

试论基于互联网金融化背景下的商业银行业务发展策略

李晗冰

(南开大学,天津 300071)

摘要:随着互联网金融的快速发展,商业银行业务受到了巨大冲击,在实现商业银行可持续发展过程中,必须要积极探索新的发展路劲,通过金融业务创新增强商业银行核心竞争力,有效应对市场风险。本文主要以互联网金融背景下的行业银行业务发展为主题,在简要论述互联网金融概念的基础上,重点分析互联网金融化背景下商业银行业务发展面临的问题,并提出业务发展优化策略。

关键词:互联网金融;商业银行;业务发展;问题;策略

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2020.33.124

1 互联网金融概念

互联网金融主要是互联网与金融之间相互结合下形成的新型金融模式,尤其在“互联网+金融”战略实施下,我国互联网金融呈现快速发展趋势。互联网金融具有显著特征,具体表现为:其一,便捷性特征,互联网金融主要依托于互联网技术,通过网络金融平台能够随时随地的办理业务,不受时间、空间、地点的限制,操作简单、便利,能够极大节约人们金融业务办理时间,提高业务办理效率,这是传统商业银行所不具备的;其二,业务多元化特征,互联网金融不仅具备传统银行金融业务模式,而且在原有金融业务模式下实现了业务的创新发展,尤其是互联网普惠金融的快速发展为全面金融构建提供了坚实保障。目前互联网金融业务类型主要包括第三方支付、网络借贷、众筹等,业务多元化对商业银行业务以及地位产生了巨大冲击,也对商业银行发展提出了新的要求;其三,主体多元化,互

联网金融能够为多元市场提供服务,而且不受地域等因素限制,只要是具备互联网金融业务办理条件的用户均可以通过网络进行在线办理,而且在线业务没有区域性、空间性限制,可以有效满足多元主体业务办理需求。

2 互联网金融背景下商业银行业务发展面临的问题

2.1 创新能力不足,传统业务受到严重冲击

创新是企业发展的动力源泉,但在互联网金融来临前,商业银行在金融行业始终处于主导地位,这使得商业银行发展缺乏竞争力,不注重业务模式创新。而在互联网金融快速发展下,商业银行业务发展受到重大冲击。首先,互联网信贷业务的发展,尤其是互联网P2P信贷业务的发展,对商业银行借贷业务产生了较大影响,借贷利息差是银行主营业务收入,在借贷资金规模不断缩减时,银行市场主体地位不断削弱;其次,对商业银行支付业务的影响,第三方支

付业务的崛起,在一定程度上替代了商业银行部分支付功能,尤其是微信支付、支付宝等第三方支付平台的出现,让人们快速进入了互联网移动支付时代,人们利用手机就能够实现在线支付,极大提高了支付便利性,这对商业银行支付业务产生了较大影响;再次,对商业银行中间业务的冲击,商业银行中间业务包括各种理财业务、保险业务等,互联网金融快速发展,使得各种网络金融产品层出不穷,这对商业银行中间业务产生了冲击,造成了商业银行整体业务规模、利润总额的下降。之所以出现这种现象,其根本原因在于商业银行缺乏竞争意识,创新能力不足,不注重金融创新方面的投入力度,由此在互联网金融背景下面临诸多困境。

2.2 资源利用率低,互联网金融人才匮乏

商业银行在长期发展中积累了丰富的资源,不仅资金规模较为庞大,而且通过全国各地的网点,汇集了庞大的客户资源,这些均是商业银行的宝贵财富,同时,行业银行拥有专业的金融人才,这些为商业银行传统地位的稳固提供了坚实保障。但是,互联网金融背景下,商业银行这些优势资源不仅能够得到充分利用,反而成为商业银行发展的制约因素。首先,商业银行客户资源未得到充分利用,客户潜在价值并未激发出来。目前,商业银行虽然实现了线上+线下的经营模式,但是在线上业务方面,由于商业银行成本较高,所以在互联网金融领域并不占据优势,而商业银行线下客户资源并未有效转移到线上,客户潜在需求没有得到挖掘,造成了资源的极大浪费。其次,商业银行互联网金融人才匮乏。商业银行虽然拥有专业的金融服务人员,但是这些人员主要以线下业务为主,线上业务并不熟悉,商业银行并未在现有人员的基础上通过人才培养来实现人才素质的综合提升,线下人才无法为商业银行线上业务发展提供人才保障,这也使得商业银行在网络金融业务发展方面需要重新进行人才的招聘和补给,在一定程度上限制了互联网银行业务的快速发展。

