

上海金融事务专业培训课程系列

总主编 陈耀  
副总主编 杨晓红

# 互联网金融基础

*Internet Financial Foundation*

主编 杨岭  
参编 宋磊 张顺芬



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

总主编 陈耀  
副总主编 杨晓红

# 互联网金融基础

*Internet Financial Foundation*

主编 杨岭  
参编 宋磊 张顺芬



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网金融基础 / 杨岭主编. —北京: 经济管理出版社, 2018. 2

ISBN 978-7-5096-5506-1

I. ①互… II. ①杨… III. ①互联网络—应用—金融 IV. ①F830.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 278945 号

组稿编辑: 魏晨红

责任编辑: 魏晨红

责任印制: 司东翔

责任校对: 王纪慧

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: [www.E-mp.com.cn](http://www.E-mp.com.cn)

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京市海淀区唐家岭福利印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 787mm×1092mm /16

印 张: 16.5

字 数: 362 千字

版 次: 2018 年 2 月第 1 版 2018 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-5506-1

定 价: 38.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

# 上海金融事务专业培训课程系列

## 编委会

**总主编：**陈 耀（上海市浦东外事服务学校）

**副主编：**杨晓红（上海市浦东外事服务学校）

**主 编：**杨 岭

**参 编：**宋 磊 张顺芬

**委 员：**

邵 晶 杨 岭 张晨琰 徐 洁 郭 媛 宋 磊

张顺芬 倪晓雯 陈工孟 马建春 李红坤 张 超

张凌霜 黄茵茵 刘萌萌 何正雨 朱 迪

## 前言

互联网金融作为一个全新的行业与领域，知识新、争议多。本书涵盖了互联网金融理论基本知识以及典型互联网金融平台模式讲解，并对互联网金融的风险和对未来的畅想进行了细致的阐述。通过学习本课程，可以对互联网金融的重要地位和创新意义、发展现状和未来趋势、运行环境和业务机制以及相关功能和典型模式有一个比较全面而深入的认识。

本书有明确的框架和结构，采用“模块—任务—活动”三级目录的形式进行编写，并且在每个模块中都设计了小栏目，包括新手上路、知识导入、知识锦囊、小贴士、典型案例、高手经验、综合训练等，以体现模块的完整性、内容的丰富性以及知识的综合性。小栏目的内容详细说明如下：

**新手上路：**刚开始工作时，难免会遇到一些小困难，出现一些常识性的错误。本栏目通过列举一些对互联网金融认知的常见错误和问题，并在紧接着的知识锦囊中进行讲解，帮助大家纠正误区、引导理论学习。

**知识导入：**本栏目主要涉及三部分内容：一是互联网金融名家语录；二是幽默风趣的话语；三是引出接下来的知识锦囊的一些案例事件。它一般出现在任务或活动开篇的位置，用言简意赅的方式开始学习之旅。

**知识锦囊：**本栏目主要对互联网金融进行系统性的理论讲解，为大家提供具有普适意义的理论指导。而且“知识锦囊”的全部内容都源于互联网金融各理论体系，对进行互联网金融具体实践具有重要的指导意义。

**小贴士：**本栏目主要针对知识锦囊中重点、难点理论内容进行具体解释，帮助大家更好地理解 and 掌握，是对“知识锦囊”栏目内容的拓展和延伸。

**典型案例：**本栏目汇集了与知识锦囊内容对应的一些典型案例，既包括一些互联网金融平台机构的成功经验，也包括一些相关平台公司的失败教训以及互联网金融相关新闻事件等，并在最后结合相关知识进行总结，帮助新手更快更好地理解学习相关理论。

**高手经验：**对于知识锦囊所涉及的一些发展历程现状的未尽之言进行拓展，帮助大家更快地走出知识困境，顺利闯过学习难关。

**综合训练：**根据互联网金融学习中会遇到的重难点问题，安排一些有趣的训练活动，并在老师的指导下根据所学知识进行实战练习。这些训练既可以在课堂上进行，也可以在课余时间完成。

本书由上海市浦东外事服务学校杨岭主编，宋磊和张顺芬参编。在本书编写过程中得到了深圳国泰安教育技术股份有限公司的支持与指导，在此表示感谢。由于互联网金融发展时间不长、发展速度快而且处于快速发展过程中，又是一个高度创新性的



