

很多朋友对于招商银行 区块链和招商银行区块链技术不太懂，今天就由小编来为大家分享，希望可以帮助到大家，下面一起来看看吧！

本文目录

1. [“区块链+供应链”模式如何解决金融难题？](#)
2. [如何看待区块链的市场？为什么现在区块链的市场越来越多了？](#)
3. [实际应用区块链的项目有哪些？](#)
4. [为什么有人说招商银行在银行业鹤立鸡群？](#)

“区块链+供应链”模式如何解决金融难题？

接触过很多在银行端从事此类业务开发的朋友，如果他们能看到这个问题，一定是秒答。本人只是隔三差五与这些可爱的程序员、产品经理们打交道，就负责把他们的“行话”翻译给诸位听一下：

关于区块链在供应链中的金融难题解决应用，其实可以从最新中办、国办发布的《关于促进中小企业健康发展的指导意见》中找到依据，在第三部分“破解融资难融资贵问题”当中，明确要求各机构为中小企业拓宽融资渠道，而其中的一项建议就是：

研究促进中小企业依托应收账款、供应链金融、特许经营权等进行融资。首先，这里说的金融难题是特定的，一方面是中小企业融资难融资贵，需要被“增信”，另一方面大型企业集团财务面临控本增效问题。

在无抵押无担保的情况下，一些经营风险较大的中小企业面临的问题：

传统融资模式下，大型企业融资成本一般不高于6%，中小微企业融资成本高达10-30%。

1. 融资渠道狭窄，难以直接获批银行授信，或经常需要寻找利息较高的“过桥”资金周转续贷。

2. 在产业供应链中较为弱势，应收账款多，账期长，简单理解就是遇见强势的甲方，对方要赊欠，打白条，也没办法，只能等。有些中小企业不是没生意做，订单是有的，但是资金链跟不上。

3. 贴息变现成本高，为了资金周转，用票据进行贴现，票面价值打折，亏。

对于大型企业来说，更多的是面临财务上降本增效的问题：

1.很多大型企业有实力有生意，其实不缺银行授信，很多银行都愿意贷款给他，但他反而不需要这些额度，倒是他上下游的弱势企业，需要授信。

2.大型企业的财务管理复杂程度高，如何减少资金头寸备付，大笔趴在账上的流动资金如何做企业资金理财，如何优化报表等等等等财务总监都要考虑。

3.同样面临票据管理问题，在企业间，票据结算比例高于现金结算，拆分、贴现票据的辛苦活同样困扰大企业。

区块链可以作为底层技术，在产业生态中为企业控本增效，疏通“信用”，融资变现。

“我们不生产信用，我们只是信用的搬运工”——用这句话概括目前典型的区块链-供应链服务，非常贴切。

实际的案例，比如利用区块链底层技术，搭建供应链上的应收账款平台，借用大企业授信为中小企业实现融资。

首先，银行要先在供应链上确定核心企业，所谓核心企业就是业态中的大佬，上下游的企业基本依靠买它设备来生产来吃饭，比如《都挺好》中蒙总的数控机床企业，很可能就是这一类。

其次，大小企业间的结算工具，由实体票据，转化为电子票据，基于区块链技术，这些电子票据有不可篡改不易灭失不易伪造的特点，一般由产业链中的核心企业开具，或者要说是企业间的“电子白条”也未尝不可，当然了，得是到期了会兑付的那种！

第三，上下游企业在接收到区块链应收款（电子白条）之后，如果手头需要融资，那就将区块链应收款重新线上质押或者贴现转让给银行，银行给现金，这个成本一般普遍设置低于传统模式下的贴现。

已经进入区块链-供应链实践的银行不完全列举：

一些某币炒家经常说区块链目前缺乏实际应用场景，把区块链技术说成未来之事，事实上区块链技术在银行业内已进入实际运用中，主要集中在供应链金融、扶贫、保险、钱包、数字票据、租赁等几个方面，如：

工商银行：利用区块链技术的核心企业信用跨层级流转工具-工银E信。

招商银行：基于区块链技术开展的跨境清算技术。中国银行：较为全面，据其2017年年报显示，该行一直开展区块链在贸易融资、生物认证科技、扶贫、租房等领域的应用。浙商银行：基于区块链技术开发的应收款链平台，为企业提供区块链应收款签发、承兑、保兑、签收、支付转让、贴现等功能。付款方在平台上向供应商签发应收款，银行进行保兑，供应商收到区块链应收款后，可对外支付转让变现，或申请质押融资（本文内漫画即来源于该行公司业务官微）。交通银行：基于区块链技术的资产交易平台。农业银行：推出基于区块链的涉农互联网电商融资系统——“e链贷”，利用区块链技术优势向电商供应链的法人客户提供完整电商融资服务，包括订单采购、批量授信、灵活定价、自动审批、受托支付、自助还款等各环节，以解决长期以来困扰涉农信贷业务的信息不对称、管理成本高、授信等难题。

