



清华五道口
互联网金融丛书

互联网银行

美国经验与中国比较

廖理 张伟强 王正位 赵岑等◎著

DIRECT
BANKING

Practice and
Comparison
with China

清华大学出版社



清华五道口
互联网金融丛书

DIRECT
BANKING

American Practice and
Comparison
with China

互联网银行

美国经验与中国比较

廖理 张健强 王正位 赵彦华 著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

与中国现有互联网银行以营销为主要目的不同,美国的互联网银行不依附于传统商业银行,是独立经营商业银行业务的企业法人。本书以十六家代表性的美国互联网银行为研究对象,通过对这些企业十年期(2003—2012年)的数据分析,从规模、盈利能力、运营效率、资产质量、业务结构、资本情况、流动性等七个角度全方位将其与美国传统商业银行和中国商业银行进行对比,努力揭开互联网银行的面纱,展望其未来发展方向,为中国互联网银行的发展提供参考。

本书可供金融监管者、金融机构从业人员和研究人员作为参考书使用,也可以为对互联网银行有兴趣的读者提供第一手资料。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

互联网银行:美国经验与中国比较/廖理等著. —北京:清华大学出版社,2015
(清华五道口互联网金融丛书)

ISBN 978-7-302-38985-9

I. ①互… II. ①廖… III. ①互联网络—应用—银行业务—研究—美国 IV. ①F837.122

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第008681号

责任编辑:张 伟

封面设计:红杉林文化

责任校对:宋玉莲

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者:三河市中晟雅豪印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:148mm×210mm 印 张:6.875 字 数:178千字

版 次:2015年6月第1版 印 次:2015年6月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:48.00元

产品编号:062686-01

从 20 世纪末开始,以互联网为代表的信息技术呈现快速发展的势头,也带来了人们生产和生活方式的巨大改变。在金融领域,互联网技术和金融业务的结合产生了我们称之为“互联网金融”的产品和业务模式。从目前的发展来看,“互联网金融”大致可以划分如下四类:传统金融业务的互联网化、基于互联网平台开展金融业务、全新的互联网金融模式以及金融支持的互联网化。

第一类:传统金融业务的互联网化,包括互联网银行,也叫直营银行(direct banking);互联网券商,也叫在线折扣券商(online discount brokerage);互联网保险。直营银行的主要特点是没有物理营业网点,依靠互联网、电话和 ATM 等手段提供服务。直营银行发源于欧美,是利率市场化和互联网技术发展的直接结果,目前在美国最为发达。如果从独立法人资格、基本没有营业网点以及在美国联邦存款保险公司投保的标准来看,美国总共有 16 家直营银行。虽然直营银行发展迅速,但是美国的直营银行无论是存款总额还是资产总额都只占美国银行业的不到 5%,总体上还没有对传统银行业造成很大的影响。但是经过二十多年的摸索,直营银行开始显现出清晰的商业模式和迅猛的发展势头。以在纳斯达克上市的直营银行 BOFI(Bank of Internet USA)为例。BOFI 于 2005 年上市,股价在 2010 年前几乎没有太大变化。而从 2010 年至今,在业绩的带动下,其股价翻了 8 倍,已拥有一百多家机构投资者,这也从另一方面说明直营银行的商业模式开始得到认可。

在线折扣券商的发展也是以美国为代表的,是在 20 世纪 70 年代美国证券交易佣金自由化与互联网技术发展相结合的背景下产生的。在线折扣券商以极低的佣金吸引客户,并在此基础上向客户提供

财富管理服务,在混业经营的背景下,美国的不少折扣券商也开展直营银行的业务。例如 Charles Schwab 和 E*trade 都有银行牌照并提供直营银行业务,但是 Charles Schwab 本身也有物理营业网点,而 E*trade 则是相对纯粹的互联网折扣券商。以美国二十多家在线折扣券商的自身情况来看,虽然各自在佣金费率、交易工具、研究支持和客户服务等方面各不相同,但是总体的特点是佣金费率低而且收入呈现多元化趋势,主要体现在佣金收入下降、资产管理收入和直营银行收入上升等。

