

網路與科技金融之發展及資本市場應用趨勢

盧陽正 台灣金融研訓院院務委員兼金融研究所所長 2015/9

林士傑 台灣金融研訓院金融研究所副所長

楔子

諾貝爾經濟學獎得主 Robert J. Shiller 曾言：「大多數人都非常需要獲得廣泛的基本金融諮詢服務，而且需要從有資歷和值得信賴的專業人士那裏獲得這種服務。很不幸的是，只有富有的人才有能力支付得起這種諮詢服務。」 網路與科技金融之發展，正將普羅大眾的基本金融諮詢服務普惠化，改變了 Shiller 之所言，大量的長尾金融需求正被快速挖掘與滿足，而提供金融服務供給的平均成本卻很低廉，這包含過去幾年的 P2P 金融、第三方支付、眾籌、互聯網金融銷售與理財、互聯網基金、互聯網資訊服務、互聯網租賃、互聯網貿易融資，到起步階段的互聯網證券、互聯網保險、大數據金融、供應鏈金融，網路與科技金融生態圈快速發展，金融服務版圖正在重構。

壹、網路金融生態發展

資訊科技帶動的網路金融服務趨勢，除了降低營運成本、方便客戶，也讓金融服務趨向網路化、虛擬化、全功能化；為許多櫃台服務式的傳統金融業務提供了虛擬的管道，而以網際網路為基礎的電子商務特色，也擴展了金融業的營運模式，為金融業帶來了如第三方支付服務、第三方金融資訊服務等跨業的競爭者，與進入其他服務領域的機會，除了整合不同金融業務，也得以金流服務為基礎跨足其他業種領域。

網路金融的發展一般定義為透過網際網路(有線與無線)提供的金融服務，而網路金融的參與者包括金融服務提供者、金融服務需求者與 ICT 資通訊網路業者。就廣義而言，若將透過所有通訊網路提供的金融服務納入，則包括電話銀行、行動銀行等均屬於網路金融。在各國的網路金融發展上，美國最早開始金融創新，從 1990 年代網路普及後，不斷創新網路金融服

務，尤其在蘋果公司(Apple Inc.)各種手持式裝置普及後，更將網路金融服務移轉至行動服務上；日本靠著 NTT 公司的封閉式 i-mode 行動網路服務，最早在功能式手機時代曾經擴展到全球，但最終仍向開放式的行動網路服務靠攏；歐洲在網路金融的發展，則是注重行動支付的便捷，以及各種網路貨幣(例如比特幣)支付的便利性；中國大陸在金融環境的限制下，網路金融除了提供客戶交易的便利與安全，更增加了融(籌)資以及投資，深入地達成了金融中介的重要目的。

2000 年後隨著 Y 世代步入社會、傳統金融業務網路化、第三方支付服務崛起，以至雲端服務與巨量資料分析的普及，金融業在網路金融的服務已面臨大幅變革。其中，最大衝擊當然來自『服務模式』的改變，許多傳統的金融服務已經不需要透過金融業來完成，而是藉由『網路電商』、『電信產業』完成，不僅如此，傳統上屬於人力密集的銀行產業，也透過金融業務的不斷網路化，不僅銀行業的分行數量將不斷下降，未來手機、平板甚至社交網站即可做銀行、保險、證券等業務，形成更強大的互聯網金融生態圈，都是網路金融最新的發展方向。

過去國際上網路金融業務一般可區分為三類模式，第一類是純資訊服務，主要是給客戶提供的產品和服務，包括存放款利率、外匯牌價查詢，投資理財諮詢等，這是銀行透過網路提供的最基本的服務，一般由銀行一個獨立的伺服器提供。這類業務的伺服器與銀行內部網路系統無連結路徑，風險較低。第二類是客戶交流服務，包括電子郵件、帳戶查詢、貸款申請、檔案資料(住址、姓名等)定期更新。該類服務使銀行內部網路系統與客戶之間保持一定的連結，銀行必須採用監測和防止駭客入侵銀行內部網路系統，風險較高。第三類是交易服務，包括個金和企金兩類，這是網路銀行業務的主體。個人業務包括轉帳、匯款、代繳費用、房貸、買賣有價證券和外匯交易等。公司業務包括財務結算業務、貸款業務、國際業務和投資銀行業務等。銀行交易服務系統伺服器與銀行內部網路直接相連，從業務本身或是網路系統安全來看，風險為三種網路金融服務模式中最大

的。

不過由於智慧型手機、雲端運算、電子商務、社群網絡以及 APP 等快速發展，目前網路金融概念發展快速，已跳脫過去思維，發展各式資金支付、融通、移轉、投資和訊息中介等新興金融模式，更包括股權及融資眾籌、銀行、證券、保險、房屋、汽車等推陳出新，目前最流行的網路金融則主要有：Paypal、支付寶、AlterPay、Moneybookers、Liberty Reserve、E-Gold 等。而巨量資料(大數據)、雲端計算寬頻傳輸及互聯網催生的嶄新金融模式，改變了銀行與客戶的聯繫。未來新興科技發展與金融服務策略結合的發展方向漸趨多元化，其中，包括語音辨識、生物識別、擴增實境、近端與遠端金融等技術演進，將會進一步影響金融服務發展，甚至是打造未來金融服務業新樣貌的重要指標。

