



金融研究总监：詹向阳

博士后研究团队：

樊志刚 黄旭 韩斯玥 贺本岚 李楠
谢尔曼 熊园 杨晓龙

执笔：熊园 黄旭

yuan.xiong@icbc.com.cn

重要声明：本报告中的原始数据来源于官方统计机构和市场研究机构已公开的资料，但不保证所载信息的准确性和完整性。本报告（含标识和宣传语）的版权为中国工商银行城市金融研究所所有，仅供我行内部参阅，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、上网、引用或向其他人分发。

小微金融服务：

商业银行互联网金融发展水平的试金石

要 点

- 互联网金融与小微金融服务有着天生的契合性。互联网的开放性、共享性和平民化有助于更多的小微金融需求者获得服务；互联网交易成本小、效率高、信息不对称程度低的特性很好地适应了小微客户的小额、短期、高频的融资需求；互联网容易聚合大数据并利于挖掘、有效控制风险的特性，符合小微金融实现“无抵押、无担保”的便利模式和降低违约风险。
- 阿里小贷、宜信是小微金融服务的典型代表。阿里小贷的经验在于：聚焦小额信用贷款、基于大数据获取借款人信用、通过地域限制降低违约风险；宜信的经验在于：“接地气”的信用评估、网络借贷平台下的动态信用管理、与当地小额信贷机构展开合作。
- 互联网企业在小微金融领域的快速拓展，以及民生银行在小微金融服务方面的大胆尝试，为商业银行大范围推广小微金融服务提供了有益借鉴。商业银行大力拓展小微金融的策略包括：树立服务实体经济、帮助小微企业发展的金融服务理念，加快小微产品创新，整合小微服务渠道，建立基于大数据的风控技术，与互联网企业通力合作等。

目 录

一、 我国小微金融服务的重要性.....	1
（一） 小微金融是经济结构转型的润滑剂.....	1
（二） 提升我国小微金融服务困难重重.....	2
二、 互联网成为小微金融服务的一剂良药.....	2
（一） 互联网的天然优势.....	2
（二） 典型案例分析.....	3
三、 更好地服务小微企业：商业银行互联网金融发展水平的试金石.....	6
（一） 商业银行小微金融服务的成效与经验.....	6
（二） 商业银行提升小微金融服务的应对策略.....	12

图表目录

表 1 阿里小贷的金融业务介绍.....	4
表 2 我国部分商业银行小微企业网络融资产品.....	8
表 3 工商银行“网贷通”与一般企业贷款的特征对比.....	10
图 1 工商银行小微企业网络融资金额（亿元）.....	7



小微企业是国民经济发展的主力军，加强小微企业金融服务，是金融支持实体经济和稳定就业、鼓励创业的重要内容，事关经济社会发展全局，具有重要的战略意义。近些年来，我国小微金融服务的一个突出特点就是“互联网全方位和多层次地渗入”，互联网金融的出现，或将开启小微金融服务的新时代。作为我国最为重要的金融中介，商业银行一直是服务小微企业的主体。在互联网金融的浪潮下，商业银行应顺势而为，紧密融合，大力提升小微金融服务水平。

一、 我国小微金融服务的重要性

（一）小微金融是经济结构转型的润滑剂

在我国，小微企业超过 5000 万家，登记在册的小微企业数量占我国企业总数 99% 以上，分布在国民经济的各个行业，解决了 80% 以上的就业，创造了 60% 以上的国内生产总值和贡献了近 40% 的财政税收。由此可见，小微企业在稳定增长、扩大就业、促进创新、繁荣市场和满足人民群众需求等方面，发挥着极为重要的作用。近几年，国家已将“扶持小微企业发展、加强小微金融服务”纳入国家政策体系，并上升至国家战略层面。

