

刘德寰 季飞 李夏 崔凯 等著

Data Mining

€€€ Digital Banking

¥¥¥

 **机械工业出版社**
CHINA MACHINE PRESS



银行业的互联网之路

刘德寰 季飞 李夏 崔凯 等著



机械工业出版社

本书以金融银行业与互联网业齐头发展的交集作为切入点，以平实的数据监测作为研究方法，以二十多家国内外银行作为对象，在考察全球银行业发展现状的基础上全面、系统地搭建监测框架，并严格地进行数据录入统计与分析，不仅从金融业的角度梳理各家银行的基本业务类型与信用卡发展现状，更从互联网发展的角度着重阐述电子银行（包括网络银行与手机银行）、电子商城以及社会化媒体运营现状。

本书适合金融、银行、投资、证券及互联网从业者阅读。

图书在版编目（CIP）数据

银行业的互联网之路 / 刘德寰等著. —北京：机械工业出版社，2012.8

ISBN 978-7-111-39261-3

I. ①银… II. ①刘… III. ①互联网络—应用—银行业—研究—世界 IV. ①F831.2—39

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 171665 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：杨 硕

责任编辑：杨 硕

责任印制：张 楠

北京双青印刷厂印刷

2012 年 9 月第 1 版·第 1 次印刷

169mm×239mm·10 印张·146 千字

0 001—2 000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-39261-3

定价：59.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心：（010）88361066 教材网：<http://www.cmpedu.com>

销售一部：（010）68326294 机工官网：<http://www.cmpbook.com>

销售二部：（010）88379649 机工官博：<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线：（010）88379203 封面无防伪标均为盗版

自序

生活是一切的基础，技术是实现美好生活的前提，当周遭的生活弥漫在技术背景下的时候，新的时代与新的世界就悄然开始了。

我们的世界正在经历着巨大的变化，这种变化本身不是简单的思考与呐喊，而是真正的改变，时代已经清楚地告诉人们：品味人生的多端变化，是我们对未来的真正憧憬。

我们可以在日常的、无需思考的生活点滴中理解这种变化，没有必要拔高，没有必要进行太多的思考，没有必要有逻辑，只是体验、感受与直觉，这才是最真的思考，理性已经给我们设定了太深厚的价值涉入，我们已经分辨不清哪个是真正的需求与梦想。

简单点，活着，就是真正的生活。

很喜欢俞平伯先生的文字，尤其是他写的跋与序，睿智的简单体验，灵动的笔锋，像画，像诗，像一抹艳阳从树叶间流淌，这就是生活。

感性的研究需要的是将这抹阳光展示出来，不去评述，不去深究，不去解释，不去判断，甚至不去追求与惯例的一致，平铺直叙，大开大合，得到的才是没有价值涉入的真正的理性。这是我们的追求，也是这本枯燥的书带给大家的所有。

《银行业的互联网之路》一书，采用全新的视角，用一种类似体力活儿的方式，以截断面的描述，记录着银行业在互联网时代的努力、决心、创见、犹疑、退缩、躁动。

这支笔没有颜色，干巴与充盈，朴实无华，就像经历了岁月的老者给孩子们讲述过去的黑白照片式时光，悄无声息地填补了这一领域的空白。

互联网改变着产业生态，传统的金融业在这个大潮中兴奋而担心，他们努力跟进，又难以确定方向，行动与尝试发生在每时每刻，探索不仅仅

是行业的标签，也是对生活在这个变化的世界中的人的一种责任。

《银行业的互联网之路》梳理了世界主要地区网络银行发展状态，较完整地监测了中国主要银行的信用卡、网络银行、手机银行、电子商城等业务，以及社会化媒体运用的发展状况。没有评述与趋势的探讨，只有总结，像白开水，但是解渴。

感谢招商银行办公室主任秦季章先生、中国银行电子银行部蒋昕总经理和董俊峰总经理助理给予本书的建议。

本书作者群主要由第一象限市场咨询（北京）有限公司和北京大学市场与媒介研究中心两个机构组成，成员包括：刘德寰、季飞、李夏、崔凯、刘向清（全国市场研究协会（CMRA）网站与杂志主编）、陈力强、宋怡、张也、孙应杰、汪玉龙、苏晓燕。

