

最新商业银行金融稳定工作报告 国有商业银行的影响金融论文(优秀6篇)

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

商业银行金融稳定工作报告篇一

我国利率市场化改革已经进入实质阶段，随着入世及金融自由化程度不断提高，利率市场化的步伐会逐步加快。详细内容请看下文。

所谓利率市场化，是指在货币市场经营的利率水平由市场供求决定，它包括利率决定、利率传导、利率结构和利率管理的市场化。具体讲，利率市场化是指存贷款利率由各商业银行根据资金市场的供求变化来自主调节，最终形成以中央银行基准利率为引导，以同业拆借利率为金融市场基准利率，各种利率保持合理利差和分层有效传导的利率体系。

通常，人们将商业银行能自主决定其存、贷款利率看作是利率市场化完成的标志。我国一直实行利率管制，各金融机构无条件执行。在这种体制下，银行无需时刻关注利率的变动并根据利率预期调整资产负债结构，影响和收益的主要是资产负债规模和结构。利率市场化以后，利率将由资金供求关系决定，变动频繁而且可预见性差，从而引起各种价格的变化。由于银行贷款和的利息净收入是银行最重要的收入来源，因此，利率的频繁变动和资产与负债的不匹配，将会给经营者带来巨大的风险，尤其是我国的商业银行是在经验不足的情况下加入市场化行列的，其把握和预测市场利率的能力和管理水平均存在明显的不足与缺陷，急需尽快提高抵御风险的

“免疫力”。大多数专家认为，目前是我国进一步推进利率市场化的最佳时机，其主要理由为：一是居民储蓄存款稳步增长，银行存贷款利率较低，存差较大，企业意愿不是十分强烈，资金已从严重短缺背景过渡到资金出现宽松；二是目前物价水平稳步走低，出现了通货紧缩的趋势。

利率市场化的实施步骤比较可行的做法是：首先，在发展和完善货币市场的同时进行贷款利率的市场化，即推进货币市场的发展和统一，促进市场化利率信号的形成，形成比较完善的银行间市场利率体系；同时，跟踪市场利率及时调整贷款利率，进一步扩大贷款利率的浮动范围，在此基础上，逐步放开对整个贷款利率的管制。最后，推进存款利率的市场化，逐步扩大存款利率的浮动范围。

商业银行金融稳定工作报告篇二

1.1关于银行

至__年月底，全行注册资本为亿元人民币，营业网点近家，员工总数超过人。截至__年年末，银行总资产约亿元，各项存款余额已超亿元。至__年底，各项贷款余额亿元，实现拨备前利润亿元。

据英国《银行家》杂志统计，按一级资本排序，在__年度全球1000家大银行中，银行排名第235名；在国内所有入围银行中，排名第19名。

银行以建设成为公司治理完善、机构布局合理、业务功能齐全，资本充足、管理精细、风险可控、业绩优良的区域性便民银行为战略目标，坚持以三农、中小企业和社区居民作为主要客户群体，发挥特色优势，调结构促发展，防风险严管理，抓服务树形象，强基础推改革，全面提高经营管理水平和市场竞争力，努力把自身建设成为一家服务大众、贴心

周到的便民银行。

1.2 服务社区居民，践行 便捷服务心体验

银行致力于向社区居民提供便捷、便利、贴身、贴心的金融服务。推出的金融便利店是一种创新的金融服务网点，它把自助机具与人工服务相结合，功能涵盖了四位一体的自助银行、个贷服务中心、个人理财中心和业务营销中心。如今，金融便利店附近的社区居民除可24小时享受自助服务外，还可在下班后获得错时、延时金融服务。

银行推出的 理财 系列理财产品，至今保持了 各类各期产品收益实现率100%、客户投诉率为零 的记录，并在全国 奖__年度金融理财产品评选 中荣获了 银行理财 年度银行理财成长奖 。根据大学信托与理财研究所的统计报告：截至__年12月，银行理财综合能力排名从__年4月的第33位上升了10位，跃居第23位的水平。

二手房买卖直通车 业务是银行大力探索个人住房贷款经营模式的创新之举，它保证了可靠的房屋来源，安全的资金交易，合法便捷的手续，提供省钱、省时、省力的房屋买卖服务平台。

