



规划精品教材



移动金融

——互联网 + 下的金融创新研究

程郁琨 吴华斌 主 编



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

移动金融

——互联网 + 下的金融创新研究

程郁琨 吴华斌 主编



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书从移动金融的基本理论出发,由浅入深地介绍了移动金融在我国的发展,研究了移动支付、移动银行、移动证券和移动保险发展的基本状况和发展趋势,对互联网+背景下移动金融监管进行了探析。

本书属于金融学研究性专著,力求在保证学术性的同时,使内容通俗易懂。本书对金融方面的学者、高校教师和学生、金融学爱好者等均有参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

移动金融:互联网+下的金融创新研究/程郁琨,
吴华斌主编.--上海:上海交通大学出版社,2018
ISBN 978-7-313-19492-3

I.①移… II.①程…②吴… III.①移动通信-通
信技术-应用-金融业-研究-中国 IV.①F832-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第118098号

移动金融——互联网+下的金融创新研究

主 编:程郁琨 吴华斌

出版发行:上海交通大学出版社

地 址:上海市番禺路951号

邮政编码:200030

电 话:021-64071208

出 版 人:谈 毅

印 制:三河市华晨印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:787×1092mm 1/16

印 张:15.75

字 数:330千字

版 次:2018年6月第1版

印 次:2018年6月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-313-19492-3/F

定 价:56.00元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:010-61370827



程郁琨

女，1979年12月出生，2010年毕业于上海大学运筹学与控制论专业，博士学位，副教授，硕士生导师，现任职于苏州科技大学商学院。

主要从事信息经济学、算法博弈论等方面的研究。作为项目负责人，曾主持国家自然科学基金项目2项，主持省级项目1项，主持省教育厅项目1项；作为主要项目参与人，参加国家自然科学基金项目3项；参编教材1部。2012-2013年，获国家留学基金委资助赴澳大利亚墨尔本大学访问。

在国内外重要学术期刊、会议上发表论文20余篇，其中在SCI期刊上发表高水平学术论文7篇，在EI收录1篇，在IJCAI2016（人工智能顶级国际会议）、WINE、SAGT、COCOON等国际重要学术会议上发表论文8篇。



吴华斌

男，出生于1970年。1991年7月，毕业于中山大学。1991年7月至2006年6月，在中国建设银行广东省东莞市分行、中信银行东莞分行等金融机构任职。2008年至今，东莞理工学院专职教师、讲师，主要教研专业方向为应用经济学、统计学等。

公开发表论文十余篇，参编教材2部。主要教研成果：《基于网络学习空间的OBE模式继续教育的研究与实践》《基于网络学习空间的OBE模式继续教育应用思考》《通过信息化学习方式变革实现成人教育向继续教育的跨越式发展》等。

巍巍交大 百年书香
www.jiaodapress.com.cn
bookinfo@sjtu.edu.cn



责任编辑 贾贺婷 胡思佳

封面设计



前 言

党的十九大报告提出，着力加快建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的产业体系。科学技术是经济社会发展的第一生产力，DT（数据处理技术）是继IT（信息技术）之后的又一次技术变革。IT以自我控制、自我管理为主，DT以服务大众、激发生产力为主，未来属于DT时代。必将为经济社会实现转型与增长开辟新路径。现代金融作为经济的核心，更具有商业服务经济的特征，电子商务发展的移动互联时代，催生了移动金融的发展，促进了金融业数据处理能力的提升。

创新作为第一动力，是一定要有制度供给支撑的。在某种意义上，一个转轨经济体的全要素生产率中，制度和科技相比可用吴敬琏的一句话概括，就是在一定意义上“制度高于技术”。金融业要回归服务实体经济发展的要求，也要研究自身的发展，既要考虑金融分业经营发展的国际化及监管，也要考虑服务经济社会发展的产品与服务供给。在以云计算为代表的技术创新背景下，现代金融业面对技术的可行性及收益增加的客观要求，增强业务开展的预见性及事务处理的效率，基础在于数据技术的应用创新。同时，企业经营中80%以上数据属于非结构化数据，采集整理和分析利用数据，使大数据应用创造更多的价值，成为理论研究、技术创新、实践创造的必然要求。

