

恶性竞价“劫”流量 费用动辄千万级 P2P网贷烧钱式营销乱象四起

□本报记者 黄莹颖



CFP图片 制图/尹建

日趋激烈的网贷竞争正在把各大平台的揽客战推入白热化,在网络营销推广方面各平台更是花样百出,而部分不守规矩的平台甚至采取“流氓式”竞争手段,如利用搜索引擎的竞价偷竞争对手流量、雇佣网络水军等。

恶性竞争的直接副作用导致烧钱式营销不断升级,仅“关键字竞价”一项,部分平台每年即高达数千万元。有业内人士透露,目前获客成本已比三年前推高至少10倍。

与擅长炒作、懂得利用监管灰色地带进行强势营销的平台相比,一些重视业务开发、稳健经营的P2P平台往往处于弱势。业内人士表示,为了走出“劣币驱逐良币”困境,行业规范迫在眉睫。

“流氓式”竞争:利用搜索竞价“劫”对手流量

“我们的流量都被别的公司用搜索引擎竞价‘劫’走了。”谈起行业的营销竞争,深圳一网贷平台营销总监不无抱怨地说。为了给记者印证,该人士还专门用数个与公司有关的关键词演示,中国证券报记者看到,点击之后果然进去的是别家的平台官网。

这种遭遇并不罕见,365金融总经理李直中透露,自家平台就曾饱受关键字恶意竞价之苦。“在搜索‘365金融’出现的竟然是别家P2P平台。一旦某家P2P平台的网站品牌词被其他平台做了恶意竞价,很多对平台网址不熟悉的投资者,很容易被恶意竞价误导,进入了别家平台的网站,对自家网站流量的影响非常大。”

对此,网贷之家专栏作者东方风举例,“比如‘你我贷’在官方网站做了引流频道,只要你搜索其他平台,例如是人人聚财,百度会出现‘人人聚财怎么样,人人聚财安全吗’等标题,用户点击,结果发现页面跳到了你我贷网站。”记者照此输入后,与上述人士所说并无差异。

相比恶意竞价,网络“水军”的成本就更加低廉。据了解,网络“水军”通常的做法是,利用各种各样的马甲号去“跟帖”自己发的帖子,发一些软文,搞一些伪原创,以增加某平台的曝光度和产品销售。

“很多平台都会请‘水军’在知名度高的第三方论坛里灌水,他们用不同的名字注册,做起马甲,然后以各种手法来夸大公司宣传或拉投资者入

场。”广东一大型P2P平台运营总监透露,利用这些隐形手法、虚假手段来博眼球,增加公司的曝光率,最终吸引投资者去投资。

流氓式的竞争并不局限于上述两种方式,万瑞古德CEO安福双对此表示,不规范的行为还包括进入竞争对手的客户QQ群挖人、运用垃圾短信和垃圾邮件等骚扰式营销、购买投资人资料等等。

此外,P2P平台借势炒作,进行“事件营销”博出位,也是十分常见。没有经验的投资者很容易被这种扑面而来的信息所吸引,最终将自身置于不确定的风险之中。东方风认为,P2P行业的营销和传统金融比较,一个很明显的特点就是娱乐性强、话题多、平台害怕自己没有话题。

烧钱式营销:千万级别费用比拼

少要每月十几万元,部分网站排行榜也会收费。

除了这些常规的营销费用,通过微信公众号等自媒体发软文、赞助论坛活动等方式做品牌营销,也备受P2P平台追捧。其中,前者的收费在每篇2000—8000元不等,而后者冠名费、赞助费少则十几万元,多则上百万元。

粗略计算,如果上述几项营销手段都采用,一家P2P平台每年的营销费用就已过千万元。据了解,一些业务增长较快、发展处于上升期的P2P平台在推广方面的费用实际远高于这个数,部分平台高达四五十万元。

“我在2011年刚进入网贷时,获客成本可以做

到10元以下,现在至少涨了10倍。随着VC等投资机构大量投资各网贷平台、上市公司及各种大企业纷纷进入,预计未来获客成本还会持续上升。”万瑞古德CEO安福双表示。

365金融总经理李直中对此同样深有感触,他说,虽然行业的投资人数在不断增加,但P2P平台的数量则增加更多,越来越多的平台去抢那么一小部分的投资者,从而不断推高获取客户的成本。