近期，随着中心城区支行、支行的相继开业，银行加快了调整网点布局、完善服务网络的步伐，这是对全行 做强郊区、拓展城区、立足上海、辐射周边 市场定位的有力推进和全面实施，也是进一步配合各区域社会和经济发展规划，为客户提供更为完善、便利的服务网络的重要举措。

1.3 银行的业务

商业银行业务是银行的传统主营业务，包括公司金融业务、个人金融业务及金融市场业务。

1) 公司金融业务

公司金融业务为银行业务利润的主要来源。包括存款业务、贷款业务、金融机构业务、国际结算及贸易融资业务、其他公司金融业务。

2) 产品服务创新

银行配合公司客户最新业务需求，组合和创新公司金融产品；加大与金融同业的产品合作，积极开展同业间公司信贷资产的转让业务；推出融易达（基于应收账款的融资服务）、通易达（应收账款质押开证）、融信达（基于投保出口信用险的应收账款的融资服务）和融货达（货物质押融资）等产品，进一步丰富了达系列贸易融资产品种类。

3) 个人金融业务

个人金融业务为银行战略发展重点之一。包括储蓄存款业务、个人贷款业务、个人中间业务、中银理财服务、私人银行业务、银行卡业务、渠道建设。

4) 产品服务创新

依托全球服务网络和多元化服务平台，银行为客户提供全方位金融服务，不断创新推出本外币理财新产品。继续推动海外财富管理专柜业务，为客户跨境资产配置提供了便利。

5) 金融市场业务

银行金融市场业务主要包括：本外币金融工具的自营交易与代客业务、本外币各类证券或指数投资业务、债务资本市场业务、代客理财和资产管理业务、金融代理及托管业务等。银行主要通过在中国、香港、上海、伦敦、新加坡设立的五个交易中心经营资金业务。

6) 产品服务创新

新产品的设计与报价能力是银行金融市场业务主要竞争优势之一。银行始终秉持以客户需求为导向的创新理念，凭借在外汇业务方面的丰富经验及战略投资者的专业知识，致力于通过开发创新及度身订造的资金产品及服务吸引客户。

二、实习目的

(一) 了解认识金融行业尤其是银行业的各种知识，丰富知识水平。

(二) 锻炼自己的工作实践能力，提高自身的人际交往能力与吃苦耐劳的精神，培养岗位适应性。

(三) 增加社会阅历，拓展人脉资源，完成实习规划。

(四) 实习期间保持与单位领导员工的良好关系，通过自身实习表现给用人单位留下良好印象，争取校招绿色通道或者单位留用意向。

三、实习岗位及工作内容

实习岗位：

个人金融部银行卡助理营业部大堂经理助理。

工作内容：

个人金融部银行卡助理：

1、通过学习部门信用卡业务相关知识，掌握有关办公操作流程，了解部门对公和对私业务的具体操作，引导客户办理具体业务。

2、整理归档客户信用卡档案，实现客户资料的工作，协助部门完成客户个人及企业贷款的办理及贷后的跟踪核查和不良贷款催收工作。

3、协助完成部门全辖员工的绩效考核报告及数据录入工作。

4、协助部门完成月度工作报告，进行相关表格数据的格式调整，在部门工作繁杂时负责部门业务通讯的转接工作。

营业部大堂经理助理：

1、学习银行前台的各项工作以及银行的各项理财产品、担保贷款业务、银行卡、信用卡的各种详细情况，协助大堂经理处理银行各项日常工作。必要时协助柜台和理财经理处理银行客户数据与对客户进行及时回访。由于是男性职员，同时也担当银行的日常安保工作，当然只限于维持大堂秩序。

2、协助大堂经理处理银行大堂事宜，如引导客户，为客户介绍理财产品，解决客户与银行有关的问题。参与银行厅堂销售的各项布置与客户营销。

3、协助柜台工作，指引客户填写各种表格回单，帮助柜台疏导客户。进行银行高端产品对vip客户的针对性推广等。

4、协助理财经理处理银行客户数据，主要完成客户购买理财产品或者办理各种功能性银行卡后的数据录入和数据分类工作。

5、客户回访工作，主要在客户购买理财产品成功之后电话告知客户做一个继续追踪，以及在理财产品推出之前协助告知一些重要客户，或者给陌生客户做电话拜访工作，宣传理财产品等。

