

“银行不敢贷款而互联网金融主动送上门”的反思

“刚才一位创业者说,他去银行贷款拿不到钱,但互联网金融机构却通过查询他的交易记录、评定信用级别,主动联系他把贷款‘送上门’。”这是李克强总理近日在部分新登记企业负责人座谈会上讲的一番话。针对这一现象,李克强要求,国有金融机构要加快转变经营方式。对待同一个小微企业的贷款诉求,传统银行与互联网金融机构的差异为何如此之大呢?

笔者一再阐述的一个观点是,互联网金融是中国经济最亮眼的创新之一,其创新性究竟在哪里?就在于比传统金融在风险控制、信用识别和获取手段上先进、效率更高。金融的核心在于信用。有了信用,一切金融交易就变得无比简单;有了信用,也就不需要担保抵押,金融交易和配置效率也能提高;有了信用,金融违约的风险也将大大降低;同样,有了信用,金融交易才能更加流畅,实体经济可以及时获得信贷支持,资金通往实体经济的血脉才有望全线通畅,整个经济都将迸发出勃勃生机。

多少年来,包括银行在内的传统金融机构没有获取交易对手信用状况的手段。无可奈何之下,就将所有交易对手都假想为不守信用者,甚至在信用上采取了“宁可错杀一万,也不能放过一个”的极端做法。结果,在整个金融交易中,特别是银行贷款中,信用贷款基本消失,所有贷款都必须提供担保抵押质押的第二甚至第三还款准备。信用没了,一切金融交易都变得复杂了,效率也大大降低。最终使得十几年来金融资源配置严重不公和畸形发展,这一结果的集中表现就是:中小微企业

基本获得不了贷款。

互联网金融的诞生,解决了上述信用状况获取困难的问题。互联网金融利用和挖掘用线上大数据,能够较准确地获取线上中小微企业生产经营的全部信用记录,包括经营状况、商品进出货流、库存状况、现金流情况、财务流转状况等等,不仅可以获取过去静态的资料,而且可以随时获取此时此刻动态的情报。

在此基础上,互联网金融可以把大数据变成一个信用体系,而这个信用体系也有望变成宝贵的财富。比如,阿里巴巴小贷公司通过4年来给80万家企业累计发放贷款2100亿元的实践证明,通过大数据对企业信用状况的分析和挖掘,准确率在99%以上。阿里小贷公司的不良贷款率在0.1%,这一水准仅是全国银行总体不良率1%的1/10。

以上不难看出,互联网金融的魅力之所在,这是互联网金融远远超过传统金融的巨大优势,这也是李克强总理要求国有金融机构要加快转变经营方式,学习互联网金融的原因。

由此联想起银监会近日批转首批3家企业筹建民营银行的申请。周末这两天,笔者电话

不断,接受记者采访关于3家被批准筹建民营银行的话题也接二连三。主要集中在两个方面:一是是否能够缓解中小微企业融资难,二是对传统商业银行冲击有多大。笔者的回答是,缓解中小微企业融资难效果不会大;对传统商业银行冲击也甚微。

其实,在批准的3家民营银行中,温州民商银行、天津金城银行这两家不仅是区域性银行,而且是传统模式的银行。对解决全国中小微企业融资难几乎没有帮助,而且对解决本地区企业融资难效果也未必明显。因为他们的贷款发放将沿用传统模式,即担保抵押质押等。没有获取金融交易对象信用的创新性手段,仍旧延续现有银行的老路,效果会好吗?

此外,腾讯等发起设立的深圳前海微众银行,虽然已经明确以互联网为基础,但腾讯主要是社交网络,线上中小微企业有限并且大数据碎片化非常严重,能否解决中小微企业融资难的问题仍要拭目以待。为此,上述3家银行从存款、贷款、支付系统以及中间业务上对现有传统银行,特别是大型银行的冲击力微乎其微,尤其是获批的两家传统模式的民营银行极有可能

在大型银行的夹击下,面临激烈的竞争,能否立足生存尚待时间的考验。

目前来看,旨在解决中小微企业融资难的民营银行试点,如今缺席了阿里巴巴等网络银行,显然有所欠缺。毕竟阿里的天猫、淘宝上有近800万家中小微企业。这是目前已经获批的几家民营银行无法具备的资源。

