

20家银行对接 398 家网贷平台 近八成上线全量业务

见习记者 余继超

11月2日,全国互联网金融登记披露服务平台迎来第20家披露存管信息的银行——海口农村商业银行股份有限公司(下称“海口农商行”)。从披露数据看,海口农商行仅对接了P2P平台海金社,存管协议签订时间为2017年6月15日,并于同年9月29日进行了全量业务上线。

据《国际金融报》记者统计,截至11月2日,已通过个人网络借贷资金存管系统测评(下称“进入白名单”)的34家存管银行中,有20家披露了具体的存管信息,这20家银行共对接398家网贷平台。

受访的网贷平台负责人一致认为,只有上线全量业务才是“真存管”,平台上线全量资金存管业务是合规备案的一个重要基础。不过,受访者也表示,上线全量业务面临重重困境,网贷资金存管体系也有待进一步完善。

82家未上线全量业务

从统计数据看,进入白名单的34家银行中有20家披露了具体的存管数据,分别为西安银行、厦门农商行、浙江泰隆商业银行、北京中关村银行、渤海银行、中国建设银行、厦门银行、招商银行、华夏银行、包商银行、平安银行、民生银行、中信百信银行、上饶银行、宜宾商业银行、广发银行、四川新网银行、上海华瑞银行、厦门国际银行、海口农商行。

上述20家银行共对接398家网贷平台,其中四川新网银行对接的平台最多达97家,其次是上饶银行达86家,位列第三的是宜宾商业银行对接了68家。此外,厦门银行对接30家,渤海银行对接24家,平安银行对接16家,厦门国际银行对接14家,西安银行对接13家,而传统大行如建设银行仅对接2家,招商银行仅对接1家。

398家上线银行存管的网贷平台中,有316家平台上线全量业务,占比达79.4%。不过,仍有82家未上线全量业务,与四川新网银行对接的97家平台中有20家未上线全量业务,与宜宾商业银行对接的68家平台中有19家未上线全量业务,渤海银行存管的24家网贷平台中有11家未上线全量业务,厦门国际银行存管的14家中有13家未上线全量业务。

值得一提的是,知名平台如“九鼎系”的借贷宝、“平安系”的陆金服仍未上线全量业务,借贷宝的签约存管银行是

存管银行不为P2P提供银行信用背书

2017年2月 《关于印发网络借贷资金存管业务指引的通知》明确

不对网络借贷交易行为提供保证或担保,不承担借贷违约责任

不承担借款项目及借贷交易信息真实性的审核责任,不对网络借贷信息数据的真实性、准确性和完整性负责

不对网络借贷资金本金及收益予以保证或承诺,不承担资金运用风险

除必要的披露及监管要求外,网贷机构不得用存管银行做营销宣传

存管银行



资金存管银行应承担职责

存管银行对出借人与借款人开立和使用资金账户进行管理和监督,并根据合同约定,对出借人与借款人的资金进行存管、划付、核算和监督



网贷平台

视觉中国 图

宜宾商业银行,而陆金服的签约存管银行是平安银行。

此外,“红岭创投系”为合规而生的亿钱贷也暂未上线全量业务,亿钱贷签约存管银行是四川新网银行。红岭创投董事长周世平对《国际金融报》记者透露,目前红岭创投仍未上线银行存管。

亿钱贷总经理闫梓告诉《国际金融报》记者,亿钱贷与新网银行沟通达成的第一个一致性,就是平台全量业务上线存管以及在安全合规的基础上注重用户的体验。亿钱贷本身没有不合规业务,所以不存在无法全量上线存管的可能。

全量上线有何难点

那么,平台上线全量资金存管业务有何困难?