# 目 录

## 模块一

### 理论基石：走进互联网金融 /1

---

#### 任务一 互联网金融技术剖析 /2

活动一 传统金融与互联网技术 /2

活动二 银行网络化——网上银行 /9

活动三 证券电子化——网上证券 /13

活动四 保险新卖法——网上保险 /16

#### 任务二 互联网金融理论基础 /21

活动一 真容初现——走进互联网金融 /21

活动二 龙争虎斗——传统金融与互联网金融 /26

活动三 心路历程——互联网金融在国内外的的发展 /30

#### 任务三 互联网金融新兴平台模式 /34

活动一 银行新模式——互联网银行 /34

活动二 支付新革命——第三方支付 /37

活动三 借贷新平台——P2P 网贷 /38

活动四 融资新时尚——众筹 /40

## 模块二

### 兵家必争之地：互联网银行 /43

---

任务一 知己知彼——走进互联网银行 /44

任务二 世界战火——互联网银行在国内外的的发展 /48

任务三 各显神通——互联网银行商业模式 /52

任务四 乌云密布——互联网银行风险分析 /59

活动一 互联网银行风险 /59

活动二 互联网银行风险防范 /61

任务五 剑指何方——互联网银行的未来 /65

### 模块三

## 支付革命新浪潮：第三方支付 /69

### 任务一 支付中介——走进第三方支付 /70

活动一 传统支付 VS 第三方支付 /70

活动二 第三方支付分类 /76

活动三 第三方支付的发展历程 /78

### 任务二 各门各派——第三方支付的发展模式 /84

活动一 第三支付的机构模式 /84

活动二 第三方支付的业务模式 /86

活动三 第三方支付平台模式 /90

### 任务三 支付江湖——第三方支付产业链 /95

### 任务四 江湖危机——第三方支付风险 /102

活动一 第三方支付机构风险 /102

活动二 第三方支付自身风险 /106

### 任务五 江湖和平——第三方支付风险防范 /113

活动一 第三方支付风险外部监管 /113

活动二 第三方支付风险内部把控 /115

