

现金贷,高利贷的孪生兄弟?

财经观察

王淑娟 桑彤

近日,一款名为“现金贷”的小额、短期线上金融产品引发广泛关注和质疑,无牌照滥放贷款、动辄500%的超高利率、暴力催收、泄露用户隐私等行业乱象不断爆出。

现金贷到底是金融创新,还是披着马甲的线上高利贷“陷阱”?蕴含哪些风险?未来该如何监管?

“3秒完成借款”“凭身份证1分钟申请”……打开手机APP商店输入“现金贷”字样,各种平台诱人的宣传语扑面而来。现金贷通常放款金额在500元至2000元,期限7天至30天。

“市场上各种现金贷平台有几千家,很多都是

P2P平台转型而来的,也有不少新成立的,因为这个行业挣钱,可以说是暴利。”一家现金贷平台内部人士向记者透露,现在这一行业的综合借款利率都很高,年化利率别说是500%,甚至1000%的都有。

按照2015年9月1日起施行的《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》,如果借贷双方约定利率超过年利率36%,则超过部分的利息应当被认定无效。

记者在现金贷平台“钱站”APP的一款“先花钱”产品上看到,一笔7天期的1000元借款,虽然利息只要1.05元,但还要收取信息认证费、风控服务费等等共96.95元,实际到账金额仅为903.05元。这样算下来,综合借贷年利率竟高达505%。

更受诟病的是现金贷平台收取的高额逾期滞

纳金。记者在“钱站”上看到,有一款“现金侠”的产品,逾期1天要收取滞纳金20元,也就是说一笔1000元的借款,只要逾期50天还款金额就要翻倍。

据星合资本对20多万名已借款客户的相关数据进行分析,近40%的现金贷用户月收入在5000元以下,主要为20岁到30岁、相对低学历的年轻群体,这些小额资金除了用于消费外,还用于临时交通费、缴税、资金周转等急需场景。

区域分布上,借款人数量超过万人的省份有5个,广东省以3.5万名借款人遥遥领先,浙江、江苏、福建、四川四省的借款人数量均超过1万人。

星合资本董事长郭宇航指出,银行的风控基于央行征信,但是中国有6亿人没有信用记录。而且目前月收入在5000元以下的网民中,至少2.4亿人没有信用卡,他们全都是现金贷的潜在用户。

然而,这部分借贷人群的特点,也注定了现金贷潜藏金融风险。百融金融发布的报告显示,56.5%的客户申请现金贷次数大于2次,其中申请2到5次的客户比例最高,达到36.7%。申请多次借款的客户中,在多家机构申请借款的人数占比达49.4%。

“现金贷属于消费贷的一种,有一定市场基础,但同时也要加强监管。”上海大学金融科技研究所副所长孟添说。

针对现金贷规模扩张迅猛,央行金融市场司司长纪志宏28日表示,下一步将按照实质重于形式的原则,实施穿透式监管。

加强监管之外,郭宇航认为,终结现金贷乱象的办法之一就是让这一金融产品在阳光下运行,进行持牌管理。(据新华社)

数说

500万元

“双11”日益临近,许多消费者早已开始往购物车里囤货,线上线下数百万商家更是马不停蹄地积极备货。然而,灯饰企业红品爱家创始人夏天平无心“备战”。夏天平的烦恼源自于一纸退出声明。前不久,夏天平公开表示,由于6·18期间面临参与促销调高价格的压力,便发布了《红品爱家不忍京东霸权退出声明》,决定退出京东。然而,夏天平的退出行为惹怒了京东,其被京东以侵犯了名誉权为由,诉至法院要求赔偿500万元。

《国际金融报》记者向红品爱家代理律师乔春了解到,10月19日,北京大兴区法院已经召集双方进行了证据交换。对此,国家行政学院法学部副教授张效羽在10月22日由上海金融与法律研究院主办的“电商平台与竞争政策”研讨会上笑称:“这个案件,从法律上看比较荒谬,京东诉‘他商’损害商业信誉是无稽之谈。”据《国际金融报》记者了解,实际上,红品爱家并不是最早宣布退出京东、并控诉京东霸权的商家。

1.2万亿元

今年1—9月,湖北省电子商务交易额达1.2万亿元,同比增长22.5%,一批企业成长为行业细分龙头。据湖北省商务厅介绍,近三年来,湖北电商蓬勃发展,今年前三季度的交易额已经是2013年交易额的两倍。良品铺子、安琪酵母等一大批电商企业抓住发展机遇,平均每年保持30%以上的增速,成为国内细分领域的龙头。数据显示,今年前三季度,湖北省电商网络零售额达1300亿元,同比增长24.5%,实体零售企业利用互联网新业态、新模式带动销售逐步提升。据介绍,湖北省今年新增建始、巴东等7个国家级电商进农村综合示范县,全省国家和省级示范县共计达39个。

