

互联网环境下的商业银行金融挑战与创新

台婷婷

中国邮政储蓄银行股份有限公司宁夏回族自治区分行, 中国·宁夏 银川 750001

【摘要】在我国经济快速发展下,其经济环境在不断变化,在此背景下推动了科学技术水平的提升,当前互联网、大数据等技术已经在人们的日常生活中得到了广泛应用,我国也迎来了互联网时代。互联网环境推动了我国社会经济的发展,促进了经济金融水平的提升,商业银行在发展中也迎来了新的发展机遇。文中对商业银行在互联网金融工作开展中面临的挑战进行了分析,并对其创新改革的策略进行了探讨。

【关键词】互联网; 商业银行; 金融创新

Financial Challenge and Innovation of Commercial Banks under Internet Environment

Tingting Tai.

Ningxia Hui Autonomous Region Branch, Postal Savings Bank of China, Yinchuan 750001, China

[Abstract] With the rapid development of China's economy, its economic environment is constantly changing, in this context to promote the level of science and technology, the current Internet, big data and other technologies have been widely used in People's Daily life, China has ushered in the Internet era.

[Key words] Internet; Commercial bank; Financial innovation.

引言

近年来,得益于互联网金融的快速发展,第三方支付的应用得到前所未有的高速发展,人们开始大量采用电子支付替代传统的现金支付。电子支付的普及,促使商业银行越来越重视自己与互联网之间的关系,开始谋求转型创新之路。与此同时,商业银行之间的竞争愈演愈烈,要谋求长久发展,商业银行谋求“互联网+金融”,不断寻求经营发展模式的转型创新势在必行。

1 商业银行在互联网金融工作中面临的挑战

1.1 先进互联网技术应用不充分

在互联网迅猛发展的环境背景下,商业银行在发展过程中也已经开始与互联网技术实现融合。互联网金融优势在于其扁平化、去中心化,由以及此产生的极快的响应速度。而传统的商业银行大多属于总、分行模式,通过总行部门对下设各级分行进行垂直管理。这种组织架构权利集中,层级过多,总对分的管理有较强的时滞效应,对分行所在市场的情况不能及时准确给出反映,市场发展常常让分行错失良机。即使在互联网技术十分发达的今天,出于数据安全考虑,很多互联网的先进技术还不能应用到商业银行的日常工作中,互联网技术的应用能力较差。这也导致了商业银行与新兴互联网金融相比,竞争优势相对较小,影响商业银行的长久发展。另外,商业银行的城郊乡镇网点营业设备更新有诸多内部管理限制,先进设备普及率较低,进一步拉低了互联网技术应用效率。

1.2 人力资源管理水平较低

在互联网金融的发展背景下,在转型过程中都需要借助高质量专业人才助力企业、单位实现转型^[1]。商业银行实现创新转型,势必需引进高质量的复合型专业人才。但商业银行受地缘限制,以及工资待遇配置受公司内部治理等方面的影响,无法在高端复合型人才市场上形成优势竞争地位。不仅如此,目前部分商业银行由于内部僵化,现有成熟人才流失的问题也未得到解决。第一,商业银行在人力资源培养使用过程中未重视分门别类,大一统的招聘为一线柜员,并且未在短时间内对专业技术性

人才调岗配位,使商业银行所聘高质量人才无法将其自身价值充分发挥出来,人、岗位之间存在不匹配的现象,也是商业银行员工短期离职率越来越高的原因之一。第二,商业银行现有人才还不能满足互联网金融的复杂性要求。商业银行金融产品发展日新月异又充满竞争,银行内部现有的产品技术研发人员多缺乏互联网专业的知识技能,新招聘人员又多缺乏基层经验,无法满足当前商业银行发展转型需求。第三,商业银行人才结构不合理。对商业银行人员分布情况进行分析可看出,当前商业银行中人员结构存在不合理的现象,主要体现在中高层领导年纪普遍较高,缺乏年轻血液,地区越偏远问题越明显。造成这种现象的因素主要是因为商业银行薪资待遇缺乏市场竞争力,内部管理层级较多,创新发展空间不足,人才激励措施不完善,毕业生发展空间受限,银行难以维持新鲜血液。^[2]