不过,这或许也给传统银行的转型争取了更多的时间。此前,传统银行已经领教了余额宝的厉害,一旦阿里开始吸收存款,传统银行的存款将会大量流失。支付系统上,传统银行正面临支付宝的冲击;如果在贷款上,阿里网络银行借助大数据分析挖掘,无需担保抵押质押,纯信用贷款,24小时到达企业账户,那么传统银行将更加“鸭梨山大”。

总之,对中小微企业,银行不敢贷款,而互联网金融机构却送上门现象,引发我们许多思考。无论是传统银行还是互联网企业,大力发展互联网金融机构都是解决中小微企业融资难融资贵的出路和方向之一。余丰慧(知名财经金融评论员,著有《互联网金融革命》)

经济表情

余额宝力不从心 兴业全球加速度赶超

在余额宝诞生一年以来,每个季度规模增长冠军似乎总被天弘基金垄断。但今年第二季度,冠军易主,天弘基金3个月的资产净值增长只有370.12亿元。兴业全球的一只新基金,带来的净规模增长速度,超过了只手遮住货基半边天的天弘基金余额宝。

数据显示,兴业全球基金二季度的总资产净值增加531.58亿元,超越天弘,在公募基金中排名第一名。分析人士认为,一方面余额宝用户可能即将饱和,新增难度加大;另一方面,还面临着其他宝宝的争夺。不过,二季度,天弘基金仍以5861.79亿元的资产规模高居第一。

【根据《21世纪经济报道》文章整理分析】



推荐

近两成美企在用人民币结算贸易

上周由汇丰全球研究发布的一份报告显示,随着用人民币结算的法国和德国企业越来越多,美国企业也纷纷加入其中。“那些预计未来12个月将增加对华贸易的商界领袖,则打算更多地使用人民币进行贸易结算。”

在汇丰进行的全球调查中,参与调查的美国公司共有102家,他们分布在11个不同的国家。今年,有17%的受访美国公司表示,他们已经开始使用人民币进行贸易结算,高出去年的9%。全球的平均比例为22%。在中国大陆、香港和台湾之外的地区,美国企业使用人民币进行结算的比例仅次于法国(26%)和德国(23%)。

在还未使用人民币结算贸易的美国公司中,有22%的表示,他们计划在未来6个月到5年内使用人民币,这一比例较去年的8%有所增加。从全球来看,平均有32%的公司高管表示,他们计划在未来使用人民币进行贸易结算。

即便如此,人民币还无法取代美元在亚洲贸易中的地位。不过,随着对华贸易的增长,越来越多的美国公司愿意使用人民币进行结算,并在账户中持有这种货币,而不是把它们兑换成美元。55%的美国公司表示,在未来一年,他们预计对华贸易将实现增长,相比之下,去年的这个比例是76%。

美国公司目前将其出口商品的大约7%卖给了中国,相比十年前,这个比例仅为1%。汇丰预计,这一比例到2030年将会增加到14%,从而提高对人民币的需求。汇丰还预测,到2015年,中国跨境贸易的1/3将使用人民币结算,人民币将在3年内实现完全自由兑换。

大多数受访美国公司表示,他们之所以不使用人民币进行结算,是因为他们还不懂或者还未意识到使用人民币带来的好处。在其他国家,公司高官们都表示,使用人民币最主要的原因是可以满足来自交易对手的需求,最大限度地降低外汇风险并增加便利性。

美国汇丰银行企业贷款负责人马丁·布朗表示,使用人民币进行国际贸易结算“不仅可以增进双方合作关系,还更方便于中国的合作伙伴。中国的合作伙伴之所以不愿意承担美元的风险敞口,是因为他们的成本结构均以人民币计算”。

【根据福布斯中文网文章整理分析】

外约个论仅为作者个人观点,不代表本报立场。

监管留空白 当心明星持股演变成关联交易

中国证监会近日陆续披露了即将扎堆上市的新丽传媒、幸福蓝海、唐德影视、能量影视等诸多影视类公司的招股说明书。与此同时,老牌的海润影视也终于借壳中科股份曲线上市,由此,吴秀波、赵薇、范冰冰、孙俪、陈凯歌、邹静之、周立波等一众耀眼的大明星以及知名编剧、导演、制片人、主持人等,在上述拟上市公司中的竞相持股,逐渐成为夺人眼球的一道亮丽风景。由此,关于演艺明星集体创富的戏码和神话也再度华丽粉墨登场,并有望在接下来的资本市场重演“2015福布斯中国名人榜”。

明星持股:催情春药,还是饮鸩止渴?