成本方面,李直中还举例,一些新成立的平台,会以高额的工资从现有的平台挖人,无形之中就推高这个行业的人力成本。此外,对P2P平台来说,还有高额的网络信息系统投入维护费。

自己的牌子。”

但也有平台举棋不定,深圳一家P2P平台董事长就坦言,互联网营销有自己特有的生态和手段,“有的已失去底线,如果跟随有违背自己的心意,不去跟随又无法快速做大做强,最终在互联网快速的规模化大潮中有可能被湮灭。”

“说到底,P2P平台的根本立足点还是在于合法、稳健经营,目前这个行业正面临着营销过度、劣币驱逐良币的局面,最有效的解决办法就是出台监管措施。”对此,李直中认为,行业规范迫在眉睫。

■ 前沿对话

365金融李直中:营销如做人要坚守底线

□本报记者 黄莹颖

最近一年,金融资本、产业资本的介入正在使网贷行业加速发展,同时也让行业竞争日趋激烈,以致部分网贷平台过度营销现象严重。对此365金融总经理李直中表示,P2P需要做营销,但营销不能过度,需要把握一个尺度和底线。比营销更重要的,应是提升产品,提高市场对品牌的认同。

价格战日趋激烈

中国证券报:目前网贷行业竞争日趋激烈,行业同质化较严重,你如何看待行业的变化?

李直中:伴随P2P行业的迅猛发展,规模不断壮大。近一年金融、风投机构、上市公司等大资本又逐渐涉足P2P网贷,使P2P行业的竞争愈发激烈,业内也新现抢跑项目、打价格战的苗头。目前,大多数P2P网贷平台同质化严重,要避免价格战的影响就需要把握优质资产,建立行业的壁垒,此外还要做好后续的金融配套服务,做到信息公开透明强化客户体验。

过去很长一段时间,P2P平台以高于银行定期、信托产品以及余额宝等金融产品的收益率来吸引投资者,但随着P2P平台增多,跑路事件频发,投资者也逐渐趋于理性。P2P平台要想长远发展,必须立足于实际,充分分析自身的优势,打造自己的核心竞争力,去脱离价格战、“烧钱”战的同质化竞争。

中国证券报:在业务方面,你们用哪些策略来应对其他平台的竞争?

李直中:在战略层面,我们内部倡导并实践创新:认知创新、战略创新、管理创新。在平台借款业务来源方面,线上业务通过线上的信审体系来甄选,线下业务通过与担保公司、小贷公司、专业个人与个人借款大型公司、保理公司、典当行等合作或是平台自有的项目团队提供;产品定位方面,将立足于多样化,并且我们额度控制在5万—300万元之间,分散不同的借款人,不同行业领域;关于O2O模式方面,P2P是出借人与借款人的借贷信息服务平台,目前信用

体系缺失,如不在线下对借款人进行详尽的信用调查管理就不能有效规避风险。纯线上P2P团队单纯靠信用数据不可能做好信息与资金安全,只有P2P、O2O两种模式相结合,才能有效控制借款人质量,维护投资人利益。

目前365金融集中精力做小而散的客户。因为大额客户如果集中,会给平台运营带来风险。一旦大客户提前抽资,会给平台资金链带来巨大压力。明年365金融的交易额也有望超10亿元,主要对象是80后、90后,每个人投资平均5万元左右。交易量只是说明了人气,仅凭交易量难论英雄,对于P2P平台而言,严谨做好风险控制才能发展的更长远。

线上推广成本“水涨船高”

中国证券报:从营销的角度看,你如何看待线上推广和线下推广的差异?线上推广你们主要倾向于哪些方式?为什么?

