

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2016.03.003

互联网金融背景下地方中小商业银行的转型发展

唐恩林¹, 华小全²

(1. 淮南师范学院 金融学院, 安徽 淮南 232038; 2. 淮南师范学院 经济与管理学院, 安徽 淮南 232038)

摘要:近年来,互联网金融迅速发展,成为社会关注的热点,互联网金融给地方性中小商业银行的业务经营和管理模式造成了极大的冲击,同时也为中小商业银行发挥自身优势、实现转型发展提供了机遇。本文在分析互联网金融发展概况的基础上,阐述了在互联网金融竞争环境下,中小商业银行存在的优势、劣势、挑战和机遇,并从业务体系、战略合作和经营管理等多角度给出了中小商业银行在互联网金融背景下的转型发展策略。

关键词:互联网金融; 中小商业银行; 发展

中图分类号:F832.33 **文献标识码:**A **文章编号:**1672-626X(2016)03-0018-06

一、引言

2013年被称为中国“互联网金融元年”,阿里巴巴、P2P、余额宝及第三方支付迅速崛起,得到众多消费者的认可,且逐渐引发了业界和学术界的关注和研究,其中,以腾讯和阿里巴巴为典型的互联网金融开始冲击传统金融机构的商业模式,动摇了传统金融机构在金融领域的垄断地位。互联网企业基于云计算、社交网络和大数据等技术,在第三方支付、线上贷款、平台融资等领域构成对商业银行及非银行金融机构的极大冲击。^[1]互联网金融凭借其良好的用户体验、方便快捷、运营成本低等优势,在数以亿计的移动和互联网用户群中迅速展开,使得传统金融机构的客户群大大流失,市场份额短时间内缩减。商业银行作为间接融资的中间媒介的功能减弱,官方的金融数据显示,全国的存款金额在2014年1月份下降额度接近1万亿,资本配置中金融中介的作用将弱化,逐渐向金融市场主导的格局演变。^[2]

面对互联网金融的冲击,为适应市场的变化和技术的更新,我国地方性中小商业银行也推出手机

银行、电话银行、网上银行等移动和互联网服务平台,但是由于自身资本实力有限、市场占有份额小和地域限制等原因,大多数地方性中小商业银行缺乏具有系统性和前瞻性的互联网金融发展策略,与国有大型商业银行和互联网公司相比,其努力的效果并不明显。因此,在互联网金融背景下,研究地方中小银行如何顺利实现转型发展、如何积极应对互联网金融的冲击意义重大。

二、地方性中小商业银行的互联网金融竞争环境分析

(一) 互联网金融的发展概况

互联网金融从根本上说是依托互联网服务平台进行交易和从事其他金融活动。这包含两层内涵:商业银行等金融机构将传统的交易和金融活动由线下转变为线上;原来的互联网公司开始依托互联网平台开拓金融业务。作为一种低成本运营的创新型金融模式,互联网金融既可以进行支付结算,也可以进行线上交易以及投融资等业务。随着计算机技术的成熟和互联网的迅速发展,互联网企业的业务将逐渐扩大,除了原先对商业银行等金融机构提供相

收稿日期:2016-02-17

基金项目:淮南师范学院校级科研项目(2015xj23)

作者简介:唐恩林(1986-),男,安徽合肥人,淮南师范学院教师,主要从事金融工程研究;华小全(1971-),男,安徽潜山人,淮南师范学院讲师,经济学博士,主要从事区域经济学和农业经济学研究。

关的金融业务技术支持外,也逐渐在自己的互联网服务平台开拓金融业务。这种全新的互联网金融模式融合了社会金融资本和自身的互联网技术,构成了对传统金融机构极大的冲击,同时改变了传统的金融业运行模式。^[3]根据运行模式的不同互联网金融可以分为以下4种:

