

21

世纪高职高专规划教材

金融保险系列

网络金融管理与实务

WANGLUO JINRONG GUANLI YU SHIWU

张劲松 编著



中

中

11

21 世纪高职高专规划教材·金融保险系列

网络金融管理与实务

张劲松 编著

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

网络金融管理与实务/张劲松编著. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 6
21 世纪高职高专规划教材. 金融保险系列
ISBN 978-7-300-15804-4

I. ①网… II. ①张… III. ①金融网络-高等职业教育-教材 IV. ①F830.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 096537 号

21 世纪高职高专规划教材·金融保险系列
网络金融管理与实务
张劲松 编著

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号		
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京宏伟双华印刷有限公司	版 次	2013 年 1 月第 1 版
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	印 次	2013 年 1 月第 1 次印刷
印 张	16.75	定 价	32.00 元
字 数	411 000		

21 世纪高职高专规划教材·金融保险系列

参编人员及单位

(以参编人员姓氏笔画为序)

马海涛	中央财经大学	王 力	山西财税专科学校
王玉雄	中国人民银行营业管理部	王红梅	哈尔滨金融高等专科学校
孔立平	东北财经大学	石月华	山西财税专科学校
付 菊	保险职业学院	刘连生	广东金融学院
刘金波	哈尔滨金融高等专科学校	刘淑娥	北京财贸职业学院
安秀梅	中央财经大学	关颖哲	辽东学院
邢天才	东北财经大学	邢俊英	中央财经大学
伏琳娜	辽宁金融职业学院	杜 鹃	上海金融学院
杨 虹	中央财经大学	李 民	广东省社科院
李元伟	辽宁信息职业技术学院	李军燕	山西财税专科学校
李杰辉	福建金融职业学院	张为群	浙江金融职业学院
张伟芹	北京财贸职业学院	张劲松	浙江金融职业学院
张晓洁	山东理工大学	张强莉	山东轻工业学院
郑祎华	辽宁金融职业学院	武 飞	北京财贸职业学院
赵锡军	中国人民大学	赵煜光	中华女子学院
夏雪芬	保险职业学院	倪信琦	福建金融职业学院
唐宴春	山东轻工业学院金融职业学院	温来成	中央财经大学
满玉华	哈尔滨金融高等专科学校		

前 言

《网络金融管理与实务》是在原《网络金融》教材（普通高等教育“十一五”国家级规划教材）的基础上拓展而成的教材，尝试性地将计算机信息技术和金融电子化管理理论与实务进行融合，提出许多新的观点、模式、模型和实践路径。本书共分8章，部分章节的内容是作者在多年研究成果的基础上梳理整合而形成的，其结构与传统的金融管理教材有较大的区别，与信息化管理教材也有所不同，是网络金融管理独有的结构，也有部分创新。第1章主要介绍网络金融平台的形成、功能与模式，并就网络金融平台系统设计进行案例分析。第2章主要介绍电子货币的特征、发行与运行管理措施以及风险防范措施等。第3章主要介绍网络金融发展模式和竞合策略，并结合案例进行分析。竞合策略是作者多年研究的成果之一，是在传统的中外竞争理论基础上集合信息化时代的特征创新的理论。第4章主要介绍网上银行、证券和保险服务平台的系统特点与功能，结合案例介绍其业务流程与特点。第5章主要介绍电子支付系统、工具、网络与密码系统的结构、特征、功能与流程等。其中第三方电子支付盈利模式创新是作者多年研究的成果之一。第6章主要介绍网络金融的组织架构、营销策略、产品营销、知识管理和市场调研案例分析等。第7章主要介绍风险管理、监督管理和法律法规等，并结合IT项目风险评估案例进行分析。★第8章主要介绍网络信息安全管理的原则、内容、模型和案例分析；同时也对防火墙技术、数字加密技术、身份认证技术分析、金融认证中心等基础知识介绍。本章内容对文科类学生有一定难度，星号代表其为可选修的内容，教师与学生可以根据需要进行选择。

“网络金融管理与实务”课程是一门结合金融电子化发展需要而开发的新型课程，其在内容方面既有理论探讨又有业务和案例的分析，既介绍外国的先进经验也分析我国目前的现状，并对今后的发展方向与模式进行探讨。

