

金融学系列
经济管理精品教材

21
世纪

Introduction to Internet Finance

互联网金融概论

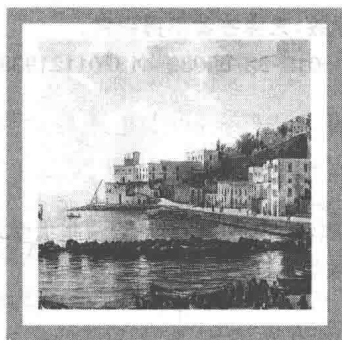
唐勇 赵涤非 陈江城◎编著



清华大学出版社

金融学系列
经济管理精品教材

21
世纪



Introduction to Internet Finance

互联网金融概论

唐勇 赵涤非 陈江城◎编著

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

互联网金融是一门新型的实践性很强的金融课程。本书综合了大量国内外的最新资料、理论与实践,系统梳理了互联网金融这一新生金融业态的产生、成长、发展和监管,使得课程体系更加完善。本书应用大量的互联网金融案例进行实证剖析,使读者更加深入理解互联网金融的本质。

本书可作为财经类或综合性院校金融等专业本科生和相关专业的研究生教材,也可作为相关领域研究人员的参考书。

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

互联网金融概论/唐勇,赵涤非,陈江城编著. —北京:清华大学出版社,2017

(21世纪经济管理精品教材.金融学系列)

ISBN 978-7-302-45640-7

I. ①互… II. ①唐… ②赵… ③陈… III. ①互联网络—应用—金融—高等学校—教材
IV. ①F830.49

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第283856号

责任编辑:张 伟

封面设计:李召霞

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

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4506

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:15.25 字 数:349千字

版 次:2017年1月第1版 印 次:2017年1月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:32.00元

产品编号:071227-01

互联网金融的起源最早可以追溯至1998年12月PayPal公司在美国成立,这代表着第三方支付的出现。之后,随着互联网技术的不断发展以及电子商务的普及,P2P网络贷款、众筹融资等创新模式不断涌现,逐步完善了互联网金融谱系。我国互联网金融的起步稍晚于国外。1999年12月,首信易支付在北京成立,标志着互联网金融在我国的第一次出现,2012年谢平首次提出“互联网金融模式”的概念,2013年更是被称为我国的互联网金融元年。互联网金融经过几年“野蛮生长”,也暴露出发展初期存在的问题,但是随着互联网信息技术发展、社会征信体系的健全和大数据的广泛应用,互联网金融必将是金融业态中不可或缺的新生力量。

相比之下,互联网金融理论方面的探索远远落后于实践的发展。迄今为止,还鲜有全面介绍互联网金融的教材。希望本书能为我国互联网金融人才的培养贡献一份微薄之力。

本书的特点是:综合了大量国内外的最新资料、理论与实践,系统梳理了互联网金融这一新生金融业态的产生、成长、发展和监管,体系更加完善。同时本书应用大量的互联网金融案例进行实证剖析,使读者更加深入地理解互联网金融的本质。

本书共10章,从内容上可以划分为三个部分。

第一部分包括第1章和第2章,这是互联网金融的基础知识。第1章主要对互联网金融的概况进行了介绍,第2章介绍和分析了互联网金融的理论基础。

第二部分包括第3章到第9章,这是互联网金融的核心内容。第3章到第8章分别介绍了互联网金融的几种常见模式:移动支付(第3章)、金融互联网(第4章)、P2P网络借贷(第5章)、众筹融资(第6章)、供应链金融(第7章)、虚拟货币(第8章)。这些章节从原理、运营过程与盈利模式、风险和案例分析等方面介绍互联网金融,是理论和实践的有机结合。第9章着重介绍了大数据在征信系统与网络贷款中的运用,并介绍了芝麻信用评估体系。

第三部分为第10章,按时间顺序探讨互联网金融的监管历程以及相应的政策与法规。

在我国,互联网金融发展迅速,新的监管法规和条例不断更新与完善,在本书编写时还有些新的法规意见稿在征求意见中,没有编入本书。

另外,为了方便学生学习与使用,本书还提供了免费的课件。

李妍参与了部分章节的编写和校对工作,在此表示感谢!

由于编者水平有限,不当之处在所难免,恳请同行专家和读者批评指正,并提出宝贵意见和建议,在此一并表示感谢!