2.3 市场定位不精准,营销体系不完善

互联网金融背景下,商业银行在市场定位方面有所不足,依然将重心放在大中型企业信贷方面,对中小客户开发力度不足,互联网金融企业将中小型市场快速瓜分,并逐渐冲击着商业银行金融主导地位。同时,互联网金融背景下,商业银行虽然实现了营销渠道的不断拓展,但在市场定位方面依然存在不足之处,首先,没有做好市场需求的充分调研,在产品定位方面不够精准,难以有效满足市场金融消费者个性化、多元化需求;其次,商业银行现有渠道模式单一,虽然实现线上线下营销模式构建,但是线上平台主要依赖于网上银行,这种模式在产品宣传方面较为局限,没有充分发挥新媒体的影响力;再次,在线服务水平有限,没有做好线上客户的有效维护,缺乏完善的营销体系。

3 互联网金融背景下商业银行业务发展策略

3.1 树立创新理念,拓展业务类型

互联网金融背景下,商业银行业务发展之所以陷入困境,与其创新能力不足密切相关,对此,必须要树立创新理念,不断拓展业务类型。针对互联网背景下商业银行主营业务受到的冲击,商业银行必须要利用互联网工具强化现有业务的主导地位,强化市场竞争力。一方面,针对第三方支付业务受到的冲击,商业银行可以利用第三方支付平台的审核优势,加强与第三方平台之间的合作,这样既能够满足自身支付业务的发展需求,又能够实现与第三方平台的协同发展;另一方面,针对中间业务受到的严重冲击,商业银行必须要借助现代化信息技术,通过云计算、大数据、物联网等现代化技术,强化数据管理,根据用户需求创新业务类型,尤其要加大理财业务

拓展,为中小客户提供多元化理财产品,满足市场金融消费主体个性化、多元化需求;此外,针对互联网金融借贷业务受到的冲击,商业银行必须要优化借贷模式,完善内部信用体系,强化与小微企业之间的合作力度,利用现代化数据系统,结合小微企业特征以及业务发展需求,为其提供对应的信贷产品。

3.2 加强人才队伍构建,优化资源配置率

人才是企业发展的根本,互联网金融冲击下,商业银行想要实现自身可持续发展,必须要加强人才队伍构建,提高人才核心素养,实现企业内部资源的优化配置。首先,商业银行要根据网络银行发展需求以及互联网金融发展趋势,加强人才队伍构建,一方面,注重高素质互联网金融人才的引进。互联网金融虽然对商业银行发展带来了冲击,但是也为其发展提供了新的机遇,对此,商业银行要利用自身优势,引进高素质互联网金融人才;另一方面,商业银行要加强内部人员培训力度,提高银行人员的核心素养,使其既能够满足线下发展需求,又能够满足线上业务办理需求。其次,注重现有资源的利用,不仅要提高人力资源的素质,做好线上线下人力资源的合理配置,而且要做好现有客户资源的利用,借助互联网实现客户资源的深入挖掘,提高客户资源利用率。

3.3 做好市场精准定位,完善营销体系

面对激烈的市场竞争,商业银行必须做好重新定位,通过营销体系的优化不断拓展营销渠道,做好产品精准定位,增强市场核心竞争力。首先,商业银行要对互联网金融模式进行深入探究,了解互联网金融产品特征,并在自身基础上对自身产品、服务进行优化,更好满足市场金融消费主体多元化发展需求;其次,商业银行要对市场进行重新定位,根据产品特征、市场需求进行市场定位,更好满足自身发展需求;再次,不断完善营销体系,对现有营销渠道、产品价格、业务模式进行重新定位,构建更加高效的“线上+线下”运营模式,实现商业银行的可持续发展。

4 结束语

互联网金融背景下,商业银行业务发展机遇与挑战并存,作为商业银行,必须要自身重新定位的基础上,发挥优势,规避不足,努力引进新的技术、理念,通过营销体系完善、产品类型创新、人才队伍构建、创新理念树立等途径实现自身业务的深化发展。

参考文献

- [1]何娟.互联网金融背景下传统商业银行业务发展瓶颈及转型策略研究[J].中小企业管理与科技(上旬刊),2020(09):108-109.
- [2]张湫楠.论互联网金融背景下的品牌商业银行个人存款业务发展趋势[J].品牌研究,2020(05):125-126.
- [3]申飞超,胡梦.互联网金融背景下商业银行个人理财业务发展创新策略探究[J].现代商业,2019(32):117-118.
- [4]苗宇,徐碧莹.互联网金融对商业银行业务的影响及对策研究——基于测度指标分析传统银行转型之路[J].时代金融,2018(23):93-95.
- [5]张梁雨.我国商业银行互联网金融业务发展策略研究——以交通银行为例[J].吉林广播电视大学学报,2017(11):87-89+104.
- [6]张锋.基于互联网金融冲击下我国商业银行金融业务发展现状的思考[J].财会学习,2017(11):218.