

假如银行不改变 我们就改变银行

看懂互联网 金融这局棋



INTERNET FINANCE :
DREAM AND REALITY

姜达洋 著



假如银行不改变 我们就改变银行

看懂互联网 金融这局棋

INTERNET FINANCE :
DREAM AND REALITY

姜达洋 著

中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

看懂互联网金融这局棋/姜达洋著. —北京: 中国人民大学出版社, 2014. 12
ISBN 978-7-300-20217-4

I. ①看… II. ①姜… III. ①互联网络-应用-金融-研究 IV. ①F830. 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 243099 号



看懂互联网金融这局棋

姜达洋 著

Kandong Hulianwang Jinrong Zhejuqi

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010 - 62511242 (总编室)

010 - 62511770 (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

刷 北京中印联印务有限公司

规 格 170 mm×240 mm 16 开本

版 次 2015 年 2 月第 1 版

印 张 13.75 插页 1

印 次 2015 年 2 月第 1 次印刷

字 数 258 000

定 价 32.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

目 录

第一篇 繁荣背后：互联网金融新时代的到来

第一章 春风化雨：第三方支付 3

以支付宝为代表的第三方支付，已经成为众多网购达人司空见惯的常见事物，然而，它们却是互联网技术与现代金融业发展相融合的开始，也成为互联网金融的坚实基础。

第一节 互联网金融的幕后英雄 3

第二节 从网络购物到第三方支付的兴起 5

第三节 第三方支付的创新机制 9

第二章 异军突起：余额宝 14

自产生以来，余额宝就始终成为社会舆论关注的焦点。有人赞颂它是众多中小投资者的福音，有人评价它是推动着中国银行业利率市场化的强大力量，有人谴责它为附诸银行体系中的吸血虫。无论社会如何看待余额宝的诞生，在短短半年多的时间里，它就吸引了超过5 000亿元投资资金的光鲜的成绩单，已经充分证明了它的价值。

第一节 神秘崛起的余额宝 14

第二节 互联网理财对银行体系的冲击 18

第三节 余额宝的政策危机 21

第三章 野蛮生长：P2P网贷 25

在整个互联网金融领域，P2P网贷已经成为负面新闻最多的领域。一大批P2P网贷平台的跑路，更是使得P2P成为众多投资者的滑铁卢。如何推动P2P的健康发展，成为规范中国互联网金融发展道路的重要工作。

第一节 P2P网贷的前世今生 25

第二节 P2P网贷在中国的发展 30

第三节 众筹在中国的尝试 37

第四章 横空出世：比特币 43

从支付宝积分宝到Q币，互联网虚拟货币已经广泛地进入我们的生活，

然而没有任何一种虚拟货币能够像比特币这样引起全球投资者的关注。在日常生活中，利用比特币进行支付甚至成为一种时尚，包括中国大妈在内的各国投资者都在比特币市场上争相抢购比特币，然而，我们却鲜于见到真正理解比特币的内涵与运作原理的投资者。为什么人们愿意持有一种自己都不理解的虚拟货币呢？

第一节 从网上银行到虚拟货币	43
第二节 看不懂的比特币	46
第三节 火爆的比特币市场	49

第二篇 亦敌亦友：互联网金融中的金融机构与互联网企业

第五章 网络掘金：金融机构的互联网化	57
--------------------------	----

在互联网金融发展的同时，伴随着现代信息技术的引入，中国的金融业，特别是银行业，已经开始进行金融信息化的种种尝试。然而，出于对自身利益的维护，它们不可能从根本上触及自身的利益，这也使得只有作为外来者的互联网企业才有可能承担起创造互联网金融的历史重任。

第一节 从钱庄到银行	57
第二节 银行业的传统业务内涵	60
第三节 银行的信息化的	62

第六章 市场真空：现有金融体系之外的巨大市场	65
------------------------------	----

嫌贫爱富的银行经营理念，行政力量对于金融的干预，极大地扭曲了现有中国金融业的发展方向，更是引发了近年常见的钱荒现象。市场的资金需求无法得到满足，也成为推动互联网金融兴起的重要因素。

