

阿里的雄心：只对小微的世界感兴趣

— 蚂蚁金服的成立

吴文洁

2014.10.27

蚂蚁金服介绍.....	1
蚂蚁金服的理念和宗旨.....	2
蚂蚁金服竞争优势.....	3
集团资金优势.....	3
集团的人才优势.....	4
集团平台和产品优势.....	4
电子商务.....	4
蚂蚁小贷.....	4
支付宝.....	5
余额宝.....	5
招财宝.....	5
平台整合的优势.....	6
蚂蚁金服技术优势.....	6
蚂蚁金服政策优势.....	8
较低的税率.....	8
鼓励扶持小微企业.....	8
蚂蚁金服的发展展望.....	8
开放的信用平台.....	8
信用支付.....	9
网络银行.....	11
移动端.....	12
拓展国际业务.....	13
总结.....	14

蚂蚁金服介绍

全称：浙江蚂蚁小微金融服务集团有限公司

简称：蚂蚁金服

成立时间：2014 年 10 月 16 日

名称含义：

一只的蚂蚁的力量虽然很小，但一群辛勤劳作的蚂蚁的力量可以打败强大的对手。蚂蚁金服方面表示，“之所以选择这个名字，是因为我们是从小微做起，我们只对小微的世界感兴趣，就像蚂蚁一样，虽然渺小，但它们齐心协力，焕发出惊人的力量，在去目的地的道路上永不放弃。”



总部地点：

浙江杭州

集团包括：

支付宝、支付宝钱包、余额宝、招财宝、蚂蚁小贷和网商银行（筹）、开放的信用平台等。覆盖了原阿里旗下的支付、理财、融资、保险等业务板块。阿里金融业务分为两大部分：一是为消费用户提供信用支付，二是为小微企业提供小微企业融资服务（即阿里小贷）。

实收资本:

115988.0823 万人民币元(2013 年 12 月 24 日)

股权架构:

目前蚂蚁金服股东为杭州君瀚股权投资合伙企业以及杭州君澳股权投资合伙企业。其中,马云为君瀚投资的直接股东,而陆兆禧、彭蕾等阿里资深高管合伙持有君澳投资。按此前的约定,包括马云等管理层和员工持有该公司 40%股权,此外,在经过批准后,蚂蚁金服将向阿里巴巴集团增发 33%的股份。而马云个人在蚂蚁金服的持股比例不会超过他在阿里巴巴集团的持股比例,即 7.3%。



许可经营项目:

服务:第二类增值电信业务中的信息服务业务(限互联网信息服务业务)一般经营项目:服务:接受金融机构委托从事金融信息技术服务外包,金融业务流程外包,金融知识流程外包,投资管理,投资咨询(除证券、期货),设计、制作、加工网络信息产品并提供相应的技术服务和咨询,设计、制作、发布国内广告(除网络广告发布),承办会展,翻译;其他无需报经审批的一切合法项目。

蚂蚁金服的理念和宗旨

让信用等于财富”是“芝麻信用”的官方口号,这与马云当年“未来信用就等于财富,我们的兴趣在这里”的宏愿如出一辙。

马云曾表示:“中国不需要再多一家金融公司,但中国缺一家真正专注服务小微企业的金融服务公司。”蚂蚁金服最重要的理念是“信用等于财富”,而“开放、透明、责任、分享、互动”是核心价值观。蚂蚁金服将以小微企业和普通消费者为主要用户,建立以数据、技术、交易这三个开放平台为核心的金融生态,支持和帮助合作伙伴,共同为用户创造价值。

在整个蚂蚁金服的业务体系中,支付、理财、融资、保险等业务板块仅是浮出水面的一小部分,真正支撑这些业务的则是云计算、大数据和信用体系等底层平台。

接下来,蚂蚁金服的战略就是开放这些底层平台,与各方合作伙伴一起,开拓互联网时代的金融新生态。2014 年的重要业务方向包括移动、农村金融与国际化业务。

蚂蚁金服提出来“稳妥创新、拥抱监管”,“激活金融,服务实体”等口号,拥有庞大数据库和用户量的蚂蚁金服,在新业务探索上,并没有随心所欲。因为它小小的一步,就会对进入的行业产生巨大的震动,这在余额宝和招财宝的效应已经可以看出。