闫梓指出,上线全量业务的难点在于,存量不合规业务的处置以及如何保证平台资金与用户资金的相互独立性。众所周知,以大额标闻名的红岭创投,其合规备案的第一大阻碍就是不合规的大额标的业务。

果儿金融创始人梁昌海告诉《国际金融报》记者,未进行全量业务上线的平台,可能主要存在三方面困难:一是平台在贷单笔历史借款标的金额太大,不符合监管要求,无法上存管;二是平台出于“逃避监管”,不愿意让监管了解最精准的借贷数据;三是平台部分借款人是虚构的,不容易进入银行存管系统。存管银行要求的是四要素鉴权,即姓名、手机

号、身份证、银行卡必须为同一人,同时多个环节还设置了手机短信验证码验证。

人人聚财创始人许建文也对《国际金融报》记者表示,网贷平台对接银行存管有几个关键步骤,包括银行尽调、签署协议、系统对接开发、联调测试、全量对接、正式上线。技术上并不存在大的障碍,平台业务的真实性和合规性是能否与银行达成合作的根本。全量业务上线需要平台和银行相互配合,但根本在于平台的执行意愿和力度。

生菜金融创始人兼董事长周汉并不完全赞同上述观点,周汉认为,技术也是制约平台上线全量业务的一大因素。周汉告诉《国际金融报》记者,之前有许多网贷平台的资金存管都是在第三方支付平台上,资金往来也是通过第三方支付,要上线银行存管需要进行流程再造,需要第三方支付和银行进行配合,与银行IT系统进行对接的工作量较大。

此外,周汉称,用户体验也是平台上线全量业务需要考虑的因素。周汉表示,以生菜金融用户迁移到平安银行存管为例,用户需要重新设置平安银行存管系统的交易密码,而这个过程平安银行需要对用户身份进行识别,需要用用户姓名、身份证、银行卡等与平台预留信息一致,如果不一致,就无法完成存管迁移。

周汉还指出,在迁移至平安银行存管系统后,每次进行操作不管是充值、提现、债转都要跳转至平安银行的页面和系统才能进行处理,还需要平安银行发

送的手机验证码进行验证,用户操作流畅度会受到很大影响。

合规整改“加速度”

《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》、《网络借贷资金存管业务指引》,包括最新发布的“108条”及中国互联网金融协会的“119条”,对平台上线全量资金存管业务都有要求。

为此,网贷平台也在加速上线全量业务。《国际金融报》记者在10月底查询西安银行的存管信息时看到,其存管的网贷平台有5家未上线全量业务,分别为银谷在线、广电财富、e路贷、泰然金服、大集金服。到11月初,记者再次查询时发现,大集金服已于2018年10月25日上线全量业务。

记者梳理发现,在2018年10月上线全量业务的有10家网贷平台,预计后续将会有更多的网贷平台上线全量业务。

周汉表示,网贷平台在上线银行存管时,往往会存在“两步走”的情况,通常先将新用户、新业务接入存管,而老的用户和存量业务则会在第二步再搬迁过去。这就会造成老的用户和存量业务无法处于银行的监管之下,而这种“留后门”的做法也是监管层不愿意看到的。

开鑫贷总经理鲍建富告诉《国际金融报》记者,与通过测评的银行开展存管业务合作,并上线全量业务,是网贷平台完成自查自纠、最终备案的前置条件。

对于还未与白名单内银行进行存管合作的平台或未上线全量业务的平台,如果不能按时上线合规的存管方案,很有可能影响后续的备案工作。

首创金服副总经理杨军对《国际金融报》记者表示,从合规来说,网贷平台上线全量业务既是监管的要求之一,也是平台规避资金池、非法集资嫌疑的重要方式。从网贷定位来说,不触碰借款人及融资人的钱是信息中介必须坚守的底线。

轻易贷CEO李昂也对《国际金融报》记者表示,从银行存管上线的目的来看,是让平台和资金运行相分离,避免资金池的做法。对出借人来说,银行存管使借贷双方的债权债务关系清晰明确,用户资金和平台资金实现了隔离。

此外,李昂指出,对监管部门来说,可以通过银行来监控平台资金的流向,防范不合规行为,此举将大幅降低平台经营风险。对行业来说,这种对资金流向的有效监控,将会把一些仍存在问题的P2P平台淘汰掉。对出借人的权益保障以及提升行业的信任度来说,都会有所助力。

平台选银行看中三要素

在平台冲刺合规备案的当下,平台方如何挑选存管银行?

