

互联网金融时代传统银行业的发展策略

赖玲玲¹, 丰翔¹, 丰林²

(1. 厦门城市职业学院, 福建 厦门 361008; 2. 厦门大学, 福建 厦门 361005)

[摘要] 随着互联网的发展, 互联网金融模式逐渐兴起, 对传统银行业的发展产生重大影响。互联网金融在金融创新和电商平台方面给传统银行业带来了机遇, 但同时互联网金融在支付结算、物理网点与基本业务等方面对传统银行业提出了挑战。在互联网金融环境下, 传统银行业应积极发展移动金融, 构建金融电商平台, 变革物理网点。

[关键词] 互联网金融; 传统银行业; 电商金融; 移动金融

[中图分类号] F832.33 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1671-3222(2015)01-0016-04

DOI:10.16416/j.cnki.cn35-1216/g4.2015.01.004

伴随互联网科技的快速发展, 互联网对传统行业的各个领域都有不同程度的挑战和颠覆, 对于传统金融行业也不例外。互联网与金融的深度碰撞, 逐渐形成了金融业的新模式即互联网金融。从 20 世纪 90 年代开始, 我国互联网金融就已经开始发展, 最初主要是以网络银行、网络保险和网络证券的发展为主体的服务模式。从 2010 年起, 以社交网络、移动支付和云计算等为代表的第二次互联网金融再次袭来, 特别是 2013 年起, 中国互联网金融呈现出爆炸式增长的态势。^[1] 根据中国银行业协会报告显示, 2013 年中国银行业网上交易总额超过 1000 万亿, 同比增长 22%; 手机银行交易总额近 13 万亿, 同比增长 248%。^[2] 目前互联网金融的发展模式主要包括电子商务平台模式即“平台+小贷”、金融机构发展电子商务模式、P2P 网贷模式以及众筹模式等。互联网与金融的深度碰撞, 对传统银行业产生了巨大的冲击, 既给传统银行业带来很

大的挑战, 同时也为传统银行业的发展带来新的机遇。在互联网金融业务爆炸式增长的形势下, 传统银行应该调整自身的经营模式来适应新的金融发展模式, 顺应时代发展来提高其在金融行业的竞争力。本文主要探讨互联网金融环境下传统银行业的发展策略。

一、互联网金融带给传统银行业的机遇

互联网金融为传统银行业带来新的发展方向, 也必将为传统银行业带来更为广阔的发展空间, 为银行客户带来更为优质高效的金融服务。传统银行能否对互联网做出正确应对, 将决定其在未来能否生存和发展。

(一) 加速传统银行业的经营变革及客户拓展

互联网金融对传统银行的业务不仅是一种冲击, 也是一种补充, 它可以覆盖传统银行业务的一些盲区。同时, 互联网金融倾向创新的基因,

[收稿日期] 2014-09-27

[作者简介] 赖玲玲(1984-), 女, 福建南平人, 管理学硕士, 厦门城市职业学院商贸系助教。

丰翔(1968-), 女, 福建泉州人, 经济学硕士, 厦门城市职业学院财金系副教授。

丰林(1963-), 女, 安徽黄山人, 厦门大学国际学术交流中心助理工程师。

[基金项目] 厦门城市职业学院院级社科课题“互联网时代厦门市中小银行金融创新”(KYSK2014-2)。

给传统银行带来创新的动力, 引发传统银行对自身经营模式的重新思考。首先, 对银行内部而言, 互联网金融的发展会使传统银行加快经营理念的转变, 进行金融服务创新。主要包括业务流程创新、业务内容扩展、组织结构变革和运营模式调整。借助互联网, 传统银行可打破传统金融服务的时间、地域和物理网点的限制, 实现客户服务从线下向线上迁移, 节省经营成本, 提高服务质量。其次, 对银行外部来说, 互联网金融有利于拓展传统银行的客户基础, 可以利用互联网数据分析优势精准锁定客户, 并提高客户的黏着度。通过互联网搜集和分析客户信息数据与行为数据等锁定潜在客户, 并借助互联网的行为定向、地域定向和内容定向等方法实施精准营销。例如, 招行通过分析客户交易记录, 有效识别出潜在小微企业客户, 并利用远程银行和“云转介”平台实施交叉销售, 取得了不错的效果。^[3]

传统银行业本身拥有丰富的产品和金融从业的经验, 有自己完善的风险管理体系, 同时经过互联网应用的发展, 具备一批既懂得互联网, 又懂得金融的人才。所以, 互联网金融为传统银行业的发展提供了一个新的战略平台。

