

中国支付清算

Payment & Clearing of China

主管：中国人民银行 | 主办：中国支付清算协会 | 2017年第2期 总第23期



P04... **诚信经营，规范发展，提升行业安全服务水平**

P26... 互联网的基本逻辑

P68... **分布式清算和集中式清算的比较分析**

P90... 我国非银行支付机构在国家“一带一路”
发展战略中面临的机遇与挑战

P108... **互联网金融消费者的困境及其权益保障**

中国支付清算协会金融科技专业委员会在京成立

2017年5月25日，中国支付清算协会金融科技专业委员会成员大会暨金融科技发展研讨会在京召开。人民银行科技司司长李伟、支付结算司副巡视员张晔、中国支付清算协会执行副会长兼秘书长蔡洪波出席会议并致辞，来自金融科技领域的专家和学者就金融科技专业委员会工作重点及金融科技发展趋势、热点和监管等问题展开了深入探讨。会议由中国支付清算协会副秘书长王素珍主持，来自政产学研方面的200余名代表出席了会议。

金融科技专业委员会成员大会审议通过了《中国支付清算协会金融科技专业委员会工作规则》，宣告金融科技专业委员会正式成立。中国支付清算协会金融科技专业委员会是经人民银行批准同意，依据《中国支付清算协会章程》设立，由从事金融科技业务的企事业单位、研究机构及相关专业人士自愿组成的研究和自律性组织。其宗旨是：深入研究金融科技理论和实践问题，加强行业界的交流与协作，促进创新融合发展，引导创新成果转化应用，推动金融科技行业自律，防范技术创新风险，维护行业合法权益，创新开拓金融科技服务内容和领域，促进我国金融科技产业健康有序发展。专委会现有成员单位151家，范围涵盖商业银行、支付机构、特许清算组织、证券、创新型科技公司、互联网企业等各类市场主体。专委会主任由平安集团董事长马明哲担任。

为更好履行金融科技专业委员会的职责，充分发挥市场和研究机构的优势，专委会设立区块链支付应用、数字货币、金融大数据应用三个专项研究组。其中，区块链支付应用研究组组长由万向区块链实验室发起人肖风担任，数字货币研究组组长由人民银行数字货币研究所副所长狄刚担任，金融大数据应用研究组组长由数据中心联盟常务副理事长何宝宏担任。专项研究组将在协会的领导下，依托专委会开展工作，深入研究金融科技特定领域理论和实践问题，积极引导创新成果转化应用，完善金融科技创新产业链。

专委会主任单位代表、平安集团党委副书记兼北京总部总经理黄宝新，数字货币研究组组长狄刚，区块链支付应用研究组组长单位代表、万向区块链实验室首席顾问白硕，金融大数据应用研究组组长何宝宏分别结合专委会和研究组的工作重点及金融科技相关领域的发展应用情况发表了主题演讲。人民大学金融科技与互联网安全研究中心主任杨东、京东金融集团CEO陈生强分别就金融科技的理论成果及实践经验做了大会交流。

中国支付清算

Payment & Clearing of China

主管：中国人民银行 | 主办：中国支付清算协会 | 2017年第2期 总第23期



2017年第2期 总第23期

主管：中国人民银行

主办：中国支付清算协会

编辑部电话：010-88665127

传真：010-88665172

投稿：macm@pcac.org.cn

地址：北京西城区金融大街20号交
通银行大厦B座7层

邮编：100033

声明：署名文章仅代表作者本人观点，不代表本刊立场和观点。作者向本刊投稿，即视为同意将文章纳入本刊电子刊物和衍生出版物

中国支付清算

Payment & Clearing of China

目录 | CONTENTS

03 重点关注 / KEY ATTENTION

04 诚信经营，规范发展，提升行业安全服务水平
——蔡洪波

07 规范经营 深化合作
——胡跃飞

10 规范经营，合理创新，共同打造良好市场环境
——栾建胜

14 支付机构的创新与风险防范
——洪丹毅

18 互联网技术与金融服务
——陈斌

24 支付专栏 / PAYMENT COLUMN

26 互联网的基本逻辑
——唐彬

32 支付市场需“改良土壤”并“驱逐劣币”
——杨涛

39 一封写给智能扩增时代的企业盈利说明书
——赵志宏

52 移动互联网时代如何激活组织
——孙陶然

60 标准化数据服务助力银行大数据创新势在必行
——何宝宏

66 实务探讨 / PRACTICAL DISCUSSION

68 分布式清算和集中式清算的比较分析
——李双飞

78 商业信用新时代，电票应用大趋势
——赵慈拉

85 电子票据亟需立法保障
——张文涛 高晶

88 前沿观察 / FRONTAL OBSERVATION

90 我国非银行支付机构在国家“一带一路”
发展战略中面临的机遇与挑战
——马晓东

100 长江水上金融与支付生态研究
——江苏省支付清算服务协会课题组

106 市场评论 / MARKET REVIEW

108 互联网金融消费者的困境及其权益保障
——邓建鹏



重点关注

KEY ATTENTION

■ 编者按

2017年3月31日—4月1日，中国支付清算协会在厦门举办支付机构高管培训班暨支付创新与规范经营研讨会。中国人民银行支付结算司副司长樊爽文、中国支付清算协会执行副会长兼秘书长蔡洪波出席并讲话，150多家支付机构的近200名高管参加培训班和研讨会。为分享经验，凝聚共识，本期重点关注栏目邀请部分与会嘉宾将发言内容进行了整理，以飨读者，并借此机会对与会嘉宾的支持表示感谢。

诚信经营，规范发展， 提升行业安全服务水平

文 / 蔡洪波

中国支付清算协会执行副会长兼秘书长

尊敬的各位领导，各位来宾，先生们，女士们：

大家上午好！

欢迎大家参加支付机构高管培训班暨支付创新与规范经营研讨会。厦门不仅是中国历史文化名城，也是创新改革的先驱城市。诗人笔下的厦门是“海外青山山外海，凭高纵目气增豪。”今天，支付行业的各界精英汇聚于此，共商创新与合规发展大计。

此次研讨会和培训班得到了人民银行的指导和支持，刚才人民银行领导也做了重要的讲话，展示了监管部门对支付创新的积极支持和对规范市场的不懈坚守，在此对他们表示衷心的感谢！此次活动得到了平安银行的大力支持，得到了广大会员单位和关心支付行业发展的各界人士的大力支持，在此，对各位来宾的到来表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

此次会议，是协会的第四届高管培训班。协会针对高管的培训班已经连续开展了3届，参训达到430多人次，针对政策热点、行业发展形势和难点进行授课和培训，使大家学有收获，学有所得，应该说取得了很好的反响和效果。支付行业高管是推动和引领支付行业发展的精英群体和领导力量。此次会议既有研讨、又有授课培训，创新了方式，同时精心选择主题，聘请了高水平专家，相信能够让大家享受到思想的盛宴，知识的碰撞和学习的感悟。

当前，我国支付清算行业经过多年的探索和发展，已经形成一个功能齐全、覆盖广泛、便利高效的现代化支付服务网络。各类市场主体顺应行业趋势，把握市场机遇，通过运用新科技、拓展新业态、开展新业务，不断提升支付服务的效率和品质，降低支付成本，满足了商户和消费者多样化的支付服务需求，



提高了实体经济资金运转效率。据统计，2016年我国非现金支付业务达1251.11亿笔，金额3687.24万亿元，比2015年分别增长了32.64%和6.91%，银行卡渗透率到达了48.47%；非银行支付机构累计发生网络支付业务1639.02亿笔，金额99.27万亿元，同比分别增长99.53%和100.65%。在可以预见的未来，随着我国经济进一步企稳回暖，人民币国际化步伐加快和跨境支付安排不断完善，以及“互联网+”战略和供给侧改革的持续深化，我国支付产业发展仍处于上升通道，发展前景广阔，前程远大。

时代浩荡前行，机遇不可多得。支付产业发展除了市场红利和政策红利的支撑，更需要源自于机构自身驱动和大力创新。回首过往，快捷支付、扫码支付、

NFC以及智能支付终端等创新，持续推动市场的快速发展，除此之外，还有很多的支付微创新，更好地满足了市场需求，提升客户体验，成为推动行业整体向好发展的重要力量。如果没有支付创新，就没有支付行业的今天，包括我们耳熟能详的直播经济、内容付费、共享经济、众筹众包等新经济模式都无法低成本解决支付闭环的问题。展望未来，我们相信，支付创新仍将是市场竞跑中的重要利器，将推动支付产业不断向前。

如果说创新是市场发展的驱动力量，那么支付安全和规范经营就是市场发展的保障。支付安全问题关系到行业的可持续发展，关系到消费者对支付体系的信心。从行业发展看，安全和效率要综合考虑。创新必然会带来风险，一定程

未来几年是我国着力推动供给侧结构性改革、深化市场改革和监管的关键时期。经济转型、金融改革以及民生服务都需要一个更加高效、市场化、富有弹性的支付清算市场提供支持和服务。我相信，我国支付清算行业一定能够承担起这个历史责任，行稳致远，聚力致胜，为我国经济社会的健康有序发展做出更大贡献！

度的风险也会促进创新的发展和完善。当前，行业发展实践中仍然还存在这样那样的问题，如实名制落实不到位、资金二清、外包管理混乱、个人信息保障缺位等，如何引导行业主动、持续做好合规经营，有序发展，营造公平公正的市场环境是我们面临的一项重要课题。

不论是经济还是金融领域，长远发展的动力都源自创新、良好的体制机制和市场各方的协同治理。在互联网金融迅猛发展的当下，相较于其他的新兴金融业态，监管部门对支付市场的管理是富有成效的。针对市场风险和问题，人民银行坚持效率与安全并重的原则，全面加强收单市场管理，严格规范网络支付业务，实施备付金集中存管，查处无证经营支付机构，完善了市场退出机制，严厉打击整治电信网络诈骗，促进行业规范有序发展。作为行业自律组织，中国支付清算协会综合利用各类行业自律机制，引导会员单位实现将合规意识内化于实际经营之中，促进各类支付主体落实监管政策，诚信经营，规范发展，提升行业安全服务水平。经过一段时期的调整和探索，市场主体不断加强内控

和风险约束，主动完善支付产品安全，积极维护消费者权益，行业整体合规意识不断增强。

未来几年是我国着力推动供给侧结构性改革、深化市场改革和监管的关键时期。经济转型、金融改革以及民生服务都需要一个更加高效、市场化、富有弹性的支付清算市场提供支持和服务。我相信，我国支付清算行业一定能够承担起这个历史责任，行稳致远，聚力致胜，为我国经济社会的健康有序发展做出更大贡献！

在这里，还要特别感谢平安银行厦门分行的大力支持和鼎力相助，为活动的举办付出了辛勤的劳动，使我们能够享受到舒适的会议环境、可口的饭菜和良好的住宿条件，也要感谢各位演讲嘉宾和授课老师，由于他们的到来本次活动才有了丰富的内容和精彩的思想演绎。

最后，预祝本届研讨会取得圆满成功，祝各位朋友身体健康、工作顺利！

谢谢大家！■



规范经营 深化合作

文 / 胡跃飞

平安银行行长

进入二十一世纪以来，中国支付事业的创新与发展取得了举世瞩目的成就。2000年，人民银行启动中国现代化支付系统建设，为跨机构、跨地域、跨市场、跨工具的支付、清算、结算提供了强大的平台。近年来，随着网络经济、O2O经济的蓬勃发展，特别是支付宝、财付通等第三方创新支付方式的推出，加速了无现金、无卡支付时代的到来，成就

了中国互联网支付、移动支付领先全球的卓越业绩。据报道，2016年中国手机支付交易额是美国的50倍，规模超过了日本的GDP。就在几天前，苹果公司总裁库克欣然赞赏“清华大学里老太太卖西瓜都用移动支付”，说明中国移动支付的普惠应用已经走在世界前列。这些骄人业绩的背后，离不开人民银行支付结算司的正确领导和有效监管，离不

开支付清算协会的方向引导和有力支持，更是在座各家第三方支付公司、各位朋友多年锐意创新、开疆拓土的可喜成果！

支付创新是中国金融供给侧改革的一个成功缩影，在中国经济数字化转型过程中起到至关重要的催化作用。在零售消费的 B2C、C2C 交易环节，互联网支付和移动支付，提供 7*24 小时不间断服务，无空间限制，无介质限制，推动了零售业的数字化发展。艾瑞咨询报告称，2016 年中国网络购物市场交易规模近 5 万亿，在社会消费品零售总额中占比超 14%。同时，我们也发现，在市场容量高达 300 万亿的供应链上游 B2B 交易环节，电商交易额仅有 15 万亿元，渗透率实际不到 5%。由此来看，与产业 B2B 交易相配套的互联网支付、移动支付手段，将迎来加速成长的发展周期。这一点，对于 10 多年来一直聚焦发展供应链金融的平安银行来说，体会最为深刻、需求最为迫切，也是今天我要与在座各位领导和朋友共话发展、携手合作的重要议题。

近年来，平安银行大力推进“互联网时代”的新金融战略，取得了较好的成效。零售互联网金融立志成为客户的“金融管家”和“生活助手”，平安口袋银行拥有超过 2,600 万用户；同业互联网金融“行 e 通”2016 年服务了 1,363 家金融机构，年交易额超过 3.03 万亿元。值得一提的是平安银行公司网络金融平台“橙 e 网”，瞄准产业电商化市场机遇，将银行占有传统优势的产品和服务进行模块化封装和标准化输出，无缝嵌入到产业 B2B 交易流程中去，为电商平台及其广大客户提供账户体系、交易见证与存管、网络融资、综合金融增值服务等功能和产品。截至 2016 年末，橙 e 网成功服务了超过 800 家电商平台。我行“互联网+产业+金融”融合发展的策略，十分契合第三方支付公司流行的“支付机构+企业+银行”发展模式，我们期待与更多的第三方支付公司携手，共同服务好橙 e 网全网触及的千万用户和 60 多万企业客户：

合作之一，发挥好银行资金优势，

支付创新是中国金融供给侧改革的一个成功缩影，在中国经济数字化转型过程中起到至关重要的催化作用。在零售消费的 B2C、C2C 交易环节，互联网支付和移动支付，提供 7*24 小时不间断服务，无空间限制，无介质限制，推动了零售业的数字化发展。

支持支付机构资金垫资需求和商户网络支付数据融资需求。我们既要合作提升支付体验，满足收付项下隔日或超短期垫资需求，更要积极探索构建基于用户交易数据和支付数据的风控模型，为有流动资金需求的商户提供日常流动资金支持。

合作之二，发挥好银行信用优势，与支付机构开展“收付+账户体系+资金增值”深度合作，有效整合支付机构的收付能力、银行的账户体系和资金存放资格以及各类资金增值服务能力，协同服务好各类型商户。

合作之三，发挥平安集团的优势，向支付机构及其服务的客户输出综合金融能力：一是银行较强的清算通道聚合能力，二是融资服务与风控能力，三是平安特有的综合金融服务集成能力。另外，平安银行将推动八大行业事业部精挑细选产业链客户，积极探索与支付机构的战略合作。

朋友们，今天研讨会的主题是“支付创新与规范经营”，非常精准反映了支付领域当下的聚焦点。创新无极限，合规是底线，规范经营将是长期的利润。第三方支付公司逐步从“小支付”到“大金融”进化，实现了从小到大、由大做强的蓬勃发展，其中对创新与风险的把握，支付结算司、支付清算协会起到了非常强有力的掌舵领航关键作用。支付

“支付创新与规范经营”，非常精准反映了支付领域当下的聚焦点。创新无极限，合规是底线，规范经营将是长期的利润。

是一切经济行为的起点和终点，支付与其他商业环节的交叉融合必将产生“聚变效应”，我期待在支付结算司和协会的领导和关怀下，与更多的支付界朋友携手，在“规范经营”的边界内，创造更丰富的金融产品与服务供给，为中国数字经济的做大做强，做出更积极的贡献！

最后，本次研讨会由我行厦门分行具体承办，也请大家允许我隆重介绍一下厦门分行。平安银行厦门分行是我们辖下机构中践行“互联网金融”战略的佼佼者，特别是在“跨行快付”等支付业务拓展中成效显著，为第三方支付公司、大宗商品交易所、垂直电商平台等新兴支付企业提供了清算、结算、存管、增值等优质的线上和线下服务。目前对接的第三方支付公司已达60多家，单日最高代付金额已经突破70亿元大关。在此过程中，得到人民银行、银监局、支付清算协会、银联等部门和企业的关心和支持，在此，我谨代表平安银行向各位领导和朋友表示衷心的感谢！

谢谢大家！■

规范经营 合理创新 共同打造良好市场环境

文 / 栾建胜

中国支付清算协会专家顾问、工行牡丹卡中心原总裁

非常高兴能够参加这次支付清算协会举办的研讨会，我跟大家分享讨论在高速发展的互联网金融的背景下，支付行业如何创新、规范经营的问题。

互联网+经营模式日新月异，在座都是业内人士，大家都经历了这个过程。包括银行业也是，因为第三方支付的出现，一段时间银行特别痛苦，好像别人动了我的奶酪，把我的蛋糕抢走了。六年以前，曾经几家大银行联合起来对支付机构采取了措施，对账户绑定进行了限制，来保住银行的利益。央行对整个支付行业一贯是支持创新、鼓励创新，在这个背景下发了很多支付牌照。所以，经过这五六年的时间，发展得很好，这是竞争和市场化的必然。在这个过程中，推动了中国支付创新，出现了很多新产品、新技术，也受到了社会和民众的欢迎。



同时，由于创新速度很快，我们在这个领域已经领先于全球，超过北美市场、日本市场，也超过了欧盟市场。

在这个形势下，支付行业出现了不规范的现象，也出现了一些违法案件，给银行造成了损失，给支付机构也造成了损失。三年以前，大家都在讨论支付工具的创新的问题，比如穿戴式设备、手环、手表，还有包括全球性的支付创新的基地实验室进行这样的实验，最后落脚点还是基于智能手机的功能来实现

创新。我们不妨回顾一下，像在整个支付创新的源头里那就是便捷安全的问题。一个新的产品出来，它的便捷、安全和通用性往往决定了这个产品的生命力，比如在制度里，大家在渠道上过去是线下，包括现在在座的公司，他们的业务发展很快，线上也很快，有一段时间银行系统比较落后，现在也在迎头赶上，也采取了很多措施。不仅仅线上线下，而且线上线下相结合，通过网络的联络，可以评价，可以讨论，也可以现场来体



要有聚合的一个支付功能。未来，一定能给支付公司和各家商业银行带来一些好处，能得到快速发展，能给百姓生活带来便利。第一个规范是央行的规定、监管部门的规定，不能轧红线。第二个规范就是大家的共识，像银联他们都是共识，同意这个规则大家都遵循，那也是一个规范。

验。技术方面的创新，这里面更多是验证，在绑定银行卡以后，验证也在创新，比如通过手机银行密级比较高，短信验证也在做。

手机内置芯片的技术也是非常成功的，现在更火的是二维码。二维码推出以后，有一段时间我们经常讨论包括现在在国际上有很多国家不认可二维码。现在大家广泛应用二维码。所以刚才说到，银行过去和支付公司竞争，现在银行回过头来又针对二维码和支付公司合作，我感觉这些都是创新本身取得的成果。手机的SD，基于存储卡的支付也已经上线，但相对来说密级比较低，使用起来也不是很顺畅。

在验证技术上，银行更偏重于安全，更多讨论的是安全，能不能把安全技术

再提高一点，安全和便捷的有效性才能够市场推动。比如说，验证的过程现在几家银行正在上线，因为移动支付最大的风险是不知道这个卡在谁手里，绑定的账户在谁手里，所以现在移动技术是手机问题，正在研发。这是一个前沿问题，在美国已经使用。出差可以不带钱包，但是一定要带手机。卡片交易场所和手机在什么地方，比如我在厦门，手机信号在厦门，交易在厦门，这个是正常的。如果人在厦门，我的手机线下交易在日本，这个交易就有问题。还有手机设备的应用，这个应用将更大提高移动支付的安全性。

现在支付公司有一个很大的财富就是数据，如果数据应用好是一个很大的财富。在数据的运用上，各个公司包括银行也要应用好，应用好了可以给大家

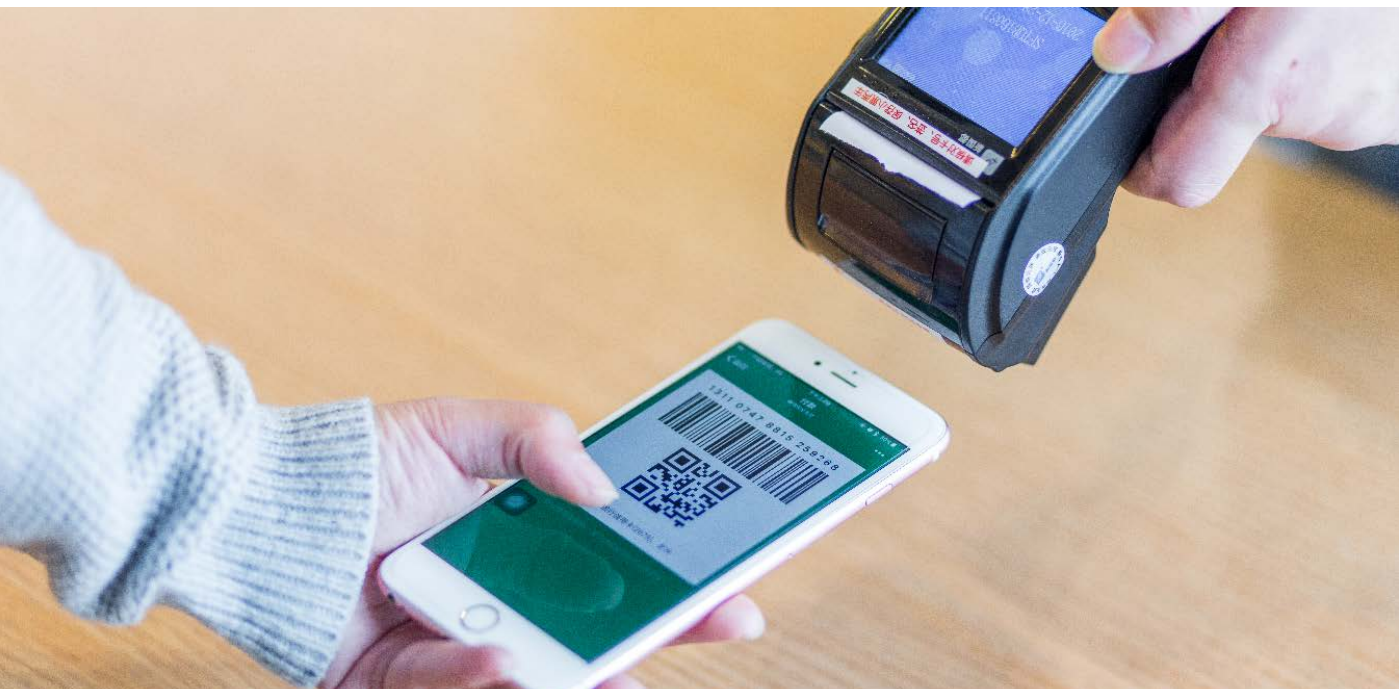
带来很多的财富。数据最重要的是连续性，这个数据是连续的，它就是有效的，是有效的就可以给我们提供判断。工行一年前就买了蚂蚁金服的数据，现在不良贷款、资产透支就减少了许多。我们要利用有效的数据，改变目前支付公司单一靠收单收入为主的收入结构。

说到转型，还是有效数据的问题，现在有一些公司已经在做了，做得也不错。其实银行也在转型，蚂蚁金服也跟工行在合作，包括跟支付公司的合作，我们都是欢迎的。现在说到二维码，工行也推出了，效果非常明显，扩大到了280万商户。

在支付体验上有一些偏好，现在也在改进。银行的线上支付是基于比较复杂的PC端的，比如说工商银行信用卡中心，过去只搞PC端，去年招了四个搞移动端的人，我们招了三个搞动漫的，结果画面出来以后很漂亮，支付界面更像游戏界面。比如说，银行过度注重安全性，一个新的支付安全推出最少要通过三次来实现，效率很低。这里面说到安全性的问题，工商银行每年的损失是千万级的，所以，我想便捷、安全可以通过支付保险来解决支付风险问题作为补充。这样便捷支付，老百姓用起来就会比较方便。