蚂蚁金服竞争优势

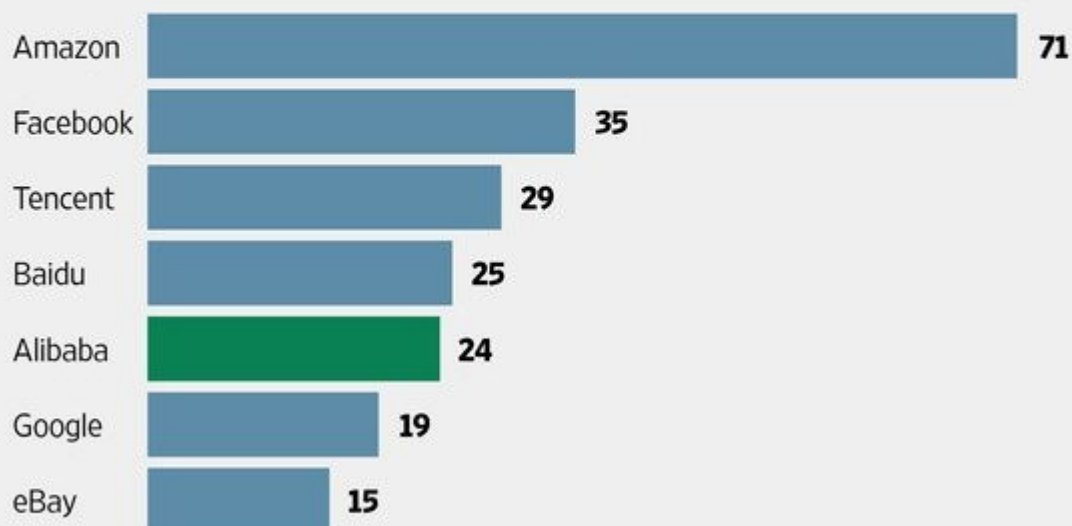
集团资金优势

中国电商巨头阿里巴巴公司在 2014 年 9 月 20 日，于美国纽约证券交易所再次上市，几乎成为全球最大的 IPO，拥有雄厚的财力。19 日在上市，经过创纪录的近两个半小时的 10 轮询价后，以 92.7 美元开盘，较 68 美元发行价上涨 36.3%，以 93.89 美元收盘，上市首日大涨 38.07%。以该收盘价计算，阿里巴巴当前市值达到 2314 亿美元，超越 Facebook 当日收盘后 2023 亿美元的市值，成为位列苹果、谷歌、微软之后的全球第四大市值科技公司，更是仅次于谷歌的全球第二大市值互联网公司。同时，在中国上市公司方面，阿里巴巴目前已成为中国移动、中国石油之后第三大市值公司。而在中国互联网三大巨头“BAT”中，阿里巴巴当前市值已超过腾讯(1512 亿美元)及百度(786.8 亿美元)两家公司的市值总和。

Let's Make a Deal

Analysts at banks working on Alibaba's public offering estimate its value at around 24 times future earnings. Here are valuations of companies they see as comparable, based on estimated future earnings.

Price to earnings ratios*



*PE ratios for adjusted estimated 2015 net income

Sources: people familiar with the matter; FactSet

The Wall Street Journal

集团的人才优势

蚂蚁金服的领导模式是放权，去中心化，各司其职 专业人干专业事。

蚂蚁 CEO 彭蕾曾是阿里集团 CHO，可以说识人任人出身，善于“将将”，更善于将权力下放给部下。她掌管集团事务、行政、市场及人力资源等核心部门，影响力仅次于马云。有人称她是典型的中国企业中的“女二号”，是马云战略决策最坚决的执行者，也是阿里巴巴文化建设的操刀手及维护者。

