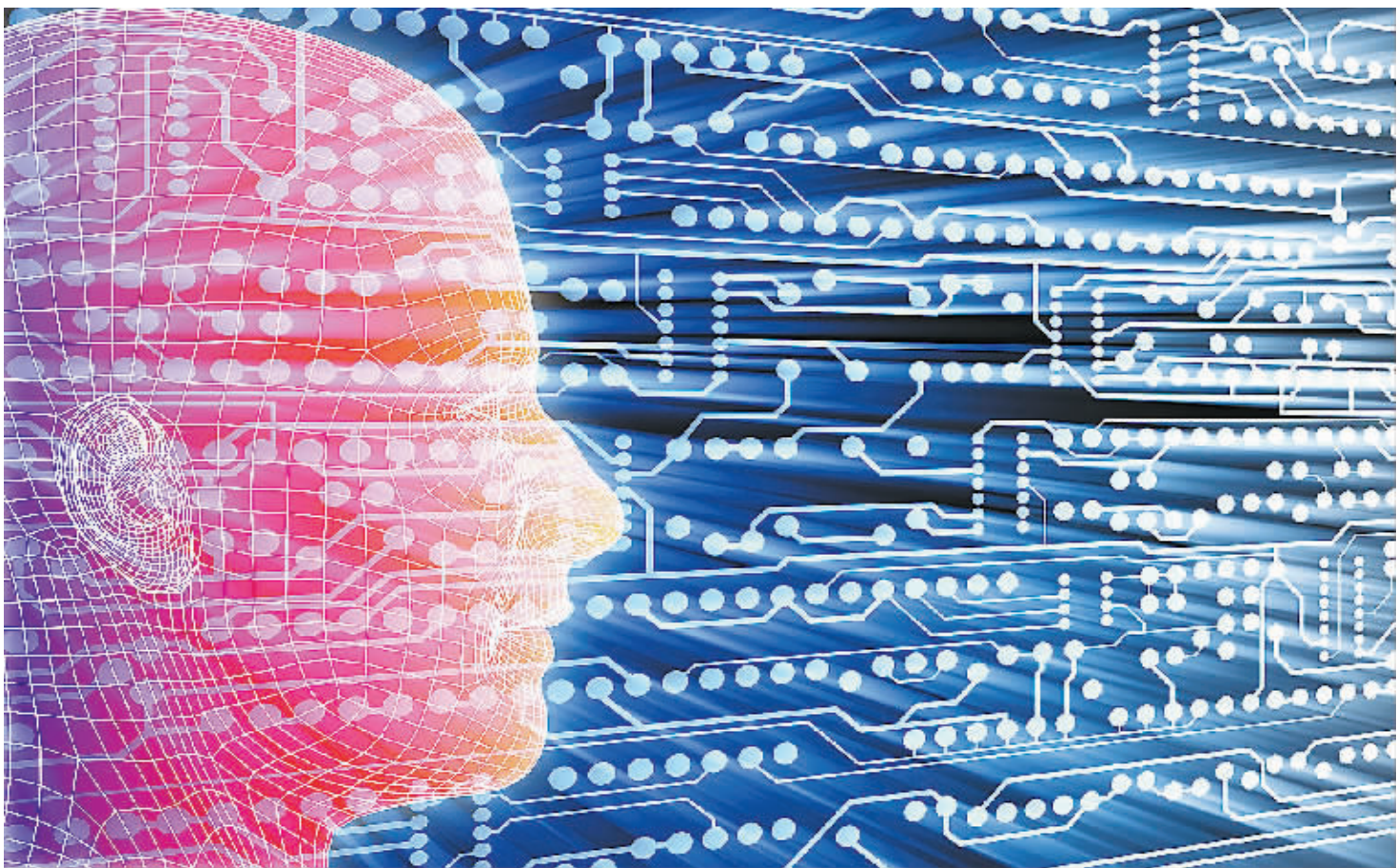


# 银联入局刷脸支付 用户黏性待考



刷脸支付赛道将迎来“国家队”成员。10月17日,北京商报记者注意到,银联旗下云闪付App近日正如火如荼地推出刷脸支付服务,目前正在广州、杭州、武汉等7个城市陆续展开。另据一知情人士透露,银联刷脸支付目前正在试点营销阶段,暂未正式发布。当前刷脸支付战场支付宝、微信支付已然硝烟四起,银联的跑步入场会产生哪些影响?在三大巨头力推刷脸支付之下,行业格局又会产生哪些变化?

## 银联刷脸支付即将上线

自去年底推出刷脸支付试点后,2019年银联刷脸支付业务战略布局明显提速。10月17日,北京商报记者从一知情人士处获悉,银联刷脸支付目前正在试点营销阶段。在云闪付App中,刷脸支付这一板块已经悄然在广州市、杭州市、武汉市、宁波市、合肥市、嘉兴市、长沙市7个城市陆续上线。

北京商报记者亲测发现,银联云闪付App“刷脸”的流程较为简单,只要采集人脸、选银行卡、设置人脸支付口令三步就可以完成。可支持中国银行、建设银行、邮储银行等国有大行,广发银行、招商银行等股份制银行以及广州农商行、杭州银行、徽商银行等城、农商行共计18家银行的开通服务。

银联刷脸支付的加速入局,或将为刷脸支付三足鼎立格局奠定基础。事实上,去年12月,银联就开启了一波尝试,对外宣布银联持卡人可在北京、上海多家商超体验刷脸支付服务,无需携带银行卡和手机,直接通过刷脸即可完成支付。