互联网包括移动支付就在于便捷。中国银行业卡基支付其实分两个阶段，2002年以后银联的发展呈现一个几何的增长。比如说二维码支付，工商银行有工商银行的二维码，自己的C端，建行有自己的C端，支付宝也有自己的，微信也有自己的。要有聚合的一个支付功能。未来，一定能给支付公司和各家商业银行带来一些好处，能得到快速发展，能给百姓生活带来便利。第一个规范是央行的规定、监管部门的规定，不能轧红线。第二个规范就是大家的共识，像银联他们都是共识，同意这个规则大家就都遵循，那也是一个规范。所以，我们既要符合监管部门的政策要求，也要符合各家机构达成的共识，达成的规则，在这个基础之上达到双赢。不久之前预授权的风险问题，造成了很大损失，最后人民银行出台一个文件，在这个过程中，各家银行就按照现有的银联规则，当时是损失了4亿多，其实这个东西就是在规则之下。因为你违背了这个规则，商户的准入出了问题。规则大家要共同遵守。

规范可以保安全，规范可以出效益，规范可以出公平。■



支付机构的创新与风险防范

文 / 洪丹毅

财付通副总经理

我今天演讲的题目是支付创新与风险防范，我把整个内容分成两个部分来讲，先分享一些腾讯在支付创新上的进展，再着重汇报一下我们在风险防范方面的实际工作。

首先，在支付创新上，腾讯充分利用集团在社交上的两大引擎，一个是微信，一个是QQ。这两大引擎各自都拥有近9亿的月活跃用户。在两大社交平台

基础上，我们重点发展两大金融业务板块，其一是我们的移动支付板块，包括我们天天都在用的微信支付、QQ钱包，也包括中间层的大金融安全和底层的支付基础平台；另一块，就是我们的金融应用板块；比如腾讯理财通理财平台、手机充值平台、金融云业务以及围绕区块链等技术的创新实验室和腾讯微黄金红包等创新产品等。两大板块里面我今天会着重讲第一块内容，就是支付基础

平台的发展。

讲到腾讯做互联网金融或者做支付，首先要提到的就是我们的社交产品体系。腾讯在社交这一块，采取的是微信加QQ的双引擎策略。我们看到前两天最新公布的财报数据，截至2016年年底，整个微信月活跃用户数达到8.89亿，这里边包括国内用户也包括海外用户，海外用户大概在1.2亿左右，剩下都是来自国内的用户。QQ平台的规模跟微信相当，月活跃用户也接近9亿，QQ年轻人使用多一些，里面大多数用户是95后，他们最大的诉求是社交平台有更强的娱乐和个性化元素，跟微信求简的风格有明显的区别；其次，年轻人希望他们的社交圈子跟父母长辈有所区隔。

基于两大社交平台我们发展了移动支付业务。谈到腾讯的支付业务，就不得不提红包，在这里我分享一下微信红包和QQ红包的数据。红包是从2014年开始做的，2014年当时我们定位红包为“社交+支付”的创新，我们尝试把春节红包放在手机平台上做，当年实现了除夕一天发出2000万个红包。之后从2015年到2017年，腾讯红包的步伐不断迈进，到了2017年除夕这一天，一天的红包发放数量达到了142亿，短短三年间增长了700倍。2016年春节我们发现，很多老百姓觉得没有红包这个年就没有过好；而2017年春节的特点则是，

截至2016年年底，整个微信月活跃用户数达到8.89亿，这里边包括国内用户也包括海外用户，海外用户大概在1.2亿左右，剩下都是来自国内的用户。

红包不用等过年，很多用户从除夕早上就开始在微信群里用红包拜年，分享喜悦，而不再扎堆等到零点敲钟的时候再发了。红包的发展改变了老百姓的生活习惯，现在红包也不限于春节场合，在很多重要的节假日里用户都会发红包，包括用户个人有毕业、晋升、获奖等好消息时，都会以红包的方式和亲朋好友分享喜悦。

说到红包，我们想借这个机会感谢支付结算司为我们提供外部政策和监管环境的支持，使得我们有这个空间去尝试业务创新。从腾讯内部看，我们也始终秉承客户价值和体验为优先的原则，认真做好红包产品内部每个细节上的工作。我们始终把监管合规与客户体验作为第一个优先级。

在去年 12 月，我们日均支付交易笔数达到 6 亿，

已经跟 200 多家商业银行建立合作，

合作商户超过 100 万家，

覆盖线上线下 200 多种场景，

微信支付现在已经成为老百姓非常喜欢的支付方式。

除了微信红包外，QQ 红包也在不断创新，包括 2017 年春节前，用了 LBS 和 AR 技术做了红包的新尝试，QQ 用户可以查到周围特定距离内可以领取的红包，可以是商家给个人的红包，利用红包吸引客流，或者是发放促销券吸引客流，使红包从 C2C 走向了 B2C 领域。

如今，微信支付、QQ 钱包在线上线下的场景日趋丰富，可以打车，可以买机票，可以购物，也可以在餐厅消费，很多场景都为微信和 QQ 所覆盖。

前面各位领导提到一个有意思的例子，早些年出门总提醒自己不要忘了带钱，现在出门是提醒不要忘了带手机，当然还有一个是不能忘了带充电宝。移动支付在慢慢地改变老百姓日常生活。分享几个最核心的数据，在去年 12 月，我们日均支付交易笔数达到 6 亿，已经跟 200 多家商业银行建立合作，合作商

户超过 100 万家，覆盖线上线下 200 多种场景，微信支付现在已经成为老百姓非常喜欢的支付方式。

谈到支付，就不能只谈创新。2016 年 11 月 11 日，是腾讯成立 18 周年的司庆日。当天媒体主要报道两件事情，一个是淘宝双十一又创了历史新高，其次是腾讯给全体员工赠送股票。但其在腾讯内部，有一个更加重要的新闻，就是腾讯创始人 Pony 告诉每一个员工说，腾讯是一个成年人了，要担负起更多的社会责任。这个责任在不同的事业群有不同的着力点。对互联网金融业务版块而言，就是持续认真地做好金融版块的规范经营和风险管理。移动支付除了追求便利，更要重视安全。

腾讯做支付安全，会充分利用好大数据的资源来支持风控，包括用户身份大数据，用户消费行为大数据，以及用户消费场景大数据。集合这些资源与能力，可以帮助我们捍卫支付安全这个问题，提升用户体验，打造腾讯互联网可信赖的一个口碑平台。目前腾讯做金融安全已经能够做到运用数千个风控变量、数百条风控规则在毫秒级之内解决处理平台的风险问题，整个策略的效果可以把资产损耗率控制在百万分之 5 以下，而拦截率不超过万分之 5。资产损耗率和拦截率是一个双刃剑，我们希望在拦截率可控下，将资产的损耗率降到最低。

做好支付的规范和风控管理本身并不简单，而且整个市场在新的形势下也提出了很多新要求。在过去主要防范的问题是以盗号为主，而现在利用移动支付平台从事诈骗成为新的打击焦点。安全问题从C2C转向B2C，集团诈骗增多，这是新形势下的新动向。应对这个趋势，腾讯始终坚守一个原则，就是要对一切有损用户和平台的交易进行坚定不移的打击，做到零风险。在这个大原则下，具体我们要做三个事情，第一是建设好大数据风控模型，第二是利用好创新的科技手段，第三要充分做好生态合作，包括鼓励用户举报、跟同业分享风险信息 and 协助监管部门和警方来侦破案件，约束和打击犯罪势力。

有若干特定的非良性支付场景我们希望用技术去防范。移动社交平台本来就是一个小的虚拟社会，我们周边社会中经常会滋生的问题也会在这个移动平台上滋生，比如传播色情信息、从事赌博等，需要平台积极主动地去管理和控制。我们用了多种方式去做好风险场景的管控，首先我们有一个数据源头，我们的风控平台拥有全球最大的安全数据库，它能够每天通过自动爬虫技术去采集全球各地涉赌、涉黄等风险网站和APP，把这些信息输送到平台上，我们进行针对性的封堵。其次，我们也鼓励群众举报，及时发现漏网之鱼。更关键的是，从内部我们可以通过涉赌、涉黄



账号的支付流向，智能识别出有潜在违规风险的商户号，然后进行排查取证，一经核实坚决取缔。总而言之，我们希望依托互联网发展起来的金融业务，产生健康绿色的收入，而不是助长违法违规行为的红色收入。

做好支付的规范和风险管理不只是一家公司的工作，它应该联合整个行业生态一起来做，安全领域没有竞争对手，合作共享才能铸就坚固的护盾。不管是做金融业务，还是风险管理，我们遵守社交、同道、普惠和信赖这四大原则来服务用户，我们希望在落实风控和规范这一方面，跟社会各界共同合作，包括监管机构、支付同行、银行金融机构、运营商、手机厂商、杀毒软件公司等，共同来营造一个安全、规范、健康、绿色的支付环境。■

互联网技术与金融服务

文 / 陈斌

易宝支付 CTO

我先从大的方面或者是大的视角谈一下互联网技术发展的趋势，然后重点分享一下易宝支付在支付安全方面的实践。

互联网技术发展这么快的原因主要有四个方面。第一是大数据技术，第二是移动技术。从 2008 年苹果手机出来以后，移动技术有了特别大的发展。第三是云计算技术，云计算技术帮助互联网企业从一个很高的技术门槛变成一个极容易，极方便、很快、很容易得到的技术服务。第四是区块链的技术，从 2012 年以后发展出来的新技术。这四种技术所基于的都是 IT。移动的技术让万物连接起来，不管是人与人之间，人与物之间，还是物与物之间都靠互联网技术，移动技术联结起来。大数据技术可以使我们更加智能化，可以提供更加个性化的服务。云计算技术，把技术门槛

降低，让更多企业参与到互联网的服务中来。最后一个是近年出来的区块链技术，区块链技术未来可以解决我们互联网在价值交换方面的问题。

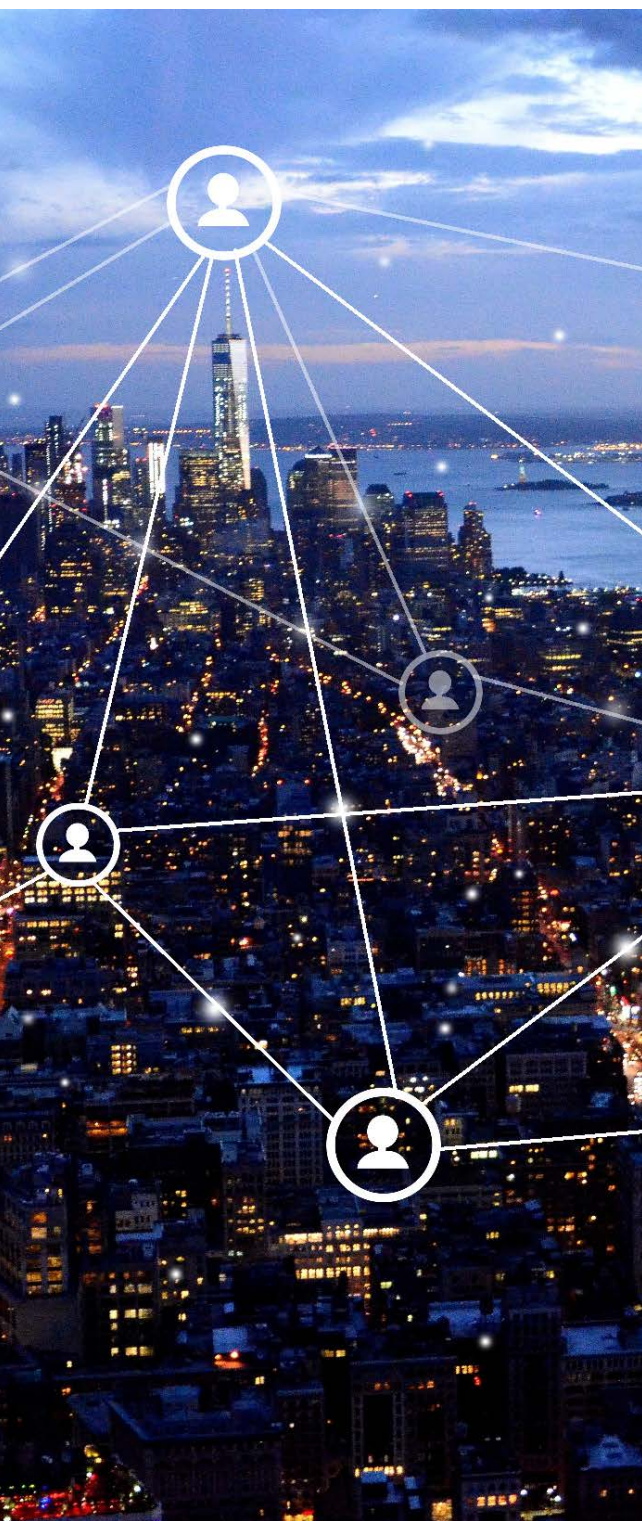
除了这几种技术以外，我也跟大家分享一下我们国家在互联网渗透度方面的发展趋势。2006 年互联网的渗透度是 7% 到 10%，到 2016 年已经发展到 59%，一半以上的人口都可以上网。如果按照这个趋势继续发展，到 2020 年互联网的渗透度将会接近 70%。为什么互联网在中国会发展得这么快？其中一个核心的原因是移动技术带来的便利。自从 2008 年有了苹果手机以后，移动技术，特别是安卓手机的出现，让很多国内手机厂商，特别是智能终端的厂商都有了一个机会，把他们的产品以较低的价格推给普通百姓。越来越多的人通过移动终端上网。根据现在的统计数据，到 2016



年在上网的人群中已经有 95% 的人通过移动的方式连接到网络上。这也是我们为什么能够在短短十年的时间内，可以快速赶超美国（这个互联网先进国家）。我们已经绕过了需要在地下埋电缆，需要每家有一个电脑这样的困难时期，因为我们可以通过智能手机直接联网。

这么高的互联网渗透度，也正是近几年我们在互联网的应用方面，比如在金融服务方面，特别是电子商务方面有长

足进步的一个根本原因。如果大家看一下互联网历史发展的趋势，从 1969 年互联网技术出现到 1995 年浏览器出现，能够让普通百姓可以通过鼠标来点击图标，实现上网去看电影、交换信息、阅读文章、购物、电子支付等。这是互联网的第一个浪潮，我们叫消费互联时代。消费互联主要聚焦在个人方面，让大家能够满足生活当中的需求。到了 2012 年，我们进入了互联网的第二个阶段，即产业互联阶段，越来越多的传统企业希望



能够借助互联网技术开展新业务，提高企业的效率。这个时候聚焦的就不仅仅是个人的消费，个人的生活经验，而是聚焦在企业。我们预计在2020年的时候，互联网渗透度达到饱和点，即95%，会进入另一个新时代，这个时候就是价值互联时代。大家在互联网上不仅可以做信息交换，甚至可以做价值交换。

消费互联网是提升消费体验，而产业互联网，换一句话就是互联网+传统产业，更多的是提高企业的效率。不管是内部效率还是外部效率，都是通过互联把他们的业务做得更好。第三个阶段即价值互联时代，可以有效地促进价值流转。在互联网上大家经常可以听到，什么行业被互联网技术颠覆了，我个人不太认同“颠覆”这个词，应该说是互联网新技术对我们的支付和金融服务产生了一些影响，这不是颠覆。而且，经常会有人使用互联网金融这个词。这个词在美国是不存在的，中国人直接造了互联网金融这个词。但是不管怎么说，我们看到的是互联网技术从各个角度对金融服务，包括支付服务产生了很大的影响。比如说，移动技术促进了金融服务和支付服务得到了广泛的普及，而且更便捷、更方便。

大数据技术使支付更具有个性化和智慧化。后面会分享一下如何利用大数据的技术加强支付交易当中的防止欺诈。

云技术也降低了支付和金融服务的信息技术门槛。区块链技术在价值交换方面给了我们一个新的方向。我们在做金融服务的同时，很多行业开始进入数字经济时代。价值交换的方式有了新的变化。总结一下，互联网技术并没有颠覆金融，只是使金融服务、价值流转在时间上没有什么限制了，在空间上也没有什么限制，而且速度更快，方式更加灵活。这是我对互联网技术和金融服务之间关系的一个理解。

除了互联网技术以外，我想再跟大家分享一下我对金融服务的看法。根据麦肯锡的报告，从2012年到2022年，这十年的时间，中国中产阶级的收入会到达一个新的高度，从14%快速增长到54%，也就是在十年时间内，增速加快了40个百分点。这个情况如果从城镇的个人消费角度来看也是这样，从20%快速增长到60%，不管是个人还是家庭都会有40个百分点左右的增长。算一下，大概每年的增长率是22%。这么快速的增长，对金融服务和支付服务提出了非常高的要求，希望我们更快，更便捷，允许更多企业参与。

我国有7000万家企业，中小型企业占了74%，这些企业的贡献占GDP的60%，这些中小型企业是我们经济当中的毛细血管，是我们经济健康发展的一个重要基础。金融业如何能有效地服务

崛起的中产阶级和大量的中小企业，如何能够满足个人消费需求，满足互联网+这种企业提高效率的需求，或者在未来进入数字经济的时候，如何能够提供有效的金融服务和支付手段，这是我们在座的各位需要研究的一个大问题。

全世界的移动支付从2015年到2020年，未来的预测是增长率会从70%最后降低到20%，进入一个稳定的成长期。尽管是20%，但从全球角度来看也是很快的。在世界这个大背景下，中国有了一个弯道超车的机会。这个很好理解，美国的人口只有3.5亿，中国大约有14亿人口，我们的市场规模最少是美国的4倍，再加上美国人口的生活习惯，他们很少乘坐地铁或者汽车，多数是自己开车。相反，我们的用户多数是有碎片化的时间，利用移动设备，利用手机来进行支付或者是其他互联网金融方面的业务操作。所以，大家可以看到，

我国有7000万家企业，中小型企业占了74%，这些企业的贡献占GDP的60%，这些中小型企业是我们经济当中的毛细血管，是我们经济健康发展的一个重要基础。

全世界的增长率可能不到 20%，而中国每年则是 60%，我们已经快速超过了这些欧美先进国家，特别是在移动支付上，我们要比欧美发展得更加快速。

在快速发展的同时，我们也发现，支付交易面临了很多安全问题。从 2015 年的全球报告可以看到，在中国 2015 年有 2100 亿经济损失，占交易总额的万分之 7。所面临的安全问题是各个方面，既有支付前端的问题，比如信息泄露，也有支付过程中的问题，比如可疑的支付，还有支付后端的问题，比如信息被窃取了，资金受到损失。面临这么多的安全问题，这与支付要求安全、快速、便捷是有矛盾的。具体看一下支付所面临的安全挑战，如果以十个人作为一个比例，其中 3.5 或者是 3.78 个人在网络支付过程中是曾经受到安全的影响。其中有 1.78 个人受到过实际的损失，损失的大多在 100 到 1000 元的范围。这个情况很严重，是我们支付行业面临的一个重大挑战。

如果分析支付的安全特点，首先，

确定支付各方的身份，是支付过程中解决这些安全问题的一个核心的要点。怎么确保付款的人、收款的人、我就是我、他就是他，这个是为什么要做实名认证和各种认证的原因。除了做这方面的措施以外，在卡信息的保管、传递和处理过程中也有非常多的可能会产生安全问题的机会。从支付前端，支付平台一直到支付后台、银行端，至少有 6 到 7 个方面是有可能存在潜在的漏洞。比如说前端涉及交易的卡可能是别人的，属于欺诈交易。当信息从手机传递到支付平台的时候，信息可能因为中木马而被截取，然后，这些信息被别人非法使用。支付平台，也有可能存在各种技术措施不利造成的信息泄露的问题。即使到了银行端也会有类似的问题，信息是不是被更改过，或者是被利用过，即使到了我们安全度比较高的银行，也有可能存在信息安全的漏洞。

易宝支付一直高度重视利用各种技术来加强支付交易中的安全，特别是最近这几年，我们利用快速成长的大数据

从 2015 年的全球报告可以看到，在中国 2015 年有 2100 亿经济损失，占交易总额的万分之 7。所面临的安全问题是各个方面，既有支付前端的问题，比如信息泄露，也有支付过程中的问题，比如可疑的支付，还有支付后端的问题，比如信息被窃取了，资金受到损失。



技术，利用大数据平台做些事情。一个是利用人机指纹，人机指纹就是根据人和机器在交互过程中所产生的特征来判断身份。另外一个方面，我们也会根据支付用户的交易习惯，比如他会不停地在一段时间内支付 99 元，可能是购买一个产品用一个星期或者两个星期，但是我们观察到同样的数额可以由一个用户反复出现，第一次出现我们让他过了，第二次出现可能是会怀疑，第三次我们会截停，我们会打电话问是不是用你的卡反复买 99 元的东西。这样我们可以根据商品种类，金额和用户操作频度来有效防范支付过程中的风险问题。

利用大数据可以做身份识别，交易识别和风险防控等多种措施，我们也在

不断总结，不断优化，希望把用户的风险、商户风险降到最低。

未来的世界一定是数字的世界，包括个人和企业，当数据不断地在物理世界中转换成数字世界身份的时候，数字经济会是未来发展的一个重要的方向。在数字经济到来的时候，支付也会有一个新的机会，如何在数字经济中更好地做好支付，我们有很多可以研究和实践的机会。这也包括了分布式系统天然的公信力，利用这个公信力我们可以做 B2B 供应链上的结算，也可以利用智慧合约来有效地控制交易的发生，或是管理好交易的发生，很多已经实现了做外汇交易，利用不同的外币来进行兑换。■

貳

支付专栏

PAYMENT COLUMN





互联网的基本逻辑

文 / 唐彬

易宝支付 CEO

自 1993 年走向大众，互联网已经广泛地改变了经济社会，带来了很多新的模式和可能。近年来，在移动互联，云计算，大数据，区块链等新技术的驱动下，互联网正在快速进入深水区，开始深刻而彻底地改造我们的生活和商业，比如金融，出行，大健康。在这个时候，有必要沉下来，深入思考互联网的一些基本逻辑，以便更好地理解 and 用好互联网，在互联网深水区创造更多的奇迹！

> 基本逻辑之一：变化中的不变性

1993 年我去美国留学，当时互联网刚开始走向大众，掀起了令人激动的第一波。2000 年后，互联网从眼球为王，流量导向，PC 屏为主的第一波，开始进入波澜壮阔的第二波。人们生活的方方面面，每一个行业，从电商到游戏到出行再到金融，全被改变了。在这样一个快速变化的时代，最重要的是要思考到底什么是不变的。

互联网是人们通过自由连接、大规

模协作、互相分享、互相创造、互相交换而产生的。这个诞生是以人性作为核心的。虽然互联网改变了无数事物，比如交流方式，现在已经基本没有人写书信了；又如发红包，以前把人民币放在红信封里，递给身边的人来表达感情，现在可从微信里直接发红包，接收人就算在天涯海角，也可瞬间即达 -- 互联网已然深刻改变了生活和商业的方方面面。但互联网过去没有，未来也不会改变的是人性，如人追求自由 -- 自由的连接、自由的表达、自由的创造和分享。还有一个不会被互联网改变的是一天只有 24 个小时这个事实。爱因斯坦的狭义相对



论建立在两大基石上：一是光速不变性原理；二是匀速参照系的物理规律是一样的。同理，互联网也建立在两大基石上：1、一切围绕人性 2、一天只有 24 小时不变。互联网世界的基本逻辑很简单：如何在 24 小时这么一个有限的时间里，通过互联网方式，包括自由平等的连接、“人人为我，我为人人”的开放协作，创造与分享，跨越血缘和空间，让人们的生活变得更加高效、精彩、和有意义。

➤ 基本逻辑之二：互联网的三大突破

为什么互联网创新极快？为什么互

联网强调平等？为什么互联网的信息会大爆炸？根源在如下三点。

互联网是开放的系统

互联网是开放的系统，打破了传统的封闭结构。在开放系统中没有城墙保护，大家不得不时时面对自由竞争，甚至跨界融合。就像草原上的兔子，没有可以保护自己的天然屏障，在一个弱肉强食的开放世界里，兔子只有比狼跑得更快，要不然就被吃掉了。同时还在不断地进化，跑得慢的兔子被淘汰了，跑得快的兔子越来越强壮。结果是草原上的兔子和山地上的兔子体型不同，草原兔子比