第一节 非市场化运营的银行体制	65
第二节 嫌贫爱富的中国银行	68
第三节 钱荒中的融资困局	70

第七章 暗流涌动：民间资本该往何处去	75
--------------------------	----

在资本市场闹钱荒的同时，在很多逐渐富裕起来的国人手中却积攒着巨额的金融资本。然而，出于对现有银行体系的低利率的不满，它们却很少进入银行，而更多地选择以民间借贷的形式进入一种非正规的资本市场。然而，国内民间借贷市场的次第倒下，更呼唤着规范化运营的高收益互联网金融产品的创新。

第一节 为何没人愿意把钱存入银行	75
第二节 民间资本何去何从	78

第三节 民间借贷的前世今生	81
第八章 鲑鱼效应：互联网企业的搅局	87
2014 年阿里巴巴在美国纽约交易所的上市，不仅制造了新的中国首富马云，更代表着资本市场对中国互联网金融的高度认可。在一次次根植于现有金融体系的自上而下的改革难见成效之后，源于门外汉互联网企业的创新行为却创造了今天的互联网金融神话，进而激发了一场对当前金融业的自下而上的革命。	
第一节 阿里巴巴搅局互联网金融	87
第二节 余额宝的威胁	94
第三节 最后的奶酪——虚拟信用卡	96

第三篇 颠覆创新：互联网金融的游戏规则

第九章 发展蓝海：互联网时代的新金矿	105
传统的中国企业的竞争思维，往往追求比竞争对手提供价格更低、质量更稳定的产品，这也成为当前市场竞争的红海领域。而针对特殊群体的市场需求，提升差异化的产品或服务，开辟新的竞争领域，则成为一般意义上的蓝海战略。互联网金融恰恰是最为典型的金融服务领域的蓝海。	
第一节 传统金融业中的 20/80 规则	105
第二节 互联网金融中的长尾理论	108
第三节 发现互联网金融的蓝海	113
第十章 终端为王：互联网金融的竞争优势	116
在互联网领域，一个企业如果能够拥有最庞大的市场份额，将成为其他竞争对手所无法模仿的竞争优势。这也使得众多互联网金融企业在发展之初，往往愿意选择赔本赚吆喝，通过向顾客让渡一部分利益的方式，以大规模烧钱的方式，实现市场份额的迅速增长。这恰恰是互联网经济最为显著的竞争原则。	
第一节 打车补贴大战背后的客户争夺	116
第二节 互联网经济的烧钱潜规则	121
第三节 互联网金融的游戏哲学	125
第十一章 团结力量：互联网金融的利润来源	130

互联网技术的引入，既可以帮助互联网金融企业面向碎片化的客户群体提供标准化的金融服务，赢得竞争的规模经济，进一步压缩自身的经营成本，提升自身效益，同时，又可以摆脱传统金融产业发展讲求集聚的约束，

跨越空间距离，远程提供金融产品与服务的有机结合。

第一节 互联网经济的团购哲学	130
第二节 互联网金融的规模经济	133
第三节 互联网金融的集成化	140
第十二章 需求导向：互联网金融的创新方向	144
与传统产业往往依赖于技术进步从供给领域实现产业的演进与发展不同，互联网金融的发展强调依赖于市场需求的引导，强调利用互联网技术解决差异化的需求变动难题，引导自身的产业发展方向。	
第一节 从福特制到 DIY	144
第二节 从技术拉动到需求驱动	147
第三节 中国式互联网金融的需求导向	151

第四篇 路在何方：互联网金融的困局与发展

第十三章 固本强基：第三方支付的自强之道	159
作为互联网金融的基础，第三方支付固然得到业内的重视，却很少引起消费者的广泛关注。伴随着我国金融管理部门规范第三方支付的政策选择，第三方支付企业更需要找准与银行的差异化定位，持续提高服务的安全性和通用性，实现自身的规范化发展。	
第一节 被忽视的大金矿	159
第二节 错位发展的第三方支付	164
第三节 安全性与通用性：第三方支付发展的关键	170
第十四章 突破自我：互联网理财的艰难阵痛	174
借助于钱荒的特殊历史背景，余额宝创造了中国货币基金发展的神话。然而，伴随着资本市场资金紧缺的缓解，互联网理财收益持续走低，中国的互联网理财已经走出了躺着也赚钱的黄金时期。加强金融创新，推动产品的多样化，满足不同投资者的差异化需求，将成为我国互联网理财发展的前进方向。	
第一节 信任：互联网理财的成长基石	174
第二节 互联网理财突破已有模式的自我革命	178
第三节 产品多样化：互联网金融的发展之道	181
第十五章 立信为本：P2P 的重生之路	187
一起起 P2P 网贷跑路风波，已经使得 P2P 领域成为我国投资理财的重灾区。信用体系的缺乏，管理机制的不健全，资金监管的缺失，则成为导致	

