

# 二季度报喜忧参半 金融科技中概股分化加剧

美股上市金融科技企业二季度业绩逐渐披露。北京商报记者注意到,从营收、净利等数据来看,7家公司交出的答卷喜忧参半,且业绩分化加剧。其中,360数科公司无论是营收还是净利均实现同比增长;而宜人金科、小赢科技、趣店等公司业绩下滑明显。在分析人士看来,疫情影响和利率红线下调等背景下,客群质量、数据和技术能力以及机构合作情况等因素将决定金融科技公司助贷等业务的成本和收益,以及能否实现持续盈利。未来,金融科技公司的整体利润率可能还会下降,行业分化将会更明显。

## 净利增长凤毛麟角

截至9月10日,北京商报记者统计发现,包括360数科、乐信、小赢科技、信也科技、趣店、嘉银金科、宜人金科等至少7家美股上市金融科技企业公布了未经审计的二季报。从营收数据来看,7家公司交出的答卷喜忧参半,另从净利润来看,二季度美股上市金融科技公司整体业绩出现下滑,获得同比增长的可谓是凤毛麟角。

根据财报披露的营收数据,7家上市金融科技企业中,包括360数科、乐信、信也科技3家机构均实现了营收同比增长,其中360数科营收达33.4亿元,相较上年同期增长50%;乐信营收同样突破至30亿元,同比增速为19%;此外信也科技录得营收18.11亿元,同比增速为10.3%。

但另外4家机构营收则出现不同程度的下滑。例如嘉银金科营收为2.45亿元,同比下降61.5%;宜人金科录得营收7.547亿元,同比下降51%;趣店营收则为11.67亿元,同比下降47.4%。

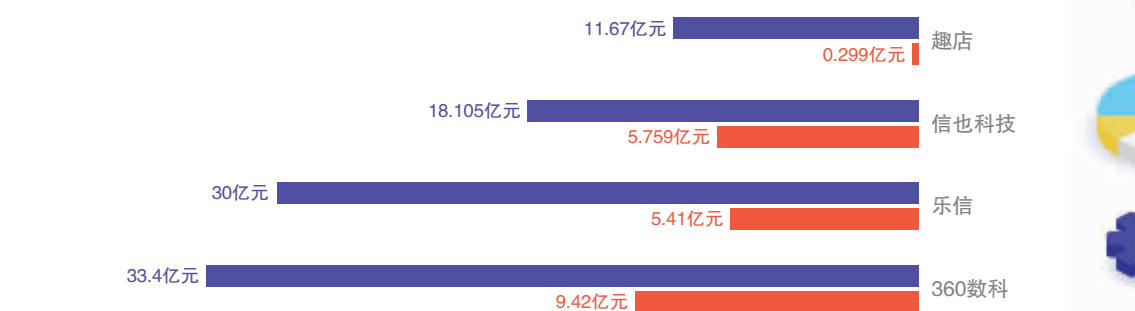
净利润方面,包括360数科、乐信、信也科技、趣店、嘉银金科5家机构均取得净利润为正。不过,在增速上,仅360数科一家公司实现同比增长,其他6家机构则分别出现了不同程度的下滑。

无论从收入还是净利润方面来看,部分公司二季度的业绩表现可圈可点。例如二季度360数科实现净利润8.77亿元,相较上年同期增长41.8%,非美国通用会计准则下(Non-GAAP)净利润为9.42亿元,同比亦增长36.2%。信也科技和乐信,尽管净利润同比出现一定幅度下滑,但二者分别实现Non-GAAP净利润5.759亿元、5.41亿元。

但二季度仍有美股金融科技上市公司陷入亏损。其中,宜人金科从上年二季度净赚2.399亿元转为今年二季度净亏2.694亿元,此外,小赢科技也在二季度报亏3.259

## 二季度赴美上市金融科技机构营收及净利情况

■ 营收 ■ Non-GAAP净利润



(Non-GAAP)亿元。

## 三季度有望“回血”

部分机构亏损的原因与信贷环境下行、行业严监管以及存量资产处置上受到拖累等因素不无关系。嘉银金科方面回复北京商报记者称,二季度整体业绩表现符合预期,净利润同比下滑主要原因是严格执行“三降”政策,压减业务规模。从环比看,嘉银金科净利润已连续两个季度上涨。