记者从受访的网贷平台方面了解到,通过个人网络借贷资金存管系统测评是第一要素,此外,用户体验和存管成本也是平台较关心的两大要素。

杨军表示,目前中国互金协会已披露存管白名单,平台选择存管银行当然要从白名单中选择。此外,平台选择存管银行还会考虑三个因素:一是费用问题,这关系到公司的运营成本。二是银行与平台对接的时效性;三是后续服务的配合情况。

梁昌海则认为,平台选择存管银行主要考虑三点:首先,银行是否通过白名单;其次,银行的存管体系是否成熟,用户体验是否流畅;最后,存管费用(银行存管上线一般需要1至3个月时间,约100万元)。

周汉指出,平台选择存管银行主要考虑银行的品牌和网点、用户体验是否流畅、技术实力和响应速度、费用与服务。

闫梓强调,首先一个前提就是存管银行通过了中国互联网金融协会的存管系统测评,即“白名单”,能保证平台能够全量存管。另一个是在合规备案的基础上,更加注重用户体验。

许建文则偏向成本考量,他表示,前

期做网贷存管业务的银行不多,且对平台资质要求高,平台处于相对弱势地位,会综合考虑时机、人力、资金各方面的成本问题。

资金存管体系待完善

全量资金存管虽成为了合规备案的必备条件,但网贷资金存管中仍存在“部分存管”、“存而不管”及“模糊披露”等常见问题。

记者注意到,《网络借贷资金存管业务指引》就平衡存管各方主体之间的权责方面,为存管人设计了免责的情形。具体而言,平台交易出现的风险问题依然由交易主体承担责任,与存管银行无关,也就是说,商业银行的存管不能作为对平台的增信。

苏宁金融研究院互联网金融中心主任薛洪言告诉《国际金融报》记者,当前P2P银行存管存在的问题集中于两个方面。一是部分存管银行存而不管,未能充分尽责。在实践中,部分银行为争夺市场,未能就账户的开立、资金的存放、保管、账务核对、表面一致性审查等职责进行充分尽责,忽视了应尽的适当风险控制责任。

薛洪言进一步指出,二是平台对存管的宣传随意性较大,对出借人存在误导嫌疑。举例来说,已签约、已上线部分业务、已上线全部业务等情况都被简单称之为上线银行存管,但三种情况的影响完全不同,由于平台在宣传上并未进行详细披露,存在误导出借人的可能。而各家银行在存管业务的标准、流程、信息披露等方面并不一致,也给出借人在甄别真假存管时带来一定的困难。

嘉石楠副总经理姜振发对《国际金融报》记者表示,引入银行对网贷平台的资金进行全量存管,意在规避平台挪用资金,但是要求存管银行解决投资风险,解决虚假标的等问题还是很难。“1+3”管理办法从各个角度,包括13条红线、108条问题清单等综合多个维度才能确认平台的合法合规经营。即便在此基础上,对于借款人的信用风险,基于平台的信息中介属性也无法对出借人提供任何担保。

周汉认为,虽然一些用户可以为了安全而牺牲一些便利,但是银行存管还需要在资金监管和用户体验之间寻找一个平衡点。各银行之间的存管体系还不能互通,因此仍然不能解决网贷行业主要风险之一——多头借贷的问题。此外,银行存管后,逾期客户信息目前还不能纳入央行的征信体系,对借款人无法形成威慑作用。

“她经济”撬动百万亿家庭金融新风口 唯品金融探索市场新蓝海

11月1日,全球最大的特卖电商唯品会旗下唯品金融联合Analysys易观,共同发布《2018家庭金融市场分析报告》(下称“报告”)。

报告在唯品会和易观数亿用户当中选取样本,对其金融行为进行分析和洞察,并结合对金融业界人士及家庭用户的深度访谈,洞察中国家庭用户在消费、财富管理等方面的诉求特点,同时,报告还首次结合“她经济”背景,探讨女性用户对家庭金融未来发展的影响。