互联网普惠金融的发展趋势明显，移动组织、社区组织、



利基组织、开放型组织等制度安排，为大众创业提供了良好的基础。金融业的数据化、移动化趋势，也迎来了金融业的变革与发展。

本书立足移动金融的基本理论，分析了移动金融发展的背景和发展基础，结合移动金融在中国发展的最新情况和主要模式，从移动支付、移动银行、移动证券和移动保险四个角度研究分析了移动金融的发展，并对互联网+背景下移动金融监管进行了探析。

本书内容充实，材料丰富，注重实用性，能帮助人们更好地了解和研究移动金融的发展状况。本书在编写过程中得到了大量专家教授的指导和帮助，在此表示衷心的感谢。由于作者水平有限，不足之处在所难免，恳请读者批评指正。

第一章 导论 / 001

- 第一节 移动金融的概念 / 001
- 第二节 互联网金融与金融互联网 / 006
- 第三节 互联网 + 金融的发展趋势 / 011
- 第四节 移动金融发展的国际背景 / 019

第二章 移动金融的发展基础 / 036

- 第一节 移动金融的价值链 / 036
- 第二节 移动金融下的商业生态 / 045
- 第三节 移动金融的商业特征 / 049
- 第四节 移动金融的技术支撑 / 067

第三章 移动金融在中国的发展 / 075

- 第一节 当前我国移动金融发展近况 / 075
- 第二节 我国移动金融发展的主要模式 / 083
- 第三节 以政策法规保障移动金融健康发展 / 100

第四章 移动支付：打开移动金融的钥匙 / 111

- 第一节 移动支付在中国的发展历程 / 111
- 第二节 移动支付平台及业务流程 / 113
- 第三节 基于风险防范的移动支付发展研究 / 125

第五章 移动银行：移动金融趋势的持续深化 / 139

- 第一节 当前我国移动银行的发展现状 / 139
- 第二节 移动银行系统架构与运作流程 / 142
- 第三节 基于情境感知的移动银行服务研究 / 151
- 第四节 互联网 + 下移动银行营销策略研究 / 158



第六章 移动证券：证券业对金融科技服务新模式的探索 / 173

第一节 当前我国移动证券的发展形势 / 173

第二节 移动证券系统需求分析研究 / 179

第三节 移动证券经纪业务的发展与转型 / 187

第七章 移动保险：探寻互联网 + 下的保险交易新突破 / 198

第一节 当前我国移动保险发展概述 / 198

第二节 我国移动保险发展的可行性分析 / 201

第三节 新形势下移动保险的操作风险管理研究 / 205

第八章 互联网 + 下移动金融监管探析 / 217

第一节 移动金融监管概述 / 217

第二节 国内外移动金融风险防控比较分析 / 223

第三节 当前移动金融监管存在的问题与风险 / 234

第四节 现代移动金融监管体系的构建研究 / 236

参考文献 / 243

第一章 导 论

第一节 移动金融的概念

一、移动金融的概念

“移动金融”不是一个理论名词，国内外学术界及实务界一直没有形成一个准确、完整的名词定义。从实践角度看，“移动金融”更多指的是基于“移动支付”和“移动银行”的技术与商业模式提供的一系列金融服务，而“移动支付”与“移动银行”的学术定义较多。

关于移动支付（mobile payment），国外有学者将其定义为利用手机设备进行支付交易，在交易过程中，资金通过中介或者直接从付款者到收款者。而且新零售渠道（互联网和电子商务）的出现对新的支付工具提出了需求，要求新的支付工具能够为其提供可行、方便的交易。尽管当前银行卡支付可以满足大多数客户的支付需求，然而银行卡交易在“小额支付”交易中成本较高，利润甚小，人们普遍认为移动支付作为一种“微支付”，可以为电子服务提供更加便利的解决方法。

