Public Disclosure Authorized
Public Disclosure Authorized
Public Disclosure Authorized
Public Disclosure Authorized

实现无网点银行服务的潜能：未来的挑战

实现安全便捷的支付是现代生活与商务的基本组成部分。这既有助于开展经济活动，又可为社会关系（身处两地的亲朋好友之间相互汇款）、社区支持项目（例如，联合采购日常必需品）以及公益计划（资助贫困家庭）提供支持。然而，发展中国家的大多数人和微型企业却必须依赖于现金或现货的实际交付。这就使无法使用现代支付网络的人们陷入高昂成本和巨大风险的困境之中。

为数不多的幸运儿可采用更为有效的交易方式：支票、汇票、银行直接转账、信用卡、借记卡等。所有这些均可减少携带现金的需求，从而提升客户及其资金的安全保障水平。甚至现金的处理和兑换也有更为便捷的方式：客户可以使用借记卡，通过任意一台位于交通便利之地的自动柜员机 (ATM) 将电子货币兑换成现金。

富裕群体可通过银行体系使用这些支付工具。我们是将其继续作为一种特权，还是应该开始将零售支付网络视为一项与水、电或电话类似的公用事业？让所有人都有机会参与到现代支付网络中——即为所有人提供交易账户，使其足不出户或者至少在邻近地区的指定网点即可进行低成本交易，要实现这一目标需要付出哪些努力？

使用支付工具是实现普惠金融目标的主要推动因素。如果与他人之间的收支款项业务能够轻松办理，那么个人参与金融事务的深度和广度就有可能增大。客户可以借助这一有利条件，将资金存到储蓄账户中。可以方便地接收放款和偿还贷款，还可以缴纳月付保费。如果不能够使用上述“支付公用服务”，这些业务对个人来说则会很难处理，而对银行或其他供应商来说则可能因成本高昂而不予考虑[1]。如果能够连接到这样的支付网络，就有可能扩大我们可选择的金融机构范围，并成为其潜在客户，而不再局限于分支网点离我们很远的某家银行或小额信贷机构 (MFI)。此外，金融服务的供应会更容易摆脱地域（实体分支机构）限制，将竞争力放在产品质量、范围以及品牌信誉等方面。

使用支付工具是实现普惠金融目标的主要推动因素。如果与他人之间的收支款项业务能够轻松办理，那么个人参与金融事务的深度和广度就有可能增大。

本文针对 Mas (2008) 的著作中所概述的金融普惠，构建了更为宏大的愿景。在这一愿景中，支付可通过电子网络轻松实现。这种支付方式的实现取决于我们今天所拥有的技术，这些技术不仅可以缩短距离、缩小信息鸿沟、控制结算风险，而且通常还可以降低交易成本。我们相信当今的技术可以完成这一使命。目前面临的挑战是，开发具有吸引力的服务（用于争取客户）和可行的业务模式（使得分散化的众多私营企业有机会参与构建这样的支付基础设施）。

在下一部分中，我们将首先介绍支付工具可满足的基本金融需求，并从中总结出支付工具应该具备的主要特征。然后，我们会评估无网点银行服务的基本逻辑。最后，我们将概述大规模部署无网点银行渠道所面临的主要挑战。在本文接下来的内容中，我们将详细探讨这些挑战。

[1] 本文中的术语“utility”具有双重含义：在供应（供应商）方，描述的是联网行业（类似于供水等公用事业）公共服务供应的标准模式；在需求（客户）方，体现的是目前尚未开户群体的支付和储蓄价值（工具）。

焦点第50期
2008年10月

Ignacio Mas

支付网络作为公用事业的愿景

需求

金融可视为多种价值转移方式的集合：

- **人际**（或法律实体之间）转移 = 付款（针对所买卖货物或所提供服务）或汇款。客户的目标是要履行商业或社会义务。
- **空间转移** = 现金交付。客户的目标主要是通过减少其需要随身携带的现金量并在必要时（或根据需要）对电子货币和现金进行相互转换的方式来实现安全和便利。
- **时间转移** = 储蓄（将价值转移到未来）或贷款（从未来借款）。客户的目标是将现金流入和支出的时间相分离。
- **现在和未来的结果转换** = 保险。客户的目标实质上是要通过顺境时投入资金、困境时获得补偿来改变其所面临风险的本质。

这些交易中的第一类为即时交易——此时此地发生——而其他则是针对未来反方向交易承诺的即时交易组合（存款、贷款回收）。任何一种金融产品或服务均可分解成交易双方在不同时间点的一系列交易。所有金融产品（不限于付款和转账）都代表着在不同时间点发生的各种交易，这一事实将信任置于金融服务产品的核心地位。

普惠金融服务需要实现现时和未来灵活转移价值的基本法律、机制和实体基础设施的支持。原则上，至少具备四项基本元素即可实现最大的灵活性：

- **满足以下条件的支付网络：***(i)* 允许价值在“网络”各方间进行转移；*(ii)* 提供无处不在的网点（访问节点）以方便现金与电子货币的相互转换。
- **通过开发和销售多种金融产品**（例如，储蓄、贷款或保险产品）来满足客户需求的各种供应商（银行或其他金融机构）。只有对供应商-产品组合充分信任，客户才会接受市场中的这一产品。所以，供应商的品牌取决于相关产品和客户信任。
- 可通过电子方式收取和转移价值的个人基本账户或交易账户。它是支付网络中的个人登陆点。
- 规定系统中各参与者权利与义务的可执行的法律框架。这将增进在合同执行和消费者保护方面的信任。

这些是构成全面普及型支付网络的要素。但要使这一支付网络发挥作用，人们需要能够采用安全可靠、广泛存在、成本合理、便捷实用的方式来通过该支付网络进行价值转移。

- **便捷性**——交易账户和轻松发布交易指示的方法。
- **安全可靠性**——价值损失概率低、缺乏流动性导致的交易失败的风险低（即现金交易网点有充足现金）、有合适的方法确定交易结束。
- **广泛存在性**——能向任何人转账，存/取款网点分布的普遍性。
- **成本合理性**——相对于客户财力而言较低的总体成本，以及符合客户价值认知的收费结构。
- **实用性**，尤其对于迄今尚未享受到正规金融服务的贫困群体而言——通过网络提供的服务应该为贫困群体管理其金融事务提供更多便利，其中包括使其能够：*(i)* 在收入存在季节性或不稳定特点的情况下平衡消费，*(ii)* 处理重大生活事件并承受意外冲击，以及 *(iii)* 支持自身的微型企业活动和生计。

从这个角度讲，零售支付网络就类似于公用事业（参见表 1）。厨房水槽中的水龙头可以让人得到以便捷、可靠、能负担得起方式获得标准化的商品（水），用户由此实现各式各样的有益活动（饮用、烹调、洗涤）。电源插座为标准化的商品（电）提供同等便捷可靠、价格经济的使用方式，用户利用电为各种设备提供能源（灯泡、烤箱、真空吸尘器）。同样，支付网络可为个人提供享用某种基本服务（汇出/接收货币价值）的途径，由此可以满足人们的多种需求（储蓄、借款、投保或给任何人汇款）。