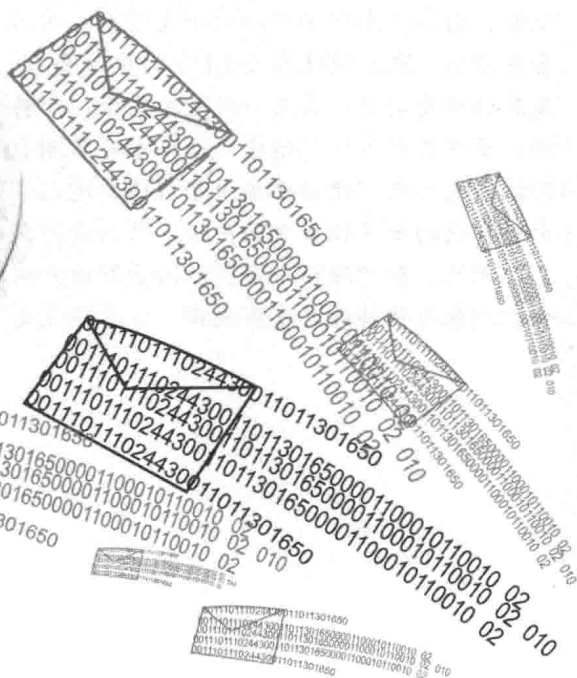
这一幕的罪魁祸首。推动我国 P2P 行业的重生，更需要在上述三个方面做好文章。

第一节 重建 P2P 网贷信用	187
第二节 规范 P2P 的准入门槛	192
第三节 完善 P2P 网贷的运作制度	196

第十六章 收放自如：虚拟货币的矛盾集合	200
---------------------------	-----

在次贷危机与欧债危机中，欧美各国用于救市的量化宽松货币政策，却削弱了美元与欧元这两大当前国际金融领域的关键货币的地位。而比特币的严格数量限制的规则，正是它引起市场关注的主要原因。然而，不能与时俱进，也恰恰成为制约比特币未来发展的软肋。作为社会信用的载体，提升社会认同度，才是虚拟货币发展的最大难题。

第一节 虚拟货币的规模选择	200
第二节 谁来推出虚拟货币	207
第三节 虚拟货币的价值认同	211



篇前语：

在很多人看来，2013 年可以被视为中国的互联网金融发展的元年，正是 2013 年 6 月 13 日，余额宝的横空出世，引发了中国互联网金融的一番乱战，几乎所有的国内互联网巨头都选择跟随战略，通过模仿余额宝的运营模式，杀入互联网金融领域。自此，互联网金融已经成为中国众多互联网企业掘金的新热点，中国民众也开始真切地认识到原来互联网金融就在我们每一个现代人的身边。

也正是源于互联网理财的互联网金融产业的飞速发展，很多国人在银行存款、股市证券投资和基金投资等传统的投资选择之外，又拥有了新的投资渠道，它甚至改变了很多人的储蓄与投资习惯。也正由于此，余额宝的推出成为中国互联网金融发展历程中一项划时代的创举，也成为标志中国互联网金融真正兴起的里程碑式的成就。

作为现代互联网技术与金融的紧密结合的产物，互联网金融在中国也并非什么新鲜事物。伴随着网购盛行而成长的以支付宝和拉卡拉为代表的第三方支付，早已被很多网购达人朋友司空见惯；而以余额宝为代表的宝宝军团的横空出世，更成为 2013 年中国金融发展中的一抹亮色；P2P 网络理财在国内一度作为鼓励创新、引导资本有序流动的一大创举，然而现在却逐渐演化为无序的网络传销与金融诈骗，P2P 泡沫在 2014 年的次序击破，也将成为引领中国互联网金融规范发展的重要契机；作为一种虚拟货币，比特币的产生和演进似乎像一层迷雾，然而，至少在中本聪创造它之后很长一段时间内仍然无人问津，却忽然在 2013 年的欧债危机之后比特币坐上了价格的过山车，它的暴涨暴跌更是引起了包括中国大妈在内的众多投资者的关注，从而成为众多中国资本追捧的对象。