貳、歐美日的網路科技金融發展偏向銀行服務之創新

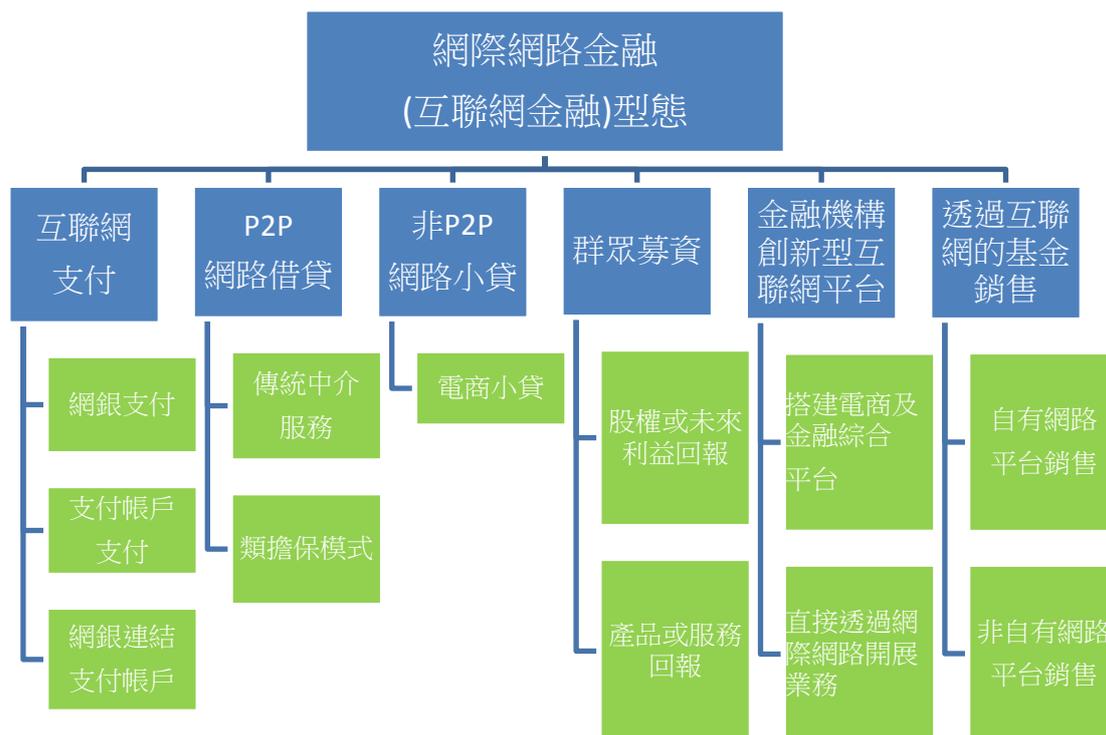
在日本，銀行在向法人提供融資時通常需要根據企業財務決算報表進行審查，目前辦理手續通常需要數週左右的時間，因此小額融資很難得到重視。2015 年 1 月起由三井住友銀行和日本雅虎等出資的網路專業銀行——日本網路銀行，可完全透過互聯網完成法人融資業務手續，服務對象為在日本雅虎的購物網站「Yahoo shopping(雅虎購物)」上開店的商家為對象，提供上述純互聯網融資服務。這些商家在申請融資時不被要求提交決算報表，而是根據商品銷售信息和用戶評價進行審查。此模式為日本的銀行產業首次採取之純互聯網金融舉措，其透過日本現有銀行尚未涉足領域的法人融資，滿足小微規模商家的長尾資金需求。

而日本網路銀行將積極利用購物網站上的銷售資訊進行審查，包括分析何種商品何時、暢銷程度、以及來自用戶的評價等，透過大數據分析以摸清其信用能力。日本網路銀行已利用三井住友銀行的貸款經驗，建立了審查機制，資金的用途主要為商品的採購，一系列融資手續將在網上完成，最快可在提出申請的下一個營業日獲得融資。

歐美許多國家都有純網路銀行，像美國的發現者銀行(Discover Bank)，還有日本的軟體銀行(Softbank)都很成功。英國在 2005 年就開放 P2P 業務，2006 年大陸也引進，大陸於 2014 年業務量已逾人民幣 2,000 億元，英國則超過 20 億元英鎊，美國也有 70 億美元規模。隨著國際 P2P 業務正勃蓬發展，我國也即將研議開放純網路銀行。所謂百分之百的純網路銀行，是指只有總行是實體，沒有分行，所有業務都是透過網路進行，包括透過網路吸收存款、辦放款、發信用卡等，Discover Bank 2014 年 ROE 高達 25%，ROA 也有 2.9%。

參、中國大陸互聯網金融發展的啟示

除了西方的網路金融業務發展，中國大陸近年也由於利率市場化與自由化仍未具體實現，寄望藉由網際網路金融發展來倒逼傳統銀行業務模式改革，並藉以適度打破金融產業藩籬，找到合適的營運模式，因此主管機關也對其型態加以具體規範。依據中國大陸人民銀行 2014 年 4 月發佈的中國大陸金融穩定報告，指出大陸互聯網金融主要存在六種型態：包括互聯網支付、P2P 網路借貸、非 P2P 的網路小額貸款、眾籌融資、金融機構創新型互聯網平台、基於互聯網的基金銷售等(圖 1)。



資料來源：2014年中國大陸金融穩定報告、台灣金融研訓院研究報告整理

圖1 網路金融主要型態

2015年6月《富比世》中文版最新發佈「中國互聯網金融50強」名單，此次榜單中50家企業涉及中國互聯網銀行、互聯網票據、互聯網保險、互聯網證券、互聯網理財、互聯網基金、互聯網分期、協力廠商支付、P2P、P2B、P2L、眾籌、大資料金融等16種互聯網金融企業。其中互聯網理財和P2P網貸發展最快，分別占11家和10家之多(圖2)。

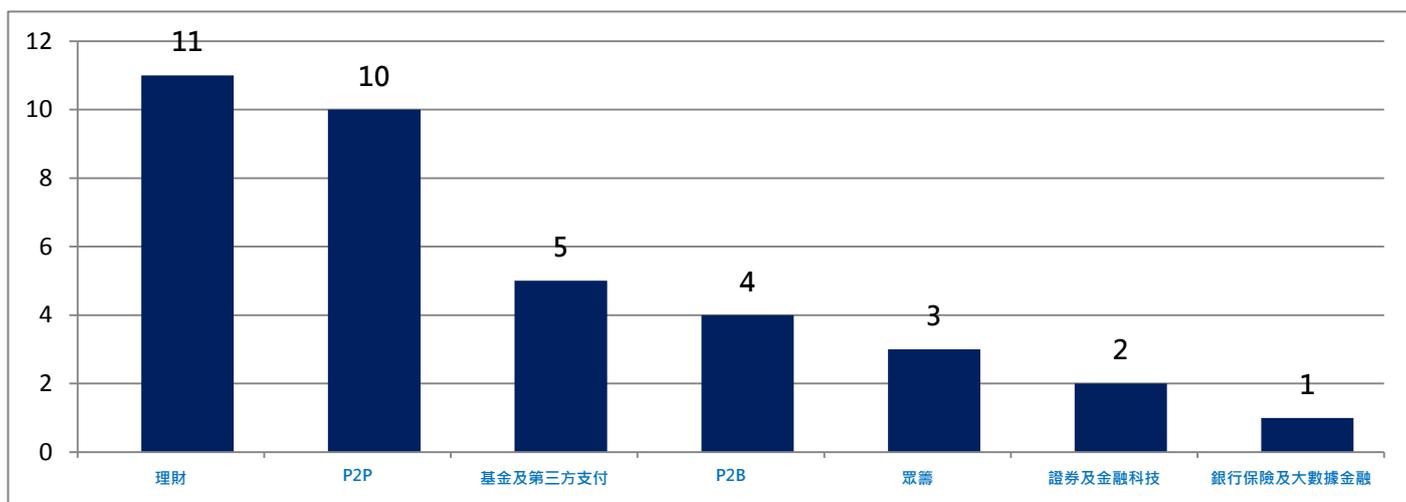


圖 2 2015 年中國互聯網金融 50 強業種分布

資料來源：2015 年 6 月《富比世》雜誌中文版

2005-2014 年中國大陸網民規模和互聯網普及率持續增加(圖 3)，從 2013 年 6 月「餘額寶」的誕生，就掀起了中國大陸「全民理財」的熱潮。在此之後，「寶寶」類理財產品成為理財的重要選擇。在後餘額寶時代，互聯網理財產品日漸多元，從 2015 年中國互聯網金融 50 強業種分布來看，包括從記帳管理切入理財市場的「隨手記」、從信用卡功能應用來實現個人財富的智慧化整合管理的「51 信用卡管家」等。在 P2P 網貸領域，儘管近幾年倒債事件頻傳，但平台數量暴增，目前 P2P 存活平台已逼近 2,000 家，交易規模超過 1,000 億元人民幣。

