

互联网金融对商业银行的冲击和挑战分析

邱 峰

(中国人民银行镇江市中心支行, 江苏镇江 212004)

摘 要: 互联网金融引发的技术脱媒、渠道脱媒、信息脱媒、客户关系脱媒正逐步边缘化银行中介功能, 中间业务受到替代, 面临客户流失、业务萎缩的危险, 传统经营服务模式面临变革。鉴于互联网金融自身存在诸多亟待解决的缺陷以及商业银行所处的特殊地位, 目前互联网金融尚无法撼动、取代商业银行, 二者应加强合作, 优势互补。商业银行应采取多种有效措施, 迎接互联网金融的崛起。

关键词: 互联网金融; 商业银行; 冲击; 策略选择

中图分类号: F832

文献标识码: A

文章编号: 1009 - 3109 (2013) 08 - 0044 - 07

一、引言

当前, 互联网金融已成为时下热门词汇之一, 2012年甚至被称为“互联网金融元年”: 阿里小贷异军突起、“三马”试水互联网金融、P2P网络借贷数量激增、十家较大的商业银行分别开设网上综合商城等。互联网社区改变了人们的生活、交友和生意方式, 实现了虚拟社区和现实生活的完美结合, 虚拟货币、虚拟金融与现实金融之间的转换。互联网金融发展势头强劲, 网络银行、金融理财产品网络销售、第三方支付、网络保险销售, 以及网络小额信贷等多种形式应运而生; 为资金供需双方提供直接匹配平台, 与客户实现开放、交互和无缝接触, 改变了传统货币金融理论框架。以移动支付、云计算、社交网络和搜索引擎为代表的新一代互联网技术, 将社会融资从直接融资、间接融资二维模式, 延伸至第三种融资模式——互联网融资。传统银行的概

念正在被颠覆, 传统金融生态链面临重大变局。

二、互联网金融兴起的根源——银行金融服务有益补充

互联网金融空间巨大, 主要源于庞大金融供需断层。首先, 财富积累急需保值增值的投资渠道。其次, 弱势群体的融资需求不能得到满足或融资成本过高。最后, 商业银行无法进行根本性的创新, 以跟上用户快速、即时需求的变化。比如说第三方支付所服务的小微商户只需要线下收单, 通过移动终端管理收单平台, 利润微薄, 无法得到银行的服务。同时, 熟悉互联网的年青一代渐成为社会主流, 网络用户群庞大。2012年, 中国网民5.64亿, 网上银行、网上支付用户2.21亿, 渗透率分别为39.3%、39.1%; 电子商务市场交易额达8.1万亿, 其中网络购物突破万亿大关, 网购率为42.9%, 而日本、澳大利亚为69%、58%; 网络广告收入达753.1亿元。

收稿日期: 2013-07-14

作者简介: 邱 峰, 男, 汉族, 硕士, 中国人民银行镇江市中心支行, 经济师。

互联网金融适应了“大数据”时代客户群体消费和融资需求的改变,提供了理财新途径,促进民间金融的阳光化、规范化,是以一种“非抵押、低成本、便捷”的信贷模式实现了金融末端的普惠,有助于解决中小微企业、个人的融资问题。网络借贷平均年收益率10%-20%,最高可达30%,极具诱惑力;投资的门槛低,匹配资金不多的个人投资者;亦可通过余额宝获得较高收益。同时,资金供需信息直接在网上发布并匹配,绕开银行,实时掌握客户的流动性,消减现行金融模式下逐户调查、逐笔审核而付出的极其昂贵物理与人工成本,极大地提高了交易便捷性和效率。此外,基于“大数据”与便捷信息流而产生的征信手段创新——网络征信,将缺乏信用记录的人纳入金融服务体系,拓展了目标客户群。阿里金融更是打造了一场融资盛宴:1.8万家淘宝小卖家,2小时内分享了阿里小贷的3亿元淘宝信用贷款。截至2012年末,阿里小贷累计为20万余家小微企业提供融资服务,户均6.1万元,年化利率18%,不良贷款率仅0.9%。

三、互联网金融正对商业银行产生冲击

(一) 互联网金融全面入侵商业银行的传统领地

互联网金融具有支付快捷、资金配置效率高、资金匹配成本低等优势,不断推出新产品、新商业模式,对商业银行产生全面性、系统性和持续性的冲击。以支付宝为代表的第三方支付正在弱化银行作为社会支付平台的地位(支付汇转业务)。2012年“双十一”,支付宝交易总额超过191亿元,笔数超过1亿笔。美国、瑞典等国家,现实货币的使用量只占社会金融货币的3%以下,大多通过互联网实现交易流通。而支付宝的升级版——余额宝门槛低、赎回快、风险收益稳定,进一步向商业银行的腹地冲击,解决了长

