

# 国有商业银行如何应对 互联网金融模式带来的挑战

■ 梁 璋 沈 凡

内容提要：近年来，伴随着电子商务蓬勃发展所诞生的，以“金融线上化”为代表的互联网金融模式日益兴起，大有颠覆传统金融模式的趋势。作为传统的国有股份制商业银行，如何应对互联网金融变革浪潮所带来的挑战，需要深入的思考研究。本文首先分析了互联网金融模式中角色主体在商业模式创新、平台渠道建设、金融服务体验和监管政策导向等方面的举措思路，揭示了线上金融的本质与方向。进而在响应十八大关于深化金融改革和服务小微企业融资需求的基础上，提出了破解银行在新金融模式下转型与发展难题的思路。本文的创新在于，提出了新金融模式下银行如何将资本、客户和政策等方面的资源优势，转化成为其与新金融势力博弈或融合过程中的筹码，从而共同推动我国金融业和商业的全面升级。

关键词：互联网金融 线上融资 新金融势力 银行系电商 电子商务信用  
中图分类号：F83 文献标识码：A 文章编号：1006-1770(2013)-7-047-05

## 引言

近年来，以云计算、大数据、社交网络等为代表的新一代互联网技术，已经以互联网金融业态的形式渗透到金融领域。第三方支付、阿里贷、P2P、线上融资、网络保险、移动支付等新名词层出不穷，它们给传统金融格局带来了新的变化。作为孕育互联网金融的土壤，国内电子商务市场呈现出蓬勃发展的态势。截至2012年底，中国电子商务市场交易规模达7.85万亿元，同比增长30.83%。电子商务逐步显示出超越、甚至颠覆传统商业模式的态势。商业的转型升级也间接引发了金融领域的“骨牌效应”，所催生的“互联网金融”正显现出其对传统金融模式的替代效应。

互联网金融业态下以电子商务平台提供商（以下简称“电商”）、电信运营商和第三方支付商等为代表的新金融势力，凭借所掌握以互联网和移动通讯技术为代表的核心优势，在支付、结算和融资等金融领域内迅猛布局、积极创新，预示着互联网金融业态下银行将不再是客户办理存、贷、汇业务的唯一渠道。从短期来看，新金融势力在上述领域的变局尚不会对传统的银行业构成显著的冲击。但是从长远看来，随着电子商务市场交易规模日益壮大以及监管层面对互联网金融的发展意见趋向明朗，新金融势力也必将谋求取得金融牌照，具备信用创造和融资服务这两项银行核心功能，从而对银行业产生根本和深刻的影响。这启示银行必须从发展战略的高度审视互联网金融这一

新兴业态，主动适应引导互联网金融的发展，主动推进技术与金融的深度融合，以寻求在未来市场竞争中立于不败之地。

此外，市场竞争的加剧和转型发展的需要，也促使银行加快布局互联网金融。银行面对市场中存款理财化、融资多元化、支付电子化、需求个性化的“新四化”要求，“言必称贷款”的传统思维定势已远不能适应当前精细化管理的需要。银行急需创新业务模式和服务模式，而互联网金融无疑为银行转型发展提供了一个良好的契机。

## 一、互联网金融模式

移动支付、云计算、社交网络和搜索引擎等互联网技术的迅速崛起，为现有的金融模式带来了重大的影响。在未来一段时间内，将形成一个既不同于银行间接融资、也不同于资本市场直接融资的第三种金融运行体制，称之为“互联网金融模式”（Internet Finance Model）。在互联网金融模式下，借助技术的手段使得市场信息不对称程度非常低，让银行、券商和交易所等传统信息中介失去存在意义，从而接近一般均衡定理描述的无金融中介状态。

目前，国内互联网金融主要包含了网络支付和线上融资两个领域。其中网络支付作为发展较早、体系较成熟的领域，相关研究和文献比较丰富，在此不作深入讨论。而线上融资作为基于电商平台和电子商务信用的新兴融资渠道，正处于