小赢科技相关负责人亦回应北京商报记者称,由于特殊时期对社会和经济各方面的影响,其继续面临巨大挑战。

“为保护出借人权益,公司利用自有服务费收入向出借人进行了垫付。回款管理成本的增加,借款人垫付的增加,是导致宜人金科二季度出现亏损的主要原因。”宜人金科方面就亏损一事称。

不过,各机构预计三季度业绩有望恢复增长。嘉银金科方面表示,随着网贷资产的逐步压减,新增机构资金的不断涌入,以及风控优化带来的资产质量提升,叠加疫情缓解、宏观经济复苏,预计三季度将继续恢复增长。趣店方面则称不便回复。

小赢科技相关负责人表示,自三季度初始,公司业务已经步入健康复苏的轨道,贷款量上升、逾期率下降,7月均已回到2020年1月水平,预计三季度贷款总额将环比增长20%以上。在中国特殊时期稳定环境下,加上公司加快提升收入和降低运营成本和费用,公司预计可在2020年下半年恢复盈利。

宜人金科方面称,随着疫情得到有效控制,国民经济运营快速恢复并保持稳定状态,“客户关怀策略”会逐步减少适用范围,客户还款能力得以一定程度恢复,此政策在三季度的影响将大幅下降。

## 持续探索转型

虽然业绩出现分化,但从披露的数据不难看出,多家金融科技公司在持续探索转型中。北京商报记者注意到,早在2019年底,信也科技就已完成平台资金来源全部通过机构资金提供的战略转型。目前,信也科技披露,已对接银行、消费金融公司、信托等30余家持牌金融机构。与此同时,信也科技也在不断谋划如何降低资金成本。在此次财报中,信也科技透露,其二季度的平均资金成本约为9%,新增资金成本已低于9%,预计在今年四



季度资金成本将进一步下降至8%左右。

360数科则披露,伴随着技术驱动作用的不断增强,二季度,科技服务促成交易金额逾146亿元,同比增长282.3%。科技业务占比提升至26.9%,预计年底该比例将达到35%-40%。此外,面向C端用户和B端用户,360数科也在持续发力产品创新与场景建设。

同样发力平台化的乐信,在二季度也首度披露了互联网平台收入(依托互联网技术而非金融业务带来的收入)达近10亿元,其中平台服务收入4.19亿元,同比增长109%;乐卡等会员服务收入超过2400万元。

麻袋研究院高级研究员苏筱苒告诉北京商报记者,从二季度表现来看,业绩增长的公司背后主要靠两方面推动:一是科技赋能,通过加大B端机构合作、科技解决方案的输出等来拓展科技业务规模;二是产品模式,通过创新产品形态、深化异业合作等方式来拓宽服务半径,在前端获客、增强品牌知名度上巩固了自身优势。

## 分化将更明显

“一季度,在疫情冲击下多家借贷服务类

上市金融科技平台受到了明显冲击,撮合贷款规模等指标均出现环比下滑,净利润也均出现下降甚至转亏。在二季度,各家公司则出现了较为明显的分化,如360数科等出现了同比和环比的明显恢复,有些公司则继续表现不佳。”在零壹研究院院长于百程看来,疫情、国内外经济以及监管形势,均对金融科技公司业务提出了挑战。

于百程认为,在疫情影响和利率红线下调等背景下,客群质量、数据和技术能力以及机构合作情况等因素将决定金融科技公司助贷等业务的成本和收益,以及能否实现持续盈利。未来看,金融科技公司的整体利润率可能会下降,行业分化将会更明显,对金融科技公司业务的精细化和规模化要求更高,部分公司将会利用技术优势,拓展政务、产业和消费服务。

针对金融科技公司后续突围方向,苏筱苒进一步称,后续场景与产品将是关键。在场景方面,可深入挖掘互联网优质场景,将自身产品与服务择机嵌入;另在产品方面,应抓住数字化转型的窗口期深化金融科技产品创新,也可乘上各地金融科技监管试点的“东风”积极主动申报创新项目。