期以来备受诟病的沉淀资金利息之争,提升了支付宝账户价值。同时,支付宝、快钱等推出“信用支付”业务,分流了银行信用卡客户,或是对商业银行的又一次沉重冲击。拥有最大发卡量的工行信用卡只有7000多万;最早开拓信用卡市场的招行仅为4000多万,其中活跃用户不足40%;而信用支付一开始就拥有8000多万活跃个人客户。

以Facebook为代表的社交网络更是威胁到银行生存的根基——存贷中介的功能。以人人贷、宜信为代表的P2P网络借贷平台,迄今已达2000余家,比较活跃的有几百家,实现了小额资金投资理财欲望与小额借款者融资困境的直接匹配,成为互联网直接融资模式的雏形。以阿里金融为代表的新型贷款模式,创造“小贷+平台”的融资模式,直接向供应链融资、小微企业信贷融资等领域扩张,提供“订单贷款”和“信用贷款”。众筹融资模式从概念到实际经营,未来将对银行的投行业务形成冲击。“点名时间网”上线一年,共收到5500个项目提案,通过审核上线的项目有318个,其中项目的成功率为47%,筹集资金近300万人民币。

(二) 互联网金融的挑战对商业银行产生的影响

1. 商业银行的金融中介角色面临弱化。一是分流了商业银行融资中介服务需求。尤其是以Facebook为代表的社交网络,改变了信息的传递方式和传播途径,并与P2P网络借贷平台的协作,破解了信息不对称和融资成本高的难题,绕开银行,满足了草根阶层的融资需求。二是改变了商业银行独占资金支付中介的格局。中国互联网支付业务交易规模由2010年的10858亿元升至2012年的38412亿元,其中,第三方支付所占据的份额达到近八成。2012年支付宝日交易金额超过45亿元,周沉淀资金高达300亿,媲美中等规

模城市银行的沉淀资金量。随着2012年拉卡拉被工行封杀事件的掀起,第三方支付与银行之间的竞争更是日益明显。同时,2012年中国移动支付交易额规模达1200亿元,同比增长151.2%。

2.商业银行的收入来源受到蚕食。一是影响商业银行的传统利差盈利模式。余额宝的诞生正在动摇商业银行的根基,银行活期存款利率与货币基金收益相差高达10倍,会导致银行活期存款下降,分流银行客户。网络借贷的兴起,深受草根阶层欢迎,未来将在小微企业、个人借贷领域与银行形成竞争;而一旦出现面向大企业的网络借贷模式,将真正触动商业银行的神经。二是触及商业银行的中间业务收入。第三方支付极大地威胁着基于银行支付功能而衍生的中间业务收入的增长。阿里巴巴全面渐次布局金融领域,涵盖支付、小贷、担保以及保险,并代售基金、保险等传统银行领地。宜信则从网贷中介,经历了第三方理财再到财富管理的发展之路,至今已获得保险和基金代销牌照,服务内容涉及到保险、股权投资、信托等领域。

3.商业银行的传统经营服务模式面临变革。一是“以客户为中心”的服务模式亟待完善。互联网金融尊重客户体验、强调交互式营销、主张平台开放,运作模式上更注重互联网技术与金融核心技术的深度整合,为客户提供灵活性产品。支付阵地的旁落在于第三方支付的所有创新无一不是为更加方便地为客户而服务,银行恰恰欠缺这种接地气的姿态。二是小微企业金融服务模式有待创新。通过淘宝、天猫、支付宝等平台,阿里金融拥有了堪比央行征信系统的数据库,将网络行为、网络信用应用到小贷中,降低甄选客户的成本和风险。阿里金融还专门成立担保公司,先行垫付。三是商业银行互联网化进程仍需进一步加快。目前,建行完成“善融商务”上线;中信银行与“财付通”开展全面战略合作;交行与

阿里巴巴推出“交通银行淘宝旗舰店”;广发银行携手易方达推出“信用理财”工具叫板余额宝;建行与银联推出的银联手机支付;农行与银联、中国电信合作“掌尚钱包”,并于2013年6月成立了“互联网金融技术创新实验室”等。