主管蚂蚁小贷、筹办浙江网商银行的俞胜法，是原杭州金融办副主任，杭州银行行长，到如今外号依然是“行长”，在银行领域可谓是顶级专家；

招财宝 CEO 袁雷鸣，跟主管国内业务的樊志铭，都是从支付宝历练出来的；CFO 井贤栋，毕业于知名商学院，在世界五百强企业长期担任财务工作和分公司 CFO。

集团平台和产品优势

阿里集团为中国电子商务巨头，拥有海量客户和良好的口碑。对蚂蚁金服来说，阿里将大部分具有金融属性的业务均划归给它了。

电子商务

按照 2013 年总体商品交易量计算，阿里是全球最大的在线和移动商务公司，根据市场调研公司 iResearch 对 2013 年的数据统计，在截至 2013 年 12 月 31 日的 12 个月中，淘宝网、天猫商城、聚划算等平台，从 2.31 亿活跃买家和 800 万活跃买家产生了人民币 1.542 万亿元（约合 2480 亿美元）的交易总额。其产生的巨大的交易结算业务，大部分使用现在蚂蚁金服旗下的支付宝。此外，通过由持有 48% 股权的附属公司浙江菜鸟供应链管理有限公司运营的中央物流信息系统，辅佐第三方物流服务提供商完成发货工作。

蚂蚁小贷

蚂蚁小贷前身为阿里小贷，小微贷款业务同积累了大量的小微企业客户，拥有大量客户金融和信用记录，为蚂蚁金服下的信用平台提供海量的可靠数据。它旨在为小微企业、网商个人创业者提供互联网化、批量化、数据化的小贷服务。产品包括：阿里信用贷款、网商贷、淘宝信用贷款、订单贷款等。

截至 2014 年 3 月底，蚂蚁小贷已为 70 万+家小微企业解决融资需求，累计投放贷款超 1900 亿元。阿里信用贷款是阿里巴巴为会员企业提供的融资贷款服务，无抵押，免担保的纯信用贷款，由阿里巴巴自己审核并发放，主要满足会员企业在生产经营过程中产生的流动资金需求，即 B2B 纯信用贷款。目前该贷款产品对江浙沪地区的诚信通会员（个人版和企业版）和中国供应商会员开放，贷款放款对象为会员企业的法定代表人（个体版诚信通为实际经营人）。贷款可申请的最高额度为 100 万元。阿里信用贷款是按日计息，随支随用，取用多少，算多少利息，不用不算利息。

支付宝

支付宝成为中国主要的电子支付方式之一，支付宝向卖家和买家提供了支付和第三方支付服务，向用户提供了安全、便捷和信任。蚂蚁金服每天的支付笔数超过 8000 万笔，其中移动支付的占比已经超过 50%，每天的移动支付笔数超过 4500 万笔，移动端支付宝钱包的活跃用户数为 1.9 亿个。

这款第三方支付平台是蚂蚁金服旗下的基石业务，从用户量、服务水准等方面均已成为世界一流。截至 2013 年底，支付宝平台实名用户 3 亿+，接入 200+家金融机构，成为重要的互联网支付基础设施。



2014 财年（截止 2014 年 3 月底），平台交易额达 3.8 万亿元目前，全球同业最高——其中，移动支付笔数超过 4500 万笔，占 50%+。此外，围绕线下的消费与支付场景，支付宝钱包还推出“未来医院”、“未来商圈”、“未来出行”等计划，拓展不同应用场景。

支付宝可能阻止贝宝(Paypal)获取全球市场统治地位的野心，贝宝在移动交易方面的支付总量(TPV, total payment volume)在公司 TPV 中占比仅为 20%。

余额宝

余额宝于 2013 年 6 月正式推出，它同样隶属于蚂蚁金服，旗下余额宝以创新、便捷的基金申购、赎回方式，使得当年被称为“中国互联网金融元年”。截至今年 6 月底，起用户数已超 1.24 亿，资金规模超 5700 亿元。与余额宝对接的传统金融机构，天弘增利宝基金成为我国规模最大的货币基金。

招财宝

该平台于 2014 年 4 月上线，主打投融资理财。招财宝公司，全称为上海招财宝金融信息服务有限公司，为小微金融服务集团（筹）旗下子公司，独立负责招财宝投资理财开放平台的全面运营。



