

文章编号: 1007-5399 (2015) 03-0004-03

# 互联网金融时代邮政储蓄银行转型发展策略

袁闽川<sup>1</sup>, 商婷婷<sup>2</sup>

- (1. 福建农林大学经济与管理学院, 福建 福州 350002;
2. 中国邮政储蓄银行福州市分行, 福建 福州 350005)

**摘要:** 互联网的快速发展正深刻影响和改变着人类社会的组织形态、商业模式和生活方式, 也在一定程度上颠覆了商业银行的传统经营模式。文章阐述了互联网金融的特点, 分析了互联网金融给邮政储蓄银行带来的机遇与挑战, 探讨了互联网金融时代邮政储蓄银行转型发展的策略。

**关键词:** 互联网金融; 商业银行; 定位; 产品; 渠道; 管理

**中图分类号:** F61      **文献标识码:** A

随着互联网进入快速发展期, 互联网金融也逐渐成为新兴事物而发展起来。除传统商业银行提供的网上银行、手机银行等服务渠道外, 以在线支付公司为代表的互联网金融服务提供商已成为普通百姓通过互联网办理金融业务的重要选择。部分领先的第三方支付公司甚至还可提供在线购买基金、保险、理财和小额贷款等金融产品, 这给商业银行的传统经营模式带来严峻挑战, 其发展潜力引起各家商业银行的普遍重视与关注。为此, 邮政储蓄银行应深刻分析这种变化发生的原因, 充分认识到抓住互联网金融发展机遇不仅是顺应客户需求变化的现实需要, 也是适应自身转型发展的客观要求。

## 1 互联网金融的特点

互联网在各个领域的广泛渗透极大地丰富和拓展了人们的思维和行动空间, 带来巨大的便利和效率, 促使金融生态系统变得更加开放和互通, 与传统金融不同的互联网金融服务模式正在加快形成, 并呈现出以下特点。

第一, 互联网金融服务方式更加多样化。第三方支付机构、电信运营商、电商企业和银行卡组织等借助互联网, 从各自擅长的支付网关、手机支付、供应链服务、资金清算等领域向传统银行业务全面渗透。部分电商企业还依托对其掌握的庞大客户信息以及大量客户网上交易和资金支付信息的分析, 从交易服务提供平台走向信息服务提供商, 进入交易撮合、支付代理、融资保险、资产管理等金融领域。

第二, 客户服务渠道更加多元化。网络经济的快速发展促使电子渠道日益成为交易主渠道, 人们越来越习惯于利用电子渠道随时随地获取各种服务, 包括银行在内的传统行业生产经营开始由线下逐步向线上迁移, 网上银行、手机银行、近场支付等新兴渠道已成为金融交易主渠道。

第三, 金融交易成本不断降低、服务效率进一步提高。互联网金融利用平台化优势, 为广大客户群体尤其是年轻化

和高学历群体提供了更便捷的服务方式, 提高了服务、定价方面的精度和效率, 同时使支付、融资、理财等金融业务的交易成本进一步下降, 更好地满足了部分消费群体的金融服务需求。

第四, 降低信贷交易双方的信息不对称程度。由于广大小微企业主和农村客户大多缺乏央行征信系统的信用记录和房产、土地等有效抵质押物, 金融机构通常难以通过传统的财务报表、抵押担保、信用评分等信贷技术获知客户的真实信息。而互联网企业的大数据优势, 可记录并分析客户交易历史数据, 了解客户需求和交易行为, 从而降低信息不对称程度。

## 2 互联网金融对邮政储蓄银行的影响

### 2.1 互联网金融给邮政储蓄银行带来的现实冲击

第一, 互联网金融对邮政储蓄银行的支付中介地位形成较大冲击。互联网在线支付是基于个人电脑、平板电脑、智能手机等通讯设备, 通过有线或无线通信技术传输货币价值的结算方式。在线支付模式进一步加速了金融脱媒, 颠覆了长期以来形成的商业银行是主要支付中介的模式。目前, 支付宝能够提供代购机票或火车票, 代缴水、电、煤气、电信等公用事业费用, 代理保险和基金、代购彩票等多种支付结算服务, 对邮政储蓄银行的传统优势业务已构成威胁。随着互联网第三方支付平台交易量、虚拟货币发行量的不断扩大, 第三方支付已经成为一个庞大产业, 其对邮政储蓄银行的业务冲击将进一步加剧。

