

电商系争食农村金融 借外力完善大数据征信

■ 本报记者 郭奎涛

除翼龙贷、合拍在线等 P2P 网贷之外,阿里、京东等电商系互联网金融平台争夺农村金融的态势也愈加明朗。

不过,这条路却不那么好走。相对于网贷平台可以利用线下业务人员甚至门店进行实地尽责调查,电商系在风控上则更多依靠买卖双方以线上交易纪录为主体的大数据,而这种模式放在农村市场的问题是,农村居民和商户通常没有很多上网行为。

农村金融蓝海

农村金融并不是一个新话题,互联网金融的兴起却赋予了其新的机遇。

首先是 P2P 网贷行业,诸如翼龙贷、91 金融等,早期即定位于服务三农企业和个人,不仅有利于得到政策的支持,市场业务量也不断突破。随着网贷行业细分趋势逐渐清晰,农村金融更被视为一个重要的领域。

进入 2015 年,电商系互联网金融平台对农村金融的关注也越来越明显。

在农村电商实践的过程中,阿里的农村金融业务如影随形,并于 5 月发布一份农村互联网金融报告,可以视为阿里农村金融的理论基础。而早在 3 月份,京东提出的农村电商“3F 战略”中,农村金融作为农村电商的重要支撑正式提上日程。

日前,京东金融正式发布农村金融战略,一是以京东农村电商为基础,从面上推动农村经济触网;另外通过线下涉农机构在业务上特别是数据上进行合作,以供应链金融的形式从点上进行突破。京东农村金融业务负责人洪浩表示,京东的目标是做全产业链农村金融和全产品链农村金融,从农资采购、农产品加工到销售等各个环节,为农村居民提供信贷、支付、理财等金融服务。

“当前,农村互联网基础设施已经逐步完善,智能手机+电信网络的普及培育了 8 亿农民的千亿网购市场,而农村金融服务市场约有万亿的市场前景。在这样的情况下,开发农村市场,做农村金融的客观条件已经成熟。”有互联网金融专家表示。

资本达观

公司债泡沫之辩

■ 达萨

近几个月以来股市的惊奇表现牢牢吸睛,尽管如此也未能完全掩盖交易所公司债市场的风生水起。其火爆程度可以从几个维度来看:一个是总体发行规模,衡量市场的容量和广度。上交所曾在公司债推广活动中提到其受理的债券发行申请已过万亿元,而在公司债新政推出之前年度的交易所发债规模不过 2000 多亿元。然后我们看到 8 月份 Wind 口径下的公司债发行规模达 1110.02 亿元,单月发行量超过当月中期票据 932.3 亿元的发行规模,为近年来中国债券市场首次。另一个是单只债券发行规模,可以衡量市场的容纳深度。恒大地产一个月内两次累计发行 200 亿元的公司债,其他公司 50 亿元以上的发行也不在少数。还有一个就是利率,衡量市场资金成本和活跃程度。6 月以后的公司债发行利率逐波走低。天恒置业 4.12% 的票息刚创下历史最低,远洋地产、龙湖地产、际华集团便纷纷创出 4% 以下的票息水平。而际华



王利博制图

脱胎农村电商

与互联网金融发展路线类似,电商切入农村金融同样缘于平台上涉农卖家的金融需求。

李志高是四川省仁寿县福仁缘食品开发有限公司的董事长,该公司主营当地特产枇杷的深加工和销售。过去,他常常头痛枇杷汁卖不出去。自从和电商展开合作后,销售问题趋于缓解,新的问题是,缺乏流动性资金,无法生产出更多的枇杷汁怎么办?

