

电子商务发展对传统金融机构业务冲击与转型路径研究

吴邦建

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月22日; 录用日期: 2025年8月13日; 发布日期: 2025年9月18日

摘要

在数字经济蓬勃发展的时代背景下, 电子商务凭借其便捷性、高效性以及强大的创新活力, 迅速成为全球经济增长的关键引擎。这一变革性的商业模式不仅重塑了商业交易格局, 也对传统金融机构的业务运营产生了全方位、深层次地冲击。传统金融机构长期依赖的支付结算、信贷业务、中间业务等核心领域, 均面临着来自电子商务生态下新兴金融模式与服务的严峻挑战。在支付结算方面, 第三方支付平台凭借场景优势与技术创新, 快速抢占市场份额, 改变了用户支付习惯; 信贷业务领域, 电商小贷和消费金融的兴起, 分流了传统金融机构的优质客户资源; 中间业务中, 互联网金融平台的竞争使得传统金融机构的代理销售和支付手续费收入大幅下滑。为应对上述挑战, 传统金融机构亟需探索有效的转型路径。本研究深入剖析电子商务发展对传统金融机构业务的冲击机制, 系统提出转型路径, 不仅有助于传统金融机构在数字化浪潮中突破困境、实现可持续发展, 也为金融行业在新经济环境下的转型升级提供了理论参考与实践借鉴, 对维护金融市场稳定、促进经济高质量发展具有重要意义。

关键词

电子商务, 传统金融机构, 业务冲击, 转型路径

Research on E-Commerce Development on the Business Shocks of Traditional Financial Institutions and the Transformation Path

Bangjian Wu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 22nd, 2025; accepted: Aug. 13th, 2025; published: Sep. 18th, 2025

Abstract

In the context of the vigorous development of the digital economy, e-commerce has quickly become a key engine of global economic growth due to its convenience, efficiency and strong innovation vitality. This transformative business model has not only reshaped the business transaction landscape, but also had an all-round and profound impact on the business operations of traditional financial institutions. Core areas such as payment and settlement, credit business, and intermediary business, which traditional financial institutions have long relied on, are all facing severe challenges from emerging financial models and services in the e-commerce ecosystem. In terms of payment and settlement, third-party payment platforms have quickly seized market share and changed users' payment habits by virtue of scenario advantages and technological innovation. In the field of credit business, the rise of e-commerce small loans and consumer finance has diverted the high-quality customer resources of traditional financial institutions; in the intermediary business, the competition of Internet financial platforms has led to a sharp decline in the agency sales and payment fee income of traditional financial institutions. In order to meet the above challenges, traditional financial institutions urgently need to explore effective transformation paths. This study deeply analyzes the impact mechanism of e-commerce development on the business of traditional financial institutions, and systematically proposes a transformation path, which not only helps traditional financial institutions break through the difficulties and achieve sustainable development in the wave of digitalization, but also provides theoretical reference and practical reference for the transformation and upgrading of the financial industry in the new economic environment, which is of great significance for maintaining the stability of the financial market and promoting high-quality economic development.

Keywords

E-Commerce, Traditional Financial Institutions, Business Shocks, Transformation Paths

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,互联网技术的广泛应用促使电子商务呈现出爆发式增长。电子商务的发展不仅改变了传统的商业交易模式,更对传统金融机构的业务产生了深远影响。传统金融机构长期以来在金融领域占据主导地位,但面对电子商务带来的新挑战,若不及时转型,将可能在激烈的市场竞争中失去优势。从理论层面看,平台经济理论、资源基础观与动态能力理论为解析这一变革提供了重要分析框架,其核心逻辑与电子商务对传统金融机构的冲击机制及转型需求高度契合[1]。

平台经济理论揭示了电子商务平台的核心运作逻辑:作为连接供需双方的双边市场,电商平台通过整合商品交易、用户行为等数据,依托网络效应形成规模优势,并进一步向金融领域延伸服务——这正是第三方支付、电商小贷等新兴金融模式崛起的底层逻辑。例如,支付宝、微信支付依托电商与社交场景构建支付生态,本质上是平台经济“场景+数据+服务”闭环的体现,其对传统金融支付业务的冲击可通过平台网络效应的扩张机制得到解释。

