

探讨“互联网+”背景下直销银行的发展障碍及对策

Discussion on the Development Barriers of Direct Banks Under the Background of "Internet Plus" and Its Countermeasures

刘菁

Jing Liu

大连银行股份有限公司第四中心支行
中国·辽宁 大连 116000
The Fourth Branch of Bank of Dalian,
Dalian, Liaoning, 116000, China

【摘要】作为商业银行的重要组成部分,直销银行不仅关系着中国商业银行的发展,而且对于中国金融行业的整体发展也具有重要影响。基于此,论文将“互联网+”背景下直销银行的发展障碍及对策作为研究对象,通过对直销银行的含义以及发展概况进行分析研究,对“互联网+”背景下直销银行的发展障碍提出了相应的对策。论文研究的主要目的是为了促进中国直销银行的可持续发展,提高中国银行在互联网中的竞争力。

【Abstract】As an important part of commercial banks, direct banks are not only related to the development of Chinese commercial banks, but also have an important impact on the overall development of Chinese financial industry. Based on this, the paper takes the development barriers of direct banks under the background of "internet plus" and its countermeasures as the research object. Through the analysis and research on the meaning and development of direct banks, some corresponding countermeasures to the development barriers of direct banks under the background of "internet plus" are put forward. The main purpose of this study is to promote the sustainable development of Chinese direct banks and improve the competitiveness of Chinese banks in the internet.

【关键词】“互联网+”;直销银行;发展障碍

【Keywords】"internet plus"; direct bank; development barrier

【DOI】<http://dx.doi.org/10.26549/cjygl.v1i6.629>

1 引言

在互联网技术的冲击下,中国传统商业银行为了适应互联网发展的需求必须做出改变,从而产生了基于互联网发展的直销银行,通过互联网对银行资源进行高度整合,直销银行以更便捷、更低价的优势为客户提供更方便的服务,推动了互联网和银行的有机结合,但是,在其发展中仍然存在一些问题。因此,要加强对“互联网+”背景下直销银行的发展障碍及对策的研究,能够促进直销银行的健康良性发展,推动金融行业的整体发展。

2 直销银行的含义以及发展概况

2.1 直销银行的含义

直销银行是一种新的银行业务模式,是基于“互联网+”对传统商业银行的改革^[1]。直销银行在不设立实体营业网点和银行卡的营业模式下根据电脑、电话、手机等通信工具进行业务拓展,采用“线上+线下”的服务模式为惯于使用互联网、时间少以及对价格比较敏感的客户提供金融理财等金融服务以及传统银行的账户管理、支付转账以及汇款等业务,其中线上服务主要通过互联网综合营销平台、网上银行以及手机银行,而

线下服务主要通过 ATM 机、自助缴费机,通过这种服务模式为客户提供更加便捷和低成本的服务,大大增加客户的利润,这使得直销银行在一定程度上受到了现代社会的广泛需求。

2.2 直销银行的发展概况

2.2.1 国际上直销银行的发展概况

20 世纪 90 年代末期,随着互联网的发展,直销银行发展模式在欧洲及北美等国家诞生,其经过 20 多年的发展运营,市场份额逐渐扩大。根据资料对世界著名直销银行的隶属情况进行了简要分析,其中荷兰国际直销银行是当今世界发展比较成熟的大型直销银行,其在 1997 年为了拓展国际业务和节约成本,开设了首家直销银行,通过低成本、高效率的服务使其在银行市场竞争上占据优势,促进了直销银行的发展^[2]。

2.2.2 中国直销银行的发展概况

如表 1 所示,中国除了北京银行、平安银行以及华夏银行等大型商业银行开拓了直销银行模式,还有一些如宁波银行、兰州银行等中小型银行也开展了直销银行,从中可以发现,股份制银行发展直销银行远超过国有制银行,特别是民生银行,其在 2013 年就开始与阿里巴巴合作推出直销银行,并根据互联网客户需求提出“全天候金融服务”等服务理念,设计低成

财经视点 Financial Viewpoint

本、高利润的金融理财产品,而阿里巴巴则利用互联网资源为民生银行直销银行开拓业务,使得民生银行的金融业务迅速发展。因此,提高直销银行模式在中国银行业中的整体发展,对中国金融行业的整体发展具有十分重要的作用。

