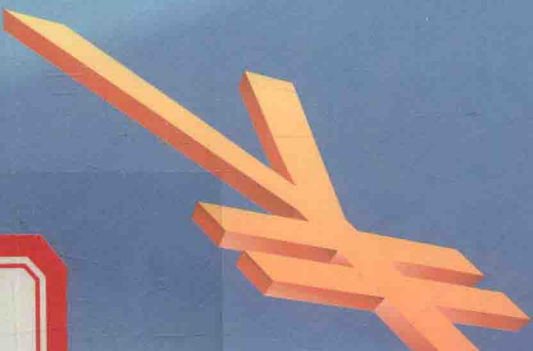


互联网金融时代中国商业银行 经营转型策略研究

黄娟 著



 辽宁科学技术出版社

互联网金融时代中国商业银行 经营转型策略研究

黄娟 著

 辽宁科学技术出版社

沈 阳

图书在版编目(CIP)数据

互联网金融时代中国商业银行经济转型策略研究/黄娟
著. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2015.2

ISBN 978-7-5381-8992-6

I. ①互… II. ①黄… III. ①商业银行—经营管理—
研究—中国 IV. ①F832.33

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第008357号

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路29号 邮编: 110003)

印刷者: 沈阳市奇兴彩色广告印刷有限公司

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 162mm × 240mm

印 张: 12.5

字 数: 178千字

出版时间: 2015年2月第1版

印刷时间: 2015年2月第1次印刷

责任编辑: 郭 健 曹 阳

封面设计: 冯守哲

责任校对: 李桂芬

书 号: ISBN 978-7-5381-8992-6

定 价: 36.00元

前 言

互联网的快速发展正深刻影响着人类社会的组织形态、商业模式和生活方式，在一定程度上颠覆了商业银行传统的经营模式。以互联网为代表的现代信息科技，特别是移动支付、社交网络、搜索引擎以及云计算等，将会对人类金融模式产生根本影响，出现了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模式，即“互联网金融模式”。长期以来，传统金融业锁定高端市场导致低端市场的金融需求得不到满足，正规金融机构一直未能有效解决中小企业融资问题，而我国长期的“金融压抑”现象赋予了互联网金融的发展空间。互联网金融具有的便捷性特质，使其在交易主体、交易渠道、用户体验、普惠思维方面拥有巨大优势与革新价值。互联网金融的发展弥补了现有金融体系不足，满足了大众金融需求，对中国金融业而言是一次跳跃式发展的机遇，激发了中国金融业发展的潜力。2014年3月召开的十二届全国人民代表大会第二次会议上，国务院总理李克强在政府工作报告中提到“促进互联网金融健康发展，完善金融监管协调机制”。

本书以互联网金融时代中国商业银行经营转型策略作为研究对象。20世纪90年初，随着网络银行的兴起，商业银行积极嫁接网上银行业务，成功应对电子技术给商业银行带来的挑战。伴随互联网技

术的不断发展，互联网金融业也在积极延伸银行业服务的长度和广度。2013年以来，以阿里集团为首的互联网企业全面涉入金融业，并在网络支付、网络理财、网络借贷等多个领域对商业银行构成挑战。面对互联网对经济社会带来的变革以及互联网企业的强势竞争，商业银行必须深刻领会互联网新商业模式和生活方式的变化趋势，不断创新经营，努力将自身打造成符合网络经济时代商业运行规律的新金融服务提供者，才能在金融领域继续保持中流砥柱的地位。

本书首先介绍了互联网金融的概念、特点、发展原因、互联网金融主要模式的发展现状及未来发展趋势。然后深入分析了互联网金融对于商业银行的影响，认为互联网金融带给商业银行的并不只是冲击和挑战，更多的是创新和发展的机遇，包括有利于促进商业银行的金融创新活动、提高商业银行的经营效率、促进信用体系完善等方面。但是也要看到互联网企业进入金融领域给商业银行带来了一些挑战和冲击，特别是加剧了金融领域的竞争和风险，弱化了商业银行金融中介的地位。为了进一步说明互联网金融对商业银行的冲击，本书结合2013—2014年金融领域的数据资料分析互联网金融的发展对商业银行负债、资产和中间业务的主要影响，指出在短期内互联网金融对商业银行的影响是有限的，不会颠覆商业银行的核心地位，只要商业银行抓住互联网金融发展所带来的契机，积极转型，一定可以抵御互联网企业的挑战。本书的第四章主要介绍了商业银行应对互联网金融的路径选择，并针对不同的路径进行了举例和分析，指出商业银行不应该一味地互相模仿，应该根据自身特点选择适合的转型路径。最后，在梳理已有互联网金融实践的基础上，提出了商业银行在互联网金融时代的定位与改革思对策，强调商业银行应当将发展重点放在信息体

