

从基础的支付结算到借贷融资以及投资理财，互联网企业积极地布局全线的金融服务产品。这一切将给传统金融机构带来怎样的冲击和影响，金融服务行业生态是否就此改写？

互联网金融， 你准备好了吗？

文 / 彭子傑 黄 伟

时至今日，互联网金融成为坊间人人传唱的热曲。其实，互联网金融并非完全是一个新鲜事物，早在互联网 1.0 时代，金融机构就在互联网上推出了某些产品的交易活动。技术的更新、互联网平台的建立和发展，以及金融监管的逐步放开，让参与这个市场的主体越来越多，提供的金融服务功能也日益丰富。而金融服务的三大核心功能——支付结算、融资和投资，近些年来先后与互联网技术和平台相结合，构成时下快速发展的互联网金融。

一、互联网巨头的金融布局

2013年6月，支付宝推出余额宝，引发了“宝”系列互联网企业投资理财产品的纷纷上市，也宣告了互联网企业巨头打通了金融服务价值链。目前，参与到金融服务的互联网企业，无论大小，都在以自己的方式期待能对现有的金融产业格局带来些许改变。虽然市面上的互联网金融模式纷繁复杂，最具有代表性的还是第三方支付、P2P小额借贷、众筹投资、互联网企业机构信贷以及最新发展的投资理财业务等五种模式。

（一）第三方支付趋于成熟，增长趋缓

受益于第三方支付的发展，我们很多日常消费、结算活动不再需要在银行排队等候，便利性和效率都大幅度提高。据统计，2006～2012年间，中国第三方支付年平均复合增长率达到111%，2012年底行业规模达到3.66万亿元。其中，支付宝、财付通、快钱、汇付天下四家互联网企业创建的第三方支付公司覆盖了超过了80%的市场份额。但是，第三方支付经过近10年的发展，手段、技术以及运作模式已然趋于成熟。同时，整体支付市场空间也正在逐步缩紧，第三方支付应用比较广泛的网络购物、网络游戏、缴费充值等领域的增速平稳，渗透率也已基本到达顶峰。因此，第三支付的增速正在逐渐放缓，2012年当年的同比增长率已然下降为60%左右。而整体产业的同质化竞争严重，主要靠规模取胜，市场格局基本确定。但是不可否认的是，互联网企业通过支付环节，快速聚集了大量的使用户群，为拓展其他金融服务奠定了坚实的客户基础。

（二）P2P借贷快速增长，风险急剧聚集

“野蛮式增长”是用来形容中国P2P借贷快速发展最多的词汇。《中国P2P借贷服务行业白皮书2013》指出，截至2013年第一季度，P2P企业达到132家，其中21家活跃度较高的P2P借贷平台，2008年交易额小于0.1亿元，而2012年的交易额已经超过100亿元，交易数量也翻了两番。而第三方统计平台“网贷之家”的数据显示，全国线上网贷交易额在2012年已经超过200亿元，2013年的规模将达到800亿～1000亿元。P2P的迅速发展，反映了从传统渠道难以获取融资的企业和个人的强烈资金需求，而这种需求又反映在高于银行存款和理财至少10个百分点以上的借贷利率上。在交易过程中，P2P平台/公司具体参与的程度也有所不同，从提供简单的资金需求和供给信息发布服务，到对借贷交易提供担保和赔付责任，再到对资金进行期限错配从而赚取利差。借助于网络的P2P平台的操作模式其实趋同于银行，但是在产品、资金流动性管理、风险管理、贷后管理以及呆坏账处置的专业性和执行能力等方面都无法与银行相提并论；同时，行业统一规范尚未形成，又游离在现有金融监管框架之外。因此，最近“网赢天下”大面积逾期、近亿元资金难以提现的发生也并非偶然事件。在未来，行业集中度也将随着各项机制的逐步完善得以提高。