(二) 促进传统银行业发展电商服务

传统银行业发展电商, 主要有两种模式, 一是银行自建平台。通过自建金融电商平台, 银行一方面为商家提供了商品交易的新平台, 同时通过引进商家来扩展其客户群体; 另一方面可以直接获取第一手客户信息, 进而整合客户资源, 接入银行最为擅长的支付结算和融资等业务。如建设银行的“善融商务”, 以“电商”为平台, 发展“金融”服务, 形成“电商+金融”的服务模式。建立这种服务模式的目的是通过平台上用户的交易行为, 为其提供更多的参考数据, 形成用户信用指数, 为其建立良性可持续发展的信用机制。通过这种方式引入善管理、重信誉的客户, 从而为用户提供全面专业的金融支持和增值服务, 如融资贷款、担保交易、资金托管等。^[4]二是银行通过与电商企业合作以进入电商发展领域。如中国银行和京东商城达成了深度的供应链金融合作关系; 平安银行和 eBay 合作, 为 eBay

上的卖家提供无抵押、无担保的信用贷款, 最高额度可达 100 万。^[5] 银行通过与电商企业合作, 具有见效快、运营风险低的特点, 可以弥补信用数据只能在自身平台上搜集、业务仅限于自身电商平台系统之内的缺点。

商业银行之所以介入电商平台, 是因其意识到一旦电商在传统银行中发展起来, 交易流水在银行中沉淀, 银行就能获得更低成本的负债, 并且可以获取大量的数据, 为其金融业务开展提供依据。另外, 根据电商平台流量还可以进行服务模式设计, 将很多人工服务改造为网络自动处理, 降低银行经营成本。

二、互联网金融对传统银行业的挑战

(一) 冲击银行支付结算业务

互联网金融环境下的支付模式主要有三种, 一是网上银行, 即各家商业银行将自身支付结算业务从线下搬上互联网; 二是第三方支付, 以支付宝、财付通、快钱为代表的第三方支付模式, Paypal 的 P2P 转账服务以及苹果基于 iPad 的支付服务, 对传统银行的中间业务即代理支付和理财业务产生了很大的影响; 三是手机支付或移动支付, 相当于移动 POS 机。其中移动支付是近几年最受关注的支付方式, 移动互联网的发展已经大大改变用户使用手机的习惯, 从而使手机银行等移动支付方式获得更多的使用机会, 已经成为消费者日常支付的主要方式, 并且手机银行还在不断整合除支付之外的更多其他功能。正因为如此, 已经有越来越多的商业银行开始发展移动支付, 移动支付符合现代消费者的使用习惯, 通过移动支付服务可以提高客户的满意度和忠诚度。所以, 布局移动支付领域不仅是发展新业务的需要, 更是传统银行长远发展的战略规划。

(二) 缩减银行物理网点

随着互联网和移动互联网技术的发展, 传统银行业的“物理网点+电子银行”的服务模式正在向“水泥+鼠标+拇指”的新模式转变。从而使得很多银行业务的处理逐渐网络化和移动化, 再加上实体业务运营成本的压力, 银行业物理营业网点的重要性正在逐步下降。在这种形势下, 银行业需要在网点布局战略上进行重大调整

和精简,重新部署银行业的服务渠道战略。这种类似的变化可以从证券公司业务发展过程中得到验证,早期发展的证券公司,由于仅仅只能依靠现场交易,为了吸引客户,因此所选营业网点都处于繁华地段,实体面积大、装修豪华、成本高。但是在互联网环境下,交易已经不再主要依赖于物理网点,而是依赖互联网和移动互联网来实现,因此物理门市都大大缩减。^[6]

(三) 分割银行基本业务

传统银行业的基本业务有三项,分别是负债业务、资产业务和中间业务。另外,传统银行业依靠庞大细密的营业网点、规模巨大的信用卡业务以及银联系统,构成了一张传统的金融网络。但是,在互联网金融环境下,上述业务均遭遇到了巨大的挑战,而这些挑战都来源于银行之外。首先,“余额宝”等电子商务金融机构对银行的负债业务即活期存款和定期存款产生非常大的影响,导致传统银行业的活期定期存款利率形同虚设。其次,P2P网络贷款平台,以其贷款便利和高效率迅速在互联网上打开借贷市场。目前,国内已有两千多家P2P网络借贷公司,各家网络借贷公司的业务规模在不断扩张。拍拍贷以每月成交量超过20%的增长率不断扩张,而宜信的月贷款成交额已经超过1亿元,^[7]对传统银行的资产业务即个人贷款和企业贷款又是一个挑战,并且随着互联网金融这种混业经营模式的成熟以及民营银行牌照的发放,保险公司甚至是通讯运营商都将会加入到这场竞争中来。