但是，人们从未将使用支付系统看作改善个人或微型企业处境的一种基本驱动因素。是否应从现在开始把零售支付系统看作一种公用事业？公用事业并不代表一定要由国家来供应，而是要制定政策框架，以充分激励基础设施投资、促进金融服务普及以及提供最基本的消费者保护。

表 1：零售支付系统和其他公用事业的比较

公用事业	关键用户利益	网络供应	所支持服务的范围
水务	健康和卫生	由国有或受管制的垄断企业供应	用户：饮水、烹饪、淋浴、洗涤、灌溉
电力	能源	由国有或受管制的垄断企业供应	电器的范围：加热器/冷却器、发动机
电信	通讯和信息	许可运营商；“最后一公里”服务领域的寡头	个人通信、广播无线电/电视、互联网内容
支付	价值转移	政府实体或得到许可或授权的机构联盟	储蓄、购买保险、接收贷款、购买商品等。

当然，政府通常会以至少四种方式积极参与支付系统。政府不仅需要支付多种款项（福利金、养老金、教师工资），而且需要在偏远地区收取各种费用和税款，所以许多政府设立了公共银行（有时附属于邮政网点），其分支机构遍布国内。许多政府还利用广泛分布的邮政基础设施来创建基本的邮政银行或邮政通汇转账银行，以便为偏远社区的人们提供服务。[2]但是，公共银行通常受到以下因素的制约：技术投资不足，员工通常抗拒改变、缺乏培训和动力，改善服务质量的激励措施薄弱以及缺乏竞争。此类银行中有很多在经济上实现自给自足的压力越来越大或者已经私有化，这种情况通常会导致金融服务范围的缩小。

从更为基本的层面上讲，中央银行促成基本零售支付的传统做法是发行货币，此举能够确保货币的相对稳定性，向央行省级办事机构转移现金则实现了国家范围内的现金流动性。此外，中央银行还推动了银行间清算和结算系统的发展，甚至可以说是导致其诞生的直接因素。

但是，这些政府干预措施将很多人排除在电子支付网络的使用群体之外。一些已经出现的私营机制可以弥补银行间电子支付系统和常用现金之间的缺口。Western Union（西联） 或许就是这类机制的主要原型。Western Union 于 19 世纪后期开始使用电报网络来进行人际转账。如今，始于 20 世纪 50 年代的支付卡网络已不限于支付商品和服务费用等最初用途，而是包含了汇款和现金存/取服务。他们的成员可以享受各种服务，但其通常只是满足中产阶级和上层社会的需求，而忽视贫困群体的需求。自 20 世纪 80 年代以来借记卡和 ATM 开始普及，我们现在才能谈论真正意义上的零售支付网络——针对有能力开设银行账户的群体。

目前状况

金融机构对其服务范围内实体分支机构的依赖，增加了农村或贫困地区人口享受金融服务的难度和成本。对于需要向分散的群体发放公共部门工资、养老金和社会福利的国家，这也是一个问题。三大关键创新可帮助我们改变客户端金融服务交付的经济成本（参见图 1）：

1. **使用现有零售网点**。实际上，无论偏僻或贫困程度如何，所有街区都有许多销售各种商品（但却没有金融服务）的零售商店。金融机构如何利用这些商店，而不是建立自己的零售网点？为乡村商户找到提供金融服务的途径可为银行带来三大经济利益：*(i)* 大幅降低银行的零售网点的建设成本；*(ii)* 将客户服务成本转化成可变成本，商店能够从每笔交易中抽取佣金；*(iii)* 为受教育程度较低的贫困群体（可能对传统银行分支机构的服务方式存在畏怯心理）营造熟悉的服务环境。
2. **通过技术传递信任**。随着银行-客户接口转移到第三方零售环境中，确保信任度——银行“销售”的基础产品——成为银行关注的重心。技术辅助流程可

[2] 世界银行 (2006) 针对 55 个国家的邮政网络开展了一次综合性调查。报告显示，在 2004 年，邮政网络支持的账户数量达 3.9 亿，实现储蓄 940 亿美元，且年交易量达 33 亿笔。有趣的是，发展中国家拥有 490,000 家邮局，而银行分支机构却只有 275,000 家。

图 1：降低零售银行基础设施成本的方案

用于取代确保信任度的传统手段，这样客户（和银行）能够放心地让非银行代理机构执行交易。正如 Mas 和 Siedek (2008) 的著作以及图 1 中间列中所述，此信任架构具备四个要素：(i) 识别和认证客户（和代理机构）的机制，例如使用银行卡；(ii) 由银行远程管理与银行间存在直接通信连接的商店POS终端，以便银行能够实时授权和记录交易；(iii) 要求所有客户交易立即在商店自身的交易银行账户中抵消（这取决于商店的资金可用性），这样交易网点就不存在信用风险；(iv) 提供收据功能，如果交易未能妥善记录，客户就有权进行追索。

3. **使用现有手机**。将现有手机用作技术平台的组件可进一步降低客户和商户的配置成本，详情请见 Mas 和 Kumar (2008) 的著述。客户可将其手机用作身份认证和账号识别的工具。事实上，手机已包含有一个智能卡（SIM 卡），因此很容易在这张卡或手机中嵌入一张“虚拟”银行卡。客户可使用移动设备（而不是商店的 POS 终端）来输入个人识别码 (PIN) 并打开其账户。商户还可将自己的手机用作 POS 终端。手机具备类似于 POS 终端的技术功能：屏幕、数字键盘和安全的通信线路。这样，我们就可以提供手机到手机服务。因此，基于手机的解决方案可以大幅降低金融服务在众多零售环境中的推广成本，该方案至少在手机普及率较高的区域具有可行性。（交易凭证将采用文本消息形式；或者将商户手机连接到便携式打印机。）

上述前两个步骤体现了在巴西大获成功的银行代理模式的精髓。手机使用模式的拓展在菲律宾、肯尼亚和南非受到了市场青睐。

随着服务模式的转变——从通过自身分支机构提供服务转变为通过无网点渠道（首先使用 ATM，然后使用零售型 POS 系统，最终使用手机支付平台）提供服务——银行可以降低基本交易服务的设备成本。但是这些方式所支持的服务范围有所区别（例如，账户注册、金融建议、金融产品交叉销售），提供的客户体验也不尽相同。采用 ATM，客户会丧失人际互动的机会；选用基于商店的代理机构，客户将无法像面对银行柜员那样向店主询问账户信息；而使用手机支付，客户必须掌握手机用户界面的用法并通过迷你屏幕和键盘进行互动。这是银行在部署网点时需要权衡的关键部分：设立成本减少，客户体验的满意度也随之降低。在权衡这一方面时，银行完全可以采用混合渠道战略，其中包括图 1 中的某些方案（或者全部）。这里不存在是非问题；银行只需使特定客户群体的需求和其支付意愿相匹配。

我们看到许多发展中国家的银行将主要精力投入到 ATM 的部署上。ATM 是雇佣柜员的低成本替代方案，可实现银行与客户交互的自动化。这就导致一种矛盾的出现：人工成本确实是发展中国家银行面临的主要问题吗？不是。问题在于：*(i)* 确保柜员业务素质和