招财宝向金融机构开放，服务中小企业和个人，为后者提供高效、低成本的融资服务。产品包含：中小企业贷、个人贷、万能险、分级基金等。目前，平台累计成交额已超 150 亿元。另外，在火爆一年多的 P2P 领域，蚂蚁金服在之后，通过招财宝平台曲线进入。

平台整合的优势

平台的整合对原有的各方面的业务有量和质的提升，金融服务的集团化使得各个原有业务共同成本降低，可相互协作，共享优质的客户资源。

旗下淘宝、天猫等电商平台积累了巨大的客户群，集团众多的电商平台用户，可转换为阿里新型网络银行的基础客户，通过对客户消费行为和习惯的分析、研究，提供个性化的金融服务。商城产生的消费者行为和交易数据，以及生态系统内参与者之间的互动数据，为我们提供了极具价值的资源，有助于我们和卖家提升买家购物体验，更加有效地运营，并推出创新的商品与服务。基于蚂蚁金服的云计算及大数据积淀，支付宝对接的 200+家金融机构、3 亿多用户、近千万家小微商户处理支付。另外，保险平台也已接入了 100+家保险机构，为超过 1.5 亿的用户提供服务。拥有海量的客户信息和消费习惯，可推出与个人消费相关的金融服务。

蚂蚁金服也在造就自己的生态系统，其中的参与者为自己的成功和发展而进行投资；随着生态系统的扩大和网络辐射效应的增强，参与者之间的互动可以相互创造价值；生态系统的范围及其创造的网络效应，包括淘宝商城带来的庞大买家流量，为我们的其他商场和服务提供了低成本的有机流量，极大减少了我们在营销服务方面对销售团队的依赖。

蚂蚁金服技术优势

最能体现阿里在电商技术上的能力莫过于在“双十一”时，“双十一”全天总交易额达到 191 亿，其中天猫 132 亿，淘宝 59 亿，支付宝日订单数量超过一亿笔。金额已经超过美国去年“网购星期一”最高纪录，也超过今年的黑色星期五的 10.42 亿美元。尽管大淘宝在促销开始的时候服务稍有不稳定，但整天下来服务堪称可靠。峰值数据是每分钟 89678 笔交易，峰值时刻一分钟超过 1700 万人民币的交易额，对比之下，eBay 披露的数据是每秒钟 2500 美元(峰值或许会更高一些)。如此快速的成交促使国内银行系统对于网银网关处理能力进行了扩容与改造。



2013 年，蚂蚁金服已搭建金融云平台，计划在 2015 年实现新的技术突破：2015 年第一季度，实现金融中间件和大数据平台的开放。据金融级云计算 CTO 程立的介绍，蚂蚁金服的云计算平台能支撑每天 10 亿笔的支付处理。当前的技术可实现处理并发金融交易 3 万笔/秒，千万笔支付/天；每日数据处理量超过 30PB；在 30 分钟内完成亿级账户清算。值得一提的是，在实时大数据风控方面，已经实现毫秒级处理速度。2005~2013 年，支付宝日交易笔数从万增长到百万级，再到亿级。与交易笔数相应的，处理数据的量级——从 TB 到 PB，再到 EB 级。交易笔数的峰值承受能力（“双十一”来看）从 2010 年的 1280 万笔，再到 2013 年的 1.88 亿笔。可用率从 99.9% 上升至 99.99%+。

在去 IOE（脱离对 IBM 小型机、Oracle 数据库、EMC 存储的依赖）后，已形成“云计算+蚂蚁金服中间件+阿里数据库”的结构。同年下半年，自主开发的分布式关系数据库 Ocean Base 正式开放。



阿里技术团队这几年来，在开源软件研发上进行了很大的技术投入，比如在 MySQL 数据库研发与部署实践上，已经能够有实力解除对 Oracle 数据库的依赖，而本次活动中，最核心的 MySQL 集群一天共支持了 20 亿个事务，MySQL 核心数据库顶住了每秒钟 10 万次事务、百万次 SQL 执行(不过支付宝最核心的数据库依旧是在 Oracle 数据库上,淘宝天猫的核心库已经在 MySQL 上)的压力；在 Java 核心技术上的技术投入，针对业务特点优化定制的 JVM (TaobaoJVM) 已经在淘宝、天猫等网站上线，全部替换了 Oracle(Sun) 官方 JVM 版本，成果显著，并已经逐步反馈到开源社区中去；再比如淘宝在 Nginx 基础上改进的 Web 服务器 Tengine,等等。

