

“负面清单”紧守金融门槛 外资企业观望加重

■ 本报记者 王莹

近日,上海自贸区的一项重要制度——负面清单制度出台,金融领域中,外资投行、财务公司、信托公司等依旧受限,这引起了外资企业的高度关注。

“对于外资企业而言,意欲通过上海自贸区进入中国金融系统目前来看并没有太大的意义,负面清单和之前的指导目录相比区别不大,”加拿大曼德罗矿业公司投资顾问关振强接受《中国企业报》记者采访时表示,“毕竟刚刚宣布,具体操作细则没有出来,自贸区的外资金融企业没法开展业务,但未来会进一步扩大是趋势。”

静待金融领域细则出台

作为自贸区的主要改革试验之一,金融业开放举措最受关注,然而“负面清单”中,中国金融行业三大板块——银行、保险、证券中,外资获准参与程度和之前相比,并未太多变化。

业内人士指出,变化最大的是保险业:此前外方投资比例不超过 25%,自贸区内上限升至 50%。外资对证券公司的参股上限在 2012 年就从之前的 1/3 提升至 49%,此次自贸区保持一致。

“外资保险公司进入到自贸区还是有可能会受到包括利率环境、宏观金融环境、相关的金融监管政策的约束,只不过这些约束在自贸区内相对要宽松一些,但短期之内,还难以达到与境外同步的水平。”业内人士透露。

相比于保险和证券,此次“负面清单”唯独没有明确注明外资投资银行的参股比例。是否也执行区外的 20%的参股上限,还是未知数。此外,“总纲”强调允许“符合条件”的外资金融机构在区内设立外资银行,但“条件”也不可知。

东亚银行(中国)有限公司副行长孙敏杰表示:“一直在跟监管层进行积极的沟通,监管机构给予的反馈也是很正面的。现在大家主要是在等上海自贸区相关细则的出台,只要是



外资企业人士说,意欲通过上海自贸区进入中国金融系统目前来看并没有太大的意义。 CNS 供图

政策所允许的,我们就会积极地参与其中。”

“我觉得自贸区内外资银行的业务品种应该更加丰富。具体政策落地后,外资行用什么方式进入自贸区,是分支行的营业网点还是法人机构,这由外资行的资本管理架构,及其整体市场策略所决定,各家银行根据自身的不同情况作出自己的判断。”渣打银行内部人士向《中国企业报》记者表示,据我所知,渣打银行属于静观其变。

上海财经大学现代金融研究中心副主任奚君羊指出:“一开始不可能所有的外资行都会被允许在自贸区内开办业务,一般是几家在境内已经具有各种业务资质且开展业务年限比较长的外资行,而且对境内独立法人的资产规模、营业收入以及业绩等方面也会有一些要求。”

外资受制严格市场准入

目前为止,我国对外资管理一直采用的是《外商投资产业指导目录》模式,在这份目录中,列出了鼓励、限制、禁止外商进入的行业。而“负面清单”是给不开放的行业和受限制的商业活动列一个清单,明确告诉对方哪些领域和行业是限制或禁止外商活动的,只要未列入名单的,就是法无禁止皆可为。

“对于外资而言,中国的金融业是潜力无限的处女地,一有放开必定争相进入,”国开行内部人士方威向《中国企业报》记者透露。

“外资银行业务仍然受到严格的界定,比如一个省所有外资银行的市场规模甚至还不如国有银行一个中心支行的量。在中资银行每年靠‘存贷差’获得丰厚利润的同时,外资银行人民币业

