

# 裂变拉新 苏宁银行的营销隐忧

## 裂变式拉新

“成为苏宁银行升级贷合伙人，轻松月入过十万。”8月19日，北京商报记者注意到，苏宁银行近期推出了升级贷合伙人新玩法，用户邀请新客户借款成功后，便可获得返现，此外还可招募合伙人，获得下级、下下级分润。

北京商报记者调查了解，升级贷合伙人规划了三层计酬体系，整体以合伙人推荐客户的人数以及客户申请贷款的总资金来考量计算。具体收入分为新客奖励、初出茅庐奖和代代相传奖、精英奖金和王者奖金三种形式。其中，新客奖励为，升级贷合伙人邀请的有效用户自注册成功起30日内成功放款，该合伙人即可获得50元新客奖励，上一代合伙人可获得10元新客奖励，上两代合伙人可获得5元新客奖励。这里的有效用户指从未在苏宁银行有过授信和用信的用户，拉新目的呼之欲出。而除了一次性新客奖励之外，合伙人还可根据邀请客户人数和贷款规模获取每月佣金。

“升级贷产品自去年就已上线，最近几天推出了这一拉新活动。”苏宁银行客服向北京商报记者介绍。据了解，升级贷是苏宁银行专为消费者提供的消费贷款产品，无抵押无担保，随借随还，按实际贷款天数计息，年利率7.18%起，额度最高30万元。

而如果按一个人申请30万元贷款的规模来算，推荐一位用户成功放款，合伙人单月佣金最多可以拿到350元，上一代和上两代合伙人单月分别可以拿到70元、65元，照此来看，想要达到“轻松月入过十万”的宣传标准，绝非易事。

此外，想要拿到银行的奖励也有一定的门槛。北京商报记者在注册申请过程中发现，升级贷产品贷款申请用户需要满足正常缴纳公积金及纳税的条件，而公积金

银行贷款也能发展下线拿提成？电商平台、互联网平台的裂变式拉新手段如今被搬进金融机构。8月19日，一则苏宁银行升级贷合伙人招募海报引起业内关注：邀请新用户首借款可获返现，招募合伙人将获得下级业绩分成。在这里，用户解决了资金难题，上线有额外收入，民营银行获得了流量，听起来一举三得。掣肘于线下网点数量少等因素，民营银行一直在探索触达更多客户的入口和渠道，用户焦虑和经营瓶颈凸显。这种裂变式拉新模式是否适合借贷类金融产品，成为摆在业内面前的一大疑问。

缴纳地区限定23个省市。苏宁银行会考量客户公积金缴纳情况并结合客户综合资信进行放款。

“推荐客户多少视合伙人的个人能力而定，只要是正常、不违法的渠道都可以进行推广，能力比较强的合伙人，上述标准也是能满足的，但不会太轻松。”上述客服人员如是说。

## 突破网点限制快速扩张

掣肘于线下网点覆盖少，如何探索触达更多客户的入口和渠道一直是民营银行致力解决的问题。苏宁银行诞生于我国消费金融发展迅猛之际，2017年6月16日，苏宁银行开业。目前，苏宁银行仅设立了一家网点。

“近期推出的升级贷合伙人项目，目的在于要扬长避短，最大限度地降低民营银行物理营业网点少、辐射能力小等不利影响，借助互联网渠道，降低融资成本，并通过鼓励相互推介升级贷产品，让更多人了解我行信贷产品。”谈及推出合伙人项目意图何为，苏宁银行相关负责人对北京商报记者直言。

在北京科技大学经济管理学院金融工程系教授刘澄看来，通过合伙人进行裂变式拉新的手段是基于该银行快速业务扩张的诉求。部分民营银行由于新设不久，缺乏客

户基础以及网点优势，在获客方面需要作出创新，过去银行营销手段比较单一，苏宁将电商的打法运用到金融产品中，不失为一种低成本快速扩张的营销模式，探索通过互联网客户的口碑相传、分级营销引流，能够打破时空界限，为银行带来更多客户。