对于银联推出刷脸支付的原因,易观金融行业资深分析师王蓬博对北京商报记者表示,银联此时推出刷脸支付一是为了抢占市场,二是自身业务发展需要。

他指出,在之前二维码支付推广之际,银

联相较于微信、支付宝便已有所落后,正因为认识到相关介质的重要性,在两大巨头未把相关介质市场垄断时,银联此时推出刷脸支付以免日后为抢占市场份额投入更多。同时,刷脸支付相比扫码省去使用手机的步骤,能够增加用户黏性,依靠刷脸支付设备也能够把用户生态形成闭环。

麻袋研究院高级研究员王诗强也分析认为,银联推出刷脸支付主要目的是增加支付方式,提高用户体验,更好地与支付宝、微信支付等支付公司竞争。

## 三大巨头力推

在银联小跑入场之前,支付宝和微信支付在刷脸支付战场早已打得火热。2018年以

来,支付宝和微信支付相继推出刷脸设备“蜻蜓”与“青蛙”,瞄准线下支付场景,与此同时双方加大市场投入和补贴。

今年9月24日,支付宝宣布将今年4月发布的30亿元市场刷脸支付补贴改为“无上限投入”,再次点燃市场热情,此前亦有消息称微信支付投入百亿元补贴刷脸支付,不过微信支付方面在回复北京商报记者时对于具体补贴金额不予置评。

虽然刷脸支付商业化仍处于初期阶段,但相比二维码、NFC等移动支付手段,刷脸支付再一次省去了手机这个介质,进一步给消费者提供了便捷,这或许将促进支付行业再一次升级。

值得注意的是,刷脸支付战场早已硝烟四起,此时银联入局是否能搅动一池春水?

对微信、支付宝会带来哪些影响?在三大巨头力推刷脸支付之下,行业格局又会产生哪些变化?