理论完善和模式探索期,值得深入的研究分析。和传统银行的信贷业务相比,线上融资具有成本低廉、流程简单、操作方便等优势,目前主要面向小微企业和个人创业者发放短期小额信贷。

### (一) 互联网金融模式框架

深入理解互联网金融模式,需要从以下关键点去把握:信息处理是互联网金融模式下的核心,作用是获取供需方特别是需求方的信息,是后续金融资源配置和风险管理的基础。社交网络生成和传播信息,搜索引擎组织和结构化信息,云计算建模和分析信息,通过上述方式保障金融交易具有充分的信息基础。

支付方式以移动通信设备、无线通信设备所构成的移动支付手段为主,同时云计算强大的信息处理能力使得所有个人和机构在中央银行的支付中心开设账户成为可能,从而使得银行账户失去存在必要。

资源配置直接在网上发布并达成供需完全匹配,具有供需双方信息完全对称、交易成本极低的优势,形成“充分交易可能性集合”,在无金融媒介参与的情况下高效解决企业融资和个人投资渠道等供需对接问题。

### (二) 互联网金融模式实例

传统的授信模式下,由于人力和物力等因素限制,银行缺乏足够的下沉能力,很难准确调查经营规模或授信额度低于一定标准的客户信息,从而不能对其信用状况和偿还能力进行精准把控。通常,银行对于此类客户采取“主动放弃”的策略。

互联网金融业态下线上融资的发展趋势,则是基于“大数据”的思想,凭借对于平台上客户信息流、资金流、物流“三流”信息的广泛获取和精确分析,通过引入基于线上资信调查的电子商务信用评级机制破解了困扰银行业多年的小额授信信用评级问题,从而成功化解游离于传统授信渠道之外的企业和个人融资困境。

以阿里金融(业界对阿里巴巴集团旗下金融业务的统称)为例,其开展电子商务信用评级机制的具体方式为:基于旗下阿里巴巴、淘宝和支付宝等平台上所积累的客户经营和交易信息,首先通过交叉验证辅以第三方验证的方式确保信息的真实性,然后引入网络数据模型将客户平台信息映射为传统经营业态的折算公式和动态图景,从而获取信用评级。上述机制解决了小企业缺乏不动产质押和财务报表分析所带来的风险敞口问题,使得阿里金融能够向小微企业客户批量发放“金额小、期限短、随借随还”的小额贷款。此外,在线的审查模式和自动

的信用评级模型相对于传统授信,大大提高了审查效率和节约了授信成本。

配套上述信用评级机制的是,阿里金融建立了包含多层次风险预警和管理体系在内的风险控制体系。具体的方式为:首先,采用网络联保贷款的模式,通过对借款人质量进行筛选以降低彼此间信息不对称的问题;其次,利用数据采集和模型分析等技术手段,对借款人的还款意愿及还款能力进行准确的评估;最后,结合贷后监控和网络店铺/账号关停等违约惩罚机制,提高借款人的违约成本。通过上述风险控制手段,有效地控制了贷前、贷中和贷后三个环节的风险。

以上述的信用评级机制和风险控制体系为基础,阿里金融在支付、小贷、担保、保险和信用卡等金融领域业务布局展开如雨后春笋、全面开花。

### (三) 互联网金融给银行带来的挑战

以阿里金融为代表的新金融势力,在支付、结算和融资领域内的“大举措”,给银行的传统经营管理带来了“两点风险”与“一个需求”。

首先,银行面临着被边缘化的风险。随着新金融势力涉足并不断蚕食银行的业务领域,金融替代效应日益显现。银行面临着被边缘化的风险,表现为客户流失严重、中收渠道受到挤压、资产业务竞争加剧等。从本质上来说,风险的根源在于新金融势力凭借平台的优势垄断了客户的“三流”信息,银行对客户信息获取的渠道被技术性阻断,从而无法针对客户快速变化的金融需求有针对性进行创新。