阿里技术团队正在试图掌控整个网站体系中的所有组件的核心技术。技术的背后，最关键的还是人和团队。阿里巴巴数年来在电子商务技术领域吸引了不少业界技术专家，造就了一批顶尖技术牛人，也培养并且储备一大批技术人才，锻炼了有实战经验有战斗力的技术团队。

蚂蚁金服政策优势

较低的税率

我国现在有两种所得税率，一是,对三资企业和部分高科技企业采用的优惠税率，所得税率为 15%;一般企业 33%的所得税率，即利润总额中的 33%要作为税收上交国家财政

鼓励扶持小微企业

自 2011 年 10 月 12 日国务院推出支持小微企业发展的 9 条财税、金融政策大礼包之后，后续政策细则陆续落地：银监会下发了“银十条”的补充通知，内容涉及小微企业贷款平均增速、增量、金融服务机构准入和小微企业贷款专项金融债等多个方面；11 月 17 日，财政部和国家发改委联合发布通知，决定从 2012 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日，对小微企业免征管理类、登记类、证照类等 22 项行政事业性收费。新政不仅让小微企业看到了曙光，也令一些中小型银行更明确了发展小微企业的战略定位。同时，随着财政部在财政方面对小微企业的支持，货币政策也开始出现局部宽松的趋势。

蚂蚁金服的发展展望

开放的信用平台

为国内建立更为全面、完整、便捷的开放信用平台，使得更多企业和个人参与进来为信用平台注入更多活力，也为个人、小微企业提供优秀金融服务的铺平道路。蚂蚁金服表明底层会开放，这意味着它和社会各界是融通的，一些国有大银行未来可能也会通过某些接口进入到这个体系；

另外，它有大数据、云计算等底层的支持，这些也是传统银行业务非常缺失的。因此当蚂蚁金服这个巨大体系发展壮大后，将会推动整个金融业的改革。预计未来蚂蚁金服的市值可能会超过阿里巴巴，因为其增值盈利空间比阿里更大。

阿里巴巴小微金融服务集团旗下品牌“芝麻信用”即将上线，“芝麻信用”是使用 3 亿多实名个人、3700 多万户中小微企业数据，整合网上银行、电商、社交、招聘、婚介、公积金社保、交通运输、搜索引擎，最终聚合形成个人身份认证、工作及教育背景认证、软信息等维度的信息。这多少类似于业界对个人征信业务的描述。目前并没有明确的上线时间表。

“芝麻信用”在小微金融服务集团的定位，偏向于基于大数据构建的信用体系。“芝麻信用”致力于通过分析人的互联网行为记录，对人的身份真实性、行为可信性进行评估并给出认证等级结果，从而解决互联网环境下的信任问题。芝麻认证是用户互联网信用的重要通行证。

芝麻信用体系将包括芝麻分、芝麻认证、风险名单库、芝麻信用报告、芝麻评级等一系列信用产品，背后则是依托阿里云的技术力量，对 3 亿多实名个人、3700 多万户中小微企

业数据进行整合。

“芝麻信用”通过分析大量的网络交易及行为数据，可对用户进行信用评估，这些数据广泛来源于网上银行、电商网站、社交网络、招聘网、公积金社保网站等方面，最终聚合形成个人身份认证、工作及教育背景认证等多维度的信息。



“芝麻信用”暂时只是孵化中的一个产品，并没有明确的业务方向，更偏向于基于大数据构建的信用体系，而征信系统侧重于融资授信业务，“芝麻信用”的业务是比较宽泛的，实际上类似于通过构建信用体系解决信息不对称问题。

