

文章编号: 1007-5399 (2018) 01-0016-03

# 大型银行与互联网企业战略合作分析 及对邮政金融的启示

王炎, 孙晶

(中国邮政储蓄银行, 北京 100808)

**摘要:** 文章阐述了大型银行与互联网企业战略合作的背景, 重点分析了移动支付、产品互销、信用共享和金融科技等主要合作内容, 并在此基础上展望了双方合作前景, 对邮政金融科技转型提出了相关建议。

**关键词:** 大型银行; 互联网金融; 金融科技; 手机银行; 农村金融

**中图分类号:** F61

**文献标识码:** A

2017年以来, 工商银行、农业银行、中国银行、建设银行和交通银行等大型商业银行分别与京东、百度、腾讯、阿里巴巴等互联网龙头企业开启战略合作, 引起社会各界的广泛关注。为深入了解银行同业经营战略动态, 促进邮政互联网金融和金融科技转型发展, 笔者就大型银行与互联网企业合作情况进行了研究分析, 并提出了相关建议。

## 1 大型银行与互联网企业战略合作的动因分析

### 1.1 推动金融科技战略发展和应对互联网金融冲击是银行开展战略合作的重要动因

当前, 随着金融科技的不断发展, 国内大型银行普遍将原互联网金融战略升级为金融科技战略。如工商银行提出推动互联网战略向智慧银行战略升级、依托金融科技提升银行智能化水平。与互联网公司相比, 银行在金融科技方面技术能力相对薄弱。首先, 银行通过合作可以借助互联网科技公司较强的金融科技研发能力, 及时利用金融科技相关新产品、新技术, 促进互联网金融战略升级。其次, 开展合作有助于银行积极应对互联网金融的冲击。近年来, 互联网公司对银行支付、存款、理财、小额信贷等业务冲击较大, 银行危机意识逐渐提升, 通过合作可以借助互联网公司在网络营销、移动支付等领域的优势, 扩大自有产品的受众面和影响力。另外, 由于银行自身经营体制和文化的限制, 难以独立由内而外快速实现互联网金融转型, 引入外部合作机构有利于促进自身改革的提速。

### 1.2 借鉴商业银行品牌理念和加快金融产品推广是互联网公司开展战略合作的重要动因

当前, 尽管互联网公司在网络营销渠道和移动支付等领域存在显著优势, 但在金融理念、风险防范制度、信用体系建设等方面还存在较大欠缺。随着互联网金融监管政策趋紧, 乱象清理工作逐步展开, 互联网金融平台产品的合规性受到了一定质疑, 互联网科技龙头企业更倾向于与银行稳健

合作、共同发展。一方面, 互联网公司可以通过合作汲取银行在审慎信用文化、风险控制文化等方面较为成熟的专业理念, 借助银行良好的品牌形象, 提升自有网络金融产品、服务的可信度。另一方面, 互联网公司可通过新技术实验室的方式, 与银行共担金融科技研发前期所需的投入和产品试错成本, 并将自己的金融科技服务产品推向银行, 提高金融科技商品化水平。比如, 银行承担网络产品研发资金、互联网公司负责运营的合作方式, 通过与互联网公司合作, 银行可进一步丰富自己的网络金融平台生态。

## 2 大型银行与互联网企业合作的主要内容

### 2.1 移动支付互认

大型银行与互联网企业通过合作实现在移动支付领域的产品互认。建设银行龙支付与阿里支付宝实现二维码互认, 即建设银行的电子支付签约商户可以主扫支付宝二维码收款; 支付宝的扫码工具也可识别主扫建设银行App中的龙支付二维码。工商银行也表示要与微信实现二维码互认, 即工商银行的电子支付签约商户生成的工商银行二维码除了可以被融e联、融e行等工商银行自有App识别支付外, 也支持微信扫码付款, 而微信支付二维码也可被工商银行扫码工具识别。

