四川新网银行：

以数字科技服务普惠金融

经济日报·中国经济网记者　钟华林

慧眼观企

日前，四川新网银行获得国家高新技术企业认定，成为全国第二家获得该认定的银行机构。

新网银行是全国第三家、中西部首家基于互联网模式运营的民营银行，2016年12月份才正式开业。一家才成立两年多的民营银行，在高新技术方面何以取得如此优异成绩？

“随着中国特色社会主义进入新时代，以往驱动银行业高速发展的货币红利、政策红利、人口红利正在逐渐消退，科技红利是当今金融业最值得期待的选项之一。”新网银行党委书记、董事长江海表示。

正是基于这样的认识，新网银行开办两年多来一直坚持“移动互联、普惠补位”的差异化定位以及“数字普惠、开放连接”的特色化经营战略，着力打造数字科技普惠银行，力争依托领先的金融科技能力、稳健的大数据风控技术和高效的互联网开放平台服务小微群体，支持实体经济，践行普惠金融。

图为新网银行开放式的办公空间。　　张　瑞摄　（中经视觉）

从“场所驱动”到“场景驱动”

移动互联技术的高速发展开启了移动金融时代，这种服务模式彻底摆脱了时间、空间对实体营业网点服务边界的制约，让所有有网络的地方都成为银行虚拟网点

走进位于成都高新区的四川新网银行线下体验厅，记者最直观的感觉是，它与平时见到的银行营业厅很不一样。大厅内既没有传统柜台，也没有柜员机等相关设施，整体装饰风格现代而时尚。新网银行办公室负责人何刚告诉记者，这里是新网银行总部，也是唯一一家实体网点。

“虽然只有这一处实体网点，但我们的服务却是面向全国的。”何刚说。

记者看到，大厅内那巨大的LED屏上，无数红色数字正在不断变化。这些数字代表了同一时刻新网银行业务的实时数据，且长三角、珠三角、环渤海等地的数据量远高于“大本营”成渝经济区。

“移动互联技术的高速发展开启了移动金融时代，服务入口场景化、虚拟化是大势所趋。”江海分析说，银行服务入口正从“场所驱动”逐渐过渡到“场景驱动”。

目前，人们常见的主流银行业务仍然处于“场所驱动”阶段，用户办理银行业务的入口是实体营业网点。这些传统银行网点布局大多呈现金字塔形式，也即选址于附近居民的生活半径内，每一个网点的服务能力均会受到时间与空间的制约。

新网银行实行的“场景驱动”则完全不一样。在新网银行办理业务，不用前往银行实体网点，只要登录APP，无论居家逛街还是出差旅游，无论上班时间还是下班以后，随时随地均可办理。江海表示，这种“秒申秒到、即用即走”的银行服务模式彻底摆脱了银行服务的时空制约，“所有有网络的地方都是新网银行的虚拟网点”。

从“自证信用”到“数据征信”

新型银行更偏爱“电子进件”，即在用户电子授权的基础上，运用大数据分析技术“秒级”完成用户身份识别及实时信用评估。以后客户再也不用拿着一摞纸质证明到实体网点“自证信用”了

许多人都有过在传统银行办理贷款的经历。用户需要提交户籍证明、婚姻证明、在职证明、收入证明、房产证明、银行流水等一大叠纸质证明材料“自证信用”，程序之繁杂让人望而生畏。

“这归根结底是因为银行缺乏运用大数据技术的能力。”江海说，新型银行更偏爱“电子进件”，即在用户电子授权的基础上，运用大数据分析技术“秒级”完成用户身份识别及实时信用评估，并通过多维数据为用户“画像”，提高风险控制精准度。

记者实地体验了一次新网银行的授信过程。通过新网银行的微信入口按步骤输入相关信息后，不到1分钟时间，记者的贷款额度、贷款利率等信息就显示在手机屏幕上，只要绑定银行卡，贷款可立即到账。

四川绵阳市游仙区经营黄桃采摘的农场主帖雨涵对此深有感触。帖雨涵告诉记者，很多果农在水果产销旺季都会出现临时性资金缺口，但这段时间也恰恰是最忙的时候，确实没有时间到银行网点跑贷款。新网银行的服务模式解了果农的燃眉之急。“不用到银行提交材料，通过手机随时申请贷款，随时还款，确实非常方便。”帖雨涵说。

新网银行有关负责人告诉记者，如今新网银行已经在现代信息技术的帮助下完成了业务流程的彻底再造，具体来说包括3个方面。

一是业务办理入口在线化。新网银行以信贷业务为核心主业，业务均通过手机办理，客户即便在偏远地区银行网点覆盖不到的地方，也可办理业务。

二是业务审批流程智能化。目前，新网银行99.6%的线上贷款申请均由机器审批，只有0.4%的大额信贷和可疑交易需要人工干预。此举大大提升了信贷审批效率，目前单笔信贷审批时间平均仅需42秒，日批核贷款峰值超过33万单，大大提升了客户体验。