不久前，央行副行长潘功胜曾表示，欢迎阿里、腾讯等进入征信体系建设。这表明，央行对大数据公司进入征信市场持开放态度。

此前，央行征信中心副主任王晓蕾表示，“征信系统目前覆盖的有 8 亿人，真正和银行有信贷关系的只有 3 亿人，换句话说，5 亿人跟银行从来没有信贷交易关系，这 5 亿人对金融部门来说是陌生人。”当前，提高征信信息覆盖率是央行的一项重要工作，而阿里庞大的用户数据也将给双方提供很好的合作机会。

据了解，阿里“芝麻信用”虽未上线，但已开展一些信用方面的业务，已有包括投哪网和利融网等 P2P 公司对接其数据和服务。由此可见，对于 P2P 来说，“芝麻信用”是一座征信数据的“金矿”。“芝麻信用”虽未明确把业务定位于征信，但征信或许会是其最为重要的业务之一。

阿里巴巴小微金服正通过“芝麻信用”平台以及多款内测中的“信用支付”产品构建“信用金融”体系。现在互联网金融影响到普通消费者，重构涵盖个人信用和企业信用的生态系统有着重要意义，互联网企业在这方面优势巨大。

以前信用体系的主要作用是将企业引到互联网，使企业有在互联网做生意的保障，追求的是企业信用。而现在互联网金融影响到普通消费者，过去的企业信用体系不能满足个人(或者小商家)的需求，而这部分人群有着高涨的消费、投资和信贷热情。因此，重构一个涵盖个人信用和企业信用的生态系统有着重要意义，互联网企业在这方面优势巨大。

信用支付

阿里信用支付可以使得支付宝买家与卖家双方受益。淘宝和天猫的买家作为支付宝用户，在用支付宝付款时，可以在一定额度内直接透支消费，无需通过支付宝平台使用借记卡或贷记卡，也无需使用支付宝余额。其中，信用额度的确定依据来自于卖家以往的交易情况，

如购买记录、收货地址等信息，买家的信用额度在 1 元到 5000 元不等。另外，买家需要在还款日之前还款，而账期日是买家的生日，买家最长可获得免息期 38 天。



阿里信用支付的盈利主要来源于手续费。当交易成功时，针对每一笔交易，若商家开通了“信用支付”功能，则阿里将向签约接受信用支付的客户收取 1% 的手续费；若商家未开通该功能，则阿里将向买家收取大约 8% 的手续费，该笔费用在交易成功的同时扣除。

阿里信用支付的风险控制手段：技术、约束与分散三力并举。

第一，以交易数据为基础。阿里金融对买家的授信额度，将基于大数据、云计算理念，根据买家以往的交易数据制定，主要包括买家的购买记录、收货地址等信息。阿里金融依据上述信息进行分析，对买家做出信用额度在 1 元到 5000 元之间的授信额度。这种风控手段与传统银行贷款审批的线下流程有所不同。

第二，以淘宝和天猫账户为约束。阿里金融向买家提供的授信额度只能用于在淘宝和天猫上进行消费，若买家未能按时还款，也未能响应阿里金融的短信催款通知、语音催款通知、上门催款通知，并在逾期一年尚未还款，则买家的淘宝、天猫账户甚至支付宝账户将无法使用或再注册。

第三，未来有可能推出分散风险的金融产品。阿里金融的信用支付服务主要是针对买家提供的，与之相对应地，阿里针对卖家也提供过阿里小贷服务，那么，针对卖家的阿里小贷风控方式就有可能作为阿里信用支付风控的借鉴。

今年 9 月 18 日，阿里金融推出两款小贷资产证券化产品 (ABS)，已在深交所挂牌上市，今后，也有可能推出针对信用支付的资产证券化产品，不失为风险转移的一种手段。

从形式上来看，阿里金融的信用支付业务也是提供透支消费的服务，与银行信用卡的消费贷款功能相似。从实质上来看，阿里的信用支付并非“虚拟信用卡”，因为资金来源是与阿里金融合作的银行。具体流程是：买家申请信用支付——阿里金融通过信用评价确定信用支付额度——阿里旗下的商诚担保公司提供担保——合作银行向买家发放信用贷款。签约商家或买家支付的手续费由支付宝、银行、商诚信担保公司等分享。

