

金融科技的“中场战事”

■ 梅文

过去一年,金融科技行业经历了优胜劣汰的大洗牌,头部平台纷纷赴美、赴港上市,而不合规平台被迫业务转型。对于金融科技在中国的发展业内有不同的看法,有人称金融科技还处于初级阶段,而有人则认为已经进入“中场战事”。但不可否认,不管现在处于哪个阶段,金融科技已然进入快车道,成为各路资本、巨头、互联网企业争夺的潜力赛道。

金融科技进入快车道

9月6日,金融科技峰会“2018朗迪中国峰会”在上海开幕,本届峰会的主题是金融智能时代。从分论坛的设置也可以看出本届峰会金融科技的变化和趋势,分论坛同时设立智能时代、全球金融科技最佳实践、金融科技新生态、未来银行、合规与风控、区块链科技等六大分会场,以及数个专题研讨室,聚焦中国金融开放、消费信贷和信用管理、银行创新趋势、银行与科技公司合作等话题。

点牛金融董事长曾而新表示,参加2018年度朗迪金融科技峰会最大的感触是金融科技在企业的发展过程中起着关键性作用。“现在,全球各大巨头都在高姿态拥抱新科技。互金行业作为新兴行业,拥抱科技,让自己成为名副其实的‘金融科技’公司显得尤为重要。P2P平台只有利用好金融科技,才能更好地为用户提供高效、便捷的金融服务体验,实现金融服务实体经济的初衷。”曾而新说。

朗迪联合创始人和联合主席



王利博制图

Peter Rentons 分析,金融科技的未来在于科技企业与未来的银行业结合在一起,这是一个重要的趋势。不可避免的,在过去几年 Fintech 改变了银行,甚至要替换银行,未来的金融将是移动的、自动的、实时的。

对于金融科技的发展阶段很多人的观点不同,但总体而言,随着互联网金融进入下半场的竞争,金融科技的发展也进入快车道。

乐信 CEO 肖文杰在峰会现场表示,金融科技行业已进入“中场战事”,“智慧金融”将成为必然选择。“‘智能金融’与‘智慧金融’仅一字之差,却反映了金融科技行业发展趋势的深刻变革。”肖文杰称,过去人们讲“智能金融”,更多是聚焦于技术层面的创新。而“智慧金融”的内涵显然更丰富,除了技术创新之外,更重要的是利用新技术服务用户、金融机构,服务实体经济。

“进入中场,金融科技企业越发意识到,跑马圈地、粗放式增长的时代已经结束,在行业竞争水平越来越高、监管政策越来越完善的背景下,金融科技只有以创新技术为金融机构和用户创造价值,才能最终胜出。”肖文杰补充道。

智融集团 CEO 焦可则指出,随着互联网金融行业发展,中国金融科技已进入到下半场,不像早期群雄逐鹿的过程,下半场大家都意识到的一点是“孤木不成林”。大家都意识到要扩大自己的规模,形成一定的规模效应,无论从获客角度还是风险角度,规模效应变得非常明显。

“每个人对金融科技的理解都不一样,对中国金融科技落地情况的理解也不尽相同,而这正反映出,金融科技在中国市场格局未形成,其仍处于前半场时期,大的机构没有做的特别好,小的平台看起

来仍有机会,而 BATJ 类互联网巨头在其中会有得天独厚的优势。”向上金服 CEO 袁成龙表示。

金融科技格局尚未形成,仍有很多机会

据《2017年中国金融科技发展报告》数据显示,截至2017年底,中国金融科技的市场渗透率已达到42%,用户人数超过5亿,位居全球首位。那么经过2018年的进一步发展和洗牌,金融科技的下半场风向又会吹向哪里?

袁成龙认为,金融科技还没有形成格局。大的金融科技公司还没有做到极致,小的金融科技公司看起来还有机会。他分析,未来金融科技有两方面的机会,一是客户获取,二是数据应用方面。

狐狸金服创始人兼 CEO 何捷表示,科技力是新金融发展的核心动力,没有科技创新就没有新金融

经济的发展,科技可以从四大方面提升普惠金融服务,让金融变得更易控制风险,更加智能化、个性化与透明化。

在何捷看来,小微企业融资难的一大原因就是抵押物少,同时信用数据缺失,难以获得银行授信。而金融科技企业利用大数据得以打破数据孤岛,让金融的风控能力更为有针对性也更强大,从而让更多小微企业获得信贷服务。

与美国相比,中国的征信体系尚不完善,金融服务无法覆盖到所有人群。金融科技平台为长尾人群提供了普惠金融服务,缓解了他们的资金难题,但与此同时也长期面临着欺诈、多头借贷、违约失联等风控痛点。

捷越联合 CRO 金可治分析,当前金融科技领域的监管政策日趋严格,对风控提出了更高的要求,未来在逐渐白热化的市场竞争中,构建体系化的智能风控,解决风控痛点,将成为金融科技企业前行发展的核心竞争力,优秀的金融科技企业在智能风控方面应加紧规划布局。