系和风险控制体系的建设方面，以促进我国金融环境的建设。

由于笔者学术水平有限，本书的内容仍然有许多需要完善的地方，衷心希望广大读者给予批评和指正！

黄 娟

目 录

第一章 导论

1.1 研究对象和研究意义	002
1.2 研究文献综述	007
1.3 研究思路和研究方法	010
1.3.1 研究思路	010
1.3.2 研究方法	011

第二章 互联网金融概述

2.1 互联网金融的概念	014
2.2 互联网金融产生和发展的原因	015
2.2.1 互联网金融的产生和发展的基础：互联网和网络技术的发展	015
2.2.2 互联网金融产生和发展的动力：多方金融主体的需求	016
2.3 互联网金融的基本特征	018
2.3.1 从参与者来说，互联网企业和金融机构相互融合	018
2.3.2 互联网金融业务运行网络化，实现普惠金融	019
2.3.3 互联网金融业务经营信息化，为客户提供“个性化”服务	021
2.3.4 互联网金融的模式多样化	021
2.3.5 互联网金融是金融创新性活动	023
2.4 互联网金融的主要模式	024

2.4.1 第三方支付模式	024
2.4.2 互联网融资模式	029
2.4.3 互联网理财模式	046
2.4.4 大数据金融模式	050
2.4.5 互联网金融门户模式	052
2.5 互联网金融的发展趋势	056

第三章 互联网金融的发展对我国商业银行的影响

3.1 互联网金融的发展给商业银行带来了新的发展机遇	058
3.1.1 互联网金融成为目前推动传统银行创新和提升核心竞争力的 重要推动力	058
3.1.2 互联网金融的发展有利于降低商业银行的经营成本, 提高商 业银行的经营效率	063
3.1.3 互联网金融的发展有利于促进我国信用体系完善	067
3.1.4 互联网金融的发展加快了我国金融监管体制改革的步伐	074
3.2 互联网金融的发展使商业银行面临着新的挑战	079
3.2.1 互联网金融的发展加速了金融脱媒, 使商业银行金融中介的 地位弱化	080
3.2.2 互联网金融加剧了金融行业的竞争, 使商业银行的客户资源 面临被剥夺的危险	083
3.2.3 互联网金融推动了我国利率市场化改革进程, 使商业银行传 统盈利模式受到冲击	088
3.2.4 互联网金融的发展加大了商业银行经营的风险	091
3.3 互联网金融对我国商业银行影响的实证分析	095
3.3.1 互联网金融对商业银行负债业务的影响	095

3.3.2 互联网金融对商业银行资产业务的影响	102
3.3.3 互联网金融对商业银行中间业务的影响	104
3.4 研究结论和启示	109

第四章 互联网金融时代我国商业银行转型的路径选择

4.1 我国商业银行针对互联网金融采取的主要对策	110
4.1.1 积极发展电子银行, 推进银行业务网络化、移动化	112
4.1.2 打造新型电商平台, 抢占电商市场	127
4.1.3 发展直销银行, 提供低成本高效率的金融服务	132
4.1.4 与互联网企业合作开发互联网金融产品, 在合作中谋发展	136
4.2 商业银行转型路径评价	140
4.2.1 电子银行	140
4.2.2 电商平台	145
4.2.3 直销银行	147
4.2.4 与互联网企业合作	149
4.3 研究结论和启示	151

第五章 商业银行经营转型的具体措施

5.1 制订和实施互联网金融发展战略, 选择合适的转型路径	154
5.1.1 充分认识自身的优势和劣势, 进行准确的战略定位	155
5.1.2 结合自身条件选择合适的转型路径	156
5.1.3 针对不同发展阶段制订互联网金融行动计划	157
5.2 转变经营理念, 以客户为中心, 促进组织机构、管理体制和业务流程的改革	157
5.2.1 加强银行与客户的沟通互动, 实现与客户的无缝对接	158
5.2.2 改革银行组织机构, 促进组织内部的信息沟通	160

