

互联网企业与传统金融机构加速融合

行业观察

桑彤

随着人工智能、大数据、生物识别等前沿科技在我国金融市场广泛运用,互联网企业同传统金融机构正加速融合。在“2017年国际金融科技峰会”上,与会专家指出,中国的金融科技行业发展很快,专业化分工不断深化,重塑了金融系统,但也要避免在快速的发展过程中出现失衡。

6月以来,不少互联网巨头与传统银行合作。京东宣布和工行签署金融业务合作框架协议,百度

和农行也宣布牵手,中行公布与腾讯在大数据、云计算、区块链等多方面的合作。而以零售见长的招行则更加积极,在金融服务场景化思路下,招行信用卡先后与京东、摩拜等互联网相关企业合作,在购物、社交、旅游、出行等多方面布局。

上海市互联网金融行业协会秘书长王喆表示,随着金融科技的不断发展,传统金融机构及金融科技机构对行业的理解更加深刻,双方不再是简单地排斥和颠覆,相反存在着很大的合作共赢空间。

从过去以银行为主导的金融科技1.0时代,到如今的2.0时代,金融科技企业为金融机构提供技术服务,利用现代信息技术对传统金融业务进行流程改

造、模式创新、服务升级,促进了金融领域更深层次的大分工。

北京银行信息科技管理部副总经理明立松表示,银行主要通过大量引入金融科技,使传统需要柜员操作且没有任何技术含量的高频操作完全自助机器化。

“除在银行传统服务方面更为智能,金融科技对银行的经营模式和能力也有所提升。”浦发银行总行科技金融中心主任袁蕊介绍,在大众创业、万众创新的当下,银行可通过线上大数据解决企业投融资需求。

中国人民银行金融研究所所长孙国峰提醒,虽

然中国的金融科技行业发展很快,但我们也要避免在快速发展中出现失衡。在孙国峰看来,一方面,因为金融科技新的监管制度框架和充分竞争的市场环境还在发展过程中,有可能会影响优质公司的可持续发展,金融科技公司之间容易出现发展失衡。另一方面,大数据由金融科技巨头汇集,客观上可能产生数据寡头现象,带来数据垄断,这也造成数据分布和数据使用的失衡。此外,金融消费发展和金融消费者保护之间的失衡也值得关注。

孙国峰强调,只有维护好金融科技新生态,更好地服务实体经济,才能更有利于防范金融风险,更大程度地保护消费者权益。(据新华社)

业界声音

孙春兰: 反对盲目逐利等扰乱金融秩序的行为

7月20日,中共中央政治局委员、中央统战部副部长孙春兰向党外人士通报全国金融工作会议精神。孙春兰指出,要围绕金融监管协调、补齐监管短板等事关金融改革发展稳定的重大问题,深入考察调研,提出高质量的意见建议。

围绕推动金融更好地服务民营经济,及时了解和反映民营企业融资难融资贵等问题,通过搭建有效平台载体,加强与有关部门、金融机构的沟通协调,推动制定完善和落实相关法规政策,帮助民营经济获得更多金融支持。

围绕维护国家金融安全,引导民营金融机构完善法人治理结构,健全风险内控机制,自觉依法依规经营,反对盲目逐利套利和资金外逃等扰乱金融秩序的行为,把更多金融资源配置到服务“一带一路”建设、精准扶贫和创新创业等方面,承担社会责任,树立诚信守法良好形象。引导会计师、资产评估师等新的社会阶层人士提高行业自律性、公正性和专业化水平,及时反映金融领域的风险隐患和违法违规问题,共同维护健康稳定的金融市场秩序。



微信支付支付宝出海能占半边天吗

本报记者 史诗

中国女孩猫猫在日本留学,前几天她在京都高岛屋cpb专柜买了一套化妆品,尝试使用微信支付还打了9折。不仅在日本,还有韩国首尔,越来越多境外百货连锁公司对微信支付的热情不断高涨。微信支付早前在东京举办首场微信支付境外开放大会上,上线全新微信支付境外开放平台,并发布名