山地兔子平均大一倍，非常强壮，跑得很快，根源在于草原是一个开放的系统。同理，互联网创新多且快背后的根本原因是开放系统。

构建了“人人为我，我为人人”去中心化的新结构

传统社会是围绕权力中心形成封闭圈子运转的，如国王，总统，政党等，网络世界却更平等开放。互联网通过去

中心化的结构把几十亿人平等自由地连接在一起，信息高度发达透明，想交流就交流，想做生意就做生意，彻底颠覆了传统中心化的生活，对经济社会带来巨变。

人性追求自由，人性希望和他人连接，人性希望独一无二，不可或缺。互联网恰恰提供了这么一个连接人人的开放，自由，充分尊重每一个个体的平台。



生命的本质是基因 -- 包括生物基因和社会基因，不断复制和进化的载体。互联网恰恰是能让我们的社会基因快速复制的大平台 -- 人们可以借助互联网，更好更大规模地创造和传播社会基因，发挥影响力，成就社会生命。

互联网“人人为我、我为人人”去中心化的结构融合东西文化，给世界带来希望，也给中国梦奠定文化基石。东

方文化强调集体，个人以团队为中心，偏重我为人人；西方文化强调个体独立自由，以自我为中心，独自面对上帝或自然，偏向人人为我。这两种矛盾的文化在互联网“人人为我、我为人人”的去中心化的结构中得到了和谐相处和融合。

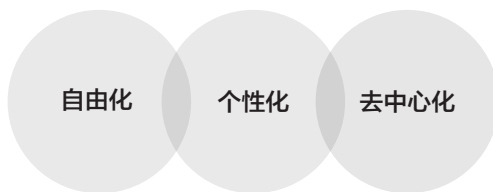
分享增值，打破了传统的零和游戏经济规律

传统世界的载体是土地、能源等有形的东西，而网络世界的载体是信息。传统社会和网络社会的分享不一样。传统社会是零和游戏，有形的东西分享多了我就少了。而互联网更多的是分享思想等信息，是馈赠型经济，越分享越富有、越分享越快乐。所以大家热爱分享，网络信息自然就会大爆炸。近年来随着移动互联网的崛起，Airbnb，优步（Uber），摩拜（Mobike）类似的房屋或出行共享模式正在快速兴起，模糊了服务提供方和使用方的界限，重构了社会关系结构，激活了大量的社会闲置资源，充分体现了互联网分享的威力和魅力！

在人人相连的网络世界中，每个人都是独一无二，不可或缺的，因为有了某一个人网络世界就少了一份属于他的独特和精彩。每人在服务商面前不应是一个数字，而是一个个活生生的人，都应该得到独立、自由、个性化的服务。

开放的系统，去中心化的新结构，颠覆传统的分享增值经济规律，最终回归人性与个性化，网络精神的核心就是技术驱动下的个性化。

➤ 基本逻辑之三：互联网的三大价值观



互联网的三大价值观

过去的 20 来年里，互联网主要是作为工具或渠道。今天，互联网已突破配角定位，升级为主角。作为一个主体一定有自己的价值观。首先，互联网带来去中心化、开放平等的新结构。在这个结构下，互联网以人为中心，以自由为目的，以技术为工具，强调个性化的服务。

➤ 基本逻辑之四：互联网的三大技术

互联网三大技术



互联网不但有先进的价值观，互联网还有三个强大的武器来为价值观落地保驾护航。第一个武器是云计算，实现技术的民主化，让技术为人人所用；第二大武器是移动互联技术，其核心价值是自由连接，让每个人的生活场景，每一个商业场景都可能被记录，沉积下来成为数据，催生着大数据。大数据的核心价值不是规模大，这在工业时代早就实现了，大数据的核心价值是个性化，因为每一个人都是独一无二的。以前，人们被地域隔裂，被种族隔离，被血缘割裂等，今天一个人只要和互联网相连，就能打破各种隔裂，成为互联网大世界独一无二的一道风采。大数据技术让每一个独一无二的人尽可能得到个性化的服务。

➤ 互联网一个词总结：人性

互联网与人性



人性追求独立，自由和超越。互联网通过去中心化的开放结构，满足了人与人之间的平等连接、互相分享、不断地创造和超越自我的内在需求。有了互联网技术，人们可以开放、自由、平等地连接起来，生活因此变得更加精彩，人们因此变得更加自由独立和强大，这是多么美好的事情！所以我称互联网为整个世界一群人的浪漫，让每一个独一无二的生命通过自由平等的连接、协作、分享尽可能活出独特的精彩和意义。

在过去的 20 来年里，互联网深刻改变了人们获取信息、交流、购物等方式。近年来互联网进入深水区，开始通过微博、直播等自媒体打破宣传的垄断；通过微信等打破通信的垄断；通过移动支付、P2P、众筹、比特币、余额宝等打破金融的垄断，开启了声势浩大的互联网 + 金融等浪潮，推动中国金融走向更加开放、高效和普惠，也必将助力中国经济的转型升级！■



支付市场需“改良土壤” 并“驱逐劣币”

文 / 杨涛

中国社会科学院金融研究所所长助理、研究员

日前，央行领导在“两会”答记者问时指出，非银行支付产业在快速发展同时，也出现了一些问题，甚至有些支付机构出现“动机不纯”，这也是近期央行强化监管与推动多项制度改革的出发点。

在诸多关系国家金融重大战略的问题中，支付能够专门被拿出来讨论，也

表明其影响力已经不容忽视。实际上，围绕第三方支付牌照、备付金集中存管、筹备中的网联等问题，近期各界也一直热议不断。

在历经多年耕耘之后，我国支付市场已经取得了令人瞩目的发展成就，某些领域在全球也逐渐居于前列。但在“大干快上”的高速发展之后，则需要进一

步夯实创新的“土壤”，协调多元化的改革目标，并让“浑水摸鱼”的“劣币”退出市场。对此，我们认为应深入思考如下几方面内容。

第一，积极落实金融市场基础设施原则，围绕效率与风险的“跷跷板”，亟需提升对后者的关注。金融市场基础设施（Financial Market Infrastructures, FMIs）是当前最重要而且具有挑战性的金融研究领域之一，主要包括支付系统（Payment System）、中央证券存管（Central Securities Depository）、证券结算系统（Securities Settlement System）、中央对手（Central Counterparty）、交易数据库（Trade Repository）。进入21世纪以来，尤其是2008年全球金融危机之后，各国都更加关注FMIs的稳健性与安全性。2012年，CPSS和IOSCO（International Organization of Securities Commissions）联合发布了出版了《金融市场基础设施原则》（PFMI），旨在形成全球共同努力完善金融市场基础设施的“软法”。在PFMI的9大方面里，加强全面风险管理成为主要内容，篇幅远大于其他要素。

之所以这样，就是因为金融市场基础设施具有特殊性，正如前美联储主席格林斯潘在其回忆录中写道：“若是要



我国支付清算体系是在较为薄弱的基础上快速发展起来的，有时呈现某些“多头并进”和“碎片化”现象。如今，为了更好地承载金融创新与发展，就需要打造一个高效的“多层次新型支付市场”。

存心搞垮美国经济，只需摧毁电子支付系统就行了”。支付清算基础设施，如同经济基础设施一样，在初期严重缺乏的时候，需要加大建设力度、尽快布局，从而保障金融“交通和物流”的顺畅。但到了一定阶段之后，就需全面提高建设质量，严格防止“豆腐渣”工程和低效项目。

虽然近两年欧美也开始强调支付市场效率，但其已有多年的严格监管和“工程质量监督机制”。相比而言，我国则到了需大力抓好金融基础设施“项目监理”、有效防范风险的时点，当然这一“跷跷板”将来也是动态变化的。第三方支付作为“支付系统”的类型之一，也离不开这样的大势变迁。

第二，基于国家支付体系的战略视角，需要统筹安排，构建“多层次新型支付市场”。在经济基础设施建设中，重复建设、多头管理、资源浪费等一直受到关注。同样在金融基础设施建设中，随着“初级阶段”告一段落，也需要从国家支付体系的大视野，进行更好地战略统筹。

事实上，发达国家与发展中国家都开始意识到这一点。例如，美联储在2015年发布《提升美国支付体系战略报告》之后，专门成立两个工作组，分别围绕效率与安全，重点推动美国支付体系变革，以应对国内外的挑战。

再如，2017年初埃及成立了由总统领导的国家支付委员会，成员包括总理、央行行长以及国防部长、计划部长、内政部长、通讯部长、司法部长和财政部长等内阁成员以及情报总局、行政检察署、央行副行长、财政检查局等机构负责人。该机构负责减少银行部门外纸币的使用、支持和鼓励电子支付以及构建国家支付体系并对该体系框架进行监督以减少相应风险。还将促进民众对银行体系的利用，实现正式经济和非正式经济的融合、降低货币转移成本、增加税收、保护支付体系使用者的权益等。

我国支付清算体系是在较为薄弱的基础上快速发展起来的，有时呈现某些“多头并进”和“碎片化”现象。如今，为了更好地承载金融创新与发展，就需要打造一个高效的“多层次新型支付市



场”。对此，一方面需要从全局看问题，注重多重目标协调，如零售支付只是整个支付体系的组成部分，第三方支付则是新型零售支付领域正在探索的“沙盒地带”，不应只片面看问题，纠结于局部利益目标。另一方面，在法律、监管、治理等各方面，都需要加强跨部门的协调机制建设，有效应对功能日益复杂的支付清算设施，因为伴随金融机构的“混业”，金融基础设施更是不可避免地出现“边界模糊”。

第三，优化支付市场供给与培育有

效需求，改善支付体系的“稳健性”与“弹性”。一方面，与日益增长的经济金融创新与发展需求相比，我国的金融基础设施有效供给仍然严重不足。就零售支付而言，这种有效供给更需强调结构与质量，而非“唯数量论”。例如，几百家拥有支付牌照的机构曾被作为改革成就，但当众多机构业务单一、同质甚至难以为继、某些“壳”牌照价格被恶炒至天价之时，显然市场是需要挤出“泡沫”和“无效供给”，构建更加严格的违规惩罚与退出机制。再如，处于灰色地带、

无证从事支付业务的机构也数量众多，尤其是打着创新名义的某些模式，其风险不容小觑。还有，同样是电子支付业务，非银行支付机构的处理金额远远低于银行，处理笔数却逐渐超过银行，表明二者的服务定位差异。当然，除了零售支付之外，大额支付、证券清算结算设施等，也面临优化供给的迫切性。

另一方面，就需求而言，首先需要培育居民、企业和其他机构的有效支付清算需求，认清“过于花哨”和短期“过渡性”需求的局限性。支付如同道路设施一样，其提供的基本功能还是交通，路边设置广告宣传当然有必要，但如果太“吸引眼球”，或许也会带来“事故

多发”。再如，以零售支付创新来促进消费非常重要，但如果居民收入、社会保障等条件跟不上，则便利支付加上金融杠杆共同作用于消费行为，最终不一定有利于居民福利提升。因此，支付清算的供给侧改革与需求管理，需要避免大起大落，在遵循市场规律的基础上，应该更加强调持续、稳健、均衡发展。

第四，处理好平台化与垂直化、国有化与民营化等基本关系，也是亟待解决的重大挑战。在金融市场基础设施建设过程中，需管理好一系列复杂关系。一则，基础设施自然具有某种“公共性”特征，支付清算设施也是如此，这就要求支付清算组织、系统可能需要在拥有



“经营可持续”同时，不能忽视公共性原则。

二则，支付清算组织作为承载资金流动的、“四通八达”的基础设施，天然具有某种平台化特征，也是平台经济学理论的研究重点。与其同时，全球复杂支付体系也已悄然形成，支付近年来也逐步成为商业模式的一部分、市场营销的新手段。由此，在服务平台参与者与自身掌控产业链之间，或许会面临某种权衡困局，如 VISA 等银行卡组织一直存在“三方模式”还是“四方模式”的“路线之争”，第三方支付机构也存在是否有隐形“跨行转接清算”的争议。客观看，二者在某种程度上难以兼容，

选择平台化的“开放性”，还是垂直化的金融控制“闭环”，也是许多支付清算组织“向左走、向右走”的难题。

三则，以欧美为代表，现代支付清算设施往往是自下而上发展起来，在复杂的监管约束下，民营化设施也成为主流。相比来看，我国是基于自上而下推动金融市场基础设施建设的路径，未来更面临新的权衡。其中，对于支付交易层面来看，应该在监管一致性前提下，继续推动各类支付机构的市场化发展，鼓励民营资本充分参与；对于清算结算环节来说，基于国情，在适度推动民营化的同时，仍需在新形势下探索国家自主可控的原则与模式。应该说，符合法



律与国家政策、市场化运营、民营资本参与、减少行政规制，几者之间完全能够实现协调共存。

第五，真正推动支付行业转向扎实的金融科技驱动。金融稳定委员会(FSB)于2016年初对“金融科技”做出了初步定义，即“金融科技(FinTech)是指技术带来的金融创新，它能创造新的业务模式、应用、流程或产品，从而对金融市场、金融机构或金融服务的提供方式造成重大影响”。就全球来看，支付领域正是金融科技最具生命力的应用场景之一。对此，一是面临新技术时代的重要转折期，无论银行还是非银行支付机构，都要减少对制度红利和套利的“迷恋”，而真正把科技驱动作为支付服务创新的核心动力，强化金融科技的“正外部性”。二是消除“金融科技腾飞幻觉”，因为我们的支付工具创新虽然看似“眼花缭乱”、“赶英超美”，但是在基础技术研发、技术标准化等层面还有大量不足之处。三是金融科技可能使得金融与非金融的边界进一步模糊，但无论怎么，金融运行的底线不能突破，相应的穿透式、功能式支付监管体系也需完善。

第六，“三路并进”完善支付消费者保护机制。在2008年金融危机之后，欧美金融监管进一步强调和突出金融消费者保护，以至于引起了金融业的许多

真正推动支付行业转向扎实的金融科技驱动。金融稳定委员会(FSB)于2016年初对“金融科技”做出了初步定义，即“金融科技(FinTech)是指技术带来的金融创新，它能创造新的业务模式、应用、流程或产品，从而对金融市场、金融机构或金融服务的提供方式造成重大影响”。

争议。相比而言，我国的金融消费者保护刚刚起步，属于保护不足而非过度。对于支付消费者保护来说，考虑到其特殊性，更应该作为重中之重。对此，一是需要政府、监管部门完善消费者保护的法律法规、工作思路、方法与模式，使得违规者与机会主义者承担高额违规成本；二是需要协会等自律组织、社会组织等，共同致力于形成良好的行业氛围，使得各类侵犯消费者的行为、不同主体串谋的行为等都“无所遁形”，并且“人人喊打”；三是应该致力于提升支付消费者的专业知识与自我保护意识，使得支付领域的违规乃至诈骗行为，失去生存的土壤，因为随着新型支付手段的飞速发展，大量问题都是由于支付服务消费者不熟悉安全原则而遭受损失。■



一封写给智能扩增时代的 企业盈利说明书

文 / 赵志宏

渤海银行董事会秘书、战略发展总裁



很多科幻爱好者翘首以盼的，混合了虚拟现实的冒险故事《我是玩家一号》，由斯皮尔伯格导演，预计将会于2017年12月15日在美国上映。在现实生活中，科技趋势也正席卷而来，无论从国家社会乃至个人生活、工作

形态都不断被科技“扩增”。超级城市、超级汽车、超级机器人……，未来的世界面貌可能与今日大相径庭。多种迹象表明，未来已经来到，只是分配不均。未来公司将只有两种，有人工智能的和不赚钱的。塔塔咨询公司（Tata Consultancy Services）近日发布的其第七个全球趋势年度报告显示，人工智能的投入力度和公司业务盈利能力之间存在明显的相关性。这篇题为《越来越聪明：人工智能正在怎样提升全球公司的表现》的报告还显示，84%的公司

把人工智能视为竞争力的关键要素，并认为在 2020 年仍保持这项技术的领先优势对公司来讲非常重要。

那么，科技将如何翻转企业的盈利模式？企业将如何提升盈利能力？

一

智能扩增时代：颠覆企业发展的新思维

继“工业时代”（或“机器时代”）、“太空时代”和“数字时代”后，“扩增时代”（Augmented Ages）将围绕着四股突破力而展开：人工智能、体验设计、智能基础设施，以及健康科技。尽管过去的“时代”均曾挟重大突破及变革而来，但从整体而言，科技突破也创造出更多的工作机会和更多的财富，并“扩增”社会安全及健康福祉。我们今日探索的科技，如：人工智能、基因编辑、纳米制造、无人自驾车、机器人、穿戴式设备和嵌



入式运算，都将重新定义下一世代人的发展。因此，“扩增时代”时代更精准地称谓是“智能扩增时代”。

整个社会对变革的回应，是促成改变如此迅速的主因。自工业时代以来，新技术对整个社会的影响痕迹处处可见，无论是蒸汽机或自拍棒，皆是如此。目前，我们评估改变的单位将以“月”计，某些企业从零扩张到数十亿美元市值的时间，甚至短于传统企业推出一条新产品线所需的时间。

人口的流动，给企业带来了新的机遇与挑战。当今的高薪工作已与 100 年前截然不同，在过去的两个世纪，我们已从农业型社会进入高度依赖科技和服务业的社会。1750 年时，八成的英国人口居住在乡村，1990 年已降至三成，而到 2030 年预计将会减少到 8%，同样的现象也在我国上演，1950 到 2000 年间，我国城市人口从 12% 上升为 40%，预计 2030 年时应会进一步增加到 60.3%。

时代的前进与技术的进步相辅相成，新业态不断呈现。工业时代打破了生产流程，并且发展出生产“规模”的概念，促进生产力的大幅增加；在原子、太空时代，虽然产量持续提高，生产成果仍可提升，但改变的难度也在提高；数字、资讯时代，在提高流程效率的诉求下，先后诞生了大型主机、工厂和生产自动化技术，到 1990 年，自动化生产的潮

互联网所直接冲击的是商品的销售模式、资讯的获取和产业价值链的思维；在智能扩增时代里，被突破则是资讯、智能和建议（即资讯与智能的应用）的本身。

流更进一步延伸到业务流程和营运自动化层面，此时，许多企业引入管理全企业运作的商用软件（如 SAP 的解决方案）来加强管理，互联网的影响更加巨大，打破了商品的分销机制，众多传统行业与实体商店受到了直接的冲击。

互联网所直接冲击的是商品的销售模式、资讯的获取和产业价值链的思维；在智能扩增时代里，被突破则是资讯、智能和建议（即资讯与智能的应用）的本身。智能扩增时代将带来四股颠覆力量（人工智能、分散式和嵌入式体验、智慧基础设施、基因编辑和健康科技），并促成两个长期突破性科技（超颖材料、3D 打印）的崛起。以 3D 打印为例，2015 年 7 月，国际太空站上的宇航员“下

载”了一支扳手，并利用特殊设计的 3D 打印机打印出来。3D 打印技术可大幅缩减太空飞行器的空间、以及所需承载的储物空间和重量。同年，在南苏丹，多伦多大学和 Autodesk 乌干达研究所已为当地人提供 3D 打印义肢服务。

这些强大的新技术必定颠覆企业的商业模式，过去的几个时代里，在新技术的引领下，劳动力在各产业间取得再平衡。在工业时代，工作机会从传统农业转向制造业；制造业在 20 世纪间稳步增长，直到 1970-1980 年间，在新的生产流程、电子设备和自动化技术的催化下，制造业工作又从工厂流向服务业。随着 AI 和体验式设计冲击服务业，21 世纪企业的盈利模式又会是怎样？



智能扩增时代的企业拥有六种盈利模式

Gartner 对全球 CEO 调研发现，CEO 预期未来三年内数字化所带来的收入是目前的两倍，即：到 2019 年，各行业将有 46% 的收入得益于数字化，目前我国某些行业已经达到或超过该目标，比

如互联金融行业。

智能扩增时代企业的盈利模式可归纳为六种，即：数字资产变现、产品和服务的数字化、按用量进行收费、与客户共享预期的成果、运行商业生态平台、转型到新的行业。



（一）数字资产变现

可变现的数据资产包括：与客户相关的数据，在此基础上所生成的数据洞察及算法。

1. 数据变现

公司可将已拥有的数据和可获得的

数据，通过合法、合理方式提供给相关方。纽交所（NYSE）拥有近 3000 家上市公司和会员公司的报价数据、市场份额信息、分析师评级意见、公司简介及新闻等资料，是名副其实的信息枢纽，纽交所对上述数据进行分析、整理并结构化处理，将这些结构化的数据卖给美国的数据分析公司、高校研究机构及联



者行为习惯数据，提供给零售供应链上的其他合作商和合作伙伴等利益相关方，供利益相关方从消费者行为习惯入手，分析对手、寻找新商机、为消费者提供定制化的商品。

2. 数据洞察变现

邦政府宏观经济预测机构，方便数据使用方得到及时、准确的市场信息；美国第三大零售集团克罗格（Kroger）是具有百年历史的名店，围绕着市场消费需求的变化，不断进行创新，创造了世界零售百年史上的若干个第一，在新技术的驱动下，克罗格将其在 35 个国家、2796 家零售商店多年以来积累下的消费

专业专注的企业，对数据具备独有的洞察力，在智能扩增时代，企业可将数据洞察力作为商品出售给相关需求方。天气大数据公司（The Climate Corporation）隶属于孟山都公司，致力于通过独有且高效的软硬件和保险产品，帮助全球农民更安全合理地进行耕作。该公司汇总了 250 万个地点的气象测量数据和各个主要气候模型的天气预报，同时综合 1500 亿个土壤观测记录，对这些数据进行处理，生成出 10 万亿个天气模拟数据点，在此基础上，形成自身独特的天气预测能力。通过公司下属的天气科技平台 Climate Technology Platform，天气大数据公司向农民、耕作公司和政府机构输出自身的天气数据预测能力，提供精确定位的天气监测、农艺模型和高清模拟天气等服务，帮助农民掌握更多信息，更好地进行田间管理和理财决策，从而提高收益。同时，天气大数据公司与 OneBeacon 保险公司（美国联邦作物保险项目的授权供应商）独家合作，通过作物保险独立代理商为农民提供农业领域最有效、最全面的风

险管理增值方案。

3. 算法变现

在智能扩增时代，面对实时涌入的巨量数据，汇总、加工、分析的算法将成为众多企业的独有知识产权和核心竞争力。美国 Apervita 公司，通过观察患者的病史数据和同龄人群的健康数据，根据众多的分析和验证，形成独有的“健康算法”，该算法可以预测患者的存活几率、存活寿命，患心血管疾病如心梗的概率，即使一个患者的心电图是正常的，也可以通过与同龄人其他健康数据的比对，来预测其患某种疾病的可能性，该公司将此算法卖给医院、保险公司及

美国健康组织。以保险公司为例，寿险和健康险公司已经体会到这些技术可以大幅降低承保风险，并帮助被保险人配合医疗专家的要求加强健康管理。未来，保险公司不仅会评估被保险人的心脏病发作的风险，还会监测被保险人的生活形态和生理特征数据。Apple 在 2015 年推出名为 HealthKit 的 app，可监测从卡路里消耗到锌摄入量等 67 项健康数据，包括恒康保险（John Hancock）在内的大型保险公司已经开始针对穿戴健康数据跟踪设备的被保险人提供保单折扣，因为有了“健康算法”和穿戴设备的数据，被保险人的健康风险已完全可控。

（二）产品和服务的数字化

1. 产品数字化

众多的传统制造业、创新型企业的产品，在物联网和 AI 的改造下，功能倍增，越发智慧，为企业带来新的卖点。白色电制造巨头惠而浦（Whirlpool）在 2016 年初推出的智能厨房已集成亚马逊 Dash 自动补充功能，当冰箱里的鸡蛋、牛奶不足时，冰箱将自动下单购买；智

能厨房套件与 Google Nest 整合后，还可以帮助智能厨房设备在不同模式间自动切换：如 Nest 的“离开”信号设置“防皱模式”后，当用户离家时，洗衣机自动启动比较耗时的防皱模式；2017 年，新的 Alexa 技术给整合的智能家居增添更多的功能，在做饭时，Alexa 会提醒用户设置烹饪模式和温度，检查烤箱是否开启，并使用语言指令设置烹饪定时器等。