王蓬博对北京商报记者表示,发展刷脸支付,银联的优势在于其线下推广能力比较强,银联覆盖的线下自有商户是全国最多的,对线下支付机构也有一定的管理职能,更容易与支付机构合作铺设场景,落地也会很快。不过现在是比拼用户黏性的时候,很多用户没有也不需要下载云闪付App,但是大多会有支付宝和微信。因此,银联需要在提升用户黏性方面下功夫。

从支付行业格局的变化上看,此前的线下支付市场,微信作为高黏性社交软件拥有实时在线的特点,在需要使用手机进行扫码付款的情况下,打开频率更高具有先天优势,也使得

微信支付在线下支付的频次上占据优势。

如今在刷脸支付的赛道上,支付宝相对而言最为积极。王蓬博认为,省去手机的步骤,支付宝有望依靠刷脸支付在线下支付领域实现弯道超车。“不用打开App,给一个授权,只要账户有钱,刷脸便能付款。同时支付宝能提供更多增值服务,其推广能力、下沉服务能力和商户运营能力,可能会让支付宝在线下支付规模上逐渐跟微信持平甚至超越。银联肯定也是看到了这种机会。”

## 便捷与安全的博弈

随着越来越多玩家入局,刷脸支付商业化将逐渐普遍,不过在新生事物成长期间难免引发一些担忧,其中,如何在便捷性与安全性之间找到平衡首先值得市场深思。

今年以来,监管一方面认可刷脸支付的价值,但又多次公开警示其存在的安全隐患。央行科技司司长李伟今年9月公开表示,人脸识别支付线下应用风险相对可控,基本具备试点应用的条件。但李伟也指出,人脸属于弱隐私生物特征,信息误用风险比较大。人脸识别数据采集应提前告知信息使用方式,明确获得客户授权,要充分尊重用户的主观意愿,不得在用户不知情、未授权的情况下擅自发起交易,不要简单地将人脸特征作为唯一的交易验证因素。

“国家队”银联的入局,是否有望解决这些安全隐患?在王诗强看来,刷脸支付还只是前期尝试阶段被认为可行,没有经过市场大规模检验,刷脸支付涉及到用户脸部信息,更容易引发客户对信息泄露的担忧。在王蓬博看来,目前我国大多是后置监管,后期监管也会有更多措施出台,这也是个博弈的过程。

今年8月央行发布的金融科技发展规划中也提出,将探索人脸识别线下支付安全应用,借助密码识别、隐私计算、数据标签、模式识别等技术,利用专用口令、“无感”活体检测等实现交易验证。

北京商报记者 孟凡震 马婧 宋亦桐

# 消费金融ABS发行回暖难掩底层风险

随着监管逐步规范和消费金融机构风控技术的提高,消费金融ABS(资产证券化产品)迎来一波发行“小高潮”。10月17日,北京商报记者注意到,近期包括360金融、滴滴、京东等互联网巨头以及马上消费金融、苏宁消费金融等消费金融公司均开始从金融市场“补血”力推消费金融ABS。分析人士认为,受“双11”电商大促等因素提振,预计四季度消费金融ABS发行将迎来高峰。

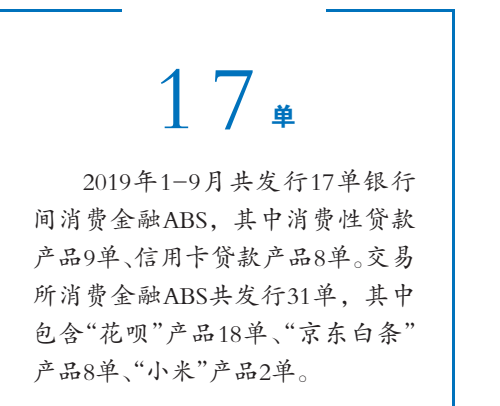
## 多家公司齐发行

10月16日,360金融发行的消费金融ABS产品“天琪-360金融1期资产支持专项计划”于深交所正式挂牌,这也是360金融首笔深交所ABS。据了解,此次ABS发行,是2019年一季度360金融获得深交所50亿元储架发行额度的一部分,发行规模为5亿元,优先A级票面利率为4.7%。

