银行已经成为不可忽视的力量，使得商业银行不得不积极应用电子银行的优势来完善自身的需求。

三、中小商业银行发展电子银行业务的策略

（一）中小商业银行开展网上银行业务的必要性

电子商务的发展使银行体系之外的第三方金融服务模式不断出现，金融市场开放和竞争的要求，迫使商业银行普遍不断加大电子银行业务的发展投入；不同层次商业银行之间的竞争，更要求中小商业银行积极发展其具有特色的电子银行业务服务体系。

1. 银行经营电子化已成国际潮流

实际上，西方金融发达国家的商业银行早在 20 世纪 90 年代就开始普遍推进了电子银行业务。中国加入世界贸易组织以后，越来越多的外资银行进入中国市场，市场的进一步开放，使传统银行业的竞争更加激烈。大部分外资银行刚刚进入内地市场早已开始用新型的信息网络技术来抢占金融服务市场，这也为国内发展缓慢的电子银行注入一股新鲜的血液，其成熟发达的信息网络技术也为我们提供了借鉴和学习的榜样，发展电子银行业务服务，有助于中小商业银行改变靠地面网点的扩张来发展业务规模的传统业务发展模式。

2. 国内竞争的差异化要求银行业发展电子金融

我国中小商业银行建立的历史普遍较短，在营业网点数量、服务设施建设、基础人才及管理体制方面与国有大型商业银行相比有很大差距，国有大型商业银行至今仍是我国银行体系的支柱，承担了金融安全的基础职能，其网点遍布任何一个角落，客户来源众多，其发展电子银行业务的目标是为客户提供方便快捷的网点之外

的线上一般银行业务服务。中小商业银行的基本职能是服务于地方和特定区域的中小微企业以及居民,由于客户需求的差异,中小商业银行业务本身就和大型国有商业银行存在较大差异。在大银行纷纷大力发展电子银行业务的竞争环境下,中小商业银行只有紧跟市场大力发展和创新高新技术,同时充分利用自身特点,发挥自身灵活的创新优势、开发出与大银行业务互补、具有鲜明自身特色的服务产品,才能更好地占领市场、争取到更多的客户。中小商业银行内部管理及技术结构不像大型商业银行那样复杂,更易直接采用新的技术手段,改变经营模式,更新先进设备,致力于电子银行的发展,以弥补资金和网点规模的劣势。

多数工商贸易企业都已建立或即将建立自己的电子商务平台,企业生产管理信息化系统覆盖率已经相当高;同时中小商业银行主要服务于经济较发达的城市区域企业和居民,客户文化素质和经济收入较高,这部分客户的金融消费观念更新很快,易于接受网络化的金融服务,对新的金融产品认知能力强,电子银行特色业务潜在的客户市场正在成长壮大。

3. 发展电子银行可迅速提高中小商业银行的经营效率

电子银行的特点包括以下几点:第一,能降低银行业务成本,提高服务质量。相对于传统的银行业务而言,外资银行和大型国有商业银行因其得天独厚的资金优势和网点规模强势获得了整个银行业务的大部分阵地,使中小商业银行的传统银行客户开发和业务发展受到制约。但是电子银行业务的兴起在一定程度上削弱了这些竞争条件的差异,重新定义了银行业务以及银行与客户之间的关系。通过电子银行以开放的经营模式,银行业务的办理不必再受到时间和空间的限制,客户随时随地都能在网上或者移动智能终端上轻松享受一键式便捷的银行服务,这就要求银行提供满足企业和个人客户多样化的服务,方便快捷的个性化服务享受才能够永久留住客户和吸引新的客户,只要中小商业银行能够在电子银行的发展趋势中抓住机遇,必定能够蓬勃发展。第二,电子银行升级维护方便,便于及时创新银行金融服务品种。电子银行业务使客户不需要来回奔波于银行网点之间,只需拨打银行电话、访问银行的网址,就能够轻松办理银行提供的电子服务业务,如可以查询个人账户余额和明细,并通过电子手段进行转账和支付,还可以挂失存单、修改密码,甚至买卖股票、期货、债券、外汇、基金等进行理财投资;在开办了电子银行的情况下,由于网络资源的广阔丰富和及时迅速,用户可以随时利用网上海量的各种公共信息和金融动态信息,即时查询分析所购买的金融产品的信息,使客户时刻掌握金融理财领域的风险和机会,自主进行有效的投资理财;电子银行丰富而创新的服务内容和先进、个性化的服务手段会吸引更多的潜在客户,能为各类大中小型商业银行赢得更高的市场占有率。在电子银行渐趋成为潮流的背景下,中小商业银行只要充分跟随行业变化,积极主动变革,完全可能迅速发展崛起。

