

巨头入局政策助推

消费金融步入黄金发展期

随着全国疫情防控取得重大战略成果,社会经济加快恢复,消费市场迎来复苏,消费金融活力被进一步激发。

当前,消费金融公司纷纷加速开拓市场,平安、小米、美团等巨头陆续入场,获取消费金融牌照,打造消费金融新产品,抢抓线上

上消费等新兴消费新机遇。业内人士认为,随着各项促消费政策的落地,消费金融行业将迎来黄金发展期。

巨头争相布局

据国家金融与发展实验室日前发布的《2019年中国消费金融发展报告》预计,我国消费金融市场仍会有五年以上的高速成长期,表内消费金融占总信贷规模有可能突破25%。

消费金融市场的连年增长,吸引着巨头们争相入局。今年以来,继平安消费金融公司开业后,小米消费金融公司也宣布开业。据知情人士透露,光大银行控股的北京阳光消费金融公司也将于近期开业。此外,建设银行、江苏银行、南京银行和TCL集团等都在申请消费金融牌照。

据了解,巨头们纷纷争抢消费金融牌照。

金融牌照并不是没有原因的。以杠杆率为例,小贷公司的杠杆率在1.5倍左右,整体不超过3倍,而消费金融公司的杠杆率可达10倍左右。疫情期间,线上消费金融受到青睐,出于对市场前景的看好,同时也为了应对疫情带来的流动性短缺困扰,多家机构近期通过发行资产支持证券、金融债券等方式增资,目前相关产品累计发行规模已近200亿元,远超去年同期。

事实上,作为疫情发生后与消费有关的重大营销节点,众多持牌消费金融公司积极采取各种技术手段进行创新、加大资源投入,推出各种促销方案助力消费升级。例如,招联消费金融打出“消费分期、专属福利、直播优惠”的“组合拳”,发放了6.18亿元免息福利;金美信消费金融推出“6·18三期免息活动”;海尔消费金融推出“嗨Fun 6·18抽188元微信现金红包”活动等。在巨头加紧入局消费金融市场、转型持牌机构的同时,互联网金融服务也在加速向线上消费等领域拓展。此前,美团推出了信用支付产品“美团月付”,成为继蚂蚁花呗、京东白条和微信分付之后又一个加入信用支付市场的巨头。

纵观当前的消费金融市场,在持牌消费金融公司中已形成银行系、产业系、互联网系等类目。此外,还有一些科技公司通过申领消费金融牌照、互联网小贷牌照等积极开展消费金融业务。

近几年,消费金融场景朝着全面化、多样化的方向拓展,从电商延伸至旅游、教育、家装、医美、婚庆等新型消费领域,主要消费场景已趋于饱和。图为某消费金融公司的员工正在北京一家电卖场柜台办理业务。

近几年,消费金融场景朝着全面化、多样化的方向拓展,从电商延伸至旅游、教育、家装、医美、婚庆等新型消费领域,主要消费场景已趋于饱和。图为某消费金融公司的员工正在北京一家电卖场柜台办理业务。

还需构建开放生态圈

近几年,消费金融场景朝着全面化、多样化的方向拓展,从电商延伸至旅游、教育、家装、医美、婚庆等新型消费领域,主要消费场景已趋于饱和。

业内人士认为,疫情过后将迎来短暂的消费“小高潮”,消费金融公司或将在线上教育、新零售等场景优先布局,获取更多机会。疫情也给新零售以及社区零售运营模式带来了新契机,未来线上销售,尤其是生鲜超市的网上销售或成一股新潮流。

除了直接消费场景外,金融数据服务金融360大数据研究院高



近几年,消费金融场景朝着全面化、多样化的方向拓展,从电商延伸至旅游、教育、家装、医美、婚庆等新型消费领域,主要消费场景已趋于饱和。图为某消费金融公司的员工正在北京一家电卖场柜台办理业务。