2. 服务数字化

服务的数字化，不仅为企业节约了成本，更为企业拓展了新的商业模式，可打破传统服务格局、出奇制胜。美国快速贷款公司（Quichen Loans）在软件方面有传统优势，为中小企业和 SOHO 提供快速记账服务，为个人和中小企业提供合理避税服务；快速贷款公司利用其在软件方面的优势，专注在线抵押贷款，和银行直接形成竞争。在美国最大的四家按揭贷款机构中，排名第二的快

速贷款公司可谓特立独行：不设任何办事处（排名第一的富国银行拥有 6246 家支行），只通过网络和电话与顾客互动。它也不吸收存款，完全依靠批发融资为贷款提供资金。他们有着与富国银行、摩根大通等巨头全然不同的业务模式，却成了业内成长最快的公司：其新增贷款已从 2008 年的 120 亿美元上升至 2015 年的 790 亿美元。在智能扩增时代发展到一定阶段以后，银行现在提供的产品，包括转账卡、活期账户、房贷、预借现金、定期存款、车贷等都将消失。

支付、储值、投资和信用额度仍将继续存在，但不会再像今天这样被银行包装成独立的产品，而将成为围绕你的钱和你的生活所创造出的分散式、嵌入日常生活中的功能。

（三）按用量进行收费

智能扩增时代的新技术，打破了买卖双方信息间的不对称，为精细化的计价提供了保障，从而使更多的行业可以按用量进行收费。2015年 Philips 与阿姆斯特丹的 Schiphol 机场的合作，Philips 不再直接将灯泡卖给机场，而是把灯光作为服务提供给机场，并按照每千瓦时的使用情况，按用量进行收费，同时 Philips 还提供了按维护量进行收费的模式。合作中，在建筑设计师和 Philips 公司的帮助下，优化了机场照明系统的设计，灯光系统的可靠性提升了 75%，Philips 通过使用 LED 节能灯为机场节省了 50% 的电力消耗。对机场来说，不再需要管理自身不擅长而又琐碎的照明系统维护事宜，同时还可以把前期购买新灯泡的支出变成了长期维护费用。

（四）与客户共享预期的成果

智能扩增时代的新技术，打破了买卖双方信息间的不对称，为精细化的计价提供了保障，从而使更多的行业可以按用量进行收费。

共享经济的思维模式下，越来越多的客户已经接受按照预期成果，与产品和服务提供方分享利益。日立(HITACHI) 机车公司对机车的主要配件包括车身、空调、刹车、电气化等设备安装传感器，进行数字化升级工作后，向货运和客运公司客户提供全新的服务模式：日立机车的客户可选择不再购买整辆机车，而是与日立机车签订详尽的协议，约定基于共担运营风险的方式缴纳服务费，比如“保障 90% 正常运营时间的价格是 **”；另外，从法国的 FundShop 到澳洲的 Stockspot，从加拿大的 Weathsimple 到美国的 Weathfront，智能投顾席卷全球，随着 IBM Watson 早在 2012 年就通过了美国职业医师资格考试，在智能扩增时代，我们有理由相信：人工智能创新公司将在财富管理领域，通过分享与客户共同创造的财富价值而获利的商业模式很快将会来到。

（五）运行商业生态平台

产品和服务的简单买卖已是明日黄花，智能扩增时代的企业和消费者之间是共生、互惠的生态关系，每个参与者都是赢家，在这种模式下，企业已经不仅仅为自身盈利，也为平台上的合作方



提供盈利的机会。美国卡特彼勒公司是农业作业机器、工程道路作业机器生产商，该公司发现很多时候已被客户购买的机器空闲率很高，而短期使用机器的客户，又没有购买的动力；该公司成立了YARDCLUB平台提供设备在线租赁服务，为设备的出租方、承租方提供便利，同时，卡特彼勒通过收取出租方、承租方的会员费，带来持续收益。众安保险作为国内首家互联网保险公司，由平安、阿里和腾讯共同打造，阿里带来了中小企业客户群，平安带来了保险业务的专业知识，腾讯带来了社交和产品定价方面的专长，通过该平台各股东强强联手、

互通有无，众安保险在互联网生态、直达用户、以及开发空白领域三个方面发力，一般而言国内财险公司盈利周期为5-7年，而众安保险自成立后已连续两年盈利，良好的盈利预期使得众安保险在成立不到两年的时间即完成首轮融资并获得了500亿元的估值。

（六）转型到新的行业

智能扩增时代的颠覆技术不仅打破了现有的行业壁垒，同时也拓展出众多的新兴产业，企业进入新行业的成本越来越低、机会越来越多，这种模式下企业的转型度最高、所需的变化也最大。太阳能在2014年时只占全美电力供应的0.4%，但比起2010年时，屋顶太阳能装置的总发电量已增加10倍，2015年，太阳能发电与天然气发电的成本持平。汽车及储能领导厂商特斯拉（Tesla Motors）于2014年在美国内华达州投资50亿美元建造超级电池工厂（Gigafactory），除了生产特斯拉电动汽车的电池外，还进军家用电力供应市场。2015年5月推出家用能源储存系统Powerwall——专用于存放白天里多余的太阳能，让家庭用户可以不再依靠电网用电。特斯拉发布上述消息后，短短九天内便接到8.5万笔家用电池系统订单，将2016年中前的产量销售一空，总价值超8亿美元；2016年10月，该公司发布了第二代产品Powerwall 2，



第二代产品较第一代产品储电容量增加一倍、体积减少 30%、价格便宜 50%；根据 Rivet 预测，在未来 10 年内安装屋顶型太阳能系统的家庭将全面使用储能电池，以减轻电费支出和妥善利用清洁能源。面对全球家庭用户超过 20 亿户的庞大市场，特斯拉的盈利前景一片光明。

三

企业如何在智能扩增时代提升盈利能力？

以人工智能、分散式及嵌入式体验、

智慧基础设施、基因编辑和健康科技、超颖材料及 3D 打印为代表的智能扩增时代中，企业盈利模式较传统模式有本质区别：Airbnb 重塑了酒店行业，该公司进入新区域的成本几乎为零；Facebook 是世界上最大的内容提供商，但是自身不创造任何内容，所有内容都来自于终端客户；阿里巴巴的交易量最高，却是零库存；某股份制银行已将自身金融科技能力打包注入数金子公司，专注金融科技的输出；这些智能扩增时代企业盈利的特点是：低成本、低资本、轻资产的投入；持续、高频、与客户共享的产出。在智能扩增时代，企业可从

以下几个方面提升盈利能力：

（一）盘点数据资产，提升变现能力

任何企业都可以盘点下自己所拥有或可获得的数据和算法，并进行产品化包装，做成 APP 或 API 进行变现。印度国家银行做了 650 余个 API 提供给所有客户，客户可以按需获得自己关心的数据或定制自己的服务，这些服务都是基于银行核心系统之上的；银行通过 API 提供的投资建议，都是基于 KYC、风险分析、投资组合算法之上而形成的；定价时，可根据客户使用的数据范围、API 数目、定制服务的内容和频度等维度进行计费；如果企业尚未形成清晰的数字资产、具有竞争力的数据洞察力或独特的数据算法，可以先从小的数据着手进行试点，在探索中提升企业数据资产的变现能力。

（二）识别可数字化的产品和服务，平衡现有渠道

识别在物联网环境下可数字化的产品和服务，企业拥有怎样的资产、消费品可以互联互通；有怎样的服务，可对产品的运营状态进行持续监督；通过监测获得资讯，对产品和服务进行更新、升级的客户体验如何？据预测，到 2020 年，全球联网的物件数将达到 500 亿个，2030 年全球传感器的数量将高达 100 兆，也就是说，一个人将拥有 150 个传

感器。随着技术的进步，一个传感器的价格将低于 6 元，把所有产品均连接上物联网，再考虑如何使用，也是一个看似可行的方案。但在物联网环境下，企业对大量涌入进来的数据进行监测和分析的能力才是实现服务货币化的关键。另外，在此过程中也要平衡与现有渠道的关系，国内某家石油集团在服务数字化转型的过程中，建立了在线的销售渠道，实际情况是，现有线下渠道与新建的线上渠道在客户分流、资源分配、定价策略等方面有许多冲突之处，这就需要 CEO 在制定产品和服务数字化战略时，从为客户提供全新的服务体验及获得新的、长期、受保护的收入源两个维度综合考量。



（三）建立透明、清晰的财务模型， 拥抱扩增科技

共享经济时代，客户需要更有效率的服务，企业为了在智能扩增时代获得持续的利润，首先要确保财务模型是实时的、透明的、易理解的，让客户一看到就能觉得计费方式是划算的：卖咖啡机的企业可以考虑不直接卖咖啡机来盈利，商家可免费获得咖啡机，企业可以按每月咖啡的销量来收费，以此提高咖啡机的销量并获得持续的现金流。同时，企业也要积极拥抱智能扩增时代的科技，交付一个客户预期的产出，客户关注的风险在哪里，企业可以帮助客户实现的成果在哪里，客户预期获得什么级别的服务等，如日立机车的例子，春运期间铁路局需要 99.99% 的正常运转率、按月缴费，其他时间铁路局需要保证 98%

的正常运转率、按季缴费，企业和客户均需要实时地监测机车各个部件的运行状态，这就需要企业积极拥抱智慧基础设施、人工智能等智能扩增时代的科技力量，倍增自身能力。需要注意的是，客户预期与企业的标准服务之间存在理解上的差异，在实际执行过程中双方可能会有很多争议，这就需要双方在签订合同时考虑周详，并结合实际定期调整。

（四）建立生态新平台，实现各方共赢

通过运行商业平台进行创收的企业，可结合自身实际，考虑如何吸引买方、卖方，再按照从易到难、由内而外的路径逐级、逐层地拓展业务。如今零售经济进入一个怪圈，越来越多的商家没有把精力放在“如何做好产品和服务”上，



微信公众平台让零售者们看到一个真正可以连接消费者的机会，在消费者的社区里和他们交朋友，在互动和服务过程中营销自己，促进消费意向，进而达到传播和销售。

而是不得不专注于“如何买到更多的流量”，恶性循环的结果是平台生态环境恶劣：商家日子不好过、商品和服务质量下降、消费者也无法受益，只有“流量平台”赚钱。但能赚钱的平台的市场格局已经形成，新进入者的难度比较大，微信的公众平台的实践，给了我们新的启示：微信公众平台让零售者们看到一个真正可以连接消费者的机会，在消费者的社区里和他们交朋友，在互动和服务过程中营销自己，促进消费意向，进而达到传播和销售。不只是可以抓住自己的顾客，让他们重复消费，还可以通过顾客进行更好的二次传播，让顾客给自己带来更多的顾客。进而促使零售者们提高产品和服务质量，在这个生态中，消费者、零售商、微信都各得其所，皆大欢喜，这就是“生态”的力量、共赢的智慧。

（五）以竞合思维，探索新领域

企业可通过收购、引进战略合作伙伴等方式进入新的行业、领域，实现企业跨界经营、升级发展。智能扩增时代已将很多不可能变为可能，各行业间的界限将被打破：阿里、腾讯在做银行，谷歌在做无人驾驶车，亚马逊的无人送货机已经研制到第九代。竞合思维正在帮助越来越多的企业找到了新的利润点，谷歌通过收购 nest 进入智能家居、家用自动化市场；2016 年初顺丰正式成立“冷运事业部”，分离了医药冷链和生鲜冷链，标志着顺丰正式入局医药配送，医药冷链当年营收已超 4 亿元。2015 年，荷兰代尔夫特理工大学 (TU Delft University) 研制了配备除颤器的急救无人运输机，可在急救人员的控制下快速飞抵病发现场。在不久的将来，或许顺丰和大疆联合研发的无人机将被用到送货、医疗运输等更广泛领域。

数学家诺依曼 (John von Neumann) 和未来学家库兹韦尔 (Ray Kurzweil) 提出“奇点”理论，他们认为在突破科技发展的限制时，我们便能运用超强运算能力来解决人类的所有问题，并预测纯粹的人类文明的终结是在 2045 年。事实上，现在社会已开始逐步加速奔向智能扩增时代的盈利模式转型“奇点” (Singularity)，企业间的生存竞争正在从“大鱼吃小鱼”转向“快鱼吃慢鱼”。■

移动互联网时代如何激活组织

文 / 孙陶然

拉卡拉控股董事长





从 2015 年初开始，我反复地在拉卡拉强调要打造一个共生的系统，和很多大家听到的其他系统不一样，拉卡拉这个共生系统不是概念，是我们的活法，是我们日子的过法。在拉卡拉内部我把共生系统定义了三个特点：

第一个特点，百花齐放、百家争鸣。每个个体它的目标都是长成参天大树，并不是说哪个子公司是红花，哪个子公司要做绿叶，我们每个独立的最小考核单位，它的目标都是要独立长成参天大树。

第二个特点，我们有一个共同的母体来为每个个体提供营养和养分。换句话说，我们每一棵要长成参天大树的小树苗都不是在沙漠里生长，我们这个母体会给它们提供适合它们生长的营养、水分和空气，这就是在我们体系内要有五个方面是统一的，即品牌、账户系统、用户系统、生产系统、支付系统是统一的，这五个统一就是我们每个要长成参天大树的那些小树苗们生存的土壤。所以，每个个体都不是一个人在战斗，他是建立在母体已经提供的比较丰富的营养基础之上。

我们母体鼓励个体之间相互协作，但不封闭，我鼓励拉卡拉的信贷体系使用我们的支付服务，但不限制说我们自己的支付只能给我们自己的公司，每一个都以独立的长成自己细分领域数一数二为目标，母体为每一个子系统提供促进它生长，支持它生长的一些基础，我们鼓励彼此之间的合作。

第三个特点，我们母体鼓励个体之间相互协作，但不封闭，我鼓励拉卡拉的信贷体系使用我们的支付服务，但不限制说我们自己的支付只能给我们自己的公司，每一个都以独立的长成自己细分领域数一数二为目标，母体为每一个子系统提供促进它生长，支持它生长的一些基础，我们鼓励彼此之间的合作。事实上在拉卡拉进入新的发展阶段之后，我们确实也是按照这样一个共生系统的理念来去设计我们的组织架构，贯穿到我们的理念和文化中。

如何激活组织？我理解这个话题对于企业的领导者来讲，就是如何去打造一个有活力的企业。我第一次听到组织活力这个词大概是在1991年，当时我刚刚上大学，我们系里面开了一门课，那门课对我们的影响都蛮大的，特点就是每个星期的课请一个当时最有影响力的青年经济学者来讲，每堂课都不一样，我记得当年非常有名的一些经济学者都来讲了，其中有一个人讲的我印象特别深，他就讲当时的国企改革，他说我们

的国企为什么不好？是因为这些企业没有活力，为什么这些企业没有活力呢？是因为这些企业没有动力，为什么没有动力呢？是因为他们的体制不行，所以要进行体制改革。所以，我们得打造一个有活力的组织。

但是，自从我开始做企业之后，我相信每个企业的领导者都明白这一点，我们面临的最主要的问题就是如何让自己的公司不要成为一个有大企业病的组织。你别看拉卡拉，在我这么重视之下，我们依然有这个问题。比如曾经有一个副总跟我抱怨我们某一个文件签字需要8个人签字，我当时都惊了，因为我作为企业的最高领导人，这是我最刻意避免的。我认为只有把自己的企业构造成一个有活力的企业，你作为最高负责人才睡得着觉。所以，这是一个普遍的问题。

我谈一下我的体会，我认为在实操过程中解决这个问题有三个做法。

第一，首先是体制问题。不论我是30人的企业，还是3000人，到底构造



一个计划经济的组织还是市场经济的组织，或者说是指令执行的体制还是教练运动员的体制。我认为这部分很重要。如果我们的企业构造的是一个指令，执行这样的一种体制，可以把它理解为有点像计划经济的体制。这个企业如果都是由他的 CEO 做所有的决策，他的每一个职能部门和每一个子公司的负责人都是执行指令的角色，那么这个企业一定走不远。如果这个企业他的最高级的负责人只是一个教练的角色，他的每一个独立的个体都是一个运动员，运动员是要自己去参赛的，教练可以教你，可以训练你，可以辅导你，不可能替你去参赛，如果你打造成这样一个体制，我认为企业走向活力的第一步，这其实

也是我在拉卡拉想打造的一种体制。我一度认为我已经成功了，因为最近几年拉卡拉的发展速度非常快，我们的独立子公司已经发展到将近 20 个，而且跨了整个行业。但是，我的朋友们都说，看到我最近非常闲，就是拉卡拉做的越大，我越闲，这个确实是实际情况，也是我追求的，就是因为我在努力的打造这样一种体制，我只是一个教练员，而我们的每个独立子公司他们是运动员，独立子公司的 CEO 是一个领军人物，他有他的团队，他们再去开创他们的事业。而恰恰是这样的一种体制也让我看到了另外一个很好的收获，就是我们最近几年创造出来的新的产品都是自下而上的，没有任何一个产品说我提出来的，然后



由我们下面子公司创新的。

所以，我认为这样的一种体制是保证这个组织有活力的根本，它的核心是什么呢？就是一定要变成是驾驭整个事情，而不是你所有的下级只是在执行帮助你做这个事情。第一种体制是把每个个体当做孩子，他认为孩子是什么都不懂的，孩子不知道自己应该做什么，所以不断要指令下去。

第二种体制是它每个独立的个体，自己该干什么，不该干什么。而作为上级，他只需要去给予一定的领导，所以，这一点上来讲，其实特别像我们宏观经济里的计划经济和市场经济。我认为如

果是自上而下的要进行指令式的这样的一种体制，它是永远体会不到的。为什么呢？第一，随着系统越来越复杂，你需要下指令的方向越来越多。第二，一个指令下去在执行过程中，周边环境一变就需要下达调整指令，如果这时候没有下达调整指令，下面的人就不会干了，这就是我对计划经济极其关注的原因，而且我认为这个是有理论基础的，因为现在在互联网时代这个社会的复杂程度已经不是一维计算，而变成了多维计算。我念书的时候，我的老师告诉我们说国民经济计划管理就是这 88 行 88 列。但现在可能 888 行，888 列，而且更是多维的。所以，在这种情况下，如果还是

指令执行的公司体制，这个公司很难有活力，而一定要变成教练、运动员的这种体制，让每一个独立的部门独立地去发展它的使命，而我们来承担一种领导者的角色。

我认为领导者有三件事。第一，定方向。第二，当后援。第三，做协调。平级之间协调不了的事你去协调，我们就去干这三件事，剩下所有事情都是下一级组织的事，而这样就做到了公司越大，我往后退的越久，所以这个是我们的第一个体会。

第二点体会，就是如何让这个企业有活力，我认为文化很重要，企业文化特别重要。你这个企业你的核心价值观，包括你的方法论，以及所有的组织企业文化之间的模块，企业文化非常非常重要。那么，核心是什么？核心就是企业

我认为领导者有三件事。第一，定方向。第二，当后援。第三，做协调。



的个性领导者有没有主人感。

当然，你的文化要有核心价值观，企业的规章制度很难把方方面面涉及到，需要文化里面凝聚的核心价值。我认为最重要的是我们选择了各级干部，尤其是越高级的干部是不是有主人感，如果都是这样的人，并且我们的企业文化本身的实质也是这种创业团队的企业文化。因为我们不可能对每件事都做出具体分析，所以我们只能看个性的管理，而个性的管理者其实是他的态度，这个态度的背后就是企业文化。所以，在这一点上，我认为也是非常重要的。

假设开始一个新的创业，在企业文化这方面，我想我会更加坚定地在公司一开始创立的时候就确定企业文化，在军规中我讲到公司的创办是两个层面，物理层面的创办我们都会注册下来，建立组织结构，招人。但是，还有一个精神层面的创立，就是为企业确立它的文化，这个很多创业者往往忽略。很多人认为企业大了才去做文化，我认为文化应该一开始去做。我还会更加坚定去做大企业文化，企业文化分广义和

狭义，狭义的企业文化我们讲愿景、使命、价值观。在拉卡拉我们推行的是广义的企业文化，拉卡拉的企业文化有五个板块，除了核心价值观作为第一板块之外，我们还有十二条令，就是规定了十二条纪律。第三个板块是方法论，拉卡拉的方法论是管事的方法。第四个板块是我们的执行四部法，是管人的方法。第五个板块是我们的管理三要素，我认为对初创企业非常有效。说到极端，我们可以把所有的规章制度全部抛弃，我们只要这五个板块，拉卡拉如果按照这五个板块去做，这个公司依然是有效率，有活力的企业。

第三，我认为是战略。换句话讲，我认为更多的在于企业最高负责人。尤其是对于初创公司来讲，一把手非常重要，一把手和团队什么关系呢？一个强的一把手，配上一个强的团队，就是 $1+1>2$ ，一个弱的一把手配上一个弱的团队， $1+1<2$ ，作为企业，尤其初创企业一把手非常重要，这个企业有没有活力，这个企业能不能杀出一条血路，主要看一把手。尤其在中国，如果没有任正非，绝对不会有华为，如果不是柳传

很多人认为企业大了才去做文化，我认为文化应该一开始去做。我还会更加坚定去做大企业文化，企业文化分广义和狭义，狭义的企业文化我们讲愿景、使命、价值观。



志领导联想，也不可能走到今天。一把手对于一个组织、一个企业，他的作用是决定性的，尤其是在早期的企业。所以，这个企业到底有没有活力，有没有创造力，一把手非常重要。那么，一把手应该做什么？就是战略。你对这个企业制定了一个合适的、正确的战略，这个企业很可能就是有活力，如果战略错了，这个企业很可能就没有活力。

当然，在我们拉卡拉执行过程中，我们集中讲战略四个方面，目标、打法、资源和激励，一把手能不能设计一个正确的目标，能不能设计出一套正确的路径，能不能筹措到足够的资源支撑这个

目标和路径，我们有一套足够的激励体系，我们认为战略的四大要点，当然理论上战略是非常复杂的东西，但是我们在实操里边就简化为这四点，这四点所组成的战略我认为这个组织有没有活力非常强的东西。我认为解决体制的问题，解决企业文化的问题，解决战略正确性的问题，会有助于我们去让我们的组织，我们的企业做成一个有活力的企业，或者说如果我们企业经过十多年的发展已经有点老化了，我们需要重新激活它，从这四个点去着想，也是有助于我们去思考。■

标准化数据服务助力 银行大数据创新势在必行

文 / 何宝宏

中国信息通信研究院技术与标准研究所副所长

一、银行大数据发展成果显著

从十二五到十三五期间，在利率市场化大背景下，银行同业间竞争日益激烈，银行业面临的各方面的压力越来越大。商业银行开始利用数据挖掘技术来支持决策分析是不争的事实。商业银行为了赢得未来市场，不能输在数据的起跑线上。如何通过数据的引领提升传统银行的竞争力，已经成为摆在各银行面前的一个重要课题。随着我国大数据产业的发展 and 大数据在金融业应用的不断突破创新，几乎所有银行都把目光投向了数据的掌握与管理以提升自身核心竞争力。如何管理庞大的银行大数据、如何让银行大数据在有序安全的前提下实现价值，成为每个银行都在思考的问题。

银行对其内部产生数据的管理，也从“小数据”时代逐渐过渡到“大数据”时代。以工商银行为例，工行大数据的发展历程可以分几个阶段，从 TB 级已

经进入了 PB 级的建设阶段，并即将进入 EB 级的庞大体量。在 2000 年初，工行基于比较传统的 Oracle 和 SaaS，做了 T+1 的动态报表，银行领导和管理层能够在第二天上班前看到前一天的经营数据。2007 年工行基于当时最先进的企业级的数据仓库的体系架构启动了工行的企业级数据体系的建设，做了全行统一的管理数据的大集中。2010 年基于数据仓库的数据支持，推出了工行的 MOVA 管理会计系统，做了全行绩效考核的管理系统。2013 年随着外部形势的发展，大量数据爆发式的出现，工行引进了大数据领域在业界最流行的 Hadoop 技术，在 Hadoop 基础上搭建了信息库。2014 年工行自主研发了一个流数据平台，能够提供实时或者准实时的流数据处理。2015 年之后，正在推动分布式数据库的落地工作，未来可实现与企业级数据仓库进行互补。

当前，银行业开始尝试接入和整合外部数据资源。在传统的数据分析模式下，银行业出于市场分析、内部管理、监管等的需要，产生并记录了巨量的文本式结构化数据，涉及客户账户资金往来、财务信息等，以及网银浏览、电话、视频等非结构化数据。但是，传统意义上的银行往往仅能掌握客户与银行业务相关的金融行为，无法获得客户在社会生活中体现兴趣爱好、生活习惯、消费倾向的情感或行为数据，无法与业务数据形成联动。这一缺陷已经引起了银行从业人员的注意和重视。随着电子商务的快速发展和移动金融的深化，银行业逐步加强与外部数据源对接，甄别有效信息，整合多渠道数据，丰富客户图谱。目前，已有多家银行进行了有益尝试。