刘德寰

北京大学新闻与传播学院教授、博士生导师

中国信息协会市场研究业分会（CMRA）会长

中国市场信息调查业协会市场研究分会（CMRA）会长

目 录

自序

第 1 章 银行业宏观概述	1
1.1 中国银行业信息化发展宏观环境概述——银行业 信息化转型之必然	1
1.2 网上银行发展历程	3
1.2.1 美国：网上银行的早期践行者和引领者	3
1.2.2 日本：探索网上银行独立发展的专业化道路	4
1.2.3 中国：银行集体“上网”，步入快速发展轨道	5
1.3 手机银行发展历程	6
1.3.1 美国：“新鲜货”遭遇发展瓶颈	6
1.3.2 日本：i-Mode 模式引领手机银行走向成熟	7
1.3.3 中国：移动互联网蓬勃发展助力手机银行深耕细作	7
1.4 世界主要地区电子银行现状及趋势	9
1.4.1 网上银行	9
1.4.2 手机银行	15
1.5 中国电子银行发展历史及现状	20
1.6 研究说明	22
1.6.1 覆盖范围	22
1.6.2 监测内容体系划分	24
1.6.3 各部分指标具体说明	25
第 2 章 各银行基本业务	29
2.1 国有五大行业务对比	29
2.2 其他全国性股份制商业银行业务对比	31

2.3	地方（城市）银行业务对比	33
2.4	外资境内银行业务对比	35
2.5	银行间个人理财产品套餐数对比	36
2.6	银行间公司理财产品套餐数对比	37
第 3 章	各银行信用卡业务	39
3.1	标准信用卡	39
3.1.1	各银行发行标准信用卡基本种类	39
3.1.2	各银行标准信用卡合作发卡机构品牌	41
3.2	联名信用卡	42
3.2.1	各银行发行联名信用卡总体情况	43
3.2.2	各银行发行联名信用卡丰富度对比	45
3.3	主题信用卡	48
3.3.1	各银行发行主题信用卡情况	48
3.3.2	各主题类型卡分布情况	49
3.4	VIP 信用卡	51
3.5	信用卡积分	52
3.5.1	各银行信用卡积分方式	52
3.5.2	各银行信用卡积分兑换方式	54
第 4 章	各银行的电子银行业务	56
4.1	网上银行	56
4.1.1	网购人群网上银行品牌占有率	56
4.1.2	个人网上银行	61
4.1.3	企业网上银行	65
4.2	手机银行	68
4.2.1	个人手机银行	68
4.2.2	企业手机银行	77
第 5 章	各银行电子商城业务	80
5.1	商旅充值缴费服务	80

5.1.1	商旅服务	81
5.1.2	充值缴费服务	85
5.2	普通商城服务	89
5.2.1	产品类别	91
5.2.2	产品服务	98
5.3	信用卡商城服务	101
5.3.1	产品类别	101
5.3.2	产品服务	115
5.4	积分商城	123
5.4.1	兑换方式	123
5.4.2	产品丰富度	124
第 6 章	各银行的社会化媒体推广——以新浪微博为例	127
6.1	各银行社会化媒体总体布局情况	127
6.2	各银行官方新浪微博使用分析	129
6.2.1	银行官方新浪微博实名认证账号数对比	129
6.2.2	银行官方新浪微博分布	131
6.2.3	银行官方新浪微博对比	133
6.2.4	银行官方电子银行微博对比	134
6.2.5	银行官方信用卡微博对比	136
6.2.6	银行官方信用卡商城微博对比	137
附录	各银行信用卡年费一览表	139