可靠性的成本及 *(ii)* 其缺乏灵活性的劳动合同。在此处探讨的代理安排中，在技术型信任架构所支持的接触点上，客户仍然可以进行人际交互。所以，面向客户的职员工作可外包给任意一位店主。

在此类安排中，我们提出的设想是让人们在自己居住的社区，通过各类现金处理网点，将小额资金存入自己的银行账户。存/取款只不过是可以在本地商店买卖的又一件商品而已，与牙膏和手机充值卡没有任何不同。零售店甚至可以为所有银行提供服务，存款人及其银行对商店只需建立像购买牙膏或手机充值卡那样的信任即可。此外，采用手机银行服务，足不出户即可办理无现金交易，就像每个家庭都会用到的典型“公用事业”——水和电的状况一样。正如多数服务供应商那样，银行可以全力投注于产品质量和市场营销（即品牌建设），将零售业务交给当地商店来处理。

未来的挑战

迄今为止，我们已针对发展中国家的零售支付系统设想出一个可实现金融普惠的愿景，无可否认，这也是一种乌托邦式展望——我们称之为指导性愿景。要实现这一愿景，我们还有一段路程要走。虽然无网点银行服务在行业和媒体领域受到广泛关注，甚至得到大肆宣传，但实际情况却要落后于某些理念。我们还需要解决一些基本障碍，才能使无网点银行服务成为一项吸引金融机构的选择方案。我们所面临的主要挑战如下：

- 了解促使客户使用和购买各种金融和支付服务的动力。了解客户心理和设计适当的服务是刺激需求的要素。电子金融交易的实现将如何改变人们的金融选择？
- 让存/取款代理机构获得经济利益。让我们直击问题的关键：商店已经习惯于通过售出一瓶可乐、一张手机充值卡、一块肥皂等来获取几块或者十几块钱的佣金。那么如果存/取款服务会让商户面临额外的安全风险和前往银行的额外负担，而佣金又低得多，他们为何要提供这项服务呢？在多数情况下，小额储蓄似乎不可能为典型的零售店带来大量佣金。
- 为所有人提供交易账户。个人在支付网络上的登陆点是其交易账户。应该为人们开设此类账户提供便利，供应商需要看到广泛提供此类账户的经济效益。尤其是，客户审查（KYC）需求应该切合实际并与所涉及的潜在风险成正比，针对贫困群体的金融服务供应商需要具备适合低余额账户的高效轻便型后台架构。
- 确定共享的行业模式和业务案例，以支持支付网络相关各方中相应级别的合作和竞争。手机运营商、大型银行、小额信贷机构和其他基层中介机构在向民众销售和提供服务的工作中各司其职。但当然，达到相关互通性标准、调整个人激励措施以及构建必要的共享架构还需要时间。

所有这一切取决于是否能够创建正确的激励机制：客户需要看到服务效益，代理机构需要获得充分的回报，金融机构需要发现向贫困群体营销和销售的价值，供应链中各参与者需要在最大限度降低总体架构成本的共享和合作中得到满足。

在后续章节中，我们将依次介绍这四点内容。将这四点内容结合在一起，又出现了一个更广泛意义上的问题，即政府在支持、促进和规范这种应用广泛的新型支付网络中所发挥的作用。需要修正审慎监管和市场行为监管规定以允许银行交易通过非银行机构在非银行地点发生。围绕电信机构和金融中介机构的角色趋同以及互通性标准和共享架构的开发，将会出现有趣的竞争政策问题。需要为消费者保护规章和消费者教育计划提供支持，以避免无金融服务经验的客户受到误导，或因不当选择而遭受损失。上述这一切应当与业务和商业方面的问题一起得到解决，具体内容请参见下文。

挑战 1：了解客户驱动因素

截至目前，我们已经谈论过等式一端的供应方因素：即可使每位公民享受到金融服务的金融设施架构。

但是，借用一句多数技术主导型项目中经常听到的话——如果我们构建起这种架构，客户就会使用吗？以其他公用事业为例，电力的广泛普及激发了人们对

照明和供暖的需求，但是让电力进入地球上所有家庭的理念刚出炉时，这种效果可能并非那么明显。

那么，对于零星参与经济活动（大部分还不太正规）且范围限于当地供应商和所在社区的贫困群体而言，要将普及支付公用事业的愿景转变成一项有吸引力的业务，需要付出什么努力？这个问题可以分成两部分：

- 目前尚无银行账户的群体对这种方式——即通过注册与银行卡或手机相连的交易账户，足不出户或在当地商店即可实现电子转账——的接受程度如何？
- 他们会使用多少种金融服务，多长时间使用一次金融服务，以及他们愿意为什么服务付款？交易网络的广泛应用潜能还取决于能激励所有不同类型的参与者来共同构建这一网络的收费方式。

至少在概念上，很有必要将使用和服务区分开来，因为两者的驱动因素不同。使用方面的驱动因素是客户使用技术平台（无论是基于银行卡还是手机）的舒适度以及安全性、隐私性、可靠性和方便性等相关方面。服务方面的驱动因素是各项服务的相关性和定价。但在实践中，如果我们要把之前未开设银行账户的客户作为目标，则无法分开考虑这两方面。我们唯一能做的事情就是观察客户对使用与服务的综合反应。如果客户拒绝使用无网点银行产品，是因为提供的各种服务未能吸引客户，还是因为客户不满意交易所用的技术？

基于目前我们所了解的情况很难回答这些问题，这就是原因所在。在早期的无网点银行部署中，有迹象表明客户采用度方面的成绩令人鼓舞。银行代理机构在巴西的广泛应用已促使多家银行在所有市、镇部署代理机构。在菲律宾，Smart Communications 和 Globe Telecom 所拥有的移动货币服务（分别为 Smart Money 和 G-Cash）的活跃用户数量加在一起超过 250 万。在肯尼亚，Safaricom 的 M-PESA 移动货币服务在启动后一年半内已成功注册 360 万名客户。上述成绩都非常出色。

但在应用服务的广度和交易频率方面，情况则不容乐观（参见 Ivatury 与 Mas (2008) 的著述以及 Porteous (2007) 的著述）。特别要注意的是，尽管贫困群体看似乐于接受便捷实惠的支付服务，但并不表示金融储蓄会随之增加。钱一到账，贫困人口中的绝大多数就会立即将其全部取出。这将抑制许多国家对改良型储蓄产品的潜在需求（参见 Deshpande (2006) 的著述）。

使用中为何占据主导地位的仅是某几种支付服务，而未拓展到个人和家庭所采用的全部支付服务？此外，这种支付服务的使用为何没有“波及”更大范围内的金融服务（尤其是储蓄）？毫无疑问，部分原因在于供应方。无网点银行服务供应商在营销这些服务时以支付解决方案作为卖点，而较少强调价值储藏方面的用途——他们更多效仿的是 Western Union 而不是银行。手机运营商所支持的项目尤其如此，他们不希望被视为提供银行服务，以免受到管制。但是，推动这一行为的客户认知又是什么？接下来，我们将通过研究客户金融服务购买决策的三个方面，来探讨无网点银行渠道为何更多地应用于支付，而不是储蓄：