唐 勇

2016年8月22日于福州大学怡山

E-mail: tangyong2018@126.com

第 1 章 导论	1
1.1 互联网金融概述	1
1.1.1 互联网金融的定义	1
1.1.2 互联网金融构成主体	2
1.1.3 互联网金融兴起原因	2
1.1.4 互联网金融的特征	3
1.1.5 互联网金融与传统金融的区别	5
1.1.6 互联网金融功能	6
1.2 互联网金融发展概况	7
1.2.1 我国互联网金融发展历程	7
1.2.2 互联网金融的发展趋势	8
1.3 互联网金融的模式	10
1.3.1 按主体不同划分	10
1.3.2 按信息生产的方式分类	11
1.3.3 按功能划分	12
1.4 互联网金融带来的影响	13
参考文献	16
第 2 章 互联网金融理论	17
2.1 金融功能理论	17
2.1.1 金融功能理论概述	17
2.1.2 金融功能观视角下的互联网金融	18
2.2 金融中介理论	20
2.2.1 金融中介理论概述	20
2.2.2 互联网金融对金融中介机构的影响	20
2.3 产业融合理论	21
2.3.1 产业融合理论概述	21
2.3.2 产业融合下的互联网金融发展	23

2.4 普惠金融理论	23
2.4.1 普惠金融理论概述	23
2.4.2 普惠金融视角下的互联网金融	24
参考文献	26
第3章 移动支付	27
3.1 移动支付概况	27
3.1.1 移动支付的定义	27
3.1.2 移动支付参与主体	27
3.1.3 移动支付业务流程	30
3.1.4 移动支付分类	31
3.1.5 移动支付特点	31
3.2 移动支付发展概况	32
3.2.1 移动支付发展历程	32
3.2.2 移动支付发展存在的问题	34
3.3 移动支付运营模式	35
3.3.1 以移动运营商为主导的运营模式	35
3.3.2 以金融机构为主导的运营模式	37
3.3.3 以银联为主的运营模式	39
3.3.4 以第三方支付机构为主导的运营模式	42
3.3.5 移动运营商和银行合作的模式	44
3.4 “余额宝”案例介绍	46
3.4.1 余额宝简介	46
3.4.2 余额宝业务流程	46
3.4.3 余额宝盈利模式	47
3.4.4 余额宝特点	47
3.4.5 余额宝发展困境	48
3.5 “微信支付”案例介绍	50
3.5.1 微信支付简介	50
3.5.2 支付方式介绍	51
3.5.3 微信支付特点	52
3.5.4 微信支付发展问题	52
参考文献	53
第4章 金融互联网	55
4.1 金融互联网概况	55
4.1.1 金融互联网的定义	55
4.1.2 金融互联网与互联网金融	55

4.2	银行业的金融互联网化	58
4.2.1	商业银行的互联网化发展进程	58
4.2.2	互联网金融对商业银行的冲击与机遇	59
4.2.3	商业银行的竞争优势分析	63
4.2.4	商业银行的金融互联网策略	64
4.3	证券业的金融互联网化	76
4.3.1	证券业的金融互联网化发展进程	76
4.3.2	互联网金融对证券业的影响	77
4.3.3	证券业金融互联网化策略	79
4.4	保险业互联网化进程	81
4.4.1	保险业的互联网化发展进程	81
4.4.2	传统保险业发展存在的问题	83
4.4.3	互联网金融对保险业的挑战	84
4.4.4	保险业金融互联网化策略	86
4.5	金融互联网的风险	88
4.5.1	技术风险	88
4.5.2	业务风险	89
4.6	金融互联网的监管	90
4.6.1	监管现状	90
4.6.2	监管措施	90
	参考文献	92
第5章	P2P网络借贷	93
5.1	P2P网络借贷概况	93
5.1.1	P2P网络借贷的起源与定义	93
5.1.2	P2P网络借贷的基本原理和业务流程	94
5.1.3	P2P网络借贷的发展历程	96
5.1.4	P2P网络借贷兴起的原因	98
5.1.5	P2P网络借贷的特点	100
5.2	P2P网络借贷的模式	102
5.2.1	国外的P2P网贷模式	102
5.2.2	国内的P2P网贷模式	108
5.3	P2P网贷发展带来的影响	112
5.3.1	推动利率市场化,合理引导民间投融资	113
5.3.2	弥补金融市场空白,吸引潜在客户	113
5.3.3	加速“金融脱媒”的发展	113
5.3.4	树立全社会诚信风气	113
5.4	P2P网络借贷的风险分析	114