2013 年 8 月国务院办公厅发布的《关于金融支持小微企业发展的实施意见》指出，加强小微企业金融服务，是金融支持实体经济和稳定就业、鼓励创业的重要内容，事关经济社会发展全局，具有重要的战略意义。《意见》提出了进一步做好小微企业金融服务工作的八项具体措施，例如，确保实现“两个不低于”的小微企业金融服务目标，即在风险总体可控的前提下，确保小微企业贷款增速不低于各项贷款平均水平、增量不低于上年同期水平。2013 年党的十八届三中全会明确要求发展普惠金融，央行根据全会精神提出要把“坚持民生金融优先，拓宽小微企业多元融资渠道，进一步优化小微企业金融服务生态环境”作为未来的重点工作常抓不懈。

（二）提升我国小微金融服务困难重重

在我国，用“步履维艰”来形容小微企业获取金融服务的处境一点也不为过。数据显示，我国的数千万家小微企业，真正可以在正规金融机构如银行贷款的小仅一成左右，超过 90% 的小微企业从未获得过银行的经营贷款。事实上，对于小微企业而言，融资是它们最迫切的需求，提供融资服务也是它们最需要的金融服务。

然而，小微企业因规模小、实力弱、市场地位低等特征带来的经营压力大、成本上升、融资困难、配套金融服务匮乏等问题一直很严峻，如何破解小微企业难题促进小微企业健康发展，也已成为业界、学界、政界关注的重点。事实上，小微企业的融资问题是它们的“本质属性”，要彻底解决绝非易事。特别地，随着我国经济快速发展，经济结构亟需转型调整，小微企业面临的问题也更加突出。而且，当前我国各项金融基础设施亟待健全，提升我国的小微金融服务可谓任重道远。

二、 互联网成为小微金融服务的一剂良药

近些年来，我国小微金融服务的一个突出特点就是“互联网全方位和多层次地渗入”，央行 2013 年亦首次提出应“充分利用互联网等新技术、新工具，不断创新网络金融服务模式”。随着互联网金融的快速发展，或将开启小微金融服务的新时代。互联网为小微企业的发展提供了优良的生存环境。

（一）互联网的天然优势

央行《2013 年第二季度中国货币政策执行报告》中指出：“互联网金融业在资金需求方与资金供给方之间提供了有别于传统银行业和证券市场的新渠道，提高了资金融通的效率，是现有金融体系的有益补充。互联网金融业依赖大数据分析有助于解决信息不对称和信用问题，提供更有针对性的特色服务和更多样化的产品，交易成本的大幅下降和风险分散提高了金融服务覆盖面，尤其是使小微企业、个体创业者和居民等群体受益”。具体看，互联网企业小微金融服务具备的优势主要体现在：



1. 互联网的开放性、共享性和平民化

互联网的搭建基础“万维网”决定了网上信息连接成一个系统，并在任何能接入 Internet 的地方就可以使用形式一致的共享的开放的信息资源。而随着互联网和电脑使用率在我国快速普及，互联网已经成为了平民化工具，广大中小微企业都能便捷地使用互联网。特别地，诸如阿里巴巴这类大型互联网平台，仅旗下的天猫企业户就超过 70,000 家，这些企业可以方便地享受阿里小贷提供的金融服务。

2. 交易成本小，信息不对称程度低

互联网金融不受时间和空间的限制，并不需要大量的实体网点，理论上可以 24 小时营业；而依托电子商务平台和支付平台，互联网企业的贷款放贷审核、贷款发放可全程在网上完成，这不仅节省了传统商业银行下户调查、贷后跟踪等耗费的成本，也使得互联网企业开展金融服务的边际成本几乎为零，很好地适应了小微客户的小额、短期、高频的融资需求。基于这些特点，大大降低了提供互联网企业提供金融服务成本，也极大地提升了小微金融服务的覆盖面和效率。