我們嘗試更清楚定義互聯網金融，互聯網金融是以互聯網為渠道，大數據、雲計算為資源，創造主動感知顧客需求，推出量身訂製之金融服務商品，挖掘並滿足客戶長尾少量多樣金融需求之創新金融服務模式。互聯網金融產業係以互聯網、大數據、雲端運算為「生產要素」，其核心是「徵信與風險管理技術」，樣貌是「精準行銷與客製化」。

中國大陸對於互聯網大數據的金融信用體系和數據驅動金融服務有很大的期待，認為互聯網金融提升資源配置效率，降低了行業訊息不對稱風險，改變了

傳統金融服務的理念和業務方式，提升了金融資源配置效率和風險管理水準。而觀察中國大陸互聯網金融細分領域逐漸成熟，其中大數據及徵信是核心環節，互聯網金融透過 P2P、P2B、眾籌等網路投融資平台，以及互聯網銀行、金融網銷、供應鏈金融及其他金融中介提供服務，而互聯網金融服務真正要能夠有別於傳統金融模式，未來要長遠發展，關鍵仍在於「大數據的徵信服務體系」的建置。

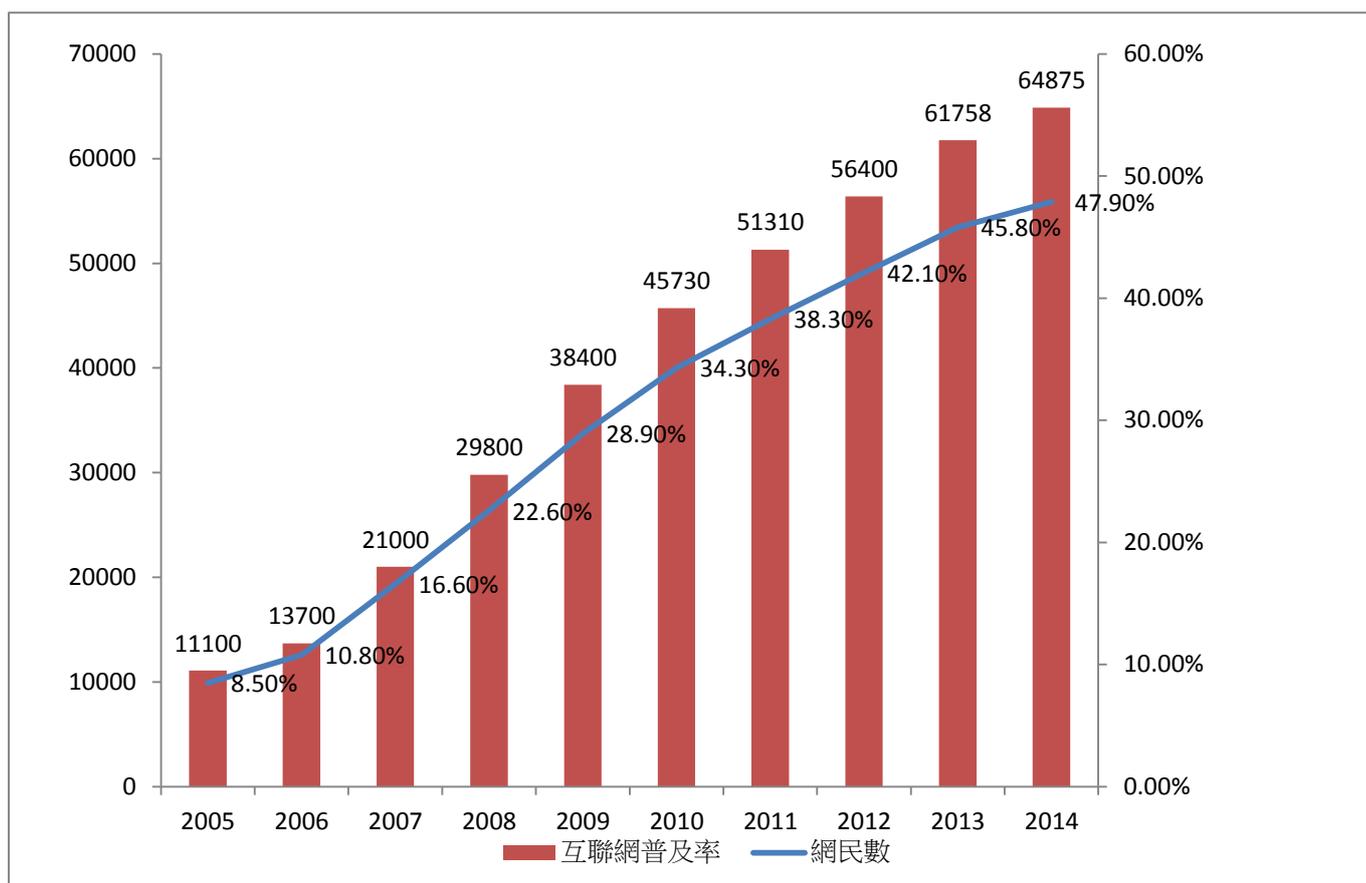


圖 3 2005-2014 年中國大陸網民規模和互聯網普及率

資料來源：2015 年中國清科研究中心報告

「互聯網+金融」改變了傳統金融的服務理念和業務方式，銀行、保險、證券、基金等傳統金融逐漸有「互聯網+」的企業參與。在此同時，傳統金融領域的融合已經跨越單純管道合作階段，衍生出各種各樣新的金融產品及業務形態。除了互聯網理財和 P2P 網貸外，還有眾籌、協力廠商支付等業態也在蓬勃發展。

此外，儘管諸如互聯網銀行、互聯網保險、互聯網票據、互聯網分期、互聯網保理和大資料金融等互聯網金融業態僅有一家企業上榜，但這些互聯網金融新種業務也在加速中國大陸互聯網金融朝向垂直化、細緻化方向發展。

