



崔梦婷 刘戈 袁江◎译



中国金融出版社

移动银行

伯纳多·尼克莱蒂 (Bernardo Nicoletti) 著

崔梦婷 刘戈 袁江 译



中国金融出版社

责任编辑：王雪珂

责任校对：李俊英

责任印制：丁淮宾

Copyright© Bernardo Nicoletti 2014

First published in English by Palgrave Macmillan, a division of Macmillan Publishers Limited under the title Mobile Banking by Bernardo Nicoletti. This edition has been translated and published under licence from Palgrave Macmillan.

The author has asserted his right to be identified as the author of this Work.

北京版权合同登记图字 01 - 2015 - 8604

《移动银行》中文简体字版专有出版权由中国金融出版社所有，不得翻印。

图书在版编目 (CIP) 数据

移动银行 (Yidong Yinhang) / [意] 伯纳多·尼克莱蒂著；崔梦婷，刘戈，袁江译. —北京：中国金融出版社，2016. 11

ISBN 978 - 7 - 5049 - 8732 - 7

I. ①移… II. ①伯…②崔…③刘…④袁… III. ①移动通信—互联网—应用—金融—研究 IV. ①F830. 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 239339 号

出版
发行

中国金融出版社

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 保利达印务有限公司

尺寸 169 毫米×239 毫米

印张 12

字数 160 千

版次 2016 年 11 月第 1 版

印次 2016 年 11 月第 1 次印刷

定价 45.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 8732 - 7/F. 8292

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010)63263947

目 录

介 绍	1
第 1 章 金融服务的创新	5
介绍	7
金融机构的挑战	8
金融机构的移动银行新模式	9
通过增加功能来满足客户	11
通过增加保障来保护客户	11
有效率且合规的金融机构	12
增强解决方案	13
金融机构在不久的未来：进化还是循环	15
智能手机化	16
新传输渠道	17
结论	18
第 2 章 移动银行	21
介绍	23
以精益和数字化方法进行银行业务：移动银行	23
精益和数字化方法	24
如何利用精益和数字化开发一个移动项目	26
移动银行概念模型	28
移动银行：客户的声音	28
移动银行的价值	31
客户的价值	32

金融机构的价值	32
电信商的价值	33
商家的价值	33
公共行政管理机构的价值	35
社区的价值	35
移动银行的关键成功因子	36
结构设计	37
移动模式	38
设备	40
鉴定和欺诈	41
易用性	41
功能的丰富性	42
品牌	43
提醒	43
动态显现	44
个性化	44
应用程序分布	44
原有电话功能	45
分析和程序设计	45
零售银行服务	46
企业移动银行	55
财富管理和私人银行	64
余额查询	64
远程存款收集	64
个人财务管理 (PEM)	65
呼叫代理	65
账户管理	65
支付服务	65
移动远距离支付	67

移动远距离支付市场	68
移动近距离支付	68
兼并和竞争	69
移动销售点	71
移动钱包	71
定义	72
功能	72
只有移动银行：银行业的又一次革命	74
非洲	74
欧洲	75
美国	76
亚洲	77
验证	78
总结	80
第3章 移动银行管理	83
介绍	85
移动银行用户的不同类型	85
移动银行的多因素视角	87
移动银行的营销组合	88
如何推销移动银行	90
移动银行的移动网络营销	91
移动银行推销中的社交网络/媒体的使用	91
QR 码	93
移动银行的经济性	94
收入	94
信息阶段	94

交易阶段	95
交互阶段	95
统筹阶段	96
社会阶段	97
多企业阶段	97
成本	98
投资回报	98
结论	99
第4章 机会、挑战和补救	101
介绍	103
移动、风险和改变	104
机会	106
挑战	106
安全	106
整合	106
手机的可操作性	107
风险管理	107
技术和经验	108
补救	108
人力保障	109
在线聊天	110
总结	110
第5章 移动商务的监管框架	113
介绍	115
对消费者和数据保护的监管	115