本书是作者多年在金融电子化方面研究的成果之结晶，欢迎大家参与讨论并批评指正，谢谢！

本书参考了大量的书籍、报刊和相关网站的资讯与资料，未能一一注明，在此一并致谢。

编著者

2012年11月

课程标准

1. 课程定位与作用

我们对“网络金融管理与实务”课程的定位是以信息和计算机网络技术在金融业务管理中应用为核心,以信息和计算机网络技术应用能力培养为重点,是网络金融学科的专业课之一,该课程是信息化时代在金融专业领域原创型专业课,也是信息和计算机网络技术与金融理论与实务融合创新的产物,同时它也是一门有待进一步完善的课程。该课程的作用如下:

(1) 有利于培养适应现代金融业务的业务员和管理者。

当前,金融服务的种类、投资衍生品种越来越多,随着现代财务制度的建立与完善,金融和财会业务趋于复杂化;金融电子化、财会电算化的发展和应用日新月异,网上交易、电子结算、对账、支付等金融产品不断涌现。在金融领域,每个月、每天都有新的业务产生和新的技术应用。为适应迅速变化的市场的需求,有必要制定新的有利于培养复合型人才的金
融学科与课程建设方案。

(2) 有利于培养金融从业人员新的经营理念、方式、策略和手段。

网络金融将以其拥有的广泛信息资源、独特的运作方式,为金融业带来革命性的变化。网上购物、网上交易、网上支付、网上消费、网上理财、网上储蓄、网上信贷、网上结算、网上证券、网上保险等将成为未来金融市场竞争的热点,金融业的经营理念、经营方式、经营策略、经营手段将发生巨大变革。

(3) 有利于完善新的理论以及新课程、新学科或新专业。

网络经济、网上银行的出现,给传统的经济金融理论与实务带来了巨大的冲击。新的理论将催生出一批新课程、新学科或新专业。

2. 课程内容

(1) 课程设计理念。

“网络金融管理与实务”课程在教学方面以金融电子化业务解决方案为抓手,结合不同金融企业的业务特点选择不同的解决方案或产品白皮书进行分析;利用网络资源引导学生对不同的金融电子产品进行比较分析;通过分析客户对网站的满意度分析客户的需求,使学生了解金融业务软硬件在信息化时代的应用状况及作用,了解网络金融产品的特征与不足,了解利用网络营销的策略与方法,培养学生网上提供金融服务与营销的能力。

“网络金融管理与实务”课程通过以技术应用提高营运业务能力为主线设计课程体系;以网络金融平台特征、功能和结构为引导,以电子货币发行与运行管理、网络金融服务经营模

型与策略、网络金融服务内容、电子支付服务与清算管理、网络金融产品营销管理、网络风险与安全管理等为主要内容。“网络金融管理与实务”课程以基础理论够用为度，专业技术与业务应用突出其针对性和实用性。

(2) 课程内容结构。

“网络金融管理与实务”课程整合的内容包括信息技术、网络技术、计算机技术、网络经济理论、金融理论与业务等不同学科的理论实务，并形成网络金融平台、电子货币管理、经营管理策略、网络金融服务、电子支付管理、产品营销管理、网络风险管理与网络安全管理八大知识模块。

该课程由八大知识模块和三大能力训练项目组成，教学过程中既要教知识，又要培养能力。例如：网络金融知识应用能力训练、利用网络进行实践能力训练和根据需要整合资源拓展市场能力训练。

3. 课程性质与特点

“网络金融管理与实务”课程的特点是将实做“虚”、将虚做“实”，也就是在虚拟世界再现传统的现实业务，同时在虚拟世界实现传统的价值创造与社会财富的增长。

“网络金融管理与实务”课程是以信息和网络技术在金融领域应用为核心、以能力培养为重点的金融专业的专业课，是信息化时代金融专业创新课程，也是一门有待进一步完善的课程。其特点如下：

(1) 该课程具有极强的实践性。

课程主要研究信息技术、计算机网络技术在金融领域的应用，因此没有网络、不亲自动手操作很难将其理解掌握，更谈不上对其灵活使用。大量的信息整合与软件选择唯有通过上机操作，才能真正理解其功能与作用。这是一门离不开实践的课程。

