

试点范围扩大 市场潜力释放

消费金融驶入蓝海

本报记者 钱菁苑



日前,中国银监会批复同意招商银行旗下全资子公司香港永隆银行与中国联通筹建“招联消费金融有限公司”。这是自2013年9月底银监会宣布扩大消费金融公司试点城市范围后首家获批筹建的消费金融公司,同时也是国内首家在《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》(即CEPA)框架下申请筹建的消费金融公司。

2013年9月,银监会宣布扩大消费金融公司试点城市范围,新增沈阳、南京、杭州、合肥、泉州、武汉、广州、重庆、西安、青岛等10个城市参与试点。同时,根据CEPA相关安排,合格的香港和澳门金融机构也可在广东(含深圳)试点设立消费金融公司。加上在2010年首批试点的4个城市,目前消费金融公司试点城市已达16个。

市场潜力巨大

消费金融的巨大潜力显而易见。随着我国居民人均GDP的不断增长,以及各项保障和鼓励消费政策效应的逐渐发挥,居民消费的总体增长趋势非常明显。预计到2015年,消费对我国经济的拉动作用将进一步增强,我国也将从整体上开

与银行相比,消费金融公司的消费信贷业务不仅在申请、审批上非常便捷,同时也拥有更加清晰的客户定位

如何探索和形成符合我国市场特性的风险控制方法和运作体系,是消费金融公司面临的一项长期任务和挑战

始进入消费主导型的发展模式阶段。

据中银消费金融有限公司有关人士介绍,目前,有融资消费观念的年轻群体在主流消费群体中的比例正不断提高,以消费贷款、分期付款为主要方式的消费金融服务正受到越来越多年轻人的欢迎。

所谓消费金融公司,是指提供以消费为目的,向居民发放贷款的金融机构,发放的消费贷款金额一般较小,且不能用于购房或购车。目前,日本以消费者无担保贷款为主的消费金融公司有500家左右。在欧洲发达国家,每年消费金融业务收入可以占到其国内生产总值的10%以上,知名消费金融公司捷信集团2013年资产规模达105亿欧元,累计服务全球客户达710万户。

便捷性优势明显

“目前,我国消费金融公司所开展的业务与银行消费信贷业务相比,差别不大。在金融改革的大背景下,未来针对

消费金融公司“量身定制”的相关政策有望出台。”兴业银行首席经济学家鲁政委表示,在银行体系内部,消费信贷业务操作优势非常明显,比如银行已拥有大量零售客户,可以通过分析客户行为数据,更好地进行风控;但同时也存在一些弊端,如相关业务需要按照银行特定程序来开展等,使得灵活性不够。

与银行相比,消费金融公司在便捷性上具有明显优势。一是申请简单,大多只需提供身份证件并填写简单的贷款申请表即可;二是审批快速,一般不超过一个工作日就可以得知审批结果;三是产品灵活,借款人可以根据个人财务状况和需要,选择不同的首付比例和还款期限。

客户定位清晰也是消费金融公司一大优势。通过实施差异化战略,消费金融公司可以“俯身下探”,瞄准小额消费信贷领域,大力拓展中低收入人群市场。

“消费金融公司未来发展需要找准市场定位,一方面可以与一些消费品牌店进

行结合;另一方面也需要与互联网技术相结合,扩大客户量、降低运营成本。”中央财经大学金融学院教授郭田勇说。

运营模式仍需探索

消费金融已然是一片蓝海,但对尚处于试点阶段的消费金融公司来说,仍面临较大的生存挑战。

运营成本 and 融资成本较高、融资渠道有限,一直是消费金融公司的主要压力来源之一。“对银行系消费金融公司来说,压力相对会小一些,银行作为大股东可以提供部分资金支持。”郭田勇表示,但其他消费金融公司往往需要与信托公司合作,因此资金成本较高。实际上,已有部分贷款人反映,虽然从消费金融公司获取贷款较为快捷,但利率却明显高于银行类似产品。

目前,我国消费金融贷款一般都是小额无抵押信用贷款。对于金融机构来说,评估和处置个人小额无抵押信用贷款的经验还较为缺乏,相关的风险评估原则、评分模型、不良资产处置方法等,都有待进一步探索。

对消费金融公司来说,形成有效的风险评估模型、探索有效的风险资产处理方法,还需要一段较长的检验周期。因此,如何探索和形成符合我国市场特性的消费金融风险控制方法和运作体系,将是我国消费金融公司的一项长期任务和任务。

央行开展200亿元正回购

本报北京10月23日讯 记者张悦报道:中国人民银行今日在公开市场开展200亿元14天期正回购操作,中标利率持平于3.40%。数据显示,本周有200亿元正回购及200亿元央票到期,至此,公开市场已连续第二周资金投放与回笼实现平衡。

据申万研究所债券团队测算,本轮IPO冻结资金高点在本周五,累计网上网下冻结资金量预计接近5000亿元,周四和下一周冻结资金在4600亿元和3600亿元,其余单日冻结资金不超过1500亿元,IPO打新对资金面扰动将持续到下周。

央行近两周的公开市场操作规模均维持在200亿元的低位。业内人士认为,当前市场资金面较为宽松,虽然短期面临新股集中申购以及企业缴纳季度所得税等因素扰动,但在央行通过调低正回购利率、利用SLF等工具为市场注入资金之后,市场对本月的流动性状况仍保持乐观预期。

进出口行非金融企业债承销纪录刷新

本报讯 记者刘滨报道:作为两家主承销行之一,中国进出口银行日前成功为中联重科股份有限公司发行2014年度第一期中期票据,发行金额为90亿元。该发行规模不仅是湖南省金额最大的一笔非金融企业债务融资,也刷新了该行单笔承销金额的纪录。