3. 聚合挖掘大数据，有效控制风险

互联网拥有着巨量的客户群，客户群的网络行为所留下的信息（包括上网记录、交易行为、交互方式等），为互联网企业从事数据挖掘、分析客户需求和精准营销提供了海量的数据支撑。互联网企业可以利用这些数据评估借款人的信用，从而既实现“无抵押、无担保”的便利模式，又较好地控制了违约风险。

（二）典型案例分析

作为传统金融业与互联网结合的新兴领域，互联网企业小微金融服务可谓动作连连，集中体现为小贷公司、P2P 网贷和第三方支付快速发展。以下以案例分析的方式，探究互联网企业服务小微企业的模式特征。

1. 阿里小贷

阿里小贷是全国首家完全面向电子商务领域小微企业融资需求的小额贷款

公司。小额信贷业务是阿里金融自 2010 年面向阿里巴巴 B2B 平台小微企业和面向淘宝平台上个人创业者的小额贷款金融服务。

阿里小贷业务以其申请流程便捷、无抵押无担保等特点，受到小微企业和个人创业者的青睐，业务规模迅速增长。据报道，截至 2013 年 6 月末，阿里小贷投入贷款总额已超过 1000 亿元，客户超过 32 万户，户均贷款额度 4 万元。与此同时，受益于参与者广泛及对消费者行为与偏好的精确把握，阿里小贷的不良率只有 0.84%，低于商业银行的平均水平。那么，阿里究竟是如何做到这些的呢？

第一，聚焦小额信用贷款。阿里金融主要是以提供满足小微企业和个人创业者需求的小额信贷为主（表 1），包括阿里信用贷款、淘宝信用贷款和淘宝订单贷款等。这也是阿里相比其他互联网企业的核心优势。

表 1 阿里小贷的金融业务介绍

产品种类	客户群	额度	利息	期限
阿里信用贷款	阿里巴巴平台上，江浙沪地区普通会员和广东地区付费会员，注册满 2 年。	5 万-300 万	1.5%/月，按月计息	12 个月三天无理由退息。
淘宝信用贷款	淘宝店铺经营时间满 6 个，信誉良好，无地域限制。	100 万以下	0.05%/天，按日计息	12 个月
淘宝订单贷款	淘宝店铺经营时间满 2 个月，信誉良好，无地域限制。	100 万以下	0.05%天，按日计息	30 天
虚拟信用卡 (2014 年 3 月被央行暂停)	支付宝用户，无地域限制，首先推出无线客户端。	200-5000 元额度	免年费，签约商支付 1% 交易服务费	38 天免息期

第二，基于大数据获取借款人信用。阿里小贷的主要对象是阿里巴巴的会员或中国供应商的会员，这些会员企业的信用记录、交易状况、投诉状况很容易通过阿里巴巴系统网站获得；阿里小贷通过与淘宝网、支付宝等数据实现数据共享，海量的客户数据和交易数据，阿里可以迅速形成对客户信用水平和还款能力的评估报告，从而有效控制风险。具体看：在贷前，调取企业的电子商务经营数据并辅以三方认证信息，判断企业经营状况、信用情况和偿债能力；在贷中，通过支付宝、阿里云以及未来的物流系统监控企业资金流、信息流和物流情况，为风险



提前做出预警；在贷后，进一步监控企业的经营行为，重估信用评判，并对违约客户处以限制或关停其网络商铺等措施，并向其他网络客户通报其潜在风险。

第三，通过地域限制降低违约风险。截至 2013 年底，阿里小贷的信用贷款面向注册地在北京、天津、上海、浙江、江苏、山东、广东且注册时间满一年的小微企业发放。不难发现，这些地区都是我国经济较为发达的地区。

2. 宜信公司

宜信公司创建于 2006 年，总部位于北京，是一家集财富管理、信用风险评估与管理、信用数据整合服务、小额借款行业投资、小微借款咨询服务与交易促成、公益理财助农平台服务等业务于一体的综合性现代服务业企业，也是国内大型的 P2P 小额信贷平台。截止 2013 年底，宜信普惠的小微金融业务已经遍及 100 多个城市及 20 多个农村地区，包括云南、内蒙古省内一些常规金融服务不容易覆盖的偏远区域，服务客户超过 100 万。经过近 10 年的探索，宜信在小微信贷方面已经积累了较为丰富的经验¹：