四、互联网金融尚无法撼动、取代商业银行,加强合作是根本

微软创始人比尔·盖茨曾预言,传统商业银行将成为21世纪的恐龙。银行未来最大的竞争不是同业竞争,而是阿里巴巴等现代科技企业。但是,互联网金融撼动、取代商业银行,使之成为展示厅,似乎过于理想化。互联网金融应找准自身的定位,不能走“银行化”的路径,也不意味着直接替代银行,而应加强与银行合作,优势互补。

(一)互联网金融无法撼动、取代商业银行的原因分析

1.互联网金融发展本身的不足。

一是交易数据无法掌握真实的资金流向,信用风险判断可能发生失误;交易数据能否支撑金融资信模型,将违约率降至一定概率,具有不可预见性。二是敏感数据被放置云端,挑战资金安全。近期,棱镜门事件折射出来的就是对大数据的担忧。三是信用审核、风险管理等关键环节都依托网络平台,加大技术风险以及平台的脆弱性;易受到木马病毒、钓鱼网站、第三方欺诈等影响;没有抵押担保,没有信用捆绑,风险发生后损失更大。四是相关法律法规缺失,监管难以全面覆盖,难以保护对消费者权益,违法违规的现象时有发生;一味求简单、方便,忽略技术安全。五是互联网金融尚无法接入央行征信系统,未建立信息共享机制,无法形成有效的事后惩戒机制,诱发恶意骗贷、借新还旧等风险。六是互联网金融所媒介的融资交易,大多游离于管控之

外，对传统数量调控方式形成挑战；以比特币为代表的互联网货币介入实体经济活动甚至会替代法定货币，产生“挤出效应”，影响法定货币的流动速度，会对货币政策、金融稳定产生影响。

2. 商业银行的特殊地位和优势。

一是只要中央银行发行货币、控制通胀的职能继续存在，银行体系作为调节市场经济、传导宏观政策的主渠道功能不会变更。二是银行体系作为社会信用体系的中枢，在保障社会资金安全性方面发挥着关键性作用。互联网金融难以完全舍弃银行信用体系而自建信用体系。三是银行在货币创造功能和在支付结算体系中的重要性，受到现行法律制度的认可和监管。互联网金融能否取得突破，不仅在于其技术的先进，还取决于社会的认可与接受程度，特别是监管当局的态度。四是银行公信力、资金实力、信贷经验、支付结算、专业理财以及风险防控上拥有互联网金融难以企及的优势，特别是大额、复杂的金融交易，还能提供银行承兑汇票、信用证等多种融资工具的组合，设计立体融资解决方案，降低企业的融资成本。

(二) 互联网金融与商业银行的相互合作、融合才是发展之路

1. 互联网金融急需与商业银行开展合作，突破瓶颈限制。

互联网金融的信息分析偏重于交易环节，额度偏重于微贷。通过交易信息判断贷款企业信用的方法具有一定的可靠性，实时监控，实时处理，避免出现更大的贷款损失。但是，随着企业成长，资金需求量不断增加，单靠网络小贷则难以满足其需求；只靠积累的信用和交易记录分析，而忽略对产品以及市场前景、行业风险的评估，易造成风险估计不足；很多小微企业是上下游关系，风险具有传染性。同时，2012年“双十一”网络购物节当天，由于百万订单同时涌

入，支付宝曾一度无法正常支付。根据易观智库预测，2015年中国第三方互联网支付交易规模将达到13.9万亿元，对于资本短缺、盈利渐薄的互联网金融而言，是否有能力提升安全和稳定性有待关注。因此，如果互联网金融单靠电商单兵突进，将难以突破瓶颈的制约。

2. 相互合作、融合共同提升二者的服务水平。

互联网金融不是简单摧毁和替代商业银行，而是弥补和延伸商业银行无法触及的盲区，既竞争又互补、融合。商业银行可以应用互联网金融的技术和组织模式，实现产业更新升级；互联网金融与商业银行合作，进一步提升服务能力和服务效率。互联网金融更具有数据积累和挖掘方面的优势，助力银行大大降低交易成本，拓展客户，但最终客户结算和基础金融服务上仍需依靠银行。花旗银行与Facebook的合作堪称社交营销的成功典范。同时，第三方支付弥补了商业银行标准化支付清算服务在资金处理效率、信息流整合等方面的不足。第三方支付大多是小额、频繁的交易支付，减轻了银行处理的负担。2013年一季度银行非现金支付交易量超过370万亿元，而非金融机构仅3.3万亿元，但第三方支付的交易笔数已经达到银行的64%。并且，沉淀在第三方账户上的备付资金需由银行托管，相当于提供了可观的存款；与第三方支付合作还能给银行客户带来便利，提高银行客户体验和粘性。此外，二者合作推出新业务来提高移动支付的支付成功率。2012年支付宝通过传统手机银行完成的支付成功率仅38%。