5.4.1	P2P 平台常见的风险种类	114
5.4.2	P2P 平台在国内发展的问题	116
5.5	发展趋势	120
	参考文献	122
第 6 章	众筹融资	124
6.1	众筹的概念与发展历程	124
6.1.1	众筹融资的概念	124
6.1.2	众筹的发展历程	124
6.2	众筹模式分类	125
6.2.1	捐赠型众筹	125
6.2.2	奖励型众筹	125
6.2.3	借贷型众筹	129
6.2.4	股权型众筹	129
6.3	“大家投”网众筹案例介绍	131
6.4	众筹融资模式的发展意义	134
6.4.1	众筹融资模式优势	134
6.4.2	民间资本与小微企业融资需求	135
6.4.3	项目使用有限合伙制度	136
6.4.4	众筹融资的技术基础	138
6.5	众筹模式的风险与防范	138
6.5.1	法律风险	138
6.5.2	道德风险	139
6.6	众筹的发展建议	140
6.6.1	建立健全相关立法	140
6.6.2	完善众筹融资方式	140
	参考文献	142
第 7 章	供应链金融概述	144
7.1	供应链管理与供应链金融的含义	144
7.2	供应链金融的界定与特征	144
7.3	供应链金融主要模式	145
7.3.1	应收账款融资	145
7.3.2	存货融资	145
7.3.3	预付款融资	145
7.4	供应链融资主要风险	145
7.4.1	信用风险	146
7.4.2	操作风险	146

7.4.3	系统性风险	146
7.5	传统供应链金融及互联网背景下的新趋势	147
7.5.1	传统供应链金融	147
7.5.2	互联网背景下供应链金融新趋势	148
7.6	平安银行案例分析	151
7.6.1	平安银行现状分析	151
7.6.2	供应链金融现有主要营销策略	153
7.6.3	营销效果评析	155
7.7	传统银行供应链金融营销策略优化建议	157
7.7.1	商业银行供应链金融营销策略优化目标	157
7.7.2	商业银行供应链金融营销策略优化建议	157
7.7.3	商业银行供应链金融营销策略优化效果预评估	161
	参考文献	161
第8章	虚拟货币	163
8.1	虚拟货币的内涵	163
8.1.1	虚拟货币的产生	163
8.1.2	虚拟货币的界定	164
8.2	虚拟货币的分类	164
8.3	国内外典型虚拟货币系统	165
8.3.1	国外典型的虚拟货币系统	165
8.3.2	国内典型的虚拟货币系统	167
8.4	虚拟货币的发展意义	168
8.5	虚拟货币面临的风险与防范	170
8.5.1	虚拟货币面临的风险类型	170
8.5.2	虚拟货币与洗钱行为	171
8.5.3	网络游戏“外挂”与“私服”	171
8.5.4	虚拟货币的风险防范	172
8.6	虚拟货币的发展趋势及未来展望	174
8.6.1	虚拟货币的发展趋势	174
8.6.2	虚拟货币的未来展望	177
	参考文献	178
第9章	互联网征信	179
9.1	互联网征信的概念	179
9.2	互联网征信现状分析	179
9.2.1	我国征信业的发展现状	180
9.2.2	我国互联网金融征信体系的建设现状	180

9.2.3	我国互联网金融征信体系面临的挑战	181
9.2.4	国外征信体系建设模式	182
9.2.5	国外互联网金融征信体系建设经验启示	183
9.3	网络行为数据与个人信用的关系	185
9.3.1	互联网用户行为及其特征	185
9.3.2	互联网用户行为的分类	186
9.3.3	互联网用户行为数据的知识发现	187
9.3.4	网络行为对个人信用的反映	188
9.4	芝麻信用评估体系案例介绍	191
9.4.1	芝麻信用的用户行为数据分析	192
9.4.2	芝麻信用的征信评估体系建立	195
9.4.3	芝麻信用征信评估体系的评价	198
9.5	互联网金融征信体系建设对策建议	200
	参考文献	201
第 10 章	互联网金融监管	203
10.1	我国互联网金融监管现状	203
10.1.1	互联网金融监管现状概述	203
10.1.2	我国第三方支付的监管现状	206
10.1.3	我国 P2P 网络借贷监管现状	214
10.1.4	我国众筹融资监管现状	217
10.2	国外监管经验及启示	220
10.2.1	第三方支付的国际监管经验及启示	220
10.2.2	P2P 网络借贷的国际监管经验及启示	223
10.2.3	众筹的国际监管经验及启示	226
10.3	互联网金融其他相关法律法规介绍	229
10.3.1	虚拟货币监管法律法规	229
10.3.2	银行互联网业务监管法律法规	230
10.3.3	保险互联网业务监管法律法规	230
	参考文献	230