其次,银行面临着优势被蚕食的风险。长期以来,银行在政策红利、资金成本、信用成本和作业成本四个方面相对于其他非银行金融机构占据绝对优势。但在互联网金融业态下,新金融势力凭借日益扩大的社会影响力以及近乎零成本的平台信息获取方式,逐步占据了信用成本和作业成本方面的主动。如果新金融势力能够取得金融牌照,具备政策红利,即使没有吸储权限,仅凭第三方支付的资金沉淀也可立即转化为资金成本优势。

最后,银行存在着转型发展和拓展中收的需求。当前银行存贷利差日益收窄、转变盈利方式、发力中间业务的需求也日渐紧迫,下一步转型的重点是发展轻利差业务和拓展中间业务,以摆脱监管对资本充足率的约束和降低业务风险。借助电商平台,银行希望改善客户体验来加强拓展中收的客户基础,并培养客户在平台消费或交易的习惯,来丰富拓展中收的渠道来源。

二、银行在互联网金融领域的实践

(一) 银行系电商平台分类

通过上述分析，我们可以发现以信用评级机制和风险控制体系为核心的线上融资，具有融资成本低、模式多样和成长性高的特点，是我国金融领域里一片充满生机的“蓝海”。线上融资的兴起和发展离不开电商平台。由无数小微企业构成的利基市场促进了电商平台的蓬勃发展，平台在信息汇聚与架构设计上的完善优化也使得新金融势力依托平台进行金融产品和模式的创新水到渠成。

面对新金融势力频繁“跨界”，对金融领域的步步紧逼，银行的做法是反其道而行之——搭建自有的电商平台，化身“银行系电商”。银行此举并非要转行做电商，而是认识到互联网金融业态下左右竞争胜负的核心因素在于客户的信息，无疑电商平台是一种低成本、大规模和高效率获取客户信息的渠道。在此基础上，分析信息进而把握需求，才能有针对性创新金融产品和提供金融服务，实现线上交易与线下金融的对接融合。

各大银行竞相开始了在电商平台构建思路和模式塑造方面的创新，来积极探索互联网金融的蓝海。如何在电商平台的建设方面突出特色、有所创新，进而在新一轮金融变革中抢得发展的先机，对于所有银行来说都是全新的课题。

作为较早的起步者，交行早于2011年底便推出了自有的电子商城平台——“交博汇”，提供包括在线理财、在线融资、公共缴费、企业收款、行业资讯在内的众多服务功能。建行紧随其后，于2012年6月推出了旗下的电商平台——“善融商务”（以下简称“善融”），提供从支付结算、托管、担保到融资服务的全方位金融服务。相对于传统电商平台，交博汇和善融除了具有安全可靠、费用优惠和金融服务等优势外，关键在于能够提供线上金融服务。例如个人在线购买商品时，交博汇会为其提供包括贷款支付在内的多种信贷支付模式。此举意味着将信贷服务融入到了网购用户的在线购物过程中。

除了善融和交博汇之外，其他银行系电商平台如表1所示。经总结，银行系电商平台的模式可以归为：以善融和交博汇为代表的综合型平台，具备了线上资信评估和融资服务的功能；以领商e航为代表的导向型平台，以促成交易为目的，致力于为平台交易双方提供包括咨询服务、支付结算和营销平台等综合信息服务；以中信银行为代表的网上再造型平台，将传统的银行服务迁移至网络平台，深度挖掘网络渠道客户资源。