毋庸置疑,华谊兄弟是其中当仁不让的第一个吃螃蟹者,且一度独领风骚、卓然不群,并为长期波澜不惊的中国A股市场奉上了一个又一个屡试不爽的题材和故事。对于名副其实的轻资产企业,尤其是因为影视剧的单一产品特性决定了其不可复制性,从而导致产品营收及现金流波动较大的影视公司而言,自是功不可没。

华谊兄弟2014年第一季度报告显示,其主营业务收入较2013年第一季度同期增长率为-61.58%,其中,电影及衍生收入的同期增长率为-78.35%、电视剧及衍生收入的同期增长率为-11.41%,二者均为不折不扣的负增长。与此同时,尽管大牌艺人相继出走,但是华谊兄弟旗下的艺人经纪及相关服务却依旧是一枝独秀,比上年度同期录得3.09%的实际增长,再考虑到艺人经纪的毛利率更是远远高于电影及电视剧,其价值和意义毋庸置疑。

再以拟上市的唐德影视为例,该公司2013年度主营业务中,电视剧业务营业收入为2.3亿元,电影业务营业收入为8165万元,但据“2013福布斯中国名人榜”,其个人股东及签约演员中,仅范冰冰的个人年收入就已经高达1.22亿元(相关招股书并未披露唐德影视与范冰冰、赵薇、王学圻、张丰毅、巍子等相关演员股东的经纪合约中的佣金比例,因此无法确知上述经纪合约分别给予唐德影视主营业务收入的具体贡献),是其电视剧营业收入的1/2强。

经纪合约、股权投资的双重捆绑,无疑让上市公司与演艺明星互惠、共赢,但是,这一“看上去很美”的共生效应,对于影视类上市公司而言,究竟会是一剂催情春药,还是“饮鸩止渴”?对此,或许还是华谊兄弟最有感触:2005年,著名经纪人王京花出走华谊一度引发行业地震;而2011年葛优“外嫁”英皇更是让华谊兄弟股价在连续5个交易日内的累计跌幅超过10%。

监管缺位:左右互搏,还是关联交易?

众所周知,众多好莱坞明星(演员、编剧、导演)大都从属于CAA(Creative Artists Agency,创新艺人经纪公司)、WMA(William Morris Agency,威廉莫里斯经纪公司)、ICM(International Creative Management, Inc,国际创新管理公司)等五大独立于制片厂之外的经纪公司。邻邦韩国、日本也殊途同归,但是在中国,却被演绎成为另一番不得不说的“中国特色”。

或许,基于“肥水不流外人田”的利益驱动以及公关需要等诸多不言而喻的理由,华

谊兄弟、华策影视、海润影视等国内绝大多数知名影视公司无一例外地都自立门户,拥有自家的经纪公司或部门,从而在一定程度上彻底扼杀了独立经纪公司或个体演艺人才的生存和发展空间,不仅如此,当签约明星摇身一变成为上市公司的股东之后,大咖明星与影视公司之间的关系更是难掩一丝丝的“暧昧”。

一方面,影视公司异口同声地将近年来演职员工片酬费用的水涨船高列为该行业首要的经营风险之一;但另一方面,制作公司与经纪公司的“连体婴”似的合二为一,又使得原本备受期待的电视台、制作方、演员之间的三方博弈从根本上难以真正奏效,从而也让演员片酬的降价预期一再遥遥无期。

事实上,最初明星持股曾经一度作为影视片酬的补偿机制,从而在某种程度上减轻了影视公司的资金压力和经营风险,一度作为一种“正能量”存在,但随着影视公司扎堆上市,而大咖明星又在其中竞相持股,明星股东甚至已经成为这些影视公司的某些单一作品的“最大供应商”,而广大股民们被动地成为影视剧居高不下的制作成本的最终买单者之后,沸沸扬扬的明星持股也面临全新的考验。

作为演员经纪服务购买方的影视公司与作为供应方同时又是影视公司股东的大咖明星之间一旦演变成事实上的“关联交易”,如果缺乏客观、有效的透明度,乃至强有力的监管机制,究竟会是一种投资者利益至上的左右互搏,还是影视公司与明星股东之间左手转右手的“利益输送”?这将成为一个不容回避的现实问题。

王正伦(国龙投资有限公司战略发展部总监)