

# 支付机构金融科技业务独立运营成趋势

——独家专访中金金融科技执行董事史佳乐



## 金融科技业务被剥离

在第三方支付行业监管趋严、市场渐被瓜分完毕的背景下,拓展增值业务成为第三方支付企业的增收渠道之一,这其中,金融科技业务也受到热捧。不过,支付公司近来在回归主业,而金融科技业务逐渐被剥离出来独立运营。

在史佳乐看来,正如银行成立金融科技子公司一样,支付公司的金融科技业务独立运作也将成为趋势。谈及原因,史佳乐表示,一方面,监管要求支付公司聚焦支付主业;另一方面,金融科技这一业务,如果以支付公司的主体去拓展市场,对客户来讲,并不好接受。而如果单独成立一个金融科技子公司,则更容易打开市场。

事实上,金融科技业务已迎来传统金融机构、互联网巨头等多类竞争主体,在激烈的竞争背景下,第三方支付企业凭借什么能分到一杯羹?对此,史

作为布局金融科技业务的重要一极,第三方支付机构也在谋求金融科技业务独立运营。北京商报记者独家获悉,中金支付的金融科技业务已独立运营。中金金融科技(长沙)有限公司(以下简称“中金金融科技”)执行董事史佳乐在接受北京商报记者专访时表示,中金支付母公司中国金融认证中心已在去年成立了中金金融科技。据介绍,中金金融科技与中金支付为同级关系,未来金融科技创新业务会剥离到中金金融科技子公司中。在史佳乐看来,支付机构的金融科技业务独立运营将成为一种趋势。而对于瞄准B端业务的支付机构来讲,要做好长期作战的准备。

佳乐表示,从支付公司发展历程来看,做支付业务既要懂金融又要懂科技。虽然监管把支付公司定位成非金融类机构,但是其实支付结算业务属于典型的金融业务,在这其中,支付机构恰恰又是依靠互联网技术开展业务,所以支付机构兼具金融与互联网的基因,在布局金融科技业务上有先天基础。

不过,聚集到不同支付机构的布局优势,史佳乐认为,各家支付机构在布局金融科技时,需要结合自身特点和定位来布局。具体来看,做C端场景的支付机构,服务了诸多C端细分场景,积累的数据更偏向于C端,金融科技业务会更偏重于C端客户画像或者消费金融类机构的风险模型等领域。但对于类似服务B端的中金支付来讲,金融科技业务的定位是面向产业端。

## B端业务回报期更长

目前,越来越多金融科技子公司进入to B端服务赛道。在金融科技业务层面,中金金融科技也瞄准了B端业务。

对于这一路径选择,史佳乐表示,中金支付在支付行业中以B端业务见长,在金融科技方面也会依托这一优

势。在史佳乐看来,现阶段,有很多金融、IT公司会给甲方去做系统,借助系统把科技力量引入到甲方,但实际上,这种模式并不能叫做“赋能”,只是一种交付式的项目模式。在金融科技领域,甲方无论是金融机构、企业或者政府,在转型升级中,缺乏的不单单是科技,更需要金融科技公司在商业模式以及后期运营中参与进来。

在史佳乐看来,相比C端业务,B端业务回报期更长。他表示,B端客户是最理性的客户,类似C端补贴获客的路子行不通。布局B端是一场持久战,最起码需要有3-5年基础积累的时间。不过,史佳乐认为,金融科技的市场空间足够大,深耕细分领域的支付机构存在机会。

金融科技的业务品类包含大数据、人工智能、区块链、云计算、生物识别等诸多方面。不过,史佳乐表示,中金金融科技主要聚焦“产业金融”和“大数据”两个方面。在相当长一段时间里面,不会再叠加新的业务领域。通过大数据方式服务产业端,有很多场景,包括为企业及金融机构获客、为金融机构做信贷风险的贷前贷中贷后管理等,把这些业务做好就非常不易”,史佳乐表示,从企

业自身来讲,在放款速度、场景适应能力等方面,还存在很大的提升空间。未来,也将继续在这两个领域深耕。

## 亟须解决人才困境

缺乏人才是金融科技机构布局的一大困扰,第三方支付机构也不例外。史佳乐认为,目前支付机构在布局金融科技业务层面面临的最大问题是人才问题。一方面,金融科技需要复合类人才,这方面人才是稀缺的;另一方面,支付机构与银行、互联网巨头等相比,对人才的吸引力较弱。