- **价值主张认知**。与客户目前所使用的服务相比，在评估和验证电子支付与储蓄的价值主张时难易程度如何？
- **约束和承诺**。执行电子支付与储蓄需要个人承诺达到什么水平？
- **定价结构**。服务供应商的收费如何与客户为电子支付和储蓄服务付款的意愿相匹配？

评估相关价值主张

面临新的行为方式（在这里是支付或储蓄从传统方法变为电子方式）时，客户需要了解如何从转换中受益——用新系统的正面（与旧系统相比）因素来抵消负面因素。以下情况下客户转换模式的可能性更大：*(i)* 能够预先轻松评估出额外净收益，以及 *(ii)* 试用新方法时，容易验证额外收益和成本。通过无网点银行渠道实现的支付和储蓄服务如何根据这两个标准进行比较？

电子支付旨在取代传统支付方法——例如委托公共汽车司机或将要前往偏远村庄的朋友向自己的亲属捎现金，采用Havala等非正规的信托网络，或者是去另一

城镇排队交电费。选择支付方法时，客户关注的可能是交付确定性、便捷性和成本。与更为传统或非正规的支付机制相比，这些因素与电子价值交付的相关性更高。潜在客户可以直接算出电子支付在以下方面带来的好处：减少汇款业务所需时间，提高款项到达目的地的速度，以及节省路途时间。此外，由于这种服务理念易于理解，所以供应商可以将营销重点放到服务效益上[3]。如果您想尝试通过这种方法向您的祖母汇款，则可立即电话联系她，确认她是否已经收到汇款。每笔交易都能让客户即时体验到新系统在确认方面的优势，这有助于强化客户选择。

那么，储蓄呢？我们来探讨以下两种关键特性：保值（扣除物价、成本等因素，随着时间推移能够保持或提高价值的概率）和流动性（实现现金价值的可靠性、便捷性和成本）。很难比较技术型储蓄方案与传统型实体储蓄机构（针对已有银行账户的群体）、非正规储蓄形式和物质储蓄形式（针对多数没有银行账户的群体）的好处和成本。

一方面，如果收取开户或账户维护费，则试用成本就会很高。另一方面，尚未定义评估保值功效的时间范围。与去往邻近城镇的储蓄机构或压床底的方式相比，客户需要多长“试用”时间，才能证实在通过电子途径访问的新式银行中存钱“更加安全”？由于潜在的担心仍然存在，所以很难建立起信任。

在流动性方面，在担任银行代理机构的当地商店所构成的网络中，无分支银行服务的开展取决于对客户支付设备（手机或银行卡）的接受度。客户也明白，当地商店所持现金不可能足以偿付他们的全部储蓄，这就可能降低他们对此系统的信心。请注意，当地存/取款网点的流动性限制问题在一次性支付/转账和储蓄中都可能会遇到，但是客户对两种情况下问题严重性的评估却是相去甚远。在支付方面，客户仅需相信当地代理机构所持现金足以满足其转账金额即可；而对于储蓄，客户则可能会根据村庄中所有人的总储蓄量来评估商店收银台的现金价值（例如，发生自然灾害或政治动乱的情况下）。

总之，吸引无银行账户的贫困群体通过电子服务参与金融储蓄的难点在于，要让该群体对方案的安全性和稳健性满意，这方面没有捷径可走。上述方案带来的好处可能没有风险那样显而易见。

构建约束机制和承诺

在电子银行方案中，电子支付蓬勃发展而储蓄业务似乎停滞不前，其原因可能在于客户承诺的相对优势。账单支付通常具备某种外在约束机制——（如不缴纳电费）您的电源可能被切断。向亲属汇款通常会涉及到社会压力，这就是构建承诺的基础，而汇款的定期重复发生同样也有助于构建约束机制。另一方面，向“银行”储蓄则较为困难，因为一直可以拖延——延期至第二天，再不行，甚至会是下周，下下周……

如何构建储蓄的约束机制？一种有效的（虽然昂贵）实现方式即为借款。您“投入”预借资金（例如购买资产），然后未来需要支付一系列款项。您必须支付这些款项；基于您对第三方的（合同）义务构建承诺并设立一个清晰的（未来）储蓄时间表。通过贷款实现的资产构建可提供现时的流动性和未来的约束机制。在采用承诺机制时，人们的储蓄需求就会非常强烈，以至于愿意在显著的负利率（贷款利率）的条件下进行储蓄，小额信贷的成功在很大程度上应归功于这一原因。另一种方式，Rutherford (2001)的说法是“储蓄积累”(save up)，可能会更难实现，这是因为延期支付的意义不够紧迫。

电子支付方式的采用将如何改变这一现状？通过遍及各处的零售网络实现储蓄——在交通便利的任何网点随时进行储蓄——应该能够增加人们储蓄的概率。在日常生活中，只要您有时间去存款，则在方便的情况下，无需受到太多约束。另一方面，有人可能担心能够轻松延迟行动以及减少每周活动（例如，前往邻近城镇）的次数——以前这种例行活动往往有直接促使人们作出储蓄决策的效果——是否确实会弱化约束。具体影响方式可能取决于文化因素。

我们已探讨过的两种客户驱动因素之间存在一种内在冲突：客户希望对未来的储蓄路径做出预先承诺，但又想保持储蓄的流动性——这相当于拥有不存款的自由，甚或可以在任何时间提款。通过提示和激励手段

[3] Safaricom 为 M-PESA 推出的获奖广告形象地展示了从发送者手机飞出的美元流被接收者手机“捕获到”的过程。

将移动银行的交易功能与手机的个人通讯功能有效结合，可能会是一条值得探索的渠道。

实现支付意愿

电子渠道的支付相对于储蓄更为成功可能还有第三个原因，即与客户对供应商服务收费结构（不仅仅是费用水平）的接受度有关。

如果服务供应商的收费结构与客户自身的价值认知相符，客户就会感到满意。与储蓄相比，支付更容易实现这一点。客户将支付理解成一次性交易，每次交易在相对较短的时期内结束；因此，向汇款方收取每次支付的费用就显得合情合理。

另一方面，储蓄则需要执行一系列相关的开放式交易：存取款存在一种尚未明确的先验模式。在这种情况下，何时收费合适？我们知道客户不喜欢开户费（光是取得参与权就要付费？）、固定的月费（即使我没有办理任何交易？）、存款费（给钱还要付费？）以及取款费（我拿回理应属于我的钱，却要向我收费？） 因为我们无法明确解释储蓄给独立的客户交易行为带来的好处，所以任何收费方案似乎都缺乏根据，因此会引起客户的反感。[4]

事实上，门到门存款收款员的做法在很多市场取得了成功。例如，加纳的 Susu 收款人每天要从客户那里收取预定金额，并在月末扣除一天的金额后将剩余款项返回其客户。这相当于每月需要支付约 7% 的利率。[5]

