

银行探路数字藏品 遭“黄牛”引流非法平台

多家银行纷纷试水“数字藏品” 时尚”

当下,数字藏品风头正盛,亦成为各路资本探路布局的方向。北京商报记者梳理发现,目前包括国有大行、股份制银行、地方性银行均对数字藏品有所布局。

梳理各家银行发布的数字藏品产品可以发现,多以字画艺术品、卡通形象形式出现。例如,西安银行推出的《纳福虎》头像数字藏品,围绕虎年题材绘制的插画艺术作品《纳福虎》铸造而成,共包括五幅:福、禄、寿、喜、财,分别代表对幸福、事业、健康、喜庆、理财五个方面的人生希望,收藏者可自行设置为手机银行头像、微信头像。

中原银行近日推出的纪念版数字藏品“中原银行原小虎”,在虎年生肖形象的基础上,融入中原地区传统文化和旅游元素,总发行量为2022个,其中含有186个隐藏款。

从使用性来看,银行推出的数字藏品仅供访问、学习、研究、欣赏、展示和分享等非商业目的使用,意在增加自身的影响力和品牌效应,每个数字藏品具有唯一标识,不可篡改,不支持向第三方二次转移,也不具备支付功能等货币属性。

在博通分析金融行业资深分析师王蓬博看来,当前银行推出的数字藏品更多只是区块链技术和线上艺术品的结合,从技术上来讲并没有更多的创新,区块链技术能够结合的场景都可以做类似面向C端投资者的产品,价值不好衡量。

正如易观分析金融行业高级分析师苏筱芮所言,目前银行对数字藏品的探索还处于初级阶段,其共性是小规模的试水,且多注重作品的原创性以及跟本行特色的结合;差异则体现在拓客路径,以及具体的交易渠道或是与外部第三方的合作渠道等。

“黄牛”借银行数字藏品炒作

数字藏品是银行布局“元宇宙”的又一大尝试,也是银行数字化转型升级的又一体例。

2022年以来,万物皆可“元宇宙”,数字藏品成为了热捧的新兴赛道,商业银行也成为其中的重要参与者。不过值得关注的是,5月29日,北京商报记者调查发现,相关概念的火爆也让“黄牛”贩子盯上了这块蛋糕,一些“黄牛”将收购银行数字藏品作为“噱头”宣传,实则是诱导用户为其推荐的交易平台拉新揽客。在分析人士看来,此类行为很可能是诈骗平台的“马甲”,用户需要对此保持警惕。银行方面也应保障数字藏品具有唯一标识,不可篡改,不支持向第三方二次转移,坚决抵制任何形式的价格炒作、有偿转售等违规行为。



尽管当前包括国有大行、中小银行在内的银行业,都对数字藏品的探索表现出了积极布局的态度。不过,北京商报记者近日调查发现,市场上已经有身份不明的人士,借收购银行数字藏品为名,为交易平台揽客。

“潜力巨大、升值空间高,收购各类银行数字藏品”三位数收购银行数字藏品,有需求的私我”。5月29日,北京商报记者在不少社交平台发现,一些“黄牛”贩子在公开收购银行发行的数字藏品,并用升值空间大、盈利空间高等话术吸引数字藏品持有者前来围观。

对持有者来说,将手中的银行数字藏品进行出售为何会换来巨大收益?是投资机会还是陷阱?北京商报记者随机联系到了几位“黄牛”进行询问:收购银行各类数字藏品,

画作、艺术品每张50元,普通图片一张30元。”一位“黄牛”介绍称。另一位“黄牛”开出的价格为:“银行数字藏品不分类收购,一张的价格都是50元。”

银行的数字藏品大多为免费领取,且具有不可篡改、不可分割、不可复制、永久存储等特点,出售之后如何进行二次售卖?面对北京商报记者的咨询,一位“黄牛”道出实情,“收购银行数字藏品就是吸引用户的方式,最主要的是要推荐我们马上新上线的数字藏品交易平台”。

在“黄牛”的引流下,北京商报记者注册了一款数字藏品交易平台,该平台展示了多款数字藏品信息,售卖价格在9.9-39元左右,用户需要填写姓名、身份证信息、绑定银行卡

才可以参与交易:邀请20名新用户完成实名认证就可以得到回收藏品的费用。”这位“黄牛”介绍称。

另有多名“黄牛”的操作也大同小异,均将收购银行数字藏品作为“噱头”宣传,实则是诱导用户为其推荐的交易平台拉新揽客,大多数“黄牛”提供的注册链接均为网页版本,并未有实际应用程序可供用户下载。北京商报记者实测多个平台后发现,在注册和购买一整个流程中无一例外,用户均要向交易平台提供身份证、手机号、姓名、银行卡等个人信息。在实名认证成功后,交易平台便会为用户提供数字藏品的交易以及转卖服务。