资源基础观则为对比传统金融机构与电商平台的竞争优势提供了视角。该理论认为,企业的竞争优势源于其拥有的异质性资源(如技术、数据、渠道等)。传统金融机构的核心资源集中于资金规模、线下网

点网络、合规经验与风控体系；而电商平台的核心资源则体现为海量交易数据、实时用户行为画像与场景入口优势。这种资源禀赋的差异，直接导致双方在信贷业务(如小微企业贷款)、中间业务(如代理销售)中的竞争态势——电商平台凭借数据资源实现精准风控，分流了传统金融机构的客户群体，这一过程可通过资源异质性对市场份额的影响机制进行分析。

动态能力理论进一步为传统金融机构的转型提供了理论指引。该理论强调，在快速变化的环境中，企业需通过资源整合、能力重构以适应外部变革。电子商务带来的金融业态变革属于典型的动态环境，传统金融机构若想突破困境，需基于自身资源(如资金、风控经验)，整合外部资源(如电商数据、金融科技)，重构服务能力(如数字化风控、场景化产品设计)，这正是动态能力“感知-整合-重构”逻辑在金融领域的实践[2]。

基于上述理论，本文深入剖析电子商务发展对传统金融机构业务的冲击机制，并系统提出转型路径，不仅为传统金融机构在数字化浪潮中实现可持续发展提供实践参考，也为金融行业转型升级的理论研究补充了跨学科视角，对维护金融市场稳定、促进经济高质量发展具有重要意义。

2. 电子商务发展现状

2.1. 电子商务交易规模持续扩大

随着互联网基础设施的不断完善以及消费者购物习惯的转变，全球电子商务交易规模逐年攀升。根据中国商务部发布的中国电子商务报告，截至 2025 年，全球电子商务交易规模已突破 30 万亿美元，中国作为全球最大电商市场，贡献了 40% 的份额。在此背景下，传统金融机构面临业务模式重构的压力：支付结算、信贷服务、资产管理等核心业务均受到电商平台的直接竞争，例如支付宝、微信等第三方支付工具已占据中国移动支付市场的 90% 份额，显著分流银行传统支付收入。与此同时，电子商务也为金融机构提供了数据驱动的创新机遇，例如供应链金融、智能投顾业务。因此，研究其冲击与转型路径具有理论与实践的双重意义[3]。

2.2. 电子商务模式不断创新

除了传统的 B2B、B2C、C2C 模式外，近年来涌现出了如 O2O (线上到线下)、社交电商、直播电商等新型电子商务模式。O2O 模式通过将线上线下资源相结合，为消费者提供了更加便捷的购物体验[4]。例如，消费者可以通过线上平台下单，然后到线下门店自提商品，或者享受线下服务。社交电商则借助社交媒体平台，通过用户之间的社交关系进行商品推广和销售。直播电商更是在短时间内迅速崛起，主播通过直播展示商品，实时与消费者互动，促进商品销售。这些新型电子商务模式的出现，进一步推动了电子商务的发展。

3. 电子商务发展对传统金融机构业务的冲击

3.1. 对支付结算业务的冲击

3.1.1. 第三方支付抢占市场份额

第三方支付平台的出现，极大地改变了支付结算市场的格局。以支付宝、微信支付为代表的第三方支付平台，凭借其便捷性、高效性和丰富的应用场景，吸引了大量用户。消费者在进行网上购物、线下消费等支付场景时，更倾向于使用第三方支付。根据年度《中国支付产业年报》整合的全行业数据显示，2024 年我国第三方支付交易规模达到 580.7 万亿元，占支付结算市场总额的比重达到 90.7%。第三方支付平台不仅在零售支付领域占据优势，还逐渐向企业支付、跨境支付等领域拓展，对传统金融机构的支付结算业务造成了巨大冲击。