我们可以推测，因为客户实际上并不能看到这一高昂的费用，所以他们愿意支付。费用扣除发生在客户支付每日存款和月末收回总金额期间的某一不确定时点。难道电子储蓄的劣势在于费用是在特定日增加且会在报表中显示一行信息，所以对客户而言更加直观？

换句话说，如果您想要运行在线版 Susu 收款方案（客户可以查看每日储蓄余额），那么您是会逐日扣除每笔存款的手续费用（即客户每日支付 1，而账户上却只显示 0.93），还是会到最后再收费（即最后一天的客户余额与前夜所见余额相比减少 7%）？客户在两种情况下会作何感想？

挑战 2：让零售代理商有利可图

无网点银行业务必须同时满足代理机构和客户的需求。代理机构是“旧式”现金经济和“新型”电子支付工具之间的桥梁。如果不给客户提供一套可行的存取现金方案，客户就无法发现以电子方式存储价值的好处，也不大会接受将存储价值作为交易手段。

在标准的无网点银行模式中，代理机构为正规的零售网点：话费经销商、邮局、彩票点、药房直至街边小店。他们采取薄利经营方式销售各种商品和服务，产品的货架位置完全取决于特定利润水平下的产品销量。如果希望更多的零售商店来承担代理机构业务，我们就必须确保其获得充足的激励来提供和推动存/取款服务。银行服务具有商店其他产品无可比拟的优势，因为银行服务无需搬运、无需占用货架或仓库空间，但还是会给商店造成（通常是不成比例的）较大的现金处理负担（频繁前往银行的所产生的成本以及更高的安全风险）。

事实上，许多无网点银行环境中的代理商经济效益尚不明确，原因有二：首先，交易量相对较低——一个代理商每天办理 15-30 笔交易的情形很常见。这是因为每个客户办理交易的数量较低，以及金融服务供应商需要设立相当密集的代理商网络以构建金融服务覆盖区并最大限度地为客户提供方便。第二，零售商店习惯于从商品中赚取几块钱或十几块钱的利润，这种佣金很难在存款或点对点支付等基本金融交易中实现。客户可能不愿意支付超出 1% 的费用[6]，而银行则可能认为这些客户所实现的利润并不值得其去承担远远超出收益的代理机构佣金。但是，如果情况确实如此，那么代理机构是否还有利可图？

---

[4] 一般而言，富人和穷人一样不喜欢银行收费。富裕群体甚至也会因较小额度的 ATM 费用而感到不快。但是对储蓄余额较少的群体而言，这个问题可能会显得更为严重，因为这些费用占其储蓄余额的比例较大。

[5] 我们来进行一次估算。假设日收款额为 1，每月 30 天。这样，支付给收款人的费用即为 1，月均储蓄余额为 15；1 约占 15 的 7%。如果客户选用此项服务 1 年，则收款人费用为 12，月均储蓄余额仍为 15；12 约占 15 的 80%。

[6] 参考资料：菲律宾的 Smart Money 和 G-Cash 以及南非的 MTN Banking 和 WIZZIT 向现金存款客户收取 1% 的费用。在巴西、哥伦比亚和秘鲁，提供无分支银行服务的多数银行对每笔存款交易收取固定费用而不是可变费用。请注意，这是向用户收取的佣金，由银行或运营商和代理机构共享。

我们将在下文中依次介绍让代理商获益的三大可行方案：

- 显著增加交易量
- 使客户无需支付交易成本，实行交叉补贴
- 降低代理机构的服务成本

显著增加交易量

最终，支付网络的成功与否将取决于该网络的交易量。交易量可降低单位交易成本、激励代理机构成为区域范围内的存/取款网点并吸引不同类型的服务供应商参与。无网点银行交易渠道的存在可能并不能（至少在最初阶段）提高客户的交易总量，所以我们必须明确可以通过电子方式执行哪些现有交易。我们为此提出以下方案：

首先，无网点银行服务供应商需要找到自动填充客户钱包的方式，例如通过直接存入薪金和工资、支付所售商品或所提供服务的款项、政府福利或养老金支付或者进来的汇款等。如果这些支付是以现金方式执行的，则收款人就不大可能会将现金存入其交易账户以备储蓄或未来交易。

从更广泛的意义来讲，电子支付应该尤其适用于低收入群体与外界各方（大型企业、国家分配的福利、公用事业费、远方亲属或朋友的汇款、偿还贷款）之间需要办理的交易。服务供应商要有大局观（从整个金融生态系统的立场来考虑），吸引所有希望与其客户进行交易的远程参与方。这类服务是在双边市场中运行：最终用户（客户）市场以及希望与这些客户（包括付款人、账单开具人以及其他金融服务供应商）进行交易的外界各方的市场。

面向远程参与方的支付能力对于用户极为重要，但是仅凭这一点并不能产生大宗交易量——或许最多能达到每个用户每周一次交易。大交易量只有当人们在日常生活中使用电子支付方式时才可实现——在其所住社区支付临时工工资、在商店购物、支付地方行政事业费用、在家庭成员之间进行转账等。

然而迄今为止，无网点银行解决方案大量应用于社区内交易的证据非常有限[7]。许多创新型虚拟现金产品已在发达国家试用，但其成功率较低，这表明在面对面的个人小额支付业务中，现金还很难被取代。安全性应该是一个更加强大的现金替代驱动因素，尤其在犯罪猖獗地区或冲突地区，移动货币产品可能会成为非常成功的现金替代品。

最后，如果我们希望人们在其社区内使用电子支付方式并管理其日常金融生活，则仍然需要大幅降低交易成本。系统应该可以处理 2 美元——许多人的日收入——的小额交易，代理机构佣金不超过 2%。这意味着客户交易费用应该在 2-4美分之间（2 美元交易的1-2%）。[8]只有在这种情况下，电子交易规模才会与贫困群体的日现金流量相匹配。

有助于提高代理机构交易量的最后一个要素就是在所有金融供应商之间共享代理机构——正如 ATM 在许多国家共享一样。这样，他们就可以从整个常规客户群（无论他们在哪家银行开户）中争取银行业务，而不是仅仅争取那些与“特定”银行合作的客户。此外，通过消除不必要的代理机构（服务不同的银行客户群）重复现象，同样数量的交易可由更少的代理机构来处理。

在最终用户以外寻求其他愿意支付服务佣金的客户

Ivatury 和 Mas (2008) 的著述指出，一两种“基础”支付服务在无网点银行系统的使用中占据着主导地位，这些服务构成了吸引客户进入无网点银行平台的主要驱动因素，绝大部分交易均属此类。这方面的实例有巴西的公共事业账单支付，以及菲律宾和肯尼

[7] 在此方面，移动通信业同样处于领先地位，其提供的话费转移产品支持朋友间的话费馈赠或父母为其子女购买话费。
[8] 菲律宾的 Smart Money 和 G-Cash 系统执行个人对个人交易的收费范围是：2 - 5 ¢。肯尼亚的 M-PESA 个人对个人交易收费为 46¢，南非的 MTN Banking 和 WIZZIT 个人对个人交易收费为 39¢。