网络银行和手机银行。网络银行主要是指金融机构在自己设立的网站上发布产品信息及提供网上银行的服务,其主要特点是交易成本低、方便快捷、效率高。手机银行结合货币电子化和移动通信,作为一种全新服务,手机银行在我国的发展经历短信银行、WAP 银行和 APP 银行三个阶段,其发展史见表 1。

第三方支付。第三方支付指依托第三方的担保系统开展电子商务交易,进行买卖双方的交易结算。通过第三方提供的担保,可以监督和约束双方的行为以确保产品的质量。2000 年之后,我国的第三方支付交易规模迅速增长,2015 年交易规模达到 11.7 万亿元,约为 2011 年的 5 倍(见图 1)。^[4]

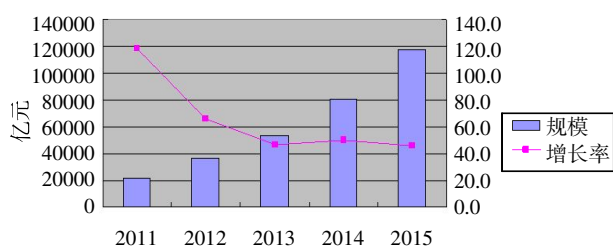


图 1 2011—2015 年中国第三方互联网交易市场规模

资料来源:综合企业及专家访谈。

P2P 金融模式和众筹模式。P2P 金融模式指借贷双方通过互联网服务平台,相互提供借贷信息,确立借贷关系,通过电子商务平台完成交易手续。通过该平台,资金的供给方可以根据现有的信息选择适合自己的投资项目,资金的需求方可以自助申请贷款、查询贷款额度和发放进程。众筹模式指筹

资人在互联网服务平台发布筹款项目,众多的投资人参与该筹资项目的投资。这种融资模式一般起投资金额较小,大多偏向对创意的投资。

互联网理财销售。互联网理财指由互联网企业联合基金公司、商业银行、信托公司等金融机构在互联网服务平台销售理财产品。这种金融业务受到广大互联网用户的广泛关注,并为他们进行投资理财提供了便利的渠道。互联网理财产品由于其期限种类繁多、流动性强且收益相对较高,构成了对商业银行传统存款业务的巨大威胁。

互联网金融之所以发展迅速,主要因为其相对于传统金融业务来说存在诸多特征。第一,高效率、低成本。互联网金融依托大数据分析和互联网交易平台,可以在进行小微贷款时省去繁多的审批程序,大大提高资金使用的效率,同时金融机构的柜台业务也逐渐向互联网平台服务转变,营业网点规模可以缩小,降低营业成本。第二,提高资源配置效率。互联网金融模式结束了过去资金供需双方信息不对称造成的资金闲置或使用效率较低的情形,依托互联网服务平台,资金的供需双方可以在此进行信息共享、供需匹配和交易,大大提高了资源的配置效率。第三,操作简单、参与者众多。由于互联网金融的资金交易门槛较低,吸引了众多的参与者,同时一些互联网金融业务的网上操作程序简单,适用于绝大多数的网络用户,具有良好的客户体验。第四,覆盖广、发展快。在互联网金融模式下,时间和地域限制已经不再存在,用户可以随时随地在服务平台上寻找自己所需的信息和资源,同时该平台也提供传统金融机构无法提供的一些创新型金融业务,大大提高资源配置效率。第五,管理弱、风险大。与传统的金融机构相比,虽然互联网金融的运作效率较高、方便快捷以及成本低,但在风险管理方面存在较大的问题,相关的监管法规并未成熟,

表 1 中国的手机银行发展史

	短信银行 (2000—2003 年)	WAP 银行 (2004—2006 年)	APP 银行 (2007 年至今)
产品形式	由手机 GMS 短信支持	用 WAP 技术搭建手机银行网站	使用手机客户端
代表银行	中国银行、招商银行、建设银行、工商银行	交通银行、招商银行	各家银行都在推出
使用方法	提交短信发送服务要求	用手机 WAP 浏览器访问网站	下载 APP 并使用
服务功能	自助缴费、账务查询、转账,查询外汇牌价、股市信息等	用手机代替网上银行完成网银业务	多元化
特点	门槛低,易被客户接受	需电信运营商支持,用户可操作性增强	要求智能手机,用户体验进一步提升