务、个人业务和各种创新类业务受制于严格的市场准入。”方威表示。

“比如渣打银行在中国对私业务受限,直到现在信用卡牌照还没下来。”渣打银行内部人士向记者透露。

“在中国经营的外资银行规模都不大,外资也都在关注银监会的举措,希望获得相应的商业机会。”关振强指出。

监管层谨慎前行

《华尔街日报》报道称,自贸区并没有给外资企业提供一条有意义的进入封闭的中国金融系统的渠道。

银行界人士和专家表示,这份内容广泛的负面清单反映出,在以多大规模及多快速度对外开放封闭行业的问题上,中国各部门之间存在博弈。

上海财经大学经济学家陈波则表示,政府以这样的方式起草负面清单使得有关部门在实施限制细则时有了很大的自主权。据了解,相关内容还将在明年进行修订,中央政府也会给出调整意见。不过,参与自贸区成立的官员表示,限制条款所涵盖的范围反映出监管层面的不断博弈,而且最终结果如何不甚明朗。

“自贸区总体方案的征求意见稿和最后出台的是有差别的,自贸区对金融开放应该是示范带动效应而不是聚集效应,不能让金融资源倾斜化,如果自贸区外商在金融领域投资完全放开,势必会造成外资金融资源的倾斜。”方威向《中国企业报》记者表示,“一旦放开,比如外资银行涌入,无论是业务能力和服务水平,都优于国内银行。监管层对于金融系统还是有保护欲的;加上外资银行是可以破产的,政府对中国的金融安全乃至国家安全都有其考量。”

康奈尔大学研究中国问题的学者 Eswar Prasad 表示,上海自贸区负面清单表明,金融领域及其他改革实施将是一个缓慢、受管控且谨慎前行的过程。

近日银监会对《外资金融机构行政许可事项实施办法》进行了修订并公开征求意见。在中国内地设立外商独资银行、中外合资银行的注册资本门槛拟将大幅提高。

互联网巨头:大手笔投资暗战风投

金融和文化产业成关注重点

■ 本报记者 郭奎涛

财大气粗的互联网巨头正在成为行业中小企业越来越重要的融资渠道。

近期,乐视网 19 亿元收购花儿影视和乐视新媒体、苏宁云商据传将收购满座网等互联网行业投资案例,背后无一不显现着互联网巨头的身影。

多位行业人士在接受《中国企业报》记者采访时表示,互联网巨头要么做平台、要么做生态,需要众多细分领域的中小企业为自己站队。未来随着线上线下融合的进一步加剧,在立足核心业务的基础上,金融、文化等生态系统中的传统行业也将成为他们投资的重点。

风投成了看客

“投资领域比较活跃的,除了一线阿里巴巴、百度和腾讯等‘BAT’组合,还有二线的新浪、奇虎 360 和盛大等,一心打造垂直生态系统的乐视网以及由传统零售企业变革而来的苏宁云商表现也比较抢眼。”北京一家手游团队负责人刘阳对《中国企业报》记者说。

根据《中国企业报》记者统计,目前,腾讯共计投资了易迅网、高朋网等将近 100 家公司;阿里巴巴共计投资了陌陌、星辰急便等 20 多家公司;一

直比较保守的百度也在奋起直追,据称仅仅在移动互联网领域就投资至少 60 家。

一份报告显示,2012 年,中国互联网领域的投资案例共计 303 起。近两年,仅仅是“BAT”加上新浪、360 和盛大等投资的案例就有 150 起。以此粗略统计,六大巨头累计投资数量占去年全年的 50%左右。

进入 2013 年,阿里巴巴 5.86 亿美元入股新浪微博、百度合计约 23 亿美元收购 PPS 和 91 助手、腾讯 4.48 亿美元入股搜狗,相继占据行业资本市场的焦点。相比之下,平均每笔千万美元级别的风投俨然成了看客。

互联网巨头还在成为风投重要的接盘者。由于近两年金融危机的影响,中国互联网企业赴美上市之路受阻,一些风投选择将投资的创业公司出售,资金雄厚的互联网大企业开始批量收购,苏宁云商收购红孩子即是最为典型的案例。

专业水平加强

“虽然不像风投那样专业从事投资活动,互联网企业在资本市场的实力不容小视。近年来,互联网巨头对投资部门的重视一再加强,团队建设、投入资金以及公司地位等方面都有明显提升。”易观国际分析师齐剑哲对《中