(二) 综合型平台模式分析

表1 银行系电商平台信息表

银行	品牌	时间	关键点
渣打银行	Straight2Bank	2007年5月	根据客户对产品需要进行个性化相应扩展以提供定制化的流动资金解决方案
中信银行	B2B电子商务	2010年8月	国内首次针对B2B电子商务客户提供资金监管、支付结算和资金融通功能于一体的电子商务解决方案
农业银行	领商e航	2011年12月	涵盖多电子渠道，为客户提供资金支付结算、信用中介以及资讯和营销平台等相关的金融服务
中国银行	云购物	2012年8月	能够为消费者提供实时、便捷的商品价格比较和商品信息整合服务
华夏银行	华夏龙网	2012年8月	包含服务于公司客户的“现金新干线”和服务于个人客户的“财富新e站”两个子品牌

从目前的市场认可度来看，以综合型平台最具发展潜力。既不同于以促成交易收取佣金为目的的传统电商平台，也不同于为分流柜面业务而创建的网上银行，具有在线融资功能的综合型平台目的在于打造一条围绕银行自身资金优势的电子商务价值链。在这条价值链中，银行通过“网上商城+线上金融”的模式为客户在电子商务全流程中提供丰富多样、层次鲜明的金融服务，具体的两个着力点在于创新发展小微企业的融资服务和打造网上供应链金融体系。

从技术角度来看，综合型平台实现上述目标的解决方案是以第三方的身份搭建一套混合了B2B和B2C的电商平台，并将金融服务融入到平台设计中。这种设计机制，巧妙解决了目前银行涉足电子商务领域所不可避免的三个关键问题，即目标定位、获利渠道和发展前景。

首先，界定了银行系电商的目标不是简单促成交易，更在于将自己的线下金融服务渗透到交易全过程中。让交易在自己的平台上进行、让资金在自己的平台上流转、让信贷在自己的平台上产生，交易带动资金、资金撬动信贷，以金融服务收入作为银行新的收益点。

其次，发生于具备线上融资功能平台上的每笔交易，都可视作等价值的贷款。上述“贷款论”一方面使得银行获利渠道将是“息差”而不再是传统电商平台所依赖的“进场费”或“交易费”，使得其在吸引商户入驻上形成费用优势；另一方面在符合经营范围限制和监管政策要求的同时，解决了平台自身发展和运营所面临的资金来源问题。

最后，以自营电商平台作为杠杆，有望撬动银行体量庞大的线下网点和卡资源投身到互联网金融的发展和创新中。这一利好无疑会给正在经历网购需求开发日趋饱和的电子商务领域，在市场规模和交易成本方面带来新的增长点。

### 三、银行在互联网金融领域发展的空间

#### (一) 银行发展电商平台的优劣势

银行作为传统的金融机构，在发展互联网金融方面具有自身的优势：首先，银行历史底蕴深厚、资金实力雄厚、政策资源丰富，一直是市场各方广泛接受的合作对象。新金融势力发展势头虽然迅猛，但在上述方面明显处于劣势；其次，银行在结算、信贷和咨询等领域的天然优势，以及体量巨大的卡资源、分布广泛的网点资源、数以亿计的客户群体、体系成熟的 IT 构架等，都构成相对于新金融势力的互补性资产优势；最后，现行体制下，所有机构的资金划拨和结算清算最终都需要借助银行平台完成，银行承担着为整个社会提供信用中介和结算终端的职责，核心作用无法取代。

但也要看到，银行在电商领域基础“一穷二白”，发展新兴的互联网金融面临诸多劣势，其中以海量数据分析能力不足最为突出。以阿里巴巴为代表，作为在互联网与电子商务领域深耕多年的企业，在基于客户信息的数据分析与信息流解构方面具有明显优势，阿里小贷的成功已显示出其基于“大数据”思想的理论和实践成熟。银行虽然在对传统的结构化数据的挖掘和分析方面信心较足，但面对互联网金融领域常见的海量非结构化数据，整合与分析的能力严重欠缺。