且互联网金融并未与人民银行的征信系统联网,风控机制尚不完善,因此难免存在一定的安全风险和信用风险。^[5]

(二)地方性中小商业银行竞争环境分析

1. 中小商业银行的优势和劣势

在互联网金融竞争中,我国地方性中小商业银行存在如下优势:其一,管理和经营机制灵活。相对于大型国有商业银行,我国地方中小商业银行成立较晚,但起初就定格了市场化经营体制,管理层次少、决策链短、对市场反应灵敏,便于以市场为导向进行产品和服务的创新。中小商业银行多元化的股权结构、灵活的经营观念和优良的管理体制,保证了其能够灵活地试验和运用新技术,在实施互联网金融战略上具有良好的体制保障。其二,专注小微企业和个人业务。由于资金规模、偿债能力和信用基础等原因,中小企业和个体中的青年人群往往被大型商业银行拒之门外,而正是这类客户群体习惯通过互联网金融平台进行理财和创业。中小商业银行抓住市场机遇,采取差异化的经营策略,利用新技术为中小企业和个人客户提供便捷服务,巩固市场地位。其三,具有成熟的风险控制系统。相对于监管法规尚未成熟的互联网金融企业,中小商业银行具备专业化的风险控制部门和保险、担保等风险分散机制,在处理纠纷和回收不良资产上具有一定的经验。而互联网金融在某种程度上是用高风险换取服务的便捷,其大数据处理建立的基础如果是虚假的数据,那么信用风险也无法避免。其四,科技运用的优势。我国中小商业银行虽然成立较晚,但是起步于电子化程度较高的时代,所以具有较好的运用现代电子化技术的潜力。其五,人力激励的优势。互联网金融时代,金融企业之间的竞争最关键的因素就是人才和人力资源。国有大型商业银行一般官僚体制色彩浓厚,机构臃肿,人员众多,激励成本大,操作难度高,而地方中小银行具有更灵活的用人机制,激励制度易于实施。中小银行通过科学的培训机制、合理的人才管理方式和适当的激励机制能加速自身的技术革命和业务转型,在吸引人才方面效果立竿见影。

我国地方中小银行在竞争中的劣势也很明显。其一,信用和品牌劣势。对于金融行业来说,信用就是资本,大型国有商业银行起步早,经营历史长,资产规模庞大且有国有资本作为后盾,易于取得客户

的信任;进入我国的外资银行一般在上都具有较大的影响力,如汇丰、花旗等,凭借其先进的技术和雄厚的实力,也易于为客户接受;中小商业银行由于经营管理理念和水平的不同,其宣传和策划工作简单,辐射范围有限,严重影响业务的开展。其二,技术人才劣势。作为国有企业的大型商业银行由于其较小的工作压力、没有裁员风险、稳定的工资福利,金融从业人员一直会优先考虑;外资银行用人机制灵活、人际关系环境简单、收入水平较高,一直受到金融人才的青睐;而我国的地方中小银行一般地处二、三线城市,难以吸引高端金融人才,人才储备明显不足,严重影响了中小银行的技术创新和转型发展。其三,缺乏前瞻性的发展战略支撑。虽然我国中小商业银行将自己定位成“小微企业银行”、“地方银行”,但在实际经营中往往定位不够清晰,在风险管理、信息资源和制度建设上落后于大型银行。虽然在信息化进程和核心系统建设中取得一定的成绩,但是由于缺乏前瞻性的发展战略支撑,没有系统性地考虑互联网金融的发展,因此极大地削弱了信息化在增强其核心竞争力方面的效果。

