



互金鸡毛信订阅号

B3-B4

2016.3.7

# 乐视金融的慢节奏扩张

虽然乐视CEO贾跃亭认为乐视金融“不鸣则已”，但业内人士普遍认为，由于缺乏金融基因、拿牌慢、其他互金巨头竞争格局逐渐形成，乐视金融想在互联网金融领域“一鸣惊人”太难了。作为乐视生态最后一个露面的金融，在过去两年的时间仅拿下了小贷牌照，而近年相继面世的乐视手机、乐视电视、乐视汽车甚至乐视自行车，都比准备了近两年的金融快得多。



## 方向未明

贾跃亭表示，乐视并非是仅仅以金融方式解决自身的业务需求，而是以生态玩法全面杀入互联网金融行业。但即使说了再多，乐视金融产品究竟会怎么和乐视自身优势结合？

据了解，乐视首款互联网金融理财产品已开发出来，并在春节期间上线向内部员工开放。同时，互联网金融公司金桔财富通过官方微信也透露，已与乐视金融达成战略合作，并为乐视员工推出了一款名为“乐乐发”的理财产品，首期额度高达数千万元。产品上线3日，一期产品即告售罄。

北京商报记者了解到，“乐乐发”二期产品可能也将很快上线。一位知情人士向北京商报记者透露，最早本月中旬二期产品可能会上线，但内测还是适当对外还未确定。这款预期收益率8.8%的产品究竟是什么样的产品却并未有过多细节，不过其合作方金桔财富是一家去年8月上线的互联网金融平台，主要的模式为P2B。

其实，早在2014年，乐视相关负责人就表示，乐视网已经有了互联网金融板块，类似P2P、余额宝货币基金的产品公司现在正申请相关的牌照。但目前来看还未有太多进展。

中国政法大学知识产权研究中心特约研究员李俊慧认为，对企业端用户，乐视属于产业链公司，各个业务线均有明确或稳定的上下游供应商关系。对个人端用户来说，乐视依托视频搭建的各类平台，通过建立正版内容库以及加强原创自制

剧，吸引了众多用户，并通过多场景使用增加用户黏性或使用时长。简单说，对于企业端用户，乐视具备从事供应链金融服务的基础，而在个人端，它目前也具备开展消费金融的潜质。

同时，中投顾问金融行业研究员边晓瑜直言，“不过，就乐视现有业务来看，电视、手机这些业务能给其金融产品带来的帮助有限。电商与金融关系密切，但乐视并非电商出身，乐视商城主要售卖自家产品，难以和阿里、京东、苏宁竞争，而三家目前都进军互联网金融，乐视的优势不及它们。乐视视频业务实力较强，但较难与金融业务产生协同效应。”

一位分析人士指出，不管是供应链金融还是消费金融，不仅需要完备的征信、风控系统，同时市面上的产品已经数不胜数，如何创新产品目前来看乐视还没想清楚。

## 两年仅获一牌照

对于乐视来说，另一道坎在于金融全牌照难得。

目前，乐视仅获得了保险以及小贷牌照。2016年1月，乐视网出资3亿元人民币筹建重庆乐视小贷公司，此举被业界解读为视金融帝国的破冰之举；同月，乐视网发布公告称，与欧菲光、新沃资本等8家公司发起设立新沃财产保险股份有限公司，其中，乐视网出资1.7亿元占注册资本的17%。

北京大成律师事务所合伙人肖飒表示，乐视的互联网金融步伐与常规大型公司介入互联网金融行业一样，小贷公

司几乎是必备选择。不仅因为小贷牌照有放贷功能且获取牌照并不难，另外，乐视背后还有做互联网小额贷款公司的野心。

然而，乐视相比其余互联网巨头，在金融牌照方面进展较为缓慢。目前，蚂蚁金服在短短的两年间，就已经完成了全牌照的布局，拥有银行牌照、证券牌照、保险牌照、基金牌照等；腾讯则紧跟阿里，目前已获得支付牌照、小额贷款牌照、基金销售支付牌照、民营银行牌照以及征信牌照等；京东在金融领域也拿下支付、小贷、保理、基金销售支付结算等多张金融牌照；百度则目前获得了第三方支付、互联网保险、网络借贷、消费金融等牌照。