(2) 该课程具有较高的综合性。

课程从原理上讲，需要具备必要的信息技术、计算机网络技术和金融知识；从应用角度讲，涉及的范围更宽更广，主要有网站建设、网上营销、网上经营管理、网上监控以及信息安全控制等。

(3) 该课程具有很强的创新性。

课程内容涉及的每一项业务与营销模式或渠道都需要通过创新思维应用到业务拓展与推广中去；面对网上个性化的需求，需要不断创新去满足客户的需要，以此维护金融企业的形象与品牌。

4. 课程目标

本课程的总体目标是培养学生使用信息技术、计算机网络技术管理金融业务和利用网络资源进行市场调研与分析的基本能力，使学生了解信息化技术与产品在金融领域应用的发展动态和趋势。

(1) 专业能力。

根据网络金融业务的性能、特点及监控功能正确选用现有的软硬件；懂得相关的网络金融软硬件组成及基本工作原理；熟悉网络金融软硬件操作流程与相关规定；能够使用网络金融软硬件处理不同类型的电子化金融服务；能够使用网络金融软硬件有效开展网上营销业务；能够使用网络金融软硬件处理各类客户管理业务；能够正确使用网络金融软硬件实现网络金融的调控与监督；能够正确使用信息安全技术与策略保证网络金融业务的安全可信。

(2) 学习与沟通能力。

通过理论实践一体化课堂学习，获得较强的网上实践能力；具备必要的计算机网络基础知识，具有利用网络资源进行学习、调研、分析和解决问题的能力；能够通过网络快捷有效地与同事、客户交流。

(3) 拓展与可持续发展能力。

具有较强的求知欲，乐于、善于使用所学探索与创新，具有在网络金融领域整合资源、从事跨岗位工作能力；具有克服困难的信心、决心，以及战胜困难、实现目标的能力；具有处理网上突发事件的能力；具有与他人合作的团队精神；具有服务意识和责任感。

教学内容与参考课时

第1章 网络金融平台	4~6 课时
第2章 电子货币管理	4~6 课时
第3章 经营管理策略	4~8 课时
第4章 网络金融服务	4~6 课时
第5章 电子支付管理	6~9 课时
第6章 产品营销管理	4~6 课时
第7章 网络风险管理	4~6 课时
★第8章 网络安全管理	6~7 课时
合计	36~54 课时

目 录

第 1 章 网络金融平台	1
1.1 网络金融平台的形成	2
1.2 网络金融平台的功能	12
1.3 网络金融平台的模式	20
第 2 章 电子货币管理	33
2.1 电子货币概述	34
2.2 电子货币安全与发行管理	41
第 3 章 经营管理策略	45
3.1 网络金融发展模式	46
3.2 网络金融竞合策略	51
第 4 章 网络金融服务	66
4.1 网上银行服务	66
4.2 网上证券服务	79
4.3 网上保险服务	90
第 5 章 电子支付管理	100
5.1 电子支付系统概述	101
5.2 电子支付工具管理	112
5.3 电子支付网络与密码系统	129
★5.4 电子支付系统的发展	138
第 6 章 产品营销管理	147
6.1 网络金融组织架构	147
6.2 网络金融营销策略	153

6.3	网络金融产品营销	159
6.4	金融企业知识管理	176
第7章	网络风险管理	181
7.1	网络金融风险管理的	182
7.2	网络金融监督管理	191
7.3	网络金融法律法规	203
★第8章	网络安全管理	214
8.1	信息安全概述	214
8.2	防火墙技术	219
8.3	数字加密技术	224
8.4	身份认证技术	230
8.5	金融认证中心	235
8.6	网络安全管理	241
附录	证券、期货、银行业相关资格考试	251
参考文献		253