（三）众筹平台刚刚起步，未来寄寓颇高

众筹（Crowd Funding），虽然目前在中国还处于起步阶段，但已经被寄予了厚望——未来的微小金融交易所。在众筹平台上，小微企业或个人向公众展示他们

的项目创意，用团购+预购的形式向网友募集项目资金，并约定相应的投资回报。2011年7月上线的“点名时间”是最早，也是国内最大、发展相对最为成熟的众筹网络平台。截至2013年8月，“点名时间”总计收到7000多个项目，其中900多个项目上线，而接近50%的项目已经筹资成功并顺利返还投资回报。目前单月筹资额已突破150万元。众筹基于互联网的开放平台，把产业和金融链接起来，被认为是最接近金融本质的创新融资方式。但是，涉及具体项目的操作，包括项目的审核、项目实施和管理、项目的后续发展等都需要具备相当专业金融投资经验的人员来完成，否则很有可能沦为互联网金融众多模式中另一个昙花一现的尝试。

（四）互联网企业机构信贷平台稳扎稳打

互联网企业建立的机构信贷平台似乎更能够反映互联网企业进军金融服务的决心和实力。如表1所示，这些信贷平台有特定的服务对象，通过交易数据、账期、库存数据等来分析信贷客户的信用情况，自行审核并发放贷款或者选择与银行合作，自己只是进行贷前协助和贷后管理。虽然这些平台的操作模式各有特色，但是不难发现，互联网企业信贷业务的目标客户主要还是中小型企业，贷款利率的高低与其承担的贷款风险成正比。

表1 国内主要互联网企业建立机构信贷平台

| | 阿里巴巴 | 京东 | 苏宁 |
|------|--------------------|------------------------------|------------------------------|
| 服务对象 | 阿里巴巴及其关联电子商务平台供应商 | 京东平台供应商 | 苏宁易购开放平台全国上游经销、代销供应商 |
| 合作银行 | 暂无 | 中行、建行、工行、交行、招行、华夏等 | 交行、中行、光大、花旗、渣打、平安、汇丰等 |
| 合作方式 | 自主审核并发放贷款，未来将向银行开放 | 提供交易及信用记录，合作银行发放贷款，未来自营业务将加强 | 根据账期和库存数据，自己出资和银行合作放贷两种模式相结合 |
| 贷款额度 | 5万～100万元 | 最高1000万元 | 最高1000万元 |
| 贷款利率 | 18.25%～21.9% | 7%～10% | 18.25% |

数据来源：公司网站、德勤分析。

具体来观察几大电商的信贷平台业务，从金融创新的角度来考量，阿里巴巴的步伐似乎更大。阿里巴巴自行开发了新型微贷技术，重视客户在其交易平台的数据而非担保和抵押，降低了融资门槛。并借助网络，减少人工参与，简化融资环节，同一时间为大批量的小微企业提供服务。截至2013年上半年，阿里小贷已经累计为超过32万家小微企业、个人创业者提供融资服务，累计投放的信贷额度大于1000亿元，而不良率为0.84%，户均贷款额度为4万元。而京东则是把其供应商在平台的

数据转化为银行认可的信用额度，辅助银行完成贷款审批、发放和回收工作，使得上游企业获得信贷支持。同时，由于京东自建了仓储、物流和配送系统，所承担的实际担保风险相对较低。目前，京东在银行已经拥有 110 亿元授信，发放的贷款平均额度为 200 万~300 万元。

（五）长尾客户成互联网投资理财突破口

投资理财业务是互联网企业金融布局的最新突破点。之前，一些互联网企业在投资理财业务中主要承担信息中介或基金及保险代销渠道的作用，为金融机构发布贷款、基金产品或保险产品信息，代表企业有“融 360”、“数米网”、“铜板街”、“天天基金”等。2013 年 6 月，支付宝推出“余额宝”，瞬间掀起了全民理财的热潮，它打破了传统渠道基金申购的最低金额限制，支持 T+0 实时赎回，方便、快捷的同时收益可观。因此，上市仅四个月，余额宝开户用户超过 1600 万，货币基金累计申购超过 1300 亿元，是中国最大公募基金和货币基金¹。在证监会日前公开表示支持符合条件的机构参与公募基金行业，促进公募基金向财富管理全面升级转型的背景下，其他互联网企业也跃跃欲试，苏宁和百度也分别联合基金公司在 8 月和 10 月推出相应的理财产品。

