

HULIANWANG JINRONG
LILUN YU FAZHAN YANJIU

互联网金融

理论与发展研究

曹志鹏◎著



 吉林大学出版社

互联网金融

理论与发展研究

曹志鹏◎著



 吉林大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

互联网金融理论与发展研究/曹志鹏著. --长春:

吉林大学出版社, 2017. 4

ISBN 978-7-5677-9765-9

I. ①互… II. ①曹… III. ①互连网络—应用—金融—研究 IV. ①F830. 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 114034 号

书 名 互联网金融理论与发展研究
HULIANWANG JINRONG LILUN YU FAZHAN YANJIU

作 者 曹志鹏 著
策划编辑 孟亚黎
责任编辑 孟亚黎
责任校对 樊俊恒
装帧设计 崔 蕾
出版发行 吉林大学出版社
社 址 长春市朝阳区明德路 501 号
邮政编码 130021
发行电话 0431—89580028/29/21
网 址 <http://www.jlup.com.cn>
电子邮箱 jlup@mail.jlu.edu.cn
印 刷 三河市天润建兴印务有限公司
开 本 787×1092 1/16
印 张 17.5
字 数 227 千字
版 次 2017 年 11 月 第 1 版
印 次 2017 年 11 月 第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5677-9765-9
定 价 62.00 元

版权所有 翻印必究

前 言

在过去十年中,通信、图书、音乐、商品零售等多个领域在互联网的影响下均发生了天翻地覆的变化。金融作为天然具有数字属性的工具(金融产品可以看作数据的组合,金融活动也可以看作数据的移动),本质上与互联网具有相同的数字基因,必然也在互联网的影响下发生重要的改变。自 2013 年“互联网金融元年”以来,互联网金融发展迅速,正日益成为金融发展与创新的重要元素,并被社会各界广泛关注。

互联网金融具有开放、平等、共享、普惠、去中心化等特点。它在缓解金融信息不对称、提高交易效率、降低交易成本、丰富投融资方式等方面具有明显的优势。它冲破了我国僵硬的金融资源配置严重不公的体制窠臼,使大量融资饥渴的中小微企业获得了再生的机会;它完全诞生于市场机制,没有一点计划经济色彩,从而被业界称为 21 世纪以来中国金融业最伟大的创举。但是,互联网金融的出现也对传统的金融机构造成了巨大的冲击,使其产生严重的危机感和恐惧感。虽然目前阐述互联网金融的理论文章、评论文献并不少见,但多是零敲碎打、就事论事,以应景性的研究和讨论居多。在此情况下,投资者、理论工作者、传统金融工作者、金融人才培养机构、金融监管部门等都急需一部全面、系统阐述互联网金融理论与发展的书籍。《互联网金融理论与发展研究》一书正是在此背景下撰写的,期冀能为我国互联网金融的发展提供一定的指导和借鉴。

本书共八章,从互联网金融的概念出发,对互联网金融的前世今生和未来发展做了详细的介绍。第一章论述了互联网金融的崛起;第二章对互联网支付平台的发展做了研究,并加以实例具体阐

述;第三章重点对 P2P 和众筹进行了介绍,旨在使读者对互联网融资有所了解;第四章对保险的新发展阶段——互联网保险进行了探讨;第五章和第六章对互联网理财及互联网金融对传统银行业盈利能力的影响进行了探究;第七章基于互联网金融的风险,对互联网金融的监管做了具体分析;第八章放眼未来,描绘了互联网金融发展的蓝图。

总体来看,全书结构完整、逻辑清晰、内容翔实、语言简练、图表和案例丰富。同时,本书以互联网金融理论为基础,对互联网金融的各个组成部分进行了理论阐释及实践分析,提出了一些独到的见解,充分体现了本书的时代性和创新性。

在本书的撰写过程中,参阅了部分同行专家、学者的相关著作、论文,吸取了诸多有益的成果、见解,在此谨致以诚挚的谢意。由于作者水平有限,书中难免有不妥之处,敬请同行专家、学者和广大读者批评指正。