正是在这种背景下,以阿里京东为代表的电商农村金融开始逐渐发力,并成为其电商战略的重要组成部分,业务开展也主要依托于各自电商平台,包括各自的县级服务中心和更基层的服务店。

8 月底,中国邮政旗下的中邮资本正式完成战略入股阿里旗下的蚂蚁金服,位列蚂蚁金服所有战略投资者的第二位。阿里与在农村拥有网点优势的邮政合作,矛头依然指向了农村市场。随着实践的进行,电商对农村金融的定位也在转变,不仅着眼于服务农村电商,更将目标放在了整个

农村经济层面。

前述互联网金融专家还表示,一方面是鉴于复杂的农村环境,触达渠道尚不完善,很多互联网企业想做好农村金融心有余而力不足;另一方面则是很少有企业将农村金融当做一个重点战略看待,推进速度自然较慢。

联合涉农机构

不过,农村金融长期发展缓慢还有另一个深层次原因,即是征信缺失,电商如何解决这个问题同样事关成败。

如果农村金融随着农村电商业务,借助农村电商的渠道和数据步步为营,虽然发展速度受限,却可以确保风险可控。但现在,电商却将农村金融的目标扩展到整个农村经济,大数据不足带来的征信风险很可能进一步增加。

针对这种局面,电商系在发展农村电商、推动农村经济触网的同时,还在积极联合第三方涉农机构,借助后者的沉淀数据弥补农户征信数据不足的短板。

记者在采访中了解到,目前他们采取的做法是,联合第三方涉农机构,特别是在产业链中居于主导地位的核心企业,利用后者沉淀的农户交易数据进行征信。

在新近上线的几款农村信贷产品中,“先锋京农贷”就具有一定的代表性。具体操作流程是,京东金融从杜邦先锋种子子公司获得农户购买种子的数据信息,通过分析,给予有贷款需求的农户一定的授信额度,让其通过贷款的方式先把种子买到手进行生产,等农产品卖出回笼资金后再贷款。

不仅仅是大数据的来源,杜邦先锋与农资经销商分别作为农户农资信贷的二级担保和一级担保,以便分散信贷风险。

杜邦先锋不是个案,据了解,京东正在打造的农村金融开放生态中,还包括大型的农产品渠道销售商、县域电商龙头企业、农资生产企业的领军者、国际金融机构等相关平台,如永辉超市、金正大、买卖宝、世界银行等。

至于这些合作伙伴在上下游交易环节上的信息化和数据水平如何、可利用的程度有多大,还需要时间的检验。

5000 点的股市,说的没错,可 5000 点的股市的时候,大把股票市盈率成百上千的时候,也没有听到企业透支信用的指责,大家照买不误,不能轮到债市了就开始横加指责。还是要看泡沫的合理性以及可控性,比如纳斯达克有泡沫,也会很严重也会破裂,但纳斯达克市场在美国新经济发展中不可或缺的作用谁都没法否认。所以重点是我们看这个泡沫是不是可以被市场所自我修复,我们需要多大程度的市场干预,这些都该去理性的分析。

近日看到市场关注的二重集团破产重整可能带来的债务违约得到了妥善解决,可以预见市场将更加追逐国有高评级券种,低等级债券与高等级债券之间的信用利差将进一步拉大,因此对于低等级债或者所谓的高收益债券市场,其泡沫正得到也将继续得到市场的自行修复,即使高等级债券也会逐步回归理性。因此我们大可不必对所谓的泡沫大惊小怪,耐心些理性些,才是对市场发展有利有益的。

互联网金融



互联网金融线下门店分化 体验与经营两条路

■ 本报记者 郭奎涛

经历一年多的演变,线下门店正在成为互联网金融平台的标配。而这些线下门店却出现了两种不同的模式:一种是以 91 金融为代表的纯体验模式,一种则是以翼龙贷为代表的经营模式。

“91 金融的门店只是用来体验,帮助用户了解我们的产品,并不产生交易。”91 金融联合创始人许泽玮认为,把交易放到线上可以保证整个过程的合规,由线下门店来做,难免出现人为因素导致的交易风险。而翼龙贷 CEO 王思聪则认为,线下门店可以在贷前的尽职调查、贷中的运营监管以及贷后可能的还款催收等方面对线上进行支持。