3.1.2. 支付方式多元化挑战传统支付介质

在电子商务环境下，支付方式呈现出多元化的特点。除了传统的银行卡支付外，二维码付款、指纹支付、刷脸支付等新型支付方式不断涌现。这些新型支付方式更加便捷、快速，能够满足消费者在不同场景下的支付需求[5]。例如，消费者在便利店购物时，只需使用手机扫描二维码即可完成支付，无需携带现金或银行卡。这种支付方式的多元化趋势，使得传统的银行卡等支付介质的使用频率逐渐降低，传统金融机构面临着支付介质被边缘化的风险。

3.2. 对信贷业务的冲击

3.2.1. 电商小贷分流小微企业贷款业务

小微企业由于规模小、财务不规范、缺乏抵押物等原因，在传统金融机构获得贷款的难度较大[6]。而电商平台凭借其积累的大量小微企业交易数据，能够通过大数据分析等技术手段对小微企业的信用状况进行评估，从而为符合条件的小微企业提供小额贷款。以蚂蚁金服旗下的网商银行为例，根据网商银行的年度报告显示，截至 2024 年末，已累计为超过 6800 万家小微企业和个体工商户提供了贷款服务，贷款余额达到 2984.54 亿元。电商小贷的出现，满足了小微企业的融资需求，分流了传统金融机构的小微企业贷款业务。

3.2.2. 消费金融市场竞争加剧

随着电子商务的发展，消费金融市场迅速崛起。电商平台通过与金融机构合作或自身开展消费金融业务，推出了各种消费信贷产品，如蚂蚁花呗、京东白条等。这些消费信贷产品具有额度灵活、申请便捷、放款速度快等特点，深受消费者喜爱。消费者在购物时可以选择使用这些消费信贷产品进行分期付款，提前享受商品或服务。根据中国人民银行《金融机构贷款投向统计报告》，2024 年我国消费金融市场规达到 25.8 万亿元，其中电商平台主导的消费金融业务占比达到 19.7%。传统金融机构在消费金融市场面临着来自电商平台的激烈竞争。

3.3. 对中间业务的冲击

3.3.1. 代理销售业务受到影响

传统金融机构的中间业务中，代理销售基金、保险、理财产品等是重要的收入来源之一。在电子商务环境下，互联网金融平台凭借其强大的流量优势和便捷的销售渠道，开展了代理销售金融产品的业务[7]。例如，天天基金网、蚂蚁财富等互联网金融平台，为投资者提供了丰富的基金产品选择，投资者可以通过这些平台方便地进行基金购买、赎回等操作。这些互联网金融平台的出现，分流了传统金融机构的代理销售业务客户，导致传统金融机构的代理销售手续费收入减少。

3.3.2. 支付手续费收入下降

如前文所述，第三方支付平台的崛起抢占了传统金融机构的支付结算市场份额，这直接导致传统金融机构的支付手续费收入下降。此外，为了在竞争中吸引客户，传统金融机构不得不降低支付手续费率，进一步压缩了支付手续费收入空间[8]。以银行卡刷卡手续费为例，近年来，随着市场竞争的加剧，银行卡刷卡手续费率不断下调，传统金融机构在这方面的收入明显减少。

4. 传统金融机构的转型路径

4.1. 加强与电商平台合作

4.1.1. 开展联合信贷业务

传统金融机构与电商平台在信贷业务方面具有互补优势。传统金融机构拥有丰富的信贷经验和专业

的风险评估团队，而电商平台则掌握着大量的小微企业和消费者交易数据。双方可以通过合作开展联合信贷业务，电商平台利用其数据优势筛选出潜在的优质客户，并将客户信息提供给传统金融机构，传统金融机构则运用其专业的风险评估体系对客户进行评估，最终为符合条件的客户提供贷款。例如，兴业银行与百度合作，利用百度的大数据优势，对小微企业进行精准画像，为小微企业提供定制化的信贷服务。通过这种合作方式，既可以满足小微企业的融资需求，又可以降低传统金融机构的信贷风险。民生电商旗下的“民商智慧”是这一模式的典型代表。该公司通过为金融机构提供定制化的科技与运营一体化解决方案，帮助银行快速构建电商场景[9]。其核心优势在于“科技构建场景+”的能力——通过 SaaS 型基础电商平台、虚拟业务充值平台、魔方营销平台等产品矩阵，为银行提供灵活可配置的电商解决方案。截至 2018 年，民商智慧已与民生银行、南京银行、紫金农商银行、山西太原晋商银行等多家银行达成合作，在提升平台活跃客户数和业务销售额方面取得了显著成效。钱包金服则探索了另一种合作路径。创始人赵国栋认为，银行拥有庞大的地面部队和丰富的商户资源，但在物流、配送和供应链管理上存在短板。因此，钱包金服专注于协助银行发展 O2O 生活服务类电商，充分发挥银行的本地化优势。通过收购“中融金”，钱包金服进一步拓展了服务能力，可为银行搭建 P2P 平台，帮助银行打造自己的“陆金所”。截至 2015 年底，该平台已签约 20 多家银行，计划拓展至 100 家。