李直中:P2P平台本来就是单纯的网络中介平台,属于线上业务模式。但是,由于我们征信体系等诸多因素影响,许多本土P2P公司把国外的经验和国内的现状及自身企业的具体情况结合,形成目前中国“本土化”的P2P网络借贷模式,即线上线下相结合的模式。受这个决定性的因素影响,对于平台来说最重要的推广方式也形成了线上和线下的。目前很多平台的做法是,依托线上平台推广吸引投资人关注及投资,线下对接融资借款项目,基于这个立足点的不同,线上线下的推广也存在一定的差异。线上的搜索引擎、论坛、微信微博等通用方式,是为了提高平台的知名度,吸引投资客户。线下通过与一些实体店(如报刊亭、便利店等)和小贷公司及担保公司合作,来满足平台对于借款项目的需求。

基于平台的实际,在成立这一年多以来,我们并没做太多的线上推广,立足于修炼“内功”,坚实打造好风控体系,将平台的安全性做到尽可能完美。但毕竟是互联网金融,我们计划在明年会加大对网络推广的力度,提升365金融的知名度,让更多的投资者认



互联网金融是金融发展未来方向

□北京市金融工作局党组书记 霍学文

互联网金融并不是简单的“互联网+金融”,也不是复杂到与传统金融没有关联,更不是在现代金融体系之外的一个异生物或类生物。互联网金融是现代经济进入互联网时代,在金融上所表现出的新特征、新技术、新平台、新模式和新实现形式。

金融的最基本功能是存、贷、汇,即货币资金的聚集功能、运用功能、支付功能。随着现代金融的发展,三个功能中的聚集功能、运用功能都得到快速发展,演化出不同的银行、证券、保险、信托、基金等金融机构承担并实现其功能,只有支付功能没有得到充分发展并制约了金融功能的发挥、实现、深化、创新并对居民个人、组织交往和实体经济提供服务。

无支付不金融。在市场经济时代,经济和社会活动,很多都需要完成交易,促成交易完成的最后一公里是支付。虽然传统金融组织、市场、产品创新都比较发展,但是支付组织、支付工具、支付形式和支付功能的实现,与互联网时代的支付需求拉开巨大的差距,从而促成第三方支付的发展。阿里巴巴电子商务和支付宝的发展历程就充分说明这一点。淘宝在完成交易过程中,亟需支付的促成,而当时传统金融机构朝九晚五的大支付体系,满足不了阿里巴巴的小额、分散、即时的国际贸易、国内贸易的支付需求。正是有了第三方支付机构的创设和全力支撑,才有了电子商务的发展壮大。互联网支付工具成就了电子商务,同时,电子商务也成就了互联网支付工具。两者相辅相成,相互促进,构造互联网金融的底层技术基础。

互联网时代,金融=制度+技术+信息。制度决定谁能够做金融,包括金融业务活动的法律、规则和范式,是金融功能的基础。技术提供金融功能实现的基础设施,

“国家队”发布P2P最新评级

陆金所人人贷获3A评价

□本报记者 刘夏村

12月17日,“中国网贷评价体系”课题组发布2014年第三季度网贷平台评价结果。陆金所、人人贷获得AAA评价,另4家平台获得AA评价,部分平台评价出现下调。

三季度P2P规模快速增长

该评价结果根据24家平台报送的第三季度运营数据,并结合第三方机构日常监测数据,从基础实力、运营能力、风险控制、社会责任、信息披露等五方面指标做出综合评价。评价结果在较大程度上反映了P2P平台的综合实力和运营水平。

从数据看,三季度可比参评平台的时间加权成交量较二季度增长约53%,P2P行业整体仍处于快速扩张期。从走访情况和数据来看,除了前期有线下业务积累或线上类似业务的平台外,各平台基本未实现盈利,但较二季度结果,三季度有更多的平台实现收支基本平衡,进入良性运转期。

走访情况表明,产品设计越来越为各平台所重视,产品模式越发多元化。为能够建立更好的用户体验,超过90%参评平台推出期限相对灵活的自动投标类产品,相当数量的平台开设了自己的债权转让平台。

从地域上来说,一线城市P2P发展走在全国前列,特别是北京、上海和深圳,无论是成交量还是业务模式的创新性等居于全国前列,广州则略逊一筹。其他区域也有不少扎根当地、精耕细作的平台,但总体由于推广、人才等各种资源的约束发展相对较慢。