### 任务六 何去何从——第三方支付的未来 /119

### 模块四

## 全新借贷平台：P2P 网贷 /123

### 任务一 会当凌绝顶——P2P 网贷概况一览 /124

活动一 P2P 网贷的优势特点 /124

活动二 P2P 网贷在国内外的的发展 /132

### 任务二 一览众山小——P2P 网贷运营模式 /138

活动一 纯线上模式 /138

活动二 债权转让模式 /141

活动三 O2O 模式 /143

活动四 担保模式 /145

### 任务三 浮云遮望眼——P2P 网贷风险分析 /148

活动一 P2P 网贷风险 /148

活动二 P2P 网贷风险管理策略 /152

活动三 P2P 网贷风险防范措施 /156



任务四 更上一层楼——P2P 网贷未来预测 /162

## 模块五

### 全新融资模式：众筹 /165

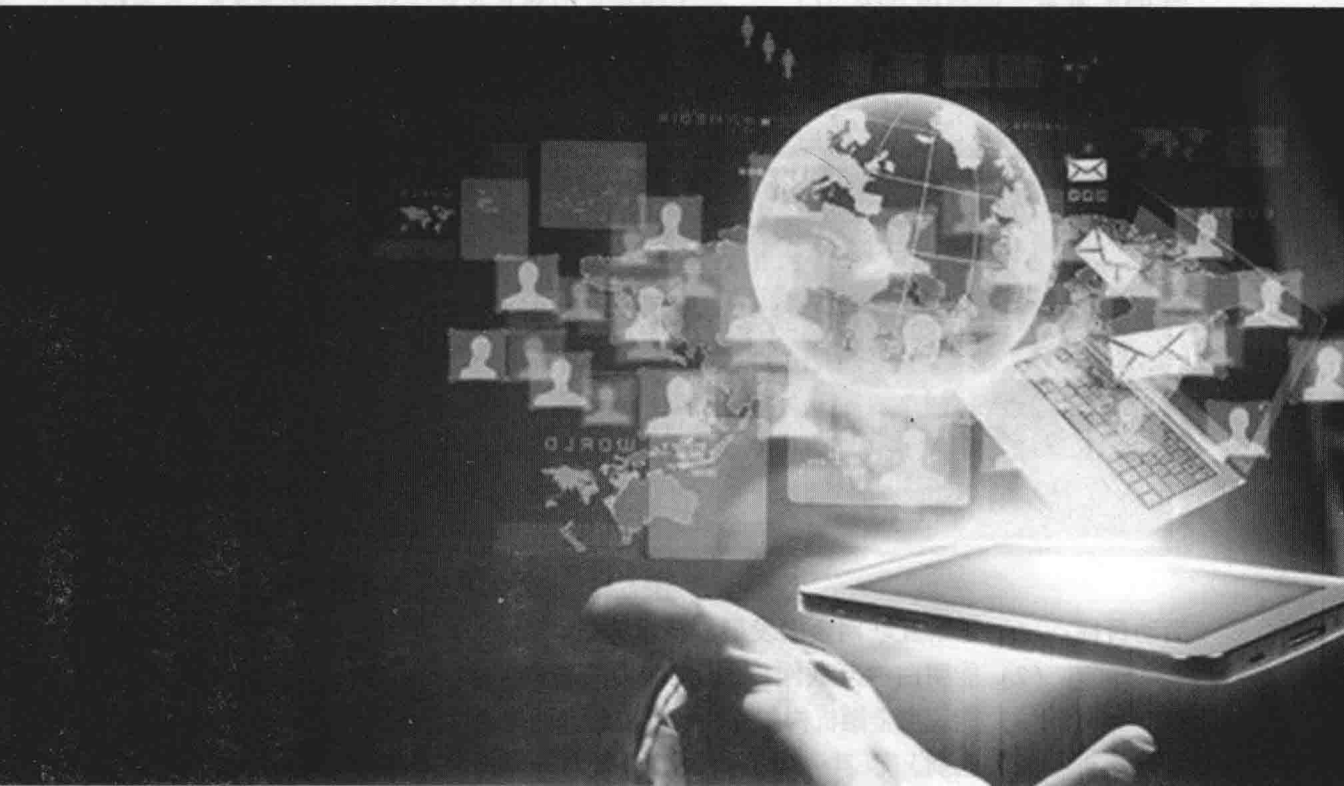
- 任务一 前世今生——走进众筹 /166
- 活动一 众筹发展状况 /166
  - 活动二 众筹的模式 /175
- 任务二 引领潮流——非股权众筹 /178
- 活动一 非股权众筹的特征 /178
  - 活动二 非股权众筹的分类 /179
  - 活动三 代表性非股权众筹网站 /182
- 任务三 中西结合——股权众筹 /189
- 活动一 股权众筹的特征 /189
  - 活动二 股权众筹的分类 /190
  - 活动三 代表性股权众筹平台 /192
  - 活动四 股权众筹注意事项 /196
- 任务四 风险相随——众筹平台风险 /198
- 活动一 众筹要小心哪些风险 /198
  - 活动二 众筹风险防范方法 /202
- 任务五 路在何方——众筹平台的未来 /206

## 模块六

### 理论进阶：互联网金融延伸 /209

- 任务一 互联网金融风险管理 /210
- 活动一 互联网金融风险症状——风险诊断 /210
  - 活动二 互联网金融风险良药——风险管理 /218
  - 活动三 互联网金融风险家规——金融监管 /221
- 任务二 互联网金融的未来 /231
- 活动一 携手向前——“移动互联网+金融” /231
  - 活动二 如虎添翼——“大数据技术+互联网金融” /237
  - 活动三 海纳百川——互联网金融门户 /241