表 12013年9月-2014年12月中国直销银行发展情况

开设时间	数量	具体银行
2013年9月	1	北京银行直销银行
2014年2月	1	民生银行直销银行
2014年3月	2	珠海华润直销银行 兴业银行直销银行
2014年6月	3	上海银行上行快线 包商银行小马bank 南京银行你好银行
2014年7月	2	宁波银行直销银 重庆银行直销银行
2014年8月	2	平安银行橙子银行 江苏银行直销银行
2014年9月	2	华夏银行直销银行 广东南粤银行南粤e+
2014年11月	1	浙商银行直销银行
2014年12月	1	恒丰银行一贯
总计	15	

3 “互联网+”背景下直销银行的发展障碍

3.1 运营缺乏独立性

当前,传统商业银行在整个银行发展中仍然占据主要地位,中国对于直销银行还未形成一个实质性的发展空间,并缺乏相应的管理机制,其因缺乏独立法人资格而受到国家监管法规的限制,从而导致直销银行无法作为一个独立的运营个体进行服务,如北京银行直销银行以及民生银行直销银行仅能作为其整个银行组织中一个电子银行部门下的二级部门进行运营,无法作为独立实体进行运营,从而导致其成本利润无法进行独立核算。同时,受到中国利率市场化水平的限制,在贷款利率放开而存款利率仍然受中国人民银行管制的情况下,直销银行无法凭借更优惠的利率与传统商业银行进行存款利率的竞争,致使其无法进行独立运营。

3.2 信用监管体制不健全

完善的银行信用监管体制是银行发展的基础。中国银行信用监管体制已无法满足日益增长的直销银行的发展,受到直销银行经营特点的影响,中国监管部门对直销银行的业务缺乏相应的法律规定,如直销银行在销售金融理财产品或信贷资格审查时,仍然需要客户到现场办理相关手续,使直销银行的便捷特点大打折扣,同时中国直销银行信用违约金很低,导致其信用风险大大提高。

3.3 金融理财产品稀少

目前,中国直销银行的产品主要以货币基金类、P2P投资理财等传统银行金融理财产品为主,相对于百度、阿里等互联网金融企业的产品不具有竞争优势,同时,其在金融理财产品

上的开发创新无法满足金融客户的多种需求,这就导致直销银行为了能够取得竞争优势而主要以价格为主导,对于直销银行的整体发展十分不利^[1]。

4 “互联网+”背景下直销银行发展的对策

4.1 建立独立运营组织

为了确保直销银行能够取得实质性的发展,这就需要建立独立运营组织。因此,直销银行可以建立相对独立的组织机构,如从原有银行中隔离,建立独立的运营模式、财务核算、网络系统以及金融理财产品,使其运营成本能够达到可控的目的,提高其在金融理财服务上的竞争。

4.2 建立金融风控制度

中国直销银行主要依托互联网进行金融理财产品直销,受到互联网虚拟性以及直销银行运营不成熟的限制,导致直销银行风险范围逐渐扩大,风险系数相对较高,为了保证直销银行的可持续发展,需要建立风控制度。首先,从法律层面建立直销银行运营风险的相关法律法规,同时建立监管共享机制;其次,建立直销银行技术防范机制以及风险责任追究机制;最后,通过金融从业职业规范以及第三方服务平台的限制加强金融行业监督,提高直销银行自身金融风控机制。

4.3 开发特色金融理财产品

直销银行能在中国银行业中取得竞争优势,必须要积极开发有别于传统银行和互联网金融的金融理财产品,并积极与各大电商平台进行合作,在“互联网+”背景下开发更具特色的直销银行金融理财产品,在满足客户需求的同时更加注重直销银行成本低、方便快捷的服务标准,使其在竞争中取得更大优势,推动直销银行的整体发展。

5 结语

论文通过对直销银行的含义以及发展概况的分析,进而分别从建立独立运营组织、建立金融风控制度、开发特色金融理财产品三方面对“互联网+”背景下直销银行发展的对策进行了系统研究。研究结果表明现阶段直销银行仍然存在一些问题,因此,应加强对“互联网+”背景下直销银行的应用研究,为促进商业银行的转型以及直销银行的发展提供更有利的支持,使商业银行更加系统化、全球化和网络化,推动整个金融行业的互联网化。

参考文献

- [1]丁娜.“互联网+”背景下直销银行的发展障碍及对策[J].现代营销(下旬刊),2016,28(10):102-103.
- [2]王钰娜.远程开户对商业银行的影响——基于直销银行的分析[J].上海金融,2016,10(06):92-95.
- [3]肖福英.“互联网+”背景下的湖南城市商业银行服务渠道优化研究[J].时代农机,2017,21(09):169-171.