1.1 互联网金融概述

互联网金融的起源最早可以追溯至 1998 年 12 月 PayPal 公司在美国成立,这代表着第三方支付的出现,之后,随着互联网技术的不断发展以及电子商务的普及,P2P 网络贷款、众筹融资等创新模式不断涌现,逐步完善了互联网金融谱系。我国互联网金融的起步稍晚于国外,1999 年 12 月,首信易支付在北京成立标志着互联网金融在我国的第一次出现;2012 年,谢平首次提出“互联网金融模式”的概念;2013 年可称为是我国的互联网金融元年。

1.1.1 互联网金融的定义

虽然早在 2013 年,中国人民银行在第二季度的中国货币政策执行报告中就已经使用了“互联网金融”一词,2014 年李克强总理所做的政府工作报告中也首次明确提出“要促进互联网金融的健康发展”,但学界至今并未对互联网金融形成普遍认可的严谨定义。

有些学者认为互联网金融强调的是互联网信息技术进步给金融行业带来的改变。他们认为,从广义上讲,通过或依托互联网进行的金融活动和交易均可划归互联网金融,既包括通过互联网进行的传统金融业务,也包括依托互联网创新而产生的新兴金融业务。

然而,还有许多学者并不赞同这种强调技术的观点。他们认为对于传统金融机构来说,包括互联网技术在内的现代信息技术,只是传统金融机构用于创新金融工具、构建新的网络系统的一个新的工具,与此同时,原有的运行结构和商业模式并没有相应地发生变化,这被称为“金融互联网”。而互联网金融则是指以互联网为平台构建的具有金融功能链且具有独立生存空间的投融资运行结构,这将会对现存金融体系的理念、标准、商业模式、运行结构、风险定义和风险管控等诸多方面提出挑战。简而言之,金融互联网是以互联网技术为工具对传统金融业务进行创新,并由传统金融机构主导;而互联网金融则运用互联网思想进行创新,并由非传统金融机构(外行)主导。有些学者对互联网思想进行了归纳:互联网思想是高效共享、平等自由、信任尊重,是点对点、网格化的共享互联,从而形成信息交互、资源共享、优势互补,并从这些数据信息中挖掘出价值。

对互联网金融的概念进行界定,一方面需要对现实中的业态进行高度概括;另一方面则是要回归金融的本质。结合中国货币政策执行报告中的相关表述,本书在此给出一个广义的互联网金融的定义:

互联网金融(Internet finance)是指依托于支付、云计算、搜索引擎等互联网工具,实现资金融通、支付和信息中介等业务的一种新兴金融业态。它是依靠大量数据的积累以及强大的数据处理能力,通过互联网平台提供的一系列创新型金融服务。

1.1.2 互联网金融构成主体

互联网金融实质上包括了“互联网”与“金融”的双重特性,就目前互联网金融市场而言,其参与主体大致可以分为以下几种。

1. 资金供给者

传统金融机构的资金供给者主要包括了商业银行、证券、保险、基金和小额贷款公司,然而,与传统金融不同的是,互联网金融的资金供给者不仅包括传统的金融机构,也包括了涉足金融领域的互联网企业;不仅包括了以互联网为渠道的综合型公司,如苏宁、国美、海尔等,这些企业通过互联网渠道将业务进行渗透,还包括部分新兴互联网企业,如阿里巴巴、腾讯、京东、亚马逊等,这些企业借助互联网将传统业务进行外化。由于互联网企业在经营过程中深入运用了互联网思想,因此,它们不仅向市场提供资金,而且还向传统金融忽略的“低净值客户”提供资金。

2. 资金需求者

与传统金融相一致的是,互联网金融模式下的资金需求者包括政府、企业和个体,但同时也惠及被排挤在传统金融机构门槛之外的、相对弱势的组织和个体需求者。

3. 中介机构

互联网金融依靠高效、便捷的信息技术,能够在一定程度上解决金融市场上的信息不对称问题,交易双方通过互联网直接对接,互联网金融主体对于中介机构的依赖性明显减弱,但这并非意味着互联网金融市场就没有中介机构。