移动交易（调查、交易监测）	119
移动银行和移动商务	120
结论	120
第 6 章 移动安全	121
介绍	123
移动安全的挑战	123
潜在的威胁	124
后果	125
管控	127
对策	127
应用控制	127
权限控制	130
加密	131
资源检测	132
渗透测试	132
移动银行的安全建议	133
用户意识	133
取证	134
结论	135
第 7 章 全球的移动银行	137
介绍	139
美洲的移动银行	139
美国的 Isis 和移动钱包	140
亚洲的手机银行	143
欧洲的手机银行	144

Barclay Pingit	146
意大利的移动银行	147
欧洲其他国家	150
澳大利亚的移动银行	150
非洲的移动银行	151
结论	153
第8章 未来	155
介绍	157
网络技术	157
可穿戴设备	158
云计算	158
大数据	162
大数据带来的价值创造	164
大数据在移动银行领域的应用与收获	167
大数据与移动银行	172
大数据质量	173
实施	173
结论	174
结 论	176
产品创新	176
流程创新	178
组织方式创新	178
商业模式创新	180

介 绍

世界处于金融危机之中的时间已经很长了，这场金融危机始于2008年，然而它究竟什么时候完全结束却不为人知。在这种情况下，金融机构需要：

- 以釜底抽薪的方式提高金融指标；
- 实施强有力的措施来提高金融机构在市场的地位，并且越来越擅长处理他们动态的、不断变化的社会经济环境，这意味着提高他们的收入以及降低成本。

要做到第二点的一种极好的方法就是变得更加机敏，这意味着金融机构要更加精简并且要使用更多的数字化。更好的方法和有效的技术在正确使用的情況下能够对此有所裨益。

手机对个人、社会以及企业产生了很大的影响。传统上，金融服务在进行创新方面都十分谨慎，但是世界日新月异，正如在一份麦肯锡报告中强调得那样，金融机构越来越意识到对产品、流程、机构以及业务模型进行创新的必要了。

手机是这种创新最好的推动者，金融机构应该以一种前瞻性而非被动的态度看待移动应用程序，它拥有改变机构以及其与客户关系的能力。

移动银行是一种位于传统的基础设施（实体分支机构、ATM、经销商等）定义之外通过使用移动数码设备进行的服务。其他机构同样能够进入该领域，事实上，确实存在一些潜在的新进入者（如贝宝），但是也存在如无线电通讯机构、商家等其他服务机构。

这意味着要占领的市场目前是开放的，正如网上银行所展示出来得那样，初始的进入者将会占领市场，除非进入者无法立即行动。

本书对移动银行进行了分析。首先，本书回顾了金融机构的改革。之后，对移动银行拥有且可能存在的功能进行了深入的探讨。本书涉及移动银行的管理、风险以及矫正，尤其是移动银行所带来的机遇，并推断出了其未来的发展。

本书涉及管理、功能、流程、技术以及观点的结构方面。

作者给出了支持以下论点的论据：

- 为了提高金融服务的收入、降低成本，金融服务在业务进行中必须变得更加机敏且灵活，这意味着金融服务需要变得更加精简并且能够采用越来越多的自动化。以手机为媒介，对新范例、新流程以及新技术成分的采用能够实现收入的增加、成本效率以及管控的增加、创新速度的提升、尤其是业务机敏性的提高。
- 移动银行是一个破坏性的创新，它有助于新市场以及新价值网络的开拓，最终它会通过替代早期的模型继续破坏已有的市场和价值网络（用几年或者几十年的时间）。一个破坏性的创新会用市场出乎意料的方式提供一个产品或者一项服务，一般而言，起先是通过提供一个针对新市场中不同客户群体的产品，之后是通过在已有市场中降低价格并改变企业界以及可能还改变社会模式来抢占市场和改革价值网络。

当汽车第一次被引进的时候，它就如一辆用发动机代替马的四轮马车。最终，汽车被证明是一种完全不同的产品。汽车的设计与规格的更新随着时间的流逝成倍地发展，这个创新的结果不仅是取代了马车，更带来了经济、城市乃至社会不同的体制，该创新的结果是对之前模式的“破坏”。