四、具体实习内容

学习相应理论基础知识及银行相关各种文件，学习了柜面操作基本知识以及人民银行下发的各种文件。大堂经理助理是连接客户、柜面人员、客户经理的纽带，因此首先就得学习柜面的相关知识，才能更好的解答客户问题，引导客户办理相关业务，维持大堂秩序，减轻柜员的工作量，提高整体服务效率。柜面相关知识主要有五大部分：对公业务，对私业务，联行业务，授信业务，公共业务。其中具体包括对凭证及相关传票、操作流程、交易代码的学习。在学习的过程中，要非常用心，因为这些知识点既散又细，而且对于一位银行服务人员特别是柜员来说，任何一点细小的规定如果操作失误就可能酿成不可估量的后果。同时还要学习人民银行下达的相关文件，结合商业银行的内部规定变动了解银行改革的方向和动态。只有全面了解了这些文件规定，才能树立更强的服务意识和竞争意识，以优质的服务让顾客满意，以强劲的竞争力为银行争取更大的生存空间。

(1) 解答客户问题。

(2) 营业中分流客户。

(3) 维护大堂秩序。

(4) 适当理财产品的营销。所以，作为一名大堂经理要有丰富的知识，随机应变的能力，以及善于营销的口才。

五、实习心得与体会

经过这次毕业实习，使作为新入社会大学生的我更加深刻地认识了社会，熟悉了工作岗位和工作要求，端正了工作态度。与此同时，在两个多月的工作相处中，与同事们培养了深刻地友谊，拓展了人脉，培养了礼仪，从而拓展了作为商科学生的商业素养，为以后的工作打下了坚实的基础。

通过这次实习，与实习相伴的是对银行业务的深入理解和对

银行具体工作认知的改观，更加深刻地认识到银行工作的细致和严谨，也理解了银行对客户银行卡收取年费的合理之处。考虑对银行资源的高效利用，银行对其收取年费，避免了客户办理多张银行卡对银行资源的不合理占用，从而避免了银行卡档案的冗杂，减轻了银行卡档案和管理的操作难度，与此同时，促使客户合理利用手上有限的银行卡，提高安全意识，也减少了针对银行卡骗贷及核呆等贷后工作的工作量，维护金融安全。

在实习的过程中也伴随着对银行业务团队的认识和尊重，正是因为中行高素质的员工团队，通力合作，共同为部门成就而不断努力，才铸就了一个团结、负责的大企业的形象。

通过这次实习，我更加清晰的认识到银行已经由原来的专业银行向全能型商业银行的转变，银行已经由原来的货币银行转变为现在的万能银行。现代商业银行除了经营传统的存贷业务之外，同时还经营基金、保险等金融业务以及贵金属工艺品等保值增值类产品，分散经营风险，减少主营业务所造成的风险，而且积极拓展银行的中间业务，提高中收，有利于增强银行的灵活性，扩大赢利点。银行作为特殊的企业，有着特殊的监管机制，在经营过程中必须兼顾盈利性、流动性与安全性的三性原则。盈利性是目的，安全性是根本，而流动性是前提条件。商业银行在经营过程中必须统筹考虑三者关系，综合权衡利弊，不能偏废其一。在保持安全性、流动性的前提下，实现盈利的化。而现在能够积极拓展银行的中间业务，对于银行自身发展而言，无疑将会极大的增加银行的业务范围与经营能力，整体促进银行良性发展。尤其作为一名管理类专业的学生，看到中行历经百年，在外汇，贵金属工艺品等方面领军其他银行的时候，心里对以后的工作也是充满期待的。但同时也发现自己在口语方面的不足。

作为一名刚毕业的大学生，尽快实现角色的转变，是一个大学毕业生刚步入社会时所面临的首要任务。对于刚毕业的大学生来说，一开始就做一番伟大的事业并不现实，而是必须

从最细小的工作中做起，甚至还要一遍遍的重复那些细小。这不仅要我们从行动上改变，更要先从心理上、思想上接受并改变，要充分认识到伟大都是从平凡累积起来的。正如书中所说，成功是一种努力的累积。平凡的人乃是一种无过高期望但又极认真生活的一种人。首先态度是乐观的，将人生视为一种在不断奋斗中的历练，经得起人生的大起大落，能够以宽容的胸怀善待一切。总是将复杂的事简单做，简单的事重复做，重复的事快乐做，快乐的事用心做。要是想变得伟大，其实不一定要成就辉煌的功业，因为构成伟大的决定性因素，恰恰在做得比平凡者更平凡而已。认清了这些以后，角色转变也就不再是问题。通过这次的实习，我对银行工作有了详尽而深刻的了解，也是对未来参加工作的试炼。是大学生涯中甚至是人生中很重要的一部分积累和经验，这在我以后的学习和生活中都会发挥着很重要的作用。而这次的毕业实习无疑成为了我踏入社会的一个平台，为我今后踏入社会奠定了良好的基础。