700万港元

香港金融管理局近日公布一系列促进香港金融科技行业发展的新举措。在这系列举措中,包括了在粤港澳大湾区内的合作。香港金管局与深圳金融办将合办金融科技奖,以表扬和鼓励深港两地接触金融机构开发金融科技产品,总奖金约为700万港元。

早在10月初,深圳成为国内首个设置金融科技专项奖的城市。10月9日,深圳市发布了《深圳市扶持金融业发展若干措施》,其中一条就是充分发挥“金融创新奖和金融科技专项奖”的创新激励作用。其中,金融创新奖,每年对金融产品和服务创新活动成果显著的金融企业、金融监管机构及有关人员给予表彰和奖励,年度奖金总额控制在1950万元以内;金融科技(Fintech)专项奖,重点奖励在区块链、数字货币、金融大数据运用等领域的优秀项目,年度奖励额度控制在600万元以内。香港金管局总裁陈德霖表示,数码化和金融创新发展锐不可当,可以预期未来银行和支付服务是得科技者得天下。

5000亿元

在消费升级的背景下,中国网络版权市场迎来了从流量经济向内容经济的结构性转变,并带动了音乐、动漫、游戏、网文等版权产业的快速崛起。据新华社消息称目前我国网络版权产业总规模超过5000亿元,并以30%的年均增长率持续增长,或将成为拉动经济增长的动能之一。

由腾讯文学与原盛大文学整合而成的阅文集团于10月26日发布招股书称将于11月初赴港IPO,拟集资额超过70亿元,并将版权增值业务作为其未来增长点。而另一数字阅读巨头掌阅科技9月21日登陆A股,主要收入来源集中在在线阅读与版权运营等领域。

根据国家网络版权产业研究基地发布的《2017中国网络版权产业发展报告》,2006年至2016年的10年间,我国网络核心版权产业行业规模从163.8亿元增长到5086.9亿元,年增长率保持在30%以上,产业规模增长超过了30倍。根据报告,目前我国网络核心版权产业的行业规模已突破5000亿元。其中,我国网络文学产业规模为100亿元,题材从以往玄幻为主导的单一类型向多元化发展,并逐渐形成以网络文学为基础的泛娱乐IP开发模式,同时在内容出海方面成绩斐然,逐步抢占全球市场。

230亿美元

对于新款iPhone 8需求疲软的担忧近日导致苹果(Apple)股价出现两个月来最大跌幅,使这家科技巨头的市值缩水230亿美元。苹果股价一度下跌3%,至每股155.02美元的近两周低点。有报道称,苹果据悉要求其供应商在11月和12月将iPhone 8和iPhone 8 Plus的产量缩减近50%。加拿大最大移动通信运营商罗杰斯通讯公司(Rogers Communication)的负责人称,人们对最新版iPhone“没有胃口”。这番言论助燃了有关苹果销量不佳的议论。虽然苹果不再定期发布第一个月的最新销售业绩,但报道促使一些分析师质疑该公司在iPhone X上市前发布两款iPhone 8的决定。



(本版图片除标注外来源于网络)

扎堆IPO 科技企业出海也有烦恼

本报记者 李艳

趣店此前在纽交所上市,引来投资人一片狂欢,有报道称,由阿里和腾讯分别“撑腰”的独角兽们最近掀起上市大潮。但趣店投资者的心情仿佛过山车,随着一篇《揭开趣店上市的面具:一场出卖灵魂的收割游戏》的文章刊出,引发了社会各界对趣店商业模式和道德的争论。趣店创始人颇有争议的回音不仅没能化解危机,反倒引来舆论的疯狂批评。

时钟指向10月31日,2017年剩下的时间已然不多,但还有不少公司正“心急如焚”地等着敲响IPO的钟声,敲钟的地点可能是令人神往的美

国,也可能是心里最满意的香港。这种等待在最后的两个月显得更加急迫,毕竟刚刚过去的日子里,一批批的前辈们在境外资本市场经历了一次次的“人生巅峰”,前有宜人贷,后有趣店都创下赴美上市的财富神话。更让他们焦急的是,越来越多的人注意到了“海外扎堆上市”的现象,市场对他们“要求似乎越来越苛刻”,不管是宜人贷还是趣店都经历了股市的大起大落。

对这些现象,外界关注很多,到底是有人欢呼的那样“科技企业扎堆海外IPO,中国新经济迎来超级周期”,还是像批评声音所说的那样“背后隐忧多”呢?