关于移动银行（mobile bank），国外有学者将其定义为“通过移动技术，与银行账户或特定的银行服务相联结而获得银行服务”。通过移动技术开展的最受欢迎的银行服务有以下三种：① 国内、国际的点对点（P2P）货币转移；② 获取现金和购买商品；③ 支付账单和偿还贷款。移动银行可能是附加的或者变革的模式。这种结合移动技术的附加型服务模式，可以作为金融机构的另一个分销渠道。

有学者指出，新兴经济中存在四种流行的移动银行模式。根据移动银行由哪个主导的零售代理商发起，移动银行模式可归为银行驱动模式、移动运营商驱动模式、银行与移动运营商共同驱动模式以及第三方机构驱动模式。在一个确定的地理范围内，一种模式能否为大众广泛接受，在很大程度上取决于这个地区的人口特点及社会经济和政治因素。

移动银行的意义体现在三个层面：① 它为一些没有银行的地方提供了金融服务；② 它提出了监管和竞争政策等重要问题；③ 它通过拆分和分解的金融服务，来洞察这些服务的本质。

因此，移动金融，从广义上讲，应该是指通过移动终端发起，向客户提供各种金融服务的总称。从内容上讲，移动金融应该包含移动支付、移动银行和移动电子商务等。具体见图 1-1。

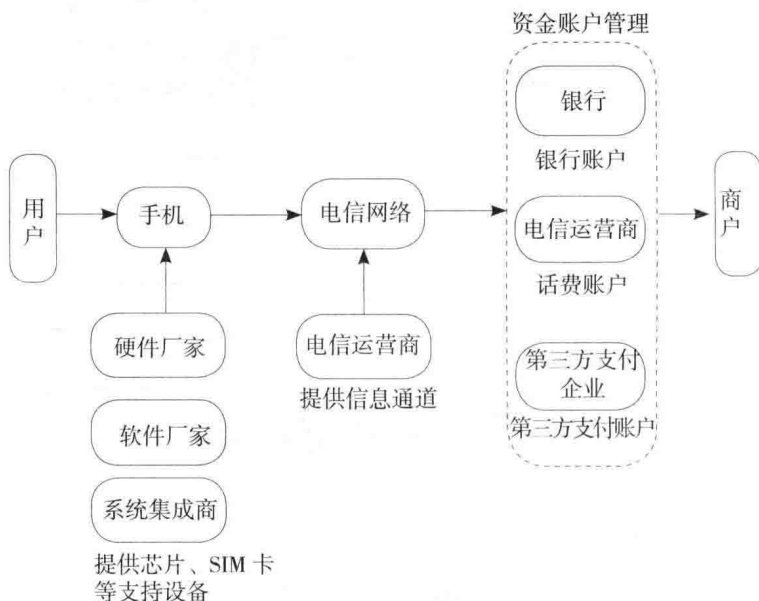


图 1-1 移动金融产业链

(1) 移动支付是指通过移动设备发起，使用相应支付工具（payment instrument，如银行卡等）和与其配套的基础设施（infrastructures，如银行卡清算网络、ACH 等）完成的支付服务。

(2) 移动银行是指通过移动设备，用户自主操作如下银行类服务，包括但不限于：开户、查询、服务网点（自助网点及分支机构）定位及预约服务、存款、转账、消费支付、优惠营销等功能及服务。