百万亿级家庭金融市场成新风口

报告显示,中国家庭数量逐年增加,预测于2020年将达到4.52亿户,金融资产总规模将增至145万亿元。与此同时,户均可投资资产从2011年的17万

元跃升到2018年的45.05万元(预测),年均复合增长率超过15%。居民对财富管理的需求与日俱增,家庭金融市场潜力巨大。

从家庭消费特点来看,报告指出,近年来,中高消费需求正由一线及超一线城市向二三线城市蔓延,并呈现年轻化趋势。据统计,一线及超一线城市拥有中等以上消费能力的家庭占比38.8%,二三线城市亦达到27.5%。值得关注的是,家庭消费群体年龄正呈现年轻化趋势,“90后”家庭已经成为消费能力最强的群体。而且,中等以上消费能力家庭对投资理财、保险等保值增值型产品使用率较高,中低消费能力家庭用户对网络借贷、消费金融等需求较为强烈。

而在家庭的投资理财偏好中,大部分家庭依然倾向于稳定收益类产品。其中,银行理财产品以34.88%占比位居

第一,其次为货币基金产品30.25%。而互联网理财经过了2013年至2017年的井喷式发展,增长了6倍,以23.26%的比重居于第三。

可以看到,巨大的市场潜力正在催生新的商业风口。而在家庭金融市场这个新风口上,已经初步形成了银行系、电商系和产业系三足鼎立的竞争雏形。

其中,电商系以其优质的客群基础、稳定的消费场景和不断提升的金融科技手段占据先机。以唯品金融为例,孵化于全球最大的特卖电商唯品会,依托于唯品会优质的客群基础、购物场景以及大数据积累,围绕家庭用户的金融需求,提供定制化的产品与服务,家庭金融服务布局格局初显。

从最初的平台支付工具,到为用户打造闭环生态,再到专业的金融服务提供者或是科技能力输出者,市场竞争已

进入下半场。家庭用户作为消费、财富管理的主力军,势必成为引导未来金融市场格局的重要力量。

围绕着家庭生活场景和周期性需要的金融服务将朝着更为智能化、个性化和精细化的方向发展。单一产品供给逐渐让渡为集资产配置、知识传导、理财服务三位一体的综合服务平台。家庭金融的市场风口已然打开,擅于抓住家庭生活场景及孩子成长的需求场景,渗透家庭生命周期不同阶段进行精细化、个性化定制服务的平台将有机会在家庭金融市场中拔得头筹。

“女子力”觉醒 六成家庭的金融大权女性说了算

她是女儿、是母亲、是姐妹,更是家庭中的“灵魂人物”。而在金融需求贯穿

家庭发展的各个阶段中,生活场景和孩子成长成为两大需求主力,女性群体在这两大核心场景中的影响力使其对家庭金融的决策地位不断凸显。

报告显示,中国62%家庭的“财政大权”掌握在女性手中,在关于如何合理安排家庭资金等决策中,女性更具主动性。

从数据中可以看到,93.2%的女性用户认同应该提供更符合女性特征的金融服务与产品,约55%的女性对当前男性主导金融服务的现状感到不满。而这需要服务方洞悉用户金融需求,深度分析女性所处的阶段,提供“千人千面”的消费分期、互联网理财、信用贷款、保险服务等定制化金融服务,从而提升女性用户特定化及留存。

事实上,在“她经济”背景下,女性作为新兴消费观念的接受者和实践者,不

仅成为家庭消费的活跃主体,也成为互联网消费金融和理财的主力军。如果说定制化的金融服务是未来家庭金融的刚需,那么,女性需求的满足则是解锁家庭金融风口的密码。

唯品金融孵化于全球最大的特卖电商唯品会,围绕品牌商户和平台用户的需求,提供定制化的金融产品与服务。在业务规模不断扩大的同时,有效反哺唯品会商城业务,正在成为唯品会新的增长引擎。

数据显示,唯品金融的家庭消费用户中,女性占比高达83.03%,成为家庭金融消费的绝对主力人群。而唯品金融保险业务大数据也验证了这一点。家庭用户在唯品金融购买金额最高的险种为“唯爱保”全年百万住院医疗险(全家款),人数最多的则是“唯爱保”女性子宫癌险。