关键词：互联网金融；商业银行；网上支付；网络借贷
　　一、我国互联网金融的发展历史与概念
　　互联网金融是当今的一个新兴产物，它的出现在给人们带来极大便利的同时也深刻的影响着传统商业银行的方方面面，面对互联网金融的浪潮，传统银行业不得不做出各种各样的应对以挽救自己的颓势。
　　互联网金融的起源可以追溯到1995年，当年，世界第一家网上银行美国安全第一网上银行诞生，随后，中国招商银行开通网上银行业务，互联网金融也从此进入中国。2006年，互联网金融的雏形——拍拍贷的出现才真正说明互联网金融的到来。近年以来，随着电子商务的迅猛发展与各种软件技术出现使得互联网金融迅猛发展，互联网金融真正的来到了我们身边。
　　二、我国互联网金融对商业银行的影响
　　随着互联网金融的蓬勃发展，传统金融市场无可避免的受到其冲击，商业银行作为传统金融系统的中枢机构，首当其冲的受到其影响。
　　（一）商业银行的金融中介角色被部分替代
　　在传统金融时代，商业银行作为重要的金融机构，履行金融中介的有关职能，向人们提供融资中介服务和支付中介服务。通过一般均衡理论分析，经济资源可以在一个不存在摩擦的市场中达到最优的配置，在这种情况下，交易成本就可以降为零，那自然也就不会有金融中介存在了。只有信息不对称和交易成本的存在才会衍生出金融中介机构，而互联网金融模式的一大特点就是可以有效降低信息获取成本和交易成本，这就自然而然的会严重冲击商业银行融资中介服务需求。由此看来，它是银行等金融中介机构的有限代替者。
　　（二）互联网金融影响了商业银行的价值创造和价值实现方式
　　在互联网金融模式的冲击下，特别是网络借贷逐步成熟与便捷的形势下，银行不得不逐步改变目标客户类型，这也就导致客户的消费习惯和消费模式有所差异，其价值诉求也发生了相当大的转变，这些现象的出现就彻底地颠覆了商业银行传统的价值创造和价值实现方式。市场参与者越来越大众化，覆盖面也越来越广，越来越多的中小企业、小型团体甚至普通大众通过互联网参与各式各样的金融服务。在这样的趋势下，该行业的社会分工和专业化被大大降低了。注重多样化、差异化和个性化服务的中小企业客户及80后、90后消费者成为了主要客户群体。
　　截止2013年第三季度，中国人民银行已允许将近300家的第三方支付组织开发、经营该业务。由中国支付清算协会发布的数据可以看出，2014年，第三方支付市场的总交易量在我国达到超过20万亿元的规模。我国第三方支付体系中最为典型的是支付宝，其市场份额超过80%。我们可以看出，第三方支付组织相比传统商业银行在电子支付领域优势明显，商业银行的网上支付业务被第三方支付组织大量蚕食，而且还有进一步扩大的趋势。其对传统商业银行业的影响可见一斑。
　　（三）互联网金融重构已有融资格局
　　在互联网金融时代，传统的融资格局遭受了严重的冲击，传统格局下难以解决的信息不完全对称和交易存在一定成本的问题在现代信息技术的迅猛发展下变得微不足道，通过网上融资平台，借贷双方甚至可以做到事前对对方信息基本完全了解。可以说，资金中介已经几乎成了“鸡肋”。
　　（四）商业银行的传统经营服务模式面临变革
　　首先，互联网金融之所以发展势头十分迅猛是因为这种模式十分重视客户体验、强调交互式营销、主张平台开放，运作模式上更注重互联网技术与金融核心技术的深度整合，能为客户提供更灵活性的产品。其次，商业银行意识到：商业银行小微企业金融服务模式在新的形势下已经无法和网络借贷展开竞争，厄待改进。借助网上平台，堪比央行征信系统的数据库在蚂蚁金融内部建立，客户在网上的信息记录应用到小额贷款上并通过大规模数据云计算，其在有效减少甄选客户的成本和风险的同时，也给客户带来了更好的体验，这自然而然的导致了转向网上寻求金融服务的客户越来越多。这种形式的发展也逼迫商业银行在传统的模式上作出改革。最后，随着互联网浪潮的冲击，商业银行开始了互联网化进程。近年来，商业银行已经开始了结合互联网与金融进行各种创新，努力弥补自己的短板，并结合自己的优势主动展开与互联网企业的竞争。
　　三、商业银行应对互联网金融的策略
　　（一）拥抱互联网，加强与互联网公司的合作
　　近年来，尤其是2005年以后，互联网科技企业取得了巨大的发展，无视甚至“封杀”它们是不现实的，也是不明智的。只有主动地和他们寻求合作的可能才能真正的顺应时代的潮流，提升自己的竞争力。第一、应加强技术上的合作。第二、应加强与互联网科技公司在客户信息共享方面的合作。两者本质上都是金融机构，而且有很多可以互补的地方，相互合作完全可以做到实现共赢。第三、尝试打造小微企业线上融资平台。
　　（二）以客户为中心，打造更加智能的银行
　　互联网金融能使客户享受到了全新的、令客户十分满意的体验，这是因为这种模式具有便捷性与大众性的特点。在互联网金融的冲击下，商业银行面临大量的客户流失，因此一步步改善客户体验应该是商业银行需要高度重视的地方，这就需要商业银行打造出一种以客户为中心的经营模式。首先，不能按照开发者自己的思路开发客户端产品，而是要根据主流普通客户的习惯与需求，设计出便利的、适合绝大多数客户切实需求的金融产品；其次，在不影响风险控制的前提下，对现有业务进行简化。不必要的业务环节会直接影响到我国商业银行的竞争力。最后，重视市场营销工作。充分利用微博、微信等新兴媒体进行网络营销，与客户进行开发交互式接触，及时满足大部分客户的要求，并注意收集用户的反馈意见用于改进相关的工作。
　　（三）重视复合型人才队伍建设
　　复合型人才队伍的建设在各行各业都是至关重要的，在竞争激烈银行业更是如此。近年来，商业银行一味只重视财经、会计类的人才，而对信息技术类人才不却怎么“感冒”，有些银行甚至就没有设立信息技术部门，很多银行虽然设置了信息部门但该部门在整个集团中话语权极低。