国企业报》记者说。

以腾讯为例,2011 年,这家公司成立了 50 亿产业共赢基金,向外界表明了由垄断向开放转型的决心。保守估计,其基金规模已经超过 100 亿美元,投资支出超过 100 亿元,业绩足以与任何一家风投媲美。

互联网企业还在尝试将投资业务独立出来,以专业化公司的形式实践整体投资战略。这包括乐视网旗下的很早就成立的子公司乐视投资,奇虎 360 今年也将投资部升格为奇虎欣盛投资有限公司,初期注册资本 1000 万元。

日前,百度还宣布负责投资业务的原百度企业发展部总经理汤和松担任百度副总裁,正是汤和松主导了百度对 PPS、91 助手等系列收购。这一任命也预示着在并购频繁的时代互联网巨头对投资的重视。

“风投通常只能提供资金,拿到互联网企业的投资,除了资金,还有更重要的东西,流量和用户,这些就是用钱也不是一朝一夕就能换来的,生态系统中的配套服务还能增加用户的黏性。”上述手游企业人士评论说。

向周边业务延伸

“巨头也不是什么都投资,都以基本业务为核心的。例如,百度主要团结

搜索,阿里主要围绕电商,腾讯主要基于即时通讯。当然,在游戏、电商等交叉领域的冲突也很明显。”工信部电信研究院副总工程师陈金桥对《中国企业报》记者说。

除了对互联网领域的本能兴趣,互联网巨头对传统行业的关注也在日益加深。

例如,中国影视等文化产业的发展正在引起互联网企业的重视。根据广电总局电影局的统计,截至 2012 年,中国已经以 170 多亿元的票房成绩成为仅次于美国的世界第二大电影市场,这还在一定程度上促成了首届美国中国电影电视产业博览会在中国的举办。

上个月刚刚成立的中国民营文化产业商会,推举互联网巨头百度的掌门人李彦宏为首届会长,李彦宏更是畅谈百度与文化产业千丝万缕的联系。实际上,百度已经通过旗下视频网站爱奇艺等切入了文化产业,爱奇艺 CEO 龚宇也在该会担任副会长职务。

陈金桥认为,文化产业仅仅是互联网生态系统的一个分支,随着传统行业与互联网渗透程度的加深,越来越多的传统行业都将纳入互联网巨头的生态系统和投资布局,包括方兴未艾的在线教育、互联网金融等,这会给该领域的中小企业带来一笔不菲的融资资金。

互联网金融



险企全线渗透互联网

■ 本报记者 郭奎涛

对于保险业而言,互联网正在从单纯的新渠道演变为整个保险业运营模式重构的催化剂。

近日,阳光保险在业内率先推出电子保单托管服务,将不含客户隐私信息的电子保单以加密的方式托管于第三方平台中国银联后台系统,供用户随时查询和下载,避免电子保单被用户删除、遗失后带来的理赔难题。

这只是保险业适应互联网业务的一个细节。互联网有着不限时空、互动性、无纸化等自身特点,还增添了在线支付、网络安全等环节,这都迫使保险业从产品设计、销售渠道、支付和理赔等整个流程乃至公司架构等都做出改变。

一张保单的演变

保险单记载的内容是合同双方履行的依据,对确定理赔范围、理赔金额等具有重要作用。

1999 年,中国一家保险公司在网上卖出了第一笔保险。2000 年开始,主流保险公司都开始了触网的行动,或者成立电子商务公司,或者跟其它互联网渠道合作。不过,保单仍然采取纸质形式,在线下给用户投递过去。

“当时保险业刚刚接触互联网,只是将其视为渠道,挂上产品和电话以方便用户联系;用户也是刚刚接触网络,仅仅停留在获取信息的阶段,也没想到会有更加方便的、虚拟的电子保单。当然,这里面也有技术的制约。”保险业从业老兵张志东表示。