除了360金融外,滴滴日前也以旗下重庆西岸小额贷款有限公司作为发行人向上交所提交一单ABS募资申请,计划募资30亿元。该证券全称为“滴滴1-10期滴水贷资产支持专项计划”,基础资产为滴滴金融的现金分期产品滴水贷,中信证券为承销商和计划管理人。京东拟在深交所发行的100亿元“东道一号1-15期京东白条应收账款债权资产支持专项计划”也于10月14日通过审核。

北京商报记者了解到,马上消费金融近日也拟在银行间债券市场发行“安逸花2019年第一期个人消费贷款资产支持证券”。据马上消费金融相关负责人透露,目前,该资产证券化项目已启动正式申报流程,首期发行规模预计20.9亿元,预计在10月择机发行。苏宁消费金融相关人士也向记者透露,将于今年11月左右发行首期ABS产品,但该ABS产品发行计划目前仍在监管审批中。

对消费金融ABS发行升温的原因,网贷之家研究院院长张叶霞在接受北京商报记



者采访时表示,今年以来多家持牌消费金融公司陆续获得资产证券化业务资格,部分消费金融公司通过发行ABS融资的方式,可以有效地拓展融资渠道,扩大业务规模。在融360大数据研究院分析师李万赋看来,消费金融ABS回暖,一方面监管层整体上还是鼓励消费金融行业规范健康发展,鼓励优质消费金融业务通过ABS渠道获得资金;另一方面,随着监管逐步规范和消费金融机构风控技术的提高,再加上入池资产一般为机构最优质的资产,所以受到市场的认可度也越来越高。

## “花呗”“白条”提交募资申请

据中央国债登记结算公司近日发布的《2019年前三季度资产证券化发展报告》(以下简称《报告》)显示,2019年1-9月,消费金融ABS共发行51单产品,发行规模为1450.52亿元,较2018年同期发行数量减少16单,规模同比下降23.78%。

从发行主体来看,银行间消费金融ABS发行主体主要为商业银行和持牌消费金融公司,交易所消费金融ABS发行主体包括小贷公司和一些电商平台。从基础资产类别来看,银行间消费金融ABS基础资产可以分为信用卡贷款及消费性贷款。2019年1-9月共发行17单银行间消费金融ABS,其中消费

性贷款产品9单、信用卡贷款产品8单。交易所消费金融ABS共发行31单,其中包含“花呗”产品18单、“京东白条”产品8单、“小米”产品2单。

《报告》指出,2019年四季度受“双11”电商大促等因素提振,预计居民对消费贷款需求将继续增长,相关主体对消费金融ABS产品的融资需求进一步增长。李万赋预计,下半年来,整个消费金融ABS市场稳步回升,金融科技机构借助ABS进行融资的活跃度有所提升,持牌消费金融公司参与度也越来越高;“花呗”“白条”等近日密集提交了多单ABS募资申请,为备战“双11”“双蛋节”等大促做准备,四季度可能还会迎来一个发行期小高峰。

## 高门槛、底层风险遇挑战

从24家持牌消费金融公司整体来看,获批ABS业务资格的也仅有中银消费金融、捷信消费金融、兴业消费金融、招联消费金融、海尔消费金融、苏宁消费金融、湖北消费金融、锦程消费金融、马上消费金融9家公司,真正完成发行的仍在少数。随着监管环境愈加严格,监管对于发行消费金融ABS产品门槛要求明显提高的情况下,未来消费金融ABS产品对底层资产的要求也会很高,加之部分个人消费信贷的资金难以追踪去向,底层资产的真实风险也值得关注。

李万赋强调,经过2019年上半年及之前的规范后,消费金融ABS市场上非场景类的资产受到限制,在一定程度上降低了消费用途未知带来的风险。不过,场景消费金融也有自己的风险点,比如客户伪造消费用途、场景机构资金周转困难或蓄意诈骗等方面,这些都需要消费金融服务机构层层把关,利用金融科技能力等方面综合对信贷用户和场景机构严加审核。