特别指出，互联网金融与商业银行有机融合，才是广大小微企业的福音。商业银行有着完善的内控机制，信贷资源充足，但难以实现对小微企业信贷的广覆盖；而互联网金融积累的交易行为数据和客户评价，恰恰可以成为银行的有效

补充,让银行能够有更多的渠道去开展贷前调查以及监控企业资金流向,更好地控制风险。比如各家银行POS贷合作的兴起,例如工行与支付宝信用合作。阿里小微金融服务集团愿将阿里小微信贷平台向银行开放,为银行提供小微企业的信息数据,共同合作提升小微金融服务。招行U-BANK8的问世也印证了银行运用互联网平台来经营小企业客户群的重视。

3.合作中亟待“信誉融合”。

互联网金融与银行的合作、博弈、创新,正打造出一个全新的金融生态链。相对于业务和技术的融合,互联网金融最难解决的是信誉的融合。银行代表着成熟的运营模式和强大信誉,许多客户正是鉴于银行的信誉,才青睐与之合作的互联网金融平台。如果互联网金融与客户之间出现交易纠纷或者偿付风险,与之合作的银行必定受到牵连。“亿佰购物”的关闭原本是行业正常的业态演变,市场竞争和优胜劣汰的自然结果,但是却因与银行合作、涉及到银行信誉而变得复杂、难以厘清。方兴正艾的互联网金融必将经历一个业态变迁,才能最终形成一批实力强、有核心商业模式的平台,但其间的淘汰过程中,交融合作也意味着风险的交汇,银行应做好风险评估和预案。

五、进一步应对互联网金融来袭的策略选择

(一)维护互联网金融新生态的良性运转,探索研究与互联网业态相匹配的风险处置和监管机制

一是对现行金融法律体系进行修正和完善,给予互联网金融以合法地位,对市场准入、业务范围、禁止性行为、违规处罚、退出机制以及互联网金融消费者权益保护等方面作出界定。二是进行适度的监管,实时监管,既包容扶持创新又

确保监管到位,为互联网金融健康发展提供制度保障和宽松的政策环境。三是研究互联网金融对传统金融产业的颠覆性影响,以及对货币政策调控、金融稳定的影响机制和路径,优化和调整宏观调控手段。

(二)注重数据积累、挖掘和保护

一是银行有管理地开放客户信息和交易数据,与海关、工商、税务等部门共享、互换数据,完善银行自身的数据库;还需与互联网金融的数据交流合作,充分利用双方各自的数据优势,做好数据搜集和积累。二是大数据、云计算等技术为银行进一步洞察客户,甚至预测市场创造了可能。构建银行数据服务体系并深度挖掘,不断适应并创造客户需求,增加客户黏合度,做到“比客户更了解客户”,拉近银行与客户之间的业务关系。美国XO通信公司依靠模糊贝叶斯网络分析,预测了90天内可能发生的客户流失,助其降低35%的交易损失。三是加强自律,严格遵守法律,坚持职业操守,严守客户的个人信息。

(三)以客户为中心,变革创新产品设计

注重传统金融业务与互联网技术的融合以及优势互补,使互联网超越“传统柜台替代者”角色,以虚拟化、便捷化和客户自定义为方向构建产品体系,实现稳定客户、黏合客户和服务客户,真正从银行为中心向客户为中心转型:一是建立客户体验指数,从零散、事后的客户体验转向系统、事前的客户体验。通过绩效杠杆,加大网点客户经理对客户柜面交易向网银等电子渠道迁移的引导力度,提升客户体验和交易活跃度。二是紧贴生活变化,洞察引领客户需求,依托数据挖掘和信息平台,借助银行自身优势,突破传统经营模式,满足客户的个性化、专业化需求。三是重塑业务流程,高效配置资源,提升客户体验,为客户提供灵活多样的产品和便利快捷的服

务，摆脱单纯的支付、资金中介工具的角色。四是充分运用各类互联网平台开展网络营销，实现与客户之间的开放交互式接触，及时高效地满足客户需求。

(四)提高普惠金融服务能力，不断开拓新的业务领域

一是银行尝试微信微博等的营销，来解决网上银行客户端客户来源狭窄、流量小的相对不足，提升网上银行客服效率和客户满意度，丰富客户量；把握网上所做的客户定位，将目标客户逐步导入网络。二是改变传统客户经理一对一的营销模式，探索利用搜索引擎、社交网络和云计算进行信息处理，把握草根客户，切入小微企业的交易信用数据来创新征信手段，探索基于互联网金融与银行优势相结合的新型小微企业融资模式。三是利用银行在货币汇兑上的传统优势，强势切入跨国电子商务货币汇兑这一新兴市场，将外币汇兑业务迁移到网上。