第 1 章 网络金融平台



本章教学要求

1. 了解信息化时代企业的基本特征与网络金融的现状；
2. 理解网络金融的定义、分类、标准和功能；
3. 理解网络金融的模式与发展趋势。



案例引导

中国银行业网站的数量及分析如图 1—1 所示。

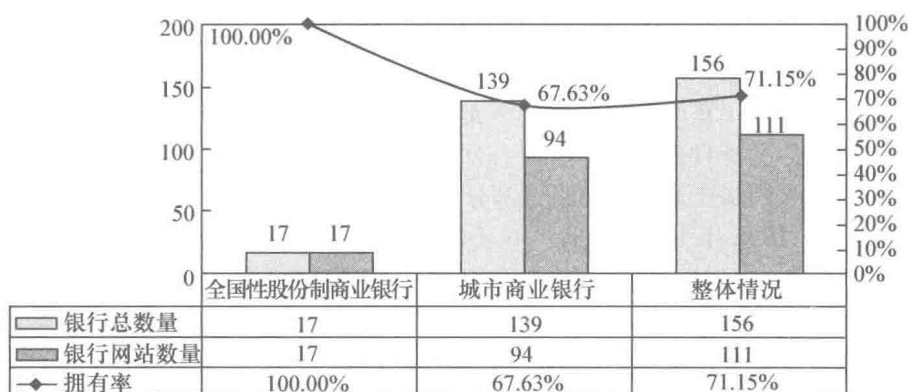


图 1—1 中国银行业网站的数量及分析

资料来源：<http://www.vsharing.com>，2009-10-11。

国脉互联 2009 年中国本土银行网站评测结果显示：中国本土银行网站的拥有率较高，达到 71.15%；其中，17 家全国性股份制商业银行全部拥有网站，网站拥有率达到 100%；139 家城市商业银行中有 94 家银行拥有网站，网站拥有率达到 67.63%。相比之下，全国性股份制商业银行的网站拥有率明显高于城市商业银行，落差将近 33 个百分点。

1.1 网络金融平台的形成

技术革命所带来的信息流动和处理方式的根本变化,在信息的传递处理方面既降低成本又提高效率,使得人类逐渐摆脱信息传递与处理能力等资源稀缺的限制,同时也使这些资源的稀缺性集中地体现在人类自身的有限性上。

由于互联网的出现,电子邮件、网络论坛、博客、社交网络、即时通讯、协同软件、网络视频会议、在线拍卖等不断涌现的各种网络应用,为人们带来全新的沟通、交流、分享和协作的方式,互联网覆盖区域中人类的行为模式在悄然变化,经济运行的某些规律也出现新的变革。

在布雷顿森林体系崩溃后,国际金融进入浮动汇率制度下的虚拟货币时期。在网络时代,金融电子化促使金融衍生品迅速地发展,无纸化的电子货币变成纯粹的价值符号,从而加剧了世界经济的虚拟化。依托互联网,国际金融市场成为一个全天候的统一市场,全球的资金调拨可以在瞬间完成,在极大地节约交易费用的同时,也为泡沫的迅速扩散与危机的全球蔓延提供了条件。^①

体现网络经济的数据替代效应最典型的行业之一就是金融业。依托网络与信息技术的电子结算网络,使电子货币成为现实。至此,货币不仅从币值上因脱离黄金而虚拟化,而且从形式上摆脱实物而成为纯粹的价值符号,在金融领域彻底实现数据资源对物质资源的全面代替。由于货币的无纸化和数据化,金融交易完全摆脱时空的限制,可以依托网络跨越地域在瞬间完成,实现金融全球化。由于网络信息技术极大地降低交易成本,使得金融机构有可能以较低的费用将大量规模很小的贷款打包成一个组合并转手支付给第三方,从而实现资产证券化。反过来,正是由于在网络和信息技术支持下金融电子化和全球化的巨大发展,使得虚拟资产的流动与实体经济日益分离,造就当今虚拟经济全球化的现实。

网络金融是新兴网络产业的重要组成部分,是电子商务发展的关键与核心,其产生于20世纪90年代中期。1995年10月18日,在美国亚特兰大开业的安全第一网上银行(Security First Network Bank, SFNB)是世界上第一家网络金融机构,当时其存款金额达1400万美元,遍布全美的客户已达4000多家。1995年以来,发达国家和地区的银行、证券公司和保险公司等金融服务企业纷纷在网上建立网站,提供ATM、POS、无人银行、电话银行、家庭银行、企业银行等全方位的金融电子化服务。2010年我国银行业共有网上银行个人客户27194.11万户,网上银行企业客户574.41万户。由此可见,网络金融诞生后,以其巨大的优势,迅速地在世界范围内扩展,并占据着越来越重要的地位、起着越来越重要的作用,从而极大地影响、冲击着传统的银行业甚至整个金融业。