二、金融机构的互联网之旅

如果说第三方支付已然从银行手中抢夺了一部分支付结算业务，那么基于支付技术和庞大用户群的其他互联网金融业务的渗透，更是让传统金融机构一时之间感觉危机重重。其实，互联网金融并不是完全新生事物。互联网技术一出现就已经和金融服务结合起来，国内的证券交易所、证券公司、银行、基金公司等金融机构从 20 世纪 90 年代开始就相继采用了互联网技术。那么，是什么让金融机构觉得岌岌可危呢？我们认为更多的是互联网跨境性、组合性的思维以及衍生的产品和渠道创新对传统金融服务的冲击。而中国金融机构在创新领域一直比较保守，但值得欣慰的是，它们目前对局势的判断和反应还算积极。

（一）发展电商业务，丰富非结构化数据

金融机构虽然已经利用互联网技术存储了大量的用户数据，但是以往掌控的信息仅局限于用户与其之间的交易数据，缺乏用户在整个商业领域的交易和信用数据，而这些正是互联网企业的电子商务平台所擅长的，也是很多互联网企业能够发展金融业务的根本所在。因此，我们观察到金融机构积极开展电子商务业务，试图弥补数据源的缺陷，并通过提供一系列增值服务，提升客户黏性，同时拓展销售渠道。

目前，金融机构开展电商业务主要有两种方式，一种是自建形式，另一种是与电商企业合作。目前银行自己开展电商业务的有民生电商、建设银行善融商务、招商银行出行易、浦发银行网上商城、交通银行交博汇、兴业银行兴业商城、中国银行聪明购等。与电商合作的主要代表是民生银行于 2013 年 9 月宣布和阿里巴巴合作尝试直销银行。一些保险公司也开始尝试做电子商务业务。2013 年 6 月，新华保险设立全资子公司新华电子商务有限公司；2012 年 8 月，中国平安确认将和阿

里巴巴、腾讯合资成立在线保险公司；2012 年 7 月，中国太平成立太平电子商务有限公司²（见表 2）。另外，证券公司以及基金公司也不甘落后，开立淘宝店，截至 2013 年 11 月 4 日，第一批 17 家基金公司 137 只基金已经正式上线³。

表 2 金融机构建立的电子商务平台

| 金融机构 | 电子商务平台 | |
|------|--------|---|
| 银行 | 中国银行 | 聪明购：主要经营电子数码产品、居家以及饰品 |
| | 工商银行 | 主要经营机票、点卡、百货、数码产品 |
| | 建设银行 | 善融商务：产品种类丰富、价格相对较低 |
| | 农业银行 | 主要有电脑产品、家居、珠宝、手机等高端产品 |
| | 交通银行 | “交博会”商城产品种类多，各种促销活动也较多，与传统电商更为接近 |
| | 招商银行 | 除传统网络购物外，还拓展到了商旅出行、演出票务、休闲娱乐、教育培训、生活缴费等各个方面 |
| | 民生银行 | 公司定位是将民生银行产业链金融电商化 |
| 保险 | 中国人寿 | 平台的服务范围涵盖了寿险、财险、企业年金等综合业务 |
| | 平安保险 | 平安淘宝官方旗舰店 |
| | 太平洋保险 | 太平洋保险在线商城 |

数据来源：公司网站，德勤分析。

虽然传统金融机构开展电商业务的主要目的不在盈利，但在技术方面、经营方面都存在着很多不足，由于缺少相关具有电子商务经验的人才，对于产业链上下游、行业运作规则也认识有限。另外，金融机构自身的传统制度框架和多方面的规则限制都局限了他们在电子商务的投入。

