

互联网金融背景下商业银行竞争策略研究

□ 冯娟娟

摘要 近年来,随着互联网技术和移动通信技术的普及,我国互联网金融发展迅猛。互联网企业借助电子商务和信息数据优势大举进军金融领域,不仅对商业银行业务经营形成直接的冲击,也将对商业银行经营管理模式产生深远的影响。本文基于商业银行视角,首先回顾我国互联网金融发展的历程,重点分析网络支付、网络借贷、金融搜索等新型互联网金融运作模式的特征,接着比较互联网企业与商业银行的竞争优势,揭示商业银行在互联网金融领域的优势与短板,最后指出商业银行要通过寻求合作共赢、重视客户体验、发掘培养人才、提升科技水平等方面提升核心竞争力。

一、我国互联网金融发展历程

20世纪90年代中期以来,我国互联网金融开始出现并不断创新,先后经历了两轮快速发展的浪潮。

(一)我国互联网金融发展的第一波浪潮。20世纪90年代中期至21世纪初,以网络银行、网络证券和网络保险的出现为标志,我国互联网金融经历了第一轮快速发展。

1.网络银行。网络银行有两种模式,第一种是虚拟银行模式,即在互联网上创建电子银行,采用高科技服务手段与客户建立密切的联系,提供全方位的金融服务。第二种是网上银行模式,即银行通过互联网公共服务来完成传统业务处理,包括开户、查询、转账、汇款、理财等。我国网络银行发展基本属于第二种模式。

2.网络证券。网络证券是指利用互联网资源,获取国内外各种证券的实时行情信息,检索证券投资资讯,通过互联网进行委托,完成交易等一系列活动的总称,具体包括网络证券发行、网络证券交易、网络证券信息服务等。我国网络证券发展主要有两种模式:一是由传统证券经营机构在互联网上设立网站,提供网上服务;二是由IT公司创建证券类网站,通过丰富的数据信息和高效的行情分析软件,提供证券咨询和数据分析等服务。

3.网络保险。网络保险是指以互联网为工具开展保险经营管理活动的经济行为,主要有三种模式:一是保险公司自建网站推销自家险种;二是由IT公司创建保险网站,开展保险业务;三是建立保险行业第三

方门户网站,向公众介绍保险信息,为保险同业提供交流平台。

(二)我国互联网金融发展的第二波浪潮。21世纪10年代以来,以社交网络、移动支付、云计算、搜索引擎等为代表的互联网现代科技的快速发展为起点,我国互联网金融掀起了第二波发展浪潮。

1.网络支付。我国电子商务的发展曾经因为支付问题而停滞不前,卖方不愿意先发货,买方不放心先付款,在买卖双方博弈过程中,第三方支付应运而生。第三方支付平台一方面在收付款人之间设立中间过渡账户,充当资金托管中介,有效降低了网络交易的风险;另一方面将多种银行卡支付方式整合在一个界面上,负责交易结算中与银行的对接,使得网络交易更加方便快捷,同时降低了银行开发网关接口的成本。截至2013年1月,央行累计发放了223张第三方支付牌照。

2.网络借贷。网络借贷是指民间出资人通过网络平台在收取一定利息的前提下,向他人提供小额借贷的金融模式。我国网络借贷主要分为以下四种模式:一是以拍拍贷、人人贷为代表的个人对个人(P2P)借贷模式;二是以宜信为代表的债权转让模式,即先出借资金,然后将债权按照金额、期限进行拆分并转售,从中获取利差;三是以阿里巴巴金融为代表的网络小贷模式,通过构建交易平台,获取客户交易信息,在数据筛选的基础上评估客户还款能力,并通过网络进行贷款审批和放款;四是以陆金所、开鑫贷为代表的第三方担保模式,通过引入担保公司或小贷公司为网络借贷行为提供担保。

3. 金融搜索。金融搜索是将互联网的大数据、搜索引擎技术与金融咨询、贷款初审等金融专业技术进行结合的新型模式。2011年10月,融资贷款搜索平台融360成立,通过智能后台系统为融资者提供各家银行和出借机构贷款产品的搜索、比较服务。这种服务模式能够有效地解决融资、贷款中信息不对称的难题,极大地提高资金供求双方的合作效率,降低金融服务、特别是信贷服务的时间成本与人力成本。

