

电子商务是银行业创新的永动力 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/236/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_236248.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/236/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_236248.htm)

美国管理学权威德鲁克认为：“在现代经济中，知识经济正成为真正的资本与首要的财富。”知识经济在现实经济活动中主要表现为两种发展趋势：一是信息化，二是全球化。电子商务作为信息化与全球化的热点，正在演变成为一股巨大的经济力量。电子商务与金融业的共生关系越来越重要，电子商务不仅能使金融业降低成本，增加收益，增强竞争力；也让金融业超越了时空的限制；从而进一步巩固金融业的支付结算地位；同时也促进金融机构向全能服务型发展；进一步改变金融业的传统管理模式，使金融业逐步向网络化金融转变。在物流和信息流基本得到解决的情况下，电子支付现在成了电子商务的瓶颈，我们在此着重阐述和分析一下电子支付的环节。

### 一、电子支付的发展历程

#### 1、国内外的的发展介绍

谈到电子支付的发展历程，我们要提一下美国安全第一网上银行（SFNB），1995年10月18日，SFNB作为第一家网上银行对公众开放，在它的推动下，世界上越来越多的银行开始提供在线金融交易服务。SFNB在1998年被加拿大皇家银行收购。其他的网银业务也逐渐盛行，如：美洲银行、花旗银行、摩根大通银行等都相继推出网上支付的金融增值业务。中国是在1996年涉足网上银行，1999年招商银行首家推出一卡通拨打电话功能；同年开设了国内同业第一家离行式自助银行；2000年招商银行首家推出一卡通网上支付功能。相继工商银行等也推出了网上银行服务，2002年到2004年期间涌现出了大批的第三

方电子支付公司。2、国内外应用情况对比 据数据表示，2004年，美国电子商务交易中，通过电子支付方式进行的交易总额为2800亿美元。其中由银行收取的有1/2，其余部分由非银行机构收取。美国相关支付收入市场总量在2004年占全球电子支付收入总量7800亿美元的1/3.美国的支付收入市场将按每年8%的增长率增长，2005年Q4美国电子商务零售额估计为229亿美元，较之Q3上升3.3%（±2.1%），较之2004年Q4增加23.0%（±3.8%）。2005年Q4的整体零售额估计为9603亿美元，较之Q3上升了0.3%（±0.3%），较之2004年Q4增加6.0%（±0.3%）。2005年Q4的电子商务零售额，占整体零售额的2.4%.预计于2008年达到4110亿美元。据艾瑞的数据显示，中国人们在网上支付的金额在逐年增加。中国个人网上支付的市场规模发展迅速。2001年中国网上支付的市场规模为9亿元，2004年该规模增长为75亿元，年均复合增长率（CAGR）为102.7%.iResearch预测，未来几年我国网上支付的市场规模继续扩大，2007年我国网上支付市场规模将达到605亿元。2001年中国网上支付用户每人年均网上支付金额为234元，2004年该金额增长为408元，年均复合增长率（CAGR）为20.4%.iResearch预测，人们在网上支付的金额将越来越大，2007年我国网上支付用户每人年均网上支付金额将有可能达到1136元。2004年游戏点卡的网上支付规模占网上支付总规模的比重最大。2004年，个人用户通过网上支付的75亿总交易额中，游戏点卡所占份额高达22.7%；其次是航空客票，所占比例为20.0%；网络购物所占比例为17.3%；教育、网上代收费、数字出版和其他所占比例分别为14.7%、13.3%、5.3%和6.7%.

## 二、电子支付发展瓶颈 中国电子支付

市场表现出六个特点，首先是市场规模发展迅速；但方向不明；创新严重落后；行业竞争日益激烈；市场的集中度越来越高；新产品开发的速度比较缓慢，支付方式较单一，已经不能满足客户多元化的需求，更谈不上量身订制，随需应变。值得高兴的是，监管环境日趋完善。虽然还在非常早期，中国电子支付发展非常迅速，并且已经积累了一定的规模，但是，与国外发展成熟的电子支付市场相比还存在着很大差距。从客观角度分析，中国的电子支付行业发展还需要跨越五道门槛，具体包括：安全问题、法律问题、金融监管问题、标准规范以及社会及消费者观念的问题。

1、安全问题 随着网络技术和信息化程度的普及，与此同时也伴随着一定的系统安全风险，网络技术面临着黑客的挑战和木马等网络病毒的威胁，这就导致网上银行面临运营风险的考验。数据的传输是否安全也是网上银行的重要环节，另外，电子支付是个新型的行业，一些新的产品和金融增值业务会大量产生，这也给现行金融管理体制中政策的空白点和盲区带来挑战。