因此，如何理解中国互联网金融的产生、发展和演进的过程，中国的互联网金融到底有何特殊的发展规律，这也许是更多朋友所关注的问题。

第一章

春风化雨：第三方支付

第一节 互联网金融的幕后英雄

中国互联网金融中的第三方支付的发展

自 1998 年第一笔通过互联网进行的电子商务完成后，网络购物在中国已经蔚然成风，经过十几年的发展，伴随着淘宝、京东商城、当当等网络商场的兴起，网络购物已经取代大型生活超市、百货公司，成为现代人购物的首选。现代人只需要轻点鼠标，在各大网络商场所提供的琳琅满目的商品中选择自己喜欢的商品，并点击确定，就可以坐等自己选中的商品送上家门。这样的便捷和自由，是很多自命为逛街达人和购物狂人的女性朋友也无法抵挡的诱惑。

现实之中，很多以往的逛街狂人，早已摇身一变，转变为更为新潮的网购达人。得益于互联网购物的兴起，曾经的光棍节，11 月 11 日，早已被众多网购企业打造成为网络购物的网购节。每年的 11 月 11 日前后，关于控制女友或者妻子网购消费的讨论，节后众多网购达人关于剁手族的调侃，媒体对于快递公司的爆仓的报

道，更让人充分地领略了网络购物在现代生活中的巨大魅力。

2012年12月12日，在中国中央电视台的CCTV中国经济年度人物颁奖典礼上，作为当时的中国首富的万达集团董事长王健林和稳坐国内互联网经济头把交椅的阿里巴巴董事会主席马云，即兴提出了一场亿元豪赌，而他们不惜重金所赌的对象只是到了2020年，中国的电子商务能否在中国的零售市场中占据50%以上的份额。也正是这场世纪豪赌进一步让电子商务在中国的飞速发展很快成为各大媒体热议的话题。

事实上，在互联网时代，我们每一个人都在享受着网络购物带来的便利，也见证着互联网经济的飞速发展。然而，伴随着网络购物的普及，以支付宝、财付通、拉卡拉为代表的第三方支付虽然在中国的互联网金融中一直被忽视，却从未停止过发展步伐。

在现代生活中，我们利用支付宝在淘宝上购物，利用拉卡拉为家庭购电、购水，利用各种第三方支付平台给手机充话费，归还信用卡，这已经成为很多人生活的重要组成部分。

从很大程度来说，第三方支付正是推动中国互联网经济飞速发展、推动中国网购兴旺发达的最为重要的因素之一，也正是中国互联网经济，或者准确地说，正是中国互联网金融发展中的无名英雄。

第三方交易的规范化发展

2010年5月，中国人民银行发布了《非金融机构支付服务管理办法》，对第三方支付平台进行了更为严格的规范与管理，先后七批颁布的250张第三方支付牌照，也成为中国互联网第三方支付发展史中必须铭记的事件。

然而，这个对于很多第三方支付厂商来说性命攸关的关键事件，却并没有引起众多网民的关注。在第三方支付体系中，使用率最高、市场占有率最广的支付宝、银联商务、财付通、快钱都是第一批获得第三方支付牌照的厂商。而其他关注到第三方支付的巨大价值的互联网巨头，在作出进入第三方支付领域的选择之后，也相对顺利地获得了第三方支付牌照。比如百度旗下的百付宝、新浪旗下的新浪支付也都成为第七批获得第三方支付牌照的互联网企业。

从某种程度来说，在网民的网购过程中，购物还是原来的那个网站，结算还是原有的结算体系，一切似乎都没有变化，只是在此背后的每一家第三方支付厂商不再在无法可依、无规可管的监管真空中运营，它们的头上多了一个制度的紧箍咒。互联网经济中的第三方支付已经被从制度上纳入了中国的金融体系，也必