商业银行金融稳定工作报告篇三

内容摘要：当前，金融竞争日趋激烈，创新成为我国商业银行改革与发展的现实选择。当前我国商业银行金融创新工作中仍存在一些不容忽视的问题，本文对此进行了分析与探讨并且提出建议对策。

关键词：商业银行 金融创新 创新效益 创新对策

（一）经营理念创新

经营理念创新本身就是自我否定、重新定位、自我超越的过程，既要超越传统思维方式和模式，又要超越已经形成的利益格局和习惯做法。在理念创新过程中，首先，要树立超前的经营与竞争思想，在经营策略上领先一步；其次，加大科技投入，开发以信息技术为载体的金融产品；再次，要

重视人力资源开发与管理，在与外资银行的人才争夺中抢得先机。

（二）结构体制创新

目前，现有的商业银行机构体制管理半径大、层次多，经营中容易形成两种不同的局面：或政令不统一、职责不明确，下级行各自为战；或统得过死，影响下级行发挥主观能动性，贻误商机。商业银行要扭转这种局面，就要尽快调整内部组织结构。首先，要创新运行体制，强化总行集中统一领导，缩小管理半径，简化管理环节，提高管理效益，实现内部要求与外部环境的协调；其次，要明确各级机构管理责任，总行、分行、基层行分别向管理经营型、经营管理型、直接经营型转变，按照信息化、网络化的要求创新组织机构。

（三）管理手段创新

这是商业银行创新取得良好成效的保障。针对目前某些商业银行在管理中遇到的困难，管理模式创新显得尤其必要。一是要建立健全激励机制，最大限度地调动和发挥员工的积极性和创造性。二是要建立健全透明、公开、民主的决策机制，使管理决策成为集体行为。三是要创新机制建立一套适应信息网络化要求、兼顾全局与特例的规章制度。四是要建立严密有序的管理控制系统，确保各项活动有效地趋于统一的目标。五是产权制度的创新，以股份制改造为契机，重新划分各方面责权利关系。

（四）服务功能创新

1

商业银行的服务功能创新涵盖了其营销活动的全过程。在服务手段上依赖于完善的服务系统、建立高素质员工队伍，在服务内容上要适应市场需求创新金融产品。面对国外银行的

竞争，我国银行汇票在发挥本土优势的同时，服务上更要抢占市场与科技两个制高点，在充分做好市场调查的基础上，增加产品的科技含量，以技术占领市场。同时，运用高科技手段开发出适应我国市场需求特点的新金融产品，不断充实商业银行的服务内容。

（一） 金融创新效率不高

与西方国家比较，我国的金融创新效率不高，具体表现在：金融创新活动缺乏系统性，使创新成果的优势不能充分发挥；金融创新缺乏科学性，使金融创新产品的优势无法发挥。

具体表现在：比较严格的金融管制，如利率水平、业务范围、资本市场、分业经营体制等方面都存在着严格的金融管制；尚待开发的社会金融意识、消费习惯，还有市场成熟度的不足，制约金融创新向广度和深度扩延。如信用卡产品的应用在很大程度上受制于网络环境、居民消费习惯和市场接受程度。

（三） 吸纳性创新多，原创性创新少

改革开放以来，我国创新的金融产品大多是通过“拿来”方式从西方国家引进的，属吸纳性创新，而真正由我们首创、具有特色的原创性创新较少。

（四） 创新品种少，结构不合理

消费信贷、网上银行、租赁、个人理财业务仍处于探索阶段；投资银行、商业银行、国际金融和衍生金融工具业务等方面，还处在待发展阶段。近年来，各行推出的创新品种，大都只着眼于高收入阶层，而面向中低收入阶层的创新品种很少，使大量中低收入者无法踏入消费信贷的大门。

