

---

## 新一代互联网银行提升未来银行核心竞争力

互联网、移动互联、物联网等信息技术构成的虚拟世界包罗万象，正在改变着我们生活的方方面面，重新塑造了电信、传媒、零售等传统行业，也直接推动了银行业的深刻变革。2012年，天猫与淘宝在“双十一”大促销活动中销售总额达191亿元，当日订单数量超过1亿笔，其中支付宝交易占比76.8%，而所有网银渠道的交易只占23.2%。在这场网络支付的交易战中，支付宝完胜传统银行。几天之后，在北京举办的《2012财富CEO峰会》上，招商银行行长马蔚华感慨到：“这是一个重大的历史事件，第三方支付变成了人们的一种生活方式。今后互联网会给银行带来更大冲击，银行的许多传统业务可能不会存在了。”

正如18世纪法国作家狄更斯在《双城记》中描述的那样：“这是最好的时代，也是最坏的时代”。对于广大消费者来说，银行已经不再是我们办理传统存、贷、汇业务以及投资、理财、结算的唯一渠道，基于互联网的金融服务在带给我们更加便利的同时也伴随着更大的金融风险，相应的互联网金融监管也成为消费者的疑虑。对于银行来说则正处于一场变革的前夜，传统业务受到很大挑战，同时也为业务创新与渠道拓展敞开了一条光辉大道。

银行的未来在哪里？

对于目前拥有130万亿元资产（数据来源：中国银监会2012.12.31）的中国银行业来说，金融产品的销售逐渐摆脱了空间的界限，第三方支付公司成为网络支付的重要力量，人人贷、阿里贷等新的贷款融资模式异军突起，使银行作为金融媒介的地位受到挑战。基于互联网的新兴业务模式正在逐步取代传统业务，如：网络支付、P2P贷款、网上投资、网上购物等.....从路径上来看，

---

则出现了移动支付代替传统支付、人人贷代替传统存贷款、众筹融资替代传统证券业务三个趋势，这其中前两项正迅速侵蚀着银行传统的存、贷、汇业务。可以说互联网金融并不是简单的技术和渠道的革新，而是正在颠覆商业银行传统经营模式的全新的业务形态。

当然，如果仅从技术层面来看，随着 IT 技术的发展，互联网金融是完全可以取代银行的功能，但事实上互联网金融要真正取代商业银行，还受制于诸多的其他因素，主要体现在以下几个方面：

首先，银行体系作为现代市场经济的核心，只要中央银行发行货币控制通胀的职能存在，银行体系也就会继续存在。

其次，银行作为最传统的融资中介，拥有完整的客户评级体系、风险识别与控制技术、其专业优势远远大于纯互联网的模式。

第三，在大额信贷金融解决方案方面，银行拥有的专业的知识背景以及包括法律顾问，会计审计、资产评估等专业团队的支持。

第四，银行还可以为客户提供承兑汇票、信用证等多种金融工具的组合，以及包括信贷、租赁、信托、投行等在内的全方位立体融资解决方案。

总而言之，银行体系仍然拥有互联网金融模式难以企及的优势。

另一方面，面对挑战与变革，传统银行也需要认清互联网技术变革方向，抱着更加开放的心态积极拥抱互联网，加强与各类非银行金融机构的合作创新，发挥自身优势，实现真正的智慧银行。

具体来说，**智慧银行的建设需要基于互联网技术与传统业务的整合来构建开放式的互联网金融服务**

**平台：人工网点（固定场所服务）+ 智能网点（VTM）+ 电子银行（虚拟空间）+ 客户经理（移动**

---

客户服务)的“四位一体”的全新服务模式,通过现代信息技术,实现对物资流、资金流、信息流的统一管理,为客户提供一站式、全方位的金融服务,让客户可以随时、随地、随心的享受便捷的银行服务。**也就是我们通常所说的——新一代互联网银行。**

## 新一代互联网银行

智慧银行的发展与建设需要银行业不断的探索与实践,而新一代互联网银行则可以理解为智慧银行的具体应用。从行为主体和参与形式的角度来思考,互联网银行并不是简单的“互联网技术的金融”,而是“基于互联网思想的金融”,技术只作为必要的支撑手段。互联网代表着交互、关联与网络,其核心是作为参与者的人而非技术。其并非是对传统金融业务的简单取代,而是IT技术与金融的深度融合,这主要体现在以下两个方面:

一是将互联网开放、交互的特性引入网上银行,将微博、微信等社交平台应用于银行业务,以达到交易平台与交互平台一体化、服务平台与营销平台一体化。要实现这一理念与目标,既需要银行对自身的组织、制度、流程和产品进行创新;也需要对现有客户接触环节包括桌面电脑、移动手机(PAD)、家居电视、VTM、POS一体机等渠道体系进行有效整合,同时也需要对客户交易及行为数据加以有效的分析和利用。