作 者

2016 年 12 月

目 录

第一章 应对世事:互联网金融的崛起	1
第一节 互联网金融及其发展历程	1
第二节 互联网金融的理论基础与特征	11
第三节 我国互联网金融的发展环境	21
第四节 互联网金融平台的运营模式与策略	29
第二章 从支付开始——互联网支付平台的发展	38
第一节 互联网支付及特征	38
第二节 我国互联网支付发展的典型案例	46
第三节 我国互联网支付存在的问题与风险控制	61
第三章 互联网融资:P2P 与众筹	70
第一节 互联网融资的含义与特色	70
第二节 网络 P2P 与众筹的模式分析	78
第三节 互联网融资的风险控制	98
第四章 互联网保险:保险的新发展阶段	104
第一节 互联网保险的概念和国外发展	104
第二节 互联网保险的运营模式和特征	113
第三节 互联网保险面临的风险分析	120
第五章 互联网理财:国民理财新渠道	132
第一节 互联网理财产品的概念与特点	132
第二节 互联网理财产品的几种模式分析	135
第三节 互联网理财产品风险与防范分析	165

第六章 互联网金融与商业银行业务	169
第一节 互联网金融对商业银行业务的影响	170
第二节 互联网金融对商业银行盈利能力的影响	179
第三节 商业银行应对互联网金融影响的策略	191
第七章 互联网金融监管:风险防范与策略	201
第一节 我国互联网金融的监管	201
第二节 互联网金融的风险分析	215
第三节 对策与建议:互联网监管的新发展	227
第八章 互联网金融的未来	235
第一节 普惠金融:互联网金融的走向	235
第二节 移动互联网金融的特色与发展	245
第三节 大数据与互联网金融	250
参考文献	269

第一章 应对世事:互联网 金融的崛起

互联网,英文名为 Internet,自 20 世纪 60 年代末诞生于美国以来,对人类社会生产的各个方面都产生了相关程度上的深远影响。其中,凭借来自互联网技术的支撑,互联网精神正以“开放、平等、协作、分享”作为基本特征,对人们的价值观与思维方法进行着相应方面的重塑。在传统的金融业与现在的互联网精神进行彼此的相互结合时,便诞生出了互联网金融这个产物。

第一节 互联网金融及其发展历程

当下,互联网金融正在成为一股不可阻挡的潮流,涌入人们的生活之中,并潜移默化地构造出了一个全新的金融格局。例如,一直以来充当传统的金融媒介的银行,如今它的地位却在时刻受到撼动;资金的供需双方现在也可以不通过银行,而是经过一系列的网贷平台、第三方支付等渠道来实现贷款以及支付结算等业务。由于在这种情况下,资金的供需双方可以更好地借助互联网的技术实现最为直接的交流。因此,互联网金融加速了针对传统金融机构的“脱媒”进程,所谓的脱媒,是指脱离媒介的角色。这样一来,就促使金融机构必须不断地进行相应的创新,为客户持续性地带来价值和卓越的体验。

一、互联网金融的概述

近年来,伴随着互联网技术的不断发展以及移动终端的逐步普及,互联网已经渗透到了人们生活的方方面面,具体表现为:从便捷的网络购物到采用手机支付进行消费,从缴纳水电费到购买晚餐食材,进行这些活动,都可以做到足不出户,轻松地在电脑或手机端一键完成。

这些基于互联网技术的各类服务,最开始都是以零散的形式出现在网络的平台上的,由于其抓住了客户的准确需求,便逐渐发展到了势不可挡的地步,甚至可以借助互联网完成任何事。

而互联网金融也是如此,突如其来地出现在了网络的各个地方以及角落。

(一)互联网金融的含义

究竟什么是互联网金融?对于互联网金融的定义,可以说是众说纷纭。互联网金融,是传统金融行业与互联网行业有机结合的新兴领域。

从广义上来说,只要是涉及广义金融的互联网应用,都属于互联网金融,如网络投融资、互联网支付、金融中介、信用收集及评价、风险控制等;从狭义上来说,互联网金融,专指依托互联网实现货币的信用化流通。

目前,互联网金融主要分为两种格局,传统金融机构的互联网化和新兴互联网公司的金融化。传统金融机构的互联网化,主要指传统的金融机构,如银行、保险、证券、基金的互联网产品、服务创新及电商化等;而新兴互联网公司的金融化,主要是指通过使用互联网的技术向金融业进军的公司。

(二)互联网金融兴起的原因

1. 互联网的普及与技术支持

中国互联网络信息中心在1997年11月发布了第一次《中国

互联网络发展状况统计报告》。当时,中国共有上网计算机 29.9 万台,上网用户数 62 万,网站约 1500 个;截至 2016 年 12 月,中国网民规模是 7.31 亿,其中手机网民占比为 95.1%,人数为 6.95 亿,域名总数为 4228 万,移动应用数量则达到 671 万款。

不仅仅是数字的飞跃。20 年来,中国互联网发展主题从“数量”向“质量”切换,显现出互联网在经济社会中地位提升、与传统经济结合紧密、各类互联网应用对网民生活形态影响加深等特点。

