

互联网金融的内生长、基本模式 及对商业银行的影响^{*}

周治富^{1, 2}

(1. 北京大学经济学院博士后科研流动站, 北京 100871;

2. 中国信达资产管理股份有限公司博士后科研工作站, 北京 100031)

摘要: 互联网技术变迁和金融环境变化推动着互联网与金融相向而行, 其结果是互联网金融的产生和不断发展。从制度金融学来看, 互联网金融的本质是技术推动下的一种金融制度变迁。从金融功能观来看, 互联网金融可以分为第三方支付、虚拟金融中介、网络直销和互联网金融门户四种基本模式, 在一定程度上替代了商业银行的支付结算、存贷款金融中介、财富管理等功能, 从而对商业银行经营管理带来冲击。在互联网金融时代, 商业银行赖以生存的外部环境已经发生系统性变化, 金融脱媒日益加剧, 新的金融业态不断出现, 而商业银行之间的发展战略、金融产品和服务也有趋同化趋势。面对新形势、新挑战, 商业银行要采取科技立行、以人为本、合作变革、细节取胜的战略导向, 方能重塑核心竞争力。

关键词: 互联网金融; 金融制度变迁; 金融功能观; 金融脱媒; 财富管理

中图分类号: F832.1, F832.5

文献标识码: A **文章编号:** 1007-9041-2017(06)-0017-10

近年来, 各类互联网金融企业异军突起, 给传统金融机构带来了不小的冲击。传统银行业更是直呼“狼来了”。在互联网金融的冲击下, 我国商业银行如何重塑自身的核心竞争力是摆在商业银行面前的一个难题。要回答这个问题, 就必须对互联网金融的内生长机制、基本金融形态、对商业银行的冲击性影响等进行系统性研究。本文在梳理已有文献的基础上, 进一步探讨互联网金融产生的内在动因、基本模式、对商业银行的冲击性影响, 提出商业银行应对互联网金融冲击、重塑自身核心竞争力的发展战略。

一、互联网 + 金融: 何以融合?

部分现有文献对互联网与金融二者融合背后的根本动因进行了研究。比如, 王达(2014)从网络规模和网络经济学角度研究了我国互联网金融爆发式增长的原因。王国刚等(2015)、曹凤岐(2015)认为, 互联网金融的产生, 一方面是由于中国金融体系缺陷所致, 另一方面是由于监管滞后存在监管套利所致。吴晓求(2015)认为, 我国广阔的市场空间是互联网金融生存的必要条件, 而金融功能与互联网技术特性的匹配是其发展的充分条件。然而从事实来看, 我国网络规模大、金融压抑、市场空间广阔等情况均早已存在。另外, 从历史角度来看,

收稿日期: 2017-04-26

作者简介: 周治富(1983-), 男, 陕西渭南人, 博士, 北京大学经济学院博士后科研流动站与中国信达资产管理股份有限公司博士后科研工作站站博士后。

^{*}感谢匿名审稿人的宝贵意见。文责自负。

互联网与金融都不属于新生事物。如果以1694年英格兰银行成立所标志的现代银行业产生算起,现代金融体系已经存在了300多年;以20世纪90年代初万维网的出现为标志,互联网也已存在了近30年。为何当前互联网与金融在我国出现加速融合的趋势?既有文献对此趋势未能给出令人信服的解释,因此,必须从新的视角来寻找答案。

事实上,从20世纪90年代中期到21世纪初,我国已经出现了第一次互联网金融的浪潮。这次浪潮以网上银行、网络证券、网络保险等为代表。21世纪前10年出现的互联网金融可视为第二次浪潮。如果说第一次浪潮只是揭开了互联网金融的面纱,那么第二次浪潮则是互联网与金融的深度融合。从本质上来看,互联网金融浪潮的产生是互联网技术进步以及金融业外部环境压力综合作用的结果,是一次“内生性”的大融合。

