

招行“意外”闯入P2P领域 网贷成银行新“出表通道”

□本报记者 梅俊彦

招商银行近日悄然在“小企业e家”金融服务平台上提供类P2P贷款的投融资撮合服务。中国证券报记者致电招行相关部门相关人士，他们并不愿意对此作出评论。

东方证券研究报告指出，招行意外地闯入P2P领域，其用意与互联网企业相比恐怕大有不同，更可能是基于“监管套利”意图。业内人士指出，随着监管部门对银行的通道业务逐一收紧，银行也在寻求通道的突破。网贷业务的拓展规避了贷款额度、存贷比、拨贷比等监管，可以成为新的“出表通道”。

也有业内人士认为，招行通过网贷业务可以降低小微企业融资消耗的资本和拓展客户资源，继续跟民生银行在小微企业业务上较量，另外也可以把节省的资本用于对公业务。

银行转向“线上”

中国证券报记者观察到，近年来银行不断布局互联网金融领域，贷款业务呈现线上化趋势。

目前国内银行业网络贷款主要有四种形式。一是网银注册用户直接在网银“网络贷款”页面申请贷款；二是搭建网络贷款专属平台，客户注册后，可进行在线预评估，提交贷款；三是客户可以直接在页面申请贷款，随后进入常规传统贷款流程，由客户经理跟进；四是与第三方电子商务平台合作，例如建行早前推出的“e贷款”系列，即与阿里巴巴等平台合作展开。

据了解，工行、建行、交行、民生、招行、浦发、渣打、花旗等银行近年来纷纷通过上述形式推进网络贷款。

今年上半年，浦发银行就推出了面向小微企业的信贷工厂产品。在信贷工厂模式下，客户通过接入系统，可以直接网上申请贷



IC图片

款，提高申请效率。浦发银行希望通过这种模式来形成差别化竞争力，以跟民生银行和招商银行的零售业务竞争。

今年下半年，招行在供应链金融上也开始把业务做到线上。“智慧供应链金融平台”不但支持原有线下供应链金融审批放款模式，还将业务流程全部搬到网上。相关客户可以在线随时测算当前可以在招行申请贷款的金额，自助发起融资申请，平台在线自动审批，实时放款。

与以往网络贷款不同，今年银行在这块的创新开始尝试让客户经理渐渐淡出整个贷款流程，不过负债端仍然是银行的内生资本。

直到近期，招商银行在“小企业e家”金融服务平台上提供类P2P贷款的投融资撮合服务。如此一来，银行的网络贷款业务将负

债端也摆到线上，放款资金通过资产证券化跟网上理财计划资金对接，业务模式上已经形同网贷平台。

满足小微贷款需求

招商银行的网贷撮合业务在模式上类似于陆金所的业务模式。有网贷人士撰文指出，招行网贷目前已经完成的6笔融资总额为1.29亿元，平均每笔金额为2150万元，平均每个投资者投资金额为64.5万元。

东方证券研究报告指出，招行闯入网贷领域，其用意与互联网企业相比恐怕大有不同，更可能是基于“监管套利”意图。

近年来，监管部门不断尝试关闭银行绕开贷款额度控制、存贷比监管等通道业务，但是银行始终能找到新突破口。

东方证券报告指出，招行通过上述网贷撮合业务规避了贷款额度、存贷比、拨贷比等监管，从而创造了一块增量的中间业务收入。从业务实质上，招行的P2P服务更接近于资产证券化，银行从事该业务的出发点主要是监管套利。

报告同时指出，招行可能是为小微贷款需求另谋出路。小微贷款领域仍然是明显的蓝海，大量优质需求难以得到充分满足。招行此举可能正是为了满足自身需求旺盛的小微贷款客户设立。

银行业人士指出，招行的网贷撮合业务在不消耗招行资本的同时，拓展了获客途径和优化了放款流程，有望进一步在小微企业贷款上跟民生银行较量。另外，释放的资本将有利于招行重点发力对公业务。

多地酝酿出台政策“力挺”互联网金融

□本报记者 陈莹莹

阿里巴巴和天弘基金的合作从“余额宝”的业务层面正式进入股权层面，互联网金融可谓进入“井喷式”发展。不断升温的互联网金融让地方政府再也不能“淡定”。中国证券报记者了解到，目前多个地方政府酝酿或出台政策“力挺”当地互联网金融发展，并积极引入互联网金融企业和人才。

专家和业内人士指出，地方政府希望借助互联网金融“东风”，促进当地产业结构升级、解决小微企业融资难题、民间借贷阳光化等属情理之中，但是地方政府布局互联网金融产业切莫“一窝蜂”，需要警惕产业潜在泡沫和风险。

多地“力挺”

互联网金融发展风生水起，各地方政府着手考察调研、出台政策，亟欲在互联网金融领域“先行一步”。中央财经大学金融法研

究所所长、互联网金融千人会发起人黄震此前透露，各地对互联网金融发展兴趣浓厚，已有天津、宁波、杭州等地纷纷邀请行业人士和专家出谋划策。”

据了解，北京市海淀区人民政府19日举行“互联网金融中心”、“互联网金融产业园”、“互联网金融基地”揭牌仪式，京东金融集团、百度小贷等6家互联网金融机构签约入驻。同日发布的《关于促进互联网金融创新发展的意见》（以下简称意见）明确，将互联网金融作为海淀现代服务业试点的重要内容。

此前，北京中关村已经聚集了包括京东商城、拉卡拉、易宝支付、融360、天使汇、人人贷等互联网金融企业33家，并发起成立了中关村互联网金融行业协会。北京市石景山区也发布了支持互联网金融产业发展的暂行办法，为互联网金融产业发展提供一系列人才、政策、服务保障。