由于受到移动网络的大范围覆盖以及智能手机持续的价格下降趋势,手机网民数量的增长速度远远大于总的网民数量增长速度,成为目前互联网用户增长的一个主要来源。以移动互联网为首的互联网,普及范围越来越广,为互联网金融的进一步发展奠定了相关的用户基础。

随着互联网的不断普及,互联网的技术也在进行不断的相应发展,社交网络、搜索引擎把人类社会带入了一个新时代,一个由庞大的结构化与非结构数据信息构成的新时代。如图 1-1 所示:

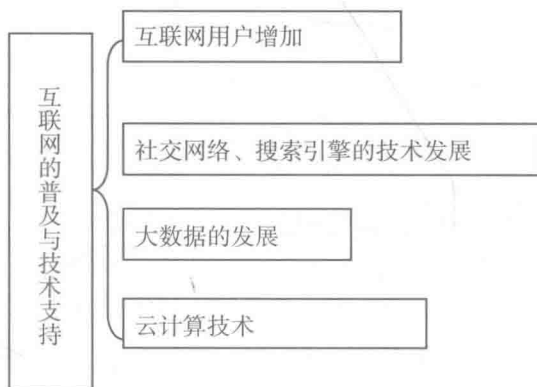


图 1-1 互联网的普及与技术支持

互联网数据的产生、发送速度和频率飞速增长,数据源的数目和种类不断地增加,海量的数据资源使得大数据越来越多地受到企业重视。越来越多的企业注意到大数据资产的重要性,大数

据也逐步成为互联网金融的重要工具。

2. 新兴商业模式带来互联网金融服务需求

从一开始的简单化信息浏览、发送电子邮件,逐步发展到信息搜索、视频会议、电子银行、影音娱乐、购物、社交等,用户的行为习惯越来越趋向于“互联网化”。生活中,互联网的应用越来越频繁,几乎所有的信息流和资金流都通过这种形式完成。用户习惯的“互联网化”促使互联网及相关技术在一定的程度上必须加快与商业、金融业的紧密结合,从而更好地让用户的需求得到满足。

此外,互联网行业本身的连接功能,顺利地摆脱了时空、地域的束缚,开启了以融合为特征的产业革命,使得产业技术和产品服务之间的交叉渗透对原有的产业界限进行了相关模糊,一种产品往往是来自多个产业成果的彼此结合,最终所生成的金融创新产品。

这些都足以表明,科学技术的发展,对原有的产业格局和商业模式进行了相关的颠覆,为了更好地让消费者的需求得到满足、增强客户体验,新的金融产品和服务应运而生。

同时,面对互联网浪潮所带来的新兴商业模式的冲击,在传统金融体系中没有得到满足的金融需求会在互联网中一并爆发。长期以来,由于政府针对金融领域的管制政策过于严格,导致了严重的金融压抑和金融资源垄断现象出现。

如今,中小微融资需求、个人小额融资及理财需求,在借助互联网的情况下,实现点对点配对,使资金供求平衡进一步得到实现,并逐步摆脱传统金融的中介,成为了互联网金融的主要拥护者。

同时,传统金融企业为了更好地生存,必须进行相应的变革,针对金融产品不断地进行创新。这样以非金融企业的主动涉入与传统金融企业的被迫改变,使得互联网金融的发展不断扩大。

二、互联网金融的发展历程

(一) 互联网金融的形态

在过去的两年中,关于互联网金融的讨论,在业界中引起了非常大的影响,讨论热潮也是异常热烈。面对那些传统金融,无论是银行、证券,还是保险公司,都开始朝着互联网的金融业务涉足迈进。

与此同时,在过去一年多的时间里,大量的传统金融机构有关管理者,无论是银行的行长、证券公司的总裁还是基金公司的总经理,都开始对互联网金融产生了一定的兴趣,并从此变成了他们主要谈论的对象。

那么,互联网金融,到底是什么呢?我们认为,大概有两种形态。

如图 1-2 所示:

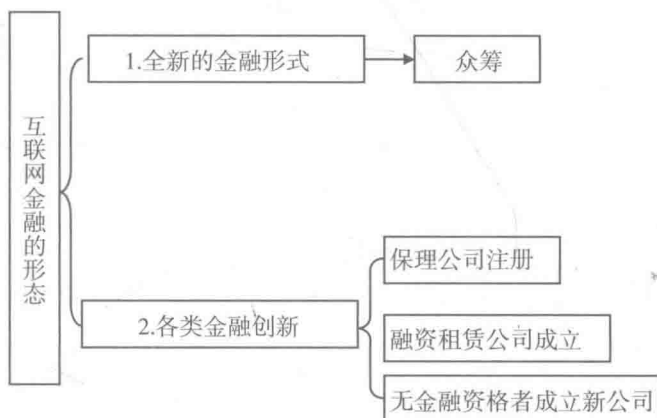


图 1-2 互联网金融的形态

1. 全新的金融形式

全新的金融形式,是由互联网技术的发展与应用衍生出来的

一种形式。例如,最典型的众筹。

以前的生活中,我们没有办法去和陌生人进行认识、了解甚至是进行相关的合作,当然包括对很多人的基本信息和信用状况也不能进行充分的了解。而这些都源于不认识、不了解,导致彼此没有足够的信任关系,更不可能进一步地谈投资与合作之间的关系。

但是,在互联网出现以后,在很大程度上带来了便捷,对大量的数据进行了记录、登记,对于想了解的信息,我们可以轻松掌握并获取一些需要的相关资料,如每个人的信用、消费以及投资的情况等。

众筹,基于互联网技术的合理巧妙运用,在实现信息交互、建立投资合作信任关系方面形成了一定程度上的基础,于是脱颖而出,成了一种新的金融形态。

2. 各类金融创新

所谓的各类互联网金融创新,无关乎互联网,而是由于监管和管制的宽松,而释放出来的。这些金融创新,有可能很早就出现了,甚至一直存在于世界上,但是在以前它属于是被法律法规禁止的一种状态。

2015年,大概有两万多家的私募管理人进行登记,上千家的保理公司进行相关的注册,与此同时,有超过两千家的融资租赁公司纷纷成立。甚至,以前没有从事金融业务资格的人,在如今也都纷纷成立了新公司。以上这些,相继产生的业态都是由于监管的宽松而逐一出现的。

这两类新的金融形态,我们统称为互联网金融。

(二)互联网金融的发展阶段

当下,各种论坛如果不讨论关于互联网金融的话题,好像就跟不上时髦的潮流步伐。互联网金融的到来是有历史阶段的。根据表 1-1 所示:

表 1-1 互联网金融发展阶段

阶段	备注
第一阶段	2000 年,支付网关出现
第二阶段	2000 年前后,大量电子商务公司出现
第三阶段	2003 年,第一个支付账户在中国产生
第四阶段	2010 年 5 月,证监会将第一张基金支付牌照交给了汇付
第五阶段	2013 年,互联网金融开始红遍中国

1. 第一阶段

2000 年的时候,支付网关(Payment Gateway)出现了,这是一种不同于银行的非金融机构的模式。它通过特定的一套系统,连接各家银行的信用卡系统、借记卡系统以及储蓄系统,最后,把所有的有关银行的支付服务集中起来提供给用户。

支付网关主要处理两件事:

第一,进行掌管连接交易的事项,当用户进行刷卡支付时,网关需要和银行进行相关的连接,通过银行再授权支付;

第二,进行在网上相关结算的事项,把交易过程中的金额,从银行转结到商户。

支付网关的出现,对中国的电子商务产生了重大的意义。

2. 第二阶段

2000 年前后,大量的电子商务公司开始在中国相继出现。由于每家电子商务公司,在联系各家银行的过程中,花费大量的时间与精力,所以,对于电子商务这一部分来说,势必会影响到它的运行效率。

但是,出现了网关这种通用的服务之后,电子商务就可以省下很多的时间,把精力集中致力于自己的商业模式发展之中。只要他们进行一些相应的支付结算、清算相关的事情,支付机构可以全权包揽。

也是在 2000 年前后,北京出现了首信易,上海出现了 ChinaPay。这些专业机构开始经营相应的支付网关,对于当代的金融来说,是一次很大的飞跃。

3. 第三阶段

2003 年,第一个支付账户在中国产生。支付账户的产生,具有非比寻常的意义。

在 2003 年以前,进行相关的提供账户,给大家做资金存管与登记的工作,除了商业银行有权行使,其他的机构,如证券公司曾经开放过资金存管权限外(已被叫停多年),连保险公司或信托公司都不允许行使这个权力。所以,归根结底来说,这些非银行金融机构,在不能存放资金的前提下,只能做一些简单的登记金融资产或者证券份额,资金仍然得回到商业银行的账户中去。

所以,支付账户的出现,很好地缓解了这种情形,它在中国是第一个可以在银行体系之外出现的可以存放、记录资金的账户,这是一件具有里程碑意义的事件。与此同时,需要注意的是,当时没有任何监管机构的牌照,支付账户的经营完全是一种自发的商业行为。