2、法律问题 首先是缺乏电子支付交易风险的法律法规，在电子商务交易中，如果出现风险问题，目前还没有法律依据能够明确银行、电子支付公司、商户、消费者三者之间的权利、义务及责任问题，尤其是第三方电子支付公司与商户签约时就经常会面对这个风险谁担的尴尬问题，到底什么样的风险是银行的责任；什么样的风险是电子支付公司的责任；什么样的风险是商户的责任等等；都几乎没有法律依据。只能按照实际情况来平衡几方的利益和责任。尤其是在外卡结算的环节，相对于国内的银行卡更复杂，如何解决拒付等现象都是棘手问题。电子支付的良性发展呼唤监管电子支付业

务行为的法律法规，由于电子商务和电子支付都是比较新的行业，所以，这两个业务上的法律法规相对比较少，当然，目前已经颁布了一些法律条款，例如：《电子签名法》、《电子银行业务管理办法》、《电子银行安全评估指引》等。但是这些条款还远远不够，面对电子支付的快速发展还需要更全面的法律条款来约束交易行为，还需要在责任、权利、义务、赔偿、罚款以及信用机制方面细化法律法规。

### 3、金融监管与标准规范

电子支付行业的兴起使得银行服务更多元化，各家银行都已经意识到电子支付业务的重要性，所以，无论是网上银行还是手机银行、或者是电话银行、电话支付都是积极与第三方电子支付公司进行战略合作，但是如何给电子支付公司一个合法身份，或者说是给他们制定一个公平的准入规则值得深刻思考，是套用现有的银行监管机制还是重新制定一套监管办法？这个疑问也许就是监管部门正在考虑的问题。目前，电子支付公司的身份还没有明确，就连电子支付公司的从业者也搞不明白自己到底是定位于非银行金融业务还是金融增值业务，也许他们已经有了自己的答案，但是无法可依的业务还是心中打鼓。所以，我们静待央行的电子支付行业监管政策。在业务运营方面，我们也希望在行业自律、产品价格、增值业务方面出台相关的法律法规，如果有法可依，那么银行与电子支付公司的合作就更市场化，其共赢共融性就更强；行业价格战的硝烟也不至于白热化甚至发展到了不正当竞争的趋势。以价格为导向的竞争会被以价值为导向的竞争取代。另外，在安全和技术运营方面缺乏统一的规划，就网上银行安全技术而言也是不尽相同，有的采用SSL协议，有的采用SET协议，一般是多种安全和认证技

术混合使用，对整个产业发展也是一个不利的因素。4、社会观念的问题 这个问题包括两个方面，一个方面是消费者已经习惯了现金支付，再加上中国国情的问題，很难让消费者一下子就接受和选择电子支付工具；另一方面也是处于对电子支付的不相信，根本问题就是中国的社会信用体系还没建立起来，这样也直接导致了消费者不积极使用电子支付的重要原因，想比较而言，美国的社会诚信体系做的比较完善，个人消费几乎都是使用信用卡，无论是买机票还是商场购物或者到电子商务网站购书，几乎完全可以用信用卡来解决生活所需。

三、电子支付：促进银行业创新 全球的金融网络化的大潮已经是势不可挡，银行业不断加大中间业务的投入也是不争的事实，面对电子金融时代的用户需求多样化，银行要不断推出新的产品和增值业务来满足市场的需要。一方面银行积极的去适应市场的需要，同时也通过与电子支付公司合作推出创新的产品，例如，YeePay易宝与工商银行、招商银行等银行的合作的电话支付。电话支付是一种离线的支付工具，当消费者在进行购物和消费时，无论是通过网络、电话或其他方式提交订单，只需拥有银行帐号或卡号，就可通过拨打电话银行特服号码如工行95588、招行95555、民生95568等，根据语音提示进行付款操作，就能随时随地完成付款。无须上网，无须提现，更加安全方便。电话支付就成了电话银行的一个新的使用功能，对丰富银行的产品品种有着积极的作用。作为继现金、刷卡、在线支付之后的一种新型的支付手段，电话支付将互联网、手机、固定电话整合在一个平台上，把每一部普通电话都变成了虚拟的POS机消费终端，真正实现了脱离互联网限制的电子支付。商家只需接

入电话支付业务，便可为消费者提供一体化的购买、支付全套服务，拓展多维立体化的市场空间。作为在线支付的有效补充，电话支付为更多传统行业搭建了电子支付的高速公路，并成为电子商务渗入传统商业领域的最佳利器。随着3G时代的来临，手机将是最普及的终端，将来的手机支付将是最普及电子支付工具之一，银行业如何与3G更好的融合将显得非常重要，所以，手机支付的业务让银行更好地为其消费者服务，同时，与第三方支付公司的合作也将对其产业链有所促进。从某种角度而言，电子支付不仅是银行业的后备军，同时也是传统经济的发动机，更是中国目前没有被满足的最大需求之一，对建设创新型经济有重大意义。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)