

互联网金融新业态

严圣阳 著

HULIANWANG
JINRONG
XINYETAI

长江出版传媒
湖北科学技术出版社

武汉商学院资助出版

互联网金融新业态

严圣阳 著



长江出版传媒
湖北科学技术出版社

目 录

第 1 章 导 论	(1)
1.1 互联网金融理论研究综述	(1)
1.1.1 关于互联网金融的内涵与范畴	(1)
1.1.2 关于互联网金融的业务类型	(2)
1.1.3 关于互联网金融的功能与特点	(3)
1.1.4 互联网金融的发展趋势研究	(3)
1.1.5 互联网金融的发展中存在的问题及对策研究	(4)
1.1.6 互联网金融相关理论	(5)
1.2 互联网金融概述	(8)
1.2.1 互联网金融与互联网精神辨析	(8)
1.2.2 互联网金融的产生与发展	(9)
1.2.3 大数据与互联网金融	(12)
1.2.4 云计算与互联网金融	(13)
1.2.5 互联网金融发展前景	(14)
第 2 章 国外发展互联网金融的经验	(16)
2.1 发达国家发展互联网金融的经验	(16)
2.1.1 美国互联网金融的发展经验	(16)
2.1.2 日本互联网金融的发展经验	(20)
2.1.3 欧洲国家互联网金融的发展经验	(23)
2.2 新兴市场国家互联网金融的发展历程及启示	(27)
2.2.1 肯尼亚互联网金融发展历程及启示	(27)
2.2.2 印度互联网金融发展历程及启示	(30)
第 3 章 我国互联网金融发展现状及路径	(32)
3.1 我国互联网金融发展现状	(32)
3.1.1 金融互联网发展状况	(32)

3.1.2	互联网金融发展状况	(42)
3.2	我国互联网金融发展中存在的问题	(53)
3.2.1	金融互联网发展中存在的问题	(53)
3.2.2	互联网金融发展中存在的问题	(55)
3.3	我国互联网金融发展的路径选择	(57)
3.3.1	建立良好的互联网金融生态	(57)
3.3.2	创新符合市场需要的互联网金融产品和服务	(58)
3.3.3	建立有效的市场运行机制	(60)
3.3.4	加强风险控制和监管	(63)
第4章	互联网金融生态系统	(65)
4.1	互联网金融生态系统概况	(65)
4.1.1	互联网金融价值链	(66)
4.1.2	互联网金融生态系统发展状况	(68)
4.1.3	互联网金融生态短板及维护措施	(73)
4.2	互联网金融消费者	(76)
4.2.1	互联网金融消费者特征	(76)
4.2.2	互联网金融消费者需求	(78)
4.2.3	互联网金融消费者消费心理与行为分析	(81)
4.3	金融机构	(84)
4.3.1	金融机构互联网客户定位	(84)
4.3.2	金融机构互联网差异化竞争策略	(87)
4.4	电子商务平台与互联网企业	(89)
4.4.1	电子商务平台与互联网企业类型及客户定位	(89)
4.4.2	电子商务平台与互联网企业差异化竞争策略	(90)
4.4.3	电子商务平台与互联网企业产品与业务分析	(92)
4.5	网络运营商与周边供应商	(94)
4.5.1	网络运营商增值服务	(94)
4.5.2	周边供应商价值链的延伸	(95)
4.6	互联网金融监管机构	(97)
4.6.1	互联网金融监管机构的监管领域及依据	(97)
4.6.2	互联网金融监管机构的监管盲区	(98)
4.6.3	监管机构协同混业监管的探索	(100)