4.1.2. 数据协调与生态整合

除平台化合作外，数据协同成为传统金融机构应对电商冲击的另一重要路径。银行开始与电商平台和第三方数据服务商开展深度合作，通过数据共享和联合风控弥补自身在交易数据方面的不足。平安银行与元宝铺的合作是数据协同模式的典型案例。双方通过系统对接实现了全线上化金融服务，电商客户可在元宝铺网站注册并上传资料，系统通过多维数据分析对企业经营状况进行评估，5 秒钟内即可给出最大授信额度。贷款申请提交后，由元宝铺进行风险审核和信用评分，再推送至平安银行后台审核放款，整个流程可在两天内完成，且均为无抵押纯信用贷款。这种合作充分发挥了电商平台在行业洞察和风险特征把控方面的优势，结合银行在资金成本和风险管理体系上的专长，形成了优势互补。在征信领域，北京银行与芝麻信用的战略合作代表了另一种数据整合路径。北京银行看重芝麻信用在大数据处理和场景匹配方面的能力，双方在信用信息查询和应用、产品研发等多个方面开展合作。类似地，浦发银行信用卡中心与腾讯征信达成协议，接入腾讯的信用评分和反欺诈等征信产品，提升银行在风险管控方面的效率和精准度。这类合作使银行能够以较低成本获取多维度的客户信用数据，有效弥补了传统征信体系的不足。

4.2. 推进金融科技应用

4.2.1. 利用大数据进行精准营销和风险控制

大数据技术能够帮助传统金融机构对客户数据进行深度挖掘和分析，从而实现精准营销和风险控制。在精准营销方面，传统金融机构可以通过分析客户的消费行为、偏好、资产状况等数据，了解客户的需求，为客户提供个性化的金融产品和服务推荐[10]。例如，通过大数据分析发现某客户近期有购房需求，金融机构可以向其推荐房贷产品及相关的金融服务。在风险控制方面，传统金融机构可以利用大数据技术对客户的信用状况进行评估，预测客户的违约风险，从而制定合理的信贷政策。例如，通过分析客户在电商平台上的交易数据、还款记录等信息，更准确地评估客户的信用风险，降低不良贷款率。

4.2.2. 引入人工智能提升服务效率和质量

人工智能技术在金融领域的应用越来越广泛，传统金融机构可以引入人工智能技术提升服务效率和质量。例如，利用智能客服系统为客户提供 24 小时不间断的咨询服务，解答客户的疑问。智能客服系统

能够快速识别客户的问题，并准确提供相应的答案，大大提高了客户服务的效率。此外，人工智能还可以应用于金融产品的定价、投资决策等方面。通过机器学习算法，对市场数据进行分析和预测，为金融产品定价提供更科学的依据，同时辅助投资决策，提高投资收益。

4.3. 创新金融产品和服务

4.3.1. 开发适合电商场景的金融产品

传统金融机构应根据电子商务的特点和需求，开发适合电商场景的金融产品。例如，针对电商企业的资金周转需求，开发应收账款质押贷款、订单融资等产品。电商企业在销售商品后，往往需要等待一段时间才能收到货款，这期间可能面临资金周转困难。应收账款质押贷款产品允许电商企业将应收账款作为质押物，向金融机构申请贷款，从而解决资金周转问题。针对消费者在电商平台上的购物需求，开发消费分期产品，如信用卡分期购物、互联网消费信贷产品等，满足消费者提前消费的需求。