（二）借助移动平台拓展产品和服务

除此以外，传统金融机构还充分利用手机 APP、短信、微信等移动平台来拓展产品和服务。目前国内大多数银行均已推出了 WAP 版和客户端手机银行，集成了传统网上银行的功能，实现了以远程和移动终端支付为主的金融服务创新。2012 年年底，中国手机银行用户数已达 9800 万，在 2015 年将有望突破 3 亿人。手机银行的交易额也从 2012 年三季度底的 1.78 万亿元激增至 2013 年三季度底的 3.7 万亿元⁴。同时，截至目前，招商银行、工商银行都已开展微信银行。保险业中有中国人保、泰康人寿、太平洋保险、平安保险等 20 余家保险公司先后推出了官方认证微信平台。此外，华夏、南方等大型基金公司也推出了微信服务账号。但是，金融服务的“服务”特性也注定了在社交平台以及其他移动互联网的推广和应用目前来说只能是与时俱进的补充而非主流。

（三）多方合作发力货币基金业务

在投资理财方面，金融机构把重点放在了货币基金业务上面，而合作的模式有银行与基金公司合作，以及金融机构和网络平台合作。中国银行的“个人智能通存款”业务和招商银行的“i理财”理财超市，主要基于银行自己的平台。其他银行则选择跟基金公司进行合作。2013年9月，工商银行和工银瑞信合作推出“T+0”实时到账的“现金宝”，并将单日赎回上限由20万元提高至100万元。这种合作模式还有广发银行与易方达基金合作的“智能金账户”，交通银行与易方达基金、交银施罗德基金等合作的“快溢通”。同时，与用户量足够大的网络平台合作，将沉淀在其用户账户的活期存款变成货币基金，即“类余额宝”模式，是目前很多基金公司涉猎互联网金融投资理财功能的一个方式，天弘与阿里巴巴、华夏基金与财付通是这种模式的典范。除了耳熟能详的几大以购物场景为主的电子商务平台，一些基金公司还将合作目标锁定在乐视网、顺网科技等非电子商务平台，从家庭娱乐、社交、游戏等其他场景挖掘渠道、账户余额投资的潜力。

三、互联网金融产业的挑战

互联网金融能够提高社会资金的有效配置，有助于促进金融和产业的更好结合。互联网金融的便捷性、低廉的交易成本以及普惠功能让广大的资金需求者和提供者趋之若鹜。这些都是互联网金融快速发展的原因，但是它在形态上作为新兴产业，本质上是风险和安全性要求极高的金融服务业。因此，对于参与的主体，无论是互联网企业还是金融机构都面临着很多挑战。

（一）明确战略和市场定位

互联网金融被认为是目前最为热门的话题和投资领域。我们观察到了各种互联网金融模式的催生，看到了互联网企业巨头不断地拓展业务板块，看到了金融机构积极地应对相应的冲击。但是，对于绝大多数互联网金融的参与者来说，并没有在评估自身优劣势和资源的基础上，明确在这个产业具体领域的战略和市场定位，反而更像跟着风潮，仓促而繁杂。互联网金融将有可能改变用户的金融消费习惯和行为，但过度放大其革新和颠覆金融行业格局的想法不免有些不切实际。互联网金融发展的重点将集中在零售客户和中小微企业方面，互联网企业和金融机构需要根据这些客户的特性和需求，结合互联网技术，提供更为合适和丰富的产品和服务。同时，在发展互联网金融业务的过程中，选择怎样的进入方式、合作伙伴、资本结构等都需要仔细斟酌。

（二）建立和维护品牌信誉度

在众多互联网金融的模式中，第三方支付已经发展较为成熟，市场格局基本确定，相应品牌也已经树立。而P2P网络信贷平台则是乱象丛生，由于进入门槛低、监管缺失，近期每天上线或筹备上线的平台已经达到3~4家，但在10月份全国已陆续有20家P2P平台倒闭或出现提现困难，有的更涉及恶意欺诈行为。在众筹投资方面，也存在