苏筱芮表示,此类“黄牛”交易行为最终指向的是疑似非法平台,这类平台并未在正

规应用市场上架,并且缺乏与运营主体相关的重要信息展示,很可能是诈骗平台的“马甲”,用户需要对此保持警惕,不轻易输入自己的银行卡号、身份证信息,以免招致后续信息泄露乃至资金损失的风险。

“‘黄牛’此类收购行为也是为了炒作,因为有利可图。”王蓬博直言,一方面吸引用户和流量,只有让藏品流动起来才能赚取利润,而“黄牛”现在成为了其中的一个方式;另一方面用户数字藏品是否能够带着金融产品的属性进入二级市场存在争议,还有可能泄露消费者的个人信息。最主要的是炒作数字藏品本身就具有很大的风险性,用户更应该谨慎。

后续金融场景拓展仍有待探索

在元宇宙概念火爆的当下,数字藏品风头正盛。苏筱芮表示,数字藏品首先要界定其属性,究竟是按照金融的路子,还是电商的路子去管,界定其属性之后才能够有的放矢,出台针对性的监管规定。但无论如何,此类业务都需要建立起相应的消费者资金保护机制,不能使这些资金随意被机构扣押、挪用”。

“当前数字藏品主要聚焦的价值还是收藏,具有一定的资产属性,后续是否能在银行的探索下在金融领域发挥更大作用仍有待观察。”苏筱芮说道。

此外,由于数字藏品市场目前尚处发展的初级阶段,仍面临较多不确定性风险。已有多家银行表态称,每个数字藏品具有唯一标识,不可篡改,不支持向第三方二次转移,坚决抵制任何形式的价格炒作、有偿转售等违规行为,并保留追究法律责任的权利。一位股份制银行人士也提醒称:“银行推出的数字藏品可以用来分享、收藏,不能进行二次出售和贩卖”。

“数字藏品作为NFT(即非同质化代币)中国化的有益尝试,有其存在和发展的真实需求。”王蓬博告诉北京商报记者,未来机构仍需注意要坚守合规底线和行为红线,严格遵守信息技术、数据治理、金融监管等领域的相关法律法规。北京商报记者 宋亦桐

数字人民币广撒满减红包 多方机构蓄势待发

数字人民币App更新、消费满减红包“撒不停”、预付式消费等新场景有序推进……数字人民币试点正如火如荼进行,除了越来越多的消费者尝鲜体验外,也新增了各种各样的机构参与其中。5月29日,北京商报记者多方采访了解到,目前多家银行、科技公司、第三方互联网平台,均在紧锣密鼓布局数字人民币试点活动并推进相应技术革新。在业内看来,后续在零售场景试点较为稳定的基础上,数字人民币在企业间交易的场景应用也有望扩展深化。

再现5000万元数币满减活动

促消费,惠民生,又一地数字人民币满减红包活动来了。5月28日晚,雄安发布”消息显示,为积极应对新冠肺炎疫情,带动雄安新区服务业各类商户增收提利,进一步活跃新区消费市场,提升新区广大人民群众的幸福感和获得感,按照“政府补贴、金融联动、商家促销”的原则,雄安新区管委会组织开展了数字人民币满减红包活动。

本次活动由雄安新区管委会和央行雄安新区营业管理部主办,工、农、中、建、交、邮储6家商业银行和银联商务股份有限公司协办。活动首期统筹5000余万元资金,活动时间为5月30日至8月28日,其中京东线上渠道活动时间为5月30日至6月20日。活动在家电、家具、餐饮、商超四大重点领域面向新区居民发放数字人民币满减红包。

活动报名通道自5月28日正式开启,主要采取“线下+线上”多场景消费。京东科技相关负责人告诉北京商报记者:“其中,家电类分为线下商户渠道(数字人民币满减红包)和线上京东渠道(满减优惠券组合包),每位用户在整个活动期间仅能选择其中一个渠道参加且仅能领取一次。满减红包分五种,最高为

满5000元减500元,用户根据实际需求选择相应类型”。

针对此次活动,光大银行金融市场部宏观研究员周茂华评价,雄安推出数字人民币满减红包活动可谓是一举多得,既能活跃消费市场、推动消费回暖,也有利于推动数字人民币应用与推广,有助于商家扩大销售、增加获客、增强客户黏性,同时,也给银行、科技公司及互联网平台带来商机。

“雄安这次活动考虑十分全面,应该是参考了之前的数字人民币红包活动经验,目的性不再单一,相应的推广手段也更加多样。既通过数字人民币来带动当地经济发展,又从数字人民币本身的推广规律出发,围绕高频场景带动钱包数量和交易量的提升,进一步增加客户黏性,促进客户转化。”博通分析金融行业资深分析师王蓬博说道。