4.3.2. 提供个性化的金融服务

在电子商务时代，客户需求呈现出多样化和个性化的特点。传统金融机构应转变服务理念，从提供标准化服务向提供个性化服务转变。通过对客户数据的分析，了解客户的风险偏好、投资目标、财务状况等信息，为客户量身定制金融服务方案。例如，对于高净值客户，可以提供私人银行服务，包括资产配置、税务筹划、家族信托等个性化服务；对于普通客户，可以根据其消费习惯和需求，提供个性化的理财产品推荐和金融服务建议。

4.4. 优化网点布局和服务模式

4.4.1. 推动网点智能化转型

随着互联网技术的发展，传统金融机构的线下网点面临着客户流量减少的问题。为了提升网点的竞争力，传统金融机构应推动网点智能化转型。在网点内引入智能设备，如智能柜员机、自助发卡机、智能互动屏等，实现业务的自助办理，提高服务效率。同时，利用智能设备收集客户信息，分析客户行为，为客户提供个性化的服务推荐。例如，客户在智能互动屏上查询理财产品信息时，系统可以根据客户的浏览记录和偏好，为其推荐相关的理财产品。此外，网点智能化转型还可以通过优化网点布局，打造舒适、便捷的客户体验环境，吸引客户到店。

4.4.2. 拓展线上服务渠道

传统金融机构应加大线上服务渠道的建设力度，拓展服务渠道的广度和深度。一方面，优化官方网站和手机银行 APP 的功能，提高用户体验。例如，简化业务办理流程，提供便捷的在线支付、转账汇款、理财购买等服务；增加客户互动功能，如在线客服、论坛等，方便客户与金融机构进行沟通和交流。另一方面，积极利用社交媒体平台、小程序等新兴渠道，开展金融服务。通过在社交媒体平台上发布金融知识、产品信息等内容，吸引潜在客户；利用小程序为客户提供轻量级的金融服务，如小额贷款申请、信用卡还款提醒等，提高服务的便捷性和覆盖面。

5. 结论

电子商务的快速发展给传统金融机构的业务带来了多方面的冲击，但同时也为传统金融机构的转型提供了机遇。传统金融机构应充分认识到电子商务发展带来的挑战，积极采取转型措施。通过加强与电商平台合作，实现优势互补；推进金融科技应用，提升自身的竞争力；创新金融产品和服务，满足客户多样化的需求；优化网点布局和服务模式，提升服务效率和质量。只有这样，传统金融机构才能在电子商务时代实现可持续发展，在激烈的市场竞争中立于不败之地。未来，随着电子商务和金融科技的不断

发展,传统金融机构还需持续关注市场变化,不断调整转型策略,以适应新的市场环境。

参考文献

- [1] 陈亚如. 乡村电子商务发展中的数字金融创新模式研究[J]. 商场现代化, 2025(11): 37-39.
- [2] 史红艳. 数字金融背景下跨境电子商务创新发展模式研究[J]. 商场现代化, 2024(23): 26-28.
- [3] 冉遵诚. 金融支持下的农村电子商务发展探究[J]. 商场现代化, 2023(5): 47-49.
- [4] 王文佳, 祁宁, 金曦. 互联网思维主导下电子商务发展融合趋势探析[J]. 商业经济研究, 2020(19): 83-86.
- [5] 范智军. 新形势下我国电子商务发展的障碍与解决路径[J]. 商业经济研究, 2015(21): 80-82.
- [6] 沈奇. 金融科技对传统银行业务模式的影响与金融科技背景下的银行转型[J]. 金融客, 2023(6): 16-18, 27.
- [7] 彭恒文, 林琳, 邵皖宁. 大型科技公司涉足金融业务的影响与监管对策[J]. 金融纵横, 2020(9): 44-51.
- [8] 李留宇. 科技浪潮下, 传统金融机构应如何转型[J]. 国际融资, 2019(1): 32-34.
- [9] 殷雄. 关于金融机构在互联网金融电子商务时代的发展[J]. 营销界, 2020(9): 133-134.
- [10] 牛瑞瑞. 我国移动电子商务发展状况及对策研究[J]. 信息与电脑(理论版), 2016(20): 61-62.