第 5 章 网上电子银行	(102)
5.1 网上银行	(102)
5.1.1 网上银行发展概况	(102)
5.1.2 网上银行业务创新	(105)
5.1.3 网上银行发展趋势	(109)
5.2 手机银行	(110)
5.2.1 手机银行发展概况	(110)
5.2.2 手机钱包	(112)
5.2.3 移动 POS	(116)
5.2.4 远程移动支付与近场支付(NFC)	(117)
5.2.5 手机银行发展策略	(119)
5.3 银行电子商务平台	(121)
5.3.1 交易型电子商城业务分析	(121)
5.3.2 综合型金融平台	(123)
5.4 网络社交媒体银行	(124)
5.4.1 微信银行	(124)
5.4.2 银行官方微博	(128)
第 6 章 互联网金融投融资业务	(130)
6.1 线上众筹融资	(130)
6.1.1 线上众筹融资现状分析	(130)
6.1.2 线上众筹融资业务模式	(131)
6.1.3 线上众筹融资风险及控制措施	(133)
6.2 P2P 小额贷款	(136)
6.2.1 P2P 小额贷款现状分析	(136)
6.2.2 P2P 小额贷款业务模式与流程	(138)
6.2.3 P2P 小额贷款风险控制措施	(142)
6.3 电商小额贷款	(144)
6.3.1 电商小额贷款概况	(144)
6.3.2 电商小额贷款业务模式与流程	(145)
6.3.3 电商小额贷款风险控制措施	(146)
第 7 章 第三方支付	(149)
7.1 第三方支付发展概况	(149)

7.1.1	第三方支付市场交易规模	(149)
7.1.2	第三方支付市场竞争格局	(151)
7.1.3	第三方支付市场业务与盈利模式	(153)
7.1.4	第三方支付发展趋势	(154)
7.2	第三方互联网支付	(156)
7.2.1	第三方虚拟账户支付模式分析	(156)
7.2.2	快捷支付模式分析	(158)
7.3	第三方移动支付	(161)
7.3.1	移动支付价值链分析	(162)
7.3.2	近场支付	(165)
7.3.3	远程支付	(168)
7.3.4	第三方移动支付的行业应用	(170)
7.4	第三方支付产业链的延伸趋势	(173)
7.4.1	金融业务领域延伸	(173)
7.4.2	应用场景延伸	(175)
第8章	互联网金融财富管理业务	(178)
8.1	互联网金融财富管理业务发展概况	(178)
8.1.1	互联网金融财富管理的内涵解析	(178)
8.1.2	互联网金融财富管理发展现状	(179)
8.1.3	互联网金融财富管理发展趋势分析	(182)
8.2	互联网货币基金发展分析	(184)
8.2.1	互联网货币基金的发展现状及影响	(184)
8.2.2	互联网货币基金存在的问题	(186)
8.2.3	互联网货币基金发展趋势	(188)
8.3	网上证券业务	(190)
8.3.1	网上证券业务现状及影响分析	(190)
8.3.2	网上证券业务模式创新	(193)
8.4	网上保险业务	(196)
8.4.1	互联网保险业务现状及影响分析	(196)
8.4.2	互联网保险业务创新	(200)
第9章	互联网金融电子货币	(202)
9.1	电子货币的类型、特点及影响	(202)

9.1.1 电子货币界定及其类型	(202)
9.1.2 电子货币的特征	(203)
9.1.3 电子货币的职能	(204)
9.2 货币的电子化	(205)
9.2.1 货币电子化的发展趋势分析	(205)
9.2.2 货币电子化中的支付工具	(206)
9.2.3 货币电子化的功能	(208)
9.3 虚拟货币	(209)
9.3.1 比特币	(209)
9.3.2 其他虚拟货币	(212)
9.4 电子货币的影响与监管	(213)
9.4.1 电子货币对传统货币支付体系的影响	(213)
9.4.2 电子货币的监管策略	(215)
第10章 互联网金融市场运行机制	(217)
10.1 互联网金融电子支付方式	(217)
10.1.1 互联网金融电子支付体系	(217)
10.1.2 互联网金融电子支付运行模式	(220)
10.2 互联网金融信息处理机制	(222)
10.2.1 互联网金融信息的挖掘	(222)
10.2.2 互联网金融信息处理系统	(224)
10.3 互联网金融资源配置方式	(226)
10.3.1 互联网金融资源的配置原理	(226)
10.3.2 互联网金融资源的配置方式	(228)
第11章 互联网金融风险管理	(232)
11.1 互联网金融风险内涵与类型	(232)
11.1.1 互联网金融风险的内涵	(232)
11.1.2 互联网金融风险的类型及表现	(232)
11.2 互联网金融的风险管理措施	(238)
11.2.1 利用大数据加强互联网金融业务风险管理	(238)
11.2.2 加强信息披露和征信系统建设	(239)
11.2.3 加强互联网金融消费者权益保护	(241)
11.2.4 建立健全互联网金融法规,强化安全防范措施	(242)