就现阶段互联网金融的发展状况而言,移动支付、第三方支付平台等担任了互联网金融模式下中介机构的角色,通过互联网平台进行支付及资金结算,整合资金供需的上下游环节以实现资金配置。

1.1.3 互联网金融兴起原因

任何事物的产生和发展都离不开社会需求与科技进步的推动,互联网金融也不例外,互联网金融的兴起是大势所趋,是社会需求推动下时代发展的必然产物。

1. 信息和网络技术的进步

信息和网络技术的进步,为互联网金融的发展奠定了技术基础,以互联网和信息通信为代表的新一代信息技术(如云计算、搜索引擎、社交网络、大数据、移动支付等)的不断完善促进了互联网金融的兴起。

以大数据和云计算技术为例,大数据包含了互联网、医疗设备、视频监控、移动设备、智能设备、非传统 IT 设备等渠道产生的海量结构化或非结构化数据,大量的交易数据中囊括了有关消费者、供应商和运营管理方面的信息,运用云计算技术对获取的大数据进行系统的筛选、提炼、统计和分析,不仅能够获取最有效的信息,还能够获取潜在的商业价值。大数据和云计算技术的运用,提高了信息的处理效率,降低了信息处理的成本,增加信息的利用率。

2. 居民生活方式与交易习惯的变化

伴随着互联网技术和移动互联技术的高速发展,以及互联网普及率的不断提高,越来越

越多用户的生活、工作平台均大规模向互联网转移,互联网金融也因而有了广泛的目标客户群体。

传统金融行业时常面临的排队等效率低下的问题,造成了资源的浪费,不能为客户带来满意的服务,这使得自助化的理财方式应运而生,互联网作为连接金融机构与客户最强大的纽带和平台,使得客户足不出户就能够办理各种业务。方便、快捷、高效的互联网金融模式迎合了客户的需要,因此逐步兴起并快速普及开来。

3. 多样化的理财需求

居民收入、生活水平的提高,催生了个性化、多样化的理财需求。传统金融提供的同质化的金融产品已经不能充分满足客户的需求,客户希望能够有更多的投资理财组合,使其可以根据自身实际财务状况进行选择,以平衡收益与风险。

另外,传统金融业更多关注高净值客户群、机构客户或者VIP客户,这就导致相当一部分小额投资者的资产难以实现有效的保值增值,而互联网金融能够很好地通过碎片化理财的方式解决这一问题。利用了互联网行业的“长尾理论”,互联网平台可以将无数的闲散资金汇集起来,进行投资理财。由于互联网平台没有地域限制,加上支付便利,成本较低,可以实现客户闲散资金的“碎片化理财”的期望。

4. 电子商务的快速发展

近年来,我国电子商务市场规模持续高速增长,网络购物逐渐成为消费的潮流。随着电子商务的发展,其对我国工农业生产、商贸流通和社区服务等领域的渗透不断加深,实现了实体经济与网络经济、网上与网下的不断融合,且跨境合作与全球扩张的趋势明显。电子商务的快速发展导致对便捷网上支付方式的迫切需求,成为互联网金融发展的契机。

1.1.4 互联网金融的特征

互联网金融的出现,对传统金融业特别是银行传统业务构成了一定的冲击,很大程度上归因于互联网金融具有如下特点。

1. 交易成本低

(1) 互联网金融是基于互联网虚拟空间开展的金融业务,各类电子终端替代了传统金融中介和市场中的物理网点与人工服务,省去了传统的庞大实体营业网点费用和雇用众多员工的人力资源费用,降低了交易成本。

(2) 互联网金融利用互联网技术优化了传统金融的运营模式,从而降低交易成本。比如,在传统支付模式下,客户必须分别与每一家商业银行建立联系,然而,在第三方支付模式下,客户只需要与第三方支付公司建立联系,第三方支付公司可以集成多个银行账户,代替客户与商业银行建立联系,从而提高支付清算效率。第三方支付公司通过采用二次结算的方式实现了大量小额交易在第三方支付公司的轧差后清算,从而能降低交易成本。

(3) 互联网金融模式在一定程度上解决了信息不对称的问题。投资者可在开放的平台上通过搜索引擎找到适合的金融产品,交易双方可通过平台信息对交易对手方的信用情况进行甄别,大大地节省了时间和人力。