(一) 技术变迁: 互联网技术跃升。

一是互联网的移动化。近年来,我国正在经历着从PC互联网向移动互联网的大规模转变。随着Wifi、3G、4G乃至5G移动互联网技术的不断发展,采用新的先进技术的智能手机不断涌现,原来的以台式机作为互联网结点的有线模式已经被以手机作为互联网结点的无线模式大幅改造。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第39次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2016年末,我国网民数量已达7.31亿人,相当于欧洲人口的总量,其中手机网民占比达到95.1%。手机已经成为主要的上网设备。互联网的移动化改变了人们使用互联网的行为方式。在移动互联网时代,人们使用手机时间更长、空间更广、需求更多,在一定程度上手机已经成为一部分人“身体器官”的组成部分。这从根本上改变了商业银行的外部商业环境。

二是新的信息安全技术的应用。新的互联网使用方式促使新的信息安全技术不断涌现,如各类身份认证、数字签名等技术。身份认证技术主要用于确认互联网中操作者的身份,包括静态密码、智能卡、短信密码、动态口令、USB-Key以及正在蓬勃发展的生物智能识别技术、双因素身份认证、虹膜认证等。数字签名技术则保证了网络信息传递的完整性和不可抵赖性。新的信息安全技术的应用保证了互联网用户在享受网络便捷性的同时,其在网络上的交易安全性也得以保证。便捷性与安全性是互联网金融发展的两大基石。

三是大数据以及云计算的应用。在移动互联网时代,人们与网络之间的交互以及在网络上人与人之间的交互将会产生海量的数据记录。使用传统的存储、管理和处理技术将难以有效应对这些巨量数据带来的挑战,因而大数据、云计算等新技术便应运而生。大数据时代的数据更多是非结构化的,是关于人类行为的数据。数据特点也从离散数据转变为连续数据,并通过云存储以及云计算,挖掘其中的内在联系。在大数据时代,人们不再热衷于寻找富有逻辑性的因果关系,而是对数据间的相关关系更感兴趣(维克托·舍恩伯格,2012),从而形成数据驱动型商业逻辑,如大数据风险控制技术、大数据精准营销、大数据信用评级等。

上述三个变化从根本上重塑了当前的互联网形态。对于已经介入互联网或者以互联网为平台开展业务的非金融企业而言,这些企业拥有大量的渠道、客户群以及关于客户行为的海量数据,在技术允许并且既有的监管框架未明确禁止的条件下,选择目前收益率较高的金融领域开展经营就是自然而然的事情。

(二) 环境变迁: 金融领域趋势性变化。

一是利率市场化取得重要进展。作为货币资金最重要的价格，利率在中国长期处于管制状态，其水平未能反映市场资金的稀缺程度，进而降低了信贷资金的配置效率。近年来，我国利率市场化一直在稳步推进中。2015年10月24日，央行下调金融机构人民币存贷款基准利率和存款准备金率，并对商业银行和农村合作金融机构等不再设置存款利率浮动上限，这标志着我国利率市场化取得重要进展。存贷款利率上限的放开，意味着商业银行的存贷利差进一步缩小，存款竞争将更加激烈。利用互联网的规模效应以及最新技术手段拓展存贷款业务就成为商业银行的必然选择。

二是金融市场开放步伐加快。加入WTO以后，我国认真履行各项承诺，金融开放水平稳步提高。当前，设立自贸试验区的地域范围不断扩大，使得我国金融对外开放步伐明显加快，金融业外部竞争日趋激烈。利率市场化、人民币国际化、资本账户开放等诸多因素的持续影响，倒逼国内商业银行不断创新产品、业务、流程和模式。在国内外各种因素的综合作用下，商业银行不断寻找创新的突围方向，其中与互联网结合就是一个可行的重要努力方向。

三是客户需求更加多样化和个性化。随着居民财富的增加，商业银行存款已经不能满足居民财富管理的要求。从消费主体来看，消费主体逐步转向“千禧一代”等新生代消费人群，而且集中在中等及以上学历人群身上。这些人群的消费具有更高的个性化水平，单一模式难以满足他们的金融需求。此外，这部分人群就置身于互联网之中，是随着互联网发展而成长起来的。因此，必须要在金融业务中嵌入互联网基因，才能满足客户的金融需求（中国人民银行广州分行课题组，2017）。