北京商报记者 岳品瑜 刘四红

# 预期收益率创45个月新低 银行理财如何翻盘

虽获得资管新规过渡期延期一年利好,但处于转型期的银行理财产品正面临发行量、收益率持续走低的现状:8月309家银行共发行了6593款银行理财产品,发行银行减少15家,产品发行量减少422款,而封闭式预期收益型产品的平均收益率更是创下近45个月新低。对此,分析人士指出,银行理财收益率在未来一定时期内将保持下行,各银行须不断提升自身投研能力、加强外部合作,以迎接净值化时代的挑战。

9月10日,北京商报记者从公益标准理财月报获悉,今年8月,各类银行理财产品发行量普降。具体来看,国有行、股份行、城商行、农村金融机构当月发行量分别减少98款、83款、48款和194款,发行量占比分别为19.99%、14.73%、40.16%和22.87%;其中,国有银行、股份行、农村金融机构当月发行量占比较上月分别下降0.19、0.3、1.39个百分点,城商行当月发行量占比较上月增加1.73个百分点。唯有外资银行8月发行量增加1款,但该类型银行发行量仅占2.24%。

发行量下降的同时,银行理财产品的收益率表现也不尽如人意。数据显示,8月银行封闭式预期收益型产品平均收益率为3.75%,较上期减少0.03个百分点,创下近45个月以来新低;开放式预期型产品的收益率也呈下降趋势,其中,股份制商业银行半开放式产品收益率连跌7个月,8月收益率为4.09%,较上月下降0.03个百分点;股份制商业银行全开放式

产品收益率为3.69%,银行同类产品收益率表现均在3.7%以下。

麻袋研究院高级研究员苏筱苒表示,银行理财收益率走低原因有二,一是资管新规后理财产品持续整改,一些具有错配特征的“高息”产品在监管重压之下逐步淡出市场;二是疫情后的货币宽松政策促使市场利率走低。

普益标准研究人士表示,长期来看,理财产品收益率主要受流动性因素影响。当前货币政策的实施也意在引导利率下行,降低实体企业的融资成本,因此理财产品收益率在接下来的一定期间里,或都将保持总体下行的趋势。但他认为,货币政策不会大水漫灌,未来市场流动性将处于合理充裕状态,因此银行理财收益率也不会无下限走低,投资者可以多配置较长期限的理财产品。

理财产品收益率缺乏竞争力是银行理财吸引新客户、做大规模的主要瓶颈。一位银行理财经理告诉北京商报记者,由于收益率走低、市场竞争加剧,银行理财产品“越来越难卖了”。此外,向存量客户销售新产品难度较大,她表示,银行客户群体以中老年为主,风险偏好较为保守,更加青睐本金安全的存款类产品。

但资管新规发布后,银行保本理财产品规模快速压降,净值型产品占比大幅增长。而从净值型产品期间收益率排名来看,其收益率上限不断提高,市场竞争潜力强劲。普益标准监测数据显示,8月收益率最高的净值型产品为工

商银行发行的“中国工商银行境外专项理财产品2019年第1期”,期间年化收益率高达159.59%,创下今年以来新高。收益率上线刷新的同时,波动性也在增大。招商银行发行的“私人银行中证500指数增强3号理财计划”,8月期间波动性达452.26。

招商银行行长助理刘辉在中报业绩发布会上也表示,保本老产品存量能否平稳压降是银行能否做大理财规模、提高理财收入的重要影响因素。他指出,“刚兑型产品”就像双刃剑,如果它们的无风险成本高而又不能有效压退的话,净值型产品的发展也会受到一些制约和障碍。所以,随着老产品的退出和承接工作的推进,理财子公司发行的净值型新产品也将实现更快的增速。如果银行理财规模实现有效、平稳增长,收入的增长也就水到渠成。