中國大陸互聯網行業的發展迅速，「互聯網+」對傳統行業已經形成很大衝擊，互聯網對中國大陸金融業務的滲透也愈來愈深入；例如阿里巴巴旗下支付寶交易規模從 2005 年的 25 億元，佔 GDP 比 0.014%；到 2012 年，交易規模達 3.87 萬億元，佔 GDP 比例也增加至 6.084%。2014 年，互聯網金融不僅入選了政府工作報告，也成為中國大陸監管部門重點關注的對象。人行提出「互聯網金融的 5 大監管原則」，以及「對互聯網金融差別化監管」等。預計今明兩年中國大陸政府將推出更多互聯網金融相關政策法規，互聯網金融部分領域增速將放緩，產業競爭格局將有所變化，近幾年政策風險將迅速提高(表 1)。

表 1 2014 年互聯網金融相關政策法規

發佈時間	發佈機構	行業類別	政策名稱	主要內容
2014-3	人行	第三方支付	《關於手機支付業務發展的指導意見》、《支付機構網路支付業務管理辦法(徵求意見稿)》	徵求第三方支付做出限制，包括第三方支付轉帳，消費將被限制，如單筆消費不超過 5,000 元，月累計不能超過一萬；單筆轉帳不能超過 1,000 元，年累計不能超過 10,000 元等。
2014-3	央行支付結算司	第三方支付	《關於暫停支付保	緊急叫停了虛擬信用

			公司線下條碼(二維碼)支付業務意見的函》	卡和二維碼支付。
2014-4	人行和銀監會	第三方支付	《關於加強商業銀行與第三方支付機構合作業務管理的通知》	通知對交易限額做了要求，包括單筆支付限額和日累計支付限額，客戶提出申請且透過身分驗證和辯護後，在臨時期限內，可以適當調整單筆支付限額和日累計支付限額。
2014-4	保監會	互聯網保險	《關於規範人身保險公司經營互聯網保險有關問題的通知(徵求意見稿)》	互聯網保險的銷售可以突破保險公司分支機構的區域限制
2014-12	保監會	互聯網網路	《互聯網保險業務監管暫行辦法(徵求意見稿)》	互聯網保險業務應由保險機構總公司集中運營、集中管理，不得授權分支機構開展互聯網保險業務，不可以進行不實陳述、片面或誇大宣傳過往業績、違規承諾收益

或者承擔損失等誤導性描述。

對股權眾籌的備案登記和確認、平台進入、發行方式及規範、投資者範圍等內容做了明確描述。

2014-12

證券業協會

眾籌

《私募股權眾籌融資管理辦法(試行)(徵求意見稿)》

資料來源：中國人民銀行、中國銀監會、中國保監會、中國證券業協會

2014年7月份，中國人行就《促進互聯網金融健康發展》進行徵求意見。從整體監管框架來看，主要可以分為三個部分的內容：第一，建立監管制度，建立互聯網金融網站備案制，嚴格最低註冊資本要求，建立信息披露制度，明確風險提示，加強反洗錢，加強及重視消費者權益保護，加強行業自律和信用基礎設施的建設，以及加強互聯網金融的研究工作等。第二，實施分類監管，目前互聯網金融監管的重點是P2P、眾籌、互聯網基金銷售和互聯網保險、第三方支付等五大領域，整體上來看，將由一行三會對互聯網金融實施分類監管。第三，成立互聯網金融協會，除了由一行三會對互聯網金融實施分類監管外，未來將成立互聯網金融協會，藉業者技術知識與運營經驗來進行行業自律管理，樹立行業規範，建立行業協會可以以自律來協助中國大陸政府監管，對於互聯網金融將有正面發展。

中國大陸互聯網金融目前比較常見的P2P、P2B、眾籌等網絡投融資平台，也包含互聯網銀行、金融網銷、供應鏈金融及其他金融中介服務等。目前眾籌、P2P、P2B和金融網銷處於快速成長期，互聯網銀行和供應鏈金融仍在摸索階段。根據中國清科研究中心發表的「2015年中國互聯網金融行業投資研究報告」顯示，互聯網金融未來投資機會將大量出現在以下兩類業態：第一是風險相對較低

的互聯網金融平台，第二是未來成長空間比較快的互聯網企業，其中供應鏈金融發展成為熱門焦點。

特別值得注意的是，供應鏈金融是供應鏈管理的一個部分，其目的是為了使整個供應鏈系統運營成本極小化，而為產業鏈環節中相對弱勢的中小企業提供基於真實交易的融資服務，幫助中小企業盤活非現金流動資產，提高整個產業鏈的運行效率。供應鏈金融服務於產業鏈中相對弱勢的中小企業在真實交易中產生的流動資產融資需求。供應鏈金融的本質是要實現物流、商流、資金流、信息流等的多流合一，互聯網供應鏈金融顛覆了過往以融資為核心的供應鏈模式，轉為以企業的交易過程為核心，並將過去圍繞核心大企業的「1+N」模式，拓展為「N+1+N」模式，即「多個產品供應鏈+1個第三方互聯網平台+N個下游中小企業」。

互聯網與供應鏈金融結合的優勢主要在網路化、主動感知化、精準化、數據化四個面向，以大數據建立風險管控、產融結合的形式，打造一個更富有市場力的實體產業鏈生態環境，簡單來說，供應鏈金融實現物流、商流、資金流、訊息流四流合一，互聯網則是實現整合目標的一個很好的載體。

在第三方支付方面，第三方支付工具在中國大陸已經有物業、水電氣、手機通訊、信用卡、信貸、助學貸款還款、轉帳匯款、理財、訂酒店等付款，第三方支付已經成為人們支付的主要管道。根據研究統計顯示，2014年中國互聯網第三方支付交易規模達8兆0,767億元人民幣，大幅成長50.3%(圖4)。隨著電子商務環境的不斷優越，金融創新及支付方式的不斷精進，使網路支付業務未來仍持續快速成長，而第三方支付機構發展的互聯網支付業務也同樣看好。

