

互金的风险洗礼

三季度上市互金企业业绩集体“瘦身” 多家公司称已备足粮草 对四季度表示乐观

本报记者 刘琪

近日,多家赴美上市互金企业陆续披露其今年第三季度业绩。从数据来看,成交规模和净利润普遍下滑,这与网贷行业7月份-8月份经历的风险相一致。

不过,随着行业风险“缓释”,多家公司对今年四季度网贷发展抱有信心。

营收净利普遍下滑

从已在美上市的互金企业近期陆续发布的三季报来看,数据也如当下的气候一样带着不少寒意,无论是成交规模还是净利润方面环比下降明显。

据宜人贷三季报,三季度宜人贷撮合贷款65.46亿元,环比下降44%,同比下降46%;由于撮合贷款金额的下降,三季度宜人贷实现净收入11.21亿元,同比及环比均下滑26%;三季度实现净利润1.52亿元,环比下降26%,同比下降50%。另外,截至三季度末的贷款余额为426亿元,较二季度末的458亿元下降了7%,但比去年同期上涨了24%。

小赢科技上市后的首份财报显示,三季度实现净利润1.98亿元人民币,同比增长97%,但环比下降34.2%;经调整净利润为2.49亿元人民币,同比增长120%。三季度,其总撮合贷款金额75.6亿元人民币,与去年同期的86.96亿元人民币相比下降13.1%,与二季度的111.86亿元人民币相比下降32.4%。

此外,信而富净收入1760万美元,环比下降23%,净亏损为1100万美元,

较2018年第二季度的1060万美元净亏损扩大。乐信三季度实现营业收入17亿元,环比下降5.56%,税前利润4.05亿元,同比增长121%。趣店三季度总营收为19.289亿元,同比增长32.9%,环比下降14%。

对于上市互金企业的营收、净利润等指标不同程度的环比下滑,融360分析师付影对《证券日报》记者表示,下半年以来,合规备案成为正常运营的网贷平台工作重点。监管层多次要



制衡/王琳

求网贷平台业务规模不得增长,因此,各家平台主动收缩业务后,对上市互金平台的业绩造成的冲击也十分明显。此外,在行业7月份-8月份经历了一波“暴雨潮”后,导致平台的资金呈现流出状态。

对四季度预期乐观

受到网贷行业整体环境影响,上市企业三季度业绩并不尽如人意。不过,多数公司对第四季度保持乐观的预期。

在三季报中,乐信基于对当前市场情况的评估,预期四季度撮合贷款金额在170亿元至190亿元之间,较第三季度的137亿元有明显增加。乐信CEO肖文杰表示,“随着监管政策进一步明朗,相信乐信这样深耕消费场景,持续建设金融科技能力的平台,将获得更大的发展空间。”

在美上市互金企业三季度“人气”下滑 多家公司借款人、投资者人数环比下降

本报记者 刘琪

11月以来,在美国上市的国内互联网金融企业陆续披露了其今年第三季度业绩。从总体数据来看,相比第二季度,互金企业第三季度收入普遍环比下降,利润增速明显放缓。

值得注意的是,《证券日报》记者注意到,多家互金企业都在其财报中披露了三季度投资者、借款人数据,虽然不少都较去年同期大幅提升,但是大多较二季度有所下降。

小赢科技在其财报中提到,第三季度的活跃个人投资者为12.18万人,较

去年同期的9.83万人增加23.8%,比第二季度的15.7万人下降了22.4%。

拍拍贷三季报显示,平台借款人数为275万人,较去年同期452.5万人下降近40%。拍拍贷方面解释,由于控制贷款余额等监管政策影响,审批更加严格,因此贷款减少,借款人数下滑。

和信贷财报显示,2019财年第二季度借款人数为2183万人,较上一财年同期下降89.5%;2019财年第二季度出借人数为38,825人,较上一财年同期下降9.2%。趣店今年第三季度的活跃借款人数为490万人,环比增长22.5%,但较上年同期的630万人减少

22.2%。

在美上市的互金平台的投资者人数下滑,也是整个网贷行业的缩影。《证券日报》记者梳理网贷之家的发布行业月报显示,今年7月份,网贷行业的活跃投资人数、活跃借款人数分别为334.34万人、375.17万人,分别环比下降18.13%、13.79%。8月份,网贷行业的活跃投资人数、活跃借款人数分别为260.53万人、301.75万人,分别环比下降22.08%、19.57%。9月份,网贷行业的活跃投资人数、活跃借款人数分别为241.64万人、274.35万人,分别环比下降7.25%、9.08%。