三是业务运营全流程数字化。此举使新网银行营业成本较传统金融机构大幅度降低，单笔信贷边际营业成本从上千元降至20元左右，未来有望随着规模效应累加进一步降低。这意味着，为更广泛的小微群体提供普惠金融的经济可行性与技术可行性大大提升。

业界专家评价认为，新网银行的运营方式具有明显的“普惠补位”特点，无论是几百元的“超小额贷款”还是数万元的信贷需求都能得到满足，从而高效满足“长尾客群”的需求。

统计显示，截至目前，新网银行已经为全国超过2180万用户提供服务，累计放款超过2100亿元，人均借款金额3300元，笔均借款周期为83天。

从“专家经验决策”到“智能模型决策”

传统银行在甄别客户征信时更多依赖多年累积下来的“专家经验”，新网银行则主要依靠“智能模型决策”，也即用算法提升决策水平

对于银行来说，风险控制是最核心的环节之一，万万不可掉以轻心。面对如此巨量的信贷业务，新网银行又是如何做的呢？

江海介绍说，新网银行的风控方式与传统银行区别很大。作为一家新型银行，它主要运用生物探针、人脸识别、星网关联等技术，力争从数据层面破解风控难题。从决策方式上看，新网银行摒弃了传统银行惯常采用的“因果性决策”策略，转而实行“相关性决策”。即，不再要求客户提交一系列纸质证明以判断其征信情况和还款能力，而是将决策重点放在客户行为数据方面，通过大数据风控系统判断其违约概率；从决策模型上看，传统银行在甄别客户征信时更多依赖多年累积下来的“专家经验”，但新网银行则主要依靠“智能模型决策”，也即用算法提升决策水平。

为此，新网银行设计了包括信用评分模型、履约能力指数模型、恶意透支指数模型、消费倾向模型、资金需求指数模型等九大母模型在内的决策系统。这九大模型包含了上千个风险因子。截至目前，新网银行有效阻断包括黑产攻击、冒用申请等在内的超过380万次风险，为业务开展筑起了坚实的防火墙。

“由于采用了互联网模式，我们对大数据、人工智能、互联网信息系统架构、金融科技等人才的需求明显高于传统银行。目前，全行六成以上的员工拥有技术背景，比如网络架构师、大数据建模分析师、反欺诈研发工程师等。”新网银行有关负责人告诉记者，以“技术立行”为战略，新网银行目前已提交了81项专利申请，获得35项软件著作权。在全球具有影响力的知识产权媒体IPRdaily联合incoPat创新指数研究中心发布的“2018年全球银行发明专利排行榜（TOP100名）”中，新网银行排名第15位。

图为新网银行大厅。　　张　瑞摄　（中经视觉）

生意经

哈啰出行探索在电动自行车行业推行『新零售』模式——

从『功能机』向『智能机』跃迁

本报记者　王轶辰

“目前，我们的共享单车已经可以盈利了。但基于共享单车的性质，期望高收益是不现实的。当然，共享单车只是起点，不是终点。”在2019中国电动自行车产业高峰论坛上，移动出行平台哈啰出行执行总裁李开逐表示，公司正探索在电动自行车行业推行“新零售”模式。

去年9月份，哈啰单车更名为哈啰出行，两字之差折射出企业定位的变化——从哈啰共享单车到哈啰助力车、哈啰顺风车，这家从共享单车起步的公司正在加速深耕移动出行领域。

在中短途出行方面，低速电动车无疑是不少人的刚需。中国自行车行业协会的数据显示，从2010年至2017年，中国电动自行车保有量不断攀升，已从1亿辆增长至2.5亿辆；2011年至2017年，中国电动自行车年度产销量在3000万辆左右，市场容量在1000亿元左右。随着《电动自行车安全技术规范》于4月15日正式实施，大量原电动自行车被划入机动车板块，需要驾驶证、强制保险，只能在机动车道行驶；大量不合规电动车会被淘汰。这意味着，电动自行车行业将迎来新机遇。

与汽车产业的快速互联网化不同，两轮电动车行业转型进程还处于“蛮荒时期”。“传统两轮电动车行业经营模式比较滞后，单一门店销售限制了发展空间，经济效益也非常有限。”哈啰出行电动车业务负责人迟星德说。

如何改变传统两轮电动车行业的境遇？“哈啰出行要从开放的渠道、智能的产品和标准化服务三个方面打造全新的电动车租售平台。”李开逐表示，一方面通过“哈啰搭台、品牌唱戏”方式，让更多电动车品牌商通过平台参与进来，为用户提供租售一体的多样化选择；另一方面，从品牌、流量、系统和基础设施等多维度为相关行业企业赋能。

有关专家表示，哈啰电动车租售一体化的新零售模式，实际上就是通过赋能整个行业打造一个智能化的电动车租售平台。此举能够带来三大好处。其一，能够提高流动效率，更好地连接厂家和用户；其二，搭建一个车联网系统，推动行业数据化升级，提高用户运营价值，培育更好的用户服务生态，未来修车、保险等工作都可以在APP上直接完成；其三，搭建一个全域能源体系，推动电动车解决续航问题。