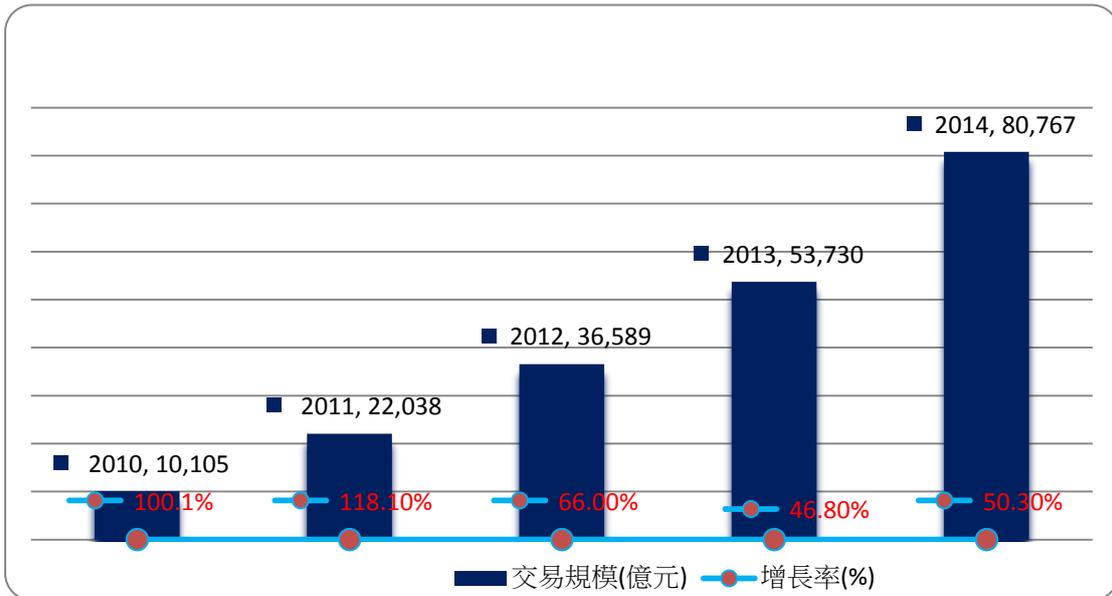


圖 4 2011-2014 年中國大陸第三方互聯網支付交易規模

資料來源：iResearch

肆、互聯網金融與電子商務應用發展

在這裡要特別提到電子商務應用發展、電子商務具備的特性及其對金融業的影響，電子商務所形成的數位化市場顛覆傳統市場的本質。在電子商務普及之前，行銷與銷售由企業主導，消費者因為資訊的不動稱，對於產品與服務僅能被動接受，電子商務則改變了買賣雙方的形勢。虛擬市場中廠商甚至必須動態定價、提供客製服務、接受掌握更多資訊的消費者的挑戰，消費者除了擁有廠商擁有的市場產品、價格資訊，甚至可以透過網上社群收集更多的實用資訊(表 2)。

表 2 電子商務具備的特性及其對金融業的影響

電子商務技術特性	商業意涵	對於金融業的影響
普及性。 任何時間、任何地點均可使用。	提高消費便利性、降低購物或接受服務的成本，促成虛擬市場形成，讓市場超越傳統疆域。	降低金融實體佈點需求，與規模經濟進入門檻；提高客戶使用金融服務的可及性，並降低服務使用成本；形成網路空間的金融服務市場。
全球可及性。 透過網路跨越國界藩籬，延伸到全球市場服務。	接觸到全球的潛在客戶。跨越國家與文化界線。	提供國際企業客戶更完整、跨國性的金流服務，服務全球市場的同時，加劇金融業跨國競爭。國家金融監理難度提高。
全球性標準。 網際網路技術標準一致化。	標準化降低技術運用價格，並取得全球技術支援。	降低建構網路服務的成本，並便利取得全球資訊業的支援。
豐富性。 可以傳送影像、聲音、文字等多媒體訊息。	以不同媒體形式傳遞行銷訊息，提高消費體驗。	藉由多媒體傳遞多樣化的訊息，提高金融服務過程的客戶體驗，降低非面對面服務的不信任感，並一致化服務品質。
互動性。	消費者可依據個別需求	由過去銀行主導產品服

<p>提供網路使用者的互動的可能性。</p>	<p>與服務提供者動態對話，共同參與產品與服務內容的設計。</p>	<p>務的內容，轉向依據客戶提出的需求量身訂製。客戶角色轉為主動。</p>
<p>資訊密集度。 降低資訊收集成本。</p>	<p>透過消費資訊的即時流通與處理，消費者可整合不同生產者的市場資訊，輔助購買決策的形成。</p>	<p>客戶可透過金融資訊中介網路服務，即時比較不同銀行提供的金融服務優劣(包括內容、價格、品質等)，引導銀行必須以更好的產品內容與銷售條件滿足客戶需求。</p>
<p>個人化/客製化。 傳遞個人化的訊息。</p>	<p>針對不同客戶，開發不同的產品、服務與行銷方式。</p>	<p>金融業必須透過客戶互動過程了解客戶的需求、期待，據以設計量身訂做的服務。透過互動資訊採礦分析，管理客戶關係。</p>
<p>社交科技。 使用者可自創內容，加入社交網路。</p>	<p>網路形成的不同社交模式，讓使用者創造、散佈意見的同時，也受到社群共識的影響。</p>	<p>金融業必須經營客戶社群，並由社群共識發掘市場趨勢，規劃產品與服務，擬定發展策略。</p>

資料來源：台灣金融研訓院研究報告整理

以電子商務的形式來看，電子商業服務類型包含「企業對消費者」(B2C)、「企業對企業」(B2B)、「消費者對消費者」(C2C)、「點對點」(P2P)與「行動商務」(利用無線數位設備在全球資訊網上進行交易 (M-Commerce))

等形式。其中網銀對個人的服務屬於 B2C，網銀對企業提供的服務屬於 B2B，透過行動設備(NB、PDA、行動電話、平板電腦)提供的網銀服務則屬於行動商務。中國大陸互聯網金融快速崛起，在電商企業加入之前，互聯網消費金融交易規模核心來自於 P2P 信貸市場，2013 年交易金融占比達到 97%，而電子商務企業的加入，市場格局出現急遽變化，2014 年電商消費金融交易規模占比超過 30%。

2014 年開始，中國大陸互聯網消費金融市場處於快速發展的階段(圖 5)，陸續有電子商務企業、在線支付企業以及 P2P 企業加入，同時傳統的互聯網金融企業也在抓緊在互聯網領域的嘗試。2013 年中國大陸互聯網消費金融市場交易規模達 60 億元，2014 年隨著京東與天貓進入市場，交易規模突破 160 億元，增速超過 170%。從中國大陸互聯網消費金融發展現狀來看，電子商務將成為消費金融核心 (圖 6)。