最后说一句：

虽然区块链技术为企业融资增信打开了一扇新大门，但它也不是万能钥匙。正如接触的一位技术开发大咖所言：区块链只能做它能做到的事，无法直接为企业“造血”，而是为企业之间“输血”，它无法为企业“造”出信用，只能在企业之间“搬运、协调”信用，适用于部分生态较为健康的、有前景的实体企业。

如何看待区块链的市场？为什么现在区块链的市场越来越多了？

区块链是比特币的一个重要概念，利用块链式数据结构来验证与存储数据；利用分布式节点共识算法，来生成和更新数据；利用密码学的方式，保证数据传输和访问的安全；利用由自动化脚本代码组成的智能合约，来编程和操作数据的分布式基础架构与计算方式。

也就是说，我们用现实中的货币，另外，有一种新的可炒作的货币。并且还是虚拟的。本人对于经济还不是很了解。对于比特币在经济中发挥的作用还不是很了解，对于这种虚拟货币。我本人不是很感兴趣。实体货币都有贬值的时候。更何况是虚拟的。大致了解就行。没必要涉足。我想也是没有太大的好处。即使是一部分人赚到了钱。我们也不羡慕人家。有些虚拟的东西，适可而止。没必要太深入。国家虽然对网上和支付。政策上是支持的。但是这现金交易上。也一样支持。网上的有些东西还是经不起考验的。比如说战争，自然灾害。

实际应用区块链的项目有哪些？

区块链已不再是专属于技术人员、行业支持者以及金融从业者的狂欢。随着数字货币风暴的“爆红”，区块链技术被人们所知悉，但这从不代表着区块链被定义为一

项金融科技——作为一个去中心化的协议体系，其所内含的智能合约、共识机制、加密算法、分布式账本等，无一不在刺激着学术研究者们的肾上腺素。

在去中心化技术给这个时代带来新革命的同时，MAC多原链技术也在更多的行业施展拳脚，利用去中心化计算机系统来创建安全、可验证和永久的交易记录，从而解决不透明或非可信问题。从本质上讲，MAC多原链创建了一个安全的、分布式的信息和交易记录数据库。对于交易不透明等问题，广告行业存在的欺诈流量、隐私泄露等正在逼迫MAC多原链技术发展，以借其构造新的广告环境。

“我知道广告费有一半浪费了，却不知道是哪一半浪费了”

---约翰·沃纳梅克

目前数字广告不少费用被浪费掉了，但是又不知道是怎么浪费的，几乎人人知道。尴尬的是，一百年过去了，这个问题依然存在。目前整个生态的参与者都有各自的差异数据，很难达成共识，不仅浪费资金，还耗费精力和时间，拖慢业务节奏。

互联网的数字广告服务极大挤压了电视、广播、报纸杂志等媒体的空间，它毫无疑问大获全胜。经济发展日新月异，在如今，无论是线上还是线下消费，消费者所贡献、交换的数据均与日俱增。这些数据的价值远不仅仅是“定位”就足够了：AI为挖掘数据价值提供了极大的便利，数据又为广告商定位投放提供了商机。通过AI技术可以从中挖掘出环境、地点、时间、显著性、拥挤性、天气、轨迹、社交和全方位渠道，广告商终于也走上了科技之路。惊喜的背后往往还存在着惊吓，数字广告背后的数据，水分多的让小编虎躯一震。

当前的广告行业是不完全竞争市场，巨头蚕食了越来越大的利润空间，独立开发者和小型广告平台生存状况堪忧，有的甚至走投无路，从而退出市场。在全球数字广告行业中，“低效”甚至成为了准则：广告主付费购买广告却得不到想要的投放效果，用户则被迫收到一条条令人厌恶的广告，如此往复不已，数据量与数据价值更是不成正比。

巨头垄断虽不是广告欺诈现象的罪魁祸首，但它们却是行业乱象中的利益获得者。无利益则无动力，对于巨头们来说，广告欺诈带来的不透明保障了其在广告行业的垄断地位，它们又怎会致力于消除广告欺诈呢？

MAC多原链的存在，使得一切数据信息“有迹可循”。运用在数字经济中不得不提的数字广告行业中，MAC多原链技术表现为：智能契约和分布式分类帐、减轻广告欺诈、媒体支出更透明、调节广告投放频率、保护消费者数据隐私。对于目前低效无序的广告供应链来说，MAC多原链必将是推陈出新的关键所在。