第一，“接地气”的信用评估。在小微信贷中，信用调查、贷款审核是难题。具体实践中，银行通常的做法是让小微企业提供财务报表来审核其经营情况和信用情况，然而很多小微企业都没有报表，因此，与银行不同，宜信通过帮助小微企业建立财务制度和编制财务报表，从而建立小微企业的信用。初期探索时，宜信甚至通过小微企业的职工工资情况、货物存放情况等方式来识别信用。随后，2012 年 12 月 21 日，宜信成立“小微企业信贷服务中心”，该中心从小微企业的实际经营情况出发，不以营业执照、纳税记录、银行流水等作为硬指标，而是结合小微企业主所在的行业、地域、季节、用款计划等要素制定融资方案。

第二，网络借贷平台下的动态信用管理。宜信拥有 P2P 网贷平台，依托该平

¹ 资料来源：《2014 中国普惠金融实践报告》，中国社会科学院，宜信，《哈佛商业评论》联合出版。

台，一方面，降低了高成长性人群和大众富裕阶层之间资金需求和资金供给的信息不对称，降低了交易成本；而通过使用 IT 和互联网技术实现了大多数服务的自动化，为更多的人群获得金融服务创造了技术条件；另一方面，基于平台积累的大数据，从贷前审批、贷中监控，到逾期管理，利用互联网技术实现对借款人信用的动态管理。此外，还结合第三方数据来源加强风险管理，比如，宜信与电商网站合作中，电商提供其用户的部分行为和经营流水数据，帮助宜信更好的进行信用评估；在促成借贷交易后，也继续利用客户的经营数据监控其经营数据，及时发现潜在风险。

第三，与当地小额信贷机构展开合作。单一的信贷服务并不能满足从业面广、情况复杂多样的小微企业借款人的需要。为此，宜信通过与其他机构的合作，提升服务水平。比如“宜农贷”，这是宜信开发的以中西部地区需要资金的农村借款人为目标的网络借款平台。宜信与河南、青海、甘肃等地方的小额信贷机构合作，由农村信贷员上传借款人的基本信息和发展项目，有富余资金的则通过宜信的网络平台来出资资助。

三、 更好地服务小微企业：商业银行互联网金融发展水平的试金石

（一）商业银行小微金融服务的成效与经验

随着我国利率市场化改革的逐步推进，金融脱媒日益明显，我国商业银行对于拓展利润来源，多元化盈利模式的需求非常迫切，小微金融服务这片“蓝海”已经成为各大商业银行发力和竞争的重要领域。其中，针对小微企业融资“短、小、快”等特有特点，借助互联网技术来服务小微金融已经是商业银行的一大趋势。事实上，我国商业银行一直在利用互联网技术和信息化技术提升金融服务水平。经过不断探索，国内商业银行运用互联网来提供小微金融服务也已取得了一定成效，并积累了一定经验。

1. 网络融资规模不断增长

近几年来，以工商银行为代表的五大国有大型商业银行，和以民生银行、招商银行为代表的股份制商业银行，通过网络融资的方式给小微企业发放的贷款规



模均实现了较大增长。以工商银行为例，2009 年底，工商银行将传统的信贷业务与电子商务发展相结合，借助网络技术手段，推出了具备工商银行特色的网络融资业务。推出三年来，截至 2012 年底，工商银行累计为 4.3 万户小微企业发放了 7710 亿元的网络融资贷款（图 1），其中仅 2012 年就累计为约 3 万户小微企业发放了 3288 亿元贷款¹。