品钛副总裁申磊表示, Fintech 从线上电子化、到经营渠道化、再到智能生态化,不断推动银行经营模式的转型升级以助力实体经济发展,这也使得 Fintech 技术服务商得到了更多发展机会。尽管智能金融时代的到来重塑着整个金融产业的格局,然而在申磊看来,变革更意味着市场中的参与主体同时也要面对由此引发的对业务层面的冲击。申磊进一步补充到,中国仍存在巨大的未被满足的金融服务需求,平台将通过和金融机构协同合作,赋能传统金融,共同服务中国实体经济发展。

【践行社会责任系列报道案例①】

麦子金服:践行社会责任要力所能及,也要触手可及

■ 梅文

随着互联网金融市场的发展与成熟,企业也越来越多的关注并重视企业社会责任。切实履行社会责任已经逐渐成为企业的新风尚。互联网金融因其不同的特性在践行社会责任时也呈现出不同的特点,互联网金融所倡导的普惠金融是希望能够让金融服务覆盖更多的群体,帮助三农领域、小微企业能得到更多的金融服务,所以企业除了关注营收更应该承担更重要的社会责任。

一点一滴,一草一木影响世界,让麦子的光芒触手可及,这是麦子金服践行社会责任的理念。九年来,随着麦子金服的成长与壮大,其践行社会责任的能力也在提升,而践行社会责任的成果也正在逐步反哺其品牌影响力。

社会责任是有阶段性的,力所能及

社会责任,概念非常广泛,说到践行社会责任很多人觉得是做公益,其实不然。在麦子金服创始人黄大容女士看来,践行社会责任是分阶段的,在初创阶段,全额缴税,员工的工资、福利都发全就是对社会、对员工及其家庭负责。而随着企业的壮大,则有余力做更多的事情,逐渐可以去多做更多的公益、扶贫等。

在她看来,社会责任也分为内部和外部,在内部,提升员工及家庭的工作、生活的幸福指数也是一种社会责任,对外部而言创造社会价值,解决融资难、融资成本高的问题,推进普惠金融、关爱用户也是一种社会责任的践行。

社会责任不是一个虚的概念

和口号,而是身体力行的实实在在用脚步丈量出来的。宜兴龙池山、北京延庆、长城、佛山,都留下了麦子的足迹。

对于2018年麦子金服的社会责任规划黄大容女士介绍,主要通过徒步拾捡和公益扶贫两条线,既要关注自然,也要注重人文。麦子金服计划在2018年举办100余场公益活动,覆盖全国,员工需要每三个月参加一次公益活动。“只有心中有更多的爱,才能对社会、对客户有更强的责任感。”黄大容女士说。

徒步拾捡方面麦子金服发起“一袋超人”的活动,2018年,麦子公益的徒步拾捡活动已经举行20余场活动,踏遍全国14个城市,踏长城、走古道、进太湖、上山巅。

而在扶贫方面,麦子金服公益团队则为一些学校捐赠电脑,购置校服,送去学习资料,未来将向更多的贫困地区送去温暖。

盈利与践行社会责任并不矛盾

很多企业认为做公益,践行社会责任与企业盈利矛盾,其实不然,通过麦子金服来看,践行社会责任起到了很好的社会效应和品牌效应,2017年,麦子金服创造了2.3亿元的净利润。黄大容女士说:“践行社会责任并不一定需要很多钱,而是通过一种凝聚力让更多的人自发的参与进来,给他人、给社会带来帮助。”

通过每场的公益活动,麦子金服的用户、员工逐渐参与进来,践行社会责任的同时麦子金服的员工被这种正能量推动着,更加热爱自己的工作,也越来越关爱用户。

黄大容女士说,正能量是会传递的,并且这种能量正在逐步转化为麦子金服成长的内在力量。关爱自然、助小扶微的过程

中也反哺麦子品牌的树立,让温暖触手可及,与麦子的理念也一脉相承。

这种品牌的树立对于客户的黏性及信任至关重要,今年6月以来,网贷行业的“爆雷潮”让很多投资人陷入恐慌,但据黄大容女士介绍,麦子金服的老用户一如既往地相信麦子,与麦子一起成长、共渡行业难关。

对于本轮的行业大洗牌,黄大容女士认为,这种洗牌还将持续一两年,直到剩余百家左右的平台。但最终剩下的平台将承担更大的社会责任,肩负推进普惠金融的重任,更肩负投资人教育的责任。

黄大容女士表示:“过去九年,麦子金服在不断的摸索中逐渐成长,接下来的九年,则将以更加成熟、更加专业、更加自信的姿态积极推动绿色发展的概念,倡导健康向上的生活方式,践行着‘让金融温暖而可及’的初心。”