支付互认提高了大型银行自有电子支付签约商户的收款便利性, 增加了其在商户拓展方面的营销优势; 同时也提高了客户对建设银行龙支付、工商银行二维码等银行产品的品牌认知度。但需关注的是, 由于支付宝、微信在移动支付领域的用户黏度高于银行, 支付互认有可能导致银行电子支付签约商户中使用银行自有二维码的用户减少, 而在支付宝、微信的签约商户中使用银行二维码的用户增量不足以达到平衡, 导致银行用户结算支付手续费下降。

### 2.2 产品销售互通

大型银行与互联网企业通过合作实现自有产品在对方平

台推广销售。根据已披露的合作内容，银行金融产品将在互联网公司自有App上线销售。建设银行与阿里巴巴合作，用户在支付宝蚂蚁财富页面可购买建设银行理财产品；在支付宝生活号产品上可为建设银行信用卡线上开卡。工商银行已推出微信黄金产品，用户可使用腾讯微黄金公众号一键买卖工商银行黄金产品，工商银行还将与京东金融在零售银行、企业信贷、资产管理等领域开展合作。

产品销售互通合作有利于银行拓宽产品网络销售渠道，增加产品线上曝光度，提升产品获取的便捷性，积累互联网金融产品营销推广经验。但同时，借助互联网平台销售会提高银行产品的营销费用，需要持续的运营资金投入。在互联网企业App中，银行金融产品展示位置通常位于分支底层，实际流量入口效果也得不到保证。

### 2.3 信用合作共享

大型银行与互联网企业通过合作实现对同一客户信用评估情况的共享共用。建设银行与蚂蚁金服宣称将打通信用体系；工商银行与京东金融将在企业信贷、校园生态产品方面进行合作。目前还无法观察具体合作产品，初步预测可能包括两个层面：一是浅层次合作。如银行在线上产品的个人信用评估过程中，引入互联网公司提供的信用评估结果作为参考；互联网公司在中小企业授信评估过程中，也将获得银行历史信用评级数据的支持。二是深层次合作，双方深入共享在个人/中小企业信贷评估中的信用评估定级模型、风险控制模型及相关数据维度。

信用评价合作有助于双方进一步加强客户和数据共享，深入把握客户信用等级情况，提高客户选择和准入管理的水平。同时，通过数据和模型共享等深度合作，也将有效提升银行和互联网金融公司的风险管理能力。

### 2.4 金融科技研发

大型银行与互联网企业通过合作实现在云计算、大数据、区块链和人工智能等金融科技领域的共同研究开发。这是银行与互联网公司合作的主要目标和领域。目前，双方在金融科技领域的合作模式以战略合作协议下共建金融科技联合实验室等方式为主。从目前合作来看，一是大数据智能精准营销。百度将利用搜索数据进行用户画像，辅助农业银行进行远程授信，并确定客户风险偏好以推荐适宜的金融产品；腾讯将利用自有用户数据协助华夏银行进行精准营销。二是大数据智能风险控制。建设银行将参考蚂蚁金融的信用模型进行授信参考；农业银行将利用百度已有数据及算法能力构建风险控制模型，并引入百度生物特征识别技术，包括活体识别、声纹识别、公章防伪、票据验真等；工商银行预计也将与京东在金融反欺诈、风险防控等方面进行合作。三是云计算、云存储。腾讯将与中国银行在云计算方面、与华夏银行在公有云平台方面进行合作；交通银行将与苏宁金融重点开展云计算、数据处理技术等方面的合作。

金融科技合作有利于银行提高数据计算运用能力，拓宽获取用户网络数据渠道，提升智能风险控制能力，加快智能银行的建设步伐，同时有利于互联网公司提高金融科技商品

化水平，汲取专业的金融理念，加快金融科技产品的推广。

## 3 大型银行与互联网企业合作前景展望

### 3.1 推动金融科技发展

银行与互联网公司之间的合作，是金融理念、风险控制文化、金融创新产品与网络行为数据、云计算、人工智能技术、移动网络渠道的进一步融合。可以预见，合作将进一步推动金融科技发展，提升金融科技的商品化速度。市场上将出现更多的聚合支付工具、智能投顾产品、信用贷款产品、金融反欺诈验证工具、金融产品开放平台等，且产品迭代周期将进一步缩短。