1.1.1 网络经济的特点与功能

从20世纪90年代末开始,随着信息技术的飞速发展,以互联网(Internet,又称因特

^① 刘晓欣:《虚拟经济与价值化积累》,天津,南开大学出版社,2005。

网)为代表的现代信息网络渗透到国民经济和社会生活的方方面面,正日益改变着人类传播知识、交流信息、共享资源和休闲娱乐的方式,创造出新的生产、流通、运营和交易模式,对整个世界的政治、经济和文化产生着巨大而深远的影响。

互联网所形成的全球化网络,使得人类可以打破地域的空间界限来进行互动协作,也进一步推动贸易与金融的全球化。电子商务的蓬勃兴起,使得以客户为中心、定制化和 C2C 模式真正成为现实。电子治理的不断发展,改变着政府与社会的关系,也在不知不觉中改变着各阶层话语权的版图。与此同时,人们的行为模式也悄然发生着不同程度的变化。

电子商务催生出一个新的经济形式。这种新的经济形式具有三个基本特征,即以知识为核心、以创新为动力、以网络为媒介,我们称其为网络经济。互联网和电子商务正在迅速改变着传统商务活动的各个领域。

网络经济作为一种崭新的经济现象,表现为经济生活中生产、交换、分配、消费等经济活动都与信息网络密切相关,不仅要从网络上获取大量的信息、依靠网络进行预测和决策,而且许多交易、生产、管理等行为都直接在网络虚拟环境中进行。

1. 网络经济的特点

(1) 网络经济是以知识为核心的经济。

网络经济于 20 世纪 80 年代兴起的高科技革命中初露端倪,20 世纪 90 年代“冷战”结束后迅速崛起。网络经济具有连续增长、报酬递增的特征,从而改变传统的边际效率递减的经济规律。网络经济是建立在知识和信息的生产、分配和使用基础上的经济;是以高科技产业为第一支柱,以信息和知识资源共享为依托的新型经济。美国经济增长的重要源泉是 5 000 家软件公司,它们对世界经济的贡献绝不亚于世界 500 强公司。

(2) 网络经济是全天候运作的经济。

由于信息网络每天 24 小时都在运转中,基于网络的经济活动很少受时间因素的制约,可以全天候地连续进行。

(3) 网络经济是全球化的经济。

信息网络技术的飞速发展已成为推动当今世界经济全球化的重要动力,连接世界各国的信息网络使整个世界变成“地球村”,基于网络的经济活动打破了时空限制,使整个经济的全球化进程大大加快、世界各国经济的相互依存性大大加强。

(4) 网络经济是中间层次作用弱化的“直接”经济。

由于网络的发展,经济组织结构趋向扁平化,处于网络端点的生产者与消费者可直接联系,“产销见面”成为主流。同时也产生一批不同专业的经纪人和信息服务中介。

(5) 网络经济是竞争与合作并存的经济。

信息网络使企业之间竞争与合作的范围扩大、转化速度加快,世界已进入到一个新的竞合时代,在竞争中有合作,合作是竞争的目的,竞争是合作的基础。竞合既能增强企业的活力,又能提高企业的应变能力,形成企业的可持续竞争优势。天赋的自然资源或可供利用的资金已不再是核心资源,信息与知识已成为企业的核心资源。

(6) 网络经济是速度型经济。

现代信息网络可用光速传输信息。网络经济以接近于实时的速度收集、处理和应用大量信息,经济节奏大大加快,一步落后将会步步落后。产品老化在加快,创新周期在缩短。

(7) 网络经济是创新型经济。

网络技术的发展日新月异,以此为基础的网络经济需要加强研究和创新,创新是企业持续发展的动力与保障。因此观念创新、技术创新、管理创新、制度创新已经成为市场主体生存和发展的关键,成为新经济增长的强大推动力。

作为最重要的经济主体,企业是网络经济中创造财富的基本单位,是复杂的网络体系中最重要模块。企业既是网络传输的提供者,也是网络传输的消费者。在网络经济时代,企业的经营环境发生着快速的变化,企业面临着再造自我的压力。迎接网络化带来的挑战,主动适应网络经济,充分应用网络所带来的优势,将是现代企业在网络经济时代安身立命的核心能力。