第 12 章 互联网金融的监管	(244)
12.1 互联网金融监管的国际经验及启示	(244)
12.1.1 互联网金融监管的国际经验	(244)
12.1.2 国外互联网金融监管的启示	(248)
12.2 互联网金融的监管思路与措施	(251)
12.2.1 互联网金融监管思路	(251)
12.2.2 互联网金融的监管措施建议	(253)
后记	(259)
参考文献	(260)

第1章 导 论

1.1 互联网金融理论研究综述

1.1.1 关于互联网金融的内涵与范畴

国外并没有互联网金融这一专门的提法,只有其各种业态的相关阐述。这一状况与其互联网金融实践活动有关。比如美国,虽然第三方支付、P2P 网络贷款、众筹融资、移动支付、互联网货币市场基金、网络银行、网络证券与保险等互联网金融业务种类丰富、起步较早,但却并未称之为互联网金融。所以,国外理论界对互联网金融各种具体业态的定义、特征等方面的论述较多。比如:美国著名经济学家、乔治华盛顿大学经济学教授埃利·萨勒曼认为,互联网的商业化正不断改变着银行现行的经营方式,由此也衍生出了第一种全球货币。互联网正在创造存在于电脑内的“电子银行”,并与“传统的银行和石砖瓦砾建造起来的银行”相竞争。Tiwari,R & Buse(2007)认为,互联网金融是借助于电子(移动)设备访问计算机媒介网络,以实现物品和服务的所有权或使用权的任何交易。从国外相关互联网金融相关研究内容看,互联网金融包括的范畴十分广泛。Wu & Hisa(2008)从理论的角度给出了互联网金融、移动市场的概念,并给出了电子金融与移动金融的差异,以及移动市场的关键特性(如便捷性、个性化、本地性、灵活性、可接入性和实时性等特点)。从银行开展移动金融的理论角度出发,De Vos, H · Haaker, T · Teerling(2008)给出了定义:利用位置信息提供本地服务的移动银行服务所创造的客户价值。Lauran & Lin(2005)研究了使用移动银行的行为意图。Ratten(2008)则侧重从业界的角度出发,给出了一个 WAP 银行的概念模型。Riivari(2005)指出了网上银行是一个有力的提供公司金融服务的新型 CRM 工具。

关于互联网金融的内涵,国内的文献记载比较少,多数是关于这种业态的描述,少有人给出明确的定义。狄卫平、梁洪泽(2000)较早关注到互联网金融

现象,他们的定义是:从网络金融入手,即所谓网络金融,又称电子金融(e-finance),是指在国际互联网(Internet)上实现的金融活动,包括网络金融机构、网络金融交易、网络金融市场和网络金融监管等方面。它不同于传统的以物理形态存在的金融活动,是存在于电子空间中的金融活动,其存在形态是虚拟化的、运行方式是网络化的。在早期这种观点具有一定的代表性。王大威(2012)认为,随着互联网的迅猛发展,金融交易已经从传统的专网不断向互联网进行渗透,互联网将金融跨时间、跨空间的价值交换发挥到了极致,并且这种趋势还在呈几何级数增长。目前部分商业银行、基金公司、保险公司已经开始通过社交网络推广自己品牌或者直接在网销售金融产品,这就已经是互联网金融了。谢平(2012)认为,可能出现既不同于商业银行间接融资,也不同于资本市场直接融资的第三种金融融资模式,称为“互联网金融模式”。互联网金融模式有三个核心部分:支付方式、信息处理和资源配置。侯唯栋(2013)则提出,互联网金融也是充分的利用互联网技术对金融业务进行深刻变革后产生的一种新兴的金融业态。