(3) 移动电子商务（mobile commerce）是指通过移动设备，个人及企业用户进行采购、营销、购物、出售以及综合服务涉及金融及非金融的电子商务活动。

图 1-2 显示了移动支付的三大功能区域。

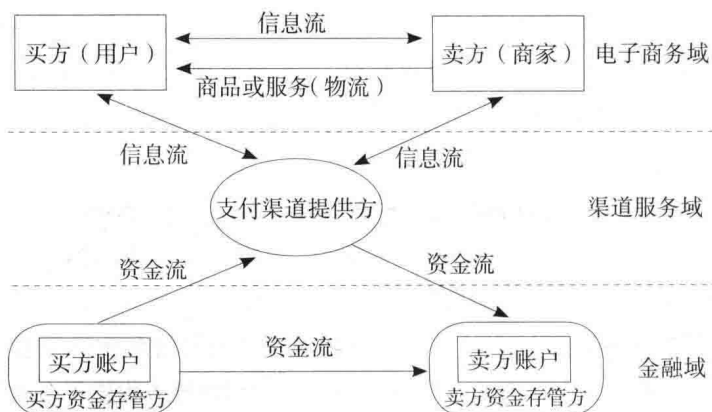


图 1-2 移动支付三大功能区域



二、移动金融的应用类型

就目前的技术和业务发展状况而言,移动支付、移动银行、移动证券和移动保险业务是移动金融应用的主要领域。

(一) 移动支付业务

移动支付业务是一种允许移动用户使用其移动终端对所消费的商品或服务进行账务支付的服务方式,包括手机订购、手机缴费、刷手机消费等业务。目前,使用手机进行移动支付已经在很多领域开展。由于移动支付具有操作简单、支付快捷、手机终端携带方便且私密性强等优势,必将在为相关产业带来巨大商业价值的同时大幅提升用户的消费体验,对加速我国零售及公共服务产业的信息化进程具有非常重要的意义。

现阶段移动支付市场主要有两种形式:一是通过手机话费直接扣除,因为受到金融政策管制的限制,目前只能提供微支付和小额支付解决方案;二是通过手机将信用卡与银行卡进行绑定,支付过程中直接从用户的银行账户扣款,这种情况下移动支付对于移动运营商而言仅相当于一般的移动数据业务。随着移动支付技术的不断发展,手机直接大额支付将是移动支付系统一个引人关注的发展方向。

(二) 移动银行业务

移动银行业务是利用以手机为代表的移动终端设备办理有关银行业务的简称。作为一种结合了货币电子化与移动通信的崭新服务,移动银行业务不仅可以使人们在任何时间、任何地点处理多种金融业务,而且极大地丰富了银行服务的内涵,使银行能以便利、高效且较为安全的方式为客户提供创新服务。

移动银行业务可以为用户提供以下几类服务:一是查缴费业务,包括账户查询、余额查询、账户的明细、转账、银行代收的水电费、电话费等;二是购物业务,是指客户将手机信息与银行系统绑定后,通过移动银行平台直接购买商品;三是理财业务,包括炒股、炒汇等。移动银行业务以小额支付为主,这种服务极大地方便了人们的日常生活。

(三) 移动证券业务

移动证券业务是指证券行业以移动通信网络为媒介为客户提供证券服务的一种移动金融业务类型。客户可以通过手机证券业务随时随地查询沪深股市 A、B 股和基金等产品的实时行情,浏览股市资讯、专家股评和 LEVEL-2 深度数据,接收股市异动提醒,及时准确把握证券市场脉搏,并通过客户端软件提供的在线交易功能进行实盘操作,掌握股市先机。

移动证券作为一项全新模式的证券应用服务,其优势在于:首先,移动证券用户在开市时间可随时随地交易,不受空间限制,克服了传统的网上交易受空间局限的缺点。其次,可视化操作不容易出错,且发生错误后可以方便快捷地更正,不需要拨电话;可以及时查询委托情况,具有账户预设、银证转账等功能。再次,与传统的电话委托、网上交易等远程交易方式相比,移动证券更具安全性,其信号及携带的信息不易被窃取,交易信息的内容只会被股民和证券营业部的电脑系统所见,任何第三方的个人或设备都无法破译加密的数据;

而且系统的数据在专用的内部网络上传输,外界互联网上的各种不安全因素无法侵入本系统。最后,移动证券还具有操作界面简单实用等特点,可以实时传送财经资讯和在线交易,超越了短信炒股和 WAP 炒股(WAP 即无线应用通信协议,其全称为 Wireless Application Protocol),实现了手机炒股质的飞跃。