2. 中小商业银行面临的挑战和机遇

互联网金融的快速发展将改变地方中小商业银行的竞争格局,恶化其竞争环境,致使中小银行面临诸多挑战。其一,存款大量流失。虽然目前各银行呼吁要提高中间业务的收入占比,但是存贷款利差仍然占据银行利润收入的主要部分。过去中小商业银行可以凭借政策的优势和高息揽存来弥补自己在地域和品牌信誉方面的劣势,取得一定的存款数量,然而随着互联网金融的发展和存款理财化的加剧,中小商业银行面临着存款大量流失的压力,互联网金融产品的收益率不受监管政策的限制,同时各大型商业银行研发出高收益率的创新型理财产品,在此情形下,保护负债业务规模成为中小商业银行的首要任务。其二,中小企业和小微企业对中小银行的贷款依赖程度降低。过去中小企业和小微企业由于经营风险较大、资本规模有限,其信用风险较大,大型商业银行拒绝为这类企业提供融资服务,然而随着市场竞争的加剧,大型商业银行、担保公司及小贷公司逐渐推出了专门针对小微企业的融资服务产品,同时一些互联网企业凭借其便捷的服务、较低的运营成本也开始涉足对中小企业和小微企业的融资服务。这些对中小银行的贷款市场

都构成极大的冲击。其三,更多参与者加入银行业。随着经济市场化进程的加剧,商业银行将渐渐失去国家的保护,商业银行破产不久将成为可能,优胜劣汰的竞争法则将会出现在银行业中。国家监管政策的变化和互联网金融的快速发展使得银行业宽松的经营环境不复存在。

我国地方中小银行在互联网金融竞争环境下,虽然面临种种困难和挑战,但更多的是机遇。其一,可扩大经营规模。我国中小银行由于监管政策和自身规模有限,无法有效实现跨区域经营和网点扩张,在人力、物力、财力有限的前提下,通过互联网金融服务平台来打破地域限制、拓展业务范围,以此来增长市场规模无疑是最有效、最直接的方法。中小银行利用互联网金融模式积极创新产品和服务,弥补自身的先天缺陷,这将是好的发展机遇。其二,可加快机构转型速度。互联网金融可以实现对商业银行业务前、中、后台的集中管理,这将大大缩减业务流程,可以为提供更加完善的内部管理和技术基础,这种效果在分支机构相对集中的中小商业银行体现得尤为明显。互联网金融以现代信息技术为载体,能够突破物理极限,帮助商业银行发现潜在的客户群体及其服务需求。同时,互联网金融通过宽领域数据挖掘和客户信息资料捕捉,增加了客户信用透明度,为商业银行的风险管理提供极大的帮助。互联网金融本质上是不同行业的跨界合作和相互融合渗透,中小商业银行可以通过采用互联网金融的思维,与门户网站、电商、移动通讯等非银行金融机构合作,建立合作共赢的互补发展关系,实现金融业和相关产业的融合和发展。其三,具备

充足的时间和空间。由于互联网金融的发展时间并不长,首要冲击的是一线大中城市,而地方中小商业银行的业务辐射范围主要是农村、乡镇和二线城市,目前这些地方还处于互联网金融的缓冲阶段,所以地方中小银行可以就如何应对互联网金融的冲击做充分的准备,形成战略性团队,预先设计转型发展模式。^[6]

三、互联网金融背景下地方中小商业银行转型发展的策略分析

虽然互联网金融发展迅速,对中小商业银行的业务经营和管理模式造成较大的冲击,但是中小商业银行在互联网金融环境下的优势也很明显,如果能够抓住互联网金融的机遇,有效发挥自身的优势、规避劣势(见表2),便可顺利转型,实现可持续发展。