第二, 互联网金融对邮政储蓄银行的融资格局形成较大冲击, 弱化邮政储蓄银行的金融中介功能。互联网金融模式下, 资金供需双方可以直接交易, 实现与直接融资和间接融资一样的资源配置效率, 市场有效性大大提高, 接近无金融中介状态, 这将弱化邮政储蓄银行金融中介功能的发挥。如2005年3月诞生的全球第一家互联网人人贷公司(Zopa)

是一个在互联网上建立的融资平台，作为贷款者可以在人人贷网站上列出可以提供资金的金额、利率和计划出借时间；而作为借款者可以在这个平台上自由寻找需要的金额和合适的利率。同时，在这一平台上还可以实现一对多、多对一等多种组合模式，极大提高了融资效率。在贷款利率方面，由于这一平台采用撮合成交的市场机制，大量客户形成的大量交易必然能代表市场中实际资金借贷的价格。

目前我国已经有拍拍贷、阿里小贷等多家互联网公司介入互联网融资平台领域，且业务规模增长迅速。这种流程便利、交易便捷的融资方式已经对邮政储蓄银行“一手揽储、一手放贷”的传统融资业务经营模式形成冲击。

第三，互联网金融对邮政储蓄银行等商业银行的盈利方式形成较大冲击。在过去十年中，中国的商业银行实现了快速、持续、稳定发展。但是，这种模式的发展和盈利能力的提升基本上是传统的粗放式增长。目前，利差仍是商业银行盈利的主要来源。商业银行的价值创造方式主要依靠其大型企业客户的贷款需求以及高端零售客户的综合贡献，以安全性、稳定性、低成本和低风险为特点的综合金融服务已成为各家商业银行发展的方向，但目前对商业银行的盈利贡献仍显不足。

在互联网金融模式下，目标客户的类型、客户的消费模式和消费习惯，经过互联网平台的筛选，其需求的共性和服务渠道的共性集中度提高。这也使互联网金融盈利模式发生了根本性变化。在这一模式下，主要的客户群体集中在中小型企业、追求时尚的青年人和广大普通市民，这些客户群体的社会背景、学历水平、资金实力等因素被削弱，金融产品或服务提供商可以专注于为客户提供快捷、低成本的通用服务，很大程度上改变了物理网点分层服务的理念。在这一变革背景下，邮政储蓄银行在降低服务成本的同时，也改变了投入与盈利的实现方式。

## 2.2 互联网金融对邮政储蓄银行的有利影响

第一，互联网金融拓宽了邮政储蓄银行各项零售业务的渠道和客户。邮政储蓄银行各项业务的基础是客户，传统银行要拓宽客户基础依赖于互联网金融模式。在互联网金融模式下，银行传统目标客户群可能发生改变，传统物理空间网点优势已弱化，追求多样化、个性化服务的中小企业和个人客户更倾向于通过互联网参与现在的新金融业务，传统银行原有价值创造和实现方式将发生改变，能够提供快捷、低成本服务的互联网金融机构或将受到市场的欢迎。

第二，通过互联网金融的价格交易，可以发展利率市场。互联网金融作为交易平台，在透明的环境下借贷双方本着自愿原则进行交易，实现了完全的市场化。在互联网金融模式下，邮政储蓄银行可以根据互联网金融市场利率的变化，分辨客户群的利率水平。十八届三中全会以后，党中央提出了市场在资源配置中起到决定性的作用，互联网金融模式可以充分发挥市场作用，规避政府失败，有效发挥价格这双看不见的手的作用，运用价格发现功能，推动利率市场化。随着利率市场化的深入，加深市场对经济的调控，减少