2. 网络经济的功能

(1) 创新经营理念。

现代网络经济彻底改变了企业的经营环境:企业发展的时空约束被打破了;企业面对的市场可以放大至全球范围;互联网可以使企业与客户、合作伙伴、消费者随时进行深入交流;企业可以在全球寻找愿意合作的供应商与经销商;客户与消费者拥有更多的选择机会,需求的差异化已成为趋势。所以,企业必须创新经营理念、重塑企业灵魂。其包括如下几个方面:

1) 全球化的理念。经营市场的全球化意味着竞争的全球化,即在企业没有涉足的市场有着全球化的竞争,在企业已有的市场也必然会面临着全球化的竞争。在美国的硅谷,无论多小的企业都会盯着世界市场。

2) 合作的理念。企业面临的竞争者与合作者因市场全球化而有可能成百倍、千倍地增加。企业必须通过差异化的市场细分培养自己的核心竞争力,然后通过合作实现多方共赢。竞争是网络经济时代企业经营的策略之一。

3) 个性化服务的理念。网络经济时代的最终消费者有个性消费的需求,这种需求可以通过网络有效地表达。那些能够响应个性化消费的需要而提供个性化产品、服务的企业,将会获得稳定的客户群,从而形成自己宝贵的资源。网络工具能为企业协调全球优势资源以满足这种需要提供技术支持。

(2) 创新行为模式。

网络经济使企业面对全新的市场主体:全球化的消费者、竞争者、供应商与经销商。企业必须重新审视自己的市场行为模式,规划新的市场经营策略。

网络经济时代企业创新自己的行为模式应注意以下问题:

1) 提高企业全天候市场响应能力。面对不同地域、不同文化习惯的客户与消费者,企业要考虑如何全天候满足他们的需求。企业需要研究客户(消费者)可以忍受的市场响应速度,并分析不同市场响应速度对经营成本的影响。

2) 培育客户(消费者)信赖与忠诚的能力。网络经济使供应商、经销商、消费者有更多的选择机会。这意味着企业和它所提供的产品与服务更容易被其他企业所代替。客户(消费者)的信赖与忠诚是企业掌控市场的核心能力。诚实的产品与服务、诚实的价格以及信守承诺,这些传统美德同样是企业在网络经济时代赢得客户(消费者)信赖与忠诚的基础。

3) 及时洞悉市场机会、快速满足市场新需求的能力。把握或创造市场机会是赢得市场的关键之一。企业应具备通过网络工具分析客户(消费者)行为方式与消费习惯、提高挖掘市场机会的能力,及时洞悉市场机会并迅速满足市场的新需求。

(3) 重塑核心竞争力。

传统经济时期许多企业凭地域优势即可获得竞争优势,但网络经济使这类优势迅速消失。提供同样产品或服务的企业将在更大的市场上角力,同一项目的竞争者增多且竞争水平增强,每个企业都想争取利益的最大化。一家独大已经不可能成为现实,追求差异化的优势势在必行。

企业必须反思自己到底具有哪些优势,是产品或服务优势、资本优势、资金优势、平台优势、渠道优势,还是互补优势?企业可能发现自己的优势项目并不多,但独特的优势正是企业核心竞争力之所在。

把优势资源集中于企业的核心竞争力,放弃那些没有优势的项目,这既是社会分工的要求,也是网络经济所带来的新的市场竞争的需求。

(4) 搭建开放式平台。

网络经济打破了市场在时空方面的限制,企业必须能够即时响应市场需求,将市场信息导入企业内部的企业信息系统,并指导企业内部协同动作,使企业能将产品或服务在最短的时间内以最适当的价格提交给客户(消费者)。

适应网络经济要求的企业信息系统应具备以下功能:收集与整理分析、挖掘外部市场与内部信息,寻找新的市场机会;准确传输商务信息(销售订单、采购订单等);将订单信息与企业内部作业(生产、采购、库存管理、财务管理等)计划指令信息对接;随时分析订单的执行进程;网上支付系统与企业内部财力资源管理自动对接畅通;物流信息(内部与外部)与企业内部信息及网络经济信息对接及时等。这样的企业信息平台就是一个合格的开放式的平台。