4. 网络金融超市。随着金融产品需求的多元化发展和互联网技术的开创性革新,网络金融业务与形式也不断推陈出新。金融机构不仅在自家网站上推出储蓄、融资、证券、保险、基金、外汇、结算、托管、理财等一站式金融服务,创建网上商城为广大企业和个人提供专业化的电子商务和金融支持服务,而且还加强与电子商务平台之间的合作,如交通银行和阿里巴巴合作推出交通银行淘宝旗舰店,国华人寿通过淘宝聚划算网络平台出售万能险团购产品。

二、商业银行与互联网企业的竞争优势比较

(一) 互联网企业的比较优势

1. 庞大的网络用户群。根据中国互联网络信息中心的统计数据,截至2012年12月底,我国上网用户数量为5.64亿,位居世界第一位;手机网民规模达到4.2亿,上网用户中74.5%的人群使用过手机上网业务;网络购物用户规模达到2.42亿,较2011年增长24.8%,其中使用手机进行网络购物的用户数量是2011年的2.36倍。

2. 海量交易信息与信用数据。中小企业由于原始资本积累不足、资金需求“短、频、急”、抗风险能力较差等特征,难以从商业银行获得融资。而互联网电子商务平台和第三方支付组织在运营中积累了大量的客户,这些客户的交易记录、买家评价等信息构成了重要的信用记录,进而构建起互联网信用评价体系和信用数据库。这有助于识别中小企业的信用情况,消除融资中信息不对称的障碍,甄选企业发放贷款。

3. 强大的网络支付功能。随着电子商务的快速发展,第三方支付平台交易量不断增大,支付业务呈现多元化发展态势,为客户提供互联网支付、移动支付、电话支付、银行卡收单以及跨境支付等全方位支付解决方案。网络支付的发展进一步加速金融脱媒,使得商业银行支付中介的功能被边缘化,并使其中间业务

受到替代。例如,支付宝、财付通等能够为客户提供收付款、自动分账与转账汇款、机票与火车票代购、水电费与保险代缴等支付结算服务。

4. 方便快捷的操作流程。与商业银行复杂的内部流程相比,互联网平台金融产品的操作流程相当方便快捷。以贷款为例,商业银行信贷流程一般包括借款申请、贷前调查、风险评价、逐级审批、合同签订、贷款发放等多个环节,从借款人提交申请到贷款实际到账的周期较长;而网络借贷的流程大大简化,贷款审批流程简单、放款速度快、产品类型丰富多样,借款人只需在电脑前轻点鼠标即可完成贷款申请,信誉良好的借款者最快当天就可以获得款项。

(二) 商业银行的比较优势

1. 资产实力雄厚。根据银监会发布的数据,从2003年末到2012年末,我国银行业金融机构的总资产从27.66万亿元增长至131.27万亿元。九年间,总资产规模增长了103.61万亿元,年均增长率18.9%。艾瑞咨询《中国网上银行年度监测报告》显示,2011年我国网上银行交易规模达701.1万亿元,同比增长35.9%。与此相比,尽管互联网企业金融业务发展势头迅猛,但其资产规模、交易规模等各项指标都无法与商业银行抗衡。

2. 客户资源丰富。商业银行经过长期的发展运营,积累了丰富的客户资源。近年来,商业银行加紧推广电子银行业务,电子银行客户数量增长显著。根据2012年上市银行公布的中报数据,共有9家银行披露了个人网银相关数据,7家银行披露了企业网银相关数据,经汇总统计,9家银行个人网银用户总量接近3亿,7家银行企业网银用户总量达到532万,较2011年同期增幅明显。

3. 风险控制体系完善。金融业是经营风险的行业,风险管理是贯穿商业银行经营发展的主线。面对着信用风险、流动性风险、利率风险、市场风险、汇率风险、操作风险、法律风险等构成的复杂多变的风险环境,在日趋严格的外部监管约束与日益激烈的同业竞争推动下,商业银行高度重视风险管理问题,在实践中不断优化风险管理流程,建立并完善风险控制指标体系,健全各项风险控制规章制度,严格管控各类风险。

4. 行业准入门槛高。在金融业中,商业银行是历史最为悠久、业务范围最为广泛的金融机构,在现代金融体系和国民经济运行中占据重要的地位。商业银行既是以盈利为目的的金融企业,通过存贷业务、财富