1.3 产品创新不足

近年来,商业银行间的竞争已趋于白热化,各大银行虽已推出品类繁多的金融产品,但多为借鉴同业,同质化较为严重,自主研发或接地气适应地区发展的产品有限。一是创新意识不足。金融产品创新周期长,且易被复制,是商业银行多选择成为“搭便车”者而非创造者的重要原因。更有甚者,部分商业银行不加以改进地复制国外金融产品营销,虽短时能降低成本盈得收益,但是极大地挫伤了国内商业银行金融产品创新的积极性,金融市场上缺乏满足国内民众需求的个性化服务;二是研发投入有限。地区性商业银行资金储备有限,对接地区服务实体经济,但研发和解决实体经济问题的水平还不够高,对于服务地方经济,解决中小微企业融资问题,进行有效风险管理的机制建设还不完善。三是创新驱动不足。总分行形式的国有大型商业银行风险管理要求较高,产品创新受约束较多。^[3]总部创新产品并不能放之四海而皆准,往往花大力气收效甚微;分行研发产品多因风险管理和部门、机构间层层审批而错失抢占市场的良机,不能激发分行研发热情。

2 互联网环境下的商业银行金融创新及变革

2.1 重视客户关系管理

2.1.1 搭建并完善客户信息管理系统

商业银行在发展过程中应注意客户数据信息管理系统的搭建。从第一次商业银行为客户提供服务开设账户开始, 银行相关系统就产生了有关该客户的数据信息, 完善的客户信息应至少包含三个方面, 首先是客户的基本信息, 包含年龄、性别、常住地等; 其次是账户信息, 显示与银行的静态粘性; 最后是交易信息, 展现与银行之间的动态粘性。完善的客户数据信息管理是一个动态的、长期的过程, 不仅要当下和将来的数据进行详实的收集, 对已有的老客户的数据信息治理也是非常关键和必要的。^[4]这是商业银行进行客户关系管理的基础。

2.1.2 提高客户信息分析应用能力

“在互联网经济时代, 数据是新的生产要素, 是基础性资源和战略性资源, 也是重要生产力”。商业银行应充分认识到数据所能产生的经济价值, 重视客户关系管理以及CRM (Customer relationship management) 系统的建设。通过对客户信息的梳理和数据挖掘建模技术, 建成可以多角度分析客户粘性和客户贡献的多维分析系统, 加强客户关系管理, 通过对客户群体进行分类分析研究, 为客户提供个性化专属客群服务方案打造可靠的数据基础。同时通过不断的收集客户反馈意见, 不断完善CRM系统, 优化服务体系, 提升服务质量和效率。^[5]最终, 赢得客户的信赖, 提高客户粘性。

2.1.3 为客户提供个性化的金融产品与服务

观察国际商业银行情况, 我国的商业银行可提供的金融产品数量与发达国家相比其还是存在有较大的差距^[6]。随着实体经济的快速发展, 商业银行面对的客户群体结构更复杂多样, 不同群体层级中的客户所需要的产品是大有不同, 有的客户对效率更敏感, 也有客户对利率更敏感。这需要商业银行能更科学细致的对客户群体进行分类管理, 能够从客户视角出发, 急客之所急, 对客户实现全面分析掌握, 为客户提供更为贴心的服务, 加强金融产品的创新研发, 不断丰富金融产品数量, 提高质量, 全面提升商业银行的个性化服务水平。在交易完成后, 商业银行还应建立有效的后客户追踪服务体系, 定期回访。合理采纳客户意见, 及时解决客户疑问困难, 并对所涉金融产品进行优化升级, 提高产品竞争力, 推动商业银行长久稳定的发展。

2.2 丰富产品体验

2.2.1 积极发展网络金融业务

在互联网环境下, 其信息技术以及互联网技术已经在人们日常工作生活中实现广泛应用, 为人们提供了越来越多的便利^[7-8]。与此同时, 第三方支付平台得到了快速发展, 现在电子支付已经在人们生活中得到了普及。由此可见我国已经进入了新结算时代, 电子支付已经成为时代发展趋势, 商业银行应紧抓发展机遇, 加快电子支付业务的开展, 以此来提升本行客户数量, 银行自身经济效益得到提升打造坚实基础。商业银行在电子支付业务的发展方面, 应积极对本行APP进行开发, 提升人机友好程度; 还应加强对移动支付业务开展的投资力度, 通过开展营销活动培养客户使用习惯, 提升客户粘性, 同时科学控制其投入成本。针对一些偏远地区的商业银行需要积极与第三方进行合作, 提升研发效率, 合作共赢。^[9]