(5) 优化组织结构。

以提高企业执行力和运行效率为目标,组建扁平化、自我管理、自我创新的组织是网络经济对企业的要求。扁平化组织能够减少信息传输和管理的中间环节、拆除信息在组织内的分享壁垒,组织内部更容易进行有效的协作,以便于迅速回应市场需求。自我管理的组织是面向市场自我驱动的组织,它将传统的以管理驱动的组织运作模式转化为靠内部成员一致目标、共同利益、互相激励、共同发展而提供动力的组织运作模式。以自我管理为基础,依靠成员的创造力、集体的智慧、积累的经验和知识等,不断创造出新的知识,并迅速转化成新的市场竞争力,从而形成自我创新的组织。

(6) 扩展价值内涵。

传统企业的价值可准确地反映在资产损益表中。有形的价值是传统企业价值的基础。网络经济时代企业的价值已经不局限于企业内部的有形价值,除了有形的价值还包括知识、创新力、客户关系、企业文化等无形的价值。

1) 在信息化时代,知识是企业的价值基础。知识可以创造出超越资本创造的价值,企业所拥有的知识与积累的经验以及所拥有的具有专业知识的人才,是企业最根本的价值要素。企业要管理好自己的知识资产,开发人力资源,使知识资产转化为市场优势。

2) 创新力是企业发展的动力。一个只能提供与竞争者同质产品与服务的企业是没有前途的,独特的产品与服务是网络经济时代企业安身立命之本,这需要企业的创新力做支撑。创新力来自于企业对知识资产的科学开发。

3) 客户关系是企业价值创造与实现的要素。良好的供应商、经销商关系是企业开展外部合作的基础;良好的消费者关系是企业产品或服务最终实现价值的前提。市场需求通过客户关系以客户需求的方式表现出来,才能成为策动并回报企业经营的力量。开发与保持良好的

客户关系,是企业在网络经济时代创造和实现价值的前提。

4) 企业文化塑造着企业的个性,塑造着企业所提供产品或服务的个性,塑造着企业的市场形象。企业文化建设有助于企业在市场中树立独特形象,提升产品与服务的价值内涵,为企业在网络经济时代的发展营造精神环境。

(7) 加强协作与合作。

协作来自企业内部深层次的沟通。销售、研发、生产,财力、人力、物力,管理、行政、决策,各环节、要素、组织、执行者之间,都要紧密协作。形成互相支持、顺畅承接的协作网络,才能形成企业快速响应市场的能力。

合作来自企业与供应商、经销商的共同利益。如果供应商在企业急需供货的时候无法供货或者提高价格,会给企业造成巨大的打击。同供应商与经销商建立良好的、相互信任的合作关系是企业适应市场竞争的重要保证。从订货信息到库存、销售、生产信息,在合作伙伴之间存在共享的可能性与必要性。网络经济使企业选择合作伙伴的空间更大、重要性更突出。

1.1.2 网络金融平台的产生

20 世纪 80 年代以来,伴随着现代计算机技术与电子通讯技术的革命,欧美等发达国家的金融机构纷纷推出利用电子技术提供金融服务的新模式,从而掀起声势浩大的金融创新浪潮,各国金融管理与经营者的观念在悄然改变,一场金融业革命在全球展开。

美国在高新技术的发展和金融业的发展方面处于全球领先的地位,在全球高新技术的应用方面也占有绝对优势。

1. 电子商务与网络金融

网络金融就是借助于互联网技术向客户提供信息服务和金融交易服务的新兴银行。网络金融是银行、证券和保险电子商务的表现形式,是金融业在新经济时代追求进步、勇于创新、为客户提供更好的服务的必然选择。网络金融的发展也会对其他行业的电子商务行为产生重要的促进作用,因为电子商务过程中资金流在互联网上的转移,也就是网上支付与结算,只有通过银行的支持才能安全、便捷、有效地实现。

如果说电子商务是新经济增长的发动机,那么网络金融就是这部发动机的助推器。

与互联网发起了渠道革命相对应,网络金融发起了金融革命。网络金融不同于以前金融所用的信息技术,如果以前的信息技术是在支持和运作金融业务,网络金融则是在改造金融业务。网络金融是一场革命,如果现在的金融机构忽略它,它就可能全面接管传统金融的资金媒介和支付服务职能,传统的金融就真会像比尔·盖茨所说的“如一群行将灭亡的恐龙”。如果传统金融业能够重视它,主动发展网络金融,一方面摒弃简单资金中介的身份,提供更多、更好的增值服务,另一方面迅速掌握新型电子支付工具的应用,在网上支付中占据重要地位,传统金融业将会成为新经济时代的赢家,在新的时代再铸辉煌。