（五） 创新规模小，质量较低

从已开办的新业务的发展水平来看，由于受到内外部条件的限制，商业银行新业务的发展规模较小，在银行的整体业务规模中占比低，难以优化整体资产负债结构，也难以产生相应的规模效应。现有金融创新的重点只在易于掌握、便于操作、科技含量小的外在形式建设上，如金融机构的增设、金融业务的扩张等，而与市场经济体制要求相适应的经营机制方面的创新明显不足。此外，金融创新主体素质不高，创新的内容比较浅，手段也比较落后。

（六） 负债类业务创新多，资产类业务创新少

《论商业银行金融业务创新的制度选择》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

商业银行金融稳定工作报告篇四

（一） 细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

一部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全月的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高

客户贡献度。今月争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。20--7月在去月开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量；要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20--一月要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

（二）加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务月”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理；每个对公业务网点（含综合业务网点）应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今月，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务月”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升一部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

（三）加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备

产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今月要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今月将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

（四）抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养

加强业务培训。今月分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

（五）强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间

业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

商业银行金融稳定工作报告篇五

网络供应链金融前景较好，作为主流参与方各商业银行已积极参与到市场竞争洪流中，用技术、用服务、用体验来赢得客户，获得市场。那么，下面是由小编为大家分析商业银行网络供应链金融实践方式，欢迎大家阅读浏览。

商业银行平台是网络供应链金融主流参与方：现阶段，众多参与主体共同分享网络供应链金融这片“蓝海”，参与主体不仅包括商业银行平台，还有核心企业平台、物流企业平台、第三方平台等。作为“老牌劲旅”的商业银行平台，依然是网络供应链金融的主流参与方。在网络供应链金融拓展过程中，商业银行平台有着核心优势也有着尚需弥补的短板。最初供应链金融的发展就是来自于“跨界”，当前网络供应链金融的竞争局面也来自于“跨界”各方的共同参与。商业银行拥有的雄厚的资金实力及较低的资金成本，是商业银行平台的最大优势。同时，完备丰富的产品体系、深厚的客户基础及优秀的人才队伍也是商业银行平台的优势所在。

商业银行需要适应合作与竞争的局面：由于供应链金融实际上是商业银行原有贸易融资业务的延伸，商业银行对现阶段网络供应链业务更为驾轻就熟。但由于银行实施供应链金融的根本在于抓住供应链中所谓的“核心企业”，对核心企业的严重依赖也成为商业银行平台发展的劣势之一。目前，脱媒化已经成为商业银行需要认真面对的一个问题。一些核心企业下属的非银行金融机构或保理公司已替代了商业银行在网络供应链金融中发挥作用，还有部分核心企业通过资产证券化等直接融资手段选择作为网络供应链金融的资金来源。

核心企业平台脱媒化趋势确实很明显，银行需要认真应对。但由于这些脱媒后的这些平台，资金获得较难、资金成本较高，重新选择与商业银行平台合作也成为其一种选择。因此，商业银行需要适应合作与竞争的局面，强化与第三方平台合作将成为一种趋势。

商业银行开展网络供应链金融的另一个短板：这个短板是与一些参与主体相比，商业银行系统化数据收集运用能力较弱。在这方面，商业银行仍需加大追赶力度。华润银行供应链金融部副总经理罗德文对此的思考是，商业银行必须掌握并运用互联网思维及科技，对产品、模式、风险运营进行优化和重塑，通过互联网科技获得更强大的获客能力，降低供应链运营成本，提高风控能力。

各家银行对网络供应链金融发展所面临的挑战有清晰的认识：商业银行一方面有着发展业务时不我待的紧迫感，另一方面均认为如何有效控制风险并实现高效服务将是日后网络供应链金融业务发展的关键点。在外部宏观经济发展存在不确定性的环境下，如何应对脱媒趋势、同业竞争加剧、产品同质化等，各家商业银行均进行了认真思考并积极采取了一系列创新转型以应对挑战。

重视发展定位：现阶段，网络供应链金融业务是各家商业银行的战略板块，也是现有经济形势下新的利润增长点。各家银行均对网络供应链金融业务非常重视，可谓军家必争之地，业务定位也规划较高。作为国内最早开展供应链金融业务的中信银行，多年来一直将供应链金融业务作为战略特色业务，近几年更是将“电商供应链金融”作为大单品写入了三年战略发展规划，并确定了“成为集企业电子商务平台建设、资金支付结算、融资、资产管理于一体的电子商务供应链金融综合服务方案提供商”的业务发展定位。由于供应链金融业务可以有助于商业银行大幅提升获客能力，对于网点不多的股份制银行来说，意义就非常重要，发展定位相应较高。