边晓瑜表示，互联网金融的进入门槛较高，资本门槛对乐视而言不算难题，真正的难题是金融全牌照难得。随着《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》的出台，征信监控更加严格，牌照发放趋紧，乐视能否拿下牌照获得进入互联网金融各领域的资格还存在疑问。

对于未能获得重要金融牌照的互联网企业选择与传统金融机构合作的方式，比如百度联合中信银行发起成立“百信银行”，拓展直销银行领域，并联合安联保险、高瓴资本共同宣布发起成立“百安保险公司”，开拓“互联网+保险”新空间。

李俊慧表示，相对而言，互联网金融领域相对好切入，进入门槛不太高。传统的金融业务都有牌照限制，进入时间没那么快。但是，从大的趋势来看，传统金融业务本身也在加快互联网化，互联网公司除

去自己打造互联网平台外，也可跟互联网企业合作。就支付、理财、保险等对互联网企业来说支付是基础，理财及保险需要建立在支付基础上。当然，在微信支付及支付宝支付愈加普及的当下，是否需要独立的支付牌照，还需要根据企业的综合需求来考量。

## 架构初定

据乐视内部人士透露，目前乐视金融团队搭建基本成型，业务构架也在搭建之中，产品也开始进行内测。

不过，相比其他大型互联网金融企业，乐视金融步伐还是较为缓慢，怎么和这些大型互联网金融企业竞争也是摆在乐视金融面前的一道坎。

“相比阿里、腾讯等互联网公司，乐视起步较晚，如何后来居上也是乐视做金融的一大难题。”边晓瑜表示。

分析人士表示，乐视可以选择与互联网巨头企业合作的方式。边晓瑜表示，互联网金融领域较为领先的有阿里的蚂蚁金服和腾讯的微众银行，与他们相比乐视的入场较晚，发展较慢。在这种情况下，乐视应该找互联网金融企业合作，不要选择独立作战，这样有助于快速提高专业水平与实力。从长期来看，随着乐视的智能家居业务和汽车业务发展，或给其互联网金融带来更多可能性。

也有分析人士指出，乐视不应该追求大而全，应该与互联网巨头进行错位竞争。

互联网金融行业资深分析师李子川表示，乐视业务线相对丰富，成熟的是视频影业，近年重点推动的是硬件产业，所有业务的外延性较为广泛，为2016年金融业务体系的建设奠定了基础，乐视如果通过小贷做网络借贷、通过影视做产品众筹认为会比其他互联网公司有更大优势。不过从生态视角切入互联网金融，乐视会面临大多数机构都会遇到的问题，快速扩张、人员冗余、效率低下，另外由于金融产品的核心不是用户体验或者心理需求，而是风险的分散与配置，乐视所擅长的发展模式是否还能适应最新业务需求要打上问号。乐视在金融方面如果不追求大而全，采取聚焦策略，与蚂蚁金服等巨头进行错位竞争，倒可以期待。

李俊慧补充道，乐视的互联网金融模式可能跟蚂蚁金服、腾讯等综合互联网金融服务模式有所不同。一方面，起步阶段乐视欠缺一些牌照资质，比如第三方支付等。另一方面，乐视的资源，比如用户资源、人口资源（手机、电视、网站）、业务模式（硬件生产、内容采购等）与其他几家略有不同，从乐视的维度来看，如何借助互联网金融服务提升用户体验，巩固人口资源优势，壮大业务模式，则是其关注的焦点。乐视能否在互联网金融市场分羹或持续分羹，还在于它选择的互联网金融服务能否与其已有资源形成协同效应。

北京商报记者 闫瑾 岳品瑜