5.2.3 重视客户体验，打造以客户为中心的经营模式161

5.3 重视产品和服务创新，提供差异化的金融服务162

5.3.1 优化银行原有的金融服务，巩固自身优势162

5.3.2 与时俱进，开发更为便捷、个性化的产品和服务166

5.4 提高信息处理和运用能力，从支付、融资和产品中介
升级为信息中介167

5.4.1 提高信息处理能力168

5.4.2 构建银行数据服务体系，将信息处理能力转化为盈利能力169

5.5 寻找战略联盟，在合作中实现双赢171

5.5.1 选择合适的联盟方式和联盟方，加强战略合作171

5.5.2 加强与互联网企业在信息方面的合作172

5.5.3 加强与互联网企业在金融产品和服务方面的合作173

5.6 完善风险控制体系174

5.6.1 不断探索风险管理的新技术174

5.6.2 建立全面的风险管理体系175

5.7 发掘和培养复合型人才177

第六章 总结与展望179

参考文献183

第一章 导 论

在经历了农业经济和工业经济的发展历程之后，自20世纪90年代以来，随着信息技术的飞跃式进步，人类迅速步入了网络经济时代。网络经济的增速远远超过其他领域，从0到100亿美元的交易，WallMart走完这个历程用了30年，eBay却仅仅用了6年。与蒸汽机和电力一样，网络已成为一种新的生产力引擎，渗透到社会生产、生活的各个领域。经济和社会活动中的线下行为持续向线上迁移，人类社会的虚拟化程度不断加深。2014年7月21日，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布了《第34次中国互联网络发展状况统计报告》，报告显示：截至2014年6月，中国网民规模达6.32亿，互联网普及率为46.9%，较2013年底提升1.1个百分点，其中手机网民规模达5.27亿，较2013年底增加2699万人，网民中使用手机上网的人群占比由2013年底的81%提升至83.4%。在智能终端快速普及、电信营业商网络资费下调和Wi-Fi覆盖逐渐全面的情况下，手机上网成为互联网发展的主要动力，不仅推动了中国互联网的普及，更催生了更多新的应用模式，重构了传统行业的业务模式，带来互联网经济规模的迅速增长。

互联网在迅速改变传统商业模式和组织形式的同时，对传统金融也产生了重大影响，并使商品的流通与交易模式、消费者的消费习惯

[001]

与支付方式发生了根本性的改变。与网络时代带来的变革同步，银行的经营环境也发生着空前的变化。以第三方支付为代表的互联网新势力和积极发展手机支付的电信运营商凭借技术和商业模式创新蚕食着本属于商业银行的领域，对银行传统经营模式产生颠覆性的冲击。以互联网为代表的现代信息科技，特别是移动支付、社交网络、搜索引擎以及云计算等，将会对人类金融模式产生根本影响。出现了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模式，即“互联网金融模式”。

1.1 研究对象和研究意义

1. 研究对象

互联网金融是金融与互联网的融合，是在互联网时代，实现资金快速配置与融通的新金融模式。目前，国内互联网金融除了传统的网上银行功能外，主要形式有金融理财产品的网上销售、网络保险产品销售、网络证券买卖、第三方电子支付和网络小额信贷等。

在互联网金融发展的最初阶段，互联网企业的存在仅仅是为了满足自有电商平台的支付需求，简单提供与各家银行之间的网关接口。但随着电子商务在中国蓬勃发展，尤其随着海量用户数据的积累，互联网企业逐渐了解到用户在金融服务方面的需求和偏好，其提供的金融服务便开始从简单的支付渗透到转账汇款、小额信贷、现金管理、资产管理、供应链金融、基金和保险代销等银行核心业务领域。