近年来,中联重科在积极拓展业务的同时,着力调整融资结构、降低融资成本。中国进出口银行凭借全面的中票发行方案,专业的服务水平,在最短的时间内完成了银行间协会的注册审查,并顺利完成承销。

工行进军欧洲投资基金行业

本报讯 记者郭子源报道:日前,卢森堡金融监管局批准中国工商银行(欧洲)有限公司在卢森堡发行一只投资于中国债券市场的可转让证券集合投资基金。这是工银欧洲在欧洲地区发行的第一只投资基金,使得工行成为首家进入欧洲投资基金行业的当地注册中资银行。

据介绍,该基金主要投资于中国境内的银行间债券市场。除卢森堡外,该基金在完成本地注册后,还将通过工银欧洲在法国、比利时等国的分支机构进行销售。

本版编辑 李会 孟飞

保监会严格规范险企关联交易

本报讯 记者姚进报道:为进一步规范保险公司关联交易行为,中国保监会日前起草了《关于进一步规范保险公司关联交易有关问题的通知(征求意见稿)》(简称《通知》),规定保险公司关联交易应符合下

列要求:在保险公司投资未上市权益类资产、不动产类资产、其他金融资产的账面余额中,对关联方的投资金额分别不得超过该类资产投资总额的50%。

需要符合的比例要求同时还包括:保

险公司对关联方中单一法人主体的投资余额,合计不得超过保险公司上季末总资产的15%与该法人主体上季末总资产的5%中二者孰高者;保险公司对关联方的全部投资余额,合计不得超过保险公司上

季末总资产的30%,并不得超过保险公司上季末净资产。

《通知》还要求,保险公司重大关联交易应由董事会批准的,董事会会议所作决议须经非关联董事2/3以上通过;保险公司与主要股东及其关联方的关联交易,必须获得独立董事的一致同意,主要股东并向保监会提交关于不存在不当利益输送的书面声明。对于保险公司未能履行相关报告义务的,《通知》规定,保监会可以结合相关情况,调整该保险公司分类监管的评价类别。

银行业触网频创新 应战互联网金融

近年来,互联网金融方兴未艾。当互联网企业在金融领域边缘布局的同时,以银行为代表的传统金融机构也积极应变,自觉、自发、自主的创新也越来越多。但各家在创新的同时,都需要思考一个问题,到底是简单的以互联网为噱头,还是要深度拥抱互联网,做符合互联网“用户体验至上”精神的深层创新?

互联网浅层合作 创新不够

在移动互联网平台中,微信凭借其移动互联特性,不仅可以有效拉近银行与客户间的距离,同时庞大的用户粘性 with 传播能力也让它成为金融机构触网的必争之地。2013年3月,招行在业内首推“微信客服”。但在很大程度上,“微信客服”只是承担了部分客服如金额和业务查询的功能。

跟着用户习惯走是好事,但创新不够。从服务范围和内容来看,都离互联网金融的精髓还有一段距离。

虽然只是基于浅层合作,但不难发现,银行业已经有借助移动互联网渠道展开服务的意识。

借力去APP模式 深化互联网合作

如今,微信已成为各大银行信用卡提高客户体验的重要工具,去APP化让它们在微信这个平台上都处在同样的起跑线上。对用户来

说,仅需要安装微信就能充分满足多场景下的不同需求,无须再往手机里安装各种冗余的APP。谁能出色就要看谁能充分利用好这一平台提供更好的服务。

9月30日,微信6.0上线,其中最大的一个升级是瞄准卡券管理和线下支付市场的“卡包”功能。广发信用卡作为“卡包”在金融行业的首家合作伙伴,将微信卡包与其信用卡活动相合,凡是通过广发信用卡获得的优惠券都会在卡包呈现。这也预示了具有成熟金融思维的传统银行业已经能够充分运用新兴移动互联平台提供细化服务。

微信6.0中加入的卡包功能,是和iOS中的Passport类似的产品,可以聚合传统实物钱包里存在的银行卡、优惠券、电影票、会员卡等信息,更方便用户进行卡券信息的管理。所不同的是,Passport则是存在于iOS中的一个独立的APP。从这个角度来看,微信俨然已经成了一个“系统级的APP”。广发信用卡与卡包的合作,实际上是为APP做了减法,但却为用户的体验做了加法。

“位于行业的第一梯队,发卡量不再是单一追求的目标,为持卡人提供更多丰富的服务及优质的用卡体验是发展的重点。”广发银行信用卡部总经理林德明表示:“通过精确的客户价值度量知道广发卡需要什么样的客户,我们就研究这些客户的需求,相应地推出产品与服务,这是环环相扣的,一个环节都不能有疏漏。”

此次广发信用卡与微信6.0卡包的合作虽然快速,但不乏深思熟虑。通过前期周密的计划,找到了信用卡与微信6.0的最佳契合点

——卡包。联合微信卡包,为持卡人提供好玩、新潮的服务,有利于用卡体验的提升,对信用卡而言,是加强客户黏度、发展业务的有效手段。

微信卡包不仅仅是为几亿微信用户增加了一个功能,而且将影响到线下商家的运作方式及消费者的支付习惯。微信通过卡包将线上卡券获取与线下支付环节打通,而在最终的支付环节,银行卡扮演着不可或缺的角色。广发信用卡的支付体系与特约商户为最终的刷卡消费提供了强有力的技术支持和海量商户优惠。

客户往往会根据不同消费场景选择不同银行的信用卡,这次广发信用卡与微信卡包的抢先合作,也让其在商业银行的支付市场争夺战中更胜一筹。

这次广发信用卡与微信卡包的合作也将是广发信用卡继移动支付之后,在互联网金融领域的又一次布局。基于卡包功能,未来广发信用卡将与微信开展进一步合作。



扫一扫,关注广发信用卡