值得注意的是，哈啰出行目前正在推动“AI哈啰芯”与哈啰标准化锂电池换电站智能互联，力争打造一个更加完善的换电网络。“我们希望有朝一日电动车能源也能像水、电、煤一样成为普遍的基础服务，换电网络密布于城市的各个角落，终端用户可以随时随地为自己的电瓶车换电。”李开逐表示。

“我们的目标不是卖车，而是建造一个电动车车联网数据网络，让电动车行业加快网络化升级步伐，逐渐形成巨大的两轮电动车车联网。这个改变该怎么形容呢？也许就像手机从功能机时代进入智能机时代吧。”李开逐说。

力源集团去年复合增长率再超25%——

减税降费攒足发展后劲

本报记者　梁剑箫

桂林力源集团日前传来好消息，集团去年复合增长率再次超过25%，连续10多年保持高速、高质量发展态势。

作为农业产业化国家重点龙头企业，桂林力源集团自1953年创建以来，始终秉承“合作创造共赢”的企业理念，致力于成为一家可持续发展的、受人尊敬的百年老店。集团先后荣获中国制造业500强（第379名）、广西著名商标、广西民营企业第2名等殊荣，成为当地乃至全国同行业中值得称道的优秀企业。

“民以食为天，食以安为先。力源一直致力于为老百姓提供优质、安全的生鲜粮油，每位力源人都在为这个目标努力奋斗。”桂林力源集团董事会董事杨建新表示，历经66年沉淀，目前力源集团业务范围已涵盖粮油食品、饲料加工、畜禽养殖、种禽育种、生物科技等方面，现有67家生产经营企业，分布于全国各地。2018年，集团年产饲料超过700万吨，产值超170亿元，养殖（肉鸡、鸭苗）9000万羽，带动农户16900余户，米油销售29000吨。

杨建新告诉记者，为推动企业持续高质量发展，集团多年来一直在确保食品安全、提升产品品质等方面不断探索，并逐步形成了一整套有利于守住安全底线、激发创新活力、激励员工成长的工作机制，企业发展步入快车道。不过，最让杨建新开心的是，国家近年来出台的一系列优惠政策，给民营企业吃下了一颗定心丸。

杨建新以税收为例告诉记者，作为诚信纳税企业，力源在2018年合计减免增值税19.5亿元、企业所得税1.2亿元。

桂林力源集团财务总监刘萍告诉记者，力源是一家全员持股的大型民营企业。近年来，企业员工收入伴随着企业效益的持续攀升水涨船高。随着新个人所得税法及《个人所得税专项附加扣除暂行办法》落地，企业绝大部分职工都享受到了个税专项附加扣除，到手的工资都有了不同程度的增加。“这是给老百姓实实在在的、看得见的福利，大家别提有多高兴了！”刘萍说。

“有了税收优惠政策的支持，我们可以将更多资金投入到企业发展的关键环节中。未来，力源将重点瞄准动物饲料领域，计划未来2年新投产19家饲料厂，饲料销量突破800万吨。同时，不断壮大畜禽养殖（肉猪）产品生产规模，预计未来2年出栏肉猪150万头。”杨建新说。

对此，力源集团所在地桂林市叠彩区税务局有关负责人表示，未来将不遗余力地将减税降费政策落到实处，为企业营造更好的营商环境，助力经济高质量发展。

佳沛奇异果中国销量超出预期——

外企在中国

大中华区已成佳沛全球最大市场

本报记者　沈则瑾

来自新西兰的佳沛国际集团日前在上海举行以“携手二十载，共创新未来”为主题的2019开季新闻发布会，宣布新一季奇异果正式在中国上市。佳沛方面预计，到2025年公司在中国市场的销量将翻番，占据其全球销量的四分之一左右。

“今年是佳沛进入中国市场的第20个年头，佳沛奇异果的销量超出预期。2018年，佳沛奇异果在中国的销量超过2700万标准箱。”佳沛国际集团董事长Bruce Cameron表示，“佳沛在中国市场的增长非常强劲。作为全球领先的水果品牌，佳沛的目标是到2025年实现全球销售45亿新西兰元的目标。我们正在朝着这个目标不懈努力”。

中国是佳沛重要的战略市场。Bruce Cameron说：“佳沛奇异果刚刚进入中国市场时，中国销售额仅占我们全球销售额的2%。到去年为止，这一数字已攀升至20%。大中华区已经成为佳沛全球范围内最大的市场。”

“未来，我们要进一步做好新品开发工作，推出更有营养、口味更好的水果品类。近年来，我们每年投入2000万新西兰元用于新品种开发，目前新推出的‘红果’和‘绿果’正在开展市场化前试验。”Bruce Cameron说。

“我们还将逐步建立起更加完善的销售网络，为更多消费者提供便捷的服务。比如，社区就是我们现阶段的工作重点。”新西兰佳沛公司大中华区总经理蒋时杰表示。

20年来，佳沛不仅致力于为中国消费者提供营养丰富的奇异果，还积极参与健康中国建设。在即将举办的2019年全民营养周活动中，佳沛将携手上海市营养学会开展一系列营养健康普及活动，帮助更多消费者形成营养、健康的生活方式。

本版编辑　韩　叙　秦文竹