为“WE Plan”的跨境支付产品智慧方案。

微信支付团队数据显示,日本6月单日交易额峰值是1月峰值的40倍;随着客单价的持续提高,半年间,日本接入微信支付的商户数上涨超过6倍,覆盖衣食住行旅游等方面。微信支付海外运营负责人殷浩表示,中国在“无现金化”和移动支付方面已走在世界前列。微信支付希望跟随中国游客的脚步,帮助境外商户不断提升商业服务能力。

中国人到哪儿 哪就有移动支付

“有很多中国游客来四条街逛,微信支付和支付宝比较普遍。但在日本本土人中间,还不够普及,他们更习惯用现金。”猫猫说。虽然没有想象的容易,但也丝毫不影响中国移动支付巨头们打开日本市场的决心。

这种体验,爽的可能还真是自己人。2016年,中国移动支付市场规模达2.9万亿美元,四年增长了20倍。但随着本土增长红利正逐渐消失,移动支付平台先后拓展海外业务,更多是瞄准出境游的中国人。

据世界旅游组织发布的报告显示,2016年中国大陆游客境外消费总额高达2610亿美元,较2015年增加110亿美元,同比增长12%,连续位居世界第一。

因此,中国移动支付平台出海也是大势所趋。业内人士分析,在海外业务上目前还是采用两种方式,一种是与当地银行以及商户合作;另一种方式是入股当地的支付公司。

作为第一个获得跨境在线支付牌照的支付平台,蚂蚁金服旗下支付宝早在2007年就开始布局海外业务。目前,在欧美、日韩、东南亚、港澳台等26个国家和地区,支付宝已经接入了12万多家海外线下商户门店,范围涵盖餐饮、超市、百货、便利店、免税店、主题乐园、海外机场、退税等几乎所有吃喝玩乐消费场景。同时,支付宝在全球70个国家和地区支持Uber和Grab打车服务,并且在23个国家提供消费退税服务。蚂蚁金服相关负责人介绍,支付宝布局跨境线下市场,主要以建立当地生态的方式展开。

出海之路没想象中那么简单

虽然中国移动支付企业出海热度不减,但人大国际货币研究所所长助理曲强告诉科技日报记者,中国支付企业出海依然面临不少问题。

首先,品牌接受程度。一些海外市场的支付体系已经很成熟,中国电子支付突然“闯入”,难免会产生信任问题。其次,在软件使用习惯、使用场景等方面存在差异,恰恰是使用习惯的不同而影响推广。再者,“新贵野蛮人”突然敲门,多少会引起当地同行抵制,例如在法律法规上进行约束,第三方支付渠道受阻等。

以支付宝和微信为例,出海最活跃的地区仍然是东南亚和日韩,曲强分析称:“这些国家有大量中国游客,为吸引中国游客消费,商家热衷使用微信支付和支付宝不足为奇,大有‘挟天子以令诸侯’的意思。”

但曲强也表示,“在中国,为了促进电子支付发展,央行在风险拨备、准备金方面给予第三方支付企业很多优惠政策,这样开疆拓土的方式在国外未必

行得通。”

此外,技术上的挑战也是中国第三方支付机构走出去的一道槛。北京冠领律师事务所主任律师周旭亮告诉科技日报记者,不同国家在移动互联网基础设施建设方面并不一致,跨境支付有可能涉及要用其他通道配合,为了适应国外的网络基础设施服务,这就对我国第三方支付机构支付模式和系统的更新与发展提出了较为严格的要求。

周旭亮认为,从长期来看,对于采取收购当地支付公司或与当地支付机构合作的模式开展业务并不是长久之策。“一是合规性问题,一般通过与具有支付资质的代理商合作来解决;二是欺诈风险防控问题,国内通用的很多防控手段在境外是失效的,需要探索出新的方案;三是盈利问题,相比境内支付,跨境支付业务量偏小,且涉及到代理商服务费、汇率折算等额外费用支出,短期内面临盈利难题;四是如何渗透当地主流消费场景和当地用户的难题。”