MAC多原链技术的灵魂是共识机制和激励机制，共识机制是指在去中心化的、点对点的分布式网络中为达成某交易而定下的一种协议，其作用是维护系统的运作顺序和公平性；激励机制是利益分配和使用的核心点，使得区块链每个环节的参与者都能获得自己的回报，保障了系统的可持续性。

建立广告购买的信任研究表明仅计算2016年，超过70亿美元的花费用在了机器人点击上。而MAC多原链的出现即将改变这一现状。MAC多原链是透明并且加密的，企业可以非常方便地判断出观看广告的人是不是他们的目标用户，每年可以节省数百万的额外广告开支。企业可以有效确保他们支付的广告是有效的。告别中间代理商MAC多原链技术最终会彻底动摇整个市场，企业可以跳过传统的广告购买流程，直接向那些观看广告的目标群体支付费用。使用“微型货币”，企业之间将会争夺真实用户的真正“关注”，而非仅仅是广告的印象。并且企业可以在货币交换之前就证明广告已经受到了关注。市面上已经有一种浏览器，使用它自身的“基础关注代币”让企业能够直接向那些在自己广告上“耗费了关注度”的用户支付费用。这意味着企业将走向更加智能的广告支付，并与潜在的客户建立起联系。精准定位目标用户在过去，广告主需要从各种不同的渠道来收集关于消费者的数据，比如年龄、性别、他们的薪资水平，甚至于他们开什么样的车、晚上习惯于去哪里用餐，这些正是所谓的用户画像。但是使用了MAC多原链技术以后，广告主具备了直接从用户那里构建用户画像的能力，可以收集所有用户愿意分享的信息。这也使得市场具备了更强的能力来满足用户的需求，并将广告只投放给那些最有可能购买你产品的用户身上。提升透明度MAC多原链技术的数字账本系统使得每一个产品在供应链的移动过程中都具备了防篡改的透明度。这意味着买家可以轻松检查到产品来自哪里，谁经手过，是否合法，是否假冒，是在网上拍卖得来的还是在实体店购买的。这也将强大的权力交付给了用户自己，极大地提升了用户体验。一些公司甚至于用MAC多原链来讲述他们产品的“故事”，包括可以追溯到谁为这个产品制作了模型。从这个意义上说，MAC多原链技术不仅仅是建立了信任，它同样还建立了品牌。减少欺诈行为通过MAC多原链技术来运行数字广告，营销自动化团队将能够准确地看到谁浏览了他们的广告，并在实际开始之前及时拦截任何欺诈行为。广告欺诈是真实存在的，在我们说话的时候，它们正在全世界范围内发生。虽然它们被认为是犯罪活动，但它们往往比金钱更能让品牌付出代价——那就是它们的声誉。区块链可能无意中为这个永恒的问题提供了解决方案。

我国实施创新驱动战略和新一轮科技革命，正处于重要历史交汇期，互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链技术与实体经济融合程度进一步加深。MAC多原链作为一个颠覆性的技术，下一个互联网级别的超级大风口，自然有其非凡的解决痛点，颠覆行业的能力。

MAC多原链技术在任何地方都是一个杀手级应用，随着技术的不断发展，MAC多原链可能为营销和广告商提供更多的价值，广告传媒领域将可能出现更多极具吸引

力的机遇。

为什么有人说招商银行在银行业鹤立鸡群？

招商银行有多牛逼，咱不知道，毕竟不是专业人士。但是我有招商银行信用卡，就从信用卡谈谈我的感受吧。

1.积分，招商银行的积分虽然不好获得，额度不好提升，但是招商银行的积分是永久有效的，而且积分兑换也有太多全积分兑换产品，没有那么多套路，不像其他行积分就是废物，用积分还得花钱买东西。而且如果有渠道变卖积分，招行的积分是很值钱的。

2.不骚扰，我有很多信用卡，招行是唯一一个很少打电话骚扰的，就算真的打电话了，如果明确告知不需要其推销的产品，立马道歉并挂掉。不像有些银行，完全已经算是做到骚扰的程度了。例如某发银行，他麻痹的，大早上还在睡觉就开始打电话，直接挂断，一上午不停的打，中午终于不耐烦了接了一个，对方完全不听你说什么，直接开始按照流程开始念稿子，你给他挂了紧接着立马打过来，像是挑衅一样。最后实在忍受不了一接通直接开骂，终于安生几天。

文章到此结束，如果本次分享的招商银行区块链和招商银行区块链技术的问题解决了您的问题，那么我们由衷的感到高兴！