“跨界玩家”借分期电商入局消费金融 与传统金融机构融合是大势所趋

本报记者 李冰

随着消费结构的不断升级,被认为是拥有万亿元规模消费金融市场,吸引了越来越多行业的驻足,商业银行、持牌消费金融公司、互联网金融平台、金融科技公司等纷纷涌入,谋求分一杯羹。

以消费金融为核心的分期电商,正在迎来春天。手机分期、电脑分期、租房分期、教育分期、旅游分期、医美分期、越来越多的消费分期场景被挖掘出来,竞争愈加激烈。而竞争同时,分期电商与金融机构的合作也成了当下的大势所趋。

“跨界玩家”借分期电商入局消费金融

分期电商作为一种“电商+金融”的新兴业态,即在传统电商基础上嫁接了可分期的付款方式,包括以分期付款作为平台交易方式的场景化电商平台,亦包括配有分期付款工具的场景区传统电商平台。

《2017年中国分期电商市场行业研究报告》认为,分期电商是实现消费者消费升级这一现代消费趋势的重要工具,在政策引导、新消费观念普及、消费升级趋势引领下,分期电商市场将会快速发展。

有数据显示,2017年国内分期电商用户规模接近1亿人,增速较快,处于爆发期。2017年后市场过渡到平稳期,用户规模依然还有很大增长空间。

预计到2020年分期电商用户将接近4亿人。

目前来看,消费金融领域无疑是一片蓝海。而分期电商作为消费金融升级最重要的手段,已经有众多“玩家”入局,其中包括传统互联网巨头、银行及新型互联网金融企业。

早在2014年2月份,京东白条上线公测;2015年4月份,蚂蚁金服旗下消费信贷花呗上线;同年5月份,苏宁旗下消费金融业务任性付上线。其分期商城嵌入各家电商平台互联网金融业务中,分别推出白条商城、花呗分期专区和苏宁分期商城。

据不完全统计数据显示,除了花呗、借呗、白条之外,乐信的分期乐、360金融的360分期、唯品会的唯品金融分期购、顺丰的丰修商城、魔法现金的魔buy商城、掌众集团的掌buy商城、马上消费金融的够范商城、小黑鱼科技的小黑鱼商城、微一网络科技的奢分期、微众银行的微众商城、招商银行的掌上商城、中银消费金融的中银分期商城、招联消费金融的招联分期商城、趣店的来分期、新浪的新浪分期、富士康的富分期等众多“跨界玩家”纷纷入场。

除此之外,越来越多的消费金融场景被挖掘出来,手机分期、电脑分期、教育分期、租房分期、旅游分期、医美分期等等,而未来更多的场景或将挖掘出来。

中国人民大学CIO医养结合与金融专业委员会召集人边涛曾对《证券日报》记者表示,“互联网争夺的是流

量和人口,而今后移动互联网时代争夺的是场景,对于传统机构和互联网企业来说,未来竞争的核心就是场景。”

有业内人士认为,分期电商意味着将向场景化消费金融全面进发。而从行业角度来看,消费金融场景化已经成为行业的主流发展方向。

中商产业研究院发布的《2018-2023年中国消费金融行业市场前景及投资战略研究报告》显示,从2013年到2017年,我国消费金融迅速发展,除去住房贷款的消费信贷余额规模增速一直保持在20%以上,年均复合增长率达到了24.7%。

分期电商前景到底如何,似乎可以在诸多业内上市公司的表现窥探一二。以分期电商上市第一股乐信为例,第三季度,乐信促成借款额137亿元,营收达17亿元,同时财报显示,三季度,分期乐商城交易额同比增长33.8%。

然而《证券日报》记者发现,随着分期消费越来越深入人心,与金融机构合作趋势也越发明显。

携手金融机构或成趋势

目前金融和技术正在走向深度融合,以大数据、人工智能、云计算为代表的数字正在深刻影响着传统金融机构的获客成本、风险甄别成本、运营成本 and 资金成本。

很多互联网金融企业也正与传

统金融机构从竞争转向“拥抱”。典型的例子是,工行、农行、中行、建行四家大型银行先后宣布与互联网巨头开展合作,并将合作上升至集团战略层面。

据不完全统计显示,自2017年,互联网巨头与传统商业银行在金融领域合作增多,蚂蚁金服牵手建设银行;京东与工商银行、百度与农业银行也纷纷展开战略合作,分期乐母公司乐信则是与招商银行信用卡合作;分期乐商城也与建设银行、中信银行、浦发银行、民生银行等数家银行开展分期支付领域合作。