# 理论基石：走进互联网金融



## 任务一 互联网金融技术剖析

人类已经进入了互联网时代，互联网正在改变着人们的经济活动、管理方式以及每个人的思维。十几年来，互联网不仅改变着传统金融的运作模式，而且催生出了新的金融业态。

### 新手上路

曾经有一种期盼——中国互联网行业什么时候能出现市值超过 10 亿美元的巨头。而百度 2005 年在纳斯达克上市的时候市值就突破了百亿美元，市盈率过千，当时基本上国内所有分析师都说百度是被严重高估的。

百度创建于 2000 年 1 月 1 日，短短十几年的时间就成了全球最大的中文搜索引擎和最大的中文网站。你是否从百度的崛起中看到了互联网公司的巨大潜力？那么，互联网若能与金融机构相结合，又将碰撞出怎样的火花？

## 活动一 传统金融与互联网技术

### 知识导入



互联网公司在做事时没有包袱，互联网金融就是互联网对金融的冲击，金融行业的人现在也同意了。还有更多行业没有意识到互联网将会对它们产生冲击，因为才刚刚开始。但并不意味着传统行业没有机会，它们的优势是懂这个行业，如果拥抱互联网将有自己的机会。

——百度 李彦宏

**活动目标：**（1）了解互联网金融发展的技术背景。

（2）能明白“互联网+”思维能力的基本含义。

（3）能说出金融机构与互联网有机融合后的表现形式，及其与传统业务的区别。



## 知识锦囊

### 一、互联网发展简史

20世纪60年代，美国国防部高级研究计划管理局（ARPA）筹建名为ARPAnet的网络，在1969年正式启用时仅连接4台计算机，这就是互联网的前身。

1986年，美国国家科学基金组织（NSF）将分布在美国各地的五个为科研教育服务的超级计算机中心互联，并支持地区网络，形成了NSFnet。NSFnet主干网准许各大学、政府或私人科研机构的网络加入。1990年，NSFnet彻底取代ARPAnet成为Internet的主干网。

1989年，欧洲粒子物理研究所（CERN）伯纳斯·李提出“World Wide Web”（万维网，WWW）全球超文本项目计划。目的是能将各自的信息通过超文本传输实现网络共享。一年以后，伯纳斯·李开发出构架全球信息网的三大基本技术：http（超文件传输协议间的沟通语言）、html（超文字描述语言——全球通用的文件格式）以及URL（网址）。WWW构成了我们今天互联网资源的主体，一个个Web站点和一张张Web网页都是遵循WWW技术建立起来的。

到了20世纪90年代初期，Internet事实上已成为一个“网中网”——各个子网分别负责自己的假设和运作费用，而这些子网又通过NSFnet互联起来。1995年，NSFnet正式宣布停止运作，由三家私营公司接替它的工作。至此，互联网的商业化全面启动，互联网开始大规模应用于商业领域。

我国于1994年接入互联网，1995年出现商用互联网服务，起步虽晚，但发展却极其迅速。1997年7月，中国互联网络信息中心成立，负责管理和维护中国互联网的地址系统。2007年底，我国的网民数量达到2.2亿，超过了美国。到2009年6月，这一数字达到3.38亿，超过美国全部人口数量。2016年，中国网络零售交易额达5.16万亿元，同比增长26.2%，是同期中国社会消费品零售总额增速的两倍多，而我国网民数量高达7.31亿。

### 二、代表性的“互联网+”思维

#### （一）代表性的互联网思想：共享、普惠、平等、民主

互联网构建的一个初衷就是共享计算资源。而资源一旦可以共享，就不再局限于



“计算”。文件、软件、资讯、评论等类型的资源纷纷开始在不同的计算机间复制和传输，因此，“共享”是互联网与生俱来的一个思想。

分享精神直接激发了“免费”模式。由于大量的电子资源被分享至网络，而使用这些资源无须缴纳任何费用，因此免费成为互联网应用的典型特征。这种“免费”策略导致了商业新模式的诞生——所有进入互联网领域的企业都要考虑如何在“免费”的基础上实现盈利，因而出现了在线广告、后端收费、增值服务等多种多样的新型商业模式。

在分享和免费的基础上，“普惠”精神也成为一种重要的互联网思潮。对于商业机构而言，经由互联网以尽量低的价格为尽量多的人群提供服务，让那些以前享受不到类似服务的人群受惠等，都促进了普惠精神的传播和发扬。