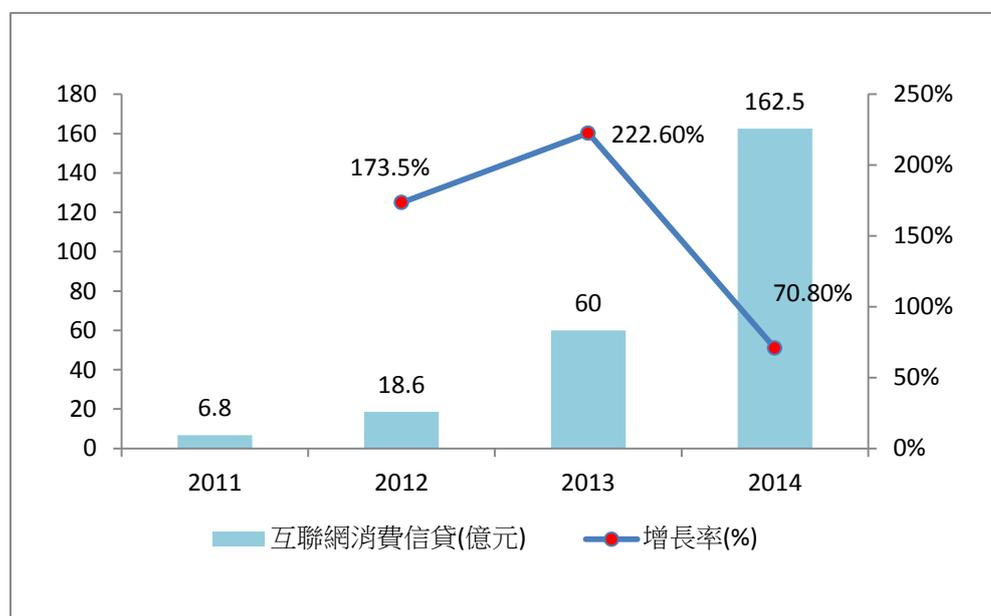


圖 5 2011-2014 年中國互聯網消費金融交易規模及增長率

資料來源：2015 年中國清科研究中心報告

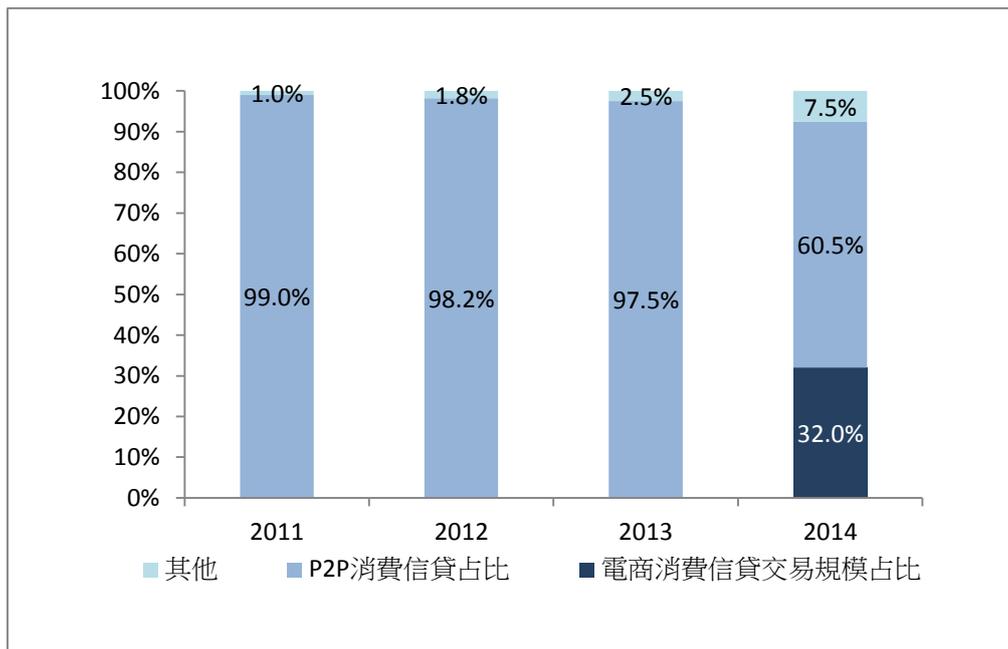


圖 6 2011-2014 年中國互聯網消費金融市場發展

資料來源：2015 年中國清科研究中心報告

伍、資本市場面的互聯網金融創新

就資本市場面的互聯網金融創新面向而言，大陸「證券版銀聯卡生態之證通股份」、「互聯網證券之金融界證券通」與「互聯網投行」的創新值得學習借鏡。

1. 證券銀聯證通股份

「證券銀聯證通股份有限公司」(E-Capital Transfer Co., Ltd, 簡稱證通股份)，是由中國證券監督管理委員會批覆設立的一家網際網路金融集團公司，總部設在上海。2015 年 1 月，公司由中國證券登記結算有限責任公司發起，共有 36 家公司成為股東，其中有 20 家券商、9 家基金公司、4 家期貨公司和 2 家私募。2015 年 3 月經過後續增資後股東已逾 70 家公司，股東結構更涵蓋網路科技、資訊服務與大數據金融業等互聯網金融業者。

證通股份設立宗旨在恢復證券行業支付基礎功能，希望集結證券相關行業的

力量和資源，創造一個會員制的券商行業整合交易平台，推進新型態電子支付接入證券交易，解決投資人支付環節的不方便，**節約其資金的轉帳成本，提高資金流通效率**；另一方面還便於投資人選擇適合自己的**金融產品**，讓客戶資金在證券行業內部流動起來。

就互聯證券商而言，**證通股份所創造之平台**，不僅可以節約券商對金融產品的**傳銷費用**，還可以拓寬產品的**銷售管道**。**證通股份**互聯網平台讓證券公司推出的金融產品在投資便利性、收益性和安全性方面和銀行的理財產品看齊，使得**券商產品超市化**，其所創造的**支付環節**便利性更讓好的有價證券產品推廣出去。此一「證券版銀聯」互聯平台之創造可促成傳統證券業轉型升級。

2. 互聯網證券之金融界證券通

NASDAQ 掛牌的**金融界 (JRJC) 證券通**於 2015 年將旗下的證券通平台正式接入恒生電子(600570) iTN 金融雲服務，雙方在資訊應用、終端應用、推動金融雲服務生態圈的建立等多方面展開深層次戰略合作。藉由此平台合作，金融界證券通不僅透過所接軌大陸 23 家 A 股券商交易，大幅拓展其原有支援券商的範圍，更透過整合平台下資源來提升服務深度，為其用戶提供更具價值的增值服務。這一聯手將使金融界證券通成為中國大陸最前緣的一家跨市場、多券商開戶交易的互聯網證券平台。

在這一平台架構之完成，新入市的股民可以透過金融界證券通進行開戶，而老股民則可以**透過註冊綁定金融界證券通的帳戶**，進而對名下所有券商帳戶進行「**多帳戶聚合**」的便捷綜合管理。多帳戶聚合管理時，用戶無需同時打開**多個交易軟件**，即可**同屏、實時監控所有帳戶**；另外，“**多帳戶聚合**”還提供用**多戶帳戶的收益浮動提示**，幫助用戶及時把握帳戶異動，有效控制風險，使投資收益/風險權衡最優化。這樣，「一人多戶」時代下，用戶開再多的帳戶都可以實時輕鬆掌控。