互联网保险在初期主要是指直营保险(direct insurance),即基于互联网销售车险和其他财险产品的业务模式,在欧美各国均有不同程度的发展。在美国,直营保险的代表为 Progressive 和后来被 Allstate 收购的 Esurance。从全球各国的发展情况来看,目前比较突出的互联网保险的创新模式有检测驾驶习惯的传感器结合里程数的互联网车险创新,基于移动端应用健康数据的互联网健康险创新,以及基于社交网络的互联网保险营销创新。总体上看,互联网保险的商业模式似乎仍在探索之中。

目前在我国,这类互联网金融模式的发展主要还体现为网上银行、证券网上交易以及保险产品的网络和电话销售,众安保险作为第一家互联网保险公司以及深圳前海微众银行作为第一家互联网民营银行开始了积极探索。

第二类:基于互联网平台开展金融业务。这里的互联网平台包括但不限于电子商务平台和互联网第三方支付。这类互联网金融模式主要表现为在网络平台上销售金融产品,以及基于平台上的客户信息和大数据面向网上商户开展的小贷和面向个人开展的消费金融业务。前者的典型代表包括早期的贝宝(Paypal)货币市场基金和近期发展迅猛的余额宝,也包括众多金融机构在淘宝上开设的网店以及专门销售基金等金融产品的第三方网站和手机应用。后者的典型代表包括阿里小贷和京东白条,以及美国的 Kabbage 和 Zestfinance。需要指出的是:阿里小贷和京东白条都是基于自己平台的客户开展业务,而 Kabbage 则是完全基于第三方平台的客户信息和全网络数

据对网商进行放贷,Zestfinance 更是利用大数据开展金融业务的典范。该公司采用机器学习的方法和复杂的统计手段对大数据进行分析,专门面向美国不能享受银行服务的人群(unbanked and underbanked)提供贷款业务。应该说,大数据的发展以及其在信用风险模型上的应用,使银行和非银行的贷款业务进入了一个“技术含量较高”的阶段。难怪著名的问答网站 Quora 上有句著名的评论:未来的银行只是有银行牌照的技术公司!

从目前的发展情况来看,上述两类互联网金融模式只是现有金融业务的补充,说颠覆还为时尚早。互联网银行规模尚小,互联网券商仅仅是提高了获客和交易的效率。阿里小贷和 Kabbage 主要面向小微企业,Zestfinance 主要面向传统金融没有覆盖的个人等,做的也都是传统银行不做的业务,还不至于很快动摇传统金融的根基。

第三类:全新的互联网金融模式,主要是指 P2P 网络贷款和众筹融资。在美国,P2P 网络贷款的先锋是分别于 2006 年和 2007 年成立的 Prosper 和 Lending Club。这两个网络贷款平台开启了基于互联网的、个人对个人的金融交易时代。这种去中心化的小额借贷平台一推出就受到了普通民众的广泛欢迎。在与美国证券交易委员会进行了深入的沟通之后,用来作为交易载体的本票最终被认定为证券,因此确定了美国证券交易委员会作为 P2P 主要监管机构的地位。这样一来,P2P 平台就必须在美国证券交易委员会注册并必须如同发行股票一样进行严格的信息披露。可以说,注册和信息披露构成了美国 P2P 行业的进入壁垒。这个进入壁垒,连同完善的个人信用体系,以及完备的证券、借贷和消费者保护方面的法律,构成了保障 P2P 健康发展的三驾马车。Prosper 和 Lending Club 目前都发展顺利,其中 Lending Club 的累积总交易额已经超过了 60 亿美元并成功上市。

在美国,既有 Lending Club 和 Prosper 这样的综合型 P2P 平台,也有 Sofi 这样专门服务于高校学生而投资人限于合格投资者的所谓垂直型的 P2P 平台。当然我们也看到综合型平台也开始在借款端引入中小企业,而在投资端引入越来越多的机构投资者。从我们在