亚移动运营商中心系统的话费分销和汇款接收。这三者之间的共同点是无网点银行供应商可以利用除受益客户之外的其他参与方较高的支付意愿：

- 过去，公用事业面临着较高的收款成本，因此这些部门通常愿意为其客户使用新型电子账单支付方式而缴纳手续费。通过将交易成本的负担从付款人（客户）转移到收款人（账单开具人）身上，参与无网点银行系统的银行可以发掘出更多支付意愿。银行因而有动力来促进电子账单支付服务的发展，同时客户也觉得其定价相对于现有产品更具吸引力。
- 据估计，菲律宾有 250 万的活跃移动货币客户，其中 100 万以上为话费经销商。事实上，大多数人只是利用移动银行平台将电子货币转换成预付话费。这是因为移动运营商能够为话费转售提供更高的佣金（通常约为 10%），移动运营商从高额产品利润中抽取一部分资金来承担这笔费用。大多数此类商店大力宣传话费产品（赚取 10% 的佣金）而不去推广现金存/取产品（赚取佣金不足 1%）也就不足为奇了。
- 同样，国际汇款一直是一项高盈利业务，佣金范围通常在 7-10% 之间。汇款网络的成功部分原因是基于国内终端网点的密集性。所以，他们通常愿意为终端提供可观的佣金，作为对当地网点参与网络的回报。

通过这些鼓舞人心的服务经验可知，除低收入的最终用户以外，我们需要找到更多愿意为金字塔底层群体交易支付佣金的参与者。这些交易应构成大部分佣金的来源，而对用户承担手续费的个人对个人支付和小额存款交易收取低利润佣金 (Goldfinch 2006)。

就此而言，我们看到在企业对个人支付（例如薪水）、政府对个人支付（例如养老金和社会福利）和个人对政府（例如税费）支付领域存在大量机会。对于企业而言（无论其正规与否），如采用电子方式向工人或供应商付款，必能从中受益。这种方式不仅能降低现金处理成本，而且有助于加强企业对开支的控制。同样，政府向偏远乡村人口进行福利项目或养老金的现金支付时，通常需要承担高昂的成本。无网点银行服务供应商应该为其开发强大的支付服务方案，这些服务的价格必须低于当前同类产品，同时还要为代理机构提供可观的佣金。

上述业务中还蕴含着紧密连接电子银行平台和电子商务产品的良机。Smart 或 Globe 的话费转售即属此类：消费者使用移动货币平台来购买话费，且经销商使用相同的移动货币平台与运营商进行结算。通过为支付和产品销售建立关联，代理机构的佣金得以提高。

降低代理商的服务提供成本

提供银行服务的商店主要面临两种成本：(*i*) 现金处理成本（包括营运资本、前往银行的费用和丢失或被盗风险）以及 (*ii*) 使用商店资源（包括空间和人员）的成本。这两种成本都有可能找到节约的办法。

现金处理成本完全取决于现金流入和现金流出交易在时间和数量上的匹配程度。如果交易的发生正合时宜（一个客户存款立即被另一笔等额取款交易抵消），则商店提供此项服务实际上并未支付任何成本（除占用店员的时间外），这样就有理由接受明显低于所售其他产品（需要资金和仓储）的佣金水平。

金融服务供应商可以使用产品组合和营销手段来平衡社区层面的现金存取成本，这样代理机构无需过多前往银行即可对自身的流动资金进行管理。通过这种方式减轻商店履行现金存取职能的负担，应该可以显著降低代理机构的佣金并为客户提供更可靠的流动性。这需要金融服务供应商仔细分析各个地方的净现金趋势，并根据需要设计提高现金存取业务量的方式。例如，当地现金短缺的问题可通过具有吸引力的新储蓄产品或使更多企业将工资发放到账户中加以解决；当地现金盈余的问题可通过扩大在代理机构支付的账单范围或提供大额贷款给合适群体加以解决。

关于另一种成本，利用商店资源（店员时间、店内空间）：代理机构一定要是商店吗？将银行代理机构业务从管理费用较高且习惯获取较高产品销售利润的商店中脱离出来，可能会降低贫困社区现金存取的成本，同时创造出新的谋生手段。于是，我们可以将使

用支付系统转变成人们的新商机，从而在便捷性和成本之外找到新的驱动力量。

此类应用已有成功的先例：在菲律宾 Smart Money 或 G-Cash 平台上的 100 万名话费经销商中，除了许多小型社区“便利店”以外，还有许多年轻人在其社交圈子中担当着“自由”经销商的角色。我们甚至可以设想出一种新型的 Susu 收款人，他们可以利用无网点银行技术来向其用户提供更高水平的服务和信任保障。另一个有望创造新代理形式的领域就是账单支付：比如，我们可以想象存在一种流动账单付款人，使用手机代表客户支付账单并收取费用作为回报。这种模式可能不适用于所有情况，但却值得探索。

挑战 3：为所有人提供交易账户

高普及率需要多家金融机构联合起来，共同向所有群体推广和销售金融服务。金融机构必须开发出一种业务模式，使得在所有客户群体中应用此模式都能实现盈利。

或者，我们可以从客户角度来看待这个问题：截至目前，我们已经探讨了应用问题（拓展服务范围和增加交易数量），那么使用渠道问题应如何解决呢？如果我们将使用渠道定义为拥有交易账户——在电子支付网络中的登陆点，则需要攻克某些壁垒才能确保所有人都拥有交易账户：

- **成本基础**。需要一类拥有低成本银行业务平台（用于维护客户账户的系统）的金融服务供应商，以便能够向所有人提供账户并从中盈利。
- **收入模式**。鉴于低收入群体有交易需求，但又似乎只能维持相对较低的储蓄余额，因此以低收入群体作为目标客户的金融服务供应商需要从电子储值（float-driven）驱动模式向交易驱动模式转移。
- **信息问题**。所有人均应提供必需的开户信息。

低成本银行业务

要充分利用支付网络，尤其是附属于该网络的储蓄服务，需要开设一个交易账户。谁能向客户提供交易账户？当涉及到无固定收入来源、储蓄额较少且常常是小额交易的贫困群体时，答案可能就不那么乐观了。对许多银行而言，服务贫困群体的收益和成本根本不能匹配。

传统核心银行系统的复杂性和成本驱动因素包括：对平台可靠性、准确性和安全性的要求；了解横跨多种不同产品的客户综合状况的需求；以及监管报告需求。核心银行系统的要求通常根据高端客户的需要来制定，因为高端客户往往可以实现更多利润。相关规章通常还规定必须满足严苛的最低要求（例如在记录维护方面）。所有这一切都会提高每个客户的固定会计成本，最终导致服务贫困客户的业务丧失经济价值。

小额信贷机构可以开发为贫困群体量身定制的经济型核心银行业务系统。但是他们通常会面临规模问题，因为他们必须将（从绝对意义上来说较低的）固定的系统成本分摊到相对更小的资产基础上。

这就使得加快推进贫困或赤贫群体享受银行服务的愿望难以实现，至少在纯商业基础上是这样。扶贫市场参与者可以采用两种基本方案来解决这一问题。一种方案是小额信贷机构共享后台系统。共享型核心银行业务系统将由第三方应用程序服务供应商（ASP）来开发、管理和托管。应用程序服务供应商可能会采用简化的核心银行系统，以反映小额信贷机构客户的基本需求，并将成本分摊给大量客户。但是，这将导致参与系统的小额信贷机构在远程访问银行应用程序时严重依赖数据连接的可靠性。