二是新一代互联网银行是网络银行和传统银行发展的高级阶段。主要特征为重视Engagement与Intelligence的有效结合,强调客户的参与性与银行服务的精准性,在改善客户体验和um提高服务智能化两方面共同努力。



## 1. Engagement Banking : 创造最佳体验，强调客户参与、紧耦合关系

互联网时代，消费者掌握了主动权。新一代互联网银行智慧的主要特征就是能够预测客户需求，感知客户行为，通过便捷的渠道提供个性化的金融产品，银行需要为客户提供随时、随地、随心的金融服务，创造最佳的客户体验。其中，营销方式、产品创新、业务流程的便捷以及服务意识的提高才是真正赢得客户的主要因素，银行需要更紧密的 High Touch 客户，与客户建立 Engagement 的强关联、紧耦合关系，鼓励客户参与、与客户互动并提供一致的客户体验。

“随时”就是 7×24 小时全天候服务，打破传统金融服务的时间限制。随着电子商务的普及，商业形态从间歇性服务向全天候服务转变，客户消费和交易习惯也随之变化。这就要求银行顺应“永远在线型社会”的潮流，提供 7×24 全时在线的金融服务。

“随地”就是银行服务无所不在，打破传统物理网点的地域限制。银行必须深挖“移动”特

---

性，在各类移动终端上集成移动银行、远程支付、近场支付等应用，利用各种新技术打造“银行始终在客户身边”的全场景金融服务。

“随心”就是银行服务随需而变，打破传统的以银行为中心的服务限制。银行进行换位思考，灵活快速地提供差异化、个性化产品和服务，允许客户根据自己的需要定制服务，实现“所见即所得，所想即所得”。

简单而言，Engagement Banking 可以理解为：银行能够支持客户随时、随地的联络需求，彻底打破地域和时间的限制，无论客户身处何时何地，均能即时接入银行网络；能够支持多样化的接入要求，在客户广泛使用的新型电子渠道和智能终端上提供服务与支持；能够实现各类渠道间的整合协同（UC），客户无论从网点柜台、客户经理、VTM、网银、手机或自助终端中的任何一点、任何方式发起交易或联络，都必须保证信息一致、环节流畅、高效便捷，各类渠道均能及时感知客户要求，给予一致的协同响应，提供简洁、友好、优质的服务。

## 2. Intelligence Banking：重在智能分析与深入洞察，强调数据挖掘与整合

新一代互联网银行智慧的特征还体现在基于大数据进行智能化的数据分析与服务的动态整合。银行将以智能化手段和新的思维模式来审视客户需求，并利用互联网创新技术开发新服务、新产品、新的运营流程和业务模式，提升效率和降低成本，达到有效的客户管理和高效的营销管理。及时响应业务需求、适应多变商业环境的灵活的 IT 架构，以满足不同部门、客户和合作伙伴的各种需求。

一方面，互联网银行的构建需要从业务到技术全面支持智能化，Intelligence 贯穿了银行的

---

前、中、后台各个环节，通过业务流程再造、产品创新、渠道整合、客户洞察等方式重新构建整个银行的业务体系和技术体系。通过收集、处理海量数据，实现智能分析与优化提升业务决策支持能力；建设动态的业务系统，来快速灵活地响应和支持业务的变化，以回应市场环境的细微变化。

另一方面，“大数据”指导了更为有效的交叉销售和精准服务。通过数据挖掘，银行可以对客户细分和每个客户细分的价值定位有更深刻的理解，根据这些深入的洞察，实现客户行为引导与智能推荐。通过客户的持有产品、行为模式和人生阶段，识别出来“下一个应该销售的产品”，通过有针对性的营销活动来推动客户价值，从而达到“交易型功能银行”向“营销型服务银行”的转变。在这种模式下，银行能够向客户提供更有针对性、更创新和整合度更高的一揽子解决方案。其核心是根据目标客户群体与产品特质的不同，设置不同渠道的接触热点和行为跟踪，进行客户行为的引导与准确过程分析，将行为引擎与营销流程相结合，从而达到以客户行为驱动营销的目的，构建高效智能化的营销管理体系。国内一家股份制银行就曾采用这种方法，通过有效的数据挖掘，将其 15% 的按揭客户成功转化成大众富裕理财客户。

总而言之，无论是互联网公司开展金融业务，还是传统银行的业务互联网化。大家都有一个共识：互联网银行是未来，银行的未来发展需积极拥抱互联网。为达成这一目标，既要整合包括传统网银和呼叫中心以及视频客服、微信银行、移动银行、手机银行、家居银行、社区银行等各个渠道，又要整合 ODS/DW、CRM、信贷等诸多 IT 系统，还是这句话：对于银行来说正处于一场变革的前夜，同时也为业务创新与渠道拓展敞开了一条光辉大道。