

推动电商平台建设 助力四川农信业务转型升级

政策学习小组对王挺副理事长在“蜀信e·惠呗”泸州交流会上讲话的解读

为加快推进四川农信社区电商服务平台（品牌名称为“蜀信e·惠呗”）的复制推广工作，切实了解运营推广过程中的具体问题，省联社王挺副理事长于2017年8月8日在泸州江阳组织召开专题交流会。会上，王挺副理事长分析了当前互联网金融局势，剖析了银行系电商平台整体布局，列举了互联网企业对传统金融机构带来的冲击，强调了银行做电子商务平台的必要性和可行性，为接下来的平台建设和推广工作指明了方向。

01



知己知彼，方能百战不殆

ZHIZHIBI
FANGNENGBAIZHANBUDAI

“银行不改变，我就改变银行”，2014年马云如是说。三年后，市场经济在互联网浪潮中时起时伏，随着互联网金融的快速发展，民营互联网银行的相继落地，从传统商业银行向互联网企业主动发起的战略合作等方面可以看出，这一言论似乎已经应验。银行，这个曾经在金融市场无人撼动的金融媒介，已经在通过多渠道、多元化的方式“改变自己”。作为地方性金融机构，我们脚步只能超前，绝不能落后，如若不然，势必会被这来势凶猛的互联网金融浪潮所吞并，只有活下来，才能走出去。

从2000年初“阿里系”产品的问世，电子商务从老百姓的“新鲜事物”到“生活必备”仅用了不到五年的时间，他们将传统的商务从线下搬到了线上，利用互联网的高效、普惠改变着百姓的生活方式。“阿里系”产品自成一脉，从淘宝、1688、支付

宝、余额宝、阿里金融等产品再到网商银行的落地，将个人消费、集团采购、支付渠道、资金留存、贷款授信、投资理财等业务高度融合，形成了一个集生活、消费、金融于一体的综合性生态圈，解决了用户绝大部分生活与金融需求，形成内部闭环，将用户牢牢抓在手中。自此，我们会发现，客户在“阿里系”营造的生态圈内，已经能够正常的生产生活，银行能提供的金融服务它也有，银行不能提供的生活服务它也有，如果你作为一个用户，又会如何选择？

从前，我们认为淘宝做商贸、京东重物流、百度搞搜索、腾讯做通讯，无非是利用互联网技术和通信技术的互联网企业。但如今，在互联网金融的定义中，参与者已不单是传统金融机构，互联网企业也参与其中。他们借助我国普及互联网的东风，在自身的产品中嵌入金融服务，无一不

是拥有自己的支付渠道，也证明了第三方支付是开启互联网金融大门的“钥匙”。如今，“电商金融化”成为了互联网企业宏观规划主旋律，越来越多的互联网企业以电子商务为入口涉足金融，利用在电商平台累计的客群与数据资源，发挥“轻资产”经营优势和高效实用的互联网技术为用户创造更加便捷、信息对称且利益最大化的金融服务。从京东与兴业银行联合发行的“小金卡”可以看出，“电商金融化”已不再是一个概念，而是摆在眼前并欲取代银行在资金融通中介角色的现实问题。

当支付宝问世的时候，传统金融机构理解他为阿里巴巴解决自身商贸体系支付环节的工具，而如今，随着产品质量和受众群体以及消费市场支付习惯的变化，支付宝已经成为第三方支付的代表，其市场份额逐年递增，支付地位愈发巩固，在支付结算