另一种方案是提供专用银行业务平台，仅支持一种产品——交易账户。通过专业化运作，核心银行系统可以大幅降低复杂性，最终产品将类似于移动运营商用于维护客户话费余额的预付平台。如果允许非银行金融机构（包括移动运营商自身）发行充值卡或其他形式的电子货币，则此方案将会极具影响力。如允许大众市场中较具品牌亲和力和营销渠道的参与者来提供有限的储蓄和交易服务，目前无银行账户的客户将可通过另一条途径加入支付网络，此举将为遭到严重忽视的金字塔底层群体金融服务市场引入竞争因素。当然，出于合理保护公众资金安全的需要，此类参与者应当获得相关许可牌照。

如果这些低成本方案未能让市场实现广泛包容，还有两种强力手段可供政府选择。第一种方案是强制普及既定的基本账户（采用既定的价格），该方案的实际效果是要求银行交叉补贴客户群中导致亏损的客户。这是公用事业的一般做法，即客户的费用从地理位置上来说是平等的（例如客户为农村或城市电话线路支付的费用相同，尽管两者的成本相去甚远）。就银行业务而言，其效果可能并不明显：银行可能不得不在其产品组合中提供低成本产品，却忽视对这类产品的有效推广。第二种方案是政府提供补贴，使银行从贫困或农村客户群体中获得更多收益。但是，我们尚不完全清楚普及金融服务所产生的经济影响，因而无法证实此类政策措施的正确性。

非传统收入模式

对于银行而言，实施低成本银行服务平台并不足以确保包容性或体现对扶贫的重视。鉴于贫困群体持有的储蓄余额较低，银行还需要将其收入模式从传统的周转金驱动型向交易驱动型转变。此外，他们将需要开发向客户交叉销售服务的方式（例如，从支付到储蓄再到保险）以增强其盈利性。

知己知彼

比如说，客户所在村庄拥有一个低成本支付网络（通过零售商店中的无线设备）。即使具备这种设施条件，客户是否可以按照其希望的方式访问网络？遗憾的是，服务供应商需要或希望了解客户的一些信息。如无此类信息，他们将拒绝为客户服务。上述低成本支付网络需要补充一些信息才能实现服务的高普及率。

首要问题与身份证明有关——根据“反洗钱与反资助恐怖主义”(AML/CFT) 规则制定的一项法律要求。由此得出的结论是，每位公民均应能够方便地出示身份证明。国家可以采取一些措施来推动此项服务的普及：确保提供具有公信力的单张卡或一组卡，可以覆盖全部人口；提供身份证明数据库的电子访问渠道，以便服务供应商验证客户所提交身份证的真实性；允许授权第三方在合理风险限制范围内代表服务供应商实际检查身份证（核对照片和签名）。对于风险较低的情形（客户只维持小额储蓄并办理小额交易），还可免除身份证明要求。

第二个信息问题与客户的借贷能力相关。拥有负担得起的贷款渠道可能是使用无网点银行服务的一个重要驱动因素。借贷受制于著名的信息不对称性：我认为自己是合格的借款人；我清楚获得资金后应如何处理；我了解所申请资助项目的质量；我明白如果拿到贷款我会付出何种努力——但是银行无法像我一样确定这一切。如果这些信息不对称性问题得不到解决，则可能面临信贷供应不足（或“信贷配给”）的困境。发生这种情况是因为，如果银行采取提高利率（超出特定阈值）的方式来应对较高的信贷风险，则“安全”借款人将因繁重的利率而心灰意冷，转而将信贷需求留给那些不太在乎利率的“危险”借款人（因为他们有机会借到根本就没有能力偿还的贷款）。

市场结构中的某些部分有助于解决这些信息不对称问题。信用咨询公司可提供借款人的信用历史记录报告，以表明其偿还贷款的“资质”或意愿。对于抵押品，可通过抵押品登记核实其财产的法定所有权。让服务供应商了解客户及其资产的情况，使他们能够更精确地为所提供的服务“定价”。这样，通过无网点银行渠道，即可提高金融服务的使用率。此外，无网点银行服务还有助于吸引人们使用储蓄产品并建立正面的金融信息档案，以此为契机进一步接触信贷或其他产品。

挑战 4：互通业务模式

在上述探讨中，共享是不变的主题：代理机构可以共享（正如他们从功能上取代的 ATM 那样），手机平台可以共享，信用咨询公司本身从定义上就能共享，甚至核心银行系统可以在 ASP 模式下实现共享。金融服务供应商可能会选择共享，而不是构建他们自己的渠道或系统，这完全是出于实用的考虑：降低成本、加速市场扩张并将覆盖范围延伸至单凭一己之力所不能及的领域。与其他供应商进行大范围共享可让供应商专注于真正重要的工作，比如充分利用核心竞争力或瞄准特定的市场。如此一来，供应商即可在其活动范围内利用规模经济效应，同时将服务产品推广给更多客户。

互通性（共享的基础）是任何联网型企业的关键考量因素之一，支付网络也不例外。要为客户提供互通性：客户拥有账户之后，就想要使用账户进行各类支付。实际上，对客户来说，入网的价值取决于他们有多少朋友、商业对手以及与之相关的公共事业、金融机构和代理机构等连接到了网络中。如果所有账户发行机构能够连接到同一个国家支付网络中，则可使用任何代理机构进行现金存取，并可办理任意方对任意方的支付交易，而且在原则上所有客户的价值均将实现最大化。

但是供应方的情况要更为复杂。因为对于供应商而言，客户数量越大越好，事实上大型机构可能会选择将客户维护在封闭的网络中（即不与其他机构互通），以期将规模转化成一种比较优势。小规模的竞争者将从共享客户和平台中获得更多收益；实际上，互通性是一种非常好的“均衡器”。正因如此，如果在网络开发初期强制实行互通，则可能会扼杀创新和发展动力。既然其他机构能在晚些时候接入并充分利用网络的功能，为何要投资创建和发展这样的网络呢？

实际上，监管机构对此领域的强制性措施持非常谨慎的态度。一般而言，最好让市场来确定可实现互通的最佳时机和批发（供应商间）定价，同时确认各参与者作出的贡献和享受的利益。互通性并不表示“免费”，但是如果参与者之间的补偿价格非常高，并被转嫁到客户身上，那么客户可能会选择退出这些服务，而互通性的好处就只能停留在纸面上。监管机构需要密切注意支付网络的竞争动态，但应避免草率或武断干预。