2005年以来，我国互联网金融发展可谓风起云涌。银行监管部门对互联网金融企业开闸发放支付结算、金融产品代销等牌照，更是

进一步促进了互联网金融企业的发展。与传统商业银行相比，互联网金融企业在创新、整合、定制化服务方面拥有极大的优势，通过运用云计算、大数据、物联网、定位服务等前沿信息技术大量进行金融服务创新，推出众多新的金融产品；通过打通金融机构、移动运营商、商户、用户等产业链各环节进行金融服务整合；通过数据挖掘，精确把握产业链资金流向，以此提供定制化金融服务……充满创新精神的互联网企业正在沿着数据的路线，迅速侵吞传统银行业的版图。

2012年8月，中国平安董事长马明哲宣布，平安将和阿里巴巴集团主席马云、腾讯董事会主席马化腾合资成立一家互联网金融公司，推出保险业务等金融和虚拟互联网产品。2013年6月13日，第三方支付平台支付宝推出了一项余额增值服务——余额宝，用户通过余额宝可以在支付宝网站内直接购买基金等理财产品，获得相对较高的收益。2013年7月1日，余额宝上线仅18天，累计用户已经达到251.56万，累计转入资金规模达到66.01亿元。截止到2014年6月30日，余额宝的规模达到5741.6亿元，成为国内最大、全球第四大货币基金。余额宝的推出以及“三马”的跨界合作，使得互联网企业与金融行业进一步融合，蚕食着本来属于银行的业务。

因此，商业银行必须深刻领会互联网新商业模式和生活方式的变化趋势，重视技术渗透的力量，深入研究移动通信技术、云计算等带来的深远影响，融入新科技、新生活、新商业模式，不断创新经营，努力将自身打造成符合网络经济时代商业运行规律的新金融服务提供者。互联网时代的商业银行将是个性化的、互动的、渠道整合的、立体营销的、云中的、开放的以及商业生态系统的，自身能够不断繁衍和成长。

本书以互联网金融时代中国商业银行经营转型策略作为研究对象,通过研究互联网时代商业银行面临的新环境和新变化,分析互联网对商业银行经营模式的冲击和影响,分析互联网时代商业银行转型升级的必要性和意义,并进一步提出商业银行应对互联网时代的挑战、抓住互联网金融的机遇、促进自身经营转型的策略,对于促进我国商业银行的进一步发展,探索互联网时代商业银行经营模式的改革发展,促进我国金融体制的发展具有重要的理论和现实意义。

2. 研究意义

第一,对互联网金融时代商业银行经营转型策略研究有利于促进商业银行经营模式的改革。

商业银行是商品经济的产物,是经营存款、放款、汇兑、支付等金融业务,承担信用中介的机构。商业银行的主要职能是资金融通,但目前,这一中介职能已经受到了第三方支付、网络贷款平台等互联网公司的挑战,并出现逐步弱化的趋势。

互联网技术的发展,尤其是社交网络的出现,使信息的传递方式和传播途径发生变化,信息获取成本和交易成本大幅降低,在相当程度上冲击着商业银行的支付中介和融资中介的地位。Facebook与LendingClub合作,完美破解了融资过程中的信息不对称和成本高的难题,即社交网络平台解决了信息不对称问题,P2P交易平台极大降低了交易成本。Facebook可依靠其底层的海量数据,通过挖掘分析为资金的供求双方提供充分的参考信息,LendingClub则为资金的供求双方提供了交易平台,完成资金供求信息的传递,不需要借助中介机构,就可以直接完成资金的融通过程。此种金融模式,可以实现小额借款或贷款,由于跳过了银行这个中间环节,满足了草根阶层的融

资需求。在支付方面,2010年底以来,支付宝、财付通等支付公司都推出了各自的快捷支付产品,通过快捷支付用户无须开通网银,可以直接输入卡面信息快速完成支付,整个支付链条绕开了网上银行的交易限额限制。

互联网金融化的企业主张平台开放,尊重客户体验,强调交互营销,强调互联网技术与金融核心技术深度整合的运作模式。在客户主动寻找适合自己终端的时代,对银行服务的模式提出了很大的挑战。在这种背景下,中国商业银行如何顺应时代的要求和客户的需求改革自身的经营模式对于中国商业银行的发展至关重要。

