



# 掌上金融

金融遇上「互联网+」

随着移动智能终端的迅速普及,作为“互联网+”时代创新的重点领域,互联网金融已经成为浪潮,全新的金融业态所带来的颠覆和挑战,甚至“倒逼”传统金融业进行变革。今年,国家提出制定“互联网+”战略。毫无疑问,互联网时代金融业创造力大考已经拉开帷幕。传统金融行业积极尝试和运用新技术、新营销渠道、新业务模式,以改善产品和服务、拓展发展空间。许多敢于创新的金融机构正以先行先试的勇气,开始了积极探寻互联网金融的未来之路。郑州晚报记者 倪子

## 金融遇上互联网,传统金融产生颠覆性冲击 “鼠标+手指”,尽享金融便利

### “互联网+” 改变传统金融业

作为互联网金融的先行者,传统银行更是担当起主要推动者的角色,遵循互联网时代的生存法则,开始加速拥抱互联网。越来越多地利用自身技术和平台,开发了具有其自身特色的金融科技创新产品。

当然,“互联网金融”早已不是一个新鲜词,但在两会报告再次提及,显示出互联网金融势不可挡的趋势。从互联网金融产业链看,包括资金募集、理财、支付、网络货币、金融信息服务等多个环节,资金募集的模式包括股权众筹、P2P贷款、电商小贷等;理财包括互联网公司与券商合作发行产品,与基金合作的货币基金以及银行推出的各类理财产品等;支付包括网上支付和移动支付;此外,还有一些互联网金融信息服务,主要是利用互联网已经成熟的技术和思维在金融细分领域中的应用。

分析人士指出,“互联网+”处于风口浪尖,而互联网金融则处于浪潮之巅。在经济转型、创新的大趋势下,今年互联网金融注定是不平凡的一年。然而不管怎么样,互联网金融作为顺应历史潮流而涌现的新事物,发展前景无疑是广阔的。在整个行业面临重新洗牌之际,谁具有核心竞争力,谁将站在互联网金融时代的最前端。



制图 李丹

### 银行保险加速拥抱“互联网+”

3月23日,中国工商银行在北京向全国正式发布了互联网金融品牌,成为国内第一家发布互联网金融品牌的商业银行,这也标志着中国最大的商业银行全面加快互联网金融战略的实施。

招商银行在公司金融领域剑走偏锋、独辟蹊径,推出了定位为专门面向中小企业客户的互联网金融服务平台——小企业E家,开创了国内商业银行互联网公司金融创新之先河。

而保险这一领域,近几年金融改革利好保险业趋势明显。互联网之风恰逢其时,互联网正在很大

程度上改变着传统保险的业态,基于互联网的保险业务渐渐打破传统保险产品和服务的局限。

目前互联网保险创新主要体现在渠道创新、产品创新、服务创新、战略合作四部分。在渠道创新上,PC端的“保险网络商城”已经成为各家险企的标配,如中国人寿“网上商城”;移动端上的微信则成为了许多险企开拓市场的新平台,如泰康的“微互助”、太平的“爱爸妈”、“爱宝贝”;产品创新上,进行对互联网及其用户属性的针对性开发,如互联网生态特有的用户账户安全险、支付安全险。服务创新

上,利用技术系统流程优化为客户带来便利服务,如太平洋“神行太保”系统;利用互联网技术增加与客户的接触点为他们提供增值服务,例如中国平安新推出的“平安好医生”APP;在战略合作上,互联网企业和险企的强强联合带来惊喜,如中国人寿财险与同城货运网络平台达成战略合作等。

不难看出,随着近两年互联网的飞速发展,即便是具有庞大客户规模和传统渠道优势的银行业和保险业,也只能延缓而无法阻碍这一趋势的发展,遵循互联网的生存法则,开始加速拥抱互联网。

### 传统金融产品收益成功逆袭

据不完全统计,2015年中国互联网用户的规模将超过8亿元,渗透率超过40%。互联网已经成为生活的一部分,移动互联网的崛起,手机定位技术、移动支付、二维码等技术的应用,利用“鼠标+手指”,便能让用户可以随时随地完成消费行为,便利性大幅提升,越来越多的消费者开始由线下转移至线上。

其中,互联网金融产品是在传统金融产品上的一种创新。它以

一种更为便捷、易于接受的方式呈现。以余额宝为例,2013年6月13日上线至6月底时,余额宝用户突破250万,规模达66亿元。如今,余额宝规模突破1000亿元,是全球最大的货币性基金。余额宝的崛起在于其抓住了淘宝的海量用户和支付宝规模庞大的冗余资金的理财需求,提高了用户购买货币基金的便利性,降低了货币基金在不同账户之间划转带来的损失。

不过,随着“宝宝”们势头的减

弱,传统银行也不甘示弱,纷纷推出自家理财产品,兴业银行的“掌柜钱包”、交通银行的“快溢通”、平安银行的“平安盈”、民生银行的“如意宝”等应运而生。事实证明,在互联网理财收益下滑的当下,一些银行的理财产品平均预期收益率却纷纷破5,逆袭互联网金融。

因此,也有业内人士表示,互联网金融对整个金融领域的最大贡献是给传统的垄断带来恐惧,让金融回归本质,弘扬普惠和民主。

### 相关链接

#### 互联网金融发展大事记

2013年6月,余额宝横空出世,这一兼具现金管理与支付功能的理财产品,基于其优越的用户体验与庞大的支付宝用户群体,基金规模呈现几何级数增长。2013年7月,新浪发布“微银行”;2013年8月,微信推出支付功能;2013年10月,百度金融中心推出首款理财产品“百发”,打出高收益、高流动性的宣传旗号,“百度理财B”不到4小时即销售10个亿,创下国内基金业销售纪录;2013年12月,京东推出“京宝贝”融资业务。

2013年9月,平安和阿里、腾

讯联手设立国内首家互联网保险公司——众安在线财产保险公司获保监会开业批复。各大银行、券商纷纷设立互联网金融业务部。华泰证券推出万三网上开户,各大券商推出网上理财超市。

2013年11月,国金证券公告称与腾讯签署了《战略合作协议》,双方将在网络券商、在线理财、线下高端投资活动等方面展开全面合作。

2014年春节,腾讯推出微信钱包,基于微信6亿的用户数,这款产品上线便以病毒式的扩散方式

在朋友圈中蔓延,发布当日即有超过500万用户参与。微信红包成为春节期间互联网金融领域必须的大事。

2014年2月20日,互联网金融在证券领域开始发酵,国金证券与腾讯战略合作之后,推出证券行业首个“1+1+1”互联网证券服务产品佣金宝,集合了闲置资金管理、万2.5低佣炒股、高品质投资咨询服务功能,可通过电脑或手机7×24小时网上开户,且享受公司总部与全国营业部联动服务,成为证券行业首款具有互联网基因的产品。

