

合纵连横 银联能否扳回一局

近年来,以支付宝、微信为代表的第三方支付机构快速壮大,令银联一家独大的地位受到前所未有的冲击,第三方移动支付领域成为群雄逐鹿的战场。日前,银联联合各家商业银行、支付机构共同推出银行业统一App“云闪付”,再度对互联网巨头发起挑战,银联能否凭借此举实现逆袭也引来各方猜测。

统一App“云闪付”面世

“双12”前夕,银联推出银行业统一App云闪付,据悉,这款App集收付款、开户、转账、扫码等基础功能为一体,同时可以享受商城、周边优惠、手机充值、购买电影票、计算汇率等场景化服务。

北京商报记者注意到,在开户选项中,分有“申请II、III类银行账户”、“开通手机闪付”、“申请信用卡”三大模块。云闪付App目前支持五家银行II、III类账户的申请;如果消费者看到商场的某家信用卡优惠服务,也可以通过云闪付App临时线上办理第三类账户的方式享受优惠”。银联相关负责人介绍道。

“双12”大促再度掀起消费热潮,银联也以此为契机,推出“双12”5折优惠的活动,北京商报记者注意到,云闪付App活动专区页面中,包括屈臣氏、国美电器、万达百货、家乐福均贴出扫码5折的优惠活动。“本次‘双12’营销,云闪付很多优惠是直接与线上和线下消费场景相关,加上活动力度比较大,所以



也吸引了不少新用户。”苏宁金融研究院高级研究员赵卿坦言。

频频发力移动支付

随着移动支付、扫码支付的兴起,第三方支付机构迅速占领线下市场,沉寂已久的银联也企图在移动支付领域分得一杯羹。北京商报记者注意到,近年来,银联在移动支付市场频频发力。

2011年6月,中国银联正式宣布推出“银联在线支付”和“银联互联网手机支付”业务。自2016年起,银联不断尝试移动端支付领域,如联合苹果、三星、华为等公司推出Apple Pay、Samsung Pay、Huawei Pay等移动支付工具。

去年“双12”期间,中国银联推出银联二维码支付标准,2017年5月,中国银联进军二维码支付领域,联合40余家商业银行以及京东支付推出银联云闪

付二维码产品,在推出二维码的同时,银联开始了声势浩大的“62营销活动”,即在全国近10万商超、餐饮、电商甚至地铁等各种消费场景开展6.2折的银联优惠活动。

然而由于市场份额已经被支付宝、微信等互联网支付平台瓜分殆尽,新市场的培育还需要一定过程,因此成效并不明显。北京商报记者注意到,截至今年二季度末,中国第三方支付行业综合支付市场交易规模达35.92万亿元,其中,移动支付市场规模23.04万亿元,占比超六成,而在如此大规模体量的移动支付市场中,银联的市场份额占比并不理想。易观数据显示,今年二季度末,支付宝、腾讯金融的移动支付交易份额占比分别为53.7%、39.12%,二者占据绝对优势,市场份额占比前八名的机构中并未寻得银联的身影。

能否扳回一局

尽管银联在支付领域动作频频,然而却由于布局比较晚的原因迟迟没能实现突围,目前移动支付几乎是支付宝与微信的天下,银联面临较大竞争压力,对于银联能否凭借云闪付扳回一局,各方猜测不一。

赵卿表示,支付业务重要的是场景嵌入,此前银联联合银行的营销活动效果不明显,是因为借助于银行通道,而非直接嵌入到消费场景中,对于目前用户而言,已经习惯通过三方支付进行消费,所以通过银行扫码支付渠道的比较少。

“银联的劣势也显而易见,主要是后发劣势,进入支付领域的时间较晚,在场景和渠道覆盖上前期投入较大,也需要培养用户的消费习惯。但考虑到云闪付确实拥有一些特色服务,同时,在近期的营销推广中也逐步加入互联网思维,重视从用户体验角度去设计产品,同时注重对消费场景的铺设,预计未来发展前景还是不错的。”赵卿坦言。

同时,部分银行业内人士也认为,相较于市场上其他二维码支付方式,支付标记化、技术安全性更高、配备完善的风险补偿机制保障以及境内外通用是云闪付的三大优势。此次推出的App将银联和各大银行的支付工具、支付场景及优惠活动集中在一起,是传统金融机构的一次反击。北京商报记者 王晗

金信网成立四周年 累计撮合交易规模突破500亿

近日,互联网金融信息服务金信网在喜迎四周年之际迎来了庆生豪礼——累计成交额突破500亿元。四年前的12月,金信网扬帆起步,四年后的12月,金信网累计交易金额已经突破500亿元大关。在互联网金融风起云涌的大背景下,金信网保持着稳健的步伐,迈上了发展的新征程。