重视转型升级：由于网络供应链金融的发展蕴含着互联网科技的巨大发展、供应链大数据应用落地等先决条件，各家商业银行转型升级已迫在眉睫。一直将贸易金融业务作为其优势及特色业务的中国银行在这方面正在积极践行。以中国银行为例，目前中国银行原供应链平台已向供应链服务平台转型，向客户免费提供基于云服务的在线采购/销售平台并配套供应链金融服务，从而掌握交易信息流，使客户活在银行的生态体系中。

重视业务融合发展：业务的融合意味着博采众长、兼收并蓄，用统一的发展理念落实不同的业务融合发展，以给客户带来更佳的用户体验。在电子银行方面一直具有领先优势的招商银行，发展网络供应链金融具有先天优势，其一直在尝试业务的融合发展。招商银行公司银行部副总经理赵栩认为，当前网络供应链金融发展快速，商业银行亟需寻找业务发展的突破口，业务的融合发展就是其中一个方面。现阶段，招商银行就以融合现金管理与互联网金融业务为突破口，加速了对供应链金融业务板块产品体系的升级改造，在产品创新、系统升级、客户拓展、风险控制等方面均获得了市场的认可。

重视业务模式创新运用：良好的业务模式将影响网络供应链金融业务的拓展效果，并带来更好地业务渗透能力，从而更能顺应市场变化。虽然作为一家地方性银行，进入供应链金融领域的时间也不长，但由于其业务模式有创新、产品接地气，华润银行这几年网络供应链金融业务开展的一直有声有色。华润银行注重业务模式的创新运用，借鉴了市场上的大数据类供应链金融、供应链金融+消费金融、供应链金融+场景化金融等最新发展理念，探索出了具有特色的业务发展模式。

中国银行数据决策下的反向保理创新：在2013年3月，家乐福中国就其线上供应链融资项目展开招标，包括中国银行在内共有6家中资行共同参与竞标。家乐福中国意在将其全国15000余家活跃供应商及商业公司一并纳入线上供应链融资

项目，在不影响家乐福本身付款账期的前提下，由银行提供在线融资业务，并帮助供应商提前收回货款并助理家乐福扩大供应商范围。经过数月的竞标历程，中国银行最终凭借其优良服务脱颖而出，成为家乐福线上供应商融资项目唯一中标行。方案很个性化，中国银行采用了fws系统(家乐福内部开发的应收账款系统)与scf系统(中国银行开发的供应链融资系统)对接方式，由供应商登录fws平台将贴现申请推送至中国银行scf系统，交易到期后由家乐福中国统一从各商业公司账户将货款划转至中行开立的'指定回款账户。通常来讲，在一般的国内保理业务中，是由债权人发起并申请叙做保理业务的，而反向保理是由债务人作为发起人向保理商申请叙做保理业务。中行用反向保理来拓展业务，体现了在“互联网+”时代开展网络供应链金融的创新思路。另外，中行选择了诸如消费品行业这类的弱周期行业作为网络供应链金融的发力行业也十分准确。

中信银行和海尔成功跨界合作：2014年9月1日，中国首家互联网供应链跨界在线融资平台——中信银行、海尔集团供应链网络金融平台正式上线。上线后，中信银行为海尔“定制”以“信息交互+货权控制+资金流管理”为核心的融资模块，并与海尔集团的“日日顺电子商务平台”系统对接，实现了与海尔产业供应链的协同，为产业链条上的小微企业提供了低成本、便捷的融资服务，破解了小微企业融资难问题。海尔集团的“日日顺电子商务平台”是一家核心企业金融平台，而中信银行作为供应链服务的传统服务方，双方选择了强强合作，体现了网络供应链金融发展的趋势之一，重视合作跨界而为，充分实现了“1+12”的效果。

网络供应链金融未来发展趋势：在资产为王的时代，供应链金融是优质资产的来源，更是各类机构想共同分享的业务蓝海。网络供应链金融体现了各个参与主体的硬实力与市场契合度，更是业务发展竞争力的折射。未来供应链金融必定在结合经济实体业态下的百花齐放，创新不止，网络金融更不