### 3.2 推进银行互联网化转型

合作将进一步把网络金融产品的管理形式、团队人才、信息科技技术引入银行业。双方项目合作和人员交流将进一步提升银行业实现互联网化转型所需要的能力，包括以数字为主的洞察力、以综合性客户体验为导向的产品研发能力、全面的数字化市场营销能力以及运营能力等。商业银行通过合作将进一步加快传统金融产品的互联网化改造，积极应对互联网金融的冲击。

### 3.3 存在不确定性风险因素

首先，银行与互联网企业合作存在竞争和摩擦。在支付清算、中小额贷款、信用贷款、理财产品、直销银行等业务中，互联网公司与银行存在竞争关系。由于双方存在风险控制文化差异，对于同一客户、同一债项的风险判断会存在不同，可能导致项目搁置、暂停等情况。预计双方前期合作将以数据结论调用、应用入口接入、开放平台入驻等技术层面合作模式为主，短时间内的深度合作还有待观望。其次，双方合作可能形成信用风险隐患。如信用互通可能导致银行依据互联网公司信用评分发放贷款，本质上降低了客户贷款的发放门槛，易产生过度授信和借贷；大量黑色产业（如虚拟注册用户、通过虚假信息或借用数据库内身份和学历提升芝麻信用的客户等）可能衍生，易发生大额集中骗贷情况。另外，金融安全风险值得关注。银行和互联网企业都拥有海量的敏感数据信息，我国司法对数据使用、数据脱敏要求还不明确，在合作中授权使用的客户个人信息及金融数据如果发生外泄或被网络黑客获取，将对银行声誉造成冲击。

## 4 大型银行与互联网企业合作对邮政金融的启示

总体来看，尽管大型银行与互联网公司合作存在一定的不确定性，但双方合作的积极效应值得期待，特别是对于银行利用新技术推动金融科技升级应予以关注。借鉴大型银行战略合作的经验，并结合邮政金融实际情况，相关启示如下。

### 4.1 升级互联网金融战略，加强金融科技能力建设

结合邮政互联网金融发展规划，前瞻性地升级邮政金融互联网金融战略，逐步推进由互联网金融战略向金融科技（智慧银行）战略转型升级，研究制定详细的金融科技战略落地实施计划。加强信息科技基础和人才队伍建设，提升邮政金融自主研发、设计应用能力，提升信息系统服务与支撑

能力, 加强大数据、云计算、人工智能、物联网、区块链等技术研发、储备和运营, 增强邮政整体金融科技能力。

#### 4.2 借助互联网公司优势, 加快邮政互联网金融转型

借助互联网公司优势, 研究探索与阿里、腾讯、京东、苏宁等拥有大流量用户、商户的互联网公司的局部合作或战略合作。合作初期建议在网络营销、聚合支付、金融科技、云计算等领域选择部分项目进行浅层次合作, 以提升邮政金融产品的互联网入口获客能力为核心, 逐步增强在互联网金融营销、网络客户画像、网络金融风险管控、数据计算等方面的综合能力, 促进邮政互联网金融转型升级。

#### 4.3 着力加强手机银行建设, 巩固零售银行战略定位

进一步加强邮政金融手机银行功能建设, 提升手机银行客户综合体验水平及需求满足度。加快推动零售业务产品线上化改造, 贯彻中国邮政集团公司和中国邮政储蓄银行年度工作会议要求, 做到零售信贷产品“能上网皆上网, 能移动皆移动”。完善线上零售产品远程开户审批、风险识别、实时信贷额度测算等处理流程; 提高线上零售信贷业务自动风险预警和系统监控水平。加快邮政金融新型智能网点的改造升级, 逐步实现多系统与电子银行、移动展业和智能柜台机等设备的无缝对接。