“平等”思想在早期互联网中表现得尤为明显，“在网上没人知道你是一只狗”是当时的名言。平等使得所有网网站在同一起点，解除了社会地位、等级文化造成的交流鸿沟，这就形成了“民主”的氛围，即用户在互联网上的声誉，由其他用户的点击率、回复率“投票”构建。

分享、民主、普惠、平等是几种典型的“互联网+”思维。这些思维被互联网强化，并由互联网广泛传播，进而参与到互联网特质的塑造中。随着互联网深入应用于各行各业，这些思想也开始对行业思维和社会心理产生深远影响。

## （二）“互联网+”思维之一：蓝海战略

蓝海战略并非专门面对互联网，它主要批判僵化、同质和过度竞争的传统企业发展模式，但这对于信息时代的互联网企业无疑具有极好的启发价值。互联网作为一个新兴行业，表面上看到的都是市场空白，处处皆蓝海，但能否在蓝海中实现价值创新，却往往成为互联网企业生死存亡的关键。

### 1. 红海市场和蓝海市场

蓝海战略首先基于两个概念：红海市场和蓝海市场。

➤ 红海市场是产业边界明确、游戏规则已知的市场。身处红海的企业试图表现得超过竞争对手，以攫取已知需求下更大的市场份额。当市场空间变得拥挤时，利润增长的前景随之黯淡。企业产品只是常规性的商品，而恶性竞争使得红海变得更加血腥。

➤ 蓝海市场是未开垦的市场空间。蓝海市场意味着需求创造及利润高速增长的机会。尽管有些蓝海是在现有的红海领域之外创造出来的，但绝大多数蓝海是通过扩展已经存在的产业边界而形成的。在蓝海中，企业竞争的游戏规则还有待建立。

### 2. 红海战略和蓝海战略

从上述两个市场出发，处于不同市场的企业相应采取的就是红海战略或蓝海战略。如图 1-1-1 所示。

显然，红海战略意味着与竞争对手针锋相对，面对面地争夺有限而既定的阵地。而蓝海战略则注重市场细分和发掘用户需求，创造新的市场，规避竞争。但是蓝海战

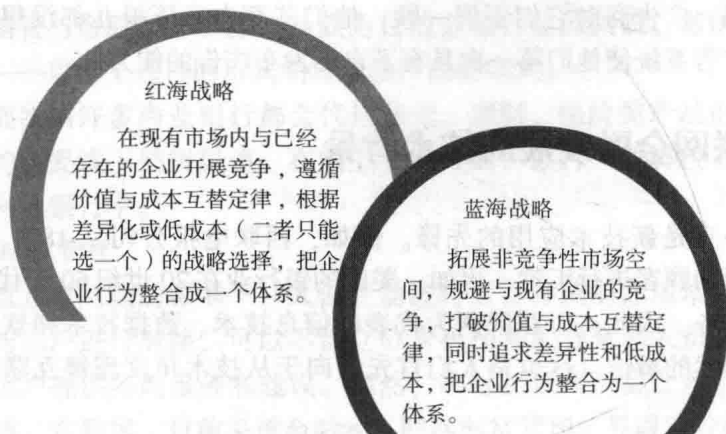


图 1-1-1 红海战略和蓝海战略

略的创新不限于此，在其所开拓的市场里，它依然需要通过创新来提高价值、降低成本。这意味着蓝海战略不但要开辟出自己的市场，还要给市场中的用户以超值回报。

蓝海战略指出了一条寻找细分市场需求、创造价值和开辟增量市场的思路，这个思路已润物细无声地融入互联网的思维方式中，而其中的增量市场，很多时候就是指长尾市场。

### （三）“互联网+”思维之二：长尾理论

传统的商业逻辑一般针对二八法则，即 20% 的人占有 80% 的财富，其余 80% 的人只占有剩下的 20%；20% 的热卖商品获得整个市场 80% 的销量，其余 80% 的商品只能获得 20% 的销量，等等。