谈及和银行等金融机构的竞争,史佳乐表示,从竞争角度来讲,银行是金融出身,本身对金融的业务是非常了解的,在做金融科技领域的时候,金融业务方面的服务能力很强。支付机构更多的是做细分市场。支付机构的能力在于支付结算能力,在资金管理上可能会做得更灵活,把这些优秀的基因融入到金融科技解决方案中。

目前,越来越多金融科技子公司进入to B端服务赛道,包括银行金融科技子公司、BATJ等互联网巨头以及支付机构等,在史佳乐看来,未来将有更多的科技企业进来。

在人才培养方面,史佳乐表示,在产业金融业务层面,中金支付的供应链金融业务有储备人才,在大数据人才方面,更多依靠外部引进。此外,中金支付在重庆有个大数据研究院,其中有一个板块就是培养大数据人才。他表示,目前还是更需要技术性人才,包括人工智能、大数据、云计算这些领域的基础人才培养是亟须的。

北京商报记者 刘双霞

(上接C1版)

# “GEC环保币”拉人头模式涉嫌传销

## 拉人头、涉嫌传销骗局

北京商报记者还注意到,在“GEC环保币”会员信息一栏中有分享人数选项。而分享人数就是投资人是否盈利的关键指标,在一个名为“注册领GEC”的币圈交易群里,平台相关负责人发布GEC制胜法宝称,买“GEC环保币”为55复制倍增,建议新手用户如果找不到5人发展新会员就不要注册。设定目标后,完成5人注册需要10天,50天则实施一星会长计划,第10天完成第一层5人新会员注册、第20天完成第二层25人新会员注册、第30天完成第三层125人新会员注册、第50天完成第五层3125人新会员注册,依次递增后,一星会长身价最少30万、二星会长身价最少300万、三星会长身价最少3000万,而四星会长身价最少3个亿。

“只有更多的会员新鲜血液进来,通过多次换手才能体现‘GEC环保币’真正的价值。”上述导师还特别强调,在推广“GEC环保币”的时候,要让每一个会员都能关注和参与到全球生态环境保护建设中。通过“GEC环保币”的逐步增值,让参与开

采“GEC环保币”的所有矿工都有足够的经济基础。

虽然从体验上看没有什么问题,但是“GEC环保币”不断拉人头入伙,靠拉下线发展资金的模式确实存在。“GEC环保币”究竟是投资风口还是传销骗局?资深金融分析师肖磊分析认为,类似于环保币这种交易模式,已经有点触及一些法律的底线,类似传销架构的模式,用高收益吸纳用户,最终由于自身本身不产生盈利,或者说收入覆盖不了支出,也就是只能演变成抬轿子的游戏,击鼓传花的可能性较大,建议投资者警惕。

在法律层面,北京寻真律师事务所律师王德怡也持有相同看法:“如果靠发展下线,才能获取上线收益,这种业务模式和传销十分类似。‘GEC环保币’的虚拟货币是其幕后操控者设计出来的新币种,其交易的合法性没有取得认可,建议投资者不要参与”。

何南野则明确指出,从目前看,“GEC环保币”的特点,很明显符合传销骗局的性质。一是以极高收益揽客,并对外宣称只涨不跌,对投资者具有极大的诱惑力;二是搭建人头传销架构,构建会员模式,实现

GEC的病毒式销售;三是其销售和运营不敢暴露在“阳光”下,只敢通过微信群等私密方式进行,具有极高的隐蔽性和规避监管的属性。以上,综合来看,“GEC环保币”这种收益模式已经严重背离了类比特币资产的性质,甚至触犯了相关法律法规,建议投资者谨防类似虚拟货币投资模式。何南野进一步强调,此类模式可以定性为ICO,核心是违规ICO,手段为传销模式。

国家互联网金融安全技术专家委员会相关人员指出,除了币圈链圈,又出来个盘圈。盘圈就是外观是虚拟货币,内核为资金盘,前人的收益来源于后来者的资金。环保币基本上可以归为盘圈。从业务模式来看,以拉人头的方式层级获取收益,基本上可以判定为传销。ICO有个代币发行募集资金的过程,严格来说环保币不是ICO,从另一个角度说,环保币拉人头的过程中分发了币、汇集了资金,笼统点可以说变相ICO。

针对高收益、拉人头、涉嫌传销、违规ICO等问题,北京商报记者拨打世界环保创业基金会官网提供的位于瑞士的联系方式,截至发稿前均未接通。