秉承客观公正原则

“中国网贷评价体系”课题组负责人称,评价坚持客观、公正的第三方立场,严格遵守评价体系。由于P2P网贷的全面数据较难获取,因此该评价体系目前采用自愿参评模式,即大部分数据均由参评平台主动报送。为了保证数据的真实、准确,除了要求平台加盖公章、法人代表签字做出数据真实性承诺之外,评价组还结合平台报送的原始项目数据及第三方进行统计验证,以降低数据误差的概率。评价过程中,评级小组还

技术变迁驱动着金融创新和功能结构。信息是金融业务活动和处理的核心。在互联网、移动互联网、物联网、大数据、云计算等新技术下,金融的内涵、外延已经得到大大的拓展和提升。现代金融的范畴已经大大突破传统金融所能覆盖的范围和实现的功能。随着金融需求的不断创新,需要更快捷、方便、高效的金融功能实现形式来满足不断拓展的金融需求。

普惠金融时代,需要互联网金融来满足小额、分散、大量的客户支付、理财和投融资需求。尤其是随着人民生活水平的提高,大众创业、万众创新时代的到来,在经济结构调整、发展模式转变过程中,迫切需要创新驱动。传统金融的制度约束和行为规范难以满足创新驱动对股权资本、债务资本、产品匹配、征信体系、快捷支付、投资理财等巨额金融需求,这为互联网金融的发展提供巨大空间。因此,中国涌现大量的互联网金融创新和功能探索,这是历史的机遇,也是时代的需求,更是未来的方向。互联网金融在中国经济和平崛起、创新驱动成为时代要求、大众理财变成时尚、互联网金融提供了有效支撑,国外新金融创新不断借鉴、宽容创新的氛围日益形成等多种难得的因素组合契合下,得到快速发展是历史的必然。

互联网金融创新还有很长的路要走,前面也会充满风险,并非坦途。但是作为在传统金融体系外的新金融创新,既得到党中央、国务院的大力支持,成为服务小微企业、三农金融的有效实现形式,也在对传统金融的一定范围的竞争中自身得到发展,同时也促进传统金融的创新发展和外延拓展,银行正在由银行信息化向信息化银行快速变革。未来,传统金融与互联网金融融合发展将是一个既定的方向。互联网金融的发展壮大有助于中国金融业核心竞争力的提升,并在助力中华民族伟大复兴的中国梦实现过程中,实现弯道超车。

对大部分平台进行现场调研、核实数据,考察和体验平台的业务流程。

与二季度评价结果相比,本次评价对象新增7家平台,陆续将业内的优秀平台悉数纳入。数据报送相比首次更为踊跃和全面,充分说明评价体系和评价结果得到业内的广泛认可和支持。参与第一次评价的平台中有3家因种种原因未报送数据,评价小组视其自动放弃参评,其二季度所得的评级结果从第三季度结果发布之日起失效。

由于评价过程的严格要求和评价小组的不懈努力,参与评价的平台都报送了较为详细的债权列表和逾期率数据,这不仅为课题组准确的评价创造重要条件,也体现了这些优秀平台的透明性。课题组征集到目前争议仍较大的逾期率数据,参评平台的逾期率与业内公认的平均水平相比较低。需要指出的是,成立时间3年以下的P2P平台逾期率情况与成立时间3年以上的平台相比相对较低,但逾期率数据较为不稳定,有待大规模还款到期的压力验证。虽然这些数据未必完全真实,并且由于部分平台上线时间还不够长,风险未完全暴露,但仍可以作为重要的研究参考。

“中国网贷评价体系”课题组由来自

中国社科院金融研究所、新华社下属的中证金牛金融研究中心及权威部委研究机构的研究人员组成。自10月发布第一期评价结果以来,受到社会各界的广泛关注,在P2P业界产生较大的反响,被认为是目前P2P领域最具公信力的评价体系。

“中国网贷评价体系”第三季度评价结果表			
平台名称	评级结果	平台名称	评级结果
陆金所	AAA	人人聚财	A
人人贷	AAA	E贷贷	A
玖富	AA	爱投资	A
翼龙贷	AA	合拍在线	A
有利网	AA	国诚金融	A
信而富	AA	小牛在线	A
投哪网	A	四达投资	A
微贷网	A	金开贷	A
新新贷	A	合力贷	A
积木盒子	A	金海贷	A-
融金所	A	礼德财富	A-
金信网	A	新联在线	B