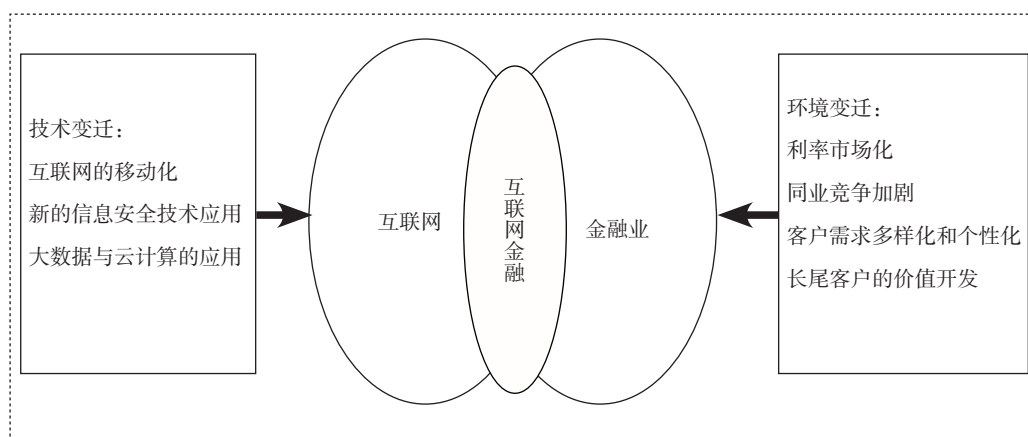


图1 金融与互联网的“内生性融合”

四是大规模开展面向长尾客户的金融业务逐步具有经济可行性。传统上，商业银行业务所带来的利润一般遵循“二八法则”，即80%的利润是由20%左右的客户带来的。大量低价值客户不被银行所重视，甚至大量中小企业等低价值的“长尾”客户被银行所抛弃。在传统模式下，开展一个低价值客户所付出的成本可能与高价值客户相差无几，甚至更高。但是，在互联网模式下，采用标准化、规模化的作业形式可以使得成本在大量长尾客户中分摊，单个客户就能贡献一定的利润。原来的低价值长尾客户反而成为各大机构争抢的对象。因此，互联网扩大了金融交易的可能性集合。

上述四个方面的变化，商业银行都需要积极应对，而其中最重要的应对措施就是依托互

联网创新发展金融业务。由于互联网技术进步和宏观环境变化具有相向而行的内在动力,因此,互联网金融内生性成长是互联网技术和金融环境变化到一定程度的必然产物(如图1所示)。

(三) 互联网金融的产生: 技术进步推动下的金融制度变迁。

在本质上,纳入互联网基因的金融是对传统金融的异化和改造,是一种金融形态方面的变革。其根本动力是,在不断降低金融交易成本的内在要求下,由技术变迁所导致的制度变迁。而外部环境变化进一步加快这一制度变迁的进程,即加快金融与互联网融合的进程。因此,从制度视角来看,互联网金融的本质是技术推动下的一种金融制度变迁。互联网金融之所以能够降低交易成本,是因为其能够采用“点对点”的信息交换和共享,使得信息产生、收集和处理的更为高效,能够在更大程度上减少信息不对称(皮天雷等,2014)。

基于这一本质可以得出,互联网金融的核心依然在于“金融”,只不过金融体系功能通过互联网来实现。从这个角度来看,二者是“体”与“用”、“道”与“术”的关系。也就是说,金融业的运营之“道”和经营理念的精髓依然存在于商业银行等金融机构之中,只不过互联网之“术”改变了传统金融的业态。这也是为什么互联网金融发展如此迅猛,却总是寻求与金融机构合作的根本原因。

二、互联网金融的基本模式及对商业银行的影响

根据莫顿和博迪(1995)所提出的“金融功能观”理论,现代金融体系的主要功能有以下六种,分别是:结算和清算功能、集聚和分割股票、金融资源的时空转移和配置、风险管理、提供信息和处理激励问题等。后来,他们又在此基础上提出了“金融功能的外生性与金融制度内生性命题”(莫顿和博迪,2005)。这表明金融功能是高度稳定的,而金融制度则处于不断变化之中。在理论上,同一种金融功能可以采用不同的金融制度或金融业态来实现。前文的分析已经表明,互联网金融是技术进步所推动的金融制度变迁。如果以互联网金融的具体业态来对互联网金融模式进行分类,则这种业态是变化无穷且不稳定的,因此,按照金融功能进行分类就成为一种较好的选择。基于金融功能观理论,互联网金融可以分为第三方支付、虚拟金融中介、网络销售和互联网金融门户等四种模式。现有的每一种互联网金融业态,都可以清晰地归为上述其中一类。通过这种分类,也能清晰地判断各类模式对于商业银行的冲击性影响。