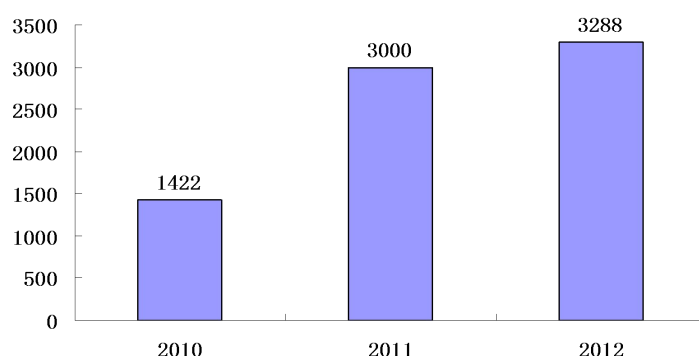


图 1 工商银行小微企业网络融资金额（亿元）

数据来源：工商银行历年年报；《中国中小企业金融服务发展报告（2013）》

2. 网络融资产品层出不穷

目前，商业银行网络融资的主流模式是利用互联网技术把部分模式和程序相对固定的传统线下业务（比如贷款申请、发放、回收及循环贷款）转移到线上来做，这种模式从本质上来说，是利用了互联网技术改进融资流程，提供融资效率，改善客户的服务体验，但对于包括贷款人的信用调查和审核这类融资核心环节仍是在线下进行。基于这类主流模式，具备较强实力的商业银行开始推出电子仓单、电子订单、以及接入核心大企业供应链的信用，这种模式已经开始触及融资的核心环节，而利用互联网技术创新抵押品以及延伸核心客户的信用，也是商业银行发力互联网金融的重要趋势²。

¹ 《工商银行逾 7700 亿元网络融资助力小微企业》，金融时报，2013 年 1 月。

² 《中国中小企业金融服务发展报告（2013）》，史建平主编，中国金融出版社。

近年来，各大商业银行相继推出了多种针对小微企业的网络融资产品（如表 2 所示）。通过这些产品，极大地便利了小微企业融资。

表 2 我国部分商业银行小微企业网络融资产品

银行	产品	描述
工商银行	网贷通	工商银行与小企业客户一次性签订循环贷款借款合同，贷款最高额度可达 3000 万元，在合同规定的有效期内企业需要资金时自主提款，有闲置资金时还贷，最长可在两年内循环使用。
	易融通	专为小微网商提供的融资系列产品，担保方式更灵活，在抵押、保证的基础上增加了网商联保和信用方式。
	网上商品交易市场融资	工商银行与网上商品交易市场合作，以交易商品现货等作保障，开发计算机辅助评价和利率定价模型，为市场交易商提供自助申贷、提款和还款等服务的短期融资业务。其中包括电子仓单买方融资和电子仓单卖方融资。
	电子供应链融资业务	以核心企业为依托，供应链上下游客户与核心企业通过电子商务网站或 E-ERP 平台进行电子在线交易，由工商银行凭借电子在线交易信息、商业资信记录，并依托核心企业信用，通过电子化渠道为核心企业上下游提供的在线供应链融资服务。
建设银行	e 商通电子商务信贷产品	e 商通电子商务信贷业务是为满足网络中小企业客户的融资需求，对通过义乌全球网电子商务平台发起业务申请，并符合建设银行相关政策条件的客户提供的信贷业务。包括：“网络联贷联保”、“网络速贷通”、“网络供应商融资”。
	网络银行“e 贷款”系列产品	网络银行“e 贷款”系列产品是通过和网络平台、物流平台的合作，通过信息流、物流和现金流的三流对接，打造的供应链融资平台，包括网络银行“e 贷通”、“e 单通”、“e 保通”、“e 商通”、“e 点通”、“e 棉通”。
交通银行	“E 贷”通	通过综合考虑客户职业、收入、信用状况、抵押物价值等情况，客户只需一次申请，即可获得短则 1 个月、长则 3 年最高 100 万元额度的授信，授信期内可循环使用、随借随还，而且都由客户在网上自行操作。
	联合在线网银	为中小企业客户量身定制，选取常用的账务查询、企业付款、财务通、汇出汇款、国际信用证和投资理财等基础功能。同时增加针对私营业主的对私转账、个人贷款和基金申购等功能，从而将个人网银与公司网银的重点功能相结合，个人、公司账户一对一绑定，实现一次登录即可完成公司和个人基本业务的处理模式。
	小企业“E 贷”在线	为小企业客户提供了一个通过互联网自主进行贷款申请、贷款审批状态查询的渠道，具有服务效率高、成本低、互动性强等特点。