(四) 移动保险业务

移动保险业务是指保险公司通过移动终端设备,利用移动通信技术,为客户提供移动投保、移动理赔、保险信息查询等创新服务的业务形式。

保险业可以通过让业务“移动”起来以提升自己的竞争力。例如,利用便捷、安全的投保流程来吸引客户购买相关险种。一方面,手机用户进行移动投保可以避免因投保地域限制和保险公司营业时间限制带来的不便;另一方面,保险代理也可以随时随地根据需要查询各种规定、标准、保单、客户信息等,并能够直接进行业务处理和操作。此外,在移动信息系统中可以规范整个保险业务的标准操作规程(Standard Operation Procedure, SOP),并能够要求代理人按照 SOP 规定进行业务操作,这样,不同的用户都能够接收到一致的服务内容。随着移动保险业务的发展,这种以“移动”和“在线”形式完成保险交易的能力创造了保险行业新的竞争者,如移动保险代理人,他们可以为保险代理人的客户提供更加个人化的、有针对性的服务。

三、移动金融产生的影响

移动金融的发展为企业提供了良好的机遇,能够帮助企业提高自身竞争力,获得竞争优势。表 1-1 列举了移动金融对企业发展的具体影响。需要说明的是这里提到的“企业”,指的是包含移动运营商、金融机构、软硬件提供商、商家在内的所有参与移动金融活动的企业。

表 1-1 移动金融对企业发展的影响

影 响	具 体 描 述
带动新型信息企业的崛起	移动金融的发展要求相关软、硬件的支持,要求更高级的信息处理器和网络传输速度,这就带动了一系列软、硬件和移动电子产品的发展。一批新型信息企业主动顺应市场发展的潮流而迅速崛起,力求抢占市场先机并进一步巩固自己的市场地位
满足用户个性化需求,增强企业竞争力	基于移动金融的精准性和定位性特征,相关企业能够迅速了解、分析并满足用户的个性化需求,通过提高用户对产品和服务的感知价值来增强自己的竞争能力
形成企业独特的地理位置优势	移动金融服务提供者一般都拥有定位服务技术,通过这种技术可进行位置查询,可结合地理资源条件对受众进行分析,因此可以为商机评估及选址问题提供决策参考。若企业出于某种原因需要设立实体网点,那么依靠定位技术选定的店址能最大限度地方便和满足顾客



续 表

影 响	具 体 描 述
降低企业管理和服务成本	一方面，移动金融将信息传递数字化，形成即时的沟通，能实现企业内信息低成本共享，从而可以裁减中间管理人员，降低管理成本；另一方面，实体网点是需要人工、房屋、水电等各种费用的，用户通过手机办理业务与去实体网点办理业务相比，前者能使企业大大节约服务成本
降低企业生产成本	移动金融为人们进行采购支付提供了便利，从而加速产品以及原材料的流动，由此缩短了产品的生产周期，进而降低了企业的固定成本。由于每一项产品的生产成本都涉及固定成本的支出，所以移动金融的出现会通过产品生产周期的缩短带来企业生产成本的下降
推动企业产品创新	产品研发者可以利用移动网络技术进行即时快速的市场调研，了解最新的市场需求，以形成新的创意和构想，或对正在开发过程中的产品进行适当调整，从而取得竞争优势
树立企业的良好形象	率先参与移动金融活动的企业将在同行中树立进取的形象，展现创新的精神。能够提供多样化的产品、灵活的折扣条件、友好的用户访问界面和完善的技术支持的企业必将获得良好的社会口碑
增加用户黏性，使企业能有效地维持客户群	国际上的成功经验表明，移动金融业务是“捆绑用户”的有效手段。在新的市场竞争形式下，移动金融业务的重要意义就在于增加用户黏性，帮助企业维持现有客户，同时积极发展新客户。从长期来看，具有规模优势的移动金融业务必将逐步带来新的收益增长点

移动金融已走进了人们的生活，正在改变着人们的工作方式、消费方式、沟通方式甚至思维的方式。表 1-2 列举了移动金融给人们工作和生活带来的一些主要变革。

表 1-2 移动金融对人们工作与生活的影响

影 响	具 体 描 述
办公方式更加灵活，工作效率得以提高	在移动金融环境中，相关金融业务无论在何时何地都能进行及时沟通和办理，如查询客户信息和相关标准、接受客户订购移动业务、与公司总部保持联系等。这就使那些执行独立任务的管理人员可以方便地选择自己喜欢的工作地点和工作方式，从而提高工作效率
信息传播更为容易	移动金融主要通过移动通信网络来进行，实现了真正的大众传媒作用。移动信息传播具有双向性的特点，人们可以根据自己的需要提出疑问、获取信息，不受时空限制
消费方式逐渐改变	现代人身上拥有种类繁多的卡，对这些卡的携带和管理都不方便，而移动支付的出现可以使手机取代公交卡、饭卡、储蓄卡、信用卡、会员卡、社保卡等，实现多卡合一、一机多用，改变了人们原有的消费方式