银行业智能应用需求广泛，需要内外部有效大数据资源支持。例如，有的银行提供集电话、网络在线、客户端、微博、微信于一体的整合服务平台，也有的银行信用卡中心开发智能云语音，着眼于客服语音信息的挖掘和分析，通过对海量语言数据的持续在线和实时处理，为服务质量改善、经营效率提升、服务模式创新提供支撑，从而全面提升运营管理水平。还有些银行在个人客户营销方面，着重客户数据分析，摸索出客户行为模式和潜在需求，促成定向精准销售。例如，通过分析客户行为数据和财务数据来锁定潜在客户，根据客户行为规律，并结合其所在区域、行为内容来确定消费习惯，开展针对性营销；通过分析交易记录信息来有效识别小微



企业客户，并用远程银行和云转借实施交叉销售。另外，有的银行还将其内部客户编号和微博、邮箱等相对应，将互联网数据与传统数据一起存储，建立数据库，不仅了解客户理财、基金购买等交易行为的频繁程度，还可以发现其他动态信息如出差、喜好和社交圈等。此外，银行的征信条线、风险条线，大数据的风险防控应用，基本模型需要引用外部数据的同时，也要引入外部的专家团队。最后一点，银行建立的“反欺诈”、“客户关怀”、“用户体验”、“在线实时审批”等功能服务，需要海量数据，不仅包括历史数据，还有跨领域数据、实时的外部业务数据，甚至是非官方的资讯公司类的数据等。但这些行为的合规性，仍在一定程度上具有争议。

二、银行大数据发展受到标准缺乏的制约

长期以来，银行大数据虽然快速发展，但由于缺乏相应的管理标准，其合规性与安全性等方面也在不断遭受着质疑。标准缺乏集中体现在以下几点：

一是缺乏宏观层面统一的标准。大多数商业银行数据还未在宏观层面统一规范标准进行管控，只是局部范围内规范，效果参差不齐。商业银行信息系统建设中，为了优先满足业务需求，力争

最短时间上线，往往忽略了对底层信息数据标准化的记录、跟踪、管理、优化工作，再加上沟通不及时造成信息不对称，使得信息孤岛现象严重。久而久之，积累的历史问题产生连锁反应，牵一而动百，一个微小环节的疏忽，极有可能牵动全盘风险损失。

二是缺乏内部数据开放的标准。银行拥有着大体量的数据，这些数据无论从经济的角度还是社会的角度，都具有极高的价值。但其中涉及到众多客户的隐私与个人信息，如何利用、能否对外提供缺乏明确的指导。虽然银监会与中国人民银行近年来下发了一些政策文件对其中最核心的内容进行了规定，但随着数据维度的增长与新型数据的涌现，



银行在使用外部数据的过程中，通过结合银行自身的数据而进行了“数据增值”。无论是征信还是风控，其在数据使用方面都涉及银行客户的个人利益，因此需要格外慎重。这方面配套的标准也显空缺。可以说，银行也面临着合规数据伙伴缺失的烦恼。

很多数据是否可以对外提供仍欠缺依据。例如，某些银行曾经也跟一些科技厂商有过一些合作，厂商想拿银行的数据到外部公有云上面做一些数据模型、训练、POC，但是到最后一步被叫停了。银行数据的安全性非常重要，但如何在确保安全性的前提下发挥数据价值，是值得思考的问题。银行数据对外提供时，对方的资质、数据的用途、如何保证数据被按需使用、如何监督数据使用后的销毁等问题，缺乏明确的标准。

三是缺乏外部数据来源的标准。例如，风控业务是银行的重点业务之一。在移动互联网时代，银行的风控业务有着越来越广泛的手段。结合电信运营商、征信公司、互联网公司等技术企业的数数据，无疑会极大增加风控的精准度。但什么样的数据可以为银行业务所用，是当下摆在银行和数据提供商之间的一道障碍。什么样的数据能用？什么样的数据用起来是踏实的？这是很多银行亟需获得答案的问题。数据来源涉及的权属

问题、数据真实度问题、数据质量问题等，都需要系统而完善的标准指导。

四是缺乏外部数据使用的标准。银行在使用外部数据的过程中，通过结合银行自身的数据而进行了“数据增值”。无论是征信还是风控，其在数据使用方面都涉及银行客户的个人利益，因此需要格外慎重。这方面配套的标准也显空缺。可以说，银行也面临着合规数据伙伴缺失的烦恼。

五是缺乏数据流通的流程性标准。银行数据与外部数据的整合交汇过程是需求导向的期望结果，然而无论是银行数据的外部输出还是银行将外部数据的引用输入，都需要按照一定的流程性标准进行，这个流程需要考虑信用可靠性，安全风险防控，监管机制等体系内容，该流程性标准模型具有一定的复杂性和多维性，需要设定其适用范围和数据的体量及模糊度，必要时还应采取加密措施。当前相关的标准仍处于不完善状态。

三、建立银行大数据系列标准迫在眉睫

针对上述问题，目前我国亟需建立银行大数据系列标准。通过一系列标准文件的制定，解决银行内部数据在开放共享与吸纳和使用外部数据等方面的问题。

银行大数据标准是银行跨部门、跨系统共同遵守的准则和依据，所以数据标准化工作机制建设非常必要，需要强有力的组织架构、制度和流程做保障。目前需要推广的商业银行数据标准化，旨在银行内部建立一整套共同遵守的数据准则和依据，获得最佳数据管控秩序，严格规范数据标准的定义、发布及合标的过程，从而形成数据规范的自我约束。标准化过程需要建立从宏观到微观，从格局部署到细枝末节的全套工作机制，建立和完善标准库等。

在大数据时代中，数据价值的再度升华是大势所趋，近几年银行经营决策工作对数据应用的需求再度升级，从而驱动了银行大数据标准化建设步伐。大数据标准化是数据应用的最关键基础，在数据极速积累的背景下，商业银行可以在第一时间洞察到市场动态，实现精准营销、差异化定价和风险量化等管理目标，实现更多价值创造。大数据在某种程度上是银行良好经营管理的基础保



障，大数据应用水平较高的银行在激烈的同业竞争中立于不败之地，大数据应用需求的确可以从侧面上加速驱动数据标准化建设。

目前，金融大数据合规使用的前期标准正在拟定中。标准旨在推进银行数据的合理开放共享。通过此标准及系列配套的标准，拟建立针对互联网企业等



科技企业的数 据提供和服务标准，使得银行在采纳和使用其提供的数 据时有据可依、有据可查。目前，工商银行、中信银行等都已经与贵阳大数据交易所签订了合约，成为数 据交易的成员。我们相信，通过这样系列标准的制订，将协助金融机构筛选合适的数据合作伙伴，真正促进金融大数据的发展。■

目前，工商银行、中信银行等都已经与贵阳大数据交易所签订了合约，成为数据交易的成员。我们相信，通过这样系列标准的制订，将协助金融机构筛选合适的数据合作伙伴，真正促进金融大数据的发展。



实务探讨

PRACTICAL DISCUSSION



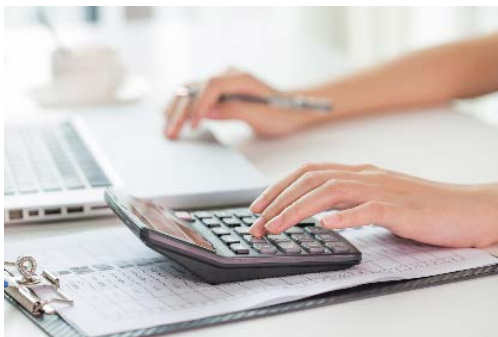


分布式清算和集中式清算的比较分析

文 / 李双飞

人民银行广州分行清算中心

在支付服务中，无论是汇兑还是消费支付，每笔支付业务都包括信息传输、差错处理和会计记账三个主要的流程，其中在二代支付系统中，支付信息在金融机构之间通过城市处理中心交互完成后，由中央银行会计核算系统对所有交易进行集中记账，通过集中处理完成清算；而以区块链技术为基础的分布清算则不会使用星型的网络拓扑架构，以公链、行业链或者私链的方式传递价值信息，采用公开账本的形式通过共识程序在全网记录所有交易信息，价值传递和记账处理可以同步进行。



一、集中式清算和分布式清算的简要介绍

本文所述的集中式清算机制是指通过中心节点进行交易信息的传递和记账，典型应用是支付系统和证券交易结算，如果客户 A 向客户 B 支付一笔费用，那么 A 通过网银或者支付工具连接 A 所在的付款银行账户，付款银行将支付信息通过支付系统（城市处理中心）发给客户 B 的收款银行，双方确认信息后，交易双方的银行和城市处理中心都会交易记账，银行在其核心系统中对交易客户记账，最后由中央银行会计核算系统在固定时点完成交易双方银行间资金的清算。

在集中式清算方式下，账户是清算业务的基础，客户的银行结算账户是按

照中央银行的制度规定在商业银行开立，商业银行核心系统对账户性质、户名和金额等做详细登记，由法律保障账户的真实性，也是国家金融秩序的根基。

在集中清算的处理过程中，清算中心处于中心节点的地位，分别将收付款信息传输给双方的银行，双方确认交易信息后，商业银行再对客户在其核心系统中的账户进行出账或入账处理，如果发生误操作，可以发起冲正操作，最后由中央银行会计核算系统对银行间资金进行记账处理，从而完成最终的资金清算。在二代支付系统的大小额支付系统中，支付保证金由商业银行在中央银行开立的备付金账户中清算，由中央银行

备付金管理制度来确保资金流转的通畅，并在交易双方出现纠纷时起纠错和仲裁的角色。

本文所述的分布式清算机制是指分布式共享总账的清算方式，典型应用是比特币的支付，如果客户 A 向客户 B 支付一笔费用，那么 A 的计算机可以构造一个支付交易 TX，将交易 TX 扩散给网络中其它节点，每个节点都接受包括自己在内的各节点产生的 TXs，挖矿节点对接受到 TXs 按时间片归集，对当前时间片区内的 TXs，进行验证和打包（批处理），每个节点也验证和接受批处理后的结果，验证通过分别独立保存到自己的账本，如图 1 所示。

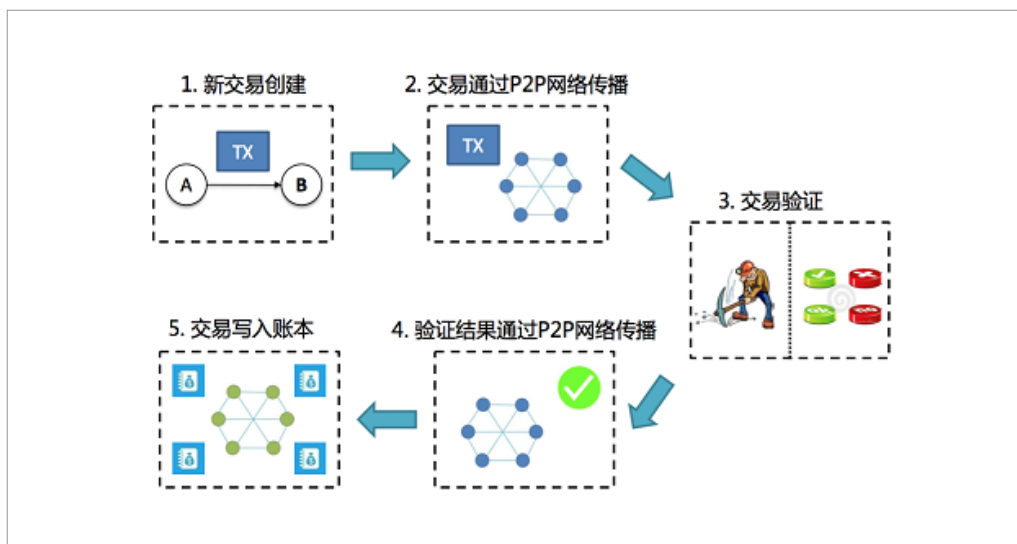
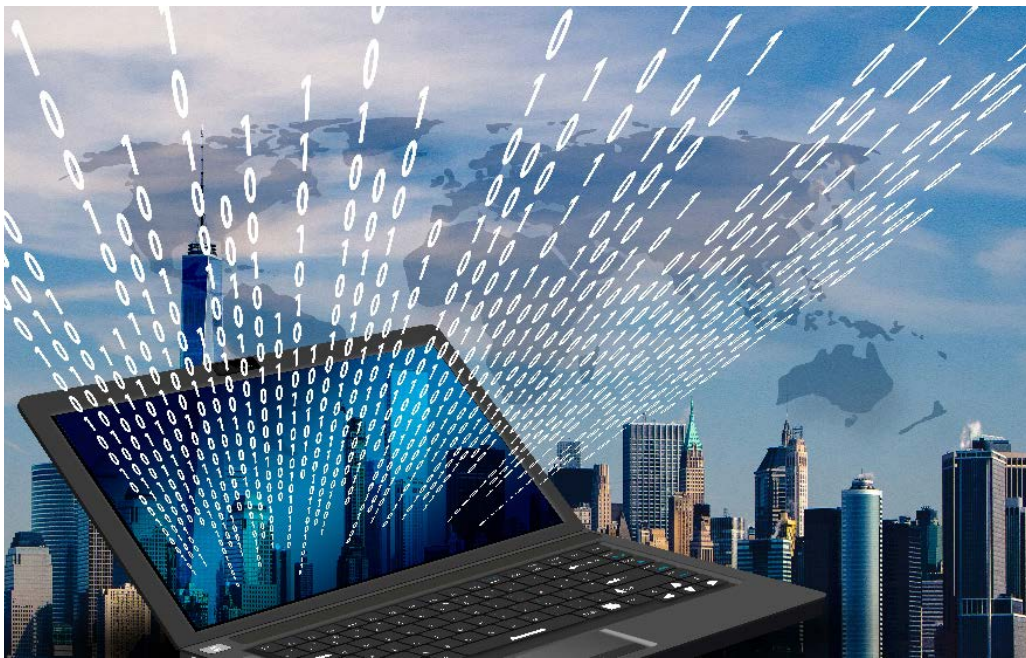


图 1 分布式交易记账机制

在分布式清算机制下，区块链公链的网络记账者是节点，节点负责把数据记录记到数据区块里，为了鼓励节点记账，系统会按照规则随机地给记账的节点进行奖励。节点把交易数据创建成区块，同时这个节点可以获得交易费，一个区块就相当于一页账簿，每笔数据在账簿中的记录可以自动按时间先后排列，时间戳的引入使数据区块形成了梅克尔树式的结构，这个结构使各个区块通过时间线有序连接起来，形成了一个区块的链条，因此称为区块链。

区块按时间的先后顺序排列使得账簿记录具有唯一性、连续性和可追溯性，每笔数据记录有时间标签，使得每笔数据记录都具有唯一性，数据记录在区块

和区块上的哪个位置上发生可以精确定位和回溯，区块链网络根据共识规则能够有效验证某条数据记录的真实性。由于区块链网络是公开的、共识算法时是开源的，这意味着任何一个节点发生的交易数据，都会被新的接受节点验证和记账，如果想要制造一个假的数据记录或者双重支付，就必须在区块链上被大部分节点验证通过和记录，在此过程中，只要最长的那条链被诚实的节点所控制，所以想要修改过去的记录，首先就要从头构造出一个长度比最长的那个还要长的链条，在这个新的链条超过原来的那个链条后，才能制造双重支付的虚假数据。然而随着时间推移，交易数据在被不断地验证，制造新链条的难度都是呈指数级上升。



二、技术特点的比较

现阶段商业贸易、证券资产交易清算支付都要借助于银行，通过中介进行交易的方式要经过开户行、对手行、央行。在此过程中每一个机构都有自己的账务系统，商业银行针对客户有一套账务系统，中央银行针对商业银行拥有一套账务系统，银行二元体系架构就此形成，彼此之间需要建立代理关系；每笔交易需要在本银行记录，还要与交易对手进行清算和对账等。

与集中支付体系相比，区块链转账支付交易可以在双方直接进行，不涉及中间机构，也可以通过支付服务商，如比特币兑换主权货币通过交易平台，这些交易平台业务性质类似于银行，提供账户既包含主权货币、比特币，交易时只改变账户数量信息，没有发生实质上的区块链交易移动，因此不管哪类交易情况下部分网络瘫痪也不影响整个系统运行，在数据传递和记账登记上稳定性高于双中心的架构。

如果银行可以基于区块链技术构建一套共识度高的金融交易协议，为用户提供实时交易清算服务，则不需要金融专线网络和系统维护成本，交易将会变得便捷和成本低廉。分布式清算对比集中支付体系，主要有以下几方面的技术特点：

现阶段商业贸易、证券资产交易清算支付都要借助于银行，通过中介进行交易的方式要经过开户行、对手行、央行。在此过程中每一个机构都有自己的账务系统，商业银行针对客户有一套账务系统，中央银行针对商业银行拥有一套账务系统，银行二元体系架构就此形成，彼此之间需要建立代理关系；每笔交易需要在本银行记录，还要与交易对手进行清算和对账等。

1、记账模式的差异

区块链的公链系统是由大量节点共同组成的一个点对点网络，不存在中心化的硬件或管理机构，任一节点的权利和义务都是均等的，系统中的数据块由整个系统中所有具有维护功能的节点共同维护，且任一节点的损坏或者失去都不会影响整个系统的运作。区块链中每个节点都必须遵循同一记账交易规则，而这个规则是基于密码算法而不是信用，这样的交易系统不需要一套第三方中介结构或信任机构背书。

而在集中式清算机制中，无论是资金支付系统还是证券结算交易系统，都存在至少一个中心节点对交易双方的账簿进行记录，并且负责资金（券款对付）的清算，中央银行或者证券交易结算账簿就扮演着信息保管员和交易仲裁员的

角色，每笔交易都需要权威中介或者信任机构来背书。

2、信任机制的建立

分布式清算运用一套共识的数学算法在计算机之间建立无法破解的信任网络，每个参与交易的节点都会自动认可这套验证算法的共识机制，这套信任机制建立在一个团体范围内，而这个团体都认可开源的数学算法，只要主要的节点和共识算法不变，另外一个小团体出现问题不会影响整体网络的运行，即少量节点无法完成造假。

如果说分布式清算的信任机制建立在对数学算法的共同认识上，那么集中清算的信任机制建立在对国家主体信用的基础上，国家金融监管部门拟定法律法规对金融机构进行监管，由金融机构履行对企业和个人用户支付服务的职责，这种信任机制存在着一个向下传递的过程即执行的过程，一旦某家金融机构出现道德风险或者操作风险，影响客户的支付服务，则会对国家主体信用产生负

面影响。

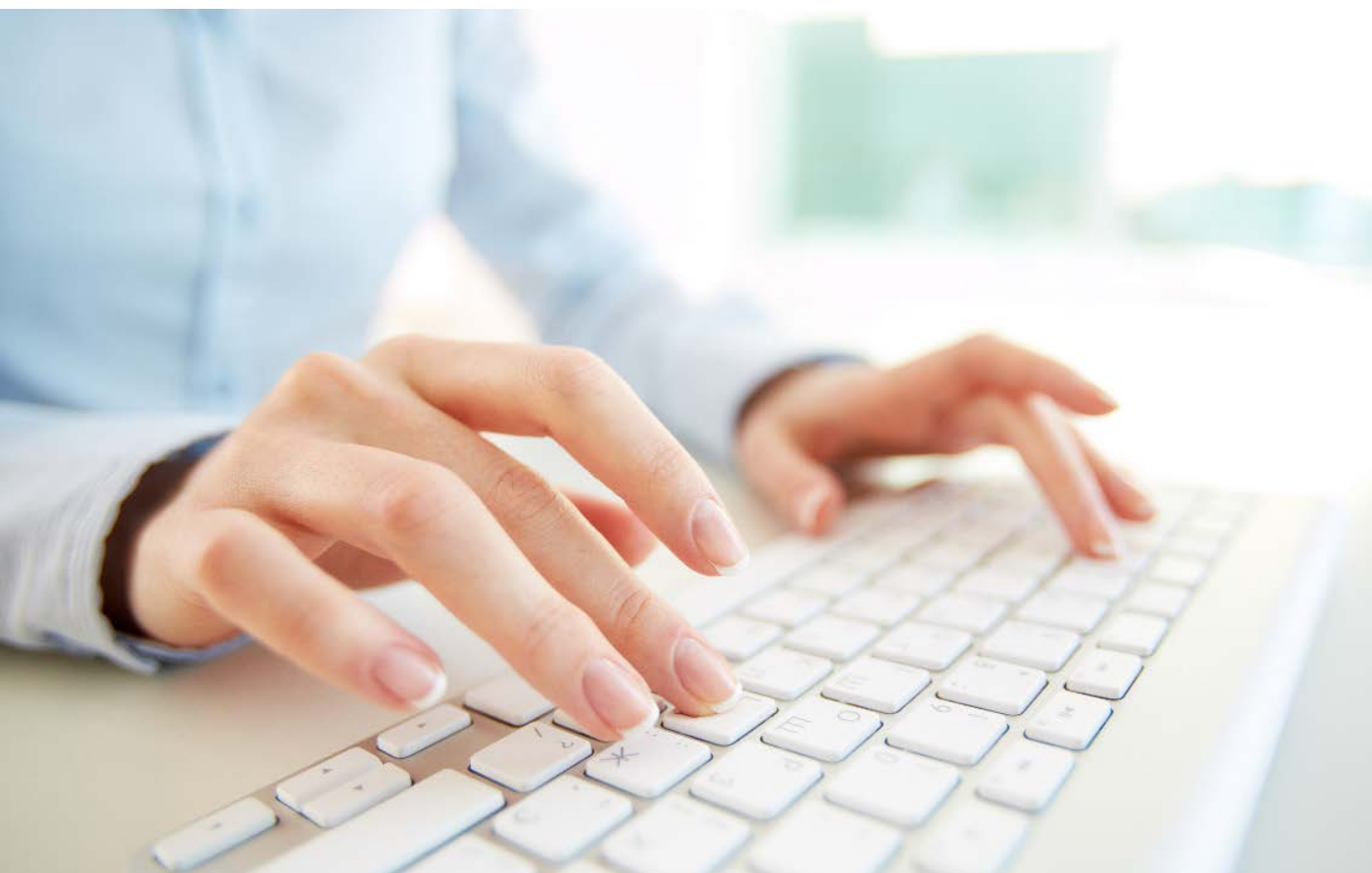
集中清算机制下的系统，参与人需要对于中央机构足够信任，随着参与网络人数增加，系统的安全性会下降。而在分布式清算的区块链网络中，参与人不需要对任何人信任，但随着参与节点增加，系统的安全性反而增加。

3、安全机制的设计

分布式清算机制采取单向哈希算法，同时每个新产生的区块严格按照时间顺序推进，时间的不可逆性导致任何试图入侵篡改区块链内数据信息的行为都很容易被追溯，导致被其他节点的排斥，从而可以限制相关不法行为。共享账本在所有节点公示，部分修改账簿的行为是无效的，安全机制通过加密算法、匿名账户和验证机制来共同保证价值传递的安全性。

而在集中清算机制下，银行间的资金清算通过专有网络进行，数据通过中央节点发布的密钥进行加密后传输，客户与银行端的信息传递由银行负责安全

集中清算机制下的系统，参与人需要对于中央机构足够信任，随着参与网络人数增加，系统的安全性会下降。而在分布式清算的区块链网络中，参与人不需要对任何人信任，但随着参与节点增加，系统的安全性反而增加。



性管理，整个安全机制通过一系列的制度和措施来实现，防止出现银行操作风险和道德风险。

三、业务管理的比较

在支付方面，两种清算模式在业务管理上总结起来就是集中式清算由业务驱动技术而产生，而分布式清算由技术驱动适应金融业务的变化而产生，因此在业务监督、业务调整和系统管理上都

有迥然的差异。

1、业务监督

集中清算模式需要国家金融监管方建立一系列的规则和制度对系统参与者（商业银行）、中心处理节点（城市清算处理中心）作出业务处理的安排，同时需要对结算账户的开立作出规范性的要求，同时中央节点负责记账和仲裁，保证系统业务有序运行，同时必须适应国家金融监管的需要。