(一) 第三方支付模式。

第三方支付模式代表的是金融体系的支付结算功能,可以细分为两种:一种是新的支付结算载体,即互联网货币,如比特币等;另一种是新的支付结算渠道。由于互联网货币在互联网金融中占比极小,且并不是国家法定支付货币,故这种模式主要是指新的支付结算渠道。在过去,第三方支付市场并没有被纳入监管范围。2010年6月21日,人民银行发布《非金融机构支付服务管理办法》,对第三方支付加强监管。目前,我国第三方支付机构共有250多家。

1. 主要类型。

第三方支付公司主要以交易手续费、行业用户资金信贷利息、服务费收入和沉淀资金利息等为主要收入来源。这些第三方支付机构可以笼统地划分为以下两类:一是独立的第三方支付机构。这种模式的第三方支付平台完全独立于电子商务网站,没有担保功能,仅仅为用户提供支付产品和支付系统解决方案,以快钱、易宝支付、汇付天下、拉卡拉等为典型代表。

这种支付模式既提供线上的支付服务,也提供线下的支付解决方案。二是依托于电子商务平台的第三方支付。这种支付模式以阿里巴巴旗下的支付宝、腾讯旗下的财付通为代表。它们依托于自有的B2C、C2C电子商务网站并提供担保功能。在此类支付模式中,买方在电子商务网站选购商品后,使用第三方平台提供的账户进行货款支付,待买方检验物品并进行确认后,就可以通知平台付款给卖家,这时第三方支付平台再将款项转至卖方账户。

比较而言,独立的第三方支付立身于B(企业)端,担保模式的第三方支付平台则立身于C(个人消费者)端,前者通过服务于企业客户间接覆盖客户的用户群,后者则凭借用户资源的优势对行业进行渗入。由于电子商务平台的用户众多,因此,依托于电子商务平台的第三方支付机构占有较大的市场份额。

2. 对商业银行的影响。

第三方支付在某种程度上替代了商业银行的支付结算功能,特别是在小额、快捷支付结算领域,第三方支付展现了其强大的竞争力。人民银行“网上支付跨行清算系统”(俗称“超级网银”)的上线,也为第三方支付平台带来了有利的发展契机,使得第三支付的支付结算功能更为强大。从理论上讲,“网上支付跨行清算系统”上线之后,客户只需开立一家银行的网上银行,就可以操控其所有银行账户的资金。

更重要的是,随着第三方支付平台走向支付流程的前端,第三方支付公司可以利用其系统积累客户的采购、支付、结算等完整信息,以非常低的成本联合相关金融机构为其客户提供优质、便捷的金融服务,并为其向基金、保险等个人理财业务拓展打下基础。另外,由于第三方支付占据了大量的消费场景,因此,其也开始向信用卡和消费信贷领域渗透^①。如此一来,第三方支付机构与商业银行的业务重叠范围将会不断扩大,逐渐对商业银行形成一定的竞争压力。

(二) 虚拟金融中介模式。

虚拟金融中介模式代表了金融体系的金融中介功能。在传统金融体系中,金融中介是银行、证券、保险等有形金融机构。而在互联网金融领域中,“金融中介”是以互联网技术为依托的网络金融中介,可称之为“虚拟金融中介”。

1. 基本形式。

虚拟金融中介模式是指利用互联网作为中介进行投融资,又可以划分为P2P网络借贷、众筹融资和电商小贷三种具体模式。其中,P2P网络借贷和众筹融资是一种直接融资模式,而电商小贷虽然是小额贷款公司提供的间接融资,但是其业务运营也依赖于原来的电子商务平台。