续 表

影 响	具 体 描 述
生活质量得到改善	发展移动金融是构建数字生态系统的重要组成部分，移动金融有利于创造一个更方便、更安全的数字生态环境，极大地改善人们的生活质量
一种适应信息经济时代的先进文化将逐渐形成	作为移动金融发展基础的移动通信网络和移动服务技术正在全球广泛使用，作为先进生产力的代表，技术发展将对社会文化和精神文明产生深刻影响；网络改变着人与人之间的交往方式，也必然对文化的发展产生深远影响。随着移动金融的发展，一种新的适应网络时代和信息经济的先进文化将逐渐形成

第二节 互联网金融与金融互联网

理财的过程中，有些人经常会将互联网金融和金融互联网搞混，有些人甚至还认为互联网金融就是金融互联网，其实两者是完全不同的两个概念，有着本质的区别。

一、互联网金融

互联网金融是一种新兴金融，它是依托在支付、云计算、社交网络和搜索引擎等互联网工具之上的，主要进行资金融通、支付和信息中介等业务。

互联网金融不是互联网和金融业的简单结合，而是在实现安全、移动等网络技术的水平上，被用户熟悉接受后（尤其是对电子商务的接受），为适应新的需求而产生的一种新模式和新业务，是传统金融行业与互联网精神相结合而出现的一个新兴领域。

互联网金融与传统金融的区别不仅在于金融业务所采用的媒介不同，更重要的在于：金融参与者一般都非常熟悉互联网“开放、平等、协作、分享”的精髓，通过互联网、移动互联网等工具，可以让传统金融业务的透明度更强、参与度更高、协作性更好、中间成本更低、操作上更便捷。

从理论上来说，所有涉及广义金融的互联网应用都可以叫作互联网金融。今天，互联网金融的发展已经经历了网上银行、第三方支付、个人贷款、企业融资等多阶段，并且在融通资金、资金供需双方的匹配等方面深入到了传统金融业务的核心。

目前，互联网的金融格局主要由传统金融机构和非金融机构组成。传统金融机构主要包括：传统金融业务的互联网创新和电商化创新等。非金融机构则主要是指，利用互联网技术进行金融运作的电商企业、创富贷（“P2P”）模式的网络借贷平台，众筹模式的网络投资平台，挖财类的手机理财 APP、第三方支付平台等。

当前，中国主要的互联网金融模式有四种。



（一）模式一

传统的金融借助互联网渠道为大家提供服务。网银就是典型的例子。互联网在其中发挥的是渠道的作用。

（二）模式二

类似阿里巴巴金融。这种模式具有电商的平台，为其提供信贷服务。互联网在里边发挥的作用是依据大数据进行收集和分析，得到信用支持。

（三）模式三

“P2P”的模式。这种模式更多地提供了中介服务，可以把资金出借方需求方结合在一起。发展到今天，由“P2P”的概念已经衍生出了很多模式。

如今，中国网络借贷平台已经超过 2 000 家，平台的模式也各有不同，归纳起来主要有以下四类：

1. 担保机构担保交易模式

这是一种相对安全的“P2P”模式，主要体现在：

（1）此类平台不吸储，不放贷，只提供金融信息服务，由合作的小贷公司和担保机构提供双重担保。

（2）这种模式首先是在创富贷平台创立的，创富贷与中安信业共同推出了产品——机构担保标。

（3）此类平台的交易模式金额绝大多数都是“1 对多”，即一笔借款需求由多个投资人投资。

（4）此种模式可以保证投资人的资金安全，中安信业、证大速贷、金融联等中国大型担保机构都已经介入这一模式中。

2. 大型金融集团推出的互联网服务平台

与其他平台仅几百万元的注册资金相比，陆金所 4 个亿的注册资本显得异常显眼。此类平台不仅有大集团的背景，还是由传统金融行业向互联网进行布局的，因此在业务模式上金融色彩更浓，如风险控制。