2014年夏天对美国互联网金融的考察来看,P2P网络借贷并没有在美国经济生活中引起很大的波澜,很多人包括华尔街的从业人员甚至都没有听说过 Lending Club,这可能是因为美国已经形成了多层次的资本市场和高度发达的金融服务体系。随着 P2P 在欧美地区和其他各国逐渐发展,在中国也已经形成燎原之势,目前有接近 2 000 家 P2P 平台投入运营。P2P 在我国的迅猛发展,和我国金融环境一直以来的高度管制以及民间金融的规模巨大是分不开的。与此同时,监管机构也在积极制定法规以防范风险的发生和扩大,但是由于国内还没有建成完善的个人征信体系,P2P 平台面向个人借贷的服务会遇到很大的瓶颈,而那些面向特定资产的、对投资者资格也有所限定的细分市场的 P2P 平台倒是有可能脱颖而出,成为初期发展阶段的赢家。

众筹融资的英文是 crowdfunding,是指基于互联网面向公众为产品特别是创意产品进行融资的平台。众筹模式最早出现在美国,代表平台为 Kickstarter 和 Indiegogo。众筹融资的方式包括债权、股权、捐赠和预购。其中,债权融资可以通过 P2P 平台进行,股权融资由于受限于美国证券法对于公开募集和人数的规定也很少进行。因此,除了有少量的捐赠融资之外,目前众筹融资的主要方式还是产品的预购。目前,全球已经出现了数百个众筹平台,大部分集中在欧美国。在这些众筹平台中,Kickstarter 一枝独秀,已完成的累积融资额超过了 15 亿美元。

众筹模式的相应监管又是怎么样的呢?2008 年金融危机之后,美国政府一直在努力寻找走出危机的途径,其中的重点之一就是为中小企业融资提供更加宽松的环境和条件。众筹平台就是在这样的背景下出现的,并很快引起了国会和监管层的关注。在经过了一系列的努力之后,奥巴马政府在 2012 年 4 月颁布了《创业企业融资法案》(*Jumpstart Our Small Business Act*, JOBS ACT)。该法案第三章专为众筹制定,修改了证券法,使得通过互联网面向公众的股权融资成为可能。因此我们可以看出:美国对 P2P 的监管完全采用了现有的法律,而对众筹的监管则是制定了新法。这反映了金融监管的

原则性和灵活性,值得我们借鉴。

我国在 2011 年开始出现了第一批众筹网站,到目前已发展到了几十家,但是总体形势可以说是不温不火,主要是因为股权众筹的运作模式与《中华人民共和国证券法》也有冲突。更重要的是,初创企业的高风险特征与我国普通投资者低水平金融普及教育程度、风险认知程度以及较低的风险承受能力从根本上是错配的,因此我国股权型众筹的出路在于建立合格投资者制度和投资者进入门槛。而对于预售型众筹,大众的接受可能也需要一个过程,这和我国的创意产业不发达、信用体系不完善以及知识产权保护不到位都有关系。一些众筹平台开始推出基于“粉丝经济”的众筹项目,或许是个好的尝试,同时类似于 P2P,那些针对界定清晰的创意产品细分市场的预售型众筹平台有可能率先成长起来。

国内的 P2P 和众筹平台出现得都不算晚。P2P 的代表平台有 2007 年创办的拍拍贷和之后的人人贷,众筹的代表平台有 2011 年创办的点名时间和之后的天使汇和众筹网等。但是,由于国内信用体系的不健全以及监管未及时到位, P2P 平台出现了诈骗、破产等风控缺位和运营不善所带来的诸多风险。因此,信用体系的建设 and 监管的及时到位已经成为我国 P2P 网络贷款发展的当务之急。不同于 P2P, 众筹在我国还处于非常早期的发展阶段, 众筹平台的发展和监管还在摸索之中。令人欣慰的是, 中国证券业协会于 2014 年 12 月发布了《私募股权众筹融资管理办法(试行)》的征求意见稿, 在互联网金融监管方面迈出了可喜的一步。但是不管是 P2P 还是众筹, 在我国要达到成熟运行的阶段还都有很长的路要走。