是虚拟层面的东西，是科技金融的具体表现形式。如何更好的发展，商业银行需要关注以下的内容，即如何更好的嵌入行业生态圈做场景金融；如何更好的提升服务运营的三化(专业化、集约化、精准化)程度；如何更好的挖掘和运用交易数据做特定化风险管控；如何跨界合作与融合形成共享金融的模式。

一是，当前实现供应链金融困局突破最为可行的途径就是网络供应链金融。网络供应链金融尚有巨大的发展空间，属于“蓝海”业务。

二是未来发展的关键节点是风险控制和提供更好的客户体验。

三是发展网络供应链金融要对整个供应链金融要有完整的理解，并注重产品的研发能力。

四是要有所为有所不为，优先选择消费行业、弱周期行业。

五是未来技术将对网络供应链金融市场竞争力产生重大影响。

六是未来网络供应链金融将朝着平台化和公开化的方式发展，未来众多参与方将共同形成多方共赢的商业生态系统。

商业银行金融稳定工作报告篇六

推出了与商业银行存款业务具有类似功能的余额宝、小金库等业务，互联网金融公司借助其在互联网服务领域的技术优势，不断的推出与商业银行业务类似的服务，这些服务的推出抢夺了商业银行现有的客户，对商业银行的持续发展带来了严峻的挑战。在这样的背景下研究互联网金融对商业银行的影响，并提出相应的对策建议，不仅有助于商业银行认清当前的发展形势，并有助于商业银行采取有效的措施应对互

互联网金融的挑战，提升商业银行的业务能力，进一步促进我国金融业的发展。

1. 互联网金融模式

就当前互联网金融的发展而言，主要有以下四种模式：第一种，是最早出现的第三方支付模式。如阿里巴巴旗下的支付宝和腾讯旗下的财富通为代表；第二种是近几年出现的众筹模式。该模式的出现主要是为了解决部分企业的融资需求，但随着众筹模式的不断发展，对商业银行的传统服务也产生了一定的影响；第三种，个人对个人(p2p)的网络信贷模式，这种模式使得企业在融资的过程中直接面向资金的所有者进行，不仅对商业银行的贷款业务产生了影响，对存款业务也有一定的影响；第四种为大数据金融模式，该种模式以阿里小贷为代表，大数据金融模式充分的使用与大数据相关的技术，开发具有较强市场针对性的互联网金融产品。

2. 互联网金融特点

由于互联网金融建立在互联网基础上，而由于互联网的独特性，也使得互联网金融具有其自身的特点，其中尤以大众性和高效性为互联网金融所具有的主要特点。互联网金融在发展的过程中，能够直面客户，并且由于互联网金融服务的提供企业使用大数据和智能agent技术，能够快速的对客户的需求作出反馈，不仅能够同时处理大量客户的业务请求，并且能够使客户养成特定的使用习惯，使得互联网金融集大众性和高效性为一身，具有较强的竞争能力。

3. 互联网金融产生的原因

互联网金融在最初的发展中，仅仅是传统商业银行线下业务在互联网上的扩展以及电子商务服务平台推出的担保支付服务，但是随着互联网的发展以及电子商务的发展，在电子商务活动中，对金融服务不断提出新的要求，而商业银行对互

互联网金融缺乏深入的认识，提供的服务无法满足电子商务发展的需要，也无法满足客户对金融服务的需求，正是在这些因素的综合作用下，产生了互联网金融，并且，相应的互联网金融服务一经推出就受到用户追捧，获得了较好的发展。

对商业银行存款业务形成挑战的互联网金融服务，主要有以余额宝为代表的新基金销售模式和p2p信贷服务，尤其是余额宝模式不仅具有传统存款的特点，并且具有比银行存款更高的利息和更好的流动性，获得了广大用户的青睐，直接降低了商业银行存款业务的竞争力，获得了较好的发展。对于商业银行而言，是否具有充足的存款是开展其他业务活动的基础，余额宝和p2p信贷服务的出现，不仅对商业银行存款业务产生了影响，并且因为存款受到影响，对商业银行的贷款业务和其他业务活动的开展也产生了负面影响。

互联网金融对商业银行贷款业务产生的影响主要来自p2p贷款和众筹模式。p2p贷款和众筹模式的出现，为潜在的贷款需求企业和个人在融资的过程中有了更多的选择，而与商业银行复杂的贷款手续不同的是，使用p2p贷款和众筹的方式进行贷款不仅手续简单，而且贷款的流程也大为简化，对商业银行的贷款业务产生了较为深远的影响。