分布式清算模式则可以跳过商业银行这一中介机构，也可以作为记账机构加入到系统中，甚至中央银行也可以作为系统记账方加入系统，系统参与各方认可最基础的共识规则，不需要理解和遵守各国金融法律法规上的差异，在比特币中使用工作量证明机制来保证系统有效运行。

2、业务调整

在比特币的设计中，支付与货币相连，为了保证支付的有效运行，将比特币作为交易打包、网络桥梁和交易处理的奖励，这种奖励被设计成了固定的数学算法，如果简单将此应用于金融领域，现行的货币政策将无法实施，货币调节经济的作用将发挥不了，按照经济学的规律，货币只是对实物财富的衡量，货币增长速度快于商品增长数量，则发生通胀，货币增长速度慢于增长速度则发生通缩。

在集中式清算业务中，如果发生某笔业务错误，可以通过系统参与者或者城市处理中心用户发起的业务冲正的功能来取消或者改变交易要素，账户密码丢失可以通过结算账户管理规定按照程序找回账户，而在分布式清算中，一旦合规的交易指令发出则无法改变，账户密码丢失则无法找回，意味着账户内存放的价值完全丢失。

在集中式清算业务中，如果发生某笔业务错误，可以通过系统参与者或者城市处理中心用户发起的业务冲正的功能来取消或者改变交易要素，账户密码丢失可以通过结算账户管理规定按照程序找回账户，而在分布式清算中，一旦合规的交易指令发出则无法改变，账户密码丢失则无法找回，意味着账户内存放的价值完全丢失。

3、系统管理

在集中式清算模式下，城市处理中心、商业银行都需要对系统进行运行维护管理，保障系统稳定、网络安全，同时需要对交易数据进行备份管理，交易系统需要变更时由上至下下发安装变更程序完成系统升级；而在分布式清算中，程序都是开源的，任何人都可以去理解算法和脚本文件，所有节点执行相同的源代码方可运行，系统运行维护靠所有节点或者计算能力突出的主要节点，算法和验证程序一旦确定，更新需要所有节点下载安装，而网络中的计算机不可能同时都在线，保证程序在所有节点安装，同样一笔交易，如果部分计算机执行验证程序，部分没有执行，就会出现长链和短链的问题，导致交易冲突无法正常处理。

四、两种清算机制在应用于支付场景时应解决的问题

两种模式应用于支付清算的优势和劣势在于：

	分布式清算机制			集中式清算机制
	公有链	联盟链	专有链	
账户	<p>账户匿名，显示为私密和签名的哈希值，有助于数据在互联网上传输安全、不易被关联至实名客户，保护价值信息私密性</p>	<p>账户规则由联盟成员共同确定，部分匿名方式，联盟外用户之间匿名，联盟内可通过地址关联至真实用户；因此可以满足金融账户监管的需要，规避洗钱风险，但账本行业共享可能会导致成员恶性竞争</p>	<p>公有链的方式在专有网络中进行价值传递的模式，匿名性的选择可以根据专有链的成员要求和业务特定来确定</p>	<p>两层账户体系，一层为中央银行为商业银行搭建的资金结算账户，另一层为商业银行为客户开立的结算账户，用于信息交互和资金清算，方便监管</p>
网络	<p>不需要搭建专有网络，用户进入成本低；交易数据的传输有哈希算法进行加密，截获也无法破解；需要挖矿节点进行区块生成和交易验证，竞争模式浪费电力资源</p>	<p>用户使用互联网，联盟成员使用专有网络或者加密网络；成员加入成本较高，成员可以不采用工作量证明方式进行区块打包和验证，节省电力资源</p>	<p>需要搭建专有网络完成成员之间的信息传输，体系成本高，成员准入受限，但是信息安全性高，交易信息验证和打包规则可成员间共同决定</p>	<p>银行间为专有网络，与中央银行中心节点一起形成星型网络架构；客户与银行可通过多种渠道搭建信息交互通道，如互联网、电话银行等</p>

信任	<p>由程序设计和开发者根据区块链基础原理和价值传递的关键问题逐一解决，并发布开源程序取得使用者共识；此种方式容易突破国家金融监管法规的限制，因此优势在于跨境支付，劣势就是反洗钱监管难度大</p>	<p>可以根据金融监管的需要，设计账户体系、记账方式，并且客户和联盟成员使用不同的客户端程序，一旦金融监管变化，可以调整联盟成员客户端程序完成共识机制修正，适应性强</p>	<p>根据区块链基础原理和价值信息传递的特点开发业务需求的特定共识程序，在专有网络内试用和测试程序的合理性；此种方式可以规避中心节点瘫痪带来的系统隐患，是分布式传递信息和存储信息的特例</p>	<p>建立在国家主体信用基础上，金融监管部门拟定法律法规对金融机构进行监管，由金融机构履行对企业和个人用户支付服务的职责，这种信任机制存在着一个向下传递的过程即执行的过程，一旦某家金融机构出现道德风险或者操作风险，则会对国家主体信用产生负面影响</p>
关键问题	<p>账户匿名带来的洗钱风险，资本项目暂未完全开放的环境下，资金自由流动对汇率体系的冲击；如果改进为非匿名或者部分匿名的模式，账户体系的设计与信息传输安全的平衡之间的选择</p>	<p>由联盟成员来进行交易验证和区块打包，部分成员可能共谋而衍生系统道德风险，从而产生金融系统性风险，因此联盟成员使用的程序必须得到监管；部分匿名是否会导致信息传输安全性的下降</p>	<p>可以解决集中清算中心节点可能瘫痪的问题，但是信息传输的效率没有集中清算高，多中心账本处理可能带来记账信息的非法利用</p>	<p>中央节点数据存储安全性的问题；商业银行的道德和操作风险问题；各国金融监管差异的问题；专有网络搭建成本高的问题</p>

分析两种清算方式特点上的差异后，在各自的应用层面，集中式清算模式已经广泛应用于金融各个领域，证券交易和货币支付（包括汇兑、消费支付），几乎现在运行的主流金融基础设施全部基于集中式模式搭建，而区块链虽然认为在技术上具有安全可靠、公开透明和自动化的特点，但其在金融领域还只是一些尝试性的工作，技术人员改进相关技术形式，由此产生了公有链、行业链和私链，并将这些变化应用于：数字货币转账、支付、借贷；跨境支付与结算；央行发行数字货币；证券发行与交易；供应链或贸易金融；反洗钱和认识客户。

在支付成本方面，银行间基于区块链技术的点对点支付方式，可以全天候支付、实时到账、提现简便及没有隐形成本，有助于降低跨境电商资金风险及满足跨境电商对支付清算服务的及时性、便捷性需求，同时因为不再需要中转银行，支付网络维护费用被取消，更多提供汇兑服务的竞争方同时竞价，降低汇兑成本，区块链可以降低差错和人工作业成本，实现系统数据的实时审计和合规检查这四个因素，导致在全球范围内区块链应用于 B2B 跨境支付与结算可以使每笔交易的成本从约 26 美元下降到约 15 美元。

在分布式清算机制应用于支付清算业务时，涉及到数据安全、账户、网络

在分布式清算机制应用于支付清算业务时，涉及到数据安全、账户、网络和信任机制等居多因素的影响，并且随着区块链技术的演进，公有链、行业链和私链在应用于支付清算时这些影响得到了部分的规避，功能存在显著性差异，故此本文将分开进行讨论比较。

和信任机制等居多因素的影响，并且随着区块链技术的演进，公有链、行业链和私链在应用于支付清算时这些影响得到了部分的规避，功能存在显著差异，故此本文将分开进行讨论比较，仅对其概念做简单介绍。公有链是指每个用户都在互联网上应用，每个节点都配置共识的程序，比如比特币清算机制；联盟链是指部分大型机构结成同盟，为行业企业或者个人提供清算服务，企业或者个人使用互联网，而大型机构使用内部网络或者互联网，共识机制由大型机构之间确定，甚至由大型机构进行区块生成打包和记账处理；专有链是指在行业机构中使用专有网络采用区块链的机制在机构内部传输价值信息，共识机制由行业机构共同确定。■



商业信用新时代 电票应用大趋势

文 / 赵慈拉

中信银行上海分行



一、宽松货币政策无法化解“融资难”、“融资贵”困局

2008 年以来，央行实施宽松的货币政策，宽松货币政策在拉动 GDP 增长的

同时，也产生了实体经济产能过剩的问题。产能过剩使实体经济的应收账款和存货持续上升，由此减缓了货币的周转速度，使实体经济感觉资金紧了，产生了融资难融资贵等问题。对此，有经济学家建言央行，通过多发货币，使市场

M2/GDP 比值被称为社会杠杆率，2012 年已达 1.82 倍，之后仍持续上升，2015 年末已达 2.05 倍，社会杠杆率上升的实质意义是实体经济债务率的上升，融资总成本的增加。

利率下行，以此解决实体经济融资贵问题。这个观点其实是错误的，因为货币投放是有成本，这个成本就是存贷利差，由一年期存款基准利率和一年期贷款基准利率这两者之差所构成，现行存贷利差为 2.85 个百分点。我们现在的存贷款基准利率是由央行所制定，也就是说，每次升息的时候，央行是把这部分成本转嫁给借款人的；每次降息的时候，央行是把这部分损失转嫁给存款人的，而银行业 2.85 个百分点的存贷利差却是不变的，由此形成中国银行业的垄断利润。由于单位成本没有改变，所以当货币总量扩大后，实体经济的融资总成本将随之增加。所以尽管总体利率似乎在下降，但实体经济却产生融资成本负担更重的感觉。

许多央企、国企和上市公司利用能够取得低成本资金资源（发行短融券、超短融资券、低利率贷款、股票增发等）的优势，一方面将货币资金通过银行理财或委托贷款进行套利，形成数十万亿理财资金“脱实入虚”的现状，另一方面却对供应商形成大量的应付账款。国

家统计局显示，2016 年工业企业增加值同比增长每月仅为 6% 略多，但是应收账款同比增长每月都高达 9% 左右，呈现应收账款增幅大大高于工业增加值。

M2/GDP 比值被称为社会杠杆率，2012 年已达 1.82 倍，之后仍持续上升，2015 年末已达 2.05 倍，社会杠杆率上升的实质意义是实体经济债务率的上升，融资总成本的增加。所以，宽松货币政策的操作只会刺激企业杠杆率攀升和加剧社会资金“脱实向虚”，并加剧了资产泡沫膨胀。我们国家现在每创造一个 GDP，需要央行投放 2.05 倍 M2，而美国只要 0.9 倍 M2，也就是说，2015 年我们国家 67.67 万亿 GDP 需要 139 万亿 M2 来支持，但如果按照美国的货币运行机制，我们国家则只需 61 万亿 M2 就够了，那么 139 万亿与 61 万亿 M2 之间的存贷利差就转化为实体经济利润了。为什么美国的社会杠杆率那么低，这和美国信用社会的环境和商业票据的发达有很大关系，在信用社会环境下，资信度高的企业完全可以凭借商业票据实现零成本融资。



二、培育商业信用环境，引导 电票工具应用

针对企业应收账款增长减缓，实体经济中货币周转速度的现状，国务院在2016年1月27号常务会议上提出，要用好和创新金融工具，大力发展应收账款融资。随后央行、银监会、发改委等八部委联合发布《关于金融支持工业稳增长调结构增效益的若干意见》，要求推动工业去产能、去库存、去杠杆、降成本，降低企业融资成本和债务负担，加大工业企业直接融资的支持力度。企业应收账款畸高的原因之一是国内信用体系建设缺失所造成，因此，解决企业应收账款中的融资问题，需要确立信用

工具，构建信用生态环境。央行2009年创设的电子商业汇票，现正在成为国内实体经济的第三代融资工具。第一代融资工具就是银行贷款和常规的银行承兑、票据贴现，第一代融资工具凭借的是银行信用，融资成本较高；第二代融资工具就是央行创建的短融券、超短融资券、中期票据、资产支持票据等信用债，第二代融资工具完全凭借企业自身信用，融资成本有所降低；电子商业汇票作为第三代融资工具，既可以借助银行信用，如电子银票；也可以凭借企业商业信用，如电子商票。商业汇票与支票、本票、银行汇票相比，其具有信用功能；商业汇票与短融券、超短融资券相比，其具有支付功能，而信用功能+支付功能=货币的基础功能，亦即商业汇

票具有货币基础功能，电子商业汇票其实就是一个电子货币。一张电子银票，凭借其银行信用用于直接支付而只需承担承兑环节的成本，省却贴现环节的成本；一张电子商票，出票人凭借其高资信度，将可实现零成本融资。在此背景下，央行 2016 年 8 月下发 224 号文《关于规范和促进电子商业汇票业务发展的通知》，要求大力促进电票业务的发展。央行 224 号文的格局很大，意义深远，银行业曾有评论，央行 224 号文对降低实体经济的融资成本及商业银行的经营转型，将会产生颠覆性的变革。

长期以来，企业和银行普遍是将商业汇票作为一项融资工具在使用，但因此会发生相应的融资成本，而如果能够充分地发挥其支付功能，则就可以省却融资环节的成本。信用其实是具有价值的，因此国外 500 强企业都很重视自身的商业信用品牌，以此实现零成本融资，而我们国内企业往往对商品品牌很重视，但却不注重培育自身的商业信用

央行 224 号文主题是发展电子商业汇票，但重点是促进电子商业承兑汇票应用，发挥企业的商业信用，推广电子商票的支付功能，并以上下游关系密切的产业链龙头企业或集团企业为重点，带动产业链上下游企业使用电票。

品牌。央行 224 号文主题是发展电子商业汇票，但重点是促进电子商业承兑汇票应用，发挥企业的商业信用，推广电子商票的支付功能，并以上下游关系密切的产业链龙头企业或集团企业为重点，带动产业链上下游企业使用电票。可以预期，不久将来资信度高企业将趋向签发电子商票——电子货币进行支付，资信度低企业将采取向授信银行申请电子银票——电子货币进行支付，因此时仅需承担银行承兑成本。届时，企业对银行贷款或票据贴现的需求自然趋减，对银行电票承兑业务则将大幅增长。因此，电子商业汇票的普及运用，将对未来实体经济的融资格局产生重大影响，并因商业信用价值的体现而降低融资成本。

在纸质商业汇票范围内，银行机构仅可以为出票人提供保兑，亦即银行承兑；但在电子商业汇票范围内，银行可以为电子商业汇票的出票人、承兑人、收款人或背书人——任何一个票据行为人提供保兑，只要该被保证人在银行具有授信，被保证人只需承担相应的保兑费用，因此省却贴现环节的利息成本。大银行机构也可可为小银行机构承兑的电子银行承兑汇票提供保证，使其增信后更易于在全国范围内流通。如此，银行既可满足不同票据行为人的增信需求，也拓宽了银行业信用中介的业务范围。

应用电子商业汇票支付工具，降低



融资成本的机制是这样实现的，电子商业汇票具有互联网支付功能，结合最长为一年的远期信用，形成货币功能。当未来企业电票账户普及后，出票人将经资金度高的承兑人（银行机构或企业机

构）承兑的电子商业汇票直接以电子货币形式进行支付转让，收款人同意受让该电子商业汇票后，出票人即实现该票据期限的零成本融资；收款人受让该电子商业汇票并向其后手转让支付后，收款人的应收（前手）账款和应付（后手）账款即予结清，收款人在支付了后手应付账款的同时亦无须产生融资成本。以此类推，该项电子商业汇票若在供应链中实现逐级支付转让，所有持票人均借助承兑人的信用和电子商业汇票的支付功能而省却了融资成本，并使整个支付链中的票据受让人的应收应付账款得以转销而降低了资产负债率。若票据受让人为中小微企业，即使持票向该项电票的保贴银行申请贴现，也可凭借票据承兑人的高资信度享受较低的贴现利率，而此较凭借自身低资信度项下的贷款利率更为低廉。

三、票交所归集票据大数据， 打造票据信用生态环境

票交所实施纸质票据转贴现交易电子化后，将可省去大量的验票、传递、保管等操作性人工，降低交易成本，提升操作安全性和便捷性。转贴现交易可实现总、分行层面的互联网集约化经

营模式，原派驻在上海的数百家银行机构票据业务团队亦可精简。

未来的票交所将形成全国一体化的票据市场，届时持票企业将纸质票据交其开户银行托管后，通过银行网银终端和票交所报价系统向所有贴现银行进行定向或全市场报价，所有票据要素均转换为数字格式，借助电子化搜索、筛选功能，为引入竞价交易、撮合交易打下



了基础条件，贴现银行只需在系统中设置可买入票据的属性、承兑人、期限、额度等相关参数后，由系统对适格票据自行买入，自动清算，将原人工审批流程转化为系统自动审批流程，由此大幅降低银行操作成本，并提升市场交易效率。持票企业将实现在全国统一平台上即时最低利率的票据贴现，长期以来困扰中小企业的“贴现难”、“贴现贵”问题可望解决。

鉴于票据进入票交所托管后转化为交易性金融资产，且仅限于在金融机构间交易，应退出流通而不再具有支付功能，转化为类似短融券、超短融券等交易性金融资产的属性。因此，在票交所转贴现的卖出方将不再承担被追索的票据责任，由此将大大节省转贴现交易卖出方的经济资本占用，继而降低票据融资成本，提升市场的流动性。

全国一体化的票交所将可运用票据交易系统产生的大数据，多维度、量化形式体现票据行为人的信用价值，如对商业汇票的承兑人、出票人、保证人的兑付履约行为向票据受让人提供充分的、客观的资信信息披露，倡导恪守信用的社会责任；将票据债务人兑付违约信息导入《机构信用代码证》中予以体现；对被追索人履行代偿责任后应予加分；对违约事件影响的量化随时间递减；对电子商业承兑汇票的兑付必须通过票款对付的清算方式；对非票款对付项下的兑付签收不计入已结清发生额；对达到一定违约次数的债务人将停止其电子商业汇票的交易权利；引入社会征信服务机构，对所有商业商业汇票的承兑人、出票人、保证人的兑付履约行为进行公开评级，以此降低票据受让人的授信风险和授信成本，提升交易的便捷性，形成经济社会票据信用生态环境。■



电子票据亟需立法保障

文 / 张文涛 高晶

人民银行沈阳分行营管部、人民银行沈阳分行

一、电子票据的现状

随着我国票据市场的不断发展及金融电子化业务日益普及，电子票据应用更加广泛。相对于纸质票据出现的伪造变造和恶意炒作的业务风险，电子票据则体现出交易快捷、支付安全的巨大优势。目前，人民银行开发了电子商业汇票系统和支票影像系统并投入使用。但

我国现行《中华人民共和国票据法》（以下简称《票据法》）是基于传统实物票据而制定的，确认的是纸质票据及其签章的法律效力，没有将电子票据纳入其规制的范畴。在现行电子票据实践中，现行《票据法》缺乏对电子票据的立法保障，已不足以应对电子票据纠纷。因此，修订现行《票据法》，实现票据法理论的更新和现代化，对促进票据市场的健康发展、充分发挥票据功能意义重大。

二、电子票据与现行《票据法》 存在制度冲突

电子票据将传统纸质票据的各要素信息转化为电子信息进行传递，以数据电文的形式行使票据行为，完全能够实现纸质票据的支付、结算和融资功能，同时自身具有防伪度高、交易安全、传递方便、成本低廉等优势。尤其是2016年上海票交所的成立，形成了全国统一的电子化票据交易市场，极大地促进了票据市场票据电子化的发展。但是，我国现行《票据法》对电子票据立法的缺位阻碍了电子票据的发展。具体表现在：

一是电子票据不属于“法定票据”。现行《票据法》将票据的种类以法定的形式固定为汇票、本票和支票，并对票据的格式、形式和记载的事项进行了严格的规定，并强调以上要素缺项无效。

将票据界定为书面形式，以数据电文为载体的电子票据因不具备有“书面形式”和“原件性质”而被排除在票据种类之外。

二是电子票据签章缺乏法律效力。现行《票据法》对票据行为的要式性进行了规范，规定票据行为的生效和票据责任的承担均以票据签章作为要件，遵循“无签名无责任”原则。《票据法》规定票据签名限于本名，然而电子票据实践中当事人并不需要也无法做到在电子数据电文上进行签名或盖章。同时，2005年颁布实施的《电子签名法》第14条规定了可靠的电子签名与手写签名或者盖章具有同等的法律效力，但该电子签名指的是电文中含有的用于识别签名人身份的数据，与《票据法》中的签名内涵不统一，两者衔接的不足没有完全弥补《票据法》中有关电子票据的立法缺位。

三、对电子票据立法保障的几点建议

现行《票据法》是在社会信用基础薄弱、商业信用严重缺失、市场经济并

不完善的环境下出台的规范票据行为的法律。随着我国市场经济的不断发展，票据市场规模不断扩大，交易手段更加丰富，特别是电子商务时代的到来，票据交易技术和交易手段发生了根本的变化，亟待对《票据法》进行修订，以适

《票据法》中应增设电子票据章节,对电子票据的概念、种类、适用范围、电子票据当事人的权利和义务、电子票据的转让、抗辩以及法律责任等与传统票据相异的特殊问题进行规定,从立法上确认电子票据的法律地位,实现电子票据的立法保障。

应电子商务时代的支付要求。

一是确认电子票据的法律地位。现行《票据法》将票据的种类以法定的形式固定为汇票、本票和支票。电子票据作为一种新型的票据支付、流通手段,实质是票据的电子化。《票据法》中应增设电子票据章节,对电子票据的概念、种类、适用范围、电子票据当事人的权利和义务、电子票据的转让、抗辩以及法律责任等与传统票据相异的特殊问题进行规定,从立法上确认电子票据的法律地位,实现电子票据的立法保障。

二是确认数据电文的法律效力。传统票据的载体仅限于书面纸质载体,而以数据电文为支撑的电子票据不具备有

纸化书面形式,且不具有原件的性质而被排除在现行《票据法》适用范围之外。然而,我国的《电子签名法》第4条规定,“能够有形地表现所载内容,并可以随时调取查用的数据电文,视为符合法律、法规要求的书面形式”。《电子签名法》第5条规定:“符合下列条件的数据电文,视为满足法律、法规规定的原件形式要求:(一)能够有效地表现所载内容并可供随时调取查用;(二)能够可靠地保证自最终形成时起,内容保持完整、未被更改。但是,在数据电文上增加背书以及数据交换、储存和显示过程中发生的形式变化不影响数据电文的完整性”。因而,现行《票据法》应做好与《电子签名法》衔接,扩大“书面形式”和“原件”的范畴,承认数据电文的法律效力。

三是确认电子签名的法律效力。现行《票据法》规定票据签名限于本名,强调本名。而《电子签名法》规定电子签字以是单词、数字、符号或记号等,并不一定是行为人的本名,强调核实用于识别签名人身份的数据,二者内涵并不完全一致。因而《票据法》中应解除对于票据签名形式的严格限制,确认电子签名的合法性,规定电子签名信息只要经过了必要的核对和证实,具备法律上的可信度,便可为法律所确认并可履行,即与传统签字具有同等法律效力。■



前沿观察

FRONTAL OBSERVATION







我国非银行支付机构在国家“一带一路”发展战略中面临的机遇与挑战

文 / 马晓东

财付通副总经理



一、“一带一路”国际合作高峰论坛就金融服务共识达成的内容

（一）金融服务共识文案内容

中美经济合作“百日计划”的早期收获涉及金融服务的共识有 5 项，具体内容如下：

1. 中方将在 2017 年 7 月 16 日前允许在华外资全资金融服务公司提供信用评级服务，并开始申请征信许可程序。

2. 美国商品期货委员会在合适且符合无行动豁免条件情况下，计划在 2017 年 7 月 16 日前延长给予上海清算所无行动豁免 6 个月时间，并可以进一步延长豁免期限至总共最长 3 年时间。中国人民银行和美国商品期货委员会将致力于达成《跨境清算机构监管合作和信息交换谅解备忘录》。

3. 中方将在 2017 年 7 月 16 日前进一步颁布必要的服务指南，允许美国全资的电子支付服务供应商申请许可证，实现全面和及时的市场准入。中方将继续允许中资银行发行允许美国电子支付服务供应商处理外币银行卡交易的双标双币种银行卡。