證券通不僅使帳戶管理更方便，用戶還可同時享受與證券通配套的「**金融界愛投顧**」平台提供的「**7×24 小時**」在線投資顧問服務。愛投顧依託移動互聯網

整合數千名專業投資顧問，為證券通用戶提供投資決策輔助以及投資者教育服務。此外，隨著多元化投資時代的到來，內地普通股民想直接參與港股、美股的熱情高漲，創造便利的投資港股、美股渠道也成了證券通平台之特色。證券通和中信證券(600030)間的國際合作亦上線，用戶可以透過證券通平台輕鬆實現**港股、美股**開戶交易。如此來看，金融界證券通滿足了用戶證券開戶、市場交易、全方位服務以及實時交流的眾多需求。它未來將為更多的散戶投資者提供一個便利、快捷的一站式**互聯網證券服務平台**。

3. 互聯網投行

中國大陸已是全球最大的互聯網市場之一，近年來隨著**阿里巴巴、騰訊、百度**等諸多互聯網企業紛紛登陸資本市場，國內互聯網行業併購風起雲湧。這不僅刺激多家知名私募基金在中國大陸紮根，還催生了一批新型投行，例如華興資本、投中資本、易凱資本和漢理資本等。這些新型投行在中國大陸境內沒有傳統的投行牌照，但憑藉在互聯網行業內深厚的人脈、對行業的深入瞭解及熟悉海外資本市場，成為中國大陸境內科技領域投行的領頭羊，他們擔任了大多數互聯網企業併購案的財務顧問，部分還成為互聯網企業海外上市的承銷商。

新型投行將成為中國大陸傳統券商投行跨域佈局互聯網業的捷徑。境內最大券商**中信證券**與**科技業新型投行的龍頭華興資本**結盟，無疑將給中國大陸傳統投行一個強烈訊號，那就是大型券商已開始在互聯網等弱勢領域提前佈局。而且中國證監會**正醞釀放開券商牌照**，未來這些**新型投行**亦有可能**獨立申請中國大陸境內投行牌照**，正式跨入互聯網領域的投行業務。

互聯網投行以「**創投投資+資本運作**」的方式，靈活運用私募融資、新三板掛牌及造市、A股/戰略新興板IPO、併購重組等資本操作，為互聯網金融在資本市場面向之發展再下一城。

陸、網路金融服務創新策略

一般網路金融服務係透過網際網路提供金融服務，結合資訊科技與網

路提供金融資料存取與業務流程的服務，其結合金融理論、實務、管理與資訊科技，亦包含金融監管與法律的外部環境。網路金融服務帶來金融服務的創新，包括(台灣金融研訓院研究報告，2013年)：

一、「業務創新」。透過網路提供的客製化的信貸服務、整合不同跨行甚至跨國帳戶的金流整合、越過經紀商中介的交易等，均因網路的技術得以有效率地達成。

二、「管理創新」。銀行為擴展業務必須透過網路與其他金融機構、資訊服務商、電子商務網站合作創造多贏；銀行內部管理組織結構也因為資訊技術擴大管理幅度，便利部門間的交流，而趨向扁平化、網路化，員工的服務也從單一職能演變成多職能。

三、「市場創新」。交易的流程，從下單、撮合、回報、清算、結算等作法也因為資訊技術而創新。

四、「監管創新」。分業經營的金融監管，因為網路趨勢突破金融業種的界線，而被迫自由化；金流的國際化流動，也促使監理單位必須跨國合作。

網路金融有效率的改變既有的金融業務執行方式，擴展金融服務的創新空間，使得提供全方位與客製化服務成為可能。讓金融服務可以在任何時間(Anytime)、任何地點(Anyplace)，以任何方式(Anyhow)進行 3A 服務。網路金融也支援金流活動的進行，如供應鏈融資、應收帳款的融資，金融部位的風險統計與管理等，即時性的完成金融活動。透過網路也可有效集中金融資源，讓金融業內競爭加劇，金融服務需求者與供給者的資訊，不為金融業所獨佔，也帶來業外的跨業競爭者。而由於網路已經深入社會各角落的客戶，這也讓非金融業者可以打破實體據點建構的進入障礙，深入市場，建立服務客群。

客戶對於網路銀行使用的最大疑慮，來自於資訊與交易安全問題。網路金融安全問題一方面導因於網路訊息流通與交易過程存在的許多脆弱

環節；網際網路的原始設計架構並非為了形成全球交易平台，諸如遠端遙控網路、阻斷服務攻擊、木馬程式、網路釣魚、資料竊取、身分竊取、信用卡詐欺，以及間諜軟體等，均為常見網路犯罪方法。同時網路金融服務也帶來「技術風險」與「經濟風險」，資訊技術的使用帶來安全的疑慮，如資料遺失與非法取得等；日新月異的技術也加深管理的難度；而網路金融推動跨業經營、金融創新與全球金融一體化的發展，也導致更大的潛在風險；網路雖然具有高效率及連結性，但也可能使小問題可能在金融體系間產生連鎖反應。

近年來，競合策略(collaboration)已取代傳統之競爭策略，蔚為管理之新風潮，透過競合策略創造出許多新的經營模式(business model)。此外，台灣銀行業早已存在銀行業過度競爭及其所衍生的競爭、管理等問題，於此競爭環境下，以電子商務(e-Commerce)與行動商務(m-Commerce)為首的新世代消費模式，將成為未來銀行業發展支付業務的主要方向。同時，銀行業亦將面臨新世代消費模式變化之潮流，電信業者、電視頻道業者、手機業者、通路業者、卡片業者的異業競爭。網際網路的普及帶動電子商務的成長，許多創新商業模型被提出用以解決過去傳統商業模型無法解決的問題，而創造出許多新型態的商業模型。商業模式描述企業如何創造價值、傳遞價值與獲取價值的基本原理。依據 Osterwalder 與 Pigneur(2010)的分析，商業模型由九個建構主題構成如表 3 所示。

表 3 商業模型的基本建構概念

建構主題	定義	內容
客戶分類(Customer Segments)	企業或機構所服務的一或多客戶分類群體	可分為大眾市場、利基市場、區隔化市場、多元化市場、多邊平台或多邊市場
價值主張(Value Propositions)	藉由價值主張解決客戶難題和滿足客戶需求。	價值的創造來自於創新、性能、客製化、把事做好、設計、品牌、價格、成本削減、風險降低、可達性、便利性(可用性)等。