陆金所的“P2P”业务采用线下的借款人审核，不仅与平安集团旗下的担保公司合作进行业务担保，还从境外请来专业团队做风控。

线下审核、全额担保虽然是最靠谱的手段，但成本一般都比较较高，并非所有的网贷平台都能负担，无法作为行业标配进行推广。值得一提的是，陆金所采用的是“1 对 1”模式，1 笔借款只有 1 个投资人，投资人需要亲自在网上操作投资，而且投资期限为 1 ~ 3 年，所以在刚推出时不仅很难买到，而且流动性不高。

3. 以交易参数为基点，结合 O2O 的综合交易模式

这种小贷模式创建的“P2P”小额贷款业务，不仅为电商加入了授信审核体系，还对贷款信息进行了整合处理，如阿里巴巴小额贷款。这种模式在客户资源、电商交易数据和产品结构等方面都占有一定的优势，其线下还成立了两家小额贷款公司，对平台客户进行服务。

这样，线下商务的机会就与互联网结合在一起，互联网也就变成了线下交易的前台。

4. 以“P2P”网贷模式为代表的创新理财方式

这种方式受到了广泛的关注和认可。与传统金融理财服务相比，“P2P”的借款人主体是个人，以信用借款为主。借款来源一端被严格限制：第一，要有良好的实体经营；第二，能够提供固定的资产抵押；第三，有借款需求的中小微企业。

这种理财方式依托搭建的线下金融担保体系，从结构上彻底解决了“P2P”模式中的固有矛盾，安全保障更实际、更有力。

（四）模式四

开放共享的互联网金融平台。此平台通过交互式营销，充分借助互联网手段，把传统营销渠道和网络营销渠道紧密结合；使金融业实现了由“产品中心主义”向“客户中心主义”的转变；调整了金融业与其他金融机构的关系。

这种模式发展时间比较短，平台的模式也各有不同，归纳起来主要有以下三大类：

1. 专业“P2P”模式

定义：这种模式，是在专业的金融服务人员之间建立起一个信息交换和资源共享的平台，在中间从事信息匹配和精准推荐，可以有力促进线上信任的建立和交易的欲望。

优势：专业“P2P”模式的本质不仅符合金融监管的规则，符合当前金融机构自身发展的需求，更符合互联网的精神与特质。

2. 金融混业经营模式

定义：通过互联网平台对所有金融机构开放共享资源，为金融产品销售人员发布各种金融理财产品、项目信息，为客户打造和定制金融理财产品。

特点：这种经营模式是为 500 万金融机构和非金融机构及客户经理提供服务的，同时还包括房产、汽车、奢侈品等行业的销售人员。这是一个可以开放共享、进行综合开拓交叉销售的平台，可以为客户提供悬赏、交易、展示、学习、管理和服务等服务。

3. 金融交叉销售模式

定义：打破理财行业的机构壁垒，通过平台上各类理财产品的展卖，逐渐集合投资人资源，促进金融产品的销售。

特点：金融产品销售人员可以在平台上进行内部的交流沟通和资源置换，在不同产品领域寻找并组建自己的合作团队；实现了利益分享规则后，团队内会对投资人资源进行分享，为投资人推荐产品进行资产配置，实现不同销售人员之间的交叉合作，实现共赢。

二、金融互联网

当传统的金融业务与新兴的互联网技术结合在一起的时候，会产生什么样的化学反应？

在很多人的头脑中，传统金融行业的“互联网化”主要体现在网银上，以往需要去营业厅排队办理的业务，今天大多数都已经可以在网上完成了。数据显示，2012 年，我国个人网银柜台业务替代率已经高达 56%，企业网银替代率达到 65.8%。由此可见，一半以上的柜