4. 美国相关联邦监管机构继续承诺，对中国银行业机构在相似的情形下按照美国法律适用与针对其他外国银行业机构相同的银行审慎监管标准。

5. 中方将在 2017 年 7 月 16 日前向美方两家合格的金融机构颁发中国银行间债券市场承销牌照和结算代理人业务资格。

（二）金融服务共识内容释义

前文五项金融服务共识，依次涉及信用评级服务、跨境结算服务、电子支

付服务、银行业服务、证券结算服务。

在信用评级服务方面，将丰富我国信用评级服务机构主体，符合我国监管要求的在华外资全金融服务公司均可获得征信业务许可。

在跨境结算服务方面，美国商品期货委员会延长上海清算所无行动豁免时间，是对上海清算所参与国际清算服务在政策和条件要求上的宽松，为上海清算所参与国际清算和争取永久性规则提供了充分的时间。同时，中国监管部门和美国商品期货委员会将致力于就跨境清算机构监管合作工作达成备忘录，二者在工作协调沟通和信息共享互换上将有章可循，有利于应对两国间甚至更广泛的国际清算问题，使二者关系进一步稳固。

在电子支付服务方面，中方将出台有关美国（或外资）全资电子支付服务

供应商申请中国支付许可的制度或操作规范，将中国支付清算服务市场首次对外开放，实现支付服务领域市场主体资格开放。同时，中资银行将发行双标双币种银行卡，建立适用于美国电子支付服务供应商市场应用和交易清算基础。

在银行业服务方面，中国银行业机构在美国开展业务时，美方将在对中国银行业机构监管上给予普惠国待遇，不再特别关注或加大对中国银行业机构的监管力度，中国银行业机构开拓美国市场有了良好的监管环境。

在证券结算服务方面，美方两家合格的金融机构将具有债券代理人资格，参与到中国银行间债券市场，从而丰富了中国银行间债券市场承销主体，开拓了美国证券市场业务，中国银行间债券市场国际化迈出重要一步。

二、金融服务共识对支付服务市场的影响及面临挑战与机遇

“一带一路”国际高峰论坛金融服务共识，是中美双方经过多轮磋商后形成的早期成果，其对各方而言，挑战和

机遇将并存，对支付服务市场及支付机构同样如此。

（一）支付服务市场面临的挑战

1. 金融服务监管政策面临修改完善。我国在金融服务领域和美方达成诸多共识，预示着在接下来的一段时期内，我国金融服务领域的监管政策，如：征信

随着我国对信用评级服务主体的开放，国外金融服务公司将进入我国信用评级服务市场，对国内信用评级服务企业而言，将面临着市场准入、评级业务、评级质量、评级信息安全和管理等诸多方面的竞争压力。

业务管理、银行卡清算管理、非银行支付服务机构管理等方面的制度需要进一步修订和完善，以适应新形势下监管工作和金融服务的需要。

2. 信用评级服务机构面临市场竞争的挑战。经过近年互联网金融的快速发展，我国包括阿里巴巴、腾讯在内的众多互联网企业在信用评级服务领域深耕细作，出现了一些有影响力的非官方信用评级服务表现形式，如芝麻信用、腾讯信用等。随着我国对信用评级服务主体的开放，国外金融服务公司将进入我国信用评级服务市场，对国内信用评级服务企业而言，将面临着市场准入、评级业务、评级质量、评级信息安全和管理等诸多方面的竞争压力。

3. 国内外银行卡清算机构互相竞争的挑战。随着我国对美国全资电子支付服务供应商业务许可的开放，我国银行卡业务清算服务市场将迎来国外银行卡清算机构的参与。清算市场的逐步开放是我国扩大金融开放、深化金融改革、逐步有序对外开放银行卡清算服务市场的重要举措。对我国的银行卡清算机构

（如中国银联）和美国全资电子服务供应商（如 MasterCard 和 VISA 等）来说将互相面临着多方面竞争的挑战。一是在业务服务范围上，美国全资电子支付服务供应商将可提供人民币、外币等银行卡业务清算服务，这将与我国银行卡清算机构现有业务进行直接竞争。二是在服务价格水平上，美国全资电子支付服务供应商可能会提供更具竞争优势的价格体系，尤其是在信用卡领域，而我国银行卡清算机构需要不断适应市场格局的变化，适应市场定价机制，在银行卡清算业务类型上不断丰富和创新。三是在地域范围上，美国全资电子支付服务供应商和我国银行卡清算机构将不再局限某一国内市场的竞争，在跨境支付服务领域的市场竞争会更加激烈，在其他国家或地区展开清算基础设施建设、网络服务渠道覆盖、终端受理布局等一系列的竞争。

4. 支付机构面临市场竞争的挑战。随着支付服务市场的开放，美国及其他国家支付机构或将进入我国支付服务市场，我国支付机构亦逐步走向国际社会，

我国支付机构在境内外将面临以下几个方面的竞争压力：一是支付服务业务内容的竞争。将出现更为丰富的支付服务解决方案，应用于更多支付场景，支付服务业务的竞争将从规模竞争逐渐向服务内容竞争转变。二是支付服务市场份额的竞争。多元化支付服务提供主体的出现，必然带来现有支付服务市场份额的此消彼长，支付机构将首先面临着如何巩固现有市场份额，如何提高客户粘性，再者才是如何在市场份额上有更大的突破。三是支付市场价格的竞争。我国支付机构将面临更加严峻的市场价格竞争，将进一步压缩支付服务市场利润空间，如何规避价格竞争而获得竞争优势将是我国支付机构面临的重要问题。



四是支付机构之间渠道和业务功能的竞争。国外支付机构如进入我国市场，以及我国支付机构进入美国和其他国家或地区的市场，将产生国内外支付机构之间在支付服务渠道和服务功能上的竞争，国内外支付机构之间将有持续的博弈，一定程度上带来支付服务的繁荣，另一方面也会出现部分功能用户体验的下降。

（二）支付服务市场面临的机遇

1. 征信业务可能面临开闸发展机遇。我国允许在华外资全资金融服务公司开始申请征信许可程序，这对外资金融服务公司和我国金融服务公司来说都是一个推进征信业务许可的最好机遇。前期中国人民银行征信管理局曾对外表态，在国家互联网金融专项整治及严监管、高要求下，目前市场上还没有一家获得征信业务许可的非官方机构。随着我国“一带一路”战略的实施，我国的支付服务市场将更多对外开放和与国外先进做法相接轨，鼓励和支持国内几个或一批正在接近国家要求的信用评级服务机构获得征信业务许可，进行金融市场服务，也是国家和社会的需要。

2. 支付机构战略转型的最佳时期。随着美国电子支付服务供应商在我国获得支付服务许可的步伐加快，我国支付机构将面临市场、业务、发展等各方面的挑战，我国支付机构也到了战略转型的最佳时期。鉴于我国对支付服务市场的严格监管，本次我国对美国电子支付

服务供应商开放业务许可不能片面认为是对我国支付清算业务许可的一次放开，下一步可能演变到国外机构直接进入国内市场，使国内外支付服务机构均参与到我国支付服务市场中，提升我国支付服务水平。这既是一次市场主体的多元化路径，也是一次支付服务机构断臂求生、刮骨疗伤的最佳时期。如何在本次市场冲击中调整发展战略，为可持续发展注入新的活力，是我国支付服务机构必须认真思考的问题。

3. 国内支付机构寻求与国外机构合作的良机。国内外支付机构间激烈竞争，能够不断碰撞出支付服务创新的火花，是不断寻求解决支付服务市场存在不足的动力。面对国外支付机构，国内支付机构应该把握与国外支付机构之间在市

场拓展、业务服务、科学技术等各领域的合作机遇，取长补短、互利互惠，如深入开展 Applepay、Paypal 与我国支付服务机构在移动支付领域的合作等。

4. 开展国际金融合作的最佳有利时机。我国在金融服务领域与美国达成的 5 项共识，表明最近一段时间内两国在金融服务领域大力合作的方向，传递出我国各类金融及相关领域服务机构需要加大与国际支付服务市场主体合作的重要信息，通过引进来和走出去相结合的方式，盘活国内资源，搞活市场经济，促进金融服务的繁荣。对我国各类金融机构来说，这是一个扩大与美国及其他国家金融机构或其他服务机构合作的最佳有利时机。

三、我国支付机构应对金融服务共识新机遇、新挑战的相关建议

（一）加快支付业务转型，夯实竞争优势基础

目前，我国支付机构在国内支付服务领域虽然占有一定的市场份额，但也存在如 paypal 等国外较强大的竞争对

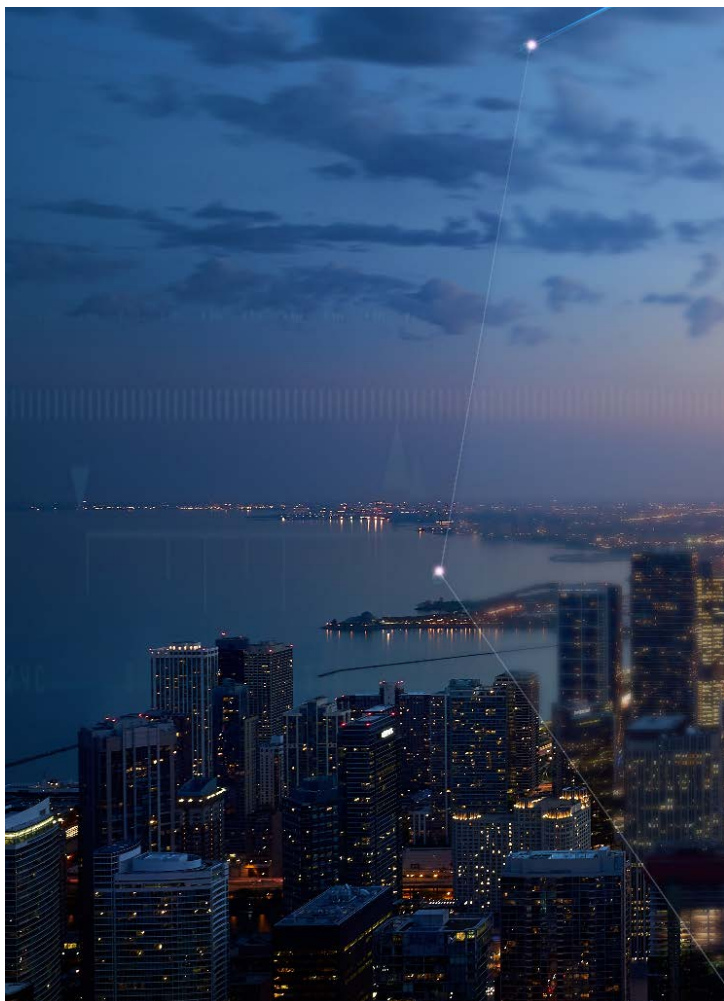
手。随着美国电子支付服务供应商的进入，以及包括未来其他国家支付机构可能进入我国，我国支付服务市场将面临着竞争加剧的局面。支付服务市场的竞争不仅局限在客户数量的竞争，还需要加大对市场交易规模、业务结构、商户资源等方面的竞争。关键时期，我国支付机构需抓住机遇进行支付服务业务的战略转型。

一是整合支付业务服务渠道。目前我国支付服务市场以支付机构提供小额便民支付服务、商业银行提供大额专业支付服务两大主要支付渠道为主，整合两者功能和应用场景，在两者资源互通和信息共享基础上加大合作力度亦是进一步增强我国支付机构走出去综合实力的重要基础。

二是丰富支付服务业务内容。随着支付服务市场竞争的进一步加剧，单纯以提供支付服务通道与工具赚取支付服务手续费的运营模式日益衰竭。一方面提供只有客户想不到、没有做不到的更多支付应用场景，提供更多的支付解决方案，由“可供选择”向“随意选择”方向转变；另一方面是扩大合作机构范围，丰富合作项目，让支付、社交、购物、导流等功能完美结合，提升客户体验与用户黏度，树立为客户提供“一站式服务”的理念。

三是加大跨境支付业务拓展力度。跨境支付服务是支付机构发展的未来蓝海，加大对美国和其他国家、尤其是“一带一路”沿线国家跨境支付业务投入力度，此对支付机构争取跨境支付市场主动地位至关重要。为此，我国支付机构需不断在监管沟通、政策研究、市场拓展、运营管理、人才培养等方面下功夫，促进我国支付机构跨境支付服务业务的繁荣，不仅发力进口支付服务，还需加大出口支付服务的投入力度。

整合支付业务服务渠道。目前我国支付服务市场以支付机构提供小额便民支付服务、商业银行提供大额专业支付服务两大主要支付渠道为主，整合两者功能和应用场景，在两者资源互通和信息共享基础上加大合作力度亦是进一步增强我国支付机构走出去综合实力的重要基础。

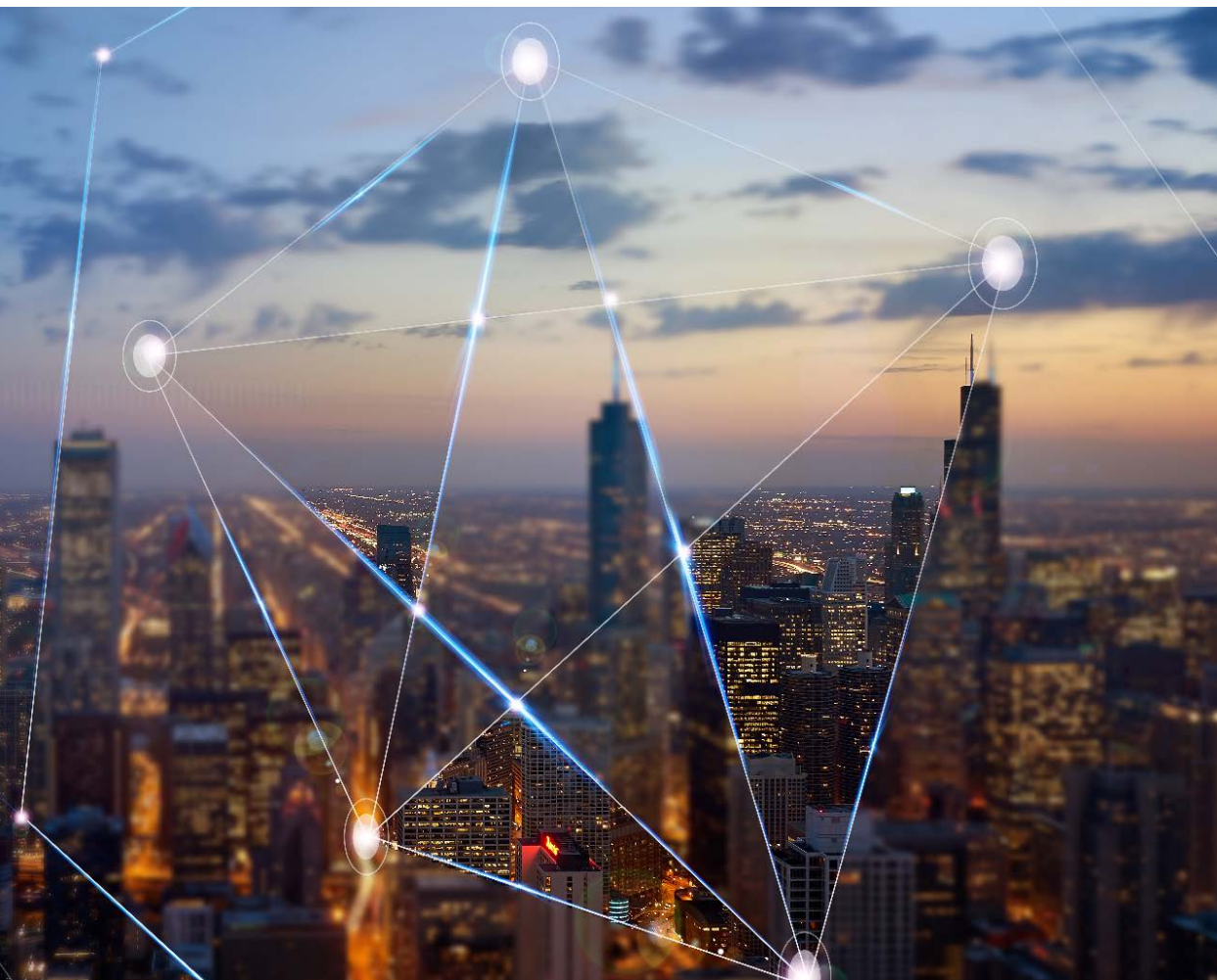


四是以支付服务为基础，加大各类普惠金融性金融服务的深度与广度。随着中美“一带一路”经济合作的陆续展开，我国支付机构需充分吸收美国先进机构（如 paypal）在发展普惠金融、农村支付与跨境支付服务方面的先进经验。结合我国各级政府部门对发展农村、普惠、便民等移动支付服务的战略需求，加速推动我国支付机构各类金融服务在农村、

贫困地区及广大发展中国家的发展速度。

（二）完善我国支付机构业务架构，整合金融资源力量

目前，我国支付机构的业务模式还较为单一，盈利能力与可持续发展能力均较低，除了少数具备规模的支付机构外，其他大多还处于微利甚至亏损阶段。同时，支付机构服务零售市场、普惠金融市场等主要应用场景的金融服务业务



我国支付机构走出去应扩大与国外支付服务商（如银行卡清算类服务机构、支付结算类服务机构等）的合作，携手国外支付服务商，进行优势互补，在渠道架构上和业务拓展上持续获得优势，不断提高我国支付机构国际业务竞争力。

布局还较为分散，难以凝聚合力并形成互联互通，没有形成可以整体对外合作架构体系。客户碎片化的自发需求对市场培育、客户导流、服务升级、品牌建设等方面均不利。基于此，建议我国支付机构应加大上下游产业布局的力度、加大自身核心竞争力与研发投入、加大产品创新力度与差异化发展水平、同时结合国家普惠金融与“一带一路”国家战略的发展需求，加大对农村贫困地区、“一带一路”沿线国家跨境支付服务市场的投入力度。

（三）扩大与国外支付服务商合作，提高国际竞争力

目前我国领先的支付机构如支付宝、微信支付等均正努力开拓包括美国在内的国际市场。虽然我国支付机构跨境支付业务发展势头不错，但与境外银行卡

清算机构、境外商业银行、境外大型商户合作的广度与深度均较浅层次。为此，我国支付机构走出去应扩大与国外支付服务商（如银行卡清算类服务机构、支付结算类服务机构等）的合作，携手国外支付服务商，进行优势互补，在渠道架构上和业务拓展上持续获得优势，不断提高我国支付机构国际业务竞争力。

（四）扩大与中国银联及国际卡组织合作广度与深度

现阶段我国支付机构线上与境外卡组织合作模式主要是境外收单与外卡支付业务。现阶段，支付机构境外收单业务已经随着银联卡走向国际的步伐发展到了大部分境外国家与区域，商户类型包括旅游服务类、教育留学类、投资机构类等各类型商户。外卡支付业务主要针对境外用户使用

MasterCard 和 VISA 等境外卡组织品牌的银行卡在我国境内购买商品的需求,通过接入具有外卡收单资质的通道,在相关产品的平台上支持外卡用户在境内商户进行消费。

未来,随着我国对境外卡组织参与国内人民币支付清算领域政策的逐步开放,我国支付机构跨境支付业务需紧跟中国银联等境内卡组织走向国际的步伐,加大与境内卡组织、境外国际卡组织的深入合作,包括入网会员、支付合作、技术标准、清算模式等领域,以此推动我国支付机构跨境支付业务更好更快的发展并参与到国际市场竞争平台。

(五) 深化国际合作力度, 着眼企业未来发展

面对中美“十项共识”有关金融服务领域开放与合作力度的加大,我国支付机构应该加快国际化战略进度,紧跟时代脉搏。同时,结合支付机构跨境电子商务业务模式的发展与支付服务境外业务的不断拓展,深化与我国重点支持的“一带一路”国外政府、企业和其他形式的组织的合作力度,不仅在金融服务领域,在经济、社会、民生等各方面均积极参与到国际社会,承担更多国际职能,着眼于企业未来长远发展。■





长江水上金融与支付生态研究（上）

文 / 江苏省支付清算服务协会课题组 课题承担单位：中国银联江苏分公司

建设长江水上金融与支付生态圈，满足这部分特殊人群的金融与生活需求，既体现了金融服务民生的普惠特征，对于长江经济带的快速、和谐发展具有重要作用，也是对世界范围内尚处于空白状态的水上金融服务的有益探索。同时，

如何借助移动互联网工具，打造“互联网+水上金融支付”的新模式，实现对船主、船民以及上下游人群、水陆间物流供应商等产业链关联方的优质高效服务，也是金融与支付业界面临的重要挑战。

一、长江经济带发展及对金融支付的要求

1. 长江经济带发展的现状与趋势分析

长江经济带横穿中国东中西三大地带,辐射连接中国的南北方,覆盖上海、江苏、浙江、安徽、江西、湖北、湖南、重庆、四川、云南、贵州 11 个省市。整个区域面积在 205 万平方公里,占全国的 20% 左右,人口和生产总值均超过全国的 40%。

随着长江经济带发展战略、长江中游城市群战略先后上升为国家战略,将给沿江经济,尤其是对物流产业发展,带来千载难逢历史机遇。

2 对金融支付的要求

尽管长江经济带有着良好的发展基础和优势,面临着国际经济缓慢复苏和产业布局重构、国内经济转型和改革深化等有利外部机遇,但也同样受制于诸多瓶颈,例如:地区间发展不平衡、产业能级和结构有待优化、一体化市场和体制机制未建立、重大基础设施体系未形成有效配套与衔接、自主创新能力不够强、资源环境约束日益明显、城乡发展水平存在较大差距等。

长江经济带金融改革与创新可以从金融服务体系建设角度寻找切入点,建

立区域银行金融服务体系,为区域经济发展提供快捷的金融服务。对金融支付主要有以下要求:

(1) 改革现有地方金融机构,提高金融发展水平。积极引导地方金融机构从部门银行向流程银行的转变,提高经营效率;积极引进战略投资者,不断完善其产权结构与治理结构。要发挥长江经济带地方金融机构的主体性带动作用,不断提高资产质量与存贷款增长水平。要建立起与各大商业银行、政策性银行的协调沟通机制,积极争取更多支持。要建立操作性强的系统性金融合作制度,总体上支持区域金融的合作与发展,满足高层次需求。

(2) 整合资源,建立长江经济带金融服务体系。要积极构建以政策性银行为引导,以商业银行为主体,以多种形式金融机构为补充的区域金融服务体系。构建区域金融合作交流平台,推动信息交流共享。

(3) 扩大支付服务设施覆盖范围。尽快形成分布较广、服务全面、质量优良的长江经济带金融服务组织体系,将用户与支付设备具体控制在合理且舒适的范围内,这能有效改善现有的支付需求。对于经济比较活跃、生产专业化程度高、信用意识较强、发展前景较好的地区,可以将规模小且分散的金融机构网点集中设立为大型网点,以点带面,

形成辐射作用。

(4) 健全相关法律法规，为金融支付结算提供充分的法律支持。由于新兴支付结算方式的出现和应用，相关法律、法规必须及时地进行修订，使相关立法能与支付结算系统相适应。

二、长江水上金融与支付服务对象、痛点与需求分析

对目标市场结构及其特征的分析，是进行有效的服务创新的前提与起点，为此，课题组对长江水上金融的目标人群构成及其痛点进行一个基于实地调研、实践观察和理论研究的归纳与判断。

长江水上金融与支付服务的对象可划分为基本人群和衍生人群两大类。基本人群是从事长江航运的从业者（也可简称为“船民”）；衍生人群包括但不限于与长江航运有关的上下游机构或个人。

1. 目标人群分析

长江货运产业链的基本构成是：持货方（货主）→货物航运代理（货代）→承运人（船民）→目的港口→销往各地。货主持有货物，希望通过长江运往各地；但货主无法联系到合适的船舱，于是找到货代；货代将代替发货人承担在货物运输中的任何一项手续：联系承运方船民，订舱出运货物；货装船后，由船运方（船民）运到目的港口。根据长江物流产业链的构成特质，可以把服务对象划分为两类：

A，基本人群 --- 船运人员（船民）；

B，衍生人群 --- 包括但不限于货主企业、货物买方以及其他平台商品的购买者。

2. 目标人群的痛点归纳

(1) 船运服务市场分析 --- 船运方的痛点归结为有船有运能但有“三难”：做活难，找活难，挣钱难。

(2) 货主服务市场分析 --- 货主方的痛点归结为有货有市场但有“三无”：

对目标市场结构及其特征的分析，是进行有效的服务创新的前提与起点，为此，课题组对长江水上金融的目标人群构成及其痛点进行一个基于实地调研、实践观察和理论研究的归纳与判断。