三、互联网金融时代传统银行业的发展策略

互联网金融就像一把双刃剑,给传统银行带来机遇,也带来挑战。面对巨大的互联网市场与各种互联网金融势力的影响,传统银行需要重新审视自己的定位与发展策略,结合自身优势,及时制定互联网市场进入策略,在互联网金融业中抢占制高点。

(一) 发展移动金融业务

随着移动互联网的发展,移动互联网金融逐渐成为互联网金融发展的新趋势,各种支付业务开始从计算机终端向移动终端转移,这种支付方

式替代了大部分的线下传统支付业务。央行《2013年支付体系运行总体情况》显示,电子支付业务增长较快,而移动支付业务则保持高位增长,截至2013年底,移动支付业务16.74亿笔,金额9.64万亿,同比分别增长212.86%和317.56%。^[8]

传统银行发展移动金融可以从以下几个方面进行:第一,加强行业合作。加强与通信运营商等软硬件厂商的合作,在相关监管机构的指导下,尽快建立移动金融统一的行业标准,构建移动金融稳定的技术保障;加强与银行同业合作,提高移动金融业务的兼容性和可用性。第二,对客户展开差异化营销服务。对中高端客户实施交叉营销,加大理财等中间业务的营销;针对年轻客户群体,借助通信运营商,利用相对低廉的价格,培养他们使用移动金融的习惯,贮备自己的客户群体;针对农村客户群体,加大移动金融的宣传,提供小额转账支付、存贷款业务和国家惠农补助、补贴发放等日常性金融服务需求。第三,发展企业移动金融市场。企业客户是传统银行的主要利润来源,要重视对企业客户的移动金融服务产品的开发。为企业提供财务管理和投融资等多样化的移动金融服务,针对产业链上中游、上游和下游的企业客户的不同需求提供差别化的移动金融服务。^[9]

(二) 构建“电商金融”平台

在信息化时代,数据和信息已经成为各行业发展的最重要资源,麦肯锡咨询公司在其研究报告中分析了不同行业从大数据浪潮中获利的可能,而其中金融行业拔得头筹。^[10]其一,银行本身面临足够大的客户群体,拥有大量的客户数据和交易数据;其二,银行已经在以信用评级模型为代表的数据分析上积累大量的实际经验,具备向“大数据”跨越的基础。^[11]传统方式下银行可以掌握客户的基本信息,但是客户的兴趣爱好、生活习惯、行业领域和动态信用等信息却是难以掌握的;在数据类型上,银行本身掌握的数据大部分都是结构化数据,结构化数据大约占到总数据量的15%,而其他的多种异构数据占到85%,这85%广泛存在于网络和电子商务中。

整体来说, 银行可以通过两种途径来构建“大数据”能力: 一是通过与已有的大型互联网社区、电子商务企业深度合作来获取数据, 提供金融服务; 二是通过自建平台来获取数据, 提供相应的金融服务。从长远发展来考虑, 自建平台是银行较优的选择。

自建平台主要包括 B2B 和 B2C 两大模块, 鉴于目前银行专注提供垂直化服务的环境, 本文重点阐述企业部分。B2B 模块主要是针对注重信誉的优质中小企业, 这些企业本身信息化程度不高, 希望借助平台来发展自己的线上业务, 同时获得在线融资、信贷以及支付等金融服务。企业可在平台上发布供求信息、交流洽谈、沟通谈判、交易支付等, 银行则负责提供相应的资信认证、资金清算、融资贷款等服务。由于线下的授信主要采用抵押方式, 固定资产没有或较少的小微企业融资较为困难。对此, 银行可以利用自建的 B2B 平台, 综合考虑企业线下和线上的各种因素, 如在线交易量, 交易信用等对企业进行在线信用等级进行评级, 给予相应的信用额度, 或者提高已有的抵押额度。这样不仅吸引客户采用网上交易, 更为重要的是开发小微企业这片信贷“蓝海”。通过自建平台可以准确掌握客户的各类信息数据, 再结合银行本身强大的数据分析能力, 为商户提供个性化的金融服务。

(三) 发展直销银行

随着互联网金融和移动互联网金融的发展, 客户对银行传统网点和营业厅的依赖越来越小, 银行物理网点的价值呈现递减趋势。2013 年度, 支付机构累计发生电子支付业务 153.38 亿笔, 金额 9.22 万亿元, 同比分别增长 56.06% 和 48.57%。