管理、中间业务等获取经营利润,同时也承担着为整个社会的支付和结算提供媒介,维持经济金融活动顺利运行等社会职能。因此,商业银行受到监管部门的严格监管,行业准入门槛高,互联网企业获取金融牌照的难度很大。

三、互联网金融背景下商业银行竞争策略分析

(一)合作中寻求共赢。在互联网金融领域,商业银行与互联网企业既是竞争对手,也是合作伙伴。面对互联网企业的强势来袭,商业银行不能逃避竞争,也不能运用恶性竞争等手段对其进行排挤,而应与其建立合作共赢的关系,充分发挥各自的优势,积极开发更加人性化的金融产品与支付工具,打造互利互惠的合作模式。一是共享商户资源与客户信息。互联网企业从电子商务、网络支付切入,掌握了丰富的客户资源与交易信息;商业银行经过多年的运营,与制造业、零售业、交通业、物流业等行业龙头企业建立了稳定的合作关系。双方可以资源共享、优势互补,在一定程度上实现交叉销售。二是联合打造中小企业在线融资平台。与大企业信贷相比,中小企业信贷能够带来更高的利差收益。商业银行应积极探索与互联网企业之间的合作,借助其积累的海量信用交易数据库,发挥自身的风险管理优势,联合打造在线融资平台,提供中小企业在线融资服务,有效发掘新客户群,提升经营收益。

(二)重视客户体验。互联网企业开放式的金融平台、交互式的营销手段、个性化的金融产品服务以及方便快捷的操作流程吸引了越来越多的客户,使得商业银行面临客户资源流失的威胁。商业银行要想在互联网金融领域竞争中占据主动,必须高度重视客户体验,从客户角度出发设计金融产品、改善金融服务、开展网络营销、优化业务流程。一要打破商业银行传统部门局限,充分整合客户存款、贷款、汇款、支付、银行卡、理财等各类信息,通过数据分析客户的消费习惯和投资偏好,为客户量身定做优质金融产品与服务。二要简化业务操作流程,减少银行卡申请、贷款申请等审批环节,为客户提供快速便捷的服务。三要充分运用门户网站、社交网络、博客论坛、电子邮件等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。

(三)发掘和培养复合型人才。互联网金融业务的科技属性和金融属性对于人才提出了更高的要求,互联网金融领域的竞争在一定程度上表现为人才的竞争。目前商业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,特别缺乏既精通计算机网络技术又熟悉银行业务运行和管理决策的复合型人才。因此,商业银行既要在员工招聘时对于复合型人才有所偏重,也要在工作中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,大力培养集金融业务知识、网络信息技术、市场营销技能、互联网工具运用等多种知识技能于一身的互联网金融复合型人才,打造一支既懂网络程序设计和网络运用,又懂金融业务知识和金融管理,还能熟练运用各种互联网工具开展市场营销,具备引导客户、培育客户和留住客户工作能力的人才队伍,使商业银行永葆发展的活力。

(四)全面提升科技研发与应用水平。在互联网金融背景下,商业银行的产品设计、数据处理、业务操作以及管理决策等各个环节都离不开信息技术的有力支撑,科技系统的研发能力和信息技术的应用能力是决定商业银行竞争能力和经营成败的关键因素。面对互联网企业强大的科技优势,商业银行要进一步加大科技投入,充分运用先进的信息技术,积极推进数据整合,建立起人性化的客户管理和市场细分系统,在数据集中的基础上实现深层次数据挖掘,将数据集中带来的技术优势转化为商业银行的竞争优势。同时,要加强信息安全保障,进一步完善信息应急处理机制和金融信息保密机制,提升金融信息系统检测、预警、应急处理和自我恢复能力,最大限度地降低系统技术风险,保障金融业务的持续稳定运行。

【参考文献】

- [1]狄卫平,梁洪泽.网络金融研究[J].金融研究,2000,(11).
- [2]中国人民银行.非金融机构支付服务管理办法[Z].2010-06-14.
- [3]郑重.互联网金融的风险管理与协调[N].金融时报,2012-10-22.
- [4]由曦,宋玮,刘琦琳,袁满.交战互联网金融[J].财经,2012,(29).

(作者单位:中国人民银行南京分行)