

采访 NO: 8 月 14

采访主题：银网之间为何合作成为主流

采访时间：2017 年 08 月 14 日

采访对象：曾刚

摘要：商业银行和互联网企业的合作与竞争，渊源已久。

在经济下行、利差收窄的当下，商业银行谋求转型发展，触网成为大多数银行的选择；而互联网公司要不断深入金融服务领域，也开始试水互联网银行：微众银行、网商银行两家企业在 2016 年的亮眼答卷，让人吃惊。

银行业该如何与互联网融合？

“互联网端提供金融服务的空间越来越大，银行和互联网企业的合作空间也越来越大，但具体形成怎样的模式和规模，还有待进一步探索。”中国社科院金融所银行研究室主任、国家金融与发展实验室银行研究中心主任曾刚接受《瞭望东方周刊》专访时表示。

银行转型要跟着客户走

《瞭望东方周刊》：有人说，银行触网缺乏动力，你怎么看？如何评价银行触网成效？

曾刚：银行触网，有两种方式：

第一种是自身业务的互联网化，这主要是用户习惯改变了，银行的外在形态从物理网点走向了线上服务，但处理的仍然是以前的业务，属于存量业务；

第二种是增量业务，与互联网公司进行合作，拓展了服务范围、催生了产品类型，对于一些银行来说，是新的发展机会。

对不同银行来说，目标客户群体和发展战略会不同，比如有些银行的目标客户是农民或老人，互联网化对他们而言相对没那么重要，因此这些银行可能就更侧重物理网点的运营。

因此，很难笼统说银行触网缺乏动力，更不存在一个所谓的银行互联网化指标，这没有意义。

《瞭望东方周刊》：数据显示，目前一些银行的业务离柜率已高达 84%，这会给银行业带来怎样的变化？

曾刚：离柜率高，只能说明银行提供服务的方式要发生改变。举个例子，以往的借贷业务，需要线下调研，柜台填表，再审核，发放贷款，如今通过大数据等金融科技，主动授信，直接线上办理了。对银行来说，在精简网点的同时，要重新梳理业务流程，以更好满足客户需求。

柜面人员逐步减少，并不意味着银行从业者数量减少。我们看到，线上渠道的从业人员越来越多，提供后台技术支持的人员也越来越多，科技对业务发展的引领会越来越明显，也会造成银行人员岗位的结构性变化。

从另一角度看，这也不意味着客户需求会减少。随着人们财富越来越多，实际上金融产品咨询会越来越频繁，所以银行营销人员也是增加的。

1+1 如何大于 2

《瞭望东方周刊》：2017 年上半年，四大行与互联网巨头纷纷宣布合作，是否说明目前银网合作到了新阶段？

曾刚：银行与互联网企业的关系，就是合作与竞争并存的关系。

互联网公司做金融业务，优势在于丰富的场景、足够的流量，但它不是专业的金融机构，没有核心的金融能力和金融产品，比如提供不了保险类的、理财类的金融产品；并且，互联网企业资本规模有限，资金来源不足，无法做更大体量的金融服务。

相应的，银行有牌照资质、资金优势，还能提供清算结算等服务，那么，互联网公司自然就一定会找银行合作，弥补自身不足。

从银行的角度看，如今银行线下获客成本越来越高，获客压力也不小，而这正是互联网公司所擅长的，两者自然能够合作。

《瞭望东方周刊》：据你观察，商业银行和互联网企业在这种竞合关系中，角色和地位如何？

曾刚：银行业相对来讲竞争更激烈些，中国有 4000 多家银行，即便是五大行，市场份额都仅占 45%，不存在垄断。而成功的互联网企业也就少数几家，甚至在每个领域只存在一两家，垄断远高于银行业。

在这样的条件下，互联网企业选择的空间很大，它看重的牌照功能是一样的，那么银行就处于相对弱势的地位。当然，银行本身有雄厚的资金和资本条件，底气也是很足的。

从另一个角度看，银行也尝试过自己做电商，现在看来没有优势，效果不明显；互联网企业做银行擅长的金融领域，目前看来，就是第三方支付比较成功，但这属于金融基础设施建设，缺乏变现能力。

所以综合来看，两者的合作也是一种螺旋式上升的过程，各做自己擅长的事，1+1 才能大于 2。

《瞭望东方周刊》：两者合作有几种类型？

曾刚：第一种模式是基于场景的合作，比如微粒贷的合作。腾讯方依赖社交平台负责客户、入口、风控等前端，合作银行在后端有资金成本低、资金规模大的优势，两者形成优势互补。像微粒贷、京东白条、蚂蚁花呗等产品，基本上都是这种合作模式。

第二种模式，是联合技术的开发和合作，比如在云服务、人工智能的共同研发等。

第三种模式，是中信银行和百度合作，两者发起设立百信银行，是家直销银行。这种合作就更紧密些。

除此之外，未来应该会有更广泛的合作。合作空间是越来越大的，但是具体形成如何的模式和规模，需要拭目以待。

《瞭望东方周刊》：两者合作的挑战有哪些？

曾刚：系统层面的对接存在挑战。此外，银行业是非常看重风险管理的行业，而互联网企业看重的是用户体验，两者的侧重点不一样，包括管理模式、经营理念、监管环境等，都不同，这样的差异可能也会带来不少挑战。

微众、网商银行的成功不可复制

《瞭望东方周刊》：另一个新现象是，阿里巴巴旗下网商银行和腾讯旗下微众银行均在 2016 年实现盈利，分别实现净利润 3.16 亿元、4.01 亿元，这份成绩单颇为亮眼。在未来，是否会有越来越多的新型互联网银行涌现？

曾刚：的确，网商银行和微众银行的发展有目共睹。但是，这样成绩的取得，依赖于社交、电商等互联网生态，未来如果出现不了像微信、淘宝这样平台的话，基本上没有复制的可能性。