(一)树立互联网思维,重视客户体验

中小商业银行应该充分认识到互联网金融带来的冲击,改变传统思维模式,树立互联网思维,以客户需求为导向,设计个性化的金融产品,优化金融服务。首先,建立客户体验的量化指标,把零散的客户体验归集为系统的客户体验,引导客户转向互联网服务平台,针对客户需要细分市场,使客户可以通过网络客户端提供的定制化产品和服务自由选择,提升客户体验。其次,提高资源配置效率,重塑业务流程。在风险控制不受影响的前提下,缩减一些繁琐不必要的业务环节,例如适当降低小微企业的贷款门槛,精简业务流程。第三,充分运用网络平台进行营销,如通过电子邮件、公司网站、社交平台进行网络销售,通过与客户进行直接的交互式接

表2 互联网金融背景下中小商业银行转型发展的战略分析

		优势	劣势
		内部环境	经营管理机制灵活 专注中小和小微企业
外部环境	风控体系成熟	高端技术人才缺乏 缺乏发展战略	
机遇	SO	WO	
信息技术开放 突破地域限制 时间和空间充足	充分留存商户 借鉴互联网企业的金融业务和金融产品开发经验	培育和吸收复合型金融人才 注重用户体验	
风险	ST	WT	
存款大量流失 小微企业贷款市场缩小 银行业参与者增多	创新业务体系 健全和完善风险管理制度	精简业务流程 提高服务效率,树立良好的金融服务形象	

触,有效满足客户的及时需求。

(二)重视复合型金融人才培养,构建全方位管理系统

互联网金融具有“科技”和“金融”双重属性,其本质是将金融业务和网络技术进行有效的融合,因此对人才的要求大大提高,目前的互联网金融领域的竞争说到底就是金融人才的竞争,然而目前很多银行内部员工学科知识单一。我国中小银行具有科技运用的优势,因此中小商业银行要弥补当前员工知识结构单一的缺陷,强化传统金融业务、计算机信息技术和金融衍生品开发的复合型人才的引进和培养,形成一支既懂互联网、电商,又懂经济管理、金融投资,还能熟练运用各种互联网金融服务平台来进行金融营销的人才队伍。中小银行可以与当地的科研机构、高校和互联网企业进行有针对性的合作,构建产、学、研一体的互联网金融人才联动培养机制,实现合作共赢。

互联网金融时代,中小商业银行的正常运营离不开信息技术,信息技术的应用能力和系统的开发能力尤为重要,因此中小商业银行要加大科研投入,有效运用高端的信息处理技术挖掘有效数据、整合数据资源,并以此为依据构建基于大数据分析处理的全方位管理系统,即包括客户管理系统、产品开发系统、风险管理系统等全方位的系统。

(三)加强金融创新,建立不同梯度的产品体系

互联网金融的出现使得中小银行存款大大减少,因此中小银行必须细分市场,对不同的客户群推出对其有吸引力的产品,建立个性化、有梯度的产品体系,可以根据客户的财务状况、风险偏好和理财习惯,设计有针对性的财富管理计划或资产配置方案。针对小额金融市场,可以适当降低准入门槛,提高参与人群数量;而对资产较大的高端客户市场,应该适当设置较高门槛,开展私人银行业务,专门为特定的人群推出高端服务。

加大海外金融市场开发力度。随着世界经济一体化进程的发展,中小商业银行可以借助政府的利好政策,依托互联网金融突破地域限制以及其开放性、共享性的特点,有针对性地拓宽跨境金融服务范围,如离岸汇款、进口代收、贸易融资、自助托收、信用证开证、自助结售汇、业务状态实时通知等国际业务产品,为个人和企业的跨境金融消费、投资、贸易提供便利,给自身带来新的利润增长点。

(四)尊重互联网精神,谋求合作共赢

在互联网金融时代,中小商业银行应该与互联网企业合作,利用各自优势建立互惠互利的合作共赢关系。一是共享客户信息和客户资源。互联网企业在第三方支付平台和相关购物网站上获得较大量的客户信息,而中小商业银行信息库中的企业信息尤其是龙头企业的信息比较丰富,双方可以优势互补,实现资源共享和交叉销售。二是共同创立中小企业和小微企业融资平台。由于中小企业自身资本规模有限,信用基础较差,很难得到大型商业银行的贷款,因此中小企业愿意以较高的成本获得融资服务。中小商业银行与互联网企业合作,借助双方的客户信息库,各自发挥自身在信贷管理上的优势,共同打造在线融资平台,专门为中小企业提供融资服务。