要打造接受度高的电商平台，银行还需要解决四个问题：1. 战略定位：到底是做大而全的 B2B 或 B2C 平台，还是专注末端的金融支付？2. 客户定位：到底优先服务消费者还是服务商家？3. 竞争定位：究竟是与传统电商竞争还是与纷至沓来的线上同业竞争？4. 自身优势：到底是体量庞大的持卡用户，还是布局完整的网点资源？

归纳起来，是否具备为平台用户提供更实惠的增值能力、更便捷的交易流程、更有力的保障制度和更全面的金融服务成为了预判银行系电商平台成功与否的关键。

#### (二) 银行与新金融势力间的互动

互联网金融是技术与金融的深度容器，金融需求催生了技术的发展，反过来技术发展又推动金融模式的变革。互联网金融业态下，银行一方面从单纯规模扩张的粗放型经营过渡到重视客户信息分析和客户需求感知的智慧型经营，另一方面也不断加强与新金融势力之间学习与合作的良性互动（见表 2）。

究其互动的根本原因，在于银行和新金融势力之间的优势互补。众所周知，金融机构所起到的融通功能在于流动性转换和信用风险管理。银行凭借资金优势在流动性方面做得比较好，

表 2 近年来金融机构与新金融势力的合作互动措施

归属	时间	参与方	关键点
融资	2007 年 5 月	阿里巴巴、工行、建行	阿里巴巴将会员企业提交的贷款申请连同其系统内的信用记录交给银行审核
供应链金融	2007 年 12 月	UPS 资融、浦发银行、深发展银行、招商银行	主导供应链金融解决方案
融资	2009 年	中投保、建行、阿里巴巴	出资组建风险池对网络银行业务项下信贷业务风险补偿
融资	2010 年	建行、金银岛、敦煌网	电商平台提供信息，银行提供信贷
战略合作	2011 年 5 月	交行、阿里巴巴	建设新的电子商务和电子银行服务体系，交行淘宝旗舰店
供应链金融	2012 年 12 月	京东、中行	拓展供应链金融服务
战略合作	2013 年 1 月	中信银行、腾讯	在资金结算、网络授信与融资、联名卡、资金融通、备付金业务、理财业务等方面开展合作
战略合作	2013 年 2 月	阿里巴巴、平安、腾讯	联手设立完全基于在线服务的财产保险公司“众安在线”

而新金融势力凭借信息优势在风险管理方面存在着潜力。此外，长期游离于传统信贷体系之外的小微企业，在互联网金融业态下成为了亟待开发的“富矿”。面对这一巨大的信贷市场，银行和新金融势力需要发挥彼此的优势形成合力从中获利。于是“银行跨界做电商，电商跨界开银行”就成了题中应有之意。

#### (三) 银行系电商平台发展的积极因素

从目前的银行系电商平台发展现状来看，与传统电商平台在模式创新能力、客户黏着度、平台购物体验 and 物流配送体系等方面的差距依然较为明显。但是，为适应客户金融行为从线下向线上迁移的特性，保持银行在对客户资金、信息和需求掌握上的主动权，银行以电商平台建设为契机主攻互联网金融成为大势所趋。

我们也要乐观看到，银行在发展电商平台方面也具有积极的因素。例如，银行通过信誉优势和成熟的信用风险防范机制，赢得了同新金融势力错位竞争的先机——银行系电商平台能够为企业进行品牌和产品的无形增信。例如，一些很难在传统线上渠道销售的产品，如黄金、奢侈品、汽车等大宗消费品，在银行系电商平台上则很容易赢得消费者的信任。

此外，针对平台活跃度不足，善融大打免费牌以吸引商户



入驻；凭借信誉优势和信用卡资源，交博汇开展了包括限时折扣、刷卡优惠和正品保障在内的各类促销活动以聚拢人气；交博汇邀请物流公司加盟进驻，最短时间内弥补平台在仓储和物流方面的短板；针对商品覆盖面的不足，善融引入彼此重复度较小的平台联盟商，通过建立合作机制形成资源的互补。