对移动银行而言，一些相似的情况同样发生于金融服务。以移动支付为例，它不仅仅是手机或者智能电话或者用于支付的相似设备对塑料

卡的替代，它们还具有非常大的不同。拥有近场通讯（NFC）的移动支付允许将一些支付卡、积分卡以及在同一设备中的其他功能相互结合，拥有 NFC 的移动电话可能可以替代所有这些设备，它还允许机构使用移动电话作为一种营销工具，通过这个工具，机构有可能会进行推销、发行营销信息、详细列举该段时间花费的价值等。

同时，移动银行趋向于模糊金融机构、电子通讯机构以及商家的区别。

这个新的特征对我们影响颇深。比如，在欧洲欧元区内，SEPA 允许金融服务市场对新类型的机构开放，SEPA 或者单一欧元支付区是指居民、机构、公共管理机构以及其他经济主体在国家内部以及在欧元区中拥有相同条件、权利、义务的国家之间可以用欧元进行支付或者接受支付的区域。支付机构不必是传统的金融机构，他们能够发行支付工具，比如预付卡，但是该支付工具在其他金融领域比如吸收存款中并不活跃。

本书描述了在新产品、新流程、新机构以及新业务模型方面，移动银行是如何帮助金融机构进行改革的，本书从对未来金融机构的想象转到一个可能的策略。从业者应该从策略中进行选择来获得提高，一种极好的方法就是“精简和数字化”。

作者写这本书的目的在于为管理者、咨询者、从业人员、学者以及学生提供有用的建议。

介绍

金融服务业正在发生快速的变化。主要驱动力来自于许多金融机构和银行。金融服务业也在不断变化。他们的业务和商业模式。因此，一些银行和金融机构正在创新。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

• 一家银行正在创新其业务。它提供了一些新的服务，如网上银行、移动支付等。

第1章

金融服务的创新

介绍

金融服务产业发生变化的主要挑战在于许多金融机构的保守性，金融机构发生越少变化，他们的执行者感觉越好。因此，一些外界人士才会进行创新：

- 一家荷兰小型金融机构推动了网上银行，它成为了互联网银行的全球领导者：ING Direct。
- 一家过时的邮局在意大利发行了一张预付卡，它成为了一个拥有差不多800万预付卡的领导者：Poste Italiane。
- 一个电信通讯员发行了一个使用手机进行人对人（P2P）现金支付服务的设备，它在肯尼亚成为了市场领导者：Safericom。

金融机构是时候要在创新和使流程精简和数字化中做出榜样了，在大部分金融部门中，这样做都可能有利可图，对此的要求很清晰：

- 新产品创新。由于金融机构在本质上是管理信息的，要做到这一点应该相对简单而且不会产生过高的成本。
- 精简。举例来说，对于前来质询的客户，速度是关键。如果一个客户需要抵押或者贷款，那么他/她会立刻想要得到，此时就应该对风险进行管控，并对客户满意与损失规避进行正确的权衡。
- 持续且安全的操作，这应该通过转向基于精简分支、网上银行或者完全移动银行的多通道策略进行。安全性非常重要，它不应该阻碍操作的速度。数字化也可以派上很大用场。在这种情况下，拥有中间部门的机构可以将前台部门的重担移除。
- 后台业务。后台业务应该尽可能地减少，该业务应该进行外包或者转移到国外。
- 出于一些如即将来临的巴塞尔协议 III 等原因，金融机构将需要额外的股本，这些要求意味着大量减少经营成本，从而释放所

需的资金。

金融机构的挑战

如今，金融机构面临一些挑战，这些挑战可以归结为六个 C：

- 文化 (Culture)
 - 以客户为中心；
 - 平衡股东和机构的利益；
 - 变得精简、自动化且灵敏。
- 客户 (Customers)
 - 获得授权且高要求的；
 - 复杂且困惑的；
 - 有时是蓄意的。
- 竞争 (Competition)
 - 越来越激烈；
 - 全球的。
- 电脑 (Computers)
 - 基于新技术；
 - 总是连接到互联网；
 - 可以通过其他设备，比如移动电话。
- 合规 (Compliance)
 - 频发的欺诈；
 - 安全性；
 - 提高立法和监管；
 - 治理、风险和合规 (GRC) 管理。
- 成本 (Costs)
 - 大力推动股本回报的提升；
 - 外包增加。