花旗银行通过与社交网站 facebook 合作,将银行网站上的积分成功地转移到社交网络,打破以往信用卡积分只能自身使用的规则,顺利实现信用卡积分的转移使用模式,这促使大量客户办理信用卡和注册积分会员。通过这一活动,花旗银行获知了客户的消费意向和消费习惯,以及客户信息如姓名、住址和生日等,通过信息库对客户进行分类,可实行差异化的营销策略,提高营销成功率。

(五)大力发展电商平台,营造自身的金融生态圈

大力宣传自身的电商平台和拓展平台商户。精心策划一系列宣传推广和促销活动,提高自身电商平台的知名度和人气,促进活跃度和交易量的双提升。按照“名商、名品、名店”原则,积极拓展省域、全国性乃至全球性的优质商户,扩大电商平台辐射范围,覆盖重点行业,丰富平台的金融产品和服务。

加快电商平台建设进程。积极尝试移动端 B2C 商城,并进一步完善其服务功能,同时规划 B2B 商城的建设、投产和运营,在此基础上进一步拓宽电商平台提供的商品类型和平台支持的商户范围,建立科学的应急处理机制和有效的生产运营保障。

加强电商平台运营管理。以行业分类为基础,构建涵盖商户前期的营销、注册、上线和后期的服务一体化的运营体系。编制电商平台的运营管理办法,完善操作规程,搭建适合电商平台风险管理特征的,贯穿事前、事中、事后一整套流程的风险管理体系。建立覆盖行业、部门、商户、客户群等不同维度的数据挖掘和分析机制。

四、结语

互联网金融虽然给地方性中小商业银行带来了冲击和挑战,同时也为中小银行突破地域和政策限制,抓住发展契机,打造互联网金融服务平台,实现转型发展创造了前所未有的机遇。在互联网金融背景下,中小商业银行要与时俱进,学会利用现有资源和发挥自身优势,借助互联网金融的潮流积极调整自身经营模式。具体来说要从产品服务、战略合作和经营管理上进行改革和创新,培育和引进复合型金融人才,构建综合化的电商平台,把控风险、抓住机遇、迎接挑战,这样才能适应时代发展的要求,保证中小银行的可持续发展。

参考文献:

- [1] 谢平,邹传伟.互联网金融模式研究[J].金融研究,2012,(12):11-22.
- [2] 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):15-17.
- [3] 邴晓武,刘烈宏.中国互联网金融发展报告(2013)[M].北京:社会科学文献出版社,2014.
- [4] 王硕,兰婷.论第三方支付的发展及其对商业银行业务发展的影响[J].南方金融,2012,(9):70-73.
- [5] 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.
- [6] 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.

(责任编辑:刘同清)

Research on Transformation of Local Small and Medium-sized Commercial Banks under the Background of the Internet Finance

TANG En-lin¹, HUA Xiao-quan²

(1. School of Finance, Huainan Normal University, Huainan Anhui 232038, China; 2. School of Economics and Management, Huainan Normal University, Huainan Anhui 232038, China)

Abstract: In recent years, the rapid development of Internet finance has become a hot spot of social concern, the Internet finance has caused a great impact on business and management mode of local Small-Medium sized commercial banks, however the Internet finance helps Small and Medium-sized commercial banks play their own advantages and achieve their transformation and development. On the basis of analyzing the general situation of Internet finance, this paper expounds the advantages, disadvantages, challenges and opportunities of Small and Medium-sized commercial banks in the environment of Internet finance competition, and gives the transformation and development strategy of small and medium - sized commercial banks in the background of internet finance from the perspective of business system, strategic cooperation and management.

Key words: internet finance; Small and Medium-sized commercial banks; development