银行	产品	描述
浦发银行	网上贸易行	依托该行网上银行的客户服务平台，以其国际结算服务平台为支撑，为中小企业客户提供国际结算网上服务和个性化网上金融增值服务的解决方案。
	网上自助贷	为中小企业开设网上申请贷款的渠道，服务重点侧重于依托于互联网技术进行原料采购、产品生产和销售生产经营的成长型企业。
招商银行	U-BANK 中小企业专属服务	“U-BANK 中小企业专属服务”品牌包含专门面向中小企业的现金管理、电子供应链、商贷融资、电子商务四大类近三十项产品，以及在线客服、电子账单、手机银行、主动追踪等十项中小企业专属增值服务，充分体现供应链金融的特点。且此品牌分为三个阶段：伴您成长方案、高级财务筹划、全面领先行动，根据各个阶段的显著特点以及对银行电子金融服务的需求特征提供不同服务。
平安银行	供应链金融 2.0	推出“供应链金融 2.0”，涵盖了预付线上融资、存货线上融资、线上反向保理、电子仓单质押线上融资、核心企业协同、增值信息服务、公司金卫士等 7 大产品与服务，在线整合与衔接各方流程，共享银行、核心企业与上下游企业，以及物流伙伴之间的分散信息。
民生银行	“商贷通”网上申贷	在全国所有分行实现“商贷通”网上申贷服务，中小企业客户可以通过网上银行可以办理委托放款、借款确认、还款等业务。
华夏银行	网络自助贷	针对特定的客户按规定进行授信，通过网络平台动态监控资金用途，客户可通过网络平台实现随借随还自助发放与归还的可循环使用的人民币贷款。
宁波银行	宁行 E 家人	推出“宁行 E 家人”中小企业金融商务网络社区，企业通过“E 家人”申请的贷款，可在 3 天内获得银行人员回复；当小企业在融资、国际业务、理财产品等方面遇到困惑时，可直接在“E 家人”上联系各类银行业务专家，解决问题。
渣打银行	S2B 公司客户网上交易平台	电子银行—Straight2Bank 提供双语账户报告、支付命令功能、自动账户汇总、具有高科技安全措施。

资料来源：各银行官方网站；史建平，《中国中小企业金融服务发展报告（2013）》，中国金融出版社，2013. 07

以中国工商银行的“网贷通”为例（表 3），这一产品实质是工商银行与小企业客户一次性签订循环贷款借款合同，在合同规定的有效期内，小微企业可通过网上银行自助进行提款和还款申请，贷款最高额度可达 3000 万元，最长可在两

年内循环使用。企业有闲置资金时就用来还贷，需要资金时就自主提款，资金几乎是实时到账，突破了传统借贷的时间和空间的限制。同时，对比银行的传统贷款，这种企业可自主根据销售淡旺季等自身情况，随借随还的形式可在很大程度上降低企业的融资成本。

