



互联网金融生态的阿里实践

客座主持人 / 常燕

常燕：对大型企业创新体系构建有着比较深入的理解和研究，擅长从经济、管理、全产业链角度分析企业发展的问題。



阿里巴巴集团（以下简称“阿里巴巴”）成立于1999年，是中国最大的电子商务公司，也是全球领先且唯一整合搜索、门户、金融、市场、支付和在线软件服务的电子商务平台。

我国互联网企业素有“B（百度）A（阿里巴巴）T（腾讯）三巨头”之说，他们的经营运作都是围绕自身客户数据资源构建了全产业链条的商业生态。目前，阿里巴巴集团已建立起消费者电子商务、网上支付、B2B网上交易市场及云计算等多元化的互联网业务，旗下有阿里巴巴B2B、淘宝网、支付宝、阿里云、中国雅虎等公司，并利用其独特优势在“互联网+金融”背景下把金融业务做得风生水起。以“让天下没有难做的生意”为使命的阿里巴巴在打造了涵盖B2B、B2C以及C2C的强大商务平台之后，将金融作为当下发展的重点。阿里巴巴遵循朴素的金融发展理念，在以“互联网”为手段“让天下没有难贷的款”，使资金流得以顺畅流转。

阿里巴巴金融以阿里电子商务平台为基础，以商业信用数据库和信用评价体系为核心，消费金融和小微企业金融创新同时发力，形成了独特的“平台+数据”互联网金融战略。目前，阿里巴巴已成为国内“互联网+金融”领头羊，并依靠“阿里云”平台，打造出物流、信息流、资金流“三流合一”的金融服务商业圈。

以平台为支撑 打造集约化的金融服务体系

信息平台和网络始终是电商公司的核心资源和关键业务。阿里巴巴一直秉承平台化运营和打造生态产业链的发展思路，在创建初期，即专注于信息服务平台建设，为提升公司品牌价值，降低发展初期的运行成本，针对中小企业客户资金不足、信息缺乏和融资困难等特征，实施了中小企业免费注册制的服务方式。通过这种“低门槛”式的商业模式，阿里巴巴的会员人数由发展初期的10万迅速增长到600万。金融领域，阿里巴巴采取“平台搭平台”的商业模式，从阿里巴巴、淘宝和天猫三个

电商平台，到支付宝这一支付平台，延伸出“余额宝”和阿里小贷两个网络金融平台，再延伸到更大的金融平台。目前阿里巴巴已经布局了民营银行、保险、基金、支付、理财、金融软件等多个领域，形成了以淘宝、天猫、阿里巴巴三大业务平台为支撑的面向市场最前端的综合服务平台。至此，阿里巴巴集团构建了完备的信息网络平台。

为了保障交易平台稳定运转，提高支付网络的安全性，阿里巴巴构建了一套完善的平台信用体系。首先，通过诚信通服务建立阿里巴巴网上信用平台，将建立信用与展示产品相结合，从传统的第三方资信认证、合作后的反馈和评价、企业活动记录等多方面，记录并展现企业在电子商务中的实践活动。此外，阿里巴巴在诚信通基础上推出了“诚信通指数”，通过一套科学的评价标准来衡量会员的信用状况。阿里巴巴用户和会员可以通过诚信通服务选择与资信程度高、反馈评价好的企业进行合作。这种信用交易记录反映了企业真实的生产、经营以及销售情况，并通过科学的体系来衡量企业信用，是整个阿里巴巴金融运作的重要基础。

在国际上，阿里巴巴积极拓展海外业务，加速布局国际化。在国际化发展初期，阿里巴巴十分注重国际化的买家和卖家，一是阿里巴巴与日本软银公司签署在日本建立合资企业的协议，为中国交易市场带来更多来自于日本的买家；二是阿里巴巴与印度最大线下B2B公司infomedia开展积极合作，正式进入这个全世界第二大卖家市场。海外买家市场和卖家市场的积极拓展促使阿里巴巴紧密依靠当地的合作伙伴，吸引国外客户资源，抢占国际市场。阿里巴巴还通过签署合作协议、备忘录等形式与国外不同业务领域的知名企业加强合作，如与思科公司合作，为全球中小企业建立网络合作服务平台，推广SaaS（软件即服务）能力的战略业务发展计划，实现管理软件网络化；与通用电气（GE）合作，实现对GE的规模网络采购与推广；此外，还加强与欧美各国合作，增加海外企业向中国亿万消费者寻求出口的机会。

以数据为基础

建立高效的金融管控体系

阿里巴巴基于客户数据开展了一系列商业运用。2017年4月，马云在中国IT峰会上提出“一切业务数据化，一切数据业务化”，体现了典型的“数据驱动型公司”战略。阿里巴巴的数据驱动战略被傅志华称为“七层应用体系”，从下而上依次为：数据基础平台层、业务运营监控层、用户/客户体验优化层、精细化运营和营销层、数据对外服务和市场传播层、经营分析层和战略分析层。2015年4月，蚂蚁金服及阿里巴巴自主研发的通用关系数据库OceanBase已经开始支撑淘宝、天猫和聚划算的所有日常交易。阿里巴巴金融以数据为支撑，以平台为基础，把资金流、物流、信息流统一起来，为客户画像，辅助运营决策，优化用户/客户体验。