有业内人士认为,分期电商与传统金融机构合作,主要是强化客户资源共享,拓展消费金融。“一是通过大数据、智能匹配等手段,挖掘客户的潜在金融需求。二是借助互联网科技公司的第三方支付或社交平台所积累的客户以及数据资源,从余额理财和社交金融切入,拓展客户征信、行为习惯在金融服务方面的应用。三是提升消费金融业务线上化、移动化、数据化以及智能化,撬动消费金融万亿级市场。”

艾媒咨询分析认为,与商业银行等金融机构合作是分期电商与国家政策同向而行的集中体现,也是分期电商行业现阶段发展的重要模式,双方合作的深化将进一步规范消费金融行业发展。

分期电商自带金融属性,因此与金融机构的合作是其获得稳定健康发展的关键。同时,分期电商平台则凭借

撮合贷款金额在80亿元-85亿元之间,较第三季度的75.6亿元人民币有所增加,而全年的贷款撮合金额在354-359亿元人民币之间。

拍拍贷CFO何德亮则表示:“尽管本季度行业出现波动,我们仍保持了良好的盈利能力,非GAAP营业利润率达到了41.9%,严格的成本管理也取得了成效。拍拍贷财务状况表现健康,我们对未来充满信心,并已制定好了清晰的发展规划。”

趣店集团CFO杨家康对下一财季做出展望称,“我们预计宏观经济和行业环境都存在一定不确定性。但凭借我们充足的现金储备、大数据驱动引擎和合规的资金结构,我们预计在贷款余额保持稳定增长,同时,对扣除非经常性损益后全年调整后净利润25亿元人民币的目标充满信心。”

就网贷行业目前的趋势,投资人能否回春、业绩是否也能如上述公司所预计的增长?

“近期网贷行业问题平台数量大幅下降,随着合规检查工作有序开展,资金有加大向头部平台靠拢的趋势”,付影对《证券日报》记者表示,由于行业前期发展过于逐利遗留了很多风险隐患,导致平台集体陷入低迷,平台业绩受到冲击,平台被动应对变为主动谋变。

从融360大数据研究院发布的11月份数据表现情况看,当月行业整体成交量达904.66亿元,与上个月相比回升1.72%,由此可以看出网贷行业已经逐步好转。不过由于合规备案对平台的待收还有一定的要求,可以预计四季度的业绩会好于上一季度,但回暖幅度不会太大。

可以发现,第三季度,网贷行业活跃投资者人数、活跃借款人数月度环比不断下滑,处于下行通道。而这一现象的现也与控制6月份的“暴雨潮”息息相关。

有分析人士对本报记者表示,7月份由于停业及问题平台数量大增,投资者谨慎情绪弥漫。而8月份,投资者持续观望。在借款端,由于不少投资者选择借转退出,部分成交资金与借转进行撮合,导致平台借款端业务撮合的规模下降,借款人数也出现较大下降。进入9月份,由于投资者仍然以谨慎、观望为主,使得投资者人数出现下滑。借款端由于不少投资者进行借转退出,部分成交资金与借转进行撮合,导致平台借款端业务撮合的规模下降,借款人数也出现较大下降。

年关将至,备案临近,网贷行业人气是否将会有所回升?融360分析师付影在接受《证券日报》记者采访时表示,近期,网贷行业问题平台数量大幅下降,随着合规检查工作有序开展,资金有加大向头部平台靠拢的趋势。另一方面,在接近年底,投资者需要关注平台备案进展情况,选择背景实力强,规模靠前的资产端质量高的平台投资,规避那些负面较多的网贷平台。

用户群体优势,第一时间获得消费者的购物数据,并对其消费行为进行深入分析,信用数据处理,将成为金融机构征信的重要参考。

因此,有分析人士认为,下阶段分期电商与金融机构的合作将进一步深化,分工将进一步明确。分期电商将成为连接消费者与金融机构的平台,也将和金融机构一同成为落实普惠金融的重要角色。

Advertisement for 'Welcome to Securities Daily' featuring a QR code and text about fintech trends and services.