须像其他银行、证券公司、基金公司一样，接受中国人民银行以及其他相关的金融管理部门的监督与管理，这恰恰代表着中国互联网经济开始向互联网金融跃进的关键一步。

被忽视的第三方支付

尽管网络购物中的第三方支付是至关重要的制度设计，在现代中国的互联网金融中，以支付宝为代表的第三方支付力量的崛起也成为中国互联网金融发展的坚强柱石，然而，它却是在整个互联网金融体系中最容易被忽视的环节，它不可能像余额宝、网络理财或者 P2P 网络借贷这样，能够给人带来实实在在的收益，更不可能像 Q 币、比特币那样，本身就代表着巨大的经济价值，它似乎只是中国发展电子商务、推动网购蓬勃发展的幕后英雄。

当众多网民被淘宝、京东、苏宁易购、国美网上商场等一个个网络商场的打折促销刺激得肾上腺素加速分泌，激战“双 11”之际；当汶川地震后，我们通过支付宝向灾区捐款，奉献爱心之际；当我们手持手机，使用打车软件呼叫出租车之际；当我们使用支付宝当面付款、使用快钱电子收款、使用众多网络结算软件向自己的网络理财账户进行资金划拨之际，很少有人会想到，在所有这些互联网金融的具体、真实的交易背后，都有着一个个第三方支付企业的默默支持，从某种程度来说，第三方支付的飞速发展及规范运营恰恰是中国的互联网金融迈步奔向辉煌的关键所在。

第二节 从网络购物到第三方支付的兴起

网购交易背后的第三方支付

通常所谓的第三方支付，其实就是一些为网络电子活动提供交易支持平台的第三方独立机构。当我们在一些互联网中进行网络购物、网络资金支付等交易时，为了规避由卖家的信用风险给买方造成的支付资金的损失，付款方往往把资金首先支付入具有较强的经济实力和商业信誉的第三方支付企业的电子账户，由第三方支付企业通知收款方完成相关电子商务交易，经付款方确认后，再完成全部付款活动的交易方式。

对于经常进行网购活动的众多网购达人来说，这样的模式已经不新鲜了，可

是对于一些很少参与互联网金融活动，甚至很少进行网络购物的人来说，似乎通过第三方支付完成互联网经济交易的模式过于烦琐，非要在原来的买卖双方之间硬生生地插入一个第三方支付企业，原本一次就能完成的付款，非要分拆为付款给第三方支付企业，第三方支付企业通知收款方完成交易，收款方完成交易，付款方确认付款，第三方支付企业正式完成全部的付款工作等五个步骤，乍一看上去，把简单的网络付款活动复杂化了，根本不符合互联网经济的简单化、扁平化、自由化的基本特征。然而，这却是经过中外互联网经济多年的磨合而确立的、最适合现代互联网经济发展的商业模式，而第三方支付企业也成为现代互联网经济乃至互联网金融中最为基础、也最为核心的组织机构。

网络购物与现实交易的巨大差异

真正熟悉网购的人其实是可以清楚地理解支付宝等第三方支付企业在网购过程中的意义的。在现实生活中，当我们逛商场的时候，如果我们看中了某件商品，我们是很容易与卖家达成买卖意向的。只要我们掏出钱包，向卖家支付现金，或者在卖家的 POS 机上刷卡，就可以轻松地完成对于卖家的支付，然后，我们就可以携带我们刚刚购下的心仪的商品，和卖家说拜拜，继续我们的购物之旅，或者欢乐地踏上归家之路。在这整个过程中，最为艰难的过程，往往是挑选商品和讨价还价的过程。当我们达成交易意向之后，付款成为顺理成章的最为轻松的环节。然而，在网络购物过程中，一切都不一样。

在网络购物中，我们面前的电脑就像可以变出一切我们期待的物品的百宝箱，它可以为我们提供海量的选择，各种琳琅满目的商品对于拥有选择恐惧症的人来说是巨大的折磨，而对于天生购物狂的众多普通网民而言，网购所能够提供的自由度和选择面却是任何真实的购物中心都望尘莫及的。可是问题在于，在现实的逛街之中，我们可以亲眼看到真实的商品，亲手去触摸它的质地，通过试穿、试用、试吃来强化我们对于不同商品的真实感受，以此来帮助我们作出最为理智的购物选择。然而，在网购过程中，摆在我们面前的只是一张张从各个角度反映商品品质的精美照片，照片固然美轮美奂，然而却美好得不那么真实。尽管很多购物网站都会提供此前购买同样商品的买家对商品或对卖家的信用评价与使用评价，但刷信用的潜规则的通行，使得我们对那些极尽赞美之词也同样缺乏足够的信赖。日益发达的信息技术固然有助于我们把全世界都尽收于小小的一张互联网中，极大地缩小了人与人之间真实的地理距离，然而，“你永远不知道网络的另一端是不是一只狗”的网络游戏规则，却无法消除我们对于互联网另一端的人的怀疑。这种信任的缺失，其实正是阻碍很多互联网金融创新，以至于最为简