同样的问题。同时，在最近宣扬得沸沸扬扬的各种互联网金融活动中，个人消费者往往被“承诺”的高回报所吸引，但由于信息和知识的不对称性，对其中风险没有合理预期，容易造成实际收益和风险落差。这些现象都将增强用户对于互联网金融产业整体的不信任感，因此在行业内树立值得信赖的品牌显得尤为重要。同时，由于金融服务的资金敏感性，需要从各方面加强管理，维护品牌的信誉度，避免出现功亏一篑的局面。



（三）提高金融服务的专业性

金融机构在过去十年间，逐步构建了各自的经营管理数据体系，并开发了针对不同客户类型的信用评级模型以及市场和操作风险计量模型。同时在信贷准入、贷后监测机制与风险管理流程、资本充裕、结算体系等方面有着互联网企业无法比拟的专业能力。互联网企业涉猎金融服务领域需要解决存在的风险控制能力整体偏弱、风险拨备不足、资本金有限，以及独立开发金融产品的能力较差等问题。而对于金融机构来说，则需要利用互联网思维进行金融创新，完善大数据和云计算等技术，逐步实现金融服务从粗放式管理向精细化管理转型，提高金融服务的主动性，更注重客户体验和精准需求，深度挖掘长尾客户的消费潜力。

（四）确保交易和信息安全

大数据是促成互联网金融迅速发展的重要因素之一，而数据开放和共享是大数据时代的一个发展方向。随着云服务的推出，更多企业和个人的敏感数据被上传和储存在互联网的云端。数据的不断增加一方面对数据存储安全、容灾机制提出更高的要求，另一方面也增加了用户高价值信息及商业秘密泄露的可能性。同时，由于互联网交易的无纸化和交易记录的易修改性，相关数据的可靠性也将有赖于相应的数据管理、信息认证、安全检测手段等措施的配备来进一步提高。

四、互联网金融的监管之困

互联网金融各种业态的迅速发展，一定程度上加快了中国金融体制和机构改革的步伐，也对现有的监管机制提出了严峻挑战。首先，目前互联网金融很多业务模式还没有被纳入金融监管范围之内。以P2P为例，不但有民间借贷和非法集资网络化之嫌，还在资本金充足、资金监控、风险管控、违约处置等方面处于“无政府”状态，基本依靠行业自律和监督。其次，互联网金融的跨越式发展，使得金融风险监管难度陡增。金融监管当局不仅要参照传统监管标准实施一般性风险监管，还需根据互联网金融的业务模式与特点，加强网络技术与安全的监管，确保交易过程安全和网

络业务数据可靠。因此，互联网技术所带来的交易便捷性和虚拟性，使金融风险传播的速度与范围更难控制，更容易引起系统性风险。最后，互联网金融要求管理理念的革新。在互联网金融模式下，金融业内融合将会加快，非金融与金融业态界限将更加模糊，因此，基于功能监管的大金融监管可能应运而生⁵。

在央行的《第二季度货币政策执行报告》中首次提到了互联网金融，并对它的存在和发展给予了充分肯定，认为其利用大数据有效解决了信息不对称和信用问题，创新了针对性的特色产品和服务，交易成本得以大幅下降，并使得小微企业、个体创业者和居民等广大群体收益。而在8月1日由央行牵头，央行、银监会、证监会、保监会等七部委组成的互联网金融发展与监管研究小组专程到上海、杭州两地进行调研，一定程度上反映了监管部门对于互联网金融的态度已从过去的“静观其变”转变为“联合推进”⁶。