第 1 章 银行业宏观概述

20 世纪 80 年代以来，以计算机信息处理技术和电子通信技术为代表的高新技术的不断开发和运用，迅速渗透到社会生活的各个方面，不断改变着人们赖以生存的社会环境。人类社会经济形态在经历农业经济、工业经济之后，已步入一个全新的知识经济时代。20 世纪 90 年代后期，网络社会的崛起深刻地改变了人们的生活方式和组织机构的运行模式。2007 年后，移动互联网的崛起再一次带来社会的震动。在信息主义引领的网络社会，作为社会经济命脉的金融行业无疑也需要调整自身的发展思路 and 策略，将金融服务的信息化建设不断深化。而大力发展电子银行业务，正是这种深化发展的重要手段之一。

目前，电子银行主要的业务形态可分为网上银行、手机银行、电话银行、家居银行等。从世界范围内的发展趋势来看，网上银行与手机银行是当下银行业信息化建设的主流方向。因此，本书将集中分析当前国内银行业网上银行和手机银行的发展情况和整体趋势。

1.1 | 中国银行业信息化发展宏观环境概述——银

行业信息化转型之必然

美国著名社会学家曼纽尔·卡斯特在著名的“信息时代三部曲”中将 21 世纪描述为一个网络社会崛起，信息主义盛行的时代。而全球经济和技术发展的趋势也证明，信息化建设是经济发展和转型的重要目标和方向。

“十五”期间，国家信息化领导小组对信息化发展重点进行了全面部

署，作出了推行电子政务、振兴软件产业、加强信息安全保障、加强信息资源开发利用、加快发展电子商务等一系列重要决策，金融信息化全面推进金融服务创新，现代化金融服务体系初步形成。2007 年，多个部委联合发布《电子商务发展“十一五”规划》^①，明确表示要大力推广银行卡等电子支付工具，推动网上支付、电话支付和移动支付等新兴支付工具的发展。进一步完善在线资金清算体系，推动在线支付业务规范化、标准化并与国际接轨。2011 年 9 月，工信部信息化推进司副司长董宝青表示，由工信部、商务部、人民银行、科技部、工商总局和国家发改委六部委联合制定的《电子商务“十二五”发展规划》在近期即将出台^②，该规划的制定，将进一步推动并指导我国金融行业和电子商务的信息化建设进程。

长期以来，国内银行业的主要利润来自存贷款业务之间的利差。波士顿咨询公司 2007 年发布的《银行业价值创造报告》显示，在中国，银行可以在一笔交易中轻松赚到至少 300 个基点的利差，而在成熟市场 20 个基点已算不错。不过，息差受利率水平、货币供应量等宏观因素影响较大，单纯依赖存贷业务对于商业银行的发展而言具有较大的系统性风险。

在市场竞争趋于饱和的情况下，2006 年以来国内银行业掀起了“中间业务”、“第三方业务”大跃进，以期通过金融创新，提升非传统业务盈利占比。资产证券化、销售理财产品等业务异军突起，金融创新成为了银行转变传统盈利模式的通途，亦为监管层所力推。

中国社科院金融研究理财产品中心的统计显示，2008 年 56 家商业银行共发行理财产品 4456 款，远高于 2007 年发行数，然而金融危机浇熄了这股创新热潮，目前国内信贷资产证券化已中止，理财产品也全线收缩。截至 2009 年底，我国银行业金融机构流动性比例 46.4%，比当年年初下降 3.6 个百分点，经济条件的恶化和面对资产负债更谨慎的态度使得银行的盈利模式正面临诸多挑战^③。

① 《电子商务发展“十一五”规划》，http://www.ndrc.gov.cn/zcfb/zcfbtz/2007tongzhi/t20070620_142457.htm。

② 《电子商务“十二五”发展规划即将出台》，经济观察网，<http://www.eeo.com.cn/2011/0916/211366.shtml>。

③ 庞投，《银行业盈利模式重塑轨迹》，21 世纪经济报道，<http://it.sohu.com/20100708/n273354468.shtml>。

从宏观政策环境和银行业自身发展情况的大背景来看,如何发展以网上银行和手机银行为代表的支付和销售渠道,并以此将银行业务通过无处不在的网络同客户“联接”起来,显然已经成为中国银行业深化信息化建设,并且重塑盈利模式的必然选择。