一是P2P网络借贷模式。该模式又被称为点对点信贷或者人人贷。这是一种个人对个人、通过第三方互联网平台进行资金借贷双方的匹配,不依赖于传统金融中介的融资模式。基本形式为:P2P网络借贷公司搭建网络平台,借款人和贷款人可在平台上进行注册,需要钱的人发布信息(简称发标),有闲钱的人参与竞标,一旦双方在额度、期限和利率方面达成一致,交易即告达成。其中,P2P网络借贷公司负责对借款人资信状况进行考察,并收取账户管理费和服务费等,其本质是一种民间借贷方式。在这种融资模式中,P2P网络借贷公司及其互

^①如京东白条、蚂蚁花呗等就是其中的典型产品。

联网平台成为虚拟金融中介。P2P网络借贷融资模式又可以粗略地分为以下两种类型：一种是纯粹的线上模式，其特点是资金借贷活动都通过线上进行。通常采取的审核借款人资质的措施包括通过视频认证、查看银行流水账单、身份认证等；而且扮演中介功能的互联网金融企业不提供任何担保，仅提供资金交易双方的平台搭建和信息服务^②。另一种是线上线下相结合的模式，主要指借款人在线上提交借款申请后，平台通过所在城市的代理商，采取入户调查的方式审核借款人的资信状况、还款能力等情况。这种更像是把传统的信贷业务搬到网上。

二是众筹融资模式。该模式是集中大家的资金、能力和渠道，为某项经济活动提供资金支持。其基本运作模式为：需要资金的个人或团队将项目策划资料交给众筹平台，经过相关审核后，便可以在平台的网站上建立属于自己的页面，用来向公众介绍项目情况，一旦在设定天数内，达到目标金额即成功。2009年在美国成立的kick starter是世界上第一家众筹融资网站，主要通过搭建网络平台面向公众筹资，让拥有创造力的人有获得他们所需要资金的机会，以便使他们的梦想有可能实现。

三是电商小贷模式。该模式是指将电子商务平台与小额贷款相结合的一种模式。事实上，这种模式更加接近于真实的金融中介，只不过其业务开展需要一个虚拟的网络平台。在贷前，平台公司会根据企业在电子商务平台上留下的经营数据和第三方认证数据，评估企业经营状况，反映企业偿债能力；在贷中，通过电商自有数据分析平台实时监控商户的交易状况和现金流，为风险预警提供信息支撑；在贷后，通过互联网监控企业经营动态和行为，预警可能影响正常履约的行为，建立贷后监控和网络店铺关停机制。其基本的流程为：商户提出贷款申请→平台审核商户情况→视频远程沟通确认→根据公开信息评估资信状况→电商平台发放贷款。目前，比较著名的电商小贷有阿里小贷、淘宝小贷以及以供应链贷款为主的京东小贷等。电商平台经营小贷的最大优势在于，平台掌握着大量企业及其往来客户的数据，再加之有担保公司的担保，因而能够进行有效的风险控制，其目标客户主要是平台上的商户，提供的贷款具有“短、频、急、小”的特征。

2. 对商业银行的影响。

如果说第三方支付在一定程度上代替了银行的支付结算功能，那么作为虚拟金融中介的互联网金融则部分替代了商业银行的存贷款中介功能。具体来看，虚拟金融中介模式对商业银行的影响主要表现为以下几个方面：

从P2P网络借贷的特点来看，其在很大程度上降低了市场信息不对称的程度。P2P网络借贷参与门槛低、渠道成本低，在一定程度上拓宽了社会融资渠道，扩大了交易可能性集合。P2P网络借贷融资主要针对的是小微企业及普通个人用户。这些大都是被银行“抛弃”的长尾客户，资信相对较差、贷款额度相对较低、抵押物不足。但是，随着P2P网络借贷的监管规则不断完善，其经过了去泡沫化和规范化之后，可能会对商业银行的小微金融业务带来不小的冲击。

对于众筹融资模式而言，我国尚处于起步阶段。虽然这是一种富有创造性的融资模式，但是在现行法律法规下容易踩到非法集资的红线。因此，众筹融资未来的持续发展依然有待外部制度的规范。