二八法则反映的是大量财富集中在少数人手里，大量销售额集中在同类的少数商品上。因此，商品供应者应该针对最有购买力的人，提供最热门的商品，以获得最大收益。

但在互联网上，这一模式被完全颠覆。在网络时代，由于关注的成本大大降低，人们有可能以很低的成本关注二八法则的尾部（只占有 20% 财富的 80% 的人群），由此产生的总体效益甚至会超过头部（占有 80% 财富的 20% 的人群）。

简单来说，长尾理论认为只要产品的存储和流通渠道足够大，需求不旺或销量不佳的产品所共同占据的市场份额可以和那些少数热销产品所占据的市场份额相匹敌甚至更大，即众多小市场汇聚可产生与主流相匹敌的市场能量。

长尾理论的基本原理是聚沙成塔，扩大市场规模，在得到顾客认可的同时，激发其隐性需求，开创一种与传统二八法则完全不同的、面向固定细分市场的、个性化的商业经营模式。

谷歌就是一家典型的“长尾”公司，在谷歌的广告系统推出之前，数以百万计的

中小企业和个人几乎从来没有打过广告，至少没有大规模地打过。因为他们支付不起巨额的广告费用，广告商对它们不屑一顾，他们甚至自己压根儿都没想过打广告。谷歌推出的自助广告系统使他们第一次具有了自己发布广告的能力。

### 三、互联网金融发展的技术背景

金融行业一直是新技术应用的先锋。例如，西联电报公司从 1871 年引入汇款服务，利用电报帮助顾客进行汇款；再如，美国的银行业在 20 世纪 60 年代便开始使用计算机处理后台业务。因此，以互联网为代表的信息技术、数据技术和软件技术与金融的结合是自然而然的事情，这也是人们首先倾向于从技术角度理解互联网金融的主要原因。

互联网技术对于金融的直接影响和促进，大致可以划分为三个方面：第一，前台业务的虚拟化，表现为交易渠道由线下转为线上，交易方式由柜台转为远程、由人工转为自助；第二，后台业务与技术的升级，如自动交易技术、基于大数据的风险控制和个性化产品等；第三，催生并支撑新型的交易结构（如 P2P 交易）。我们把前两者统称为交易技术（包括前台和后台）。

下面，我们介绍一些重要的互联网技术，以了解互联网金融发展的技术背景。

#### （一）交易技术

交易技术是互联网金融的基础，主要表现为交易方式、交易渠道的变化（如由线下转为线上、由实体机构转为网络平台），交易成本的节约（如业务的远程办理）和交易频率的提高（如数据审核贷款、自主操作等）。

交易技术是互联网金融的开端，始于传统金融业务模式与业务渠道的互联网化（如电子结算、网上银行和网上金融产品交易等）；继之以互联网行业对金融业务的渗透（如网上支付、电商金融），并伴以新型金融形态（如 P2P、P2C 等）。

交易技术能降低金融行业的交易成本，提高交易的频率，便捷和安全，对金融的影响直接而明显，是当前互联网金融发展的技术驱动力。交易技术相对独立，能够在不影响金融行业格局的情况下推动金融发展。

##### 1. 移动支付

移动支付是指借助无线通信和移动互联网技术，通过智能手机或其他移动终端实现无须接触的电子支付，目的是解决传统支付中 PC 支付（计算机支付）的硬件制约，提升支付的便利性。

移动支付的革新包括付款端和收款端的移动化，即不仅消费者可以使用移动终端随时随地进行支付，商户也可以使用移动终端进行收款，从而摆脱传统的笨拙而昂贵的收款方式，降低收款成本。

##### 2. 渠道金融

以互联网为销售渠道，在网络上销售金融产品，是很多人对互联网金融最直观的

理解。尤其是对于证券、保险等金融机构来说，面对用户习惯的变化，依托互联网进行产品咨询、销售与售后服务工作已经成为目前金融行业的共识。基于这一共识，催生出渠道金融——以网上超市的形式销售金融产品的模式。

例如，目前我国许多商业银行都会代理基金、理财、保险类产品的销售，它本身就是金融产品的主要线下销售渠道。在线上渠道方面，银行一般将投资、理财类产品的销售集合在网上银行中。