直到 2005 年《电子签名法》正式实施的当天,人保财险签下了中国第一张电子保单,并陆续得到了其它保险公司和第三方网络销售平台的效仿。近年来,随着网销保险的盛行,传统的纸质保单正在加速被电子保单所取代。

电子保单给保险业带来便利的同时,却也造成了新的问题。由于电子保单往往由保险公司单方面保存,存在发生保险条款纠纷时客户举证难的市场担忧。阳光保险此次推出的电子保单托管服务,则是通过第三方平台中国银联确保原始电子保单的安全。

“目前,电子保单托管服务尚处于试点阶段,只有阳光保险官方网站在售的房产财产保险提供此服务,后续还将陆续上线寿险等其他险种。此外,未来还将有更多保险公司与银联合作应用该服务。”银联一位要求匿名的人士对《中国企业报》记者说。

由表及里的再造

从触网早期的纸质保单,到中期的电子保单,再到如今第三方托管的电子保单,这只是中国保险业在与互联网融合过程中自我变革的一个缩影。随着互联网的渗透逐渐加深,从产品设计到销售渠道再到鉴定理赔,保险公司都在向互联网积极靠拢。

早在 2011 年,阳光保险就与国内游戏运营厂商 GAME-BAR(游戏吧)启动战略合作,针对后者用户的游戏装备等虚拟财产推出虚拟财产保险服务。进入 2013 年,平安保险更是与互联网巨头阿里巴巴、腾讯联手成立众安在线保险公司,主要针对网络虚拟财产。

“不仅仅是虚拟财产,网民的保险需求非常丰富,即使保险公司不做,嗅觉灵敏的互联网企业也会去做。像淘宝网很早就推出的‘退货运费险’,安全厂商 360 推出的‘手机被盗险’,还有前段时间很吸人眼球的‘中秋赏月险’,对保险公司很有启发性。”张志东说。

在销售渠道上,保险公司也开始走出触网早期的主要阵地——官方网站,开始搭建专业的网络销售渠道。线下理赔一直被视为网销时代最典型的传统痕迹,如今在大数据等互联网技术的支撑下,一种可以迅速在线办理的智能理赔也开始普及。

阳光保险集团副总裁胡颖认为,互联网与保险业接触的早期,更多的是发挥着管道和工具的作用。近年来这种关系发生着渗透式又是冲击式的变化,多数保险公司,包括阳光保险在内,都已将互联网纳入整体营销体系。

新流程伴随新问题

正如电子保单取代纸质保单之后带来的保管问题一样,互联网在渗透保险业、促进保险业变革的同时,也带来了诸多的问题。

“保险企业的电商平台虽然没有淘宝网那样每天数亿的访问量,依然出现了页面打开速度慢、网站可用性不高、安全性不够等问题,严重影响了用户的购买体验。混乱的网络安全环境,更使得多数用户对网销望而却步。”张志东说。

北京大童保险经纪公司总经理张燕还表示,网络展示和在线沟通缺乏面对面交流的深度,这使得网销更适应较为简单的车险和旅游险,针对的都是相对年轻的客户,不能满足深层次、复杂的保险需求。

新模式带来的另一个主要问题则是盈利问题。网销与互联网电商企业的盈利模式不同,前期网络系统建设、市场推广投入大,多数保险公司仍处于“赔钱赚吆喝”阶段,而且这种烧钱的运营方式短时间内不会有所改变,增加了保险公司的资金压力。

网销领域的发展还面临监管层面的制约。出于对保险公司理赔地理范围能力的担忧,现行制度规定,保险公司网销渠道不能异地销售。不过,有消息表明,保险网销新规即将出台,或许在异地销售的监管上做出合理的改进。

然而,整体来看,保险业对于网销仍然寄予厚望。日前召开的 2013 中国互联网金融研讨会上,中国太保有关人士预计,未来 10 年将有超过 30%的保险业务由互联网实现。与会专家还预计,未来 5 年保险业在互联网的发展规模将达到 5000 亿元以上。