^②国外的监管模式也要求平台不介入资金交易，不进行信用担保。

电商小贷模式的核心依然是小额贷款模式。大量的小额贷款公司与商业银行在某一些客户上本来就是竞争对手。与一般小额贷款公司不同的是,电商小贷依托电商平台强大的数据支持,具有更强的竞争力。如果能对平台数据进行科学的分析和利用,则电商小贷的定价能力、风险管理能力、创新能力不可低估。

(三) 网络直销模式。

网络直销模式是一种利用新型虚拟金融中介形态来发挥金融中介获客功能的模式,这种模式在标准化金融产品销售领域给传统金融机构带来较大的冲击。

1. 运作方式。

网络直销模式是指纯粹依靠网络完成业务流程,并在网络上出售各类金融产品,主要包括两种模式:一种是基金代销、保险代销、证券代销等专业性销售模式,另一种是销售多种产品的金融超市模式。从本质上来看,两者均是一种直销模式,其载体就是网上金融超市。典型案例为平安、腾讯、阿里巴巴合资的“众安在线财产保险公司”、中国平安旗下的“陆金所”以及阿里巴巴和天弘基金合作的“余额宝”等。

2. 对商业银行的影响。

利用互联网销售金融产品的模式本身并不新鲜,然而销售金融产品的方式比之以前有很大的区别,如利用第三方支付工具等。因此,网络直销这类互联网金融的发展在一定程度上替代了商业银行的财富管理和投资理财功能。此外,由于网络直销在销售标准化产品上具有“零边际成本”的优势,使得商业银行标准化程度较高的零售业务受到的冲击较大。

(四) 互联网金融门户网站模式。

1. 运作方式。

互联网金融门户是指利用互联网为金融产品销售提供第三方服务的平台,其核心就是“搜索+比价”,即采用金融产品垂直比价的方式,将各金融机构的同一类产品放在网络平台上,用户通过设定某些条件搜集符合要求的金融产品,并且采取货比三家的方式挑选合适的金融产品。互联网金融门户多元化创新发展,形成了提供高端理财投资服务和理财产品的第三方理财机构,提供保险产品咨询、比价、购买服务的保险门户网站等,大致等同于金融产品领域中的淘宝或京东。这种模式不存在太多政策风险,因为其平台既不负责金融产品的实际销售,也不承担任何不良资产的风险,同时资金也完全不通过中间平台运作。目前,在互联网金融门户网站领域,针对信贷、理财、保险、P2P网络借贷等细分行业,分布着融360、91金融超市、网贷之家等互联网金融平台。

2. 对商业银行的影响。

互联网金融门户收集了各类金融机构的金融产品,以方便客户选择。这意味着在互联网金融时代,只要能够提供满足客户需求的金融产品,不管这些金融产品是由银行、信托、保险等金融机构还是由P2P网络借贷平台、小额贷款公司、私募基金从业机构所提供,都不是重要的影响因素。用户只需要设定相应的参数、到互联网金融门户网站上搜索就一目了然。这使得各类金融产品信息变得更加透明,各金融机构之间的竞争更加激烈。

三、互联网金融时代下商业银行核心竞争力的重塑

前文的分析已经回答了互联网金融内生成长的逻辑、基本模式以及对商业银行的影响。

面对互联网金融的冲击,传统商业银行如何才能重塑自身核心竞争力?要回答这个问题,需要对互联网与金融融合的影响以及现有商业银行的行业竞争态势进行分析。

(一) 互联网与金融融合对商业银行重塑核心竞争力的影响。

一是影响商业银行的生存环境。移动互联网技术的发展使得在现代人类生活中,互联网几乎无处不在、无时不在。对于商业银行赖以生存的外部商业环境而言,当前的环境已经与过去大不相同,商业银行为了适应移动互联网时代下的游戏规则,需要加强金融产品和服务创新,推动金融与互联网的深度融合。

二是加剧金融脱媒。近年来,我国直接融资市场发展迅速,多层次资本市场初步建立,符合条件的企业更多地选择了向市场融资,金融脱媒化趋势明显。互联网金融的兴起使得更多的投融资活动直接在网络上进行,这种直接融资方式部分替代了商业银行的融资中介功能。