### 3. 互联网财富管理

在金融渠道互联网化的影响下，人们主动进行财富管理的愿望增强，而财富管理机构也更容易与用户进行对接，可以不设立分支机构和配置营销人员，而通过网站来聚拢客户，向客户提供咨询服务和建议。当然，有时互联网财富管理也经常充当金融产品的销售渠道。在我国，目前渠道金融和互联网财富管理的界限比较模糊。

### 4. 个性化保险

由于保险业务的实质就是根据大数法则，把发生概率低，但是损失巨大的风险分摊于可能遭受此损失的大量人群，使损失发生时的个体以少量资金投入就能获得充分赔偿，从而实现转移风险、补偿损失的目的。因此，保险一直就是高度依赖数据来维持其发展。

所以，相对于其他行业，保险业更容易理解互联网及大数据带来的益处，表现出更强烈的互联网金融偏好。

## （二）大数据

大数据是指由数量巨大、结构复杂、类型众多的数据构成的集合，无法在一定时间内用常规软件工具对其内容进行抓取、管理和处理。

大约从2009年开始，“大数据”成为互联网行业的流行词汇。对于金融行业来说，大数据尤为重要，信用评估和风险控制是金融活动的基石，也产生了显著的业务成本。如果能够利用大数据提高信用评估的效率和准确度，降低风险控制的难度与不确定性，金融机构的风险和运营成本将显著降低，用户和机构会双双获益。因此，金融行业对大数据的应用充满期待，也成为其对互联网金融的核心诉求。

## （三）云计算

云计算是一种基于互联网的计算方式，它把计算负担集中于远端服务平台（云端），显著降低客户端的计算负担，并免于用户的服务器软硬件部署与维护成本，具有易用、灵活及便宜等优点。

目前，世界著名的云计算平台服务商有亚马逊、谷歌、微软等；我国主要有盛大、阿里巴巴、华为等。云计算平台提供的云服务数目众多，网盘、网上笔记、在线相册、网上地图等都属于云服务的范畴。

云计算是对传统客户端—服务器模式的一次重大革新。用户不用自己维护基础设



施、平台和软件，而是交给专业公司去做。专业公司借助规模效应降低服务成本，提升服务质量。对于借助互联网提供这种服务的公司来说，云计算可有效降低运营成本，帮助企业专注于自己的核心业务。对于金融行业来说，借助云计算能帮助它们高效率服务于大量客户。

## 四、传统金融机构互联网化的优缺点

那么，基于互联网思维和技术的发展，传统金融机构互联网化有三大主要形式：网上银行、网上证券和网上保险。当然，传统金融机构互联网化必然存在一些优点和缺点。

### （一）传统金融互联网化的优点

#### 1. 节省成本

传统金融机构的互联网化，金融资金供给与需求双方可以通过互联网平台完成交易。一方面，传统金融机构可以大幅度降低开设营业网点的投入资金和运营成本；另一方面，金融客户可以在开放透明的互联网平台上快速找到适合自己的金融产品，更加省时省力。

#### 2. 高效率

金融业务由计算机处理，操作流程更加标准化，客户不需排队等候，传统金融机构业务处理速度更快，客户体验也会更好。例如，目前很多商业银行的信用卡都可以在网上申请，这样客户就可以更加方便快捷地办理信用卡。

#### 3. 覆盖范围广

传统金融机构互联网化后，客户能够突破时间和地域的约束，找到所需的金融服务，金融服务更加直接，客户基础更加广泛。例如，网上证券可以随时跨区域进行开户操作。

### （二）传统金融互联网化的缺点

传统金融机构互联网化在发展过程中，相应的监管和法律体系发展存在滞后性，缺乏针对互联网化后新的行业规范，这又使得金融行业面临更多的政策和法律风险。

而且相对于互联网企业从事金融业务来说，由于国家对传统金融机构有严格的监管，互联网化后监管将会更加严格，受到的限制更多。不过，相对于传统金融机构互联网化后带来的巨大好处，这个劣势对未来发展的影响微乎其微。

## 综合训练

结合本活动所学内容，思考：

（1）具有代表性的互联网思维有哪些？