阿里巴巴的数据基础为阿里巴巴金融发展提供了重要支撑。一是从电商到支付，以“支付宝”为媒介，初步介入金融领域。互联网的发展为阿里巴巴介入线上金融支付领域创造了良机。阿里巴巴于2003年10月创立的支付宝，推出“担保交易”模式，即让买家在确认满意所购产品后才将款项发放给卖家，从而解决了网购的信用问题。目前，支付宝由单一服务淘宝的第三方担保平台向独立支付平台发展，并获得央行颁发的首批第三方支付牌照。2017年，支付宝实名用户数量达4.5亿（2017年1月数据），4.5亿消费者过去一年71%的支付笔数发生在移动端，超10亿人次使用“指尖上的公共服务”，在第三方移动支付市场中的份额占到55%。通过支付宝，阿里巴巴不仅成功介入了金融支付领域，更进一步壮大了用户平台和信用数据基础。二是以阿里小贷为媒介，从“支付”到“贷款”，扩大业务领域。基于阿里巴巴庞大的商业信用数据库，2007年，阿里巴巴尝试联合银行推出贷款产品。2010年初，阿里巴巴在此基础上成立了阿里小额贷款公司，正式步入信贷领域。阿里小贷面向银行看不上的小微企业和个人创业者贷款，实行按日计息，借款人可在自己的贷款额

度内循环使用资金，随借随还。截止到2017年3月，阿里小贷累积贷款规模超过2000亿元。三是设立余额宝，从“支付”到“存款”，实现金融业务突破。为了吸引更多用户资金，提高支付宝客户粘性，阿里巴巴推出余额宝。余额宝是阿里巴巴集团和天弘基金合作开发的一项金融业务，为经支付宝实名认证的注册客户提供一定的增值服务，目的是解决其支付宝平台巨额客户备付金难题。将一万元存入银行和余额宝，按照银行活期0.35%及余额宝2014年2月平均年化收益率6.2401%计算，两者分别收益35元和624元，余额宝收益是银行活期收益的17.83倍。截至2018年3月18日，余额宝的规模已达1.56万亿元。

以开放为前提

构筑集成化的金融协同体系

阿里巴巴非常注重利用内外部资源进行协同创新。在阿里巴巴集团内部，天猫同阿里云、万网联合推出“开放的电商云工作平台”——聚石塔。它汇聚了整个阿里系的各方资源优势，实现“云+SaaS模式”的打通，阿里巴巴集团下各子公司的平台资源，如淘宝、天猫、阿里云、支付宝（微博）、万网等都可通过资源共享与数据互通创造无限的商业价值。商家入驻聚石塔平台后，以云计算为“塔基”，所有ERP、CRM等系统将集约化统一于云端，打破系统间的信息孤岛，从而获得安全稳定的弹性升级、数据推送、数据集成等云端服务，确保了消费者最终获得的服务的质量。

在外部，阿里云积极加强与其他产业的合作。通过开放的电商云工作平台整合电商生态系统的全链路数据，帮助商家提高运营管理效率、降低成本，从“繁”电商转变为“易”电商，以更轻盈的姿态为消费者提供更具确定性的服务。例如，阿里云公司正在向金融行业输出“去IOE”（在IT建设过程中，去除IBM小型机、Oracle数据库及EMC存储设备）的能力，目前已有超过100家银行和其他金融机构向阿里云采购云计算服务。同时



阿里云已计划向 2000 多家银行、证券、保险、基金提供服务。此外，中国气象局公共气象服务中心与阿里云达成战略合作，共同致力于挖掘气象大数据的深层价值。海量气象数据将通过阿里云计算平台，变成可实时分析应用的“活数据”，服务国民经济和社会民生。

有关启示

阿里巴巴审时度势，把握互联网机遇，不断创新变革商业模式，把握金融发展机遇，从同期众多电子商务企业中脱颖而出，创造了集物流、信息流、资金流、云服务等业务于一身的独特金融生态模式。阿里巴巴深耕互联网金融生态系统的实践，对其他企业推进“互联网+金融”创新发展提供了有益的借鉴。

平台建设是互联网金融发展的重要支撑。阿里巴巴一直秉承平台化运营和打造生态链的发展思路，坚持“平台搭平台”的商业模式。信息平台的搭建是阿里巴巴电商生态圈得以有效运转的强大支撑，从电商平台，到支付平台、网络金融平台，再延伸到更大的金融平台。通过搭建集团产业链金融综合服务平台，充分发挥企业数据平台和金融平台优势，确保生态链金融服务平台与相关业务系统紧密衔接。因此，在数字化驱动产业发展的时代，信息平台的搭建是基础，信息平台的搭建能够把

数据转化为资产，推动企业创新发展。

以数据为基础对纵向业务的持续创新。纵向业务的开拓是基于商业模式的优化和规模经济的运用，为企业提质增效。阿里巴巴不断延伸和丰富盈利空间，扩大网上交易的市场领域，从免费汇聚商家交易信息，到将外国买家介绍给中国贸易商，战略眼光从国内走向国际，实现了企业品牌定位。阿里巴巴金融以消费金融创新和小微企业金融创新为着力点，不断推进产品功能设计、企业组织结构和信用监管体制创新，使企业更好地发挥平台和数据优势，参与并整合资源，为中小企业等客户提供更专业化、精准化的服务。因此只有实现产业和金融之间真正的相辅相成，才能有效促进企业经营发展。

开放创新是方向。在大数据时代，阿里巴巴秉承“互联网+”开放理念，汇聚阿里系各方优势，为充分挖掘、分析和运用阿里全系产品的数据并和全社会分享，在内部建立聚石塔，通过资源共享与数据互通创造无限的商业价值。在外部，不断加强与其它各类企业和社会力量的协作，打造更专业化的综合服务体系。因此，企业在创新发展中可以建立外部合作的长效机制，通过优化创新布局、搭建创新链条，把创新嵌入在各个环节中，为企业创新发展注入新动能。■

（作者单位：国网能源研究院有限公司）