三是产生新的金融业态。互联网金融是对传统金融的异化,在二者融合的过程中会产生新的金融业态,形成有别于传统金融的全新互联网金融模式。因此,二者融合不是简单的“物理变化”,而是能够产生新物质的“化学变化”,催生出新的金融产品、新的金融业态和新的金融模式。在这个意义上,互联网金融对传统金融的影响有可能是颠覆性和革命性的,这对商业银行竞争力重塑带来一系列的挑战。

综上所述,互联网金融发展使得金融体系的竞争格局由原来的金融机构与金融市场之间的竞争转变为金融市场、以商业银行为主的金融机构以及互联网金融三者之间的竞争,未来有望进一步形成三足鼎立的格局,从而对商业银行重塑核心竞争力带来一系列的挑战。

(二) 商业银行重塑核心竞争力面临的行业竞争态势。

随着互联网金融发展对商业银行带来一系列的挑战,从银行业的角度来看,商业银行在重塑核心竞争力过程中面临着以下三个方面的竞争压力:

1. 发展战略趋同。

面对互联网金融发展带来的挑战,我国商业银行的发展战略呈现趋同特征。招商银行提出“一体两翼”的发展战略,即零售业务为主体以及公司、同业业务为两翼;而其他股份制银行也提出类似战略,只不过内涵稍有不同。比如,有的银行是以公司金融为主体,零售业务和同业业务为两翼;有的银行提出公司、零售、同业、投行四轮驱动战略等。此外,随着利率市场化不断深入推进,各家银行都在重点拓展零售金融业务。预计在零售金融领域,各家银行都将集中投入资源。从理论上说,商业银行发展战略取决于国内外宏观经济金融形势、行业发展趋势及自身实际情况等因素,因此,商业银行发展战略的趋同也是可以理解的。但是,这种趋同性的强化一方面预示着未来商业银行之间的竞争将越来越激烈,另一方面也表明商业银行的发展模式同质化问题严重,而特色化、差异化却明显不足。

2. 金融产品趋同。

商业银行所担负的金融功能都是类似的,但是不同的金融功能可以用不同的金融产品和服务来实现。商业银行竞争中金融产品的趋同突出表现在产品的模仿上,当一家银行推出一款热销的金融产品时,其他银行就会迅速跟进,比如“宝宝类”产品的涌现。在金融产品无法申请专利的情况下,这种跟风模仿会削弱商业银行开展新产品研发的动力。

3. 服务水平趋同。

随着商业银行市场化改革的推进,商业银行认识到自身属于第三产业的性质,回归服务业的本质。各家银行都提出以客户为中心、强化服务升级、提升服务水平和服务质量。然而,事实上目前各家银行的服务意识、服务水平、综合服务能力等相差不大,没有一家银行可以显著地占据服务领域的领先优势。

综上所述,发展战略、金融产品和服务水平的趋同,使得商业银行面临着更加激烈的竞争环境,而互联网金融的迅速发展使得商业银行重塑核心竞争力的不确定性进一步增加。

(三) 商业银行重塑核心竞争力的战略导向。

在互联网金融时代,商业银行重塑核心竞争力需要遵循以下几个方面的战略导向:

1. 科技立行。

在技术变革如此迅速的互联网时代,无论怎么强调科技的作用都不为过。在20世纪,商业银行与互联网技术的结合已经产生了一系列影响,网络银行、电话银行、手机银行等已经改变了商业银行原有的商业形态。可以预见,未来银行与科技结合将越来越紧密,形式也越来越多样化。从本质上来看,互联网金融是“技术导向型”和“技术驱动型”的,其对于商业银行的功能替代也是通过互联网技术来实现的,因此,推动商业银行与金融科技公司深化合作是互联网时代的内在要求(中国人民银行广州分行课题组,2017)。