政府对于经济规律的干扰，随着市场的完善，金融市场的利率也更加透明、客观、公正，邮政储蓄银行可以借此分析借贷，做出决策，进一步促进数据库的建成，形成一个良性循环。

第三，互联网金融可以提高市场资源配置效率。互联网金融的出现和应用，提高了资源配置效率，有效解决了小微企业和个人客户融资难问题。邮政储蓄银行可以与互联网金融企业合作，通过其拥有的大数据、云计算和微贷技术，更全面地了解小企业和个人的经营情况和信用等级，提高基于互联网金融模式的资源配置效率，并降低银企交易成本。

## 3 邮政储蓄银行应对互联网金融的转型发展策略

### 3.1 以巩固客户基础为引领，进一步调整和完善市场定位

从商业银行在互联网金融时代的竞争环境来看，邮政储蓄银行要想在互联网金融领域与互联网金融公司开展竞争，就必须实现异业乃至跨银行间的合作。在经营理念上，邮政储蓄银行应从有形市场向无形市场过渡，把现有依靠营业网点规模扩张的模式转变为依托最新电子化成果、积极为客户提供手机银行、电话银行、电视银行等网络金融服务，努力建立和拓展庞大的客户群。在营销方式上，可从人员营销向网络营销过渡，通过网络了解客户需求，以客户为中心，根据客户需求确定营销策略和方式，并结合自身优势，提供满足客户个性化需求的产品。在经营策略上，从排异向合作过渡，互联网金融最大的特点就是信息交互，资源共享，优势互补，每个个体都在生产和分享内容。邮政储蓄银行应不再单纯依靠自身力量发展业务，而是利用自身优势与互联网、证券、信托、基金、银行同业等公司合作，优势互补、互惠互利，联手为客户提供全方位、多层次的立体交叉服务。

### 3.2 以提升客户体验为引领，完善产品设计

在互联网金融背景下，迅速适应新的市场环境，积极探索与互联网融合模式已成为邮政储蓄银行未来发展的关键之一。为此，邮政储蓄银行可通过与互联网企业的深度合作，加快网上快捷支付、移动支付等应用的落地实施。如在融资业务方面，商业银行传统的“吸收存款——汇总资金——发放贷款”的“资金池”式管理模式自成立以来一直未发生变化，融资效率十分低下，且手续繁琐，流程冗长。而在互联网金融发展过程中出现的“资金供应群体——资金需求群体”的“资金网”式处理模式不仅给资金供求双方提供了最具市场化的资金报价，更为邮政储蓄银行在互联网金融时代提供了新的发展机遇，这也是邮政储蓄银行今后拓展业务、发展客户、增加收入的新途径。

### 3.3 以分层服务理念为引领，完善服务渠道

在互联网金融时代，邮政储蓄银行一直引以为豪的网点渠道优势也受到一定冲击。由于中青年一代尤其是城市青年客户群体更乐于接受和体验新事物，在互联网金融服务功能不断丰富的趋势下，手机、电脑和自助设备已成为其结算、理财、融资的重要渠道。如何根据老、中、青等客户群体的

## 邮政企业加强舆情引导刍议

舆情,是指众人的意见和态度;引导,是指带领或指引人们向某一个目标行动。邮政作为服务企业,如何引导社会舆论,化解公众意见,对于维护邮政信誉或利益起着十分关键的作用。在日常服务工作中,最先发现某种危机先兆的生成,或突发事件的来临以及舆情危机的引发,往往不是领导,而是员工。所以舆情引导仅靠领导管理远远不够,必须引起全员的重视。

全员重视舆情引导,需让全员充分认识到舆情引导在化解企业危机方面的重要作用,增加危机感。在现代市场经济中,无论是生产产品的企业,还是提供服务的企业,都将置身于激烈的市场竞争之中,时刻面临着市场因素生成的各种危机。而每一种危机的生成或化解,都离不开公众舆情的关注。随着邮政企业改革的不断深入,其产品的种类和经营单位都在不断增加,出现各种危机的可能性随之加大。而且,任何一种危机都有可能影响到邮政百年品牌的稳固,危及到企业生存的前景。因此,要求全员重视舆情引导,就是要在全体员工中培养危机公关意识,并将其内化为员工的综合素养,这对邮政企业的长期可持续发展有着非常重要的意义。

