

<<网络金融概论>>

图书基本信息

书名：<<网络金融概论>>

13位ISBN编号：9787810882224

10位ISBN编号：7810882228

出版时间：2004年09月

出版时间：西南财经大学出版社

作者：欧阳勇

页数：233

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<网络金融概论>>

内容概要

金融是现代经济的核心，网络金融是现代金融发展的一个显著趋势，它正以前所未有的方式改变着我们的生活。

《网络金融概论》全面地论述了网络金融的发展、具体业务、以及对世界经济的影响。

内容丰富、观点新颖，有比较高的学术价值。

作为教材，《网络金融概论》体例严谨，论述全面，观点平和，在知识的传播和积累上有一定的意义。

书籍目录

前言

1.网络经济与网络金融

1.1 网络经济概述

1.1.1 网络经济的界定

1.1.2 网络经济的特征

1.1.3 网络经济的影响

1.1.4 网络经济促进世界经济增长的主要理论

1.2 网络经济发展与网络金融发展

1.2.1 网络金融发展的技术背景

1.2.2 网络金融发展的客观经济需求

1.3 网络金融的特征及影响

1.3.1 网络金融的特征

1.3.2 网络金融的影响

2.网络银行基础

2.1 网络银行概述

2.1.1 网络银行的基本概念

2.1.2 网络银行迅速发展的原因

2.1.3 网络银行的经济特征

2.2 网络银行的主要发展模式

2.2.1 纯粹虚拟的网络银行

2.2.2 依附于传统银行的发展模式

2.2.3 依附于非银行机构的发展模式

2.3 网络银行的发展历程与现状

2.3.1 国外网络银行的发展状况

2.3.2 国内网络银行的发展状况

3.网络银行业务

3.1 网络银行业务发展阶段与发展模式

3.1.1 网络银行业务发展阶段

3.1.2 网络银行的业务经营模式

3.2 网络银行的主要业务

3.2.1 公司银行业务

3.2.2 个人银行业务

3.2.3 公共信息服务

3.3 国外网络银行的主要业务种类

3.3.1 传统大银行的网络银行业务

3.3.2 中小银行的网络银行业务

3.3.3 纯虚拟银行的业务

3.4 国内网络银行的主要业务种类

3.4.1 网上基本业务

3.4.2 电子商务业务

3.4.3 其他业务

3.5 网络银行业务案例

3.5.1 国外网络银行——美洲银行的网络银行业务

3.5.2 国内网络银行——中国工商银行的网络银行业务

4.网络银行的建设与发展战略

4.1 银行战略项目规划

4.2 银行总体战略目标

4.2.1 网络银行总体战略目标

4.2.2 面向客户的网络银行战略

4.3 银行竞争战略

4.3.1 网络银行的四种典型竞争战略

4.3.2 网络银行服务分销战略

4.3.3 网络银行客户群战略

4.4 网络银行电子商务战略

4.4.1 搭建交易平台

4.4.2 搭建跨行支付转账平台

4.4.3 选择战略合作伙伴

5.电子货币

5.1 电子货币概述

5.1.1 电子货币产生的客观经济基础

5.1.2 电子货币的概念

5.2 几种主要的电子货币

5.2.1 E-Cash

5.2.2 Mondex卡系统

5.2.3 其他的电子货币系统

5.3 电子货币相关讨论

5.3.1 如何认识电子货币

5.3.2 电子货币的发行会挑战中央银行的货币发行权吗

5.3.3 电子货币的发行会影响中央银行基础货币的投放吗

5.3.4 电子货币能否完全取代现有的货币

6.现代银行卡

6.1 银行卡概述

6.1.1 银行卡的产生和发展

6.1.2 银行卡的分类和功能

6.1.3 银行卡的影响

6.2 银行卡的网络应用

6.2.1 第一虚拟

6.2.2 Cyber Cash及其实现

6.3 电子资金转账系统(EFT)