表 3 工商银行“网贷通”与一般企业贷款的特征对比

		网贷通	一般企业贷款
准入条件	担保方式	房地产抵押、低风险质押、信用	抵质押、信用、担保、保证等
期限	最长期限	合同最长1年，单笔贷款最长1年	一般1年，最长3年，超过1年期必须采用整贷零偿还款方式
	贷款期限	7天-1年，合同有效期内自主确定，期限灵活	贷款时确定期限
额度	额度	3000万以内，合同金额内自主确定，额度灵活	3000万以内，贷款时确定金额
费用	利息	根据实际贷款金额、期限计息，降低成本	根据贷款总额、期限计息
提款还款	提款还款方式	循环，随借随还	非循环，一次性发放，还后不贷
	使用渠道	网络，自助，随时随地，高效便捷	客户经理，银行网点
	受理时间	全天候（银行业务批处理、系统升级等时段除外）	工作时间
	处理时效	实时	视银行内部效率
规模控制	规模保障	承诺类网贷通将保障提款	没有规模时暂停放款

资料来源：工商银行官方网站

3. 以民生银行为代表小微金融服务

与工商银行等大型银行相比，股份制银行在小微金融方面一直更加活跃。其中，民生银行可谓典型代表。民生银行于 2009 年就提出“做民营企业的银行、小微企业的银行、高端客户的银行”的战略定位，决定每年新增贷款的50%投入小微企业，并以小微金融为零售业务核心，加速推动业务结构转型。将小微企业从“公司银行客户或零售银行客户”这种传统的二元化业务结构脱离出来作为一



个独立的金融服务对象，民生银行走在了同业前列。从2008年起，截至2013年6月，累计发放小微企业贷款9500亿元，服务小微企业客户140万户，平均每家小微企业客户贷款每年不到17万元。通过五六年的积累，并借助互联网技术，民生银行开发了一系列服务小微企业的金融产品和服务。

例如，小微企业中有不少从事批发贸易，它们在支付结算方面有着很大需求，去银行网点支付结算不但效率低下，时间成本也高。针对此，民生银行推出“乐收银”产品，该产品将POS机和第三方电话支付终端产品的优势相结合，并且汇集了刷卡付款、转账和查询等小微企业最常用的功能，从而有效提高了结算效率，也很大程度上为小微企业带去了便利，如不用去网点排队等。再如，由于小微企业主的私人账户、家人账户、公司账户等银行账户往往都是由其本人管理，账户间容易混淆，理成本也较高。为此，民生的手机银行开发了“公私账户集中管理”的模式，让小微企业主可以同时方便快捷地管理各类账户：通过到柜台授权后，所有账户都可以在小微手机银行中进行管理。此外，为提高小微金融服务的惠及面，民生银行先后采取了一系列举措：2010年，对小微企业的服务渠道加以整合，并开通“4008695568”小微金融服务专线；组织各分支机构“下基层”，着力推广小微手机银行、乐收银、跨行通等小微企业重点产品；运用推介会、座谈会等方式在小微企业中宣传民生电子银行等。

最后，值得指出的是，民生银行小微金融服务之所以能开展的“如火如荼”，与它的以下三大举措密不可分：第一，事业部改革。民生银行2007年起启动事业部制改革，把高风险的公司业务统一至总行；分行通过转型主做小微业务；支行不再从事公司业务，并向“小微业务为主的专业支行、传统的零售银行和社区银行”三大方向发展。第二，建立小微领域的专业支行。如海洋水产专业支行、纺织服装专业支行、休闲鞋服专业支行、石材专业支行和茶叶专业支行。第三，成立小微企业城市商业合作社。此举在于让原本分散的小微企业通过一定的模式组织起来，使之作为一个小微企业群体与银行开展业务，进而实现小微贷款的批

量销售，减少人工成本和降低信贷风险。

（二）商业银行提升小微金融服务的应对策略

面对互联网金融的汹涌来袭，商业银行应积极应对，借力互联网，全面提升小微金融服务水平。

1. 强化小微金融服务理念

当前我国银行业的内外部环境发生了重大变化，**小微金融不仅是银行业调整业务结构和客户结构建设的“蓝海”，也是银行业承担社会责任的重要体现。**商业银行应从全行战略高度出发，树立服务小微企业意识，提升小微金融服务水平，群策群力解决小微企业融资难问题。特别地，面对互联网金融冲击，学习与借鉴互联网思维，真正实现从“以我为主”向“以客户为中心”转变，充分考虑小微企业的特点与需求，不断创新，推出符合小微企业发展需求的产品和服务。