可见,关于互联网金融内涵与范畴,理论界并没有形成共识。专家们把这些金融新业态称之为互联网金融,尽管表述不尽一致,但大家都把目前的电子银行、网上银行、电商金融、第三方支付、移动支付等都归属于互联网金融的范畴。

1.1.2 关于互联网金融的业务类型

从现有文献看,专家学者在互联网金融的业务类型上,虽然表述不尽相同,但基本形成部分共识,即第三方支付、网上银行与移动支付、网上投融资业务等。谢平(2012)认为,随着 WIFI、3G 等技术发展,未来的移动支付将更便捷、人性化,真正做到随时、随地和以任何方式进行支付。随着身份认证技术和数字签名技术等安全防范软件的发展,移动支付不仅能解决日常生活中的小额支付,也能解决企业间的大额支付,完全替代现在的现金、支票、信用卡等银行结算支付手段。

张军(1999)提出,从美国等西方国家金融业的发展来看,网上金融服务业在业务品种和规模上几乎覆盖了除现金以外的所有零售银行业务和部分投资银行业务。马时雍(2012)认为,互联网金融业务主要有:第三方支付、网络借贷、移动支付等。廖理(2013)指出,目前来看,互联网金融主要有三大类型:一是第三方支付,二是 P2P 小额信贷,三是众筹融资网站。此外,还包括新型电子

货币、其他网络金融服务平台等。

1.1.3 关于互联网金融的功能与特点

一些学者在研究新兴互联网金融功能及特点时,普遍采用了比较研究的方法,即从互联网金融与传统金融的比较中,展望或归纳出互联网金融的信息处理、平台交易、去中心化等功能和特点。比如,曾刚(2012)从功能和机构的视角比较了传统金融与互联网金融的特点,认为互联网金融在信息的搜集和处理,在一些互联网平台的交易体系设计中(如 eBay 和淘宝等),不仅可以很容易地获得交易双方的各类信息,而且还能有效地将众多交易主体的资金流置于其监控之下,与传统金融模式相比,这极大地降低了风险控制成本,由此大大拓展了金融服务的生产可能性边界,使以前不能获得传统金融支持的群体,也可以得到金融支持。侯唯栋(2013)认为,互联网金融应该是一个平台战略,这个平台包括四个内容。从银行的角度来讲,支付、理财、融资和外汇合作。与传统金融相比,上述互联网金融皆具有两大特点,概括而言即“一大一小”,“大”是指大数据;“小”是指小客户。戴庚(2013)认为,互联网金融背后隐藏的精神是通过“去中心化”的理念,大幅度解决信息不对称的问题,让各方快速建立联系,进而提升效率、降低成本。

1.1.4 互联网金融的发展趋势研究

关于互联网金融未来的发展趋势,很多学者都进行过探讨。如谢平(2012)认为,在全球范围内,已经可以看到三个重要趋势。第一个趋势是移动支付替代传统支付业务(如信用卡、银行汇款);第二个趋势是人人贷(个人之间通过互联网直接借贷)替代传统存贷款业务;第三个趋势是众筹融资(crowd funding,通过互联网为投资项目募集股本金)替代传统证券业务。王大威(2012)认为,互联网金融将呈现出三大趋势:其一,终端的离散化。其二,身份的数字化。其三,服务通用化。在国外,互联网金融的发展是非常迅速的。当前在美国的融资渠道已经出现了这种趋势:IPO 不再需要借助传统交易所的渠道。一个概念投放到互联网,明确标明投资份额就可以在网络进行 IPO。王岩岫(2013)认为,近年来发展第三方互联网金融对现金、票据、信用卡替代效应明显,银行需要加强加快创新,迎接新的竞争格局。面对互联网对银行的冲击,银行界普遍认为,淘宝、微信成为互联网入口给银行带来了新的机会,为销售产品提供更多机会,未来塑料卡片的信用卡可能会消亡,由手机或其他介质来代替。平安陆