级金融分析师李万赋表示,抖音、快手等短视频平台因渠道流量大,也成为各家金融机构争夺的对象。在流量导向下,新零售场景和新兴热门渠道将成为今年新的增长点。

随着竞争主体越来越多元化、竞争场景越来越细分化,消费金融机构的综合实力面临巨大考验,金融科技或将成为消费金融机构深度竞争的制胜法宝。

业内人士认为,消费金融公司应实现线下与线上的融合发展,从根本上解决普惠人群的需求痛点问题,通过互联网、大数据、人工智能、云计算、区块链等现代数字科

技,主动降低成本、提高效率,实现对客户的精准识别、精确服务。

对于消费金融行业的未来走势,马上消费金融股份有限公司创始人兼CEO赵国庆认为,消费金融公司要进一步做强做大,还需要构建开放的生态圈。在开放的金融生态中,各机构应在资金、流量、场景、数据、科技等多个维度深度融合,有效打破时间和空间的界限,推进生态圈内各合作伙伴共赢发展。未来,消费金融牌照将越来越开放,迎来更加多元、多类型的机构进入,生态间的合作融合、共赢赋能也是重要趋势。

政策红利释放

各电商平台、金融科技公司、持牌的消费金融公司在消费金融领域加大力度布局的背后是政策的积极引导。近年来,国务院和银保监会先后发布文件,明确提出要提升金融对促进消费的支持作用,鼓励消费金融创新,规范发展消费信贷。

2018年,《中共中央 国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》提出,要进一步提升金融对促进消费的支持作用,鼓励消费金融创新,规范发展消费信贷;同年,银保监会在《关于进一步做好信贷工作提升服务实体经济质效的通知》中也明确提出,积极发展消费金融,增强消费对经济的拉动作用。

用。

2019年,消费金融行业再获政策利好。《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》提出,鼓励金融机构创新消费信贷产品和服务,推动专业化消费金融组织发展。

今年,银保监会下发《商业银行互联网贷款管理暂行办法(征求意见稿)》,除了将个人消费信用贷款上限调整为20万元外,还围绕银行互联网贷款的合作机构要求、融资担保等服务边界作出了明确要求。

国家从多个政策层面和政策维度释放出了鼓励消费金融发展的信号,对于维系消费金融行业的信心有着极大促进作用。

企业数量同比增长50%以上 成拉动农村经济生力军

疫情加速数字化进程 农产品电商迎来高光时刻

本报记者 蒋永霞

受新冠肺炎疫情影响,今年上半年各行各业都受到了不同程度的冲击,农产品电商也不例外。但是疫情带来的并非都是挑战,对于农产品电商来说,疫情加速了数字化进程,在国内疫情基本得到控制后,农产品电商得以迅速发展。

“今年疫情发生以来,农产品电商同比增长超过50%,成为拉动农村经济增长的重要途径。”农业农村部市场与信息化司信息化推进处处长王耀宗在7月15日召开的“2020上半年中国农产品电商高层分析会”上介绍。

疫情加速数字化进程

中国食品(农产品)安全电商研究院发布的《2020上半年中国农产品电商发展报告》(以下简称报告)显示,疫情期间,生鲜农产品电商呈现“井喷”态势,数量大幅度增长,模式多样、不断创新,各种无接触模式涌现。

报告称,农产品电商领域推出了许多创新举措,如无接触配送、移动/智能菜篮子、无接触安心送、直播卖菜等。疫情期间,农产品电商在生鲜产品供应保障民生方面发挥了重要作用,也迎来了多项政策利好。

4月22日,商务部发布《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》,提出扩大电

进农村覆盖面,提高农产品电商化水平等内容;5月7日,农业农村部下发《关于开展“互联网+”农产品出村进城工程试点工作的通知》提出,计划在两年内建成100个示范县,保障农产品出村进城便捷、顺畅、高效;5月26日,财政部办公厅、商务部办公厅、国务院扶贫办综合司发布《关于做好2020年电子商务进农村综合示范工作的通知》,重点支持县乡村三级物流配送体系、农村电子商务培训体系等;6月30日,商务部办公厅、中国农业银行办公室发布关于加强合作推进协作联动的函,双方的重点合作事项中包括农村电商高质量发展等内容。这些政策的出台,将进一步助力农产品电商的增长。