#### 4.4 借鉴银行同业经验, 提高邮政金融电子支付通用性

积极借鉴同业经验, 提升邮政金融二维码的场景通用性, 为邮政金融电子支付签约商户提供支付宝、微信等聚合支付通道。在银联二维码的基础上, 建立技术团队开发邮政金融聚合支付产品, 制定统一营销工作计划, 适度提高年度工作目标要求, 组织分支机构投入资源加快推进。加入非银行支付机构网络支付清算平台, 并对线上支付的直连接口进行优化改造。

#### 4.5 高度关注农村互联网金融市场, 完善相关应对措施

当前, 一些互联网公司大力拓展农村金融业务, 如阿里打造千村万县农村淘宝计划。随着互联网公司的农村战略推进以及银行与互联网公司的合作, 更多金融产品将投放到县及以下区域, 将进一步分散农村小微企业、农村个体工商户、农业种植户的资金流向。对此, 邮政金融应高度关注, 避免在农村金融方面的传统优势受到冲击。建议邮政金融进一步提升农村金融服务线上操作的便捷性, 加大农村地区手机银行的推广力度, 推动农村地区移动展业业务的落地。

### 参 考 文 献

- 1 贺建清. 金融科技: 发展、影响与监管. 金融发展研究, 2017, 6
- 2 周永林. 金融科技: 新金融生态下的机遇与挑战. 金融电子化, 2017, 2
- 3 周红军, 刘屹东. 互联网银行发展之道. 中国外汇, 2017, 10
- 4 高乐, 郭凯. 浅析中国工商银行互联网金融战略. 时代金融, 2016, 2
- 5 劳佳迪. 建设银行+阿里、工商银行+京东、农行+百度、中

## 浅议农村电子银行的发展策略

近年来, 银行电子渠道替代率大幅上升, 为农村金融市场的主力军——涉农机构提供了发展机遇。要想提升农村电子银行业务替代率, 实现自我发展、提升竞争力, 念好“三字经”, 方为可行。

### 1 念好“平台经”

涉农机构尤其是邮政储蓄银行、农信机构要充分利用广大农村地区的银行卡助农取款服务点或农村金融服务站点, 将其作为电子银行业务宣传的窗口, 并结合服务点的服务内容, 创新适时推出满足农村客户需求的电子银行优惠活动, 吸引农村客户办理、使用电子银行业务。充分结合代发工资项目、社保卡(医保卡)发放项目、涉农补贴项目、小农授信贷款项目、美丽农房建设工程等, 做好电子银行业务的宣传开发工作。

### 2 念好“服务经”

推广电子银行业务要将电子银行发展所需的服务做好、做精、做特、做准。充分发挥大堂经理、引导员的作用, 利用网点的电子体验设备, 宣传、引导农村客户试用电子银行业务, 并通过指导其在线购物, 吸引农村客户使用电子银行业务; 通过多渠道、多层次加大电子银行业务安全意识宣传, 打好电子银行业务安全可靠的亲情牌; 及时做好电子银行农村客户问题受理、解决、跟踪服务工作, 做农村电子银行客户的贴心银行。

### 3 念好“科技经”

当前, 电子银行服务成为城市居民生活中不可或缺的一部分, 但很多农村地区的居民却无法享受电子银行业务带来的种种便利。念好“科技经”, 用好“科技经”, 将是涉农机构在广大农村市场开发电子银行业务的有效途径。在农村地区的商场购物可以借助科技手段解决无线支付问题; 结合邮乐网、农村副食店等电子商务服务平台, 利用电子银行科技服务措施, 推出不出村、零费用、安全电子方式现场购物、网上购物以及送货上门等贴心服务; 结合夏粮收购、水果收购、农家乐体验等农村金融工程, 实现零费用、现场便捷电子转账或扫码支付, 充分做好电子银行业务的科技服务渠道拓展与维护。

(中国邮政储蓄银行东阳市支行 俞富强)

行+腾讯八大巨头两两配对, 银行+互联网即将开启——新金融时代. 中国经济周刊, 2017, 28

收稿日期: 2017-09-08

作者简介: 王炎(1981~), 男, 安徽合肥人, 博士, 主要从事银行监督管理研究; 孙晶(1983~), 女, 河北承德人, 硕士, 主要从事银行监督管理研究。