企业组队“出海”为哪般

进入今年9月,中国科技公司在海外的IPO就进入了“疯狂期”,地点以美国和香港为主。与以往很长时间才有一家上市不同,这回是一队。除了国内公众关注较多的趣店之外,和信贷、拍拍贷和融360也已向美国SEC递交IPO招股书。港股市场上,除了众安在线,近期还有易车网旗下易鑫集团拟IPO,计划融资不超过8亿美元,最快有望年内上市交易。

另有传出或已在进行IPO消息的蚂蚁金服、陆金所、京东金融、拉卡拉、量化派、乐信、挖财、点融等公司,上市地点仍以美国、香港为主。是不是颇有点“摩拳擦掌”的意味?不难看出,这轮海外IPO以金融科技企业为主。业内人士指出,所谓金融科技企业其实就是早年的互联网金融,在国

内一直饱受政策监管,外界“与高利贷类似”的批评困扰,2017年行业在称谓上有了一个大范围的转变,这才有了后来的金融科技企业一说。

除了数量庞大的金融科技企业,教育科技企业也纷纷向IPO发起冲击。9月底,早教机构红黄蓝教育登陆美国纽交所;10月中旬,瑞思学科英语登陆美国纳斯达克市场;下旬,21世纪教育向港交所递交招股书。还有从腾讯拆分出来的在线阅读平台阅文集团也正式启动IPO,目标地美国。

上海资深投资人,长期关注科技企业的投资专家余力在接受科技日报记者采访时表示,这些在海外上市的科技企业基本可分为两类,一类是金融科技类企业,另一类是IPO审核要求和理念不太符合中国主流市场认可的科技企业。

转投海外只因国内上市无望

余力所说的两种类型在某种程度上解释了这些企业选择美国、香港为上市地点的缘由。没错,国内上市没有希望。

“其实如果可以的话大部分企业都愿意选择在国内上市,免去货币兑换、汇率等各种麻烦。如果要给企业的选择排个序的话,首选是国内上市,其次是香港上市,再然后是美国上市。”身在美国的投资人于静向科技日报记者如此表示。

于静曾担任中国上市公司在美国的海外财务总监,后一直在美国从事投资工作,对中美企业赴美上市有较深的了解。她告诉科技日报记者,现在批量在美国和香港上市的企业大部分都是在国

内上市无望的。“这些科技企业有的是因为不符合国内政策和理念,有的是不符合国内IPO审核要求,在国内上市肯定不可能成功,但投资人又急于获得回报,就只好走出上市的路。”于静说。

对此,余力也有类似的想法。他表示,以金融科技类企业来说,因为过往P2P行业影响、金融监管等因素,目前国内对类金融企业上市基本上是持不允许态度。而现在赴美上市企业大多都是此类。比如趣店,其主要业务是现金贷。现金贷业务已被国内的监管机构认为有“高利贷”嫌疑,要求体系内金融机构如银行收紧该业务,并且在酝酿相应的监管政策。对这类企业来说,只有出海上市一条路可走。

值得一提的是,最近在美国上市的教育机构不少都有“不盈利”的问题。比如前不久在美国



视觉中国

海外上市跟盈利不画等号

于静在中美两地金融领域都工作多年,两地对“上市”的认知差异是她感受最深刻的事。在她看来,这种差异也是导致一批企业在美国市场大受追捧,在国内却认可度低,也上不了市的原因。她说,我国对上市公司上的要求相对比较严格,对公司的盈利情况要求也比较高,但在美国只要投资者认可你的盈利模式、创新模式,你就可以上市,相对来说容易不少。

我国要求公司上市必须持续盈利及稳定增长,又需要排除大股东关联交易及依赖性问题,这一条把许多科技类企业关在了IPO门外。余力介绍,之前在香港上市的众安保险,其客户来源主要是依赖股东(腾讯、阿里)的流量推荐,这在境外投资者眼里是亮点,但按国内的审核理念,就会被认为是业务对股东过于依赖、独立性不够。

值得一提的是,最近在美国上市的教育机构不少都有“不盈利”的问题。比如前不久在美国

上市的幼教企业红黄蓝,向美国证券交易委员会提交IPO申请文件,其招股书上就有多达35页的风险提示——既有红黄蓝自身经营利润下滑、市场份额损失、高管出走创业、资本支出增加等问题,也提到一些机构在经营上存在超范围经营的情况。