1.2 网上银行发展历程

1.2.1 美国:网上银行的早期践行者和引领者

相比于欧洲各国和中国,美国的电子银行发展较早。1995年美国安全第一网络银行(Security First Network Bank, SFNB)的开业揭开了世界银行发展史的新篇章,引起了各国银行界的极大关注。这种顺应互联网发展大势,高效、崭新的业务形态使全球越来越多的金融机构为之兴奋,并陆续开办了网上银行业务(Internet Banking)。从此,世界各国的银行业纷纷走上互联网之路,在改善银行经营绩效及服务功能的同时开辟网络银行业务,其影响已冲击到国际银行业的发展和市场结构。网络银行是银行电子化发展的产物,从国外的经验来看,银行电子化的发展一般都经历了三个阶段:银行办公自动化阶段、内部网络电子银行(PC银行、企业银行、家庭银行等)阶段和网络银行阶段^①。20世纪90年代初,西方发达国家的商业银行已取得业务处理的规范化、办公事务的自动化、决策支持的智能化等成就,并率先取得发展网络银行业务的经验。截至2000年,世界上近800家银行加入互联网,其中100多家可提供在线交易。美国和欧洲有40家银行不仅能为客户提供网络票据支付服务,而且能办理一揽子的在线交易服务^②。此时,美国在网络上设立网站的银行数目从1995年的130家发展到2002年末的3800家,占有所有联邦保险的储蓄机构和商业银行的37%。美国的网络用户已经达1亿多人,这其中有1500多万户家庭使用网上银行服务,这一数据到2003年末已经达到4000万^③。至2011

① 谢平、尹龙,《网络银行:21世纪金融领域的一场革命》,财经科学,2000年第4期。

② 范智、周向雯,《对我国目前发展网络银行业务的若干思考》,中国金融,2000年第6期。

③ 刘清娟,《中国、美国与欧洲网络银行的发展比较》,新疆金融,2007年第6期。

年第一季度，美国网上银行用户已达 6360 万[⊖]。

1.2.2 日本：探索网上银行独立发展的专业化道路

面对汹涌而来的世界网络经济浪潮，日本经济界人士普遍感到了危机。2000 年 9 月 7 日，日本金融再生委员会（FRC）在会议上决定，向以樱花银行为主体的正在筹备之中的互联网专业银行“日本网络银行（Japan Net Bank, JNB）”颁发经营许可证。至此，日本首家网络银行宣告诞生，并于当年 10 月份正式营业。JNB 50%的股份将由樱花银行所持有，而住友银行、富士通及日本生命保险则将各持 10%的股份，剩余的 20%股份则将由 NTT 东日本、NTT DoCoMo、三井物产及东京电力平均持有，此家网络银行也成为日本首家旗下股东成员包含非金融机构的银行。

JNB 实行分离于银行本体而独立发展的专业化道路，不是某个大型银行下的一个分业务，而是一个有着自己独立名称和运作方式的新体系。它是专业化的网上银行，没有实体店面和 ATM 机，也不发行存折，完全依靠网络服务来进行查询、转账、汇款、购买金融产品等业务。然而网络银行能够提供存户远较其他实体银行更具竞争优势的利率及手续费，在 JNB 所订出的利率当中，活期存款全年利率为 0.2%，1 个月定存利率为 0.25%，6 个月及 1 年定存利率分别为 0.3% 及 0.4%，其中除五个月定存利率较樱花银行高出 60% 外，其余均高出一倍。同时，JNB 存户通过该银行作内部转账只需付 52 日元手续费，3 万日元内的跨行转账手续费为 168 日元，超过 3 万日元则为 262 日元，这些费率与樱花银行存户通过该行 ATM 机转账所付手续费相比，均低 1/3 以上。而网络银行之所以能给予这些极具竞争优势的利率及手续费，与其运营及固定成本远低于实体银行分不开。据报导，日本网络银行仅以少于 50 亿日圆即可完成其所有的账户交易及 Unix 电脑系统维护，而其总员工数也仅有 100 名。