单的互联网经济的发展的最大阻力。

早期的互联网经济困局

不知道还有多少人记得互联网经济兴起之前的网络购物？其实，早在改革开放后不久，邮购业务就逐渐在国内兴起，这也成为最早的摆脱地理距离的限制的远程经济交易的前身。到了2000年前后，伴随着信息技术革命在美国的持续进展，在各国都吹起了互联网经济的巨大泡沫。也正是在这一时期，在遥远的东方，网络购物也逐渐产生并兴起。然而，阻碍这些早期的邮购业务或者网购业务的最大的障碍，仍然是横亘于买家与卖家之间的信任。由于早期的网购经济是由众多互联网经济先驱所推动，当时的游戏规则也是由它们所制定，因此，不可避免的结果就是，当时的交易规则是倾向于保护卖家利益的。

在早期的网购交易模式中，当买家在早期全球最大的电子商务网站E-bay或者国内的8848、易趣等早期的网络商场选中心仪的商品后，买家需要首先按卖家提供的地址或银行账号，通过邮局汇款或者银行汇款的方式，把相应的货款支付给卖家。当卖家确认收到货款后，通常会在第一时间安排相关商品的发货，通过邮局再把商品邮寄给买方。在这一过程之中，买卖双方是直接达成交易意向并直接完成货款的结算工作，而邮局或银行只是充当完成货款的跨区域流动的金融中介的角色，来参与此时的网络经济交易。

很显然，在上述交易模式中，买方要仅仅根据他们在网络商城中看到的图片就作出是否汇款的决定，他根本不知道在互联网的另一端究竟是一名遵纪守法的合法商人，还是根本没有货源，只是虚构了一些交易信息，利用伪造的实物照片哄骗买方付款，企图骗取货款的骗子。

买方在付款的时候显然明白他可能会面临三种不一样的结局：一是他果然收到货了，货物也的确很好，他做了一笔性价比很高的聪明的交易；二是他还是收到货了，然而货物却并没有卖家在售货广告中所宣称的那么精美，尽管不那么称心，但至少他还能收到一份不那么适用的货物，不至于血本无归；而最悲惨的第三种结局则是，钱汇出后就如泥牛沉入大海，从此杳无音信，自己望眼欲穿地等待着自己已经付完款的商品，却根本不可能等到。在这样的网络购物交易中，买家丧失的不仅仅是自己选择与等待的时间成本和已经付汇出去的全部货款，还包括网络购物消费者对于网络卖家和电子商务的仅存的信任。显然，在这样的传统的网络购物模式中，买家的利益是根本得不到保障的，这也限制了早期的电子商务市场规模的扩大。

尽管在上述传统的电子商务交易模式中，卖方的利益看上去得到了最大的尊

重和保护，然而，由于极大地漠视了买方的利益诉求，导致网购市场难以扩张，反而又极大地限制了电子商务卖家的利润水平和经营规模的扩张。可是，如果反过头来，政府规定，为了保护买家的利益，当客户在互联网商城选购商品、下了订单后，卖方必须先安排发货，等买方收到货确认无误后，再由买方完成付款行为，把相应的货款再给卖方通过邮局或银行汇过去，这样的可能会引发巨大的买方违约的信用风险的做法，则是众多电子商务卖家所不敢想象的。