支付企业出海还能做点啥

除了提供支付服务,支付企业出海还能做点啥?来自世界银行的数据显示,目前在发展中国家,尚有20亿人没有银行账户,仅10%的人持有信用

卡,有贷款需求的人中仅21%通过正规金融机构获得贷款。在东盟国家,超过6.8亿人口中,其中3.6亿人口迄今无法获得基础的银行服务。

共享经济究竟能走多远

第二看台

作为中国经济发展的新动能,今年上半年,如火如荼的共享经济引人注目。一边是共享经济引发各路资本竞相追逐,不断有追赶“风口”的企业纷纷加入,另一边则因部分企业退市和相伴生的社会管理问题引发争议。

7月初,国家发改委等八部委发布《关于促进分享经济发展的指导性意见》,意味着这一新的经济形态从此有了规范和准绳。

“风口”上的共享经济将如何深度影响中国社会?共享经济究竟能够走多远?

共享制造:让企业换个玩法

致力于智能睡眠监测和改善的企业——享睡

(Sleepace)不曾想到,帮助其避免倒闭命运的,是一家名为“硬蛋”的科技公司。在那个被称为“制造业阿里巴巴”的平台上,“享睡”找准了产品定位,从技术方案到市场营销突破了很多困难。

科通芯城董事长、“硬蛋”创始人康敬伟说,目前,“硬蛋”已汇集超过16000个智能硬件创新项目,14000家供应商以及1600万硬件粉丝。平台通过互联网和共享模式打通各行业的核心产业链,把全球创新跟中国制造业联系在一起。

借助互联网平台共享闲置设备,共享生产线空闲档期,共享人才和服务……兴起于大众消费和服务领域的共享经济,如雨后春笋般出现在制造领域。

“制造业将成为未来共享经济的主战场。”中国社科院财经院互联网经济研究室主任李勇坚认为,共享制造能充分利用闲置生产设备,降低企业成本,信息精准对接,推动制造业实现转型。

眼下,在印度街头,随处可见一幕幕熟悉的场景:当地人用手机在餐馆买单、在加油站加油、街头随便一个飞饼摊都挂着一个二维码……在蚂蚁金服技术输出的两年时间里,印度电子钱包企业Paytm用户数从不到3000万升至2.2亿,2017年4月跃升为全球第三大电子钱包。

除了到印度,Paytm的工程师也经常到杭州来,蚂蚁金服国际事业部资深专家吴晖说:“近期他们就新派来一批核心技术团队,我们会派不同领域的技术核心人员,当面教他们怎么写代码,如何使用我们的系统。他们回去后,我们还会指定专职的技术核心成员长期跟着他们,直到全部都学会。”

寻求服务当地用户最佳模式,是技术输出重要一环。蚂蚁金服在印度推出“诊断”模式,根据每个合作伙伴的技术能力、业务诉求的不同,选择不同的合作方式。

在印度,大多数人用的智能手机都是廉价低端的那种,内存都很小,硬盘也很小,印度普通人对流量也非常在意,不到非用不可的时候,不会轻易打开应用,很多人不用手机的时候,甚至会关掉蜂窝移动网络,印度的移动互联网远不像中国那么成熟稳定

和流畅。吴晖说,因此Paytm的应用不能做得很大,耗费的流量越小越好。Paytm的负责人专门调研过,用户操作Paytm的流程每增加一个步骤,就意味着交易量会减少10%。

“针对合作伙伴的短板,我们会做某个垂直的、具体领域的技术支持,比如它的风控不行,那我们就去帮助他们做风控;反洗钱能力不行,我们就去帮合作伙伴在他们的技术体系内补这个短板。”蚂蚁金服相关负责人表示。

中国是目前全球移动支付发展得最好的国家。得益于中国强劲的出境购物需求,移动支付也借机走出国门,向海外市场扩张。

近半年,韩国微信支付日均交易笔数和门店数增长都超过5倍。“在国内,已经有了场景布置、中国商家也玩得炉火纯青,但在海外的市场还没有实际饱和,还没有开始深度运营。”微信支付运营总监黄丽说。微信正在计划向海外商户开放一些用户的数据画像和特征,来帮他们做运营。比如目前,很多韩国免税店有线上商城,之前通过微信支付的中国游客,就可以网上下单,去机场提货。