另外,疫情对于农产品电商的数字化转型也是个契机。中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛表示,疫情加速了整个社会的数字化进程,农产品电商就是在这次疫情中加快发展的。

中国供销电子商务有限公司规划发展部公共事务总监陈月敏介绍,疫情期间,中国供销电商平台开展了无接触配送业务,这是数字化转型的组成部分。在这个特殊时期,供销企业依托在全国布局的经营服务网点,通过无接触的形式,将蔬菜、生活必需品配送到千家万户。“此次疫情为数字化转型加速提供了更大的机遇和发展动力。”

直播带货成热点

今年上半年,农产品电商领域最大的热点就是直播带货,各级政府领导、企业家、网红主播齐上阵,为各地的特色产业、产品带货。

李鸣涛表示,农产品电商上半年最突出的特点就是直播电商和农产品电商的融合。长期以来,农产品市场面临一个很大的短板,那就是标准化程度低。通过传统的电商平台,简单通过图片和文字很难完全让消费者了解农产品的具体情况。而直播通过视频方式和主播介绍,为消费者和产品之间架起了全面沟通的桥梁,这种电商直播和短视频形式能够充分突出农产品的产品品质和地域特色等。

中国商业联合会媒体购物专业委员会副会长韩良晨也认为,疫情带动了直播带货行业的发展。未来直播应该会成为电商领域的标配,目前很多头部电商平台都开通了直播窗口。

积极推动电商发展的甘肃省陇南市也在积极探索直播带货方式。甘肃省陇南市商务局副局长张雷雨介绍,直播现在是一种新经济现象,陇南市在5月就开展了以“电商助农、消费扶贫”为主题的全民直播带货活动。通过干部职工线上消费、农产品出村等一系列举措,进一步助力消费扶贫。

张雷雨表示,在直播带货发展过程中,陇南市也遇到了一些问

题,比如生产加工企业参与度不高、直播带货体验感不强、本地带货达人较匮乏等。

对此,中国供销电子商务有限公司规划发展部公共事务总监陈月敏感触颇深。他认为,在受疫情影响企业纷纷加入直播带货行列的大背景下,农产品供应链体系建设中存在的一些问题也充分暴露,“这次疫情会倒逼生鲜供应链企业进一步提质升级,比如加速仓储物流体系建设等等”。

供应链是关键

今年上半年的市场环境发生了很大变化,农产品电商也在顺势而为,那接下来将如何发展呢?

中国食品(农产品)安全电商研究院院长洪涛认为,农产品电商主要有四个发展趋势,一是数字化趋势。坚持数字农产品电商的转型升级,探索农产品数字化、交易数字化、支付结算网络金融数字化、物流配送供应链数字化、场景数字化、管理数字化、治理数字化。二是绿色化趋势。以消费和市场的绿色化为起点,反弹琵琶,促进绿色流通、绿色生产发展。三是生态化趋势。坚持农产品的全程化、全渠道、全场景各个环节的相互联系,形成统一的生态关系。四是“网链化”趋

势。“网链化”是指产业链、价值链、供应链、区块链的有机整体,特别是加快区块链可追溯体系的建设,从而创立产品品牌、服务品牌、体验品牌。

在这些趋势作用下,李鸣涛认为,对于农产品电商来说,接下来还是要关注农产品的供给侧,提升产品的开发能力,包括整个供应链的保障能力。如何打造适应细分需求驱动下的农产品供应链,存在非常多的短板,比如仓储、冷链、粗加工、精深加工、包装运输等诸多环节都需要进一步完善。

补足短板,首先需要国家层面大力推动新基建发展。针对农产品电商的新基建应该得到政府和企业的不断投入。其次是促协同,比如说冷链、仓储、物流等不同的领域应该发挥协同效应。在今年电商农村示范县的发展纲要中,促协同也是相关政策支持的重点。