中小商业银行要获得发展,必须不断扩展资产管理规模,需要能够持续发展客户、留住客户,面对电子银行业务发展的潮流,中小商业银行不再仅仅是能将客户留在传统的银行柜台,还要追赶新技术和新科技手段的发展动向,及时了解客户的需求变化,把更优质和贴近客户潜在需求的服务奉献出来。因此电子银行是立足于

城市快速发展区域的中小商业银行扩张发展中最重要的模块之一，谁能率先建立好完善的电子银行服务体系，谁就能更快地掌握主动。因此，通过电子银行业务的创立和发展，能够使中小商业银行获得高效的业务扩张和规模的发展。

（二）中小商业银行发展电子银行的策略

在电子金融大发展的背景下，商业银行发展电子银行业务已经成为一个必然趋势。在金融体系中，大中小银行承担了不同的金融职能，中小商业银行应该拉开和大型商业银行的差距，发展自己的特色电子银行业务。中小商业银行应顺应金融变革的潮流，从如下几个方面做好电子银行业务的发展：

1. 确立具有特色的电子银行业务发展的战略目标

中小商业银行服务的范围、空间和服务对象与大型商业银行不同，在金融社会职能上，也存在差异。在电子银行业务普遍发展的背景下，中小商业银行必须跟随网络时代发展的潮流，加快内部技术体系和网络化建设，塑造自主银行业务创新平台，将银行的发展重心转移到开发电子银行上来，包括电子银行的营销技巧，发展与第三方开展网上银行支付的战略合作，引进新技术防范电子银行业务风险。为此，应首先在明确职能的基础上，确定战略目标，为客户提供其需要的金融服务，提高客户忠诚度，赢得并占领市场，这样来确立银行的电子银行业务战略。

2. 充分规划，体现中小银行金融电子银行服务特色

发展电子银行的重要方面是通过技术手段与客户需求的结合，在总体规划上，既要着眼于未来的发展，又要考虑现实的可能。在强化传统业务领域的同时，将传统业务产品进行技术和管理体制创新，针对确定客户群体推出特色网上银行业务，进行针对性的客户维护和市场营销，以增加竞争优势。设计和开发多种新型的金融产品，为客户提供安全、方便、快捷的网络交易平台。在使客户通过使用最新金融创新产品实现资产管理和业务目的的同时，银行有效地拓宽了服务客户群体，有利于银行持续经营创新。

根据前述分析，中小商业银行在发展自己的电子银行业务过程中，应注意在把握基本业务功能的同时，建立面向社区、个人、小微企业的电子银行特色服务平台，在发掘客户对银行特色服务的需求基础上，不断完善电子银行业务平台。

根据《巴塞尔协议3》实施的要求，商业银行经营模式国际标准化已成为必然趋势，大银行具有非常充实的国际信用，在协助企业和客户开展国际交易方面具有天然的优势。中小商业银行缺少国际信用，在服务客户经营国际化发面，必须和大银行结成业务链上的合作关系。中小商业银行为了提高经营效率，必须使其电子银行系统提供与大银行业务合作对接的电子银行业务通道，实现高效服务客户的国际经营需要。总之，既要使电子银行业务对接大银行，但又要根据客户特定需要，突出自身的服务特色。

3. 重视电子银行安全建设，发挥品牌效应

商业银行服务品牌是经营的无形资产，是持续赢得客户重要的保障，有助于促进金融产品推销，从而吸引客户集聚。中小商业银行在发展电子银行业务时，应该立足于区域的潜在服务对象的需求特征，注重提供独具品牌特色的电子银行服务，