共享单车,可以说是共享经济对中国制造业影响最典型的案例。2017年,自行车问世200年。实心胎替代充气胎、引入汽车轴传动技术,给传统自行车加装定位芯片、通信sim卡、智能锁具、高端变速器……共享单车引发的全产业链创新,正在颠覆中国传统的自行车制造业。

共享未来:在下一个“风口”起飞

继摩拜上月完成6亿美元融资,7月初,ofo也宣布完成7亿美元融资。资本盛宴下,一边是各路“淘金者”争相挤入市场,一边不乏“悟空”“3Vbike”等企业因亏损退市。

根据腾讯研究院《2016—2017分享经济发展研究报告》,目前出行行业有15家企业关闭,主要为网约车、拼车企业;私厨平台因食品安全等问题,关闭的企业数量占比也较大;截至2017年3月底,累计停业及问题P2P

网贷平台数量为3607家,占比高达61.3%。

经历了初期“跑马圈地”后,“共享经济”是“风口”已过还是风头正劲?下一个“风口”在哪里?

专家、学者高度认同:共享经济毫无疑问将是我国家经济发展的一大趋势。

国家信息中心分享经济研究中心预测,未来几年,我国共享经济仍将保持年均40%左右的高速增长。到2020年,共享经济规模会占到GDP的10%;2025年预计达到20%。

“哪里有痛点,哪里就有共享的空间。”展望下一个“风口”,教育、医疗、知识、物流、技能等众多领域都有很大的共享空间。

专家表示,实现真正完全的共享经济,需要政府的大力推动,也需要社会信用体系等配套措施的完善。在政府、企业、个人等层面,还有大量社会资源有待挖掘。(据新华社)



顾秀莲: 经济过度金融化倾向已出现

“过去的5年间,金融体制改革进展值得肯定。而随着改革的深入推进,金融领域的深层次矛盾和改革难题依然需要认真研究,经济金融风险隐患不容忽视。”在日前举行的2017第五届中国中小企业投融资交易会、第十届全国人大常委委员顾秀莲表示。会上,业内专家普遍认为,金融是实体经济的血脉,中小企业的创新发展,更离不开金融的支持。目前,我国亟须解决过度金融化问题,防止资金“脱实向虚”。

“我国经济过度金融化倾向已经出现,一方面表现为社会上出现一哄而起泛金融的现象,各类新金融、类金融等金融机构遍地开花,全民泛金融倾向堪忧;另一方面,部分金融机构存在体内循环、“脱实向虚”的倾向。此外,金融投资和实体经济关系本末倒置,给实体经济的发展形成了巨大的负面效应。”顾秀莲认为。

刘强东: 京东用大数据分析展开金融放贷

京东CEO刘强东7月20日在联想科技大会上再次阐述京东利用人工智能驱动零售革命,提高京东的运作效率。京东在AI领域的主要方向是无人车、无人卡、大数据等方面。刘强东透露,京东已在北京开建无人车。预计明年双十一之前建成,用人工智能和机器人实现整个仓储的无人操作。刘强东表示,京东还在无人卡车等领域做准备,无人卡车相当于流动的配货站。

“未来12年,京东至少还有十倍的销量增长,但员工人数希望保持不变。相信10年之后,京东的人员加起来,反而会很少,我们的目标是8万人。”刘强东称。

刘强东还透露,京东利用大数据分析展开金融放贷。他表示,京东金条只有十几个员工,但他们基于大数据分析模型给用户借款,去年12月,京东金条单月放款超过50亿,今年6月,单月放款超过100亿。所有贷款均在线上完成,至今没有跟任何一个借款人见过面,坏账率加起来不超过0.3%,远远优于银行的2%左右。



(本版图片来源于网络)