另一个限制早期网购业务发展的因素就是物流体系建设的不足。那时的网购交易的送货基本都是通过邮局的包裹邮寄来实现，像现在我们熟悉的“四通一达”等众多的快递物流公司大多还没有创立，邮寄费用贵且不说，物流的速度还相当慢，一单网购业务从下单、汇款到卖家发货、邮局送货、买家收到货，正常的速度也得一个月左右的时间，有时拖上几个月也毫不奇怪。也许你在夏初在网上看上一件漂亮的裙子，并立即下单买下，梦想着能够很快穿上新裙子在男友、老公、闺蜜等人面前臭美一下，结果等收到裙子时才发现，裙子固然很漂亮，只是几个月过去了，自己已经应该穿棉衣了，无奈只能把新裙子压在箱底，等待着下一个夏季的到来。这种痛苦的心情想必是很多喜欢网购的漂亮美眉所极为不愿意体验的。而对于一些吃货来说，当自己感觉饿了时，在网上购买了一箱牛奶，等到几个月后收到时才发现，牛奶已经不是过期的问题了，都快变成酸奶了。这种把牛奶等成酸奶的惩罚，对于众多吃货而言，也是完全可以被评入“十大酷刑”之列的。在这样的物流效率和巨大的卖家违约风险下，电子商务在中国产生的前十年间一直固步不前，难以实现突破，也就不足为怪了。

可以想象，由于在早期的电子商务中，买方必须承担卖方违约的信用风险，如果网络交易的价格与现实市场相差不多，根本不会有人选择进行网购，这就逼迫电子商务卖家必须不断地压低自己网络销售的价格水平，进而挤压自己的利润空间。这反而产生了金融学上所说的劣币驱逐良币的逆向选择。

就好像我们在日常生活的购物过程中，如果你口袋中同时拥有多张新币和旧币，那么在买东西付款时，你往往更倾向于保留新币，而选择尽早把那些品相不好的旧币使用出去，这其实就是最为简单的劣币驱逐良币的过程。

在早期电子商务过程中，市场的发展逼迫卖家不断地压低销售的商品的价格，而正规的商家显然是无力承担这种持续的降价销售的，它们只能被迫选择退出网络经济，而对于众多活跃于互联网中的骗子而言，他们可是不吝于报出令买方心动的跌破地板价的地狱价的。于是，一场大浪淘沙之后，真正合法经营的正规商人大多忍痛选择退出互联网经济，而留在早期国内电子商务市场中的大多是些指望骗一把、捞一笔就走的骗子们。这又进一步加大了电子商务交易的信用风险，迫使卖方必须进一步压低价格吸引顾客。可以说，早期的以保护卖家利益为

基础的电子商务模式恰恰使得中国的电子商务陷入了一个死循环。如果不能打破这样的运营机制，互联网经济，更不用说今日繁荣的互联网金融，就将被直接扼杀于摇篮之中，根本不可能得到成长的机会。

第三节 第三方支付的创新机制

支付宝的推出

2004年12月，马云的阿里巴巴集团向众多中国网民推出了支付宝（Alipay），这也圆满地解决了此前国内互联网电子商务交易过程中的信用风险，从而推动了此后中国电子商务的爆棚式发展。正是基于支付宝的成功，马云在2005年的达沃斯世界经济论坛中最早提出第三方支付平台的概念。此后，这一概念以及支持这一概念的支付宝的运作经验，开始风靡全国的电子商务领域，并直接推动了全球互联网经济的蓬勃发展。

得益于支付宝的成功，阿里巴巴旗下的淘宝早已经成为中国电子商务的一面旗帜，而马云更是被众多中国网民誉为中国的乔布斯，淘宝和支付宝也成为马云手中堪比 iPod 和 iPhone 的两大终极法宝。

至于支付宝的运作流程，想必不用作者多说了。在网购已经极度普及的今天，特别是对于很多年轻朋友而言，没有过网购经历，特别是没有过在淘宝上购物经历的并不太多。对于曾经亲自体验过淘宝购物的很多朋友而言，支付宝似乎是一个容易被忽视却又永远无法被漠视的伟大的发明。

今天在淘宝上选购商品时，我们可以用我们存入支付宝账户或者余额宝账户里的自有资金，或者使用关联在支付宝上的某张借记卡或者信用卡中的资金进行支付。只是支付的资金并不是直接划拨给卖家，而是冻结在自己的支付宝账户中，当买家完成支付后，支付宝将于第一时间通知卖家发货。而买家收到货后再向支付宝确认付款，由支付宝完成对卖家的付款交易。

支付宝中的信用机制

传统的网络购物的最大问题就在于买卖双方都难以方便、节约地确定交易对手的信誉状况，都担心对手的违约给自己造成经济损失。在信息不对称的情况下，这一问题也导致电子商务市场难以得到壮大和发展。