(五)竞争中求合作，达成双赢

一是银行依托平台提供的实时交易动态和信用记录信息，将资金流与信息流加以匹配和管控，降低银行的交易成本，实现对风险的有效控制。二是整合上下游资源，打通全流程的业务链条，为客户提供资金流、信息流服务以及全场景金融解决方案。三是联合打造中小企业在线融资平台，发掘新客户群；摆脱单靠物理网点的扩张以及人海战术来拓展业务的局面。四是借鉴阿里巴巴构建淘宝商城的经验，依托核心商务平台，实现与客户深度的基础性绑定。商业银行可以联合小贷、担保、租赁、基金、证券等金融服务商，形成金融服务联盟，与客户群实现联动和融合。同时，时机成熟时，银行可以寻求自建或者收购第三方支付平台，以降低切入互联网支付行业的支付牌照获取、商业模式熟悉、人才培养等成本，并做好法律和声誉等相关的风险的预防。

(六)树立“科技兴行”的理念，强化网络金融安全建设

通过技术手段改造、提升和重塑业务经营理念，将互联网技术与银行核心业务进行深度的整合，使“技术先行”的优势真正转化为银行核心竞争力，打造智慧银行。淘宝公司的核心技术平台早在2004年就已基本成型，经过多年的商业模式孕育和积累，创新了物流联动、定向营销等一系列策略，直到2009年才实现盈利。同时，构建更加人性化的计算机网络安全体系。进一步加强信息安全保障，设立数据备份中心和网络金融风险预警机制，技术上规范化、标准化，制定网络金融安全标准，最大限度地降低系统技术风险，确保网络金融安全。

(七)加大技能培训，发掘和培养复合型人才

互联网金融的科技属性和金融属性对于人才提出了更高的要求。目前，银行员工的知识结构一般是纯经济金融专业或纯计算机专业，缺乏既懂得数据建模，又精通计算机网络技术而且熟悉银行业务运行和管理决策的复合型人才。招聘时偏重于复合型人才，也要加强对金融专业人才的科技知识培训以及科技专业人才的金融业务培训，大力培养多种知识技能于一身的互联网金融复合型人才。

(八)开展网络金融安全教育，提高公众风险意识

将互联网知识和金融知识充分结合，针对目标群体，探索多样化的教育模式。充分利用媒体、网络等手段开展宣传互联网金融消费的教育活动，普及网络金融安全知识，树立风险观念和安全意识，了解各种保密安全工具和手段，提升辨别能力和自我保护能力，高收益高风险，谨慎投资。比如，并非所有支付宝用户知晓余额宝实质是投资而不是存款，即便货币基金的风险较低，但仍存在风险。

参考文献：

- [1] 郑申. 竞逐互联网金融正当时[N]. 金融时报, 2012-10-15.
- [2] 谢平, 邹传伟. 互联网金融模式研究[J]. 金融研究, 2012 (12): 11-22.
- [3] 曾刚. 积极关注互联网金融的特点及发展——基于货币金融理论视角[J]. 银行家, 2012 (11): 11-13.
- [4] 卓尚进. 互联网金融: 在创新中蓬勃发展[N]. 金融时报, 2013-6-14.

Analysis of the Impact and Challenges of the Internet Financial on Commercial Banks

Qiu Feng

Abstract: The Internet financial gradually marginalized bank intermediary, the traditional business service models is facing change. In view of the Internet finance itself has special status and many urgent defects, currently Internet finance is still unable to shake and replace the commercial bank, the two should strengthen cooperation, complementary advantages. Commercial banks should adopt effective measures to meet the Internet finance.

Key Words: Internet Banking; Commercial Bank; Impact; Strategy Choice

(责任编辑: 何昆烨)

(上接15页)

The Experience of Financial Service of Family Farm in US and its Enlightenment to China

Wang Wei

Abstract: The concept of the "family farm" first appeared in 2013, the family farm is rising, and is likely to become the new core growth power to drive the development of rural economy in China. How to conduct the financial support of family farm is a challenge. The United States is one of the earliest implementation of the family farm in the world, has formed a relatively complete family farm financial service system, as promote the continuous development of agriculture of US. Its financial support of family farm practice provides beneficial enlightenment to us.

Key Words: Family Farms; US; Financial Services

(责任编辑: 何昆烨)