(4) 互联网金融的去中介化趋势缩短了资金融通中的链条,减少了中间环节,缩减了

不必要的开支,降低了交易成本。

2. 运作效率高

(1) 互联网、移动支付、搜索引擎、大数据、社交网络和云计算等先进技术手段的应用,可以突破时空限制,减少中间环节,没有复杂的机构设置,使得决策更加灵活有效,能够快速发现并响应客户的需求,实现高效运作。

(2) 互联网平台能够积累用户的信用数据,参与者通过互联网有了更直接、更有效的接触,透明度更高,能缓解甚至完全消除交易双方的信息不对称,有效提高资金融通效率。

3. 技术依赖性强

互联网金融正是由于应用了互联网技术和互联网思想,才得以在短时间内迅速普及。

例如,数据挖掘技术数据挖掘技术作为一项重要的技术工具,可以为互联网金融的市场营销、信用风险管理和个性化金融服务等方面提供有力的支持。例如,近年来获得广泛关注的阿里金融认为:数据库是其最核心的价值,阿里金融中的企业征信系统中仅淘宝就有千万数量级的企业用户,数据库涵盖的内容包括买家基本信息、商品交易量、商店活跃度、用户满意度、库存、现金流,以及支付所有相关的水电运营数据存储等。

4. 创新速度快

创新速度快是互联网产品的一大特色,因此,具有互联网特色的互联网金融产品也在不断地更新换代,如余额宝等投资理财产品、P2P网络借贷、众筹等融资产品都能够在极短时间内快速发展并获取广泛关注。产品的创新速度快,不仅能够满足消费者的猎奇心理,同时还可以根据客户需求提供个性化定制的产品,增强客户对互联网金融产品的依赖性。

5. 交易可能性集合扩展

在互联网金融模式下,客户不再受到时间和地域的限制,可以随时随地在互联网上寻找各类所需的金融服务,同时互联网金融还弥补了传统金融的不足,业务还覆盖了部分传统金融机构的服务盲区,有效扩展了交易的可能性集合。

P2P网络借贷就可以作为最典型的例子,通过P2P网络借贷平台提供的信息,陌生人之间也可以借贷,而线下个人之间的直接借贷,一般只发生在亲友之间。

6. 注重客户体验

(1) 服务更加便捷,借由电脑终端、手机终端,客户能够随时随地随心享受便捷服务、交互服务。

(2) 服务包容性更强,互联网金融模式实质上体现的是“普惠金融”的精神。在互联网平台上,资源开放共享,传统金融无法顾及或难以完全覆盖的小微企业、小商户、农民、学生等草根阶层,也能得到公平对待、享受服务。

(3) 客户体验更好。服务模式由传统的面对面柜台交易向互动式沟通与群体参与转变,并且通过数据挖掘和分析,提前发现潜在客户和潜在需求,为客户提供优质高效的产品和服务体验。

7. 风险特殊性

(1) 互联网金融具有传统金融的风险特点,如流动性风险、市场风险、利率风险和信用风险等。然而在我国,互联网金融尚处于起步阶段,目前我国互联网金融的相关法律并

不健全,行业的准入门槛和业务规范也比较模糊,整个行业面临许多风险。此外,作为非金融机构,互联网金融并未接入中国人民银行的征信系统,也不具备类似商业银行的风控、合规等相关机制,因而很容易触发各种风险问题。

(2) 互联网金融的互联网特性决定了它的风险因素更加复杂、多变,风险传导速度更快、诱导因素更敏感复杂。由于互联网金融技术依赖性强,存在技术风险问题,一旦遭受黑客恶意攻击,互联网金融的正常运行将受到巨大影响,造成客户的个人信息外露,威胁客户的资金安全。同时,网络虚拟性降低了犯罪成本,加大了监管难度。

1.1.5 互联网金融与传统金融的区别

互联网金融与传统金融的区别主要表现在以下几个方面。

1. 参与者方面

传统金融模式中,除了股票等直接投资方式以外的所有投融资活动都以商业银行为中心展开,商业银行作为金融中介,在间接融资过程中发挥重要作用。因此,传统金融模式的参与者可分为:投资者、银行、融资者。

互联网金融的发展加速了“金融脱媒”的进程,以银行为主导的经济格局受到了挑战。资本市场上,直接融资取代了间接融资,通过互联网金融平台,参与者(投融资方)直接实现了资金对接,参与者可以只包括投资者和融资者。