#### 四、银行在互联网金融领域未来的发展方向

一、进一步完善以线上信用评级为基础的风险控制机制。目前由于网络信用主体身份认定的不确定性，使得仍无法与社会信用体系形成有效的对接，未来电子商务信用评级机制的发展应强调线下化、全网化和一体化的方向。首先，未来的信用评级机制将逐步完善成为电子商务信用和传统金融信用相互补充、线下和线上评估相互补充的混合模式；其次，对违约信息的披露将完成线上与线下无缝对接，形成各大电子商务融资平台的全覆盖，从而实现对违约行为从单纯的经济惩罚向断绝融资渠道的惩罚转变，增强惩罚的广度和力度；最后，进一步创新风险管控的思路和模式，由银行对包括电子商务平台进行全平台集合授信，再由平台对进驻商户分别授信，从而实现银行对风险进行分层集合管理。

二、借发展互联网金融的契机加快银行转型发展步伐。随着“三位一体”建设的全面推进和电商平台向着个性化需求驱动的实时协同平台过渡，银行获取客户“三流”信息的渠道更为丰富，挖掘和分析信息的能力更为增强。在此基础上，银行应逐步扮演起“财务全能管家”和“金融服务集成商”的角色，以基于电商平台的模式创新和平台创新为契机，一方面为企业打通和整合网上供应链，从而成为供应链各参与方不同时间节点上的金融需求解决者；另一方面通过整合多渠道金融产品、增值服务和专业讯息，为企业及个人客户提供“一键式”、“透明的”、全方位的综合金融解决方案。

三、进一步研究建立引导互联网金融健康发展的风险防范机制。互联网和金融业务的结合，在为银行转型发展创造了契机的同时，也给银行带来了新的风险点。政策层面，银行涉足互联网金融应遵循的行业规则和监管标准目前尚不成熟，监管体系尚在建立过程中，可能会对发展产生负面影响；操作层面，当前银行与新金融势力的合作模式下，合作方的信用状况、客户资源、管理状况会直接影响到合作的质量，尤其是银行基于合作所投放信贷的质量。上述两个层面所暴露出来的风险，要求银行根据自身实际情况稳步推进互联网金融的创新和发展，

在创新的同时建立起风险隔离机制和应对机制。

#### 五、结论

目前国内传统的金融格局尚未完全打破，金融领域核心竞争力还是来自于对地域资源的控制以及政府政策的支持，这也正是银行多年经营所积累的优势所在。但也要清醒地看到，新金融势力正依靠互联网技术摆脱了地缘束缚，发展所面临的最后障碍就是金融制度。随着金融改革的深化和拓宽小微企业融资渠道的推进，制度破冰已是可以预期的事情。对于银行来说，在互联网金融业态下应立足全社会信用体系中枢地位，利用好丰厚的资本与政策资源，顺应互联网金融发展趋势，联合新金融势力为客户带来更为优质高效的金融服务，开创互联网金融业态下各方共赢的局面。

#### 参考文献：

1. 赵向阁, 熊晓轶. 电子商务在保定市县域经济外向型发展中的应用——以阿里巴巴网站为例[J]. 中国商贸, 2010(22)
2. 阮思阳. 电子商务认识误区的澄清与我国电子商务发展问题[J]. 改革与战略, 2002(1)
3. 蔡雪飞. 浅谈互联网上的金融与银行[J]. 科技经济市场, 2007 (1)
4. 潘意志. 阿里小贷模式的内涵、优势及存在问题探析[J]. 金融发展研究, 2012(3)
5. 巴曙松, 谌鹏. 互动与融合：互联网金融时代的竞争新格局[J]. 中国农村金融, 2012(24)
6. 陈筱彦, 魏巍, 许勤. 运用高频数据衡量订单驱动市场的买卖价差[J]. 经济论坛, 2010 (4).

#### 作者简介：

梁 璋、沈 凡 交通银行安徽省分行办公室