金所副总经理楼晓岸认为,互联网能够真正使金融走向中小企业和金融消费者,特别是融资困难的中小企业,提供金融产品的可得性,让金融消费者有大量的投资渠道。快钱公司 CEO 关国光表示,今天的经济生活中有两股力量是不容忽视的,一个是传统的金融行业,还有一个是新兴互联网行业。当这两股力量汇合在一起时,整个经济体系都将发生变革。

目前,国内互联网金融业正从单纯的支付业务向转账汇款、跨境结算、小额信贷、现金管理、资产管理、供应链金融、基金和保险代销、信用卡还款等传统银行业务领域渗透。互联网金融给广大小微企业和金融消费者带来了巨大便利,也使民营资本快速渗入金融业。还要看到,金融与互联网联姻,是金融业未来发展的大趋势。传统银行不仅不能放弃网络金融这块“蛋糕”,更要紧紧抓住网络金融创新的契机,大力开发新的金融产品。一些银行已经看清了这一趋势,正在向着网络金融的方向寻求突破升级,如,招商银行携手中国联通推出移动支付产品——招商银行手机钱包,浦发、农行、建行等也陆续公布了在移动支付领域的战略规划和最新产品。可以预计,随着互联网金融的创新产品越来越多,消费者将会得到更多实惠,经济的内生动力和金融支撑也必将更为强劲。

1.1.5 互联网金融的发展中存在的问题及对策研究

关于互联网金融发展中存在的问题,现有文献多有涉及,并给出了对策。王大威(2012)认为,首先问题来自于行政部门有意为线上线下资金流动设置防火墙,防止效率更高的互联网支付体系冲击线下支付网络。第二个困境是商业银行与支付机构之间并未建立“互信”的产业链关系。第三个困境来自于外资互联网巨头的威胁。对于支付机构而言,应该从互联网企业逐步向金融服务平台转型,提供更加标准化的产品、服务和价格体系,努力向金融行业较为严格的内控、风险控制、信息安全以及合规标准看齐。马时雍(2012)认为,中小商业银行应该从根本上树立起科技兴行的理念,并真正扎扎实实地把它落到实处,小微企业和零售业务是中小商业银行发展互联网金融的重点。

李广明(2011)等搜集 P2P 网络融资中违约者的数据,通过统计分析总结其特征,为网络融资的风险控制提供分析方法,并对建设监管系统提供了建议。何始、沈迎红(2012)不仅归纳了现有的网络融资模式,更创造性地提出“云仓”的新模式,这是场外融资与网络结合的新形式,主要应用于产业链融资。

陈树军(2013)认为,互联网也带来了一些问题,第一,隐私问题应该建立授权规则机制。第二,要解决认证机制,银行坚持这么多年的实名制就是解决认

证的问题、真实性的问题。第三,是计算能力的问题。

茅于軾(2013)认为,金融业务都存在风险,一方面,民间借贷还没有相关法律监管,在行业发展及日常运营方面仍然存在风险,因此应该尽快立法保证民间借贷有序发展;另一方面,银监会不应该以防范的心态对待民间借贷,经常警示风险,吓唬这个市场,而应该鼓励民间借贷的发展,为它们指明方向,比如,告诉民间借贷机构,等它们发展到一定阶段的时候,就可以转化成银行。