2. 加大互联网金融产品创新力度

深入研究和认真学习互联网金融，取其所长，弃其所短，融合传统的信贷业务与网络技术，研发和推出贴合小微企业需求、操作界面友好、处理流程高效的网络金融产品，着力开发以小额、信用、灵活为主要特征的网络产品，如可通过网上银行自助申请、自主提款和还款的产品，小微企业可根据销售淡旺季等情况随借随还的产品，适合小微企业的短期融资和扩大再生产的中长期融资等不同需求的专属信贷产品等。此外，依托小微企业与上下游客户交易形成的供应链，开办保理、商品融资、订单融资等相关业务线产品。

3. 打造线上线下一体化服务模式

在渠道方面，着力开发网上银行、手机银行、移动终端、自助终端等线上服务渠道，特别是手机银行和移动终端；在营销方面，大力使用微博、微信、公司网站、电子邮件、网络广告平台等互联网平台，通过推介会、客户座谈等方式在小微企业中宣传本行的电子银行服务；在产品处理方面，缩减人工服务量，实现产品的自动化和智能化，拓展产品的服务范围，实现金融产品和非金融产品一体化管理。



4. 构建基于大数据的信用体系和风控机制

依托科技手段和互联网，充分利用大数据构建小微企业的信用体系和风控机制。一方面，除了采集账号、金额变动情况、存款情况、贷款情况、违约情况等结构化数据，加强对小微企业客户在互联网、社交网、电子商务活动等各类形式中频频出现的文档、文本、图像、音频、视频等非结构化数据的采集和管理。通过网上平台把小微企业编织在同一张社会关系网中，把他们相互之间的生产贸易往来、企业信用、个人信用、社会关系等数据进行添加和整理。另一方面，借鉴和学习阿里、宜信等互联网企业经验，完善小微企业客户的资信档案建设，构建基于计算机管理系统的信用管理评分模型；实时更新小微企业的信用记录，动态监控小微企业的信用状况变化，以便准确评价客户信用状况和防范风险。

5. 开展与互联网企业通力合作

商业银行应与互联网企业展开密切合作，充分发挥各自的优势，服务小微金融。一方面，建立与互联网企业的信息共享机制。互联网企业在小企业、普通网民方面有优势，商业银行在大中型企业有优势，两者可以一定程度进行信息共享，优势互补。此外，商业银行可借鉴学习互联网企业在数据挖掘、信息处理等方面的技术优势。另一方面，商业银行可联合阿里、宜信、P2P 公司等互联网企业，以及担保、租赁、基金、证券等金融服务商，实现与小微客户群的联动和融合，进而实现自身发展的转型升级。

总之，我们发现，互联网金融与小微金融服务有着天生的契合性。互联网的开放性、共享性和平民化有助于更多的小微金融需求者获得服务；互联网交易成本小、效率高、信息不对称程度低的特性很好地适应了小微客户的小额、短期、高频的融资需求。互联网容易聚合大数据并利于挖掘、有效控制风险的特性，符合小微金融实现“无抵押、无担保”的便利模式和较好地控制违约风险。互联网企业在小微金融领域的快速拓展，以及民生银行在小微金融服务方面的大

胆尝试，都为商业银行大范围推广小微金融服务提供了借鉴作用。只有树立服务实体经济、帮助小微企业发展的金融服务理念，加快小微产品创新、整合小微服务渠道、建立基于大数据的小微风控技术，与互联网企业通力合作，商业银行完全可以大力拓展小微金融，支持实体经济发展。