金信网总经理徐磊锋表示,自2013年成立至今,金信网已为188万注册用户提供金融信息服务,如今累计撮合交易规模500亿元的突破是金信网践行普惠金融的一个新里程碑,更是金信网四年来坚持稳健、合规发展的结果。2017年是P2P网贷行业的合规整改年,也是金信网夯实内功、拥抱监管的一年,这一年,金信网依然保持着合规稳健的发展态势,500亿元的成交量见证了金信网砥砺奋进的坚定足迹。

在发展进程中,金信网一直将风控工作放在首位,引进三方风险管理体系等相关工作,加强风险防控策略研究,加大在数据安全、网络安全、系统

安全等方面的投入,在传统管理和金融科技的基础上进行多层次、系统化的风控,降低用户风险。

徐磊锋透露,金信网一直通过金融科技手段致力于产品和技术手段的精进提升,并在科学风控的基础上不断通过科技引擎驱动平台前行。随着监管的持续推进,网贷行业作为传统金融服务的有力补充,将在发展普惠金融、促进金融产品创新等诸多方面发挥举足轻重的作用,而风控的作用将更加凸显。

500亿元的发展历程,记录了金信网普惠金融的初心,记录了金信网孜孜不倦的创新探索,记录了金信网的合规、责任与坚守,更记录了金信网不断升级的品牌战略和“客户至上”的运营理念。

对于金信网来说,交易额突破500亿元是发展历程中具有里程碑意义的事件。随着行业发展大浪淘沙,2018年互联网金融行业将迎来快速发展期,而金信网将站在新的航点上,创造更大辉煌。

宁波银行荣膺“2017胡润金融品牌”奖

《2017胡润品牌榜》日前揭晓,凭借着良好的经营业绩与抗风险能力,宁波银行以品牌价值43亿元人民币荣登中国金融品牌价值第36位,并荣膺“2017金融品牌”奖项。

成立于1997年的宁波银行是国内首家在深圳证券交易所挂牌上市的城市商业银行。宁波银行各项业务取得长足发展,已经成为一家资本净额超670亿元、总资产超9500亿元、员工人数超15万人的区域性股份制上市银行,跻身全球前200家银行之列。

近年来,利率市场化、人民币国际化等一系列金融业改革措施稳步推进,再加上经济结构调整、互联网金融快速发展的冲击,国内商业银行业绩持续承压。在激烈的市场竞争中,宁波银行不断开拓进取,稳固发展态势。根据宁波银行日前发布的三季度报告,该行今年1—9月实现营业收入185.75亿元,同比增长3.54%,增速较半年度有所提升;归属于母公司股东的净利润73.68亿元,同比增长16.15%;不良贷款率下降0.01个百分点至0.9%,表现出卓越的成长性。

在寻求自身发展的同时,宁波银行不忘肩负的社会责任,将银行经营管理与履行社会责任紧密结合,努力回馈社会。秉承“门当户对”的经营策略,宁波银行将服务小微企业作为自身发展的使命,将个人银行作为业务发展重心,着力在小微企业金融服务、社区金融服务、电子银行服务、公益慈善活动等领域推进普惠工作,将普惠金融的价值理念融入战略规划、业务发展、绩效考核等方面,确保普惠金融各

项工作扎实推进与落实。数据显示,截至2017年9月末,宁波银行小微企业贷款余额超过1400亿元,前三季度累计发放涉农贷款超过180亿元。

在小微企业金融服务领域,宁波银行聚焦小微企业及小微企业主客户,不断探索解决小微企业“融资难、融资贵、融资急”等问题,创新推出“快审快贷”“转贷融”“税务贷”“捷算卡”等特色产品,努力提升小微企业金融服务质量,推动实体经济发展。

在个人金融服务领域,宁波银行针对特定人群设计并推广普惠金融产品,深入社区、市场、工厂、学校、乡村开展普惠金融和消费者权益保护知识宣传。

在支农助农领域,宁波银行创新农村金融服务,推广特色金融产品,推广免抵押、免担保的“路路通”小额信贷产品,加大支农信贷投放,加强对农村经济的支持力度。

在电子银行领域,宁波银行打造升级网上银行、手机银行、微信银行和自助银行四类渠道,提供开户“零”距离、转账“零”限制、取现“零”等待和信贷“零”门槛四大优势服务,持续提升金融服务的可得性。

宁波银行相关负责人表示,勇于承担社会责任的企业才能赢得尊重,2017年是宁波银行“苦干新三年”的关键年,宁波银行将拥抱变革,不断创新产品和服务,提升服务实体经济的效率和质量;稳健经营,守住风险底线,提高资产质量;大力践行普惠金融,紧随互联网金融时代潮流,不断提升客户体验,满足多元化、个性化的金融需求。