无便捷通道；无散运服务；无快捷融资。

3. 迫切需要满足的金融与支付需求

金融与支付作为经营活动的基础设施和生活消费的“最后一公里”，贯穿于上述长江航运基本人群和衍生人群“船运”和“货运”两个市场的各个环节。从课题组调研的情况来看，目前基本人群即水上船民对于金融、生活配套的需求非常旺盛，迫切需要得到满足。该类人群主要表现出以下几类特征和基本金融与支付需求：

(1) 现金结算比重很高。货物购销过程中通常用现金结算，通常在船上准备很多现金。船舶一般停泊在港口附近购销货物，一方面由于港口附近银行相对较少，另一方面是因为长期以来整个行业形成的“一手交钱、一手交货”的现金结算习惯。而且船主需要定期给船舶加油，根据吨位大小，内河船舶的每次加油费用一般在 10-20 万元之间，是一个固定的、持续的开支，也是船舶运输过程中主要成本。

(2) 收入较高但不稳定。大部分船舶全部挂靠在船务公司，每年上缴一定数额的管理费，自负盈亏。以内河运输的船舶为例，大部分为货物运输，利用上下游货物的差价，赚取利润，根据运输吨位及跑船次数，年利润在 100 万元 -500 万元不等。尽管如此，船舶运输业受国际、国内整体经济环境的影响

较大，业务量起伏不定，因此收入也不太稳定。

(3) 从业经历类似，文化水平不高。大部分的船舶运输户小学毕业，小部分为文盲，文化水平普遍不高。他们从小跟随父辈跑船运输，目前年龄在 35-50



岁之间，从业经历不下二三十年。他们都喜欢用获取的利润一步一步扩大再生产，从几百吨的小船不停地造船换成几千吨的大船。

(4) 非现金结算需求旺盛。虽然他们普遍用现金结算，但持有大量现金既浪费精力，又不安全，对此他们有一定的认识。同时，船舶挂在船务公司，但实质上还是属于个体经营，银行无法为其安装 POS 工具进行结算，因此，现金结算也是一种无奈之举。如果有合适的结算工具，能有效缓解他们在结算方面的现金压力。

(5) 有一定的融资需求。如果整体经济环境向好，该类人群会不断地通过造船来扩大再生产。由于钢材需求量较大，造船的成本较高，一般一条 10000 吨的干货船的造价至少在 1000 万元。因此，他们具有较强的资金需求。同时，在运输过程中，该部分人群也会面临流动资金不足的境地。

(6) 理财需求越来越强烈。由于文化程度不高，该类人群对理财知识也知之甚少。但随着财富的积累，以及理财意识的觉醒，他们对于财富规划、资产增值保值的需求越来越强烈。

5. 长江水上金融与支付生态建设的核心任务与策略

长江水上金融与支付生态建设的核心任务是：提供并不断优化围绕长江船

长江水上金融与支付生态建设的核心任务是：提供并不断优化围绕长江船民、货主的生活和业务服务体系，并提供贯穿于其中各个环节的金融与支付服务。

民、货主的生活和业务服务体系，并提供贯穿于其中各个环节的金融与支付服务。

建设不能一蹴而就，而应分步实施：首先是尽快满足船上商品和加油以及经营结算的需求（船民）；其次是激发和培育船运业务支持的需求（船民、货主）；再次是实现长江特色货物销售支持（货主）。■

（课题组成员：耿静良 唐善明 冯浩 袁震 李东方保利）

伍

市场评论

MARKET REVIEW





互联网金融消费者的困境及其权益保障

文 / 邓建鹏

中央民族大学法学院教授、中国科技金融法律研究会副会长



随着互联网金融近年快速发展，与各类互联网金融机构发生往来业务的人数与日俱增，作为新型业态的消费者，其权益保障需要新的思路。

一、互联网金融消费者的困境

首先，与传统金融业不同，互联网金融借助网络拓展产品和服务提供，其业务通常跨地域性。这使得互联网金融企业的物理驻所与消费者所在地相隔甚远。当互联网金融消费者权益受到侵害时，由于空间距离带来维权成本大增，从而使得互联网金融消费者维权容易陷入困境。

其二，互联网金融平台发布的融资项目往往出现信息严重不对称现象。在互联网金融企业未得到有效监管的时期，这种现象尤其严重。信息不对称直接导致的后果，便是部分互联网金融消费者受到欺骗，损失惨重，尤其以近三四年一些打着 P2P 网贷公司名义发布的虚假标的为甚，近一两年一些打着虚拟货币或区块链名义行传销或诈骗之实的机构亦开始局部盛行。互联网金融具有普惠精神，其产品和服务的对象中，普通人群通常占最大比重。这使得大量普通消费者缺乏识别真相的专业能力，容易受骗上当。

其三，在互联网金融领域，特别是在 P2P 网络借贷行业，为降低风险，一些知名网贷公司通常鼓励投资客户采用



由于金融产品收益的当期性和风险的滞后性，因此互联网金融企业在事前、事中得到有效监管，比事后的惩处对消费者权益保护而言更具价值。互联网金融产品事后暴发的风险往往非常巨大，甚至难以预测，或引发系统性风险。

小额分散的方式投资。在股权众筹领域，受美国诸如 JOBS 法案以及国内众筹流行理论影响，股权众筹平台也鼓励消费者小额投资，或者对限制个众筹项目的融资额度。但是，一旦特定某笔小额投资遭遇逾期、坏账或者欺诈，对于投资客户而言，维权后的收获往往得不偿失，因此缺乏维权的积极性，反过来使另一方轻易不当获利。

其四，互联网金融机构不当收集消费者的各种个人信息，消费者除非拒绝获取产品与服务，否则没有就企业单方面设定的合同条款（格式合同）与互联网金融机构议价的能力。与此同时，由于保管不当，以及当前缺乏相应的外部监管，互联网金融企业泄露消费者信息的事件时有发生，并且极少因此受到监管机构的追惩或者向消费者损害赔偿。消费者的信息外泄已然成为常态，互联网金融消费者个人信息相关权益受到侵害，在实践中却几乎没有任何补救措施。

其五，互联网金融所有交易行为几乎均通过电子数据得以记录。但是，电子数据存在容易删改和灭失的特征。受限于用户习惯和电子数据认证的成本，通常互联网金融消费者极少在事前有意

识地保存电子证据，更谈不上寻求第三方电子数据保存和认证服务。互联网金融企业将消费者的电子数据主动交付第三方保存和认证服务的亦为数不多。这意味着，一旦互联网金融企业和消费者涉诉，消费者往往存在举证困难的可能，就算完成举证义务，也可能存在电子数据证据在未经有公信力的机构出具证明，其证明力可能受对方或者法官质疑。

其六，由于金融产品收益的当期性和风险的滞后性，因此互联网金融企业在事前、事中得到有效监管，比事后的惩处对消费者权益保护而言更具价值。互联网金融产品事后暴发的风险往往非常巨大，甚至难以预测，或引发系统性风险。从近两三年的经验来看，一旦某个互联网金融企业暴发风险，大部分投资者血本无归。相比之下，互联网金融消费者比一般消费者（为生活需要购买商品或服务）更需要法律的保障，更需要有权机构通过事前常规监管的方式，捍卫他们的权益。这种状况是由互联网金融机构提供的产品或服务的特殊性，以及互联网金融消费者的弱势地位决定的。互联网金融业态涉及面极广，并且在不断快速发展变化之中。因此，没有统一的

监管机构对所有相关企业进行日常的业务检查，以便为消费者权益提供事前或事中保护。根据 2015 年人民银行等十部门发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》(银发[2015]221号)，当前监管机构仍然更趋于分业监管的思路，据互联网金融企业不同业态分别进行监督。一方面这种分业监管模式或挂一漏万，对新型业态未能顾及(比如网络虚拟货币交易机构)，另一方面不容易应付互联网金融的混业趋势，比如互联网金融消费者在一家互联网金融平台上可能同时消费不同的产品，出现纠纷可能会产生投诉无门的窘境。

最后，由于业态快速发展与复杂化，互联网金融消费者往往不是以往那种简单的投资/理财客户(资金出让的一方)或者融资方(获取资金的一方)，而是存在更多复杂的表现形式。比如京东金融这样的互联网金融综合理财平台，互联网金融消费者既可能购买某一理财产品，也可能同时购买保险，甚至同时是其众筹产品的消费者。众筹平台的消费者可能涉及商品回报形式的众筹，也可能同时涉及股权/收益权回报形式的众筹。众筹领域除上述两种简单划分外，有的众筹项目甚至吸引消费者深入参与到众筹过程，这包括参与众筹项目的设计、研发、创意、宣传或销售等某一或所有环节。消费者由曾经单一的投资人/购买人身份变身为集投资人、股东、

客户、员工等于一体。随着互联网金融的飞速发展，现在以至将来会有越来越多的互联网金融产品由消费者深度参与其中的研发或者其它过程，由私人定制的互联网金融产品正越来越多。这些形式均与以往传统金融机构单方面推出的产品或服务大不一样。当互联网金融消费者以不同身份形式深度参与到产品或项目中去时，其角色以及法律上的权利关系却在随之不断飘移。以致我们或许会惊呼：还存在纯粹的互联网金融消费者吗？当所谓的“互联网金融消费者”不再单一时，相应的法律关系将愈显复杂。



二、一个缺乏法律界定的概念

严格来说，互联网金融消费者是个飘忽不定的概念，其内涵并无法律的严格界定。在现行法律或者政府文件中，对此均未作相应规定。涉及消费者相关的法律内涵与互联网金融消费者存在较大的差异。依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二条：“消费者为生活消费需要购买、使用商品或接受服务，其权益受本法保护。”该法所谓的消费者，核心是以“生活消费”为目的而购买、使用商品或接受服务。然而，互联网金融相关的“消费者”群体中，作为出资方，他们购买各类理财产品，或在网贷平台上出借资金，或炒作网络虚拟货币等待收益值带来的收益，以及投资一些股权众筹项目取得收益，或者作为融资方，借入资金用于扩大再生产或资金周转等，

这些行为大多具有营利性质，与“生活消费”需要而购买商品或接受服务存在差距。

如学者所述，《中华人民共和国消费者权益保护法》在制定时，主要针对一般商品经济下的消费者保护，如果适用于保护金融消费者，则在具体制度设计和实施效果上显得力不从心。面对风险更大、交易更复杂、交易地位更加不对等的金融交易，金融消费者应当受到强于一般消费者的保护机制。[参见徐孟洲、殷华：《论我国互联网金融消费者纠纷解决机制的构建》，载《财经法学》2015年第5期。]《中华人民共和国消费者权益保护法》对消费者的界定过于狭隘，因此，互联网金融消费者是否属于《中华人民共和国消费者权益保护法》的保护范畴，发生纠纷或者诉讼时是否可以诉诸



根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第2条的规定，该法保护的对象是为生活消费需要而购买商品或接受服务的消费者，但互联网金融消费者与一般消费者不同，其购买互联网金融产品并非只是为了生活消费，同时也是一种投资获利行为，因而是否属于《中华人民共和国消费者权益保护法》保护的對象存有一定的争议。

于该法律？此值得质疑。有学者进一步认为，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第2条的规定，该法保护的对象是为生活消费需要而购买商品或接受服务的消费者，但互联网金融消费者与一般消费者不同，其购买互联网金融产品并非只是为了生活消费，同时也是一种投资获利行为，因而是否属于《中华人民共和国消费者权益保护法》保护的對象存有一定的争议。[胡光志、周强：《论我国互联网金融创新中的消费者权益保护》，载《法学评论》2014年第6期。]

不仅如此，《中华人民共和国消费者权益保护法》的一些条款也存在一些令人困惑之处。如学者指出，《中华人民共和国消费者权益保护法》第二条将“消费者”界定为“为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本法保护”的人，其第二十八条规定：“提供证券、保险、银行等金融服务的经营者，应当向消费者提供经营地址……等信息。”需要注意的是，第二条提出的“生活消费”区别于“投资消费”，但是第二十八条又规定了对购买金融服务和产

品的消费者的保护，这造成了对金融消费者界定不明。……对于新《中华人民共和国消费者权益保护法》存在的不足，首先需要明确“金融消费者”是否纳入其保护范围。建议完善对金融消费者的特殊保护，在保护范围方面扩大对金融消费者的保护内容。[姚军、苏战超：《互联网金融视角下的消费者权益保护》，载《金融法苑》总第八十九辑（2014年）。]

此外，之前我国颁布的《中国人民银行法》、《商业银行法》、《证券法》、《保险法》、《证券投资基金法》等法律均规范传统金融，这些金融相关法规具有明显的后政监管性质，并非专门的“金融消费者保护法”。法条中的“存款人”“投资者”、“投保人”、“被保险人”、“受益人”等不同概念与金融消费者或者互联网金融消费者存在区别。在2006年，银监会颁布的《商业银行金融创新指引》首次使用“金融消费者”概念，该指引规定了“客户利益保护规则”，指出商业银行的金融创新应“充分维护金融消费者和投资者利益。”[参见罗春婵：《微型金融的消费者保护的发展实践和研究进展述评》，载《金融监管研究》2015



年第 12 期。]2013 年公布的《中国人民银行金融消费者权益保护工作管理办法（试行）》规定，金融消费者指“在中华人民共和国境内购买、使用金融机构销售的金融产品或接受金融机构提供的金融服务的自然人。”2015 年 11 月，国务院办公厅发布《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》（国办发〔2015〕81 号），这是近年中国政府部门涉及金融消费者颁布的重要文件。不过，这一指导意见虽然提出要加强金融消费者保护，但主要是原则性的条文，表达了监管部门的姿态，并非监管规则，

没有可操作性，亦未对什么是金融消费者作明确界定。

有学者提出，为保护互联网金融消费者的权益，根据以往的立法经验，需要制定《金融消费者权益保护法》，明确金融消费者的权利与义务，对侵害金融消费者权益的违法行为根据情节进行合适的处罚。[郭海云：《互联网金融消费者权益保护的法律问题研究》，载《中国商论》2016 年第 10 期。]但是，互联网金融消费者与金融消费者是两个有一定关联又存在差异的概念，就算制定《金融消费者权益保护法》，亦未必

有助于互联网金融消费者的权益保护。通常，金融消费者是与金融机构有业务往来的对象。互联网金融是传统金融和互联网企业的深度融合。互联网金融消费者一定程度是金融消费者范围的扩大。

在上述国务院办公厅关于保护金融消费者的文件中，将金融消费者权益概括为财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全权等基本权利，这些权利集一定程度上可以适用于互联网金融消费者。但是在互联网金融领域，很多企业并非是法规界定的金融机构，比如一些为金融业务提供大数据分析服务的公司，电子数据证据保存的公司，反欺诈公司等等，虽然难免牵涉互联网金融业务，但本身一般不直接经营金融业务。有的互联网金融机构虽受到特定金融监管部门的监管，比如，根据《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》，P2P网贷平台被定性为信息中介机构，此种机构虽然涉及民间借贷撮合业务，但不属于《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》对金融消费者的界定范围之内。因此，网贷业务相关资金出借人和借款人虽然可以纳入

互联网金融消费者这一泛称，但并不属于金融消费者范畴。此正如学者所述，金融是互联网金融的上位概念，因此，互联网金融消费者应当放到金融消费者概念下去讨论，绝不能将二者割裂开来。但互联网金融本身的特性决定了其消费者保护又必然区别于传统金融消费者保护。[姚军、苏战超：《互联网金融视角下的消费者权益保护》，载《金融法苑》总第八十九辑（2014年）。]在未来的立法或法律修订中，立法者必须注意到二者的差异。

综上所述，互联网金融消费者属于当前并非严格的法律术语，其权益保护缺乏专门的法律依据，亦不存在专门的保障机构或组织。如2016年8月银监会颁布的《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》中亦只有出借人、借款人、网络借贷信息中介机构及相关当事人等概念，并无互联网金融消费者的称呼。互联网金融业务由于其专业性、复杂性和快速成长等特点，由单一的工商部门、电信管理部门或者消费者协会对相应企业执行事前或者事中业务监督与检查，以保护互联网金融消费者的权益困难重重。且这种监督与检查要么缺

互联网金融消费者属于当前并非严格的法律术语，其权益保护缺乏专门的法律依据，亦不存在专门的保障机构或组织。

乏法律授权（比如工商部门），要么力不从心（比如“一行三会”或消费者协会）。因此，在实践中，往往是公安机关在风险事件暴发后，以刑事追惩被告的方式维护互联网金融消费者的权益。如学者指出，互联网金融平台本身以及行业内部并未建立有效的纠纷解决机制，外部又缺乏基本的监管制度加以约束，在互联网金融交易出现问题时，只能通过传统的刑事和民商事法律加以调整，既不便捷，成本也高，无法满足现实需求，这已成为当下互联网金融领域内最为严重的问题之一。[参见徐孟洲、殷华：《论我国互联网金融消费者纠纷解决机制的构建》，载《财经法学》2015年第5期。]其中的典型代表，莫过于2015年12月公安部门对e租宝所属企业立案查封。但是，一旦互联网金融领域发生侵犯消费者权益的事件，往往难以有效挽回已有损失。比如，据有关机构估计，e租宝事件的受害者致多能挽回约20%的损失。

三、权益保障的思考

受中国现有法律制度、监管和实践影响，互联网金融消费者存在上述特殊性和困境，使得其权益保障非常脆弱。为此，笔者提出如下思考：

其一，随着互联网金融业态的高速发展，以及监管规则陆续出台，越来越多的企业被强制要求信息披露。与此同



时，普通的互联网金融消费者对互联网金融各类信息的收集、分析和理解将可能越来越费劲。在强监管的要求下，互联网金融领域存在“信息大爆炸”的趋势。围绕某个互联网金融产品或者机构的毁誉参半的各类信息，将可能让普通互联网金融消费者无所适从。如前所述，诸如P2P网贷、股权众筹等行业提倡小额分散，使得这些领域有大量的普通互联网金融消费者。与互联网金融机构相比，



这些群体因其非专业性而易处于弱势地位。非专业群体要判别各类互联网金融项目信息真假的能力极其有限。这时候，监管机构的行为监管恐怕不足以为互联网金融消费者提供充分的有效指引。为此，应鼓励评级机构以及第三方研究机构对各类互联网金融机构或相应产品提供分析、排名或评级，这种市场行为具有辅助监管性质，有助于促进甚至督促互联网金融企业正面发展，协助非专业

互联网金融消费者的信息判别能力。[参见邓建鹏：《网贷评级是时代之需——对“网贷评级第一案”的思考》，载《银行家》2016年第2期。]这一方面也正好与《消费者保护法》第六条“国家鼓励、支持一切组织和个人对损害消费者合法权益的行为进行社会监督。大众传播媒介应当做好维护消费者合法权益的宣传，对损害消费者合法权益的行为进行舆论监督”的基本精神一致。因此，民间专

笔者认为应该及时充分发挥中国互联网金融协会或类似组织的作用。作为半官方的协会，中国互联网金融协会是一个综合性的行业自律组织。协会之下可以根据业态需要设立各种专业委员会，并受理并处理互联网金融消费者的投诉。

业机构对网贷平台、众筹平台或者互联网综合理财平台的风险评级与实力排名等等，有其长期存在的价值和依据。

其二，由于目前不存在一个明确的、综合性的互联网金融消费者权益保护机构，并且由于业态的特殊性，这种状态将会持续很长的时间。比如在网贷领域，银监会确定了由各地银监局与各省金融办双方监管模式，但对互联网金融消费者权益受到侵犯时，上述双重监管机构是否有效？其能否及时处理消费者的投资？这些均有待未来在实践中评估，当前尚不好下论断。[参见邓建鹏：《网贷监管规则实际效果有待检验》，载《证券日报》2016年1月30日A03版。]此外，当前诸如网络虚拟货币交易、股权众筹等多个互联网金融业态尚处于监管的真空状态。对此，笔者认为应该及时充分发挥中国支付清算协会和中国互联网金融协会等自律组织的作用。为了捍卫消费者权益，在具体监管规则尚未出台之时，这些行业自律组织可以针对特定互联网金融业态制定账户安全指引、

信息披露指引、电子数据认证与存管指引、互联网金融消费者知情权指引等等。

其三，互联网金融产品与服务的风险高低不一，因此，理论上这些产品与服务应该提供给适当的消费者。为此，监管机构一方面要强制互联网金融企业测试和评估消费者的风险偏好、抗风险能力，另一方面应要求互联网金融机构在其官网显著位置提示产品风险。在监管机构或行业自律组织对企业监管或自律检查时，要求企业建立评估互联网金融消费者的适当性标准。

最后，在出现互联网金融消费者与企业之间的纠纷时，应该充分发挥网络仲裁跨越空间、高效率、低成本的优势。当前，我国已经在广州、青岛等地建立了网络仲裁机构或网络仲裁院。诸如此类机构应当及时引入互联网金融领域，可建议消费者与互联网金融企业预先在合同中约定由网络仲裁院作为纠纷解决机构之一，处理各类权益纠纷。■

中国支付清算协会反欺诈工作委员会召开第一次成员大会

2017年4月27日，中国支付清算协会（以下简称协会）反欺诈工作委员会（以下简称工作委员会）第一次成员大会暨工作委员会成立大会在北京召开。人民银行支付结算司副司长樊爽文、公安部查控中心队长张宇、协会执行副会长兼秘书长蔡洪波出席会议并讲话。包括商业银行、支付机构、中国银联在内的会员单位，部分从事反欺诈工作的相关机构代表167人参加了会议。会议由协会副秘书长王素珍主持。

会议审议通过了《中国支付清算协会反欺诈工作委员会工作规则》，选举产生了工作委员会第一届常委会。建设银行当选第一届常委会主任委员单位，工商银行等12家单位当选副主任委员单位，邮政储蓄银行等14家单位当选常委单位。

樊爽文要求：一是工作委员会要在未来工作中，不断扩大反欺诈工作面，立足更高的视角，去审视、防范、打击欺诈犯罪行为。二是加强反欺诈工作的内外结合。在行业内部，要建立健全行业自律制度，做好各项基础性工作；同时，注重反欺诈的外部环境建设。此外，要注重将诸如Token、区块链等新技术和反欺诈工作有机结合起来。三是要发挥好平台的作用，促进跨部门、跨区域合作，形成全方位、多层次的行业合力，实现联防联控。反欺诈涉及部门和机构较多，工作委员会要加强调查研究，及时总结新型案例，为行业提供普适性的模型以及规则指引。四是加强反欺诈的宣传教育工作，提高社会公众的防范意识。

张宇对我国当前反欺诈的整体情况、公安部查控中心的工作情况及工作成果进行了介绍，并表示希望通过工作委员会进一步加强公安部门与金融机构的合作。一是加大宣传教育的力度，强化警民、警企合作机制；二是加强行业间交流，共同探讨问题，提升全行业整体防控能力。

蔡洪波在讲话中介绍了成立工作委员会的背景和意义，并结合当前的反欺诈工作和欺诈犯罪的实际状况，提出了具体工作要求：一是积极组织协调，充分发挥自律和服务作用。要发挥平台和桥梁作用，连接政府部门、市场机构以及社会专业组织，建立支付行业反欺诈的组织和激励机制，制定相关工作指引，发挥各方智慧和力量，汇聚资源，形成推动反欺诈工作的强大动力。二是依靠成员单位，抓好组织和制度建设。通过科学的工作机制，激发会员单位参与热情，发动会员单位的力量，形成合力，组织推动反欺诈工作有效开展。三是积极开展各种交流与合作，加强行业培训和研究。促进与国外同业间的交流，介绍国内外先进经验，提高反欺诈工作水平。加强行业培训力度，提升从业人员专业能力和素养。推动反欺诈研究，深入分析电信网络诈骗犯罪的特点，为监管部门制定相关政策提供建议和决策参考。

建设银行、银联、光大银行、拉卡拉、通付盾等新当选的主任委员单位、副主任委员单位、常委单位代表也相继发言，表示将在人民银行和协会的领导下，紧紧依靠广大成员单位，团结协作，尽职尽责，充分发挥工作委员会的作用，共同推动反欺诈工作取得更大的成绩。

内部资料 免费交流



关注中国支付清算协会
微信公众号

印数数量：2500册

发送范围：主管单位及会员单位等