当然,2004 年出现的支付账户,是模仿美国 PayPal 的模式;而 2000 年的支付网关,是模仿美国 CyberCash 的商业模式。但是,这确实在银行体系之外产生了一个非常不同的功能:汇,即转账、支付和结算的功能。

支付网关,长期充当着一个资金的搬运工的角色:从某个银行发卡人的个人账户,到一个商户的结算账户,但这并不属于其真正的金融业务。在中外,支付成为一项金融业务,也需要历经很长的演进历程。

运通,就是美国以前有着大约 100 多年历史的 American Express。在美国的伊利运河修好之后,快递业务主要通过走水路的形式进行。之后,他们发现了帮人运钱是一项很好的快递业务,就接着有了后来的 American Express——现在已经进化为全

球最大的信用卡公司之一。

中国也是如此，在 100 多年前有了汇通天下，汇通天下的前身是钱庄，就是进行票据支付。钱庄再往前，大多是镖局，就是带有武装功能的快运公司。今天，支付成了金融领域中的一个新名词。

但是，在 2007 年之后，支付网关的角色发生了相应的改变。汇付，是行业中发生改变的第一个。当时，汇付在为航空行业做支付业务时发现：如果仅仅帮航空公司代理人跟乘客之间做简单地支付结算的话，过程不是特别顺畅。因为，代理商负责从航空公司拿到机票卖给个人，再从个人手中收取相关的费用传递到航空公司，期间会产生较大的时间差。

2007 年的时候，机票基本上实现电子化，一张票从航空公司到代理商平台再转递到个人手上，几乎是立刻到达的。但是，票款的整个收取过程却是存在一些弊端的，因为从个人手中到代理人再到航空公司，这阶段间大概要花 23 天的时间，才能很好地对票款进行一个完整的收取。这意味着航空公司在此期间处于赊销状态，如果航空公司不承担赊销，代理人就得负责垫钱的任务。

所以，汇付在 2007 年的时候，连接了航空公司与代理商所有的系统，把之前的垫款业务很好地做了相关的巧妙处理，通过借助互联网的手段，把垫钱的时间差做了一个整体的调整，具体从原来的 23 天压缩到 3 天。

因此，在这个行业里，只要能够找来资金先垫付，整个行业就能灵活变动，业务也就自然而然地产生了。

这种信用支付的功能，事实上是对赊销或短期放贷的另一种支持手段。因此，支付的功能和作用显而易见，它不再仅仅是帮助别人搬运钱，而是支付公司自己投入了相应的资金，承担了其中的信用风险。当时每笔只收了 6‰ 的手续费（因为支付公司不是银行，不能放贷），年化就是 72%。因此，从 2007 年 12 月开始，支付公司就进入到了金融行业。

4. 第四阶段

2010年5月,证监会将第一张基金支付牌照交给了汇付。在2010年之前,凡是有关于基金、信托等各类金融产品的销售,都是借助商业银行的渠道来得以实现的,这个比例一般都不低于80%。2010年证监会开放授权后,汇付接任这个业务,但在今天看来已经是一件很寻常的事情。也正因为有了这个基础,余额宝才能顺利地诞生。

2011年,在支付公司从事了十几年的业务之后,人民银行颁发了支付牌照,对大家的身份也表示了认同。在2011年之前,这些公司都很紧张,因为当时不能注册叫支付公司,于是为了让专付功能和汇款功能更好地体现在商标里面,汇付天下的名字就由此而得了。

2012年,证监会进一步降低了相应的门槛:规定注册资金达到2500万元,带有支付系统,并通过相关的验收,就可以到证监会获得一张基金的代销牌照。这张牌照,有着巨大的意义,也是中国首次允许非金融机构进行相关的金融产品销售,同时是一件非常具有划时代意义的事情。

之后,很多的金融产品,如信托产品、证券公司的资管产品以及基金子公司的产品,都可以依托这张牌照进行相关的销售。这样一来,各类金融产品的发行方就视同获牌公司获得了一个销售准入证。于是,理财市场进入到空前繁荣的发展。

在今天,东方财富与蚂蚁金服等机构,除了销售基金和余额宝之外,还销售很多其他的产品,而进行这种行为的法律依据就是凭借这张牌照。

5. 第五阶段

2013年,互联网金融开始红遍中国,在美国叫FinTech(Financial Technology)。刚开始是互联网保险与余额理财,然后在2014年,P2P、众筹等金融业态也迅速爆发。这个概念只产生了一年多时