所以，关键问题将是如何进行“合作竞争”管理：与其他供应商协作，共同构建互通网络的基础，让所有供应商能利用此环境扩大客户群体范围，并通过竞争发展业务。

要实现全面共享的代理机构网络和任意方对任意方支付方案，需要在以下层面实现互通性：

- **终端设备**。客户和商户交易时使用的 POS 终端设备必须能接受所有参与银行的支付工具。否则，商户需为各家银行部署特定的基础设施，这就会给与多家银行合作的商户增加经济负担。
- **交易转换**。（取现、存款或转账方面的）客户指令需要在每笔交易结束时在相关金融机构之间进行实时传达，以便客户从 ATM 或银行代理机构获得满意的即时服务（现金、存款凭证、转账确认）。从客户角度来讲，交易过程已经结束，即使此时交易还在另一银行的账户中，两家银行尚未进行结算。
- **银行间清算**。涉及多家银行的客户账户交易需要进行会计记录，以便相关银行跟踪彼此之间的欠款额。对于小额交易，则会随时记录并定期计算抵消后的净额。通过清算职能，批量账单开具人（如公用事业）还可以向多家银行索取客户付款回单。
- **银行间结算**。银行间应付金额需要时常进行结算（即资金实际需要从一家银行转移到另一家银行）。通过各家银行在约定的清算银行（通常是中央银行）开立的账户，实行转账结算。

银行可通过缔结双边协议来实现不同层面的互通性。但是更常见的做法是依靠特定机构执行相关职能，包括：ATM/电子资金转账-POS 或银行卡支付交换系统、自动票据交换所 (ACH) 以及实时全额结算系统。前两者的所有人通常是银行财团，而后者的所有人通常是中央银行。可能存在多种相互竞争的交换系统或自动票据交换所，但是从客户角度来看，这些设备可以通过相互关联来提供无缝互通服务。

虽然在原则上，此类互通系统应能通过交易的累积加总来提高效率水平，但是如果联合决策过程导致不理想的基础设施投资决策出现，则这种高效率可能无法落实。此外，如果控制整个交易进程链瓶颈的共享基础设施运营商侵吞了这些利益，则即使实现了高效率，也可能不会转化成面向最终用户的低成本服务。

总结

在传统银行环境中，专有分销渠道和后台系统的高成本相应地增加了客户的直接和间接成本，进而导致活期账户在民众中的使用率非常有限。许多贫困和农村人口不得不应对缺乏正规银行系统服务的生活。对于某些人来讲，不选择正规金融服务的理由可能是缺乏

实体银行、适当的交易文件，或是成本过高。而对另外一些人而言，与其当前的储蓄和支付处理方式（比如把现金压在床底下、以实物或牲畜形式进行储蓄）相比，这种价值主张显得过于薄弱或模糊。此外，在某些情况下，人们对银行必须提供的服务认识不足，而且一些普遍性的观念也会阻碍他们尝试与以往经验不同的新事物。无论是哪种情况，正规金融机构必须提供的服务对于这些潜在客户似乎并不具有吸引力。

有时候，新开立储蓄账户的客户选用某种服务，主要是因为这种服务是其他服务的先决条件：从银行或小额信贷机构获取贷款、领取薪水、接收亲朋好友的汇款或者政府发放的社会福利。储蓄产品是供应商“强加”给客户的，而不是客户“主动要求”的。这并没有什么过错：特定金融服务的使用需要一条连接支付网络的渠道。但这仅是通往金融普惠之路的起点。

无网点银行服务可显著削减交易成本并拓宽正规金融服务覆盖的地理范围。提供具有吸引力的相关产品将是通过新渠道触发需求的必要条件。但是，开发这一潜能也会引发若干政策问题。在促使低成本零售支付和银行基础设施在全国范围内普及的问题上，政府应发挥怎样的作用？在这项工作中，推动技术驱动型创新和确保系统稳定性、激发竞争和努力实现互通性、为客户提供金融选择和保护消费者都是需要关注的优先处理事项，那么如何正确找到它们之间的平衡点呢？

相比之下，影响客户采用率的壁垒与其对科技的态度关系不大（害怕变化、陌生的用户界面、安全考虑等），而与宣传——客户获得的切实利益和针对各供应商的经济奖励（或业务案例）——的关系更为密切。想一想在菲律宾使用运营商的移动货币平台为客户提供话费充值业务的一百万家小型社区“便利店”和话费经销商：他们的事例表明，电子货币转账系统可以进入大众市场——只要用户拥有使用这些服务的真正动力。菲律宾约有 1700 万户家庭，这意味着每 17 个家庭中就有 1 户将其作为副业。

参考文献

Deshpande, Rani. 2006. “Safe and Accessible: Bringing Poor Savers into the Formal Financial System.” Focus Note 37. Washington, D.C.: CGAP, September.

Goldfinch, Peter. 2006. “Can Developing Countries Afford a Developed World Payments System?” The Goldfinch Report, Issue 10. Auckland, N.Z.: GFG Group, November.

Ivatury, Gautam, and Ignacio Mas. 2008. “The Early Experience with Branchless Banking.” Focus Note 46. Washington, D.C.: CGAP, April.

Ivatury, Gautam, and Mark Pickens. 2006. “Mobile Phone Banking and Low-Income Customers: Evidence from South Africa.” Washington, D.C.: CGAP and United Nations Foundation.

Lyman, Tim , Mark Pickens, and David Porteous. 2008. “Regulating Transformational Branchless Banking: Mobile Phones and Other Technology to Increase Access to Finance.” Focus Note 43. Washington, D.C.: CGAP, February.

Mas, Ignacio. 2008. “Being Able to Make (Small) Deposits and Payments, Anywhere.” Focus Note 45. Washington, D.C.: CGAP, April.

Mas, Ignacio, and Hannah Siedek. 2008. “Banking through Networks of Retail Agents.” Focus Note 47. Washington, D.C.: CGAP, May.

Mas, Ignacio, and Kabir Kumar. 2008. “Banking on Mobiles: Why? How? For Whom?” Focus Note 48. Washington, D.C.: CGAP, June.

Porteous, David. 2007. "Just how transformational is m-banking?" FinMark Trust. Available online at www. finmarktrust.org.za.

Rutherford, Stuart 2001. *The Poor and Their Money*. United Kingdom: Oxford University Press.

World Bank. 2006. "The Role of Postal Networks in Expanding Access to Financial Services." Global Information and Communication Technologies Department Discussion Paper. Washington, D.C.: The World Bank.

焦点第50期
2008年10月

请与您的同事分享本 Focus Note，也欢迎您向我们索取本文或同系列其他文章的更多副本。

对于您提出的宝贵意见，CGAP 表示感谢。

所有 CGAP 的出版物均在 CGAP 网站上提供，网址为 www.cgap.org。

CGAP
1818 H Street, NW
MSN P3-300
Washington, DC
20433 USA
电话：202-473-9594
传真：202-522-3744

电子邮件：
cgap@worldbank.org
© CGAP, 2008

本 Focus Note 作者为 CGAP 技术项目顾问 Ignacio Mas。Gautam Ivatury、Kate McKee、David Porteous、Rich Rosenberg、Hannah Siedek 和 Jeanette Thomas 在本文起草时提出了宝贵意见，作者在此表示感谢。

在其他著作中经常会引用 CGAP 的出版物。如需引用本文，建议采用以下格式：Mas, Ignacio. 2008. “Realizing the Potential of Branchless Banking: Challenges Ahead.” Focus Note 50. Washington, D.C.: CGAP, August.