区块链前沿

全国17个省市发布区块链相关政策 北上广成为政策落地集中地

本报记者 邢萌

近年来,全国各地纷纷推出区块链相关政策,或是在规划中提到区块链发展,或是给出了资金、人才等具体的扶持细节。总体而言,区块链技术发展越来越引起各地重视。

据链塔BlockData数据梳理,近两年来,已有包括北京市、上海市、广东省、重庆市、浙江省、江苏省、贵州省等17个省市出台32项区块链相关政策。

《证券日报》记者观察到,北上广成为出台区块链相关政策最为集中的地区,共出台11项政策,占全国的三分之一。

北京市监管部门自2016年8月份开始关注区块链技术。两年间,先后出台5项相关政策促进区块链技术规范发展。例如,2018年11月9日,中关村管委会、北京市金融工作局和北京市科学技术委员会联合发布《北京市促进金融科技发展规划(2018年-2022年)》,将区块链技术纳入北京“金融科技”发展规划的范畴。

广东省将区块链技术列入政策时间也较早,深圳市2016年11月份发文鼓励探索研究区块链技术。2016年11月3日,深圳市人民政府金融发展服务办公室发布《深圳市金融业发展“十三五”规划》提到,支持金融机构加强对区块链、数字货币等新兴技术的研究探索。此后一年多里,深圳市、广州市两地监管部门又先后3次发布政策鼓励区块链技术发展。

此外,区块链技术也引起了上海市相关部门的重视,两次在政策中提到了区块链技术。去年3月份,上海市宝山区发改委印《宝山区2017年金融服务工作要点》提到,跟踪服务闵行区区块链孵化基地建设和淞南上海互联网金融评价中心建设;同年4月份,上海市互金协会发布《互联网金融从业机构区块链技术应用自律规则》,要求区块链技术服务实体经济,注重创新与规范、安全的平衡,明确金融稳定与信息安全的底线。

区块链落地商品溯源被零售、电商巨头看好

本报记者 邢萌

据相关媒体报道,12月6日,家乐福中国首款区块链产品——涇溪蜜柚上市。作为首批上链的“家优鲜”产品,此次推出含白柚、红柚、三红柚等三款产自福建平和县的涇溪蜜柚。

据介绍,食物供应链因涉及生产、运输、仓储、销售等多个环节,在食品质量把控上极为复杂,而区块链作为一项以去中心化为核心的技术,相关数据在交易各方间公开透明,从而有效形成一条信息和价值共享的链条。由于区块链具有数据不可篡改的特性,数据一经上传,就无法更改,因此更容易做到来源可查、去向可追,真正实现责任可追溯。

具体而言,每批商品所附的标识号码都是唯一的,记录了从种植、加工到门店销售的一系列信息。通过扫描产品标签上的二维码,消费者便可全面掌握从供应链源头到终端各个阶段的真实信息。这一做法不仅可提升消费者对家乐福商品的品质印象,还能提高对家乐福品牌的信任度;在某种程度上,更可以有效敦促供应链上游提升质量安全水平。至此,消费者最关心的食品安全问题也将得到有效保障。家乐福认为,区块链的使用,可有效帮助消费者重拾信心,重新建立起对食品行业的信任度。

实际上,将区块链技术应用于商品溯源场景已成为风潮。此前,天猫在今年“双11”中也将区块链技术应用到商品溯源场景中。据悉,“双11”期间在天猫国际商城,使用区块链溯源的商品覆盖百余个国家和地区,商品数量达到1.5亿件。涉及的商品主要包括钻石、进口奶粉、进口保健品等跨境商品,另外五常大米、茅台等高端酒和平武蜂蜜也将采用区块链溯源。

苏宁在今年“618”期间上线了区块链商品溯源系统。据了解,“618”期间苏宁易购自主研发的区块链商品溯源系统在苏宁易购线上和线下门店全面启用,双线保障商品质量,拒绝假货。苏宁应用商品防伪溯源区块链技术,对商品的生产、加工、运输、流通、零售等环节进行追踪记录,通过产业上下游的各方主体广泛参与来实现。苏宁易购用户在购买商品后,只要扫描产品上的溯源码,就可以“一键”查询产品信息。

共识数信董事长王毛路曾对《证券日报》记者表示,“区块链技术适用于商品防伪溯源,尤为适合监管或产业闭环场景内。区块链数据不可篡改与交易可追溯两大特性相结合,可根除供应链内产品流转过程中的假冒伪劣问题,解决传统溯源中存在的信任问题,保障消费者权益。”