可见,现有文献对于互联网金融发展过程中存在的问题,多从其中某种业态、业务模式、某种创新产品和服务、监管、价值链的某个环节等方面着手,分析了其问题所在以及产生问题的原因,并给出了学者们自己的对策。这些问题和对策多属微观层面的探索,对于互联网金融从宏观上系统进行研究成果并不多。

1.1.6 互联网金融相关理论

1. 交易成本创新理论

交易成本理论以希克斯和尼汉斯(1983)的研究为代表,该理论认为技术进步是主因,而金融创新是一种形式上的响应,目的是为了节约市场交易的成本。当然交易成本并非单纯只通过技术进步来调节,竞争和市场信息的完善都能降低交易成本,以交易成本的角度来判断创新的发生与否依然是种常见的分析方法。希克斯(J. R. Hicks)和尼汉斯(J. Niehans)提出的金融创新理论的基本命题为“金融创新的支配因素是降低交易成本”。这个命题有两层含义:降低交易成本是金融创新的首要动机,交易成本的高低决定金融业务和金融工具是否具有实际意义;金融创新实质上是对科技进步导致交易成本降低的反应。希克斯把交易成本和货币需求与金融创新联系起来考虑,认为交易成本是作用于货币需求的一个重要因素,不同的需求产生对不同类型金融工具的要求,交易成本高低使经济个体对需求预期发生变化;交易成本降低的发展趋势使货币向更为高级的形式演变和发展,产生新的交换媒介、新的金融工具;不断降低交易成本就会刺激金融创新,改善金融服务。尼汉斯(1983)认为,金融创新的重点是金融工具,不同的金融工具能够应对不完全市场带来的系统风险。

由此看来,互联网金融创新有其理论依据,交易成本的降低成为其创造力的源泉,新的金融工具、业务模式层出不穷,带来了海量用户,从而实现金融普惠。从互联网金融每一种创新,都能发现其背后利用互联网信息技术降低交易成本的诱因。

2. 约束诱导性金融创新理论

约束诱导性理论的代表人物是美国著名的经济和金融学家威廉·L·西尔柏(Silber 1975)。威廉·L·西尔柏在1983年5月发表了《金融创新的发展》一文,详述了金融创新的动因,并用直线程度模型加以说明。他认为金融创新是追求利润最大化的微观金融组织,为消除或减轻外部对其产生的金融压制而采取的“自卫”行为。西尔柏认为,金融压制来自两个方面,其一是外部约束,主要是政府等监管机构的管制;其二是内部约束,即金融企业制订的利润目标、增长率、资产比率等。这两个方面的金融压制,特别是外部条件发生变化而产生金融压制时,实行最优化管理和追求利润最大化的金融企业将会从机会成本角度和金融企业管理影子价格与实际价格的区别来寻求最大程度的金融创新。西尔柏的理论是从利用微观经济学对企业行为分析入手,主要侧重于金融企业与市场拓展相关联的金融工具创新和金融交易创新,解释金融企业的“逆境创新”,而对与金融企业相关的市场创新,以及由于宏观经济环境变化而引发的金融创新皆不适应。

事实上,银行业的互联网化较好地约束诱导性金融创新理论作出了阐释和验证。正是基于互联网企业开展第三方支付、理财、网络贷款业务的巨大外部压力,银行业被迫开展网上银行、移动支付、电商平台等业务创新,形成了金融互联网,也试图借创新摆脱监管机构过于严格的监管。

3. 规避管制型金融创新理论

这一理论是由美国经济学家凯恩(E. J. Kane)于1984年提出来的。Kane(1978,1981)是这个理论的代表人物,他认为监管的实质表现是税,这会降低金融行业的盈利水平,进而触发行业为绕开监管而进行创新。规避管制理论是指和Silber的约束诱导性理论有所不同,约束诱导性理论强调的是金融机构单方面的主动性,因为政府不可能立即对新的金融模式进行约束管制,这段监管的真空期就是创新带来利润的黄金期。但政府终究会修改法规施加新的监控,政府和金融机构是长期互相博弈的关系,规避管制理论正是考虑了这点,利用博弈模型来展现金融创新的动态过程。Miller(1986)持类似的观点,并补充说明金融创新的结果应得到持续性应用,才能说明它是有效的规避。