第四类: 金融支持的互联网化。前三类互联网金融模式在本质上都属于金融业务, 也都需要监管。而这类互联网金融模式不属于金融业务, 它们起到了为金融业务提供“支持”的功能, 包括但不限于: 金融业务和产品的搜索, 比如美国的 Bankrate 和我国的融 360; 家庭理财服务, 比如美国的 Mint、Personal Capital 和我国的挖财网; 理财教育服务, 比如美国的 Learnvest、DailyWorth 和我国的家财网; 金融社交平台, 比如美国的 eToro、Seekingalpha 等。这些网络平台

虽然不提供金融服务,但是却能够大大提升人们对于金融产品和服务的认知,从而提高金融体系的运营效率,也是互联网金融的重要组成部分。

互联网改变了我们认识世界和变革世界的方式。在改变了传媒、商业等诸多领域之后,互联网也正在深刻地改变着金融业。在变革来临之际,顽固不化和狂妄自大都是不可取的。面向不可预知的未来,我们应该满怀敬畏。在这样一个变革的时期,观察、学习和思考变得非常必要也非常重要,基于这样一个理念,我们策划出版了“清华五道口互联网金融丛书”,这个工作由基于清华大学五道口金融学院建设的清华大学国家金融研究院下属的两家研究机构,亦即互联网金融实验室和阳光互联网金融创新研究中心共同承担。

让我们共同关注与推动互联网金融在中国的发展!

廖理

2014年12月

前 言

从 20 世纪 80 年代末开始,互联网技术的快速发展以及与金融业务的不断融合催生了互联网金融的业务模式。从业务形态上看,互联网金融可以分为以下四大类:一是传统金融业务的互联网化;二是基于互联网平台开展金融业务;三是全新的互联网金融模式;四是金融支持的互联网化。其中,传统金融的互联网化主要有三种形式:互联网银行(direct banking,也称为直营银行)、互联网券商(online discount brokerage)和互联网保险(direct insurance)。其中在欧美地区率先兴起并逐渐发展壮大的“互联网银行”模式,吸引了国内各大银行的目光并纷纷开始探寻在国内发展“互联网银行”的新模式和新思路。因而,本书以互联网银行为研究对象,通过对比分析美国互联网银行与中美传统银行经营特点的异同,为中国互联网银行的发展提供参考与借鉴。

互联网银行,是一种早期以电话、信件和 ATM,后来逐渐发展为通过互联网和移动终端提供金融服务、不设实体网店或柜台的新型银行。世界上第一家互联网银行最早诞生于英国,1989 年第一互联网银行(First Direct)通过电话办理银行业务,而没有设立分支网点和柜台,也可以称之为电话银行。之后随着互联网技术的进步,互联网银行在美国得到了迅速发展。1995 年美国最早的一家互联网银行是安全第一网络银行(Security First Network Bank, SFNB),该银行开始尝试通过互联网提供金融服务。在欧美等国经过近二十年的发展,互联网银行的规模和行业地位都得到了迅速提升,其中美国互联网银行的数量不仅最多,也成为互联网银行业发展趋势的风向标。与 21 世纪初相比,美国互联网银行的总体存款和贷款占整个银行业的比例提高了两倍,其中规模最大的一家互联网银行 Ally Bank 的总

资产规模在美国所有银行中排名居前十几位。

概括而言,互联网银行区别于传统银行的主要特点是:无实体网点、目标客户为中产阶级、金融产品简单且标准化、服务过程高效。首先,由于没有实体营业网点和柜台,互联网银行的运营成本明显降低,因而可以让利客户提供更为低廉的金融服务手续费率;其次,互联网银行的目标客户主要是对利率敏感,但工作繁忙无暇前往实体网点办理业务,同时能够熟练使用互联网的中等收入阶层;再次,互联网银行提供的金融产品均为标准化、设计并不复杂的金融产品,便于客户通过网络实现购买;最后,互联网银行以简捷的服务过程,实现了客户办理诸如网络开户等需要填写姓名、性别、社会保险号、住址、其他银行账户等信息的业务需求,大大简化了传统银行烦琐的服务流程,实现了客户通过互联网就能享受高效金融服务的愿望。