五、互联网金融的未来趋势

互联网企业凭借着信息技术优势和多年来积累的庞大客户群不断渗入到金融领域的各项业务；金融机构则积极应变，将其产品和风险管理的专业性和互联网结合起来，进行业务创新；同时，广大的互联网用户及小微企业也享受到了互联网金融的普惠功能。那是否互联网金融就是未来金融服务的全部，而传统线下金融服务就销声匿迹了呢？我们认为，中国目前的互联网金融还处在初级发展阶段，整体市场规模、产品创新和丰富程度以及行业监管等方面还有很长的路要走。但是，根据对市场数据的观察和分析，我们预计互联网金融在未来3~5年间将成为中国金融服务行业重要分支，并呈现以下趋势。

• **互联网巨头引领市场发展和创新。**互联网金融市场的巨大潜力吸引了众多的参与者，但是质量良莠不齐。在该行业发展逐步走向正轨的过程中，我们预计互联

网巨头将带领整个市场发展的方向，行业整合的力度将加大。目前，BAT三大互联网领先企业已经基本完成了在互联网金融各个领域的布局，并还在不断地深入挖掘新的机会。庞大的固定客户群以及相关数据、先进的互联网技术、成熟的电商平台、雄厚的资金实力、强大的品牌积累等使他们更具竞争力。

• **互联网和传统金融呈现竞合趋势。**虽然互联网金融来势凶猛，野心勃勃，但是并不能完全取代传统金融，两者之间将呈现融合而差异化竞争的趋势。互联网金融将针对零售客户和中小微企业提供标准化、流程化、资金量碎化的服务；而线下金融将对规模性企业、高净值及中产人群提供更专业化、定制的、复杂的服务。同时，两者的融合将体现在市场渠道、技术手段、风险管控等各方面。

• **统一开放的信息平台有望建立。**互联网企业和金融机构在服务于互联网金融的大数据采集和运用上将逐渐从各自为营过渡到合作共享，并随着中国整体信用机制的完善和公共服务信息的公开和透明化，将形成一个完整的、开放的信息平台。

• **互联网和金融人才流动组合。**在互联网金融迅速发展的过程中，我们预计在互联网企业和金融机构之间将会出现一轮市场战略的重新定位和调整，以及人力资源的重新组合，来弥补各自在对方领域经验、专业、技术和思维上的缺陷。

• **互联网金融监管逐步完善。**随着互联网金融产业的发展，监管配套措施也将逐一出台，互联网企业和金融机构都需要建立和加强针对互联网金融特性的风险管控机制和措施，相应的合规手段也需要及时到位。

我们期待互联网金融在中国能够健康迅速地发展，促进金融服务行业的创新和转型，更好地与产业经济融合，形成互联网和金融相互渗透的互联网金融生态圈。当然这些离不开各利益相关方的共同努力，我们将拭目以待。

彭子傑 德勤中国财务咨询服务合伙人

黄伟 德勤中国研究与洞察力中心经理 | 全球金融服务行业研究员

尾注

1. 丁蕊. 未来余额宝货基只和天弘合作用户超过1600万. 新浪财经 2013年10月16日, <http://finance.sina.com.cn/money/bank/dsfzf/20131016/173117012802.shtml>
2. 董露茜. 保险公司砸钱布局电商 [J]. 新财经, 2013 (9) .
3. 王诚诚. 类余额宝模式之外, 互联网金融蛋糕基金还能怎么吃 [N]. 上海证券报, 2013-11-12.
4. 易观国际 http://data.eguan.cn/dianzishangwu_178028.html, 2013-10-28.
5. 项峥. 互联网金融再造监管新理念 [N]. 上海证券报, 2013-10-31. http://jjckb.xinhuanet.com/opinion/2013-10/31/content_473723.htm
6. 专程到上海、杭州两地进行调研, 一定程度上反映了监管部门对于互联网金融的态度已从过去的“静观其变”转变为“联合推进”黄蕾, “央行等七部门联合调研 互联网金融立法或发轫”, 2013-08-06, <http://bank.hexun.com/2013-08-06/156820789.html>.

德勤中国版权所有。未经许可，不得以任何形式转载。