阿里信用支付具有互联网金融划时代的意义。

第一，深度挖掘支付的附加值。支付拥有数据、金融、平台三重要素，支付宝作为支付平台，第一步是执行基础的支付功能，第二步是利用在途资金、沉淀资金做理财业务，第三步是基于大数据、云计算的理念，运用用户交易数据做信用和营销分析等。信用支付服务的开展，正是基于基础的支付业务所做的延伸。第二，完善移动支付平台。阿里金融此次开展的信用支付服务仅仅针对的是移动终端，以其一向的便捷优势布局移动支付市场。但是，阿里在从事移动支付拓展时，既有其便捷的优势，也面临一些挑战：客户的便捷意味着阿里

必须将后台运营得更加完善，要把握移动支付技术，要完善银行、运营商、设备提供商等紧密合作，同时还要将风险控制体系做得更加完善。

第三，拉动消费金融发展。阿里向买家提供的信用支付额度在 1-5000 元不等，目标清晰指向小额的消费金融信贷市场，这与阿里一贯的便捷、草根金融理念相契合，良好的定位有助于阿里将小额消费金融越做越好。

网络银行

蚂蚁金服作为主发起人正在筹备网商银行。29 日，中国银监会同意阿里小微金服在浙江省杭州市筹建浙江网商银行，同意上海均瑶筹建上海华瑞银行。此前的 7 月份银监会已批准深圳前海微众银行、温州民商银行和天津金城银行三家民营银行的筹建申请。

目前首批试点的五家民营银行已全部获准筹建。其中，阿里小微金服作为发起人的浙江网商银行或将成为我国首家纯网络银行。蚂蚁网商银行的定位是“立足互联网，充分利用互联网、大数据等技术，挖掘互联网信用，服务小微企业和普通民众”。注册资本为 10 亿元，提供小微金融服务，业务范围涉及存款、贷款、汇款等业务。国务院发展研究中心金融研究所所长张承惠分析认为，国有银行和股份制银行在信贷市场上的份额超过 60%，我国的金融体系相对于小微企业来说是大马拉小车。

网商银行会采取全网络化营运，以互联网为主要手段和工具，针对电子商务平台的小微企业和草根消费者提供有网络特色、适合网络操作、结构相对简单的金融服务和产品。“如果银行不改变，我们改变银行。”就在 2013 年 6 月，马云还表示：“未来的金融有两大机会，一个是金融互联网，金融行业走向互联网；第二个是互联网金融，纯粹的外行领导，其实很多行业的创新都是外行进来才引发的。金融行业也需要搅局者，更需要那些外行的人进来进行变革。”



从美国网络银行的先例来看，1995 年 10 月“美国安全第一网络银行”在网上开业，这是在互联网上提供银行金融服务的第一家银行，也是在互联网上提供大范围 and 多种银行服务的第一家银行。美国成为了全球网络银行最为发达的区域之一。“在美国，网络银行还是比较受欢迎的，有几家都做得不错”，一位美国网络银行 ING DIRECT 的客户向本报记者介绍，以 ING DIRECT 为例，该网络银行的产品不多，网站也比较简洁，但每一款产品在市场上都具有明显的优势，“这种优势主要体现在存款利率较高或贷款利率较低上”，上述客户表示，由于 ING DIRECT 存款具有明显优势，“因此我把它作为我的理财性质的银行，除此之外，选择一家大行(美国银行)作为结算行，这是我最重要的两个银行账户”。

有业内人士表示，期望从互联网孕育而生的网商银行，能为实体经济、为日常生活带来更多创新服务，并在此基础上完善互联网金融诚信体系，让信用创造财富。网商银行的诞生，将丰富国内互联网商业生态中的金融服务和金融创新。