目前日本国内经营的网络专业银行有以下六家：JNB、索尼银行、乐

⊖ 数据来源：comScore Financial Services, Q1 2011。

天银行 (E-bank)、住信 SBI 网络银行、Jibun 银行, 以及大和 Next 银行。随着网络的发展, 除了这些专门的网络银行之外, 日本各大银行也相继开设自己的网上银行业务, 并凭借银行的固有客户优势, 取得了一定的市场份额^①。

1.2.3 中国: 银行集体“上网”, 步入快速发展轨道

与发达国家相比, 中国网上银行的起步稍晚。中国网上银行发展起步于 1996 年, 大规模发展则始于 2000 年。1996 年 6 月, 中国银行总行正式推出其网上服务业务, 1997 年在网上建立了自己的网页, 1998 年开始提供网上银行服务, 内容包括网上查询、转账、支付以及结算等, 1998 年 3 月中国银行第一笔国内 Internet 网上电子交易成功。招商银行于 1997 年 4 月正式建立了网上银行, 推出了网上个人银行和企业银行业务, 并逐步建立起由企业银行、个人银行、网上证券、网上商城以及网上支付等组成的较为完善的网上银行体系。继招商银行之后, 国内的各家银行也相继建立了各自的网上银行。1999 年 9 月, 招商银行在国内首家全面启动网上银行——“一网通”, 当时无论在技术性能还是在业务量方面在国内同业中均处于领先地位, 被国内许多著名企业和电子商务网站列为首选或唯一的网上支付工具。而招商银行也凭借其网上银行的优势, 逐渐由一个地方银行发展成为一家具有一定规模与实力的全国性商业银行。

2000 年 6 月 29 日, 由中国人民银行牵头, 中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、招商银行、中信银行、华夏银行、广发银行、深圳发展银行、光大银行、民生银行等 12 家商业银行联合共建的中国金融认证中心 (CFCA) 全面开通, 开始正式对外提供发证服务。CFCA 作为一个权威度高、可信赖的以及公正的第三方认证机构, 专门负责为金融业的各种认证需求提供证书服务, 为参与网上交易的各方提供安全的基础, 建立彼此信任的机制。CFCA 的建成和投入使用, 为建立规范统一、布局合理的全国安全认证体系, 进而发展我国电子商务中最关键的网上安全支付系统打下了良好的基础, 标志着中国电子商务进

① 具体的市场份额分布下文有详细说明。

入了可提供跨银行安全支付的新阶段。

从 1999 年到 2011 年的十几年时间里，国内网上银行业务发展的脚步逐渐加快，尤其近几年伴随互联网的不断普及、移动互联网的兴起和银行自身的大力推动，中国网上银行业务开始步入加速发展阶段。

1.3 | 手机银行发展历程

1.3.1 美国：“新鲜货”遭遇发展瓶颈

1996 年 9 月，捷克推出了世界上第一个商业性手机银行产品，迈出了全球移动金融服务的第一步。此后，美国银行、富国银行、德意志银行等国际著名金融机构相继展开了针对手机银行的业务创新，并逐渐发展成为全球手机银行领域的领跑者^①。真正意义上的手机银行则起步于 2007 年。2007 年以前，短信银行与 WAP 手机银行是世界手机银行的主导模式，直至 2007 年 iPhone 引领的智能手机才革命性地催生了具备多功能、能够随时随地办理银行业务的手机银行，使得手机银行的发展进入了全新的阶段。此时对世界银行业来说，手机银行变成了“新鲜货”。银行开始更好地将手机特色与银行业务体验相结合，融合“多点触控”、“重力感应”、“位置服务”等终端特点，力求为客户带来随时、随地、随身、焕然一新的金融体验。

尽管美国的手机银行起步较早，但 2007 年进入全新的手机银行时代后，美国的手机银行发展成绩并不突出。虽然发达的金融机构、手机终端的强硬支持、Wi-Fi 等移动互联网络的高度普及使得手机银行在美国拥有得天独厚的发展条件，但手机银行在美国并没有取得如同网上银行一般的强势发展。2009 年 ABI 调查机构对美国 29 家银行进行调查（其中 17 家为美国最大的零售银行），调查结果显示：首先，手机银行在美国的用户到达率并没有预期的那样好，为了推广手机银行需率先在美国推广手机短信服务；其次，在网站设计上，手机银行的网页链接不易发现，易用