我们以拥有独立法人资格,且美国联邦存款保险公司(FDIC)为其提供存款保险,无实体网点、通过互联网和电话提供金融服务三个标准,筛选出了十六家代表性的美国互联网银行。与此同时,将其与美国银行业中资产排名的十家传统商业银行、已上市的十六家中国商业银行进行对比分析。对比分析的时间从2003年起,到2012年止共十年的时间。其中,美国互联网银行与美国十大传统商业银行的数据来源于联邦金融机构检查委员会(FFIEC)和联邦存款保险公司。中国上市商业银行的数据则来自于各银行公布的年度报告。

本书的对比分析研究框架借鉴的是国际上通行的评价金融机构运营质量和信用状况的骆驼评级体系(CAMELS),分别从规模总量、盈利能力、运营效率、资产质量、业务结构、资本情况、流动性七个方面,分析比较美国互联网银行与美国十大传统商业银行、中国上市商业银行经营业绩的异同。具体的对比分析指标结合了美国统一银行业绩报告(The Uniform Bank Performance Report, UBPR)的指标和中国上市商业银行的特点,补充增加了规模总量、人均效率、存贷比等指标。在研究方法上,本书采用的是描述统计以及财务分析的研究方法,对美国互联网银行、美国十大传统商业银行、中国上市商业银行的七大方面、共三十五个主要指标进行对比分析。分析的形式

包括水平分析法、垂直分析法、趋势分析法、比率分析法。本书对比分析的层次分为两部分,第一个层次是将美国互联网银行和联邦存款保险公司统计的七千余家美国商业银行与储蓄机构组成的美国银行业进行对比,找到互联网银行的特点或优势;第二个层次是将美国互联网银行、美国十大传统商业银行、中国上市商业银行作为三个整体进行对比,揭示直营与非直营之间、中美银行之间的不同特征。

本书分别将互联网银行与美国银行业及美国十大传统商业银行、互联网银行与中国上市商业银行进行分析,总结提炼了互联网银行以下几个特点:①互联网银行目前的规模仍很小,但前期成长很快。就总体规模而言,互联网银行业只是美国银行业中正在成长中的一小股新生力量。截至2012年美国互联网银行的总体存款和贷款占整个银行业的比例只有3%,但同时,其增长速度很快,十年间互联网银行业在美国整个银行业中的规模占比翻了近两番。②互联网银行运营效率更高。由于不依赖实体网点,这大大减少了互联网银行对房屋、办公设备及其他硬件设施的需求,因而互联网银行的生息资产占总资产比重、净利息收入占比高于传统银行,其用于支付员工薪酬、购买维护硬件设备的非利息费用、成本收入比较之传统银行业明显减少。③互联网银行的员工效率更高。从银行每名员工管理的资产、存款、贷款、利润来看,互联网银行无实体网点的经营模式大幅减少了其对员工的需求,因而互联网银行在员工的人均效率上有着明显的优势。④互联网银行提供的存款利率更高。互联网银行普遍采取的高息揽储、低息放贷策略,是其与传统银行竞争客户的重要优势之一。⑤互联网银行的贷款风险更高。在贷款净损失率、损失覆盖率、贷款拨备率上,互联网银行都高于美国银行业平均水平,这显示出互联网银行投放的贷款承受着更高的风险。⑥互联网银行有着更高的资产回报率。金融危机过后,互联网银行在总资产回报率、净资产收益率上,均好于美国银行业平均水平,也好于美国十大传统商业银行。⑦互联网银行易受金融危机影响,但复苏强劲。金融危机是美国互联网银行业发展的重要分水岭。尤其在净利润、总资产回报率、净资产收益率上,互联网银行在金融危机期间受到的冲击都明