移动端

蚂蚁金服的长期增长战略之一在于对移动端的拓展。2013年，阿里曾极度担忧微信在移动入口的巨大优势，不惜全力发展来往以求对抗。蚂蚁金服的移动入口支付宝钱包也紧随阿里集团做了巨大调整，引入在移动产品设计上的牛人原微信产品经理刘乐君，支付宝钱包8.0版也是迄今为止支付宝钱包最大的手术。传统巨头在移动端失败的案例比比皆是，不过支付宝的转型却效果不错。利用跟用户钱包最紧密的转账免费等杀手级策略，97%的支付宝用户都用了手机转账到卡的业务，手机支付日常量已经是4500万笔，支付宝钱包拥有了1.9亿活跃用户。功能方面，除了允许用户通过移动设备进行购物支付、还款转账、生活缴费等基础服务外，还进入到越来越多的线下应用场景：商场、便利店、打的、就医等。2014年，支付宝钱包推出了基于服务窗平台的“未来医院”、“未来商圈”、“未来出行”等计划。8月，正式推出开放平台，对商户开放服务窗、卡券、Wi-Fi等接口。



手机支付宝提供了便捷和安全的支付解决方案，已渗透到消费者日常生活的几乎每个场景，其中包括便利店、售货机、停车场、支付公用事业账单等等。此外，蚂蚁金服不久前推出了多个金融产品，诸如将线上资产管理和网络保险等加入手机支付宝中，这将有助于手机支付宝被消费者进一步采用。中国农村存在巨大的增长机遇。截至2013年12月底，中国农村拥有1.77亿互联网用户，他们的移动服务渗透率为85%（较中国城市地区高出5个百分点）。未来的3-5年，阿里将投资100亿人民币来渗透农村地区，充分利用阿里的稳固基础设施和强大的支付/交付系统。

在传统的淘宝网、天猫商城、聚划算等平台的很大一部分客户中已开始通过我们的移动平台进行交易，在截至2013年12月31日的三个月中，移动交易总额占据了我们总交易额的19.7%，高于上年同期的7.4%。未来支付宝钱包的功能会更加强大，集合理财、保险和信用为一体。

拓展国际业务

2007年起，支付宝开始拓展国际业务。目前支付宝拥有约1800万国际用户和超过2000家国际商家。目前支付宝海外活跃用户数量已达1785万，用户分布在100+个国家，在俄、美、巴西、西班牙、香港、台湾、新加坡等地发展迅速。涉及业务包括：旅游预订、交通、购物、退税、一体化体验等。另外，支付宝已具备14种货币的结算能力，超过2000家海外商户将支付宝作为网络支付的手段，举例子：SASA、乐天、BEAUTY EXPERT。



支付宝将在今年11月将与美国知名百货品牌合作，推出海外直购服务。以及推出一项针对国际零售商的支付服务，帮助它们更轻松与中国网络购物者交易，同时获得阿里所提供的物流服务。今年的国际拓展业务步伐加快——比如，支持英、法、德、意、韩等国的海外退税。支付宝与环球蓝联达成合作：消费者在欧洲等地购物消费，可用支付宝办理退税，退税款项最快10个工作日到账。用户还能实时查看到账情况。

与国内监管环境不同，国际上金融监管更为成熟开放，另外蚂蚁金服的国际业务刚刚起步，有试错容错的空间，需要跟上节奏跟国际竞争对手竞争，大步快跑是其国际业务的特点。

总结

阿里巴巴已经拥有了天猫、菜鸟物流、神马搜索，如今越来越朝着动物园方向发展了。而更值得一提的是，在整个蚂蚁金服的业务体系中，支付、理财、融资等业务板块仅是的一小部分，真正支撑这些业务的则是水面之下的云计算、大数据和信用体系等底层平台。

而接下来，蚂蚁金服的战略就是开放这些底层平台，与合作伙伴一起开拓互联网时代的金融新生态。致力打造一站式金融服务平台，利用自身的支付、大数据、云计算等能力，协助全行业的金融机构从以能力为服务核心，转化为以数据为服务核心。蚂蚁金服的模式很明确，帮助传统金融机构转型，在蚂蚁金服的生态中，包含了银行、保险、基金等 200+家来自金融行业的合作伙伴。这些金融机构的优势和长处是专业的理财产品设计和风控。在蚂蚁金服的平台上，其自身不发理财产品，而是让专业机构依托平台提升服务品质。而随着移动互联网兴起，每个人都实时在线。结果便是，金融服务越来越以需求为中心，依托数据开展业务。蚂蚁金服的支付宝平台的积累令它具备顺应时代需求的新型金融能力。