北京商报记者 孟凡震 宋亦桐

# 今年以来65只ETF密集引入做市商

北京商报讯(记者 孟凡震 刘宇阳)今年以来,ETF市场交易继续延续火热态势,基金公司也密集发行相关产品,而作为ETF产品流动性的支持者,做市商的重要性也愈发凸显。数据显示,截至10月17日,年内已有65只ETF引入一家或多家做市商。在业内人士看来,做市商的存在主要是为了提高ETF在二级市场上的流动性,使得交易快速实现,保证市场活跃。

10月17日,上海证券交易所(以下简称“上交所”)发布公告表示,为促进嘉实中证银联基本面50ETF、华夏沪深300ETF等11只ETF的市场流动性和平稳运行,根据《上海证券交易所上市基金流动性服务业务指引(2018年修订)》(以下简称《业务指引》)规定,上交所同意中国国际金融股份有限公司为该11只ETF提供主流动性服务。

流动性服务商(也称做市商),是指以自有资金或证券,不断向其他交易者同时报出证券的买入价和卖出价,并在报价价位上接受买卖要求、保证及时成交,从而提供流动性服务支持的专业机构。一般而言,符合相应条件的证券公司、商业银行、保险机构、信托公司、基金管理公司、财务公司等专业机构及其子公司,以及上交所认可的其他专业机构均可申请成为做市商。在流动性服务方面,还包括主流动性服务和一般流动性服务。

事实上,随着近年来ETF产品被越来越多的投资者了解并认可,基金公司也在“快马加鞭”,密集布局ETF产品。同时,头部机构更是争相创新产品品类并打造独特的ETF品牌,而作为能向ETF产品提供流动性支持的做市商也备受青睐。

据北京商报记者不完全统计,包括上述ETF在内,今年以来,截至10月17日,已有65只ETF新增做市商来提高基金流动性。从产品类型来看,股票ETF成为引入做市商的主力军,共有59只,占到总数量的90.77%,货币ETF和商品ETF也分别有3只和2只。另外,还

有1只债券ETF,即平安中债-中高等级公司债利差因子ETF也引入了银河证券提供一般流动性服务。

据了解,2018年12月,上交所发布《业务指引》,对上交所上市基金的流动性服务业务从做市申请、做市规则和做市商监管三大方面进行规范。由此,ETF引入做市商逐步加速。不过,在此之前,也有部分ETF引入了做市商,如华夏沪深300ETF在2013年就引入了招商证券和海通证券作为其做市商。南方中证500ETF、南方中证500工业ETF、南方中证500原材料ETF以及南方中证500信息ETF也在2015年引入方正证券为做市商。

而据东方财富Choice数据显示,截至今年10月16日,有史以来已有多达127只ETF产品引入做市商。做市商最多的一只产品为华夏沪深300ETF,已先后引入9家做市商。另外,嘉实沪深300ETF、易方达深证100ETF、嘉实中证500ETF引入的做市商数量也分别达到8家、7家和7家。

对于做市商所提供的流动性服务,沪上一位市场分析人士指出,做市商的存在主要是为了提高ETF在二级市场上的流动性。他举例,对于一只ETF来说,如果没有做市商,买卖就需要投资者自行报价和成交,但在市场交易相对清淡的时候,可能出现最高买价和最低卖价之间存在较大的差价,导致长时间无法交易,其流动性也就会大大降低。而做市商则会于此时在盘口附近的几个价位提供买卖报价,使得交易快速实现,保证市场活跃。

值得一提的是,受ETF快速发展以及做市商提供流动性支持等因素影响,今年以来,以股票ETF为首的ETF产品成交额有明显提升。据东方财富Choice数据显示,截至10月16日,今年以来,股票ETF成交额高达2.46万亿元,较2018年同比大增84.96%。若对比2018年全年的1.84万亿元,也远远超过。