## 营销隐忧仍存

也有观点认为，苏宁银行如此卖力地拉新放贷，主要还是行业激烈竞争下的用户及经营瓶颈所致。

根据苏宁银行今年4月公布的年报，截至2019年末，苏宁银行总资产为639.01亿元，其中贷款余额305.06亿元，贷款户数8534户，全口径客户数2500万户。尽管营收、净利实现双双大涨，但苏宁银行与同行中的头部机构仍存一定差距。横向对比微众银行来看，截至2019年末，微众银行资产总额达2912.36亿元，负债总额达2751.16亿元，个人客户达2亿人，法人客户达90万家，仅其中的微粒贷产品，客户数便超过2800万。

在麻袋研究院高级研究员苏筱芮看来，升级贷拉新模式体现了苏宁银行在获客方面的试水与突破，可借助机构外部力量来扩大新增用户，但此举也恰恰反映了其用户焦虑及经营瓶颈。由于缺乏线下网

点，民营银行面临高额的第三方获客成本，苏宁银行此次也是试图“开源节流”，通过裂变式拉新来降低成本；此外，在信贷资产质量整体下行的环境下，银行试图通过营销活动与规则制定，主要也是为吸引质量较高的借款用户。

不过，也有一资深业内人士认为，在熟人经济模式下，让老客户帮助拉新客户，虽然银行节省了拉新成本，但这类线上拉新模式更考验用户的风险意识，此模式下，合伙人往往会向周围人发送贷款邀请，难免会让一些没有真实借款需求的人加入进来，承担不必要的贷款成本，甚至有加大用户逾期的可能性。

针对合伙人拉新贷款，机构在此过程中如何控制贷款风险？对此问题，苏宁银行相关负责人称，在升级贷合伙人项目中，合伙人的职责仅仅是推介宣传，不具有审批权力。也就是说，每一个经合伙人推荐到我们的客户，我行都将严格按照我行信贷业务管理制度要求经过风控系统甄别筛选、开展贷款三查，只有经审查并符合我行规定条件的客户才能获取贷款资金。因此，那些没有真实借款需求的人获取我行贷款资金的可能性极低。”另据该负责人透露，从目前整体经营来看，苏宁银行资产不良率为0.97%。

“邀请新用户获得奖励红包、招募合伙人多级营销其实是一种比较常见的互联网营销获客方式，通过付出一定的奖励成本，用户在微信渠道分享裂变传播，而获取大量的注册或者潜在需求用户。但个人认为，此种奖励型营销并不适合借贷类金融产品。”零壹研究院院长于百程认为，奖励营销普遍运用于大众需求类产品，而信用借款产品相对专业，也并非普遍需求，不应通过现金奖励方式鼓励每个人去查看额度甚至借款。从营销效果上看，转化并不见得高，甚至还可能出现用户不了解产品就选

择借贷，从而造成风险和投诉事件的发生。

苏筱芮亦认为，此类拉新贷款模式仍存在多重营销风险。具体来看，在合伙人风险方面，一是贷款推广规则可随时作出调整，而条款中并未就调整规则这一事项履行对合伙人提前一定期限的告知义务，这就可能出现合伙人依规完成任务，但由于规则突发变动而无法获取奖励结算的风险；二是合伙人所推荐的借款用户资质低下，包括但不限于逾期率高、信用率低等，无法达到银行期望；三是由于采取了不被认可的推广方式而无法获得奖励结算，例如短信、微信群推广等，此举容易引发合伙人与机构之间的纠纷。

## 游走踩线的花式营销

苏宁银行升级贷花式拉新推广，亦是整个消费贷市场的发展缩影。近年来，行业增速放缓和竞争加剧下，各家银行纷纷跳出固有思维，开拓新的获客方式。今年4月，微众银行微粒贷“邀请好友测试额度返现金红包”的拉新活动便引发热议，不过，原定19天的营销活动在仅维持1天后，便因诱导行为被微信官方叫停。

值得一提的是，银行推出的各式营销花招中远不止合伙人模式，此前在理财端，便有数家银行玩过“拼多多”模式。随着今年有更多银行加入拼团存款，拼团理财活动也引起了监管关注。据了解，东南沿海地区银保监局曾启动调研银行“拼团”业务，要求各辖