第二,对互联网金融时代中国商业银行经营转型策略的研究可减小商业银行收入来源受到冲击的影响。

贷款利息少,存款利息大,网络借贷因其能为没有得到正规金融机构覆盖的个人或企业筹措资金,受到草根阶层欢迎,从而在小微企业和个人借贷的领域与传统商业银行形成竞争的局面。以支付宝、财付通、快钱等为代表的互联网第三方支付企业获得人民银行颁发的支付牌照后,得以参与到互联网及移动电话支付、银行卡线上收单、预付费卡发行与受理、货币汇兑等众多支付业务环节。随着未来服务商户、获牌业务类型以及个人用户需求的多样化,越来越多的第三方支付公司将触角伸向新的领域。第三方支付线下POS收单业务一旦成熟,将影响银行的POS刷卡手续费收入。加强互联网金融时代中国商业银行经营转型策略研究,采取积极应对措施,可有效减小互联网金融的发展对商业银行收入来源的影响。

第三,对互联网金融时代中国商业银行经营转型策略的研究有利于促进我国商业银行的发展,增强商业银行的抗风险能力,防范互联

网金融风险，保证互联网金融的健康运行，促进我国金融体系的完善和发展。

中国人民银行总行2013年第二季度货币政策报告中将互联网金融定位为“金融体系的有益补充”。这些在一定程度上明确了互联网金融的发展方向，确立了互联网金融的市场地位。由于网络金融业务快速高效，而且不受时间地域等限制，特别是第三方支付、P2P贷款融资平台等互联网金融，补充了传统银行融资渠道的不足，迎合了互联网时代个人投资者和中小微企业的融资要求和特点，因此，近年来互联网金融备受个人投资者和中小微企业欢迎，得到广泛使用，显现爆炸式的快速发展趋势。但是，互联网金融的风险和监管问题也日益显现出来，主要风险表现在网络金融虚拟化、网络支付快捷化、网络金融机构跨区域化和网络融资金额的规模化等带来的风险防控难度日益加大，给互联网金融的发展带来了巨大的挑战。经营风险是金融行业的重要特点之一，就风险控制而言，商业银行之于互联网金融企业有绝对的优势。在同质化竞争日趋严重和外部监管约束愈加严格的推动之下，商业银行高度重视风险控制体系的完善。银行面临着信用、流动性、市场、利率等多方面构成的风险，加上现在动荡的国际金融市场，银行只有在完善的风险控制指标体系内，严格控制各类风险，才能使银行在同行中保持竞争力。此外，商业银行对软硬件都投入了大量资金，而且积累了多年的操作经验，其在处理大批量的订单业务时依然可以保持系统的稳定性。因此，商业银行相比于互联网企业具有更强的抗风险能力。研究互联网金融时代商业银行经营转型策略，可以在商业银行目前的风险审核和控制系统下，结合互联网金融时代的特点和客户需求，开发出更适应互联网时代的金融产品，兼顾客户

需求和安全需求,从而有利于保证我国互联网金融的健康运行,促进我国金融体系的进一步完善。

1.2 研究文献综述

国内众多的学者以及银行经营者对互联网时代银行经营模式的研究主要是根据互联网发展的不同阶段进行思考和探索。这种研究分为两个阶段。

第一个阶段是在21世纪初期,互联网金融业务还没有全面展开,互联网企业还没有渗透到银行的传统业务领域,只是简单提供与各家银行之间的网关接口,银行是互联网金融业务的主体。因此,这一阶段研究的焦点集中在支付平台和线上交易风险。刘春泉(2004)对于第三方支付与电子银行进行了比较分析,重点论述了两者在客户界面及安全性方面的异同。刘丹(2005)对电子商务环境下网络银行的角色和功能定位进行了阐述,并从技术、流程、风控等角度对其进行了全面风险分析。温万春(2004)着重从微观层面,对网银结算业务中容易产生问题及对策进行了研究,并提出了若干技术解决措施。卞世晖(2005)对网上支付安全问题进行了较为全面的探讨。上述一系列研究,均指向支付平台和交易风险防控领域,并随着新技术的产生和进步,形成了相对成熟的解决方案。

第二阶段是2010年后,研究的焦点集中在互联网时代商业银行如何将产品和服务融入互联网和新技术,以网络化、虚拟化、个性化思维进行创新经营,从客户自助服务变成个性化、互动服务,从以银行为中心向以客户为中心转变。随着信息科技的进步,网络化、虚拟