市場通路(Channels)	藉由溝通、分銷和銷售管道向客戶傳遞價值主張。	可以是自有通路或合作夥伴通路，直接銷售(銷售團隊/線上銷售)或間接銷售(自有店鋪/合作夥伴店鋪/批發商)。通路創造的價值包含：認知、評估、購買、傳遞、售後服務。
客戶關係(Customer Relationship)	在每一客戶細分市場和維持客戶關係。	可以藉由個人服務、專人服務、自助服務、自動化服務、社區支援、共同創作建構客戶關係。
收入來源(Revenue Streams)	透過成功提供客戶價值主張取得。	獲取收入方式可以來自於：資產銷售、使用收費、訂閱收費、租賃收費、授權收費、經紀收費或廣告收費。 定價機制可以採用固定定價，或/與動態定價。
核心資源(Key Resources)	提供並交付價值要素所必備的重要資產。	資源包含實體資產、知識資產、人力資源、金融資產等。
關鍵業務(Key Activities)	透過執行一些關鍵業務活動，運轉商業模式。	可能是製造產品或提供服務的流程、問題解決的程序、平台/網路的建構。
重要合作(Key Partnerships)	業務外包，或資源需要從企業外部獲得。	合作動機包含：商業模式優化與規模經濟運用、風險與不確定性降低、特定資源與業務的取得。
成本結構(Cost Structure)	商業模式要素引發的成本。	成本結構含固定與變動成本。 可以立基於規模經濟或範圍經濟。

資料來源：Osterwalder 與 Pigneur (2010)、台灣金融研訓院研究報告整理

值得注意的是，2015 年第三季中國大陸股市低迷，受 IPO 暫緩的影響，企業和機構紛紛將目標轉向併購，而在企業併購從行業數量上看，2015 年 7 月完成的案例主要分佈在互聯網、IT、生物技術/醫療健康、機械製造、清潔技術、金融、電信及增值業務、能源及礦產等 21 個一級行業。其中互聯網仍是併購的重點行業，與互聯網相結合已然成為企業拓寬市場，進軍新領域的熱門路徑之一。

根據中國大陸清科中心研究報告顯示，從併購案例數量上看，互聯網位居第一，完成 30 起案例，佔案例總數的 18.2%；IT 位居第二，完成 26 起案例，佔案例總數的 15.8%；生物技術/醫療健康行業排在第三，完成 18 起案例，佔案例總數的 10.9%，從第三季的併購市場來看，中國大陸互聯網行業目前一直是各大投資機構和上市公司看好的行業。

金融業者應探討新世代消費者客群及其熟悉的消費模式，再研究如何透過金融業與異業之競爭與合作模式，為新世代消費者提供最便捷的服務。此外，由於民眾及業者對於電子交易始終存有安全性的疑慮，經由交易安全與監理的角度切入，瞭解金融業在新世代消費當中所面臨的課題，並探討由金融業及一般產業監理此類新式交易的差異點。同時，藉由蒐集各國重要監理法規資訊，並借助國外金融業或一般產業在行動電子支付的發展經驗，提供我國銀行業者參考，以作為我國銀行業與其它產業(例如：電信業、網路通訊業)發展行動電子支付，或是與其他異業發展結盟關係之重要參考資訊。

新世代消費模式主要由創新的支付模式引發，而支付模式可由「媒介」與「流程」二方面進行探討。媒介部分，行動支付作為其中的代表可說是當之無愧。由於新世代行動網路技術的突破及電子晶片技術的發展，使民眾可以藉由行動網路及電子晶片傳送、儲存各種不同的資訊，使支付程序更加便利，促使原有支付業者也都進一步將自家金流服務延伸到行動支付上。雖然對前端消費者來說，都是以相同的媒介(例如：手機)來執行支付動作，但對於擁有不同支付環境的各類服務業者，尤其是新興投入業者來說，找對適合的後端金流模式，就是搶攻行動支付必需了解的關鍵重點。

柒、我國網路與科技金融發展未來式

台灣電子支付專法已通過並付諸實施，首批取得執照包括四家兼營第三方執照的銀行業者：玉山銀行、台灣銀行、永豐銀行及中國信託商業銀行，以及二家遊戲業者：上市公司遊戲橘子旗下子公司樂點行動以及歐買尬旗下子公司歐付寶。另外包括台灣幾家遊戲軟體及台灣電子商務大廠旗下子公司與外商如 LINE、

Yahoo 等也可能陸續提出申請，電子支付業者大戰正式開打。本次電子支付專法通過之業務重點在於開放「代收代付」、「線上儲值帳戶」以及「帳戶間移轉」三大功能性業務，未來台灣發展行動支付及 O2O 業務商機前景看好。

Bank3.0 一書作者布雷特金恩 (Brett King) 亦曾在來台演講時提到，未來五年銀行業會出現三大轉變：一、行動支付將逐步取代信用卡等塑膠卡片；二、客戶對於銀行「帳戶」的概念，轉變到其他帳戶(手機帳戶、行動帳戶)；三、金融包容性 (financial inclusion)，意即提供弱勢群體負擔得起的金融服務，包括儲蓄、信貸和保險等，概念近似目前社會上所談論的「普惠金融」。從上述的趨勢看法中，目前臺灣所發展的主要網路金融趨勢包括電子行動支付、社群金融服務以及群眾募資等，也正朝著這個方向發展。

主管機關金管會重視我國網路金融發展，也積極研擬 P2P/ P2B 網路借貸的可行性，可望為台灣發展 P2P/ P2B 借貸露出曙光，未來若能借鏡全球最大 P2P/ P2B 借貸平台 Lending Club，建立以大數據在信用評估、風險分散與管理上之核心技術，結合電子商務與網路公司拓展服務的經驗建立差異化產品定位策略，可望開創良好的 P2P 經濟邁向 Bank 3.0 的目標。台灣具有成熟的商業市場，尤其是高度的網路使用與電子商務環境，加上低利的環境，使用者對於網路金融有一定程度需求。若能借鏡 Lending Club 在合法營運、信用評估、分散風險、差異化產品定位、廣納合作夥伴等成功經驗，可望開創良好的 P2P 及行政院所大力提倡的「共享經濟」(Sharing Economy)發展模式。

網路金融在資本市場的發展方面，未來證券業搭建證券、基金、理財、保險、融資一站式整合平台的模式是一個新的發展契機。互聯網證券發展出用戶線上證券開戶、市場交易、多帳戶整合管理、全方位諮詢顧問以及即時交流的服務，為更多的小額投資者提供一個便利、快捷的一站式互聯網證券服務平台的做法，值得借鏡。此外，結合傳統投行專業、證照，及網路電商業者之互聯網科技、大數據分析、雲端技術與 ICT 產業創投經驗，以形成新一代互聯網投行平台，已將成為互聯網金融在資本市場面向發展之趨勢。

未來的網路金融發展，是「**互聯網 + 大數據 + 雲端運算 + 異業互聯 + 洞察長尾需求 + 客製化金融服務 + 普惠精神 = 互聯網金融 Plus**」，期待**互聯網金融 Plus** 生態圈之建立，讓經濟血液系統全面升級，幫助台灣產業互聯升級。