2. 网络金融的雏形

1995 年 5 月,威尔士·法戈(Wells Fargo)银行成为美国第一家可以向客户提供网上查询账户余额的银行,并逐步实现网上查询交易记录、转账、支付票据、申请新的账户、签发旅行支票和本票等业务。1995 年 10 月,资产超过 2 000 亿美元的美国花旗银行率先在互联网上设立站点,形成虚拟银行的雏形。1995 年 10 月 18 日,在美国亚特兰大开业的安全第一网上银行是世界上第一家网上银行,这标志着网络金融的正式产生。在中国,计算机在银



行业的应用经历了从 20 世纪 50 年代开始初步用于银行后台业务的核对和监督,到 80 年代开始用于单个银行业务的辅助管理,再到 90 年代初期全国银行系统初步电子化(其典型表现为:1991 年中国人民银行开始在全国建设电子资金转账系统 EFT,1993 年中国政府宣布将“金卡”工程作为重要的国民经济信息化工程)阶段。在银行系统初步电子化的基础上,1996 年招商银行率先推出“一卡通”网上支付金融服务业务,1998 年中国银行进行了第一笔电子交易业务。这标志着我国网络金融是在 20 世纪 90 年代中期产生的。

网络经济时代日益壮大的网络客户群和不断变化的顾客需求是网络金融发展的加速器。由于计算机成本的大幅下降,网络终端可以迅速普及到一般消费者。1999 年 3 月全世界已经有 2 亿人加入互联网,至 2005 年全世界已有 10 亿多人使用互联网。如此快速增长的网络客户群,为金融机构在互联网上开展金融业务提供了雄厚的社会基础。同时,信息技术发展推动着客户消费渠道的转变,使人们对金融服务的要求越来越高。在欧洲,通过银行进行的跨境支付所付费用占到支付额的 2.5%,这迫使银行必须进行革新。在网络时代,客户的消费习惯也在发生变化,不同客户消费渠道逐步融入互联网所创造的电子空间,而客户习惯和消费渠道的改变将推动金融服务渠道的变迁。

3. 传统金融电子化进程

(1) 银行电子化。

金融历来是高科技发展的主要用户和见证人。美国银行界在 20 世纪 40 年代末至 50 年代初就已经开始将电子计算机技术应用于银行业的研究,其科技创新的历史轨迹如表 1—1 所示。

表 1—1 美国银行科技创新的历史轨迹

时间	创新内容	功能	细分市场	所用核心技术	结果
20 世纪 60 年代初	自动转账	支付	零售业务	电话	提供新的服务品种
20 世纪 60 年代	信用卡	支付	零售、批发	芯片	降低交易成本
	IBM3890 等支票处理机	支付	零售业务	磁记录	大大降低支票处理成本,到 1988 年下降了约 70%
1969 年	ATM	支付	零售业务	机电计算机	营业费用大大减少
20 世纪 70 年代	POS	支付	零售业务	微机、通讯	降低交易成本
	信用打分模型	信用	零售业务	数据库技术	降低交易成本
1977 年	SWIFT 系统	转账支付	零售、批发	通讯	降低交易成本
1970 年	CHIPS	转账支付	批发	通讯	降低交易成本
1973 年	自动付款技术	支付	批发	通讯、微机	降低交易成本

美国银行电子化的进程经历过三个阶段:

第一阶段是银行办公自动化阶段,即将手工操作转为计算机的自动化处理。美国金融界最先推出了柜面联机业务系统建设,它可以减少手工操作、降低银行成本、提高劳动生产率。1950 年,美洲银行开始同斯坦福研究所合作研究使用条形码自动处理支票业务,花旗银行着手研究银行业务处理自动化问题。1955 年,美洲银行首先在银行领域使用计算机对会计记账和报表进行编制工作,1958 年又安装 GE-100 型晶体管计算机,使支票、储蓄和部分信贷业务都可以通过计算机处理。

从 20 世纪 60 年代初期开始,随着美国经济和金融业的发展,交易和消费活动导致支付量剧增,传统的纸票据交换已远不能满足社会对支付清算服务的巨大需求,美国银行业各种