^① 熊俊、陆军，《国内和欧美手机银行业务发展的实践与创新》，金融论坛，2011 年第 3 期。

性较差^①。

1.3.2 日本：i-Mode 模式引领手机银行走向成熟

日本手机银行的发展依靠的是智能手机以及 i-Mode 模式的普及。截至 2001 年 2 月末，日本的 PHS（Personal Handy-Phone System，个人手持电话系统，即俗称的“小灵通”）和手机的入网规模为 65 279 000 部，较上年增长了 18%，较 5 年前增加了 598%。可见在当时的日本，手机便已经成为日本人生活中不可或缺的工具^②。

手机业务市场的强大支撑力量来自通过手机获取情报、购物、从事银行交易等的 IP（Information Provider）连接服务，其核心是 1999 年始于 NTT docomo 的 i-Mode。随着手机市场的不断扩大，日本各银行也纷纷开办利用手机进行转账、查账等服务。这些服务着眼于个人客户，满足了那些因白天工作时间紧张而无法去银行办理业务的个人需求。i-Mode 模式因其突出的便利性被城市银行、地方银行、信用金库、信用合作社、邮局、农业协会等广泛采用。由于 i-Mode 使用的是经日本厂家改良后的小型 HTML 系统，可以连接到以 HTML 语言表达的台式计算机的主页，为手机用户提供了更加丰富的内容应用，因此使得在欧美占据主导地位的 WAP 系统失去了优势。

由于 i-Mode 模式的成熟，日本的手机银行发展也相对成熟，得到了普遍应用，手机明细查询以及小额的手机支付也成为日本人民生活的一部分。2007 年之后，智能手机出现并得到迅速的发展，日本各大银行和通信运营商也针对智能手机推出了新的应用，凭借之前 i-Mode 模式的成熟，日本的手机银行得到了平稳的过渡，智能手机银行的基本业务和之前相比并无太大差异，因此使用习惯被沿袭下来并且得到了进一步的普及。随着智能手机的普及以及 i-Mode 模式的进一步成熟，日本手机银行将会迎来新的机遇和发展。

1.3.3 中国：移动互联网蓬勃发展助力手机银行深耕细作

中国手机银行从 21 世纪初起步，主要由各商业银行与中国移动、中

① 数据来源：ABI Research, September 10, 2009. <http://www.abiresearch.com/press/1488-29+US+Banks+Receive+Mobile+Banking+%E2%80%9CReport+Card%E2%80%9D+From++ABI+Research>.

② 截至 2011 年 11 月，日本手机使用量已达 128 626 700 人部。

国联通等运营商合作，联合向社会推出。2001 年，中国移动通信用户总数突破 1 亿，为手机银行业务的开展提供了较好的基础。工商银行、中国银行、建设银行、招商银行陆续推出了基于短信方式的手机银行。十年来，伴随着移动通信和终端技术的持续升级，手机银行也不断更新换代。据人民银行数据显示，截至 2009 年末，国内手机银行存量客户已突破 3000 万。

整体而言，手机银行的发展经历了从短信银行到 WAP 手机银行，再到今天的客户端手机银行三个阶段。手机银行的发展历程同手机技术以及移动互联网的发展密切相关。

2000 年国内开始出现短信手机银行，用户通过向银行发送指定格式的短信，以获取银行提供的金融服务。在此阶段，手机银行产品由手机、GSM 短信息中心和银行系统构成。其主要功能涉及账务查询、自助缴费、银行转账，此外还可借助短消息连接至增值服务平台，查询股市行情、外汇牌价、航班信息等，具有方便快捷、安全保密等特点^①。

2004 年后，移动互联门户网站蓬勃发展，新浪等一系列传统互联网信息服务商纷纷推出手机网站，银行业随之研发了基于 WAP 技术标准的手机银行产品。在此阶段，手机银行主要采用的实现方式有 STK、SMS、BREW、WAP 等。由于 WAP 方式只需要通过手机内嵌的 WAP 浏览器访问银行网站获取相关信息，无需安装任何软件，使用方便快捷，因而 WAP 成为大多数手机银行的实现方式。与短信相比，WAP 手机银行具有图形化操作界面和加密机制，产品功能相对丰富，客户体验也更加流畅。