少数只做体验

2014 年 9 月,91 金融第一家门店落户延庆。截至目前,这家公司的门店在全国已经有上百家,其中一小部分属于自营,剩下的与合作伙伴共同建设。

许泽玮说,91 金融的门店都是体验店,帮助用户了解互联网金融产品,并不直接交易,91 金融的模式可以说不是 O2O,因为所有的业务都是在线上完成的。

究其原因,许泽玮表示,互联网技术完全可以在线处理用户理财、信贷等业务,通过流程化的运作,可以保证每一个环节都符合风控要求,确保整个交易特别是用户的资金安全,甚至有可能取代线下柜台。

相反,他不认为互联网金融平台具备管理遍布全国的线下经营门店的能力。

“有时会出现这样的案例,银行有一笔贷款明明不符合条件还是放款了,储户在银行的存款莫名其妙的丢失了,这都不是银行的问题,银行的规章制度还是比较完善的,而是银行的工作人员出了问题。”许泽玮举例说。

言外之意,一旦线下门店可以进行交易,相应的工作人员权限将会大大增加,比如说在贷款审批上,出于人情或者腐败等原因,违规放贷,形成不良贷款;工作人员甚至可以接触到用户资金,危及用户资金安全。

还有消息显示,91 金融曾计划开设具备经营功能的金融便利店,却迟迟没有落地。

不只是 91 金融,记者了解到,很多采取直营门店的网贷平台,比如宜信、陆金所,门店多是体验店的模式,在以体验为主的情况下,部分可能同时兼具发展投资人、协同贷款等经营功能。

大多专注经营

不过,绝大多数互联网金融平台特别是 P2P 网贷的门店除了体验,都具备经营功能。比如开心贷、红岭创投、翼龙贷,它们通过加盟商拓展线下门店,加盟商想要获取回报,就要输入经营业务来分成。

以翼龙贷为例,这家平台一直提倡“同城 O2O”借贷模式,线上信息撮合,线下风险防控完美结合。王思聪曾对这种模式解释称,中国的网民虽然很多,仍有很多人在网上的信息属于空白,必须通过线下实地结合起来才能做好风控。

具体而言,线下门店可以实地考察借款人的借款用途、还款能力、家庭情况、综合能力、经营状况等,在借款合同履行期间对借款人进行监控,包括对资金用途的监控以及借款人是否正常运营等,并在借款人逾期的情况下负责后期催收。

至于如何防范线下门店的经营风险,王思聪介绍说,所有门店加盟翼龙贷必须交一笔保证金,如果出现坏账,平台会直接从这笔保险金中扣除,而且门店必须补齐保证金才能继续展开业务,这样,坏账损失由门店自己承担,迫使门店工作人员在放款上严格按照风控要求。

不过,并不是所有的门店都采取这种保证金模式,但尚没有看到有门店出现经营风险。

线下门店成本问题待破

两种模式的共同问题在于,线下门店的成本比线上高,这也是起初有观点认为互联网金融平台不应该开设线下门店的重要原因。

据悉,为招揽投资人,P2P 网贷早期普遍采用人海战术,通过大量线下销售人员推销售,成本较高,部分平台为此背上了大包袱。后来又逐渐演变成地方分公司、理财中心,也可以统称为线下门店,高成本问题却有增无减。

去年年初,人人贷就因为线下业务成本过高、借贷失衡,从北京、上海、天津等一线城市全面裁撤线下财富端,也就是人人友信财富管理中心。截止到目前,也没有看到人人贷恢复线下门店的迹象。

相比人人贷的线下门店有经营业务可以产生收益,91 金融的体验店显然是纯支出,成本如何解决是个问题。不过,许泽玮对此却颇有信心,“91 金融营收状况还可以,融资需求不大。”许泽玮说。

而据了解,翼龙贷方面,由于采取的是加盟模式,线下门店由加盟店自负盈亏。这种情况下,翼龙贷就解决了开店成本,但加盟商能否通过门店业务收入弥补开店成本却不得而知。

不过,在官网上,翼龙贷详细举出了运营中心和体验店分别通过平台使用费、理财和贷款业务分成等盈利不菲的案例,但这是否属于普遍现象却不得而知。