2. 以人为本。

人才是第一资源。没有人,任何资产都只是“死”的资本而不是能够产生利益的活资本。人又可以分为两种:一种是外部的客户,一种是内部的员工。对外部客户而言,互联网金融是通过非面对面的方式进行的,缺少情感交流。因此,互联网金融的客户忠诚度不高,互联网企业往往需要投入巨资进行获客以及培养用户习惯。商业银行需要一方面吸收互联网企业经验,打造能够满足客户极致体验的产品,另一方面通过线下交流,塑造与客户之间的情感纽带。与此同时,也要重视内部员工满意度。忽视内部员工满意度将使得员工关系和工作氛围产生异化、熟练和高技能员工频繁离职等一系列负面后果,而且这些影响往往具有不可逆性,要使其回归正常轨道需要花费较高的时间成本。总之,外部客户的满意度和内部员工的满意度二者不可偏废。

3. 合作变革。

市场经济固然强调竞争,但是任何交易的达成都是交易双方合作和妥协的结果,因此,合作才是产生互利的根本途径。在互联网金融时代,所谓竞争不是你死我活的关系,而是更多地体现为合作共赢和优势互补。商业银行应重视与市场上其他机构的跨界合作,在合作的基础上做好随时变革的准备。

4. 细节取胜。

互联网金融时代既是客户追求极致体验的时代,也是充分尊重消费者主权的时代。这就要求商业银行在任何产品设计、流程规划、服务客户的方方面面力求完美。商业银行应该运用互联网开展微创新和迭代创新,逐步使产品趋于完美。细节取胜的前提是有正确的战略方向。否则,无论细节做得多么完美,都将是离最终目标越来越远。

需要指出的是,商业银行核心竞争力的塑造是一个长期的过程,而维持这种核心竞争力需要付出艰苦努力。在上述诸多方面的持久努力下,核心竞争力的形成自然水到渠成。

参考文献

- [1] 刘海二, 石午光. 互联网金融的理论焦点与理论分歧[J]. 经济学家, 2015, (5).
- [2] 张杰. 制度金融理论的新发展: 文献述评[J]. 经济研究, 2011, (3).
- [3] 王达. 美国互联网金融的发展及中美互联网金融的比较——基于网络经济学视角的研究与思考[J]. 国际金融研究, 2014, (12).
- [4] 中国人民银行广州分行课题组. 中美金融科技发展的比较与启示[J]. 南方金融, 2017, (5).
- [5] 曹凤岐. 互联网金融对传统金融的挑战[J]. 金融论坛, 2015, (1).
- [6] 吴晓求. 互联网金融: 成长的逻辑[J]. 财贸经济, 2015, (2).
- [7] 谢平, 邹传伟. 互联网金融模式研究[J]. 金融研究, 2012, (12).
- [8] 周治富. 温州金融改革: 制度金融视角下的案例研究[J]. 南方金融, 2015, (4).
- [9] 董昀, 李鑫. 互联网金融的发展: 基于文献的探究[J]. 金融评论, 2014, (5).
- [10] 吴晓求. 中国金融的深度变革与互联网金融[J]. 财贸经济, 2014, (1).
- [11] 周治富. 内生性金融的演进逻辑与契约本质——兼论中国民营银行的制度属性[J]. 当代财经, 2014, (4).
- [12] 皮天雷, 赵铁. 互联网金融: 逻辑、比较与机制[J]. 中国经济问题, 2014, (7).
- [13] 王国刚, 张扬. 互联网金融之辨析[J]. 财贸经济, 2015, (1).

(编辑: 胥爱欢)

《南方金融》版权声明

为适应我国信息化建设需要, 扩大本刊及作者知识信息交流渠道, 本刊同意被《中国学术期刊网络出版总库》及中国知网(CNKI)系列数据库、万方数据数字化期刊群、重庆维普《中文科技期刊数据库》等相关数据库和媒体收录, 并许可其以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊及相关电子出版物的文章作者著作权使用费与本刊稿酬一次性给付(本刊不收取任何版面费)。如作者不同意文章被收录, 请在来稿时向本刊声明, 本刊将作适当处理。

作者向本刊投稿, 应保证所投稿件为原创, 未侵犯他人著作权或其他权利, 所引用的图表等受著作权保护的材料均已获得权利人许可; 保证所投稿件的整体或主要部分未被其他期刊采用, 并且从未正式出版; 保证所投稿件一经本刊刊发, 其版权将不再转让或许可给第三方使用。作者向本刊投稿的行为, 即视为同意本刊编辑部上述声明。

《南方金融》编辑部
二〇一七年六月