

要鼓励大中型商业银行实施普惠金融,实行差别化支持政策,有效缓解中小微企业融资难、融资贵问题。
——2017年政府工作报告



本报记者 崔敏

迄今为止,互联网金融从萌芽到成长,已经逐渐形成了自己的发展规律和游戏法则,相关从业者也渐渐摸到了符合自身特质的商业模式。但不可否认的是,在众多互联网金融,尤其是网贷平台用户中,相关金融知识和常识的匮乏,依然是危害投资者权益、阻碍全行业发展的重要因素。

财路通联合创始人兼集团CEO王崇羽:

建立投资者教育体系迫在眉睫

在美国,投资者教育已经形成系统性的整套流程。甚至在儿童时期,财富观的培养都是国民教育体系中不可或缺的一环。反观中国,绝大部分老百姓的金融知识并非源自正规教育,炒股、炒房等实践成了人们获取知识的主要渠道。但众所周知,通过经验积累学习,一方面要比系统性学习效率低;另一方面,这种学习方式的成本极高,尤其是在金融领域,可能需要投资者付出惨痛的代价。

财路通联合创始人兼集团CEO王崇羽接受《中国企业报》记者采访时表示,无论出于互联网金融行业,还是整个金融系统的良性发展考虑,建立健全投资者教育体系,成规模、成系统地引导投资者正确认识金融风险、正

确选择金融工具,已经随着中国金融环境的改变成为迫在眉睫的问题。

网贷行业既然已经被明确限定为信息中介服务属性,那么这个行业的商业模式就必须围绕信息服务展开。“网贷行业的未来一定是围绕服务创新来挖掘各家平台核心竞争力的。”王崇羽说。

其实,网贷的商业逻辑非常简单,一边是有钱的理财人,一边是缺钱的借款人,平台要做的事情就是帮助理财人找出安全靠谱的借款人,帮助借款人快速实现融资需求。如此一来,平台未来的努力方向就非常明确了,要么着力提升筛选债权的能力,让呈现在理财人面前的标的都是安全高收益的,要么就快速积累理财用户,反向吸引优质债权

来平台融资。

王崇羽告诉记者,去年开始,一些同业开始提出科技金融的概念,其实这是大势所趋。依托技术实现筛选债权能力的提升,一定是未来各家平台的主要竞争点。从这个意义上说,储备技术人才必然会今年各平台厮杀角力的主战场。

随着互联网金融行业的整治力度不断加大,各大平台纷纷寻求战略转型。2017年伊始,消费金融已成为当下互联网金融乃至整个金融领域的热点,预计今年我国互联网消费金融市场交易规模有望达到9000亿元人民币,互联网消费金融发展前景十分广阔。财路通从2016年即开始关注消费金融领域,而对于互联网消费金融公司来说,大数据

风控的模式和能力则更加重要。财路通率先提出智慧金融,资金DNA技术账目清清楚楚,原创机器人巡检制度,每笔投资均由系统自动生成无逻辑字符串,杜绝黑客制造虚假投资记录。大数据风控只选好债权,来自国家、同业、异业的丰富征信数据,全方位智能评估合作机构提供的借款人情况,几秒钟便可做出靠谱决策。

王崇羽认为,涉足消费金融相关领域,一方面可以使理财平台业务更加规范,另一方面也能再次站上行业风口,为企业发展谋求更大机遇。因此,未来势必会有更多理财平台与消费金融机构展开合作,抢占优质债权,从根本上为用户提供更安全的理财服务。



谷歌机器人AlphaGo成为了全球“网红”,原因在于它击败了围棋九段李世石。人工智能(Artificial Intelligence,英文缩写为AI)的传奇还在续写,百度机器人“小度”在图像和语音识别等领域数

信用宝创始人涂志云:

当人工智能遇上金融科技

次战胜人类最强大脑,HBO甚至将人工智能拍成了电视剧,一部《西部世界》将人们对AI的关注度推上了一个新的台阶。

人工智能火了,嗅觉灵敏的资本市场闻风而来。

清科数据显示,2016年,人工智能融资事件就有73起,资金规模超过15亿元,前景可期。资本市场无疑给人工智能的实际应用层面加了一支助燃剂。人工智能技术将首先从专业性较强的细分领域开始应用,而金融科技便是众多细分领域中的一个。

追究其原因就是中国的金融科技还属于刚起步的阶段,底子比较薄弱,能够应用的技术手段匮乏。与此同时,国内金融科技的需求又异常旺盛,使得人们不得不用一些新技术,比如人工智能来帮助金融科技发展。