6.3.1 EFT概述

6.3.2 EFT的特点及对银行的影响

7.现代化支付清算

7.1 各国银行支付清算电子化

7.1.1 支付清算概述

7.1.2 支付清算电子化的发展

7.2 主要的现代化支付清算系统

7.2.1 SWIFT清算系统

7.2.2 CHIPS系统

7.2.3 Fed Wire——联邦资金转账系统

7.2.4 CHAPS——自动化清算所支付系统

7.3 我国支付清算电子化的发展

7.3.1 我国支付清算电子化的基本情况

7.3.2 我国支付清算系统的现代化发展

8.网络证券

8.1 网络证券概述

8.1.1 网络证券的含义

8.1.2 网络证券的主要特点

8.1.3 发展网络证券的基本条件

8.1.4 网络证券对传统证券业产生的影响

8.2 网络证券的发展状况

8.2.1 国外发展状况

8.2.2 国内发展状况

8.2.3 网络证券将成为我国证券业发展的重要促进力量

8.3 网络证券的模式

8.3.1 网络证券的发展模式及其选择

8.3.2 网络证券交易的模式

8.3.3 网络证券业务的经营模式分析及其启示

8.4 我国网络证券发展面临的问题和对策

8.4.1 面临的问题

8.4.2 推动我国网络证券发展的若干建议

8.5 案例网络证券业务平台的构建——证券之星

8.5.1 证券之星概况

8.5.2 证券之星的营销内容

8.5.3 证券之星的优势

9.网络保险

9.1 网络保险概述

9.1.1 网络保险的概念

9.1.2 网络保险的优势

9.2 网络保险的基本构成

9.2.1 网络保险的发展模式

9.2.2 网络保险的内容

9.2.3 网络保险的投保步骤

9.3 网络保险系统构建

9.3.1 网络保险的运行环境

9.3.2 制定目标、需求分析和市场定位

9.3.3 业务流程改造

9.3.4 组织结构的调整

9.3.5 营销模式的转变

9.3.6 内联网和网站建设

9.3.7 发展网上保险业务

9.4 网络保险的发展状况

9.4.1 国外网络保险的发展状况

9.4.2 国内网络保险的发展状况

9.5 网络保险的发展所面临的问题及对我国网络保险发展的前景展望

9.5.1 网络保险的发展所面临的问题

9.5.2 对我国网络保险发展前景的展望

10.网络银行的风险及其监管

10.1 网络银行的风险及其成因分析

10.1.1 网络银行的风险

10.1.2 网络银行的风险成因分析

10.2 网络银行条件下传统金融监管所面临的挑战

10.2.1 网络银行制度挑战传统监管体制

10.2.2 传统监管标准难以适用于网络银行制度

10.2.3 网络银行制度使传统监管内容滞后

10.2.4 网络银行制度改变了传统监管方式

10.2.5 网络银行制度使传统监管模式发生变化

10.2.6 网络银行制度使传统的监管原则失灵

10.3 对网络银行监管必要性的理论分析

10.3.1 通过公用计算机网络提供金融服务会增加对银行业监管的需要

10.3.2 网络银行的国际性潜在地影响着银行监管

10.3.3 开展多国业务的网络银行的监管

10.4 网络银行的监管内涵

10.4.1 网络银行的监管模式

10.4.2 网络银行的监管机构

10.4.3 网络银行的监管内容

10.4.4 网络银行的监管规则

10.4.5 网络银行的监管方式

10.5 我国对网络银行进行监管的对策

10.5.1 我国目前对网络银行的管理及难点

10.5.2 我国中央银行(银监会)对网上银行应采取的监管措施

参考文献

章节摘录

(1) 个人客户群。

网络银行的客户群与网络消费群不完全相同。

以自助银行的消费为例，自助银行常常冷冷清清，这虽然与自助银行选址有关，但也与自助银行没有明确的客户定位有关。

老年人通常都有些积蓄，但他们往往都不会操作自助银行内的各种新式金融设备，如果加上担心在大庭广众之下出丑的心理，就更加不愿意使用自助银行设备了。

年轻人既有时间也愿意接受新的金融设备，但缺乏经济实力。

中年人一般愿意接受新的金融工具及设备，而且有一定的经济基础，但他们往往没有时间前往自助银行进行自我服务。

结果，自助银行难以找到固定的客户群，门前冷清也就是自然的事情了。

根据调查，最愿意使用网络银行服务的是那些刚刚大学毕业的就业者，但是，他们普遍缺乏经济基础。

中国网络银行服务营销的重点是25~35岁的白领阶层，职业主要集中在金融业、信息技术企业、风险投资企业、外企职员、政府机构中层职员、高年级大学生、年轻教师、研究人员及部分具有先锋意识的年轻的私营企业家。

在地域上，最主要集中在中国沿海地区的中心城市的主要商业区。

中心城市的周边地区商业潜力不大。

在更广泛的市场上，可以将网络银行服务产品向12~35岁的消费者推广，其中主要向18~28岁的消费者推广。

在职业上，可以进一步选择高等院校和研究机构的教师和科研人员，政府基层职员，文化界和教育界工作人员，外贸企业、商业企业及经济发达地区的私营企业家。

例如：欧洲的第一电子商务银行（First.e）大力为个人客户提供最便捷的网络银行服务，允许非柜台客户申请其网络银行账户。

英国Barclays Bank了解到派驻海外的英国人希望能够利用因特网处理他们在英国的账户，就立即改变了原本要求客户填写及邮寄网络银行服务申请表的流程，允许客户借助CONNECT' 银行卡提供详细资料，这样客户就可以在两周内获得用户名称和密码，方便了客户在海外处理个人账户，提高了银行对客户吸引力。

(2) 公司客户群。

从理论上说，选择什么样的客户群，取决于网络银行战略及商业银行的总体发展战略。

但是，在实际操作中却没有这么简单。

在网络银行营销对象上，对于选择什么样的公司客户作为网络银行的主要目标存在着不同的争论。

一种意见认为，应该选择大企业客户，只要做好了几家大企业，在效果上就超过了数百家小企业；另外一种意见认为，应该选择中小企业客户，做好了中小企业客户，大客户自然会主动上门来合作，因为它看到了网络银行为中小企业提供完善的服务，没有理由不为大企业提供更加完善的服务。

从理论上说，这两种战略选择都没有错，关键是要根据商业银行在传统服务领域的基础和网络银行能够为客户提供什么样的金融服务产品来决定采取哪种营销策略。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>