与大型商业银行形成差异化的客户服务竞争策略，这样才能更好地参与竞争，保障特色业务持续发展。电子银行下的业务属于新兴的服务方式，必须在有安全保障的情况下进行，中小商业银行应制定正确的电子银行技术风险管理策略，确保提供的信息技术安全可靠，应切合实际地加大对电子银行安全技术的投入，增加电子银行服务抵御灾害和意外事故的能力。中小商业银行不可能像大银行那样通过地面网点扩张来吸纳客户，因此发展高效安全的电子银行业务平台，有助于扩大银行业务规模和客户规模。为了结合区域客户特征，形成与大型商业银行有差异的区域特色电子银行业务品牌，中小商业银行应积极引进可靠、高效的安全技术，及时更新、升级安全防护系统，甚至可以采取全面业务外包的形式，增加电子银行系统的保密性和完整性，以提高客户的吸引力和忠诚度。

4. 与银行体系之外的电子金融平台建立密切的合作关系

随着第三方支付平台、电子商务金融服务类及银行体系外的供应链融资行业的发展，而且随着金融市场化改革的推进，商业银行在电子金融业务发展的竞争中处于并不有利的地位。中小商业银行的职能是服务于区域或者辖区内的社区居民、中小企业，在电子银行业务发展上，与大银行相比，始终处于跟随地位，如果不借用外力，很难提高客户黏性。在自建电子银行业务体系的基础上，建立与主流的第三方金融服务平台的业务平台合作关系，可以通过对接第三方支付、电子金融服务和供应链融资等扩展中小商业银行的业务链，更好地发挥中小商业银行的基础性金融服务职能。

参考文献

- [1] 宋宏家，李锋. 城市商业银行电子银行业务发展问题探讨 [J]. 甘肃金融，2010 (4).
- [2] 吴颖. 中小商业银行电子银行业务存在的问题和对策研究 [D]. 成都：西南财经大学硕士论文，2011.
- [3] 王景洲. 商业银行发展电子银行业务的制约因素及对策 [J]. 金融理论与实践，2006 (01).
- [4] 王倩，黄蕊. 电子货币对中央银行负债的冲击 [J]. 当代金融研究，2010 (5).
- [5] 赵心培. 论电子银行业务对商业银行运营的影响与作用 [D]. 北京：对外经济贸易大学硕士论文，2010 (10).

房地产电子商务网站的 客户满意度研究^①

熊于宁 黄 茜

西华大学 经济与贸易学院 成都 610039

摘要：好的客户满意度能有效促进企业品牌的传播，树立品牌形象。随着信息化技术的创新应用，房地产网站的地产信息传播已得到广大消费者的认可，许多消费者开始转变信息获取方式，将不动产的购买信息获取转移到网络上。然而，房地产与电子商务的融合才初试牛刀，消费者对于房地产网络的应用的方式和途径仍值得探索。本文旨在探究房地产电子商务网站的营销活动，并以搜房网为例，研究客户满意度的影响因素，便于房地产企业实现线上线下的营销推广整合，提升客户满意度。本文首先评述了客户满意度的相关理论及研究，阐述了在电子商务环境下客户满意度的特殊性，并以搜房网为主要研究对象，运用问卷调查法着重分析其在客户满意度上存在的问题以及造成这些问题的原因，最后，针对以上问题以及产生的原因，提出了相应的对策建议。希望通过本文的研究能够为搜房网和其他房地产电子商务网站提高客户满意度探索一条切实可行的路径。

关键词：房地产电子商务 客户满意度 对策建议

作者简介：熊于宁，女，西华大学经济与贸易学院，讲师，主要研究方向为电子商务和商务智能。

中国互联网络信息中心的统计报告数据显示，截至 2013 年 12 月，中国网民规模达到 6.18 亿人，占总人口比例的 45.8%。2013 年，我国网购总人数为 3.02 亿，占网民总数的 48.9%，与 2012 年相比增长 6.0%。在互联网产业发展中，备受国内网民关注的产业首推中国房地产市场。互联网与房产地的纵深融合，促进了中国房地产网络的蓬勃发展。政府房地产管理部门开始进行网上办公；专业垂直房地产网站的数量不断增加。据不完全统计，中国各类房地产网站超过 2 万家，据中国指数研究院最新《中国消费者购房研究行为报告》显示，购房者在了解楼盘信息渠道对

^① 本课题受到四川省教育厅课题“中小企业微博互动与消费者兴趣导向模型研究”的资助，项目编号为 W13212055。