2. 服务对象与理念方面

传统金融服务的对象以大中型企业和高收入群体为主,对不同类型的客户提供“差异化”的服务。

互联网金融在服务的过程中,秉承着“开放、自有、平等和分享”的互联网精神,服务的对象包括小微企业和普通大众群体,为所有客户提供需要的服务。

3. 渠道和平台方面

传统金融模式提供的渠道和平台以线下网点为主,辅以网络金融的服务渠道,大部分的业务要求消费者到金融机构网点进行实体操作。

互联网金融为每一位用户提供包括电子商务平台、移动互联网平台在内的自助化财富管理渠道,跨越了时间和空间的限制,实现了足不出户的财富管理目标,大大降低了理财成本,方便了群众的投资理财。

4. 支付和结算方面

传统金融机构利用现金、票据和信用卡等传统的支付工具进行支付,依靠银联及相关的金融系统完成支付和结算的整个流程。

互联网金融模式的支付方式以第三方支付和移动支付为主。互联网金融模式下的支付方式具有方便快捷、费用低廉、可移动性等优势。一方面解决了小额支付下产生的贷款转账不便的问题;另一方面也大大降低了由于信息不对称所导致的互联网交易的欺诈风险,充分保障了消费者的合法权益,促进了支付行业的健康发展。

5. 信用风险和征信体系方面

在征信方面,传统金融主要依靠中国人民银行的征信系统,由于中国人民银行的征信系统统计的指标均是商业银行信贷业务审核的重要信息,所以商业银行信贷业务的开展对人民银

行的征信体系有着较强的依赖性。但是,传统金融模式的信贷信息的收集与审核易受到人为的影响和控制,而且在实际生活中能获取的数据信息有限,所以传统金融在信贷风险的评估方面受到较大的限制。

由于互联网金融发展时间较短,尚未形成完整的征信体系,作为非金融机构又无法加入中国人民银行的征信体系,不能使用征信系统的信息,其征信信息主要建立在客户的网络社交、交易记录的基础上。一方面,大数据和云计算的应用很大程度上解决了信息不对称的问题;另一方面,这种模式无法实现线上、线下信用信息的交换与更新,整个互联网金融行业缺乏一个覆盖面广泛、受众更宽的征信系统以解决整个行业的信用信息缺失问题。

6. 信息处理和运行成本方面

传统金融模式下,开展金融业务时,往往需要通过大量的人力、物力以及营业网点进行支撑,在设置网点、维护设备、职工薪资等方面都需要大量的费用。例如,在开展信贷业务时,传统金融机构获取投资企业的信息成本较高,通常需要花费较高的人力、物力以及时间成本进行考察和审核,由于缺乏有效的信息处理工具,在获得信息后,处理信用信息也需要花费较多的时间和精力,同时还无法避免受到人为主观因素的影响,增加信贷风险。

与传统金融相比,互联网金融企业的成本主要集中在大数据的开发与维护,平台的研发与创新;产品创新上,节省了大量的不必要的开支,节约了人力以及时间成本,提高了企业的竞争力。例如,在开展信贷业务时,互联网企业利用搜索引擎进行信贷审查,通过搜索引擎对数据进行有效筛选和组织,迅速找到目标信息,节省决策时间。

1.1.6 互联网金融功能

作为互联网信息技术与现代金融相结合的产物,互联网金融的功能主要体现在以下几个方面。

1. 平台功能

互联网金融借由互联网技术,为客户提供便捷的交易平台,客户只需要通过互联网平台即可开展支付结算、转账、购买理财产品等金融活动。互联网金融的平台功能,降低了营业网点在金融活动中的作用,一方面提高了客户的理财效率;另一方面降低了金融机构的运营成本。

2. 支付结算功能

商业银行以其强大的资本实力和丰富的运营经验成为了传统支付体系的主体,然而互联网技术的应用使得支付活动得以突破时空限制,加快了资金周转速度,提高了清算交收的效率,在一定程度上对传统金融机构的支付结算业务的垄断地位形成了有力冲击。第三方支付机构虽然在资本实力和客户资源等方面处于弱势地位,但以其先进的技术体系和不断创新的支付产品迎合了时代发展趋势,吸引了越来越多的客户,这也推动着传统金融机构在金融互联网领域的不断探索。

3. 信息收集和处理功能

我国实行“分业经营,分业监管”的金融体制,导致传统金融机构之间的业务相互独立,不同金融机构掌握的信息资源各不相同,各类信息资源无法得到有效地整合,导致了