江西省赣州市日前召开了一场座谈会，就加强赣州市电子商

务和互联网金融招商工作进行部署。要求加快推进项目招商，大力培育电子商务、互联网金融等新兴业态。另据媒体报道，目前湖南有4家网贷公司，尚处于导入期，但批准网贷公司注册“金融信息服务有限公司”。

国金证券分析师赵旭翔认为，目前互联网金融进入实质性阶段，腾讯、百度等其他互联网厂商将跟进，业务也将从基金业延伸至券商行业和银行业。

监管政策亟待完善

值得注意的是，互联网金融势不可挡的热潮，引发了包括央行在内的多个监管部门的注意。业内人士坦言，截至目前该领域仍处于监管“盲区”，尤其是部分P2P平台公司依靠“踩红线”的模式急速扩张，互联网金融潜在的风险隐患值得警惕。

中国电子商务研究中心主任、中国互联网金融研究中心研究员曹磊表示，互联网金融业务尤其是P2P平台目前较大比例业

务没有任何担保，这种平台的风险相对较高。商务部数据显示，我国企业每年因信用缺失导致的直接和间接经济损失高达6000亿元。虽然国家级信用信息平台已经在酝酿之中，但具体信息尚未对公众公开。征信成本过高是影响民间借贷可持续发展的一项重要因素。

中国证券报记者了解到，此前央行牵头多个相关部门奔赴上海、深圳等地调研互联网金融发展现状。专家和业内人士预计，互联网金融相关监管政策呼之欲出。在合法合规、诚实守信的前提下，一切有利于包容性增长的金融活动和金融服务都应受到尊重和鼓励，但非法吸收公共存款、非法集资的底线绝对不能碰。”

另外，不少业内人士担忧，互联网金融急剧扩张，或已开始滋生产业泡沫。因此，黄震表示，地方政府盲目跟风进行互联网金融投资和产业园区建设，要警惕互联网金融产业泡沫化发展。

网销渐入佳境

保险业盈利模式生变

□本报记者 丁冰

保监会网站日前批复称，已审核同意众安在线财产保险股份有限公司开业，注册资本10亿元，注册地在上海，这意味着“三马”联手的互联网金融合作进入实施阶段。

按照设想，“众安在线”将突破国内现有保险营销模式，不设分支机构、完全通过互联网进行销售和理赔。而在产品研发上，它将避开传统车险业务，专攻与互联网交易直接相关的企业及家庭财产保险、货运保险、责任保险、信用保证保险。

在互联网金融快速突破之际，据了解，保监会已开始着手起草人身险网销业务监管制度，以鼓励行业积极适应移动互联时代推进业务模式创新。分析人士指出，网销保险从实务领域和监管领域纷纷突破，意味着互联网金融在保险领域正向纵深化方向演进，未来保险业务从前端产品开发和后端保险销售都将迎来改变。

众安在线突破

众安在线是由马云、马明哲、马化腾几位商界风云人物联合打造的互联网保险公司，与其他保险公司不同，它的目标客户群是互联网经济的参与方，包括互联网平台、互联网服务提供商、电子商务商家、网络购物消费者、社交网络参与者等公司和个人客户。

近年来，金融领域下的保险、银行、基金等细分行业纷纷挺进互联网金融。中国人寿与阿里巴巴签订战略合作协议，国寿产品将通过阿里巴巴电子渠道销售。而包括泰康、新华保险等在内的多家保险公司纷纷“涉网”，或自建平台，或进驻网上商城等，未来电子商务的发展已经成为险企经营的重要部分。

不过，上述企业目前的实践还仅仅是把网络作为保险销售的一种尝试性渠道，对业务贡献微不足道。而众安在线则更进一步，股东希望新公司有所创新，不仅体现在销售渠道，还要延伸到产品研发。比如目前市场潜力较大、专业程度较高的各类责任险，以及履约保证、信用保证等保证保险。”众安在线有关人士表示。

分析人士指出，对于互联网中存在的信息安全、账户安全、资金流通等问题，众安在线能够基于现有互联网数据分析，开发出互联网环境下充分保障和维护网民利益的险种。从这个角度来说，众安保险不仅仅是一家互联网保险公司，更是一家数据公司。”

网销平台将纳入监管

保监会对众安保险开业批复效率很高，对此有业内人士认为，这体现出监管部门鼓励保险公司创新业务发展的思路。

不过，随着互联网保险如火如荼地推进，关于保险网销业务合规性的质疑不断，投诉明显增多。为进一步规范人身险网销业务经营和发展，鼓励行业积极适应移动互联时代推进业务模式创新，保监会正抓紧起草人身险网销业务监管制度。

对此，多家保险公司持乐观态度。“若将互联网销售平台纳入监管，将有利于行业良性竞争。”一位中小险企负责人表示，由于网销是保险公司直销行为，销售平台无需代理资质，因此需要避免部分网站打着保险销售的名义销售假保单，损害消费者利益，破坏整个保险网销生态环境。

网销需要增加系统建设、在线支持、客户引流、在线支付等硬性成本支出。保险网销处于初创阶段，规模尚不大，因此硬性成本摊销较大，成本优势并不明显。对此，有险企建议，对风险保障较低的理财型保险产品减免保险保障基金与监管费，以降低成本，让保险产品与基金、银行理财等金融产品平等竞争。同时，通过行业性整体宣传，增强客户认知，降低客户引流成本。

人身险条款较为复杂，众多销售误导案件多由此引发。对此，弘康人寿建议，对于互联网专属产品，应尽量摒弃专业术语、简化条款。对于此类产品，监管部门应要求保险公司将产品条款、说明书、保单口语化，甚至增加多媒体应用，便于客户理解。