网上支付业务 236.74 亿笔, 金额 1060.78 万亿元, 同比分别增长 23.06% 和 28.89%, 银行的电子分流率已达到 80% 以上。^[8] 庞大的物理服务网点将不再是银行的竞争优势, 物理网点的固定成本以及人力成本都是阻碍银行前行的重要因素, 这些原有的优势即将成为银行转型的沉重负担。

所以, 在互联网金融时代, 银行精简服务网点是必然趋势, 直销银行作为互联网时代的新型银行运作模式应运而生, 将成为传统银行业的重要发展方向。直销银行可以不受时间和空间的限制, 仅通过计算机、e-mail 和手机等通讯工具即可完成业务处理, 大大简化组织结构, 降低营业成本, 为客户提供更优惠的金融产品和服务。直销银行有两个特点: 其一, 直销银行不依赖于实体营业网点; 其二, 直销银行极具个性化特征, 针对不同客户提供不同的金融产品。2013 年, 民生银行与阿里巴巴约定在包括直销银行业务在内的多个领域开展战略合作。北京银行也在同年宣布开通直销银行业务, 并在北京、南京、济南、西安等地率先推出试点, 其客户不管什么时间、什么地点都可以实现存取款、房地产等金融服务。^[12]

面对新时期的新挑战, 传统银行业要积极迎战, 制定出一套适合自身发展的战略计划, 针对互联网金融的特点进行市场切入。根据市场发展和客户消费习惯的要求, 传统银行利用互联网金融模式, 可以深度整合互联网技术与银行核心业务, 提升客户服务质量, 拓展服务渠道, 提高业务水平, 应对互联网金融模式给传统银行业带来的冲击, 开拓银行业发展新局面。

[参考文献]

- [1] 冯娟娟. 互联网金融背景下商业银行竞争策略研究 [J]. 现代金融, 2013 (4): 14-16.
- [2] 李晗. 互联网金融发展的国际经验 [J]. IT 金融科技, 2014 (2): 87-89.
- [3] 丁一. 互联网金融对银行业的影响 [J]. 现代经济信息, 2014 (4): 268.
- [4] 马腾跃. “触电”的感觉不一般: 中国建设银行善融商务探索 (亦商亦融) 新模式 [J]. 中国金融, 2013 (1): 102-104.

(下转第 76 页)

- [2] 陈兴良. 刑法的启蒙 [M]. 北京: 法律出版社, 2003: 268.
- [3] 张明楷. 刑法学研究中的十关系论 [J]. 政法论坛: 中国政法大学学报, 2006 (2): 3-19.
- [4] 博登海默. 法理学: 法律哲学与法律方法 [M]. 邓正来, 译. 北京: 中国政法大学出版社, 2004: 531.
- [5] 张磊. 外国刑法学教学思考 [J]. 安徽警官职业学院学报, 2013 (4): 106-109.
- [6] 王晨光, 陈建民. 实践性法律教学与法学教育改革 [J]. 法学, 2001 (7): 3-7.
- [7] 多拉·豪维尔. 批判性思维和创造性思维: 推动知识社会前进的主要动力 [EB/OL]. 王爽, 译. [2014-05-17] <http://www.edu.cn/20011229/3015809.shtml>.

[责任编辑: 邱薇]

(上接第 19 页)

- [5] 海南省银行协会网. 互联网金融环境下传统银行业的策略选择 [EB/OL]. (2013-12-12) [2014-08-02]. <http://www.hnba.com.cn/jianjie/llwz/4601.html>.
- [6] 赵南岳. 互联网金融对银行业的冲击与机遇 [J]. 西部金融, 2013 (10): 30-34.
- [7] 王小丽, 丁博. P2P 网络借贷的分析及其策略建议 [J]. 国际金融, 2013 (3): 30-35.
- [8] 搜狐财经网. 2013 年支付体系运行总体情况 [EB/OL]. (2014-02-17) [2014-08-07]. <http://business.sohu.com/20140217/n395114429.shtml>.
- [9] 龙军. 我国商业银行移动金融发展策略研究 [J]. 农村金融研究, 2013 (10): 9-12.
- [10] MANYIKA J, CHUI M, BROWN B, BUGHIN J, et al. . Big data: the next frontier for innovation, competition, and productivity [R]. McKinsey Global Institute, 2011.
- [11] 刘天白, 廖常如. 银行试水大数据时代 [J]. 银行家, 2013 (2): 31-32.
- [12] 闫冰竹. 中国直销银行发展探析 [J]. 中国金融, 2014 (2): 55-56.

[责任编辑: 邱薇]