全员重视舆情引导,需让全员充分认识媒体的作用,提升借助媒体化解舆论危机的能力。要学会与各种舆论媒体机构的沟通和联络,与之保持和谐友好的联谊关系。一旦出现舆情危机,媒体能够给予正确的评价和公正的引导,让事态向着有利方向发展。同时,还要学会运用媒体

舆论理顺公众情绪,平缓用户心态,从而化解矛盾,消除热点和难点问题。要增加全员的舆情耐受力,以从容心态面对公众舆论,把应对公众舆论转化为企业运作常态,及时把握舆论的主动权和主导权,稳妥处置突发事件。在现实工作中,任何单位或企业都有可能随时遇到舆情危机,结果如何关键在于如何应对。不断提高舆情管理和危机管理能力,就有可能化危机为转机,保证企业的和谐发展。

全员重视舆情引导,还要让全员提高舆情嗅觉的灵敏度,努力提高舆情引导的能力。面临不利舆情或突发事件时,能否在第一时间把握第一解释权、成为第一解释者,进而积极有效地疏导公众情绪,引导舆情向有利的方向发展,需要特别灵敏的嗅觉和正确的判断。要使全员重视舆情引导,需要把培养以上两种能力作为重要一课,通过不断学习、不断实践、不断总结经验教训,来提高企业的舆情分析能力和研判能力,提高应对舆情的迅速反应能力和及时应变能力,提高应对突发事件和媒体舆论的能力,更好地维护邮政企业声誉和利益。

对于习惯传统管理的邮政企业和员工来说,舆情引导是一个比较新颖的课题。各级邮政企业应在加大舆情管理培训、提高舆情引导能力的基础上,进一步强化企业和员工对舆情引导的重视程度,把舆情管理工作落到实处。

(山东省平度市邮政局 周岐彬)

金融需求和生活习惯对现有服务渠道进行整合升级,提供更为人性化、差异化的服务,是邮政储蓄银行尤其是城市地区邮政储蓄银行亟需解决的问题。例如,邮政储蓄银行可通过前台快速营销、后台集中处理运营模式,结合自助服务设施,引导客户通过手机银行高效办理业务;或是在产品的市场推广中,遵循精准定位和分层服务理念,有选择地迎合年轻白领的现实需求,这也可为邮政储蓄银行进一步发挥物理渠道的优势做出重要探索。

### 3.4 以提高服务效率为引领,完善管理模式

互联网金融时代邮政储蓄银行不仅面临外部的挑战,同时也面临着自身的挑战。安全性、效益性和流动性是金融行业生存和发展的基石,在互联网金融的大潮中,金融服务的渠道不断拓展,金融服务的效率大幅提升,但在新环境中如何保证资金安全,提高综合效益,加快资金流动仍是金融行业必须面对的问题。在此背景下,邮政储蓄银行应针对新环境配套新管理模式,从了解客户需求、收集客户反馈、细化客户服务等前台管理,到加快产品研发、业务集中处理、加强内部控制等中台管理以及业务风险防控、保护客户信息、优化业务流程等后台管理进行创新,这些环节如有疏漏,都

可能给邮政储蓄银行造成不可弥补的损失。因此,邮政储蓄银行在抓住互联网金融发展机遇的同时,同步加强内部控制,创新管理模式也是实现自身稳健发展的重要一环。

### 参 考 文 献

- 1 汤胤. 互联网商业创新:理念与实例. 北京:电子科技大学出版社, 2010
- 2 王振乾, 于军洋. 开放与封闭的完美结合——互联网金融时代商业银行经营模式的转换. 中国城市金融, 2013, 10
- 3 中国工商银行股份有限公司信息科技部. 互联网金融时代的银行创新. 中国金融电脑, 2013, 12
- 4 马时雍. 互联网金融——银行业新业态. 银行家, 2012, 8
- 5 陈蕴. 互联网金融时代的邮政储蓄银行经营创新. 中国邮政, 2014, 5

收稿日期: 2014-11-10

作者简介:袁闽川(1980~),男,福建宁德人,硕士,经济师,主要从事商业银行管理及农村金融研究;商婷婷(1982~),女,福建福鼎人,硕士,经济师,主要从事经济金融法、商业银行风险管理研究。