信用宝创始人涂志云认为,2017年是人工智能在金融科技领域得到实际应用的一年,从客户的推荐到客户资质的审批、贷后的信用管理、催收的管理等等,人工智能都得到广泛的应用。比如,运用人工智能技术给用户推

荐信贷产品、理财产品,利用人工智能技术进行人脸识别、文字识别等来提高审批的效率、风险管理的精度,同时利用人工智能进行贷后、催收的管理。

随着AI热潮迅速席卷全球,国内相关的征信机构、大数据公司、网贷公司、网络理财公司开始思考如何与人工智能相结合。信用宝是少数步入实践阶段的金融科技平台之一。信用宝创始人涂志云表示,“信用宝特别在西安建立的大数据与人工智能研究中心,目的就是运用我们企业的

研发优势和西安地区比较好的专业人才进行人工智能在个人信贷领域方面的应用,包括如何寻找潜在的客户,如何对用户进行比较完备的大数据审批,以及对贷后进行管理。运用人工智能的技术提高效率、降低风险。”

人工智能遇上金融科技会擦出怎样的火花?相信在AI的助力下,金融科技将会给大众带来更加优质的普惠金融服务,成为区别于传统金融的颜色不一样的烟火。

(何芳编辑整理)

互联网婚企受资本关注 自助交友轻模式现优势

本报记者 崔敏

顺丰的上市给资本市场带来了很大的震动,那么资本在生活服务行业挖掘的下一个金矿又在哪里?

根据马斯洛需求原理,人在解决了基本生活的需求后会开始追求更高层次的需求,以提升生活质量、生活幸福感。随着男女比例失调和现代都市快节奏、工作压力的增大,围绕婚恋交友服务的企业也再一次热门起来。

人类的交往随着社会科技的进步,经历了从口头传播到大众传播的过程。婚恋交往也在现代媒介的不断更新中,借助大众传播工具,突破传统的“媒妁之言”,沿着

“亲缘关系—地缘关系—业缘关系—网缘关系”的路径发展,婚恋方式日趋多样化。正成为婚恋主力军的90后作为完全网生代,熟识网络,兴趣各异,需求多元,也在不断扩张着网络婚恋交友的市场。

世纪佳缘在纳斯达克的上市和退市;德奥通航拟在珍爱网VIE架构拆除完成的基础上,以发行股份的方式购买珍爱网100%股权;以有缘网为主产品的友缘在线也在冲击创业板IPO,近一年婚恋市场的资本动作频频。值得注意的是,与世纪佳缘、珍爱网等传统婚恋定位不同,以有缘网为代表的一批为普通大众提供细分服务的互联网婚恋企业已来势汹汹。

有缘网率先提出“婚恋前置”在线婚恋解决方案,以高效的两性交互设计成为时下更懂90后的移动婚恋交友平台。从成立之初,对移动互联网就有较为清晰的趋势判断。有缘网CEO董舰在接受《中国企业报》记者采访时表示:“当时我们判断随着技术的发展,便捷、随时随地使用的移动互联网将是互联网的未来;移动互联网并非PC互联网的延伸,而实际上激活了中国最广大的人群,是独立于PC互联网白领人群的、更大的市场;移动互联网和PC互联网的差别本质还是用户群体上的差别,服务模式全然不同,不能直接平台移植。”也正是基于此,有缘网区别于传统互联网婚恋网

站世纪佳缘、百合等,从用户群体、服务理念、产品模式上都有较大差异。

数据分析公司易观在《在线婚恋交友对用户价值分析2016》报告里提到,当前中国网络婚恋交友企业规模最大、最主流的有两种模式,一种是以世纪佳缘为代表的线上+线下相亲服务式重模式,一种是以有缘网为代表的线上自助式婚恋交友轻模式。

与顺丰的异曲同工之处在于,有缘网也是基于自己对行业的判断制定了品牌差异化战略,也将顺应趋势登陆创业板,接受资本浪潮的洗礼。

当然,资本会对市场格局产生巨大的影响,也将推动婚恋交友市

场重新洗牌。在未来的婚恋交友市场中,用户的分层、其需求离散化和个性化,会使单一品牌和服务在一定程度上难以满足所有用户的不同需求。每家婚恋交友企业都会面临同样的挑战,并用不同的解决方案满足用户的需求。像有缘网这样的自助式婚恋交友轻模式加上资本市场的助力,其品牌的差异化战略加上服务品质,或将成就下一个互联网婚恋行业的“顺丰”。

业内人士表示,在用户需求多元化、离散化的趋势下,婚恋交友行业会有更多的创业机会、更大的市场和更美好的未来,而在资本力量的推动下,会逐渐形成“寡头定大格局,细分百花齐放”的状态。