2007 年 iPhone 和 App Store 的问世彻底颠覆了人们对手机的认识，到 2009 年，智能手机的研发和普及开始引领全球手机银行进入到一个崭新的应用时代，一系列革命性的创新让整个世界为之惊叹。与智能手机操作多样化相对应的是各大银行陆续推出针对不同手机操作系统的客户端手机银行，以满足不同手机用户群体的需求。在现阶段，客户端手机银行更强调用户体验^②。

① 王广宇，《中日手机银行发展的比较》，<http://soft6.com/html/tech/5/52540.shtml>。

② 熊俊、陆军，《国内和欧美手机银行业务发展的实践与创新》，金融论坛，2011 年第 3 期。

1.4 | 世界主要地区电子银行现状及趋势

1.4.1 网上银行

1. 美国：2011 年——个人网上银行爆发增长年

以美国为代表的网上银行发展较早，目前处于向成熟期过渡的阶段。2003 年底，美国上网家庭已有 4000 万户使用网络银行服务，此后美国上网家庭使用网络银行服务一直处于增长状态。截至 2011 年第一季度，美国拥有 6360 万网上银行用户，其中 68% 使用网上支付功能^①。Forrester 曾预测到 2014 年，美国上网家庭中约有三分之二的家庭将使用网上银行，而美国的 Y 一代^②将成为这一潮流的引领者。事实上，这一结果比预测的更早到来——2011 年成为美国网上银行爆发的一年，如图 1-1 所示。

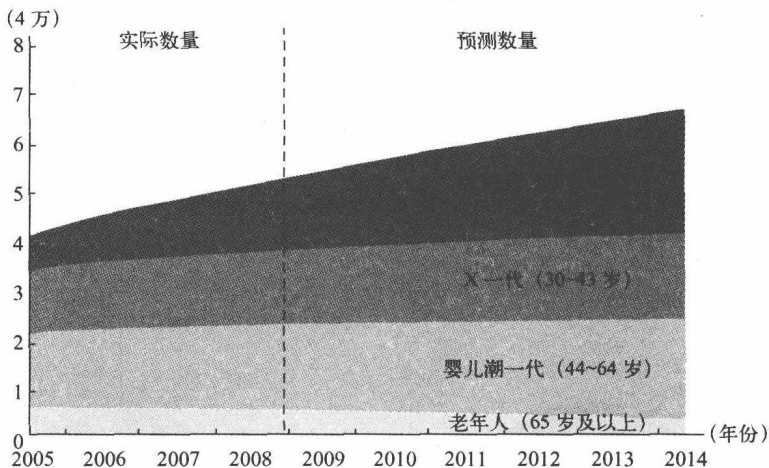


图 1-1 美国在线家庭使用网络银行的趋势预测

注：数据来源自 Forrester Research, 《Online Banking And Bill Pay Forecast》，2009 年 3 月发布，Base=美国上网家庭，第一象限收集整理

① 数据来源：comScore Financial Services, July 27, 2011, http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2011/7/Two-Thirds_of_13.3_Million_Canadian_Online_Banking_Customers_Used_Online_Bill_Payment_in_Q1_2011。

② “X 一代”指 20 世纪 60 年代到 70 年代初出生的美国人，这批人被认为身上有着不同程度的不负责任、冷漠和物质主义等特点。20 世纪 80 年代出生的“Y 一代”群体共性为：极具乐观态度和特权感。Y 一代是一个使用网络，手机，DVD，卫星，短信，TiVo，iPod，电子宠物等的时代。“婴儿潮一代”指婴儿潮时期出生的美国人，这个词的首次出现，主要是指美国第二次世界大战后的“4664”现象——从 1946 年至 1964 年，这 18 年间出生人口高达 7800 万人。“老年人”指已经步入老年时代的 65 岁以上的美国老年人。