银行机构科技公司扎堆布局

数字人民币试点活动不断,除了推动满减红包“飞入寻常百姓家”外,也给金融机构和互联网平台、科技公司带来了新的机遇。

北京商报记者注意到,目前多家银行在招标数字人民币相关项目,例如辽宁省农村信用社“一点接入”数字人民币系统建设项目

招标正在进行中,项目分为软件开发、营销运营两部分,并要求投标人具有履行招标合同所必需的产品和专业技术能力,完成本次项目的集成、产品开发和售后服务。

此外,邮储银行北京分行近日公开的招标项目中也指出,拟采购两家服务商配合开展2022年线上数字人民币试点活动,通过与头部互联网平台共同开展数字人民币满减或红包活动,以获客、活客为主要目标,围绕零售交易、生活缴费、政务服务等小额高频场景开展线上数字人民币试点活动,带动数字人民币个人钱包数量和交易量的提升,进一步增加客户黏性,促进客户转化,预计开展线上数字人民币试点活动不少于3场。

一国有大型商业银行数字人民币相关负责人也向北京商报记者透露,现在对数字人民币试点有其主攻的方向,例如场景拓展方面主要围绕三条主线:第一还是要落实国办的要求,拓展零售交易、公共缴费和政务类场景。第二则是要坚持自身银行特色,打造特色场景,树立数币便民助老惠民的品牌特色。第三还是要依托数币自身的特点,打造数币特有的应用场景。

“数字人民币及数字技术具有提升银行服务普惠的能力。商业银行提供数字人民币兑换、支付结算等一系列相关服务过程中,既有助于获客,也有助于构建银行客户生态圈。”周茂华指出,在推进数字人民币试点过程中,其实是一种共赢,例如对于科技公司和互联网平台,在加密认证、安全支付、算法、数字人民币软硬件设备、场景等方面研发创新需求前景广阔,同时,也给互联网平台带来获客与流量,有利于增强客户黏性。

事实上,除了银行紧锣密鼓布局外,不少互联网平台也在紧跟进度。例如京东数据显示,自2020年12月京东接入数字人民币试点截至2022年5月初,京东线上已绑定子

钱包超500万个,数字人民币累计超220万人进行了360万笔交易,累计交易金额超过2.5亿元。

微信方面则告诉北京商报记者:“五一”期间,深圳福田区政府联合微信,借助“数字人民币红包助手”小程序,向全体在深用户发放了1500万元数字人民币红包。作为微信第一款数字人民币消费券红包预约与发放小程序,其在功能上实现了政府、数字人民币App与用户之间的无缝衔接。

此外美团相关负责人同样称,美团已联合多家银行开展数字人民币红包促消费活动,合作较为顺利。目前数字人民币仍处于试点阶段,在提升用户体验以及服务稳定性方面仍有很多优化空间,需要多方共同努力。其透露:“用户在美团平台使用数字人民币规模的提升,也带动了平台内小微商户收取到数字人民币付款的规模。目前,在入驻美团平台的商户中,发生数字人民币交易的商户已超过58万家”。

多方机构如何抓住机遇

后续,数字人民币仍有望进一步拓展深化。正如美团相关负责人指出,后续美团在参与数字人民币试点方面,将继续助力数字人民币低成本、零费率普惠特性覆盖和惠及更多小微商户,另外也将更加积极地参与推动更多老百姓体验数字人民币,帮助用户养成持续使用数字人民币的习惯。

另外,北京商报记者从京东科技相关负责人处了解到,除了用户生活场景端的应用,京东科技还在行业创新探索数字人民币在B端场景的应用,如在京东集团试点数字人民币发薪、试点将数字人民币应用于企业支付和企业采购等,为数字人民币多维度扩容提供技术支持。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林指出,数字人民币是一次支付市场份额的再分配,会改变甚至重塑当前移动支付领域的市场份额,数字人民币作为一种重要的支付媒介,也将和更多新的数字技术场景融合,拓宽支付场景。对于机构,要尽早和数字人民币结合,推出实用的支付应用,另外也要在设计数字人民币钱包和应用的时候,注重安全性和便利性的均衡。

王蓬博则进一步称,对运营机构银行来讲,实际上掌握了数字人民币钱包支付的核心流量入口,可以通过数字人民币帮助其拓宽获客渠道,但是否能够带动C端用户重新回流银行体系,重塑现有移动支付行业格局还需要时间验证。要想做到这点,就需要银行打造坚实的数字人民币系统,快速拓展合作场景以及铺设基础设施,探寻数字人民币产业盈利模式,更加重视数字人民币的用户运营,用更多市场化的手段来拓展和维系用户。

而对互联网平台,王蓬博认为,可通过结合平台现有产品完成对用户和商户的触达,最终实现用户、商户、平台和数字人民币推广的四方共赢。另对于一些科技公司、终端厂商和支付收单机构等数字人民币服务商来讲,也存在很多机遇,比如终端层面的设备更新,相关认证等安全产业的长期发展,银行和支付机构的账户系统建设等方面,以及未来产业链相对成熟以后,市场拓展推广、运营维护等都需要新的机构执行,肯定会持续给相关机构带来新的利润增长点。

“我觉得对于市场机构来讲,下一步眼光不应该仅仅放在零售场景上,应在零售场景测试较为稳定的情况下,积极拓展数字人民币在企业间交易的场景应用。”王蓬博称。

北京商报记者 刘四红