Kane(1978,1981)认为,所谓规避,就是指对各种规章制度的限制性措施实行回避。规避创新就是指回避各种金融管制的行为。它意味着当外在市场力量和市场机制与机构内在要求相结合,回避各种金融控制和规章制度时就产生了金融创新行为。实际上,规避已经被认为是合法的了。为了获得最大化的利

润,金融企业在运行过程中会通过创新来逃避政府的管制,但当金融创新危及金融制度稳定时,政府又会加强管制,这种管制将导致新一轮创新。因此,金融制度的静态均衡几乎是不存在的,管制和规避引起的创新总是不断交替,形成一个动态的博弈过程。

余额宝的诞生、快捷支付被限额以及网络信用卡被叫停等金融创新过程,似乎能够体现这种动态博弈过程。互联网金融的创新往往伴随着监管套利,从而带来制度的完善和新一轮的业务创新。凯恩的理论一样适用于互联网金融的创新,揭示了互联网金融创新的发展规律。

4. 长尾理论

长尾理论由克里斯·安德森在研究亚马逊等互联网企业运营模式的基础上提出的,其核心思想是当需求不旺或销售不佳的产品市场组合起来时,共同占据的市场份额就不容忽视。

这种组合是基于产品存储和流通的渠道达到足够大,因而单个商品的销售成本降低到可以忽略不计,从而企业可以降低销售门槛,进入长尾市场。如图1-1,在长尾曲线上,企业销售量的实现不在于传统需求曲线上代表“畅销商品”的主体,而在于其后代表“冷门商品”的经常为人遗忘的长尾。

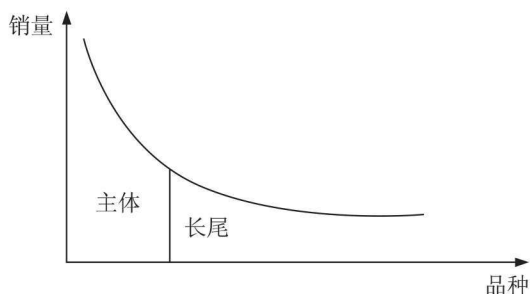


图 1-1 长尾曲线

长尾理论中很重要的一个概念是利基,是在大市场之外,更窄地确定的某些群体,他们共同组成了需求未被满足的小市场。企业通过对市场的不断细分,严格针对某一类特殊客户群体,重点开发满足其需求产品或服务,这就是利基市场,也称作长尾市场。

传统金融产品的市场是大市场,如银行理财、信托计划、私募基金等,都具有巨大规模,但随之而来的是高销售成本和高客户门槛。数量众多的普通投资者(诸如众多小企业、贸易公司、个人用户)投资消费的额度很小,是传统金融机

构不愿意也无法广泛服务的对象,他们构成了尾部巨大的长尾市场。

就网络销售金融产品而言,互联网金融能够以其强大的交易处理系统能够实现大量级客户的交易需求,具有鲜明长尾特点。一是能够降低成本,采取基金公司网上直销的手段,避免销售机构与客户的利益冲突,最大程度上给客户让利;二是能够降低门槛,让更多普通人能使用;三是方便快捷,客户不需要再亲临金融机构的物理网点,足不出户就能享受理财服务;四是能够进行及时信息披露,每日结转收益清晰可见等等优势。因此,互联网金融能够激发并满足数以亿计的长尾用户。