王耀宗表示,农业农村部下一步的农村电商工作重点将聚焦互联网农产品出村进城,核心是建立适应农产品网络销售的供应链体系、运营服务体系、支撑保障体系。“农产品电商的发展需要一个适应网络销售的供应链体系支撑,希望大家能够共同参与,积极推动农产品电商的发展”。

福建跨境电商逆势增长

本报记者 林茂阳

日前,福建省政府新闻办召开了福建省跨境电商B2B出口监管试点新闻发布会。据介绍,今年以来,受新冠肺炎疫情疫情影响,福建省传统外贸出口大幅回落,但跨境电商却逆势增长,1至5月跨境电商1210保税、9610零售进出口额达33.68亿元,同比增长4.9倍;8639邮快件进出口8.51亿元,实现净增长,为全省外贸发展注入了新动能。跨境电商作为对外贸易的一种新业态、新模式,已成为促进福建省外贸转型升级的重要抓手。

2015年,福州、平潭获批海峡两岸电子商务经济合作试验区,同时福州、平潭获批成为全国跨境电商网购保税进口试点城市。从2018年开始,厦门、福州(平潭)、泉州、漳州、莆田、龙岩等6个城市先后获批设立跨境电商综合试验区。据海关统计,2019年福建省跨境电商进出口额达25.53亿元,同比增长89.21%。

近期,福建省商务厅精准施策推出系列举措,促进福建省跨境电商新业态新模式发展,推动外贸企业转型升级,提升福建省外贸的质量和水平。针对疫情影响,加大国际航空货运专线扶持力度,鼓励和支持跨境电商及综合服务企业开通至欧美主要城市的货运包机航线;支持企业拓展公共海外仓通道,对企业建设海外仓投入或租用海外仓实施货物暂存周转费用给予补助;开展线上业务培训,加强新政辅导宣传,为企业复工复产产做好服务,帮助企业练内功、稳客户、渡难关。

同时,积极拓展闽台海运、空运快件业务,海峡号、丽娜号高速客滚轮、台北快轮,与台北港、高雄港国际干线、台北桃园机场国际航空运力有效对接,吸引了天猫、京东、菜鸟、韵达、顺丰等大型跨境物流企业布局福建,促进闽台跨境电商业务快速增长。今年1至5月闽台跨境电商(1210、9610)进出口额达5.05亿元,同比增长54倍。借助福建省21世纪海上丝绸之路核心区的独特优势,不断深化与“一带一路”沿线国家和地区的电子商务合作,在全国率先出台《加快推进丝路电商发展十一条措施》,积极推动丝路电商发展。

此外,福建省商务厅还积极发挥海外侨商的贸易网络和人脉资源优势,不断完善海外仓储物流流配送及售后服务网络,推动将海外仓、体验店等模式融入境外零售体系,努力解决跨境电商出口的“最后一公里”问题。积极打造进口商品集货仓,将海丝沿线优质商品集中进口,实现“优进优出”,互利共赢。

厦门海关有关人士在发布会上表示,海关总署于6月12日发布了《海关总署关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》,决定厦门海关等十个试点海关于7月1日起开展跨境电商B2B出口监管改革试点。

为顺利推进电商B2B出口监管试点,厦门海关在海关总署公告下发后迅速制定试点工作实施方案,第一时间召开试点动员会,要求全关统一思想、提高站位,坚持“包容、审慎、创新、协同”的理念,倾注精力,积极培育新业态,切实发挥该工作对抗击疫情、稳外贸、保就业、扩大出口的积极作用。

值得一提的是,此次改革充分考虑了跨境电商新业态信息化程度高、平台交易数据留痕等特点,采用企业一次登记、一点对接、便利通关、简化申报、优先查验、允许转关、退货底账管理等有针对性的监管便利化措施,给企业带来了许多红利。