普益标准研究人士指出,在净值化转型过程中,各银行必须不断提升自身投研能力,提高产品收益率。长远来看,银行可通过与外部资管机构合作,借助其成熟的投研体系,优化产品配置,例如目前很多银行都通过与信托、基金、证券资管和保险资管等机构合作探索“固收+”的产品模式提升产品收益率。目前净值型产品主要以固收类产品为主,该类产品虽具有较低的风险,但收益也较低,预计未来各银行将更多拓展权益市场,配置权益资产以提高产品收益率。

北京商报记者 孟凡震 实习记者 杜晓彤

# 扩大金融对外开放 首批2只深港ETF发行在即

北京商报讯(记者 孟凡震 刘宇阳)证监会明确准予2只深港ETF互通产品注册不足两周,银华工银南方东英标普中国新经济行业ETF(QDII)以及嘉实恒生中国企业ETF(QDII)就分别将于9月11日和9月14日开启发行工作。北京商报记者9月10日了解到,2只基金均聚焦于在海外市场上上市的优质国内企业标的指数。有分析人士指出,推出深港ETF互通产品有助于进一步推动深港金融市场互联互通,也为两地投资者提供多元的投资选择,产品初期或处于发展阶段,但未来在行情的助推下有望迎来规模增长。

9月11日,银华基金旗下银华工银南方东英标普中国新经济行业ETF(QDII)正式募集,计划募集截止日为9月22日,基金托管人为工商银行。正如基金名称显示的内容,该基金主要投资于工银南方东英标普中国新经济行业ETF,而标的ETF则跟踪标普中国新经济行业指数(A股上限),于2016年12月在香港联交所上市交易。

此外,嘉实基金旗下的嘉实恒生中国企业ETF(QDII)也明确了将在9月14日正式发行,并计划在9月18日结束募集。基金托管人为招商基金。根据招募说明书显示,该基金的标的指数为恒生中国企业指数。从上述内容不难看出,虽然2只深港ETF互通产品跟踪的指数有所不同,但同样聚焦于在海外市场上上市的优秀中国企业。

据了解,标普中国新经济行业指数是全球范围内上市的中国优秀新经济企业的集合,以标普中国及香港总市场指数成份股为备选样本股,从中选出可以反映中国新经济增长相关行业的、市值不低于25亿美元,且近3个月日均成交量不少于800万美金的标的,覆盖港股、美股、沪市、深市四大市场。

而恒生中国企业指数则由恒生指数公司编

制,反映在香港上市的中国公司的表现,为投资者提供更丰富的指数化投资工具。据嘉实基金介绍,恒生中国企业指数代表了中国在香港资本市场上市的优质资产,随着中国经济复苏、景气度提高,指数标的基本面有望逐步改善。

今年8月28日,证监会发布公告称,准予2只深港ETF互通产品注册,产品由境内基金管理人在境内设立,将不低于90%的基金净资产投资于香港单只目标ETF,且基金份额在深交所上市交易。

证监会相关负责人表示,推出深港ETF互通产品有助于进一步推动深港金融市场互联互通,实现更大范围、更高层次的对外开放;有助于进一步丰富跨境基金产品体系,为两地投资者提供更加多元的投资选择。

嘉实基金也认为,推出互通产品是国内资本市场对外开放的重要一步,具有深远的意义。从市场现状与趋势来看,香港市场持续向好,南向、北向资金增强流动。相关数据显示,2014年以来截至2020年9月初,南向资金涌入香港市场超过1.3万亿元,北向流入累计超过1.1万亿元,资金双向流动、互联互通为该类产品提供持久动力。此外,香港市场近年来逐步放开了对“同股不同权”等的限制,竞争力提高,市场发展向好。

前海开源基金首席经济学家杨德龙则指出,过往公募基金投资者在港股市场的布局上,还是主要集中在以港股通或沪港深主题基金等主动型产品,被动投资类的指数基金以及ETF产品则相对较少,此次即将开启发行的深港ETF互通产品有望为这一投资领域补充新的产品。不过,需要注意的是,这类产品的发展趋势也与相应市场的表现息息相关,初期或还是在一个发展阶段,若未来市场行情向好,则产品规模也有望明显增长。