显强于美国银行业平均水平,但同时危机过后互联网银行的复苏势头又明显强于美国银行业平均水平和美国十大传统商业银行。

在互联网与金融日益融合的背景下,互联网银行作为金融业进入互联网金融的一个切入点,成为了群雄逐鹿的一个全新领域。谁能在中国率先占领互联网银行的市场,谁就将会在新一轮以互联网掀起的金融产业革命中抢占先机。同时,互联网银行“轻资产、低成本”的先天优势也能够很好地补充传统银行现有的业务模式,更大程度地拓展传统银行客户群体的广度及其金融业务的深度。然而,互联网银行在中国还是一个比较新的概念,在中国互联网金融兴起的背景下,多数中国银行及金融机构对互联网银行往往关注有余,但了解不足。本书通过介绍互联网银行的基本情况和发展历程,以发展相对成熟的美国互联网银行为重点,总结概括了互联网银行多个层面的特点,期望能够为读者更清晰地介绍互联网银行的核心特征,力图发现互联网银行的未来发展趋势,为中国开展互联网银行提供有力的参考与借鉴,进而对中国银行业发展与改革贡献力量。

本书是清华大学五道口金融学院互联网金融实验室以及阳光互联网金融创新研究中心共同努力的结果,我们将持续进行互联网银行的研究,并在后续的版本中进行更加深刻的分析以及补充各个互联网银行不同的运营模式。欢迎广大读者对我们的研究提出宝贵的意见和建议,与我们共同探讨和见证未来中国互联网银行的成长与发展。

廖 理

2014年12月于清华园

目 录

第1章 概论

► 1

1.1 互联网银行的定义	2
1.2 互联网银行的发展	2
1.3 互联网银行的特征	3
1.4 研究样本与数据来源	4
1.5 研究方法	14

第2章 美国互联网银行业整体分析

► 19

2.1 美国利率市场环境	19
2.2 互联网银行规模概述	21
2.2.1 总资产	21
2.2.2 总存款	23
2.2.3 净贷款和租赁	25
2.2.4 互联网银行业总资产、总存款、净贷款和 租赁规模占比	27
2.2.5 净利润及规模占比	29
2.2.6 员工总数及规模占比	32
2.3 盈利能力	35
2.3.1 总资产回报率	35
2.3.2 净资产收益率	37
2.3.3 净利息收益率	42
2.4 运营效率	46
2.4.1 生息资产占总资产比	46
2.4.2 成本收入比	47

2.4.3	人工效率	49
2.5	资产质量	56
2.5.1	贷款净损失率	56
2.5.2	损失覆盖率	57
2.5.3	贷款拨备率	59
2.6	业务结构	60
2.6.1	资产结构	60
2.6.2	负债结构	63
2.6.3	收入结构	66
2.6.4	支出结构	69
2.7	资本指标	73
2.7.1	一级资本充足率	73
2.7.2	资本充足率	74
2.7.3	权益比率	76
2.7.4	股利支付率	77
2.8	流动性	80
2.8.1	存贷比	80
2.8.2	净贷款和租赁占资产比	81

第3章 互联网银行与中美传统银行的对比分析

► 83

3.1	中国利率市场环境	83
3.2	规模总量概述	85
3.2.1	总资产	85
3.2.2	总存款	86
3.2.3	贷款和租赁净额	88
3.2.4	净利润	89
3.2.5	薪资与福利费用	91
3.2.6	员工人数	93
3.3	盈利能力	94
3.3.1	总资产回报率	94

3.3.2	净资产收益率	96
3.3.3	净利息收益率	103
3.4	运营效率	105
3.4.1	成本收入比	105
3.4.2	人工效率	106
3.5	资产质量	118
3.5.1	贷款净损失率	118
3.5.2	贷款拨备率	119
3.6	业务结构	121
3.6.1	资产结构	121
3.6.2	负债结构	125
3.6.3	收入结构	129
3.6.4	支出结构	133
3.7	资本指标	137
3.7.1	一级资本充足率	137
3.7.2	资本充足率	139
3.7.3	权益比率	141
3.7.4	股利支付率	142
3.8	流动性分析	144
3.8.1	存贷比	144
3.8.2	净贷款和租赁占资产比	146

第4章 总结与展望 ► 148

4.1	互联网银行业 VS 美国银行业	148
4.2	美国互联网银行 VS 中国上市银行	156

参考文献 ► 162

附录1 人样的26家美国银行基本信息 ► 163

附录2 2003—2012年中国上市银行人样情况 ▶ 177

附录3 指标中英文对照及计算 ▶ 179

附录4 对若干指标在第2章和第3章中差异较大的
情况说明 ▶ 185