这些问题在美国上市申请中被认为是可接受的风险,重在告知投资人,但在中国是不符合上市要求的。

因为大量企业在短时间内境外上市,如何适应海外投资和舆论“潜规则”,成为了近期被热议的话题,尤其以沸沸扬扬的趣店事件为代表。有不少人认为是趣店公关没有做好招致“群嘲”。于静则认为,公关好坏固然重要,但更重要的是要遵守当地的规则——既包括海外对公司上市的规定,也包括价值观的规则。说白了,“打铁还得自身硬”。

电商来了 房地产租赁市场或重新洗牌

第二看台

本报记者 李禾

最近,如果您打开京东的客户端就会发现,房产频道已经在里面了。

与此同时,北京市住建委网站发布的“北京住房租赁监管平台合作项目”的比选结果公告显示,北京京东高科信息技术有限公司为中选单位。这一公告表明,京东正式进军住宅租赁市场。

庞大的房地产存量市场正吸引着越来越多的企业加入战场。链家研究院报告显示,2016年全国二手房交易额保守估计约为6.5万亿到7万亿元;北京、上海、深圳三个城市的二手房交易额就超过3万亿元,是三地新房交易额的两倍以上。

但是房产租赁电商的情况并不乐观。早在去年,爱屋吉屋就传出裁员的消息,其APP变成了一个既卖房也卖理财产品的平台;丁丁租房发布暂停运营公告表示,其业务将全面并入链家租房。京东房产业务负责人曾伏虎在接受科技日报

记者采访时表示,“一个以运营为核心竞争力的大地产时代已然到来。”未来,房地产企业面临的挑战不再是销售,而是运营。京东目前上线的是新房业务,租赁、二手房等业务会陆续上线,京东房产业务会覆盖住宅、商业地产、特色地产等市场,打造大地产时代的服务平台。

那么京东、阿里等电商巨头进入租房领域,将对楼市产生什么影响?曾伏虎说,“我们可以看到,国内住宅房地产领域正在发生变化,在相关政策的指导下,市场不断增加租赁房的供给,中国房地产市场正在迎来租赁时代。”

当前住建部正在提倡大力培育住房租赁市场。易居研究院智库中心研究总监严跃进说,今年7月各地出台的33个房地产政策中,有9个政策直接或间接涉及了租赁市场的内容,这与上半年频频收紧的购房政策相比,形成鲜明对比。

“但由售转租对于房地产商而言并不简单。房产销售是一锤子买卖,但租赁则是一个细水长流的运营过程,不仅需要前期的市场调研,确定产品定位,还要管理好后端存量、运营以及对于客户端的服务。”曾伏虎表示,电商的进入将会给地产行

业“赋能”,带来更多新模式。而京东房产将打破传统界限,利用“零售基因”帮助开发商和购房者之间建立更多渠道、更多方式、更多场景的连接。

京东这样的电商在“零售基因”方面有先天优势。比如京东掌握了用户多个维度的数据,包括家庭地址、工作单位、购买记录,甚至是年龄、婚姻状况和有无生育等,具有精准到达潜在购房者的能力。

“我相信,未来将会有更多房企与京东房产合作,与消费者间建立起站内外、线上线下的全渠道连接,并实现精准营销,提高运营能力。这也将使房地产商摆脱之前的营销竞争,转向服务供应链竞争。”曾伏虎说。

据统计,目前已上线京东商城的京东房产,消费者可以通过该频道了解众多开发商推出的房源。首期上线的京东房产频道已有82家开发商和35家服务商入驻,涉及2027个项目,覆盖超过20个城市。

此外,“京东房产已与众多开发商和战略合作伙伴达成合作,搜狐焦点也作为深度合作伙

桂四省联动等。

在房多多、爱屋吉屋这样的房屋租赁电商举步维艰之时,为何京东、阿里等却大举进入?对此,严跃进评价道,相比类似百度、腾讯等企业,京东和阿里本身是具备线上和线下结合的各类业务模式,所以更容易在房地产创新方面找到突破口,类似京东如此全面和快节奏地实施房地产新战略是有较为积极的作用,对于行业来说,或意味新的竞争因素出现。

严跃进说,对于一般的房产电商中介,诸如房多多等转型之路出现困局就在于业务过于集中,所以市场行情好的时候往往房企和房东不愿意委托房源,而行情不好的时候本身交易量也不大,类似的企业想要创新很难成功。对于传统中介而言,只有持续性地审视自身的优劣势,实际上就可以很好与房企、互联网企业合作,当前优势在于大型中介谈业务容易,但零碎的小中介可能压力会比较大。

“在去中心化的无界零售场景下,未来零售生态将是共生、互生、再生,电商也将通过与更多行业的合作,进入到日常生活的更多领域。”曾伏虎说。