1.2 互联网金融概述

1.2.1 互联网金融与互联网精神辨析

什么是“互联网金融”?业界之所以对这个词的涵义、外延不太能形成一致共识,根本原因是这个事物还在持续地进化与演变中,传统金融机构与新生互联网力量在相互融合。

互联网金融应该抛开门户之见,放弃所谓金融互联网和互联网金融之争,回归到互联网影响下的新型金融业态本身。从根本上讲,互联网金融作为信息网络技术与现代金融相结合的产物,是对以网络技术为支撑的可以在全球范围内展开的全部金融活动的总称。其主要内容包括互联网金融活动所涉及的业务和涵盖的领域。互联网金融服务的主要特点是:可以在任何时候、任何地点以任何方式提供全方位的金融服务。在这个意义上,互联网金融是现代金融在可预见的将来呈现的一种新业态,是金融业发展的一个重要趋势。当然,互联网金融并不是简单的“互联网技术的金融”,而是“基于互联网思想的金融”,技术作为必要支撑。否则可以称之为科技金融或者新技术金融。互联网的概念是超越计算机技术本身的,代表着交互、关联、网络。其中的主语或者核心是参与者,是人而不是技术。互联网金融是一种新的参与形式,而不是传统金融技术的简单升级。

什么是互联网的思想呢?是高效共享、平等自由、信任尊重,是点对点、网络化的共享互联,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。就像我们获取信息的方式,从统一的媒体和通告转向自媒体时代。每个人都在生产和分享内容。分享的通道是存在的,每个人接近于平等,

相互之间有着一定的信任尊重。每个人作为互联网金融的某一个体,都有充分的权利和手段参与到金融活动之中,在信息相对对称中平等自由地获取金融服务。逐步接近金融上的充分有效性和民主化。互联网技术的发展使这样的蓝图成为了可能。尤其是数据产生、数据挖掘、数据安全和搜索引擎技术,是互联网金融的有力支撑。社交网络、电子商务、第三方支付、搜索引擎等形成了庞大的数据量。云计算和行为分析理论使大数据挖掘成为可能。数据安全技术使隐私保护和交易支付顺利进行。而搜索引擎使个体更加容易获取信息。

所以,互联网金融是不问出身的,银行也好,电商企业、互联网应用企业也好,只要利用互联网技术,用互联网的共享、交互、平等、民主、普惠等精神,开展的金融活动,都可以称作互联网金融。金融互联网、互联网金融只要具备这种精神,就都是互联网金融的一部分。正如一个客户通过互联网购买基金理财产品,通过阿里巴巴购买就是互联网金融,通过银行电商平台购买就不是互联网金融,而称之为金融互联网,这是无论如何都讲不通的。

1.2.2 互联网金融的产生与发展

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企业纷纷在互联网上建立网站,形成从自动柜员机(ATM)、销售终端(POS)到无人银行、电话银行、从家庭银行到网络银行的全方位的金融电子化服务。据有关资料统计,截至1997年10月,全球共有20万家银行在因特网上设立了站点,其中,全球最大的100家银行中有70%在因特网上设立了站点。到1998年3月,因特网上有240多个金融站点为客户服务,1000多家金融机构进入因特网,其中,120多家金融服务企业提供在线交易服务。2002年西方国家网上银行业务所占的比重达到25%左右,2005年这一比重达到30%,美国银行这一比重达到50%。

但是,网络金融的发展总体上处于不平衡状态,北美(美国和加拿大)和欧洲的网络银行发展最为迅速,其网络银行数量之和占全球市场的90%以上。其次是亚太地区,如澳大利亚、新西兰、香港和新加坡。拉美地区的网络金融20世纪90年代后期也有较快发展,非洲的发展最为迟缓。网络银行的发展速度惊人。1995年10月,美国花旗银行率先在互联网上设立站点,形成了虚拟银行的雏形。1995年10月18日,世界第一家纯网络银行——安全第一网络银行(Seecurity First Network Bank)开始营业,为客户提供24小时全天候服务。自安全第一网络银行开业以来,许多国家和地区的银行纷纷上网,在国际金融界