2.2.2 提高商业银行金融业务的便利性和精确性

在互联网环境下, 智能技术以及信息技术的快速发展, 智能终端也是实现了快速发展, 近年来也涌现出了不同的APP以及网站, 但是这些APP以及网站的信誉度以及真实性还需要进一步考察^[10]。在我国, 商业银行具备一些天然优势, 首先, 商业银行拥有存款特许经营权, 其他任何单位和个人未经批准不得吸收公众存款。所以商业银行作为资金密集型行业, 联通了经济社会最大的资金提供方和资金使用方, 是社会经济活动的金融基

石, 具有较强的资金实力。相比之下互联网金融公司提供的资金是有限的, 存在发展瓶颈。其次, 商业银行天然就是经营风险的行业, 已经建立了相对完善的风险控制机制, 有更强的风险抵御能力, 代表着金融活动更安全。再次, 商业银行具有极广泛的线下经营渠道, 客户实际感知更强烈, 信任感和忠诚度更高。在“互联网”+ 商业银行的新金融模式融合过程中, 商业银行更占优势。商业银行应充分学习互联网技术, “以客户为中心”, 充分了解客户需求, 为客户量身打造个性化金融服务, 树立“因客户而变”的思维, 打造“客户身边的银行”, 提高商业银行金融业务的便利性和精确性。

2.3 健全内部创新管理机制

商业银行谋求发展, 要在竞争中获得优势地位, 就要不断完善内部治理。一是建立健全产品创新机制, 从容错和员工激励等不同角度入手, 为产品创新打开制度层面的通道。二是要打通上下交流渠道, 以业务事业部的形式代替机构之间的冗长报批反馈机制, 提高银行产品创新的效率, 使新金融产品更快服务市场, 可以在灵活性多变的市场上抢占先机。

2.4 重视互联网技术和金融人才的引进与交叉培养

目前商业银行金融产品创新缓慢, 还没有建立能充分发挥专业人才的创新作用的平台, 机构部门依传统需求建立居多, 还没有主动发展培养又懂技术又懂产品又懂经营的新型专门人才。商业银行应根据市场金融需求, 本着“为客户解决金融问题”的态度, 建立专门的金融产品队伍, 对疑难杂症和痛点问题形成专业方案, 根据市场反馈, 逐渐形成专门做法, 最终完成金融产品创新, 使得商业银行在市场上处于优势地位。

3 结语

综上所述, 互联网环境背景下使得网络金融应运而生, 为商业银行的发展带来了较大的压力, 也促成了商业银行新的发展机遇。金融创新为商业银行带来了新的挑战, 商业银行进行金融改革创新是必然趋势。文中对当前商业银行金融工作在开展中存在的问题进行了分析, 在此基础上若想推动商业银行金融业务实现改革创新, 需要加强对客户关系的管理, 丰富产品体验, 健全内部创新管理机制, 最后还应重视互联网技术和金融人才的引进与交叉培养, 建立专门的金融产品队伍, 有效推动商业银行在互联网环境下实现长久稳定的发展。

参考文献:

- [1] 战文清, 刘尧成. 数字金融对中国商业银行风险的影响机制分析[J]. 浙江金融, 2021 (12): 35-47.
- [2] 倪武帆, 许康, 周泯均. “双循环”背景下商业银行服务创新对策研究[J]. 北方金融, 2021 (10): 81-87.
- [3] 陈喜. 商业银行金融产品创新及其风险防控的措施初探[J]. 今日财富(中国知识产权), 2021 (10): 46-48.
- [4] 刘军, 胡莉娜, 张艳. 后疫情时代金融科技在商业银行中的应用研究[J]. 内蒙古科技与经济, 2021 (12): 61-62.
- [5] 林旭影. 信用风险防范下农村商业银行互联网金融创新的策略研究[J]. 中国集体经济, 2021 (19): 82-83.
- [6] 金玮婷. 互联网金融背景下商业银行个人金融业务创新分析[J]. 现代经济信息, 2020 (09): 124-126.
- [7] 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.
- [8] 徐亚楠. 浅析“互联网+”背景下商业银行支持农村金融发展方式的转型与创新[J]. 现代金融, 2019 (04): 49-51.
- [9] 吴琳娜. 基于互联网金融背景下商业银行创新发展的认识与思考[J]. 智库时代, 2018 (46): 38-40.
- [10] 张艺凡, 方美芳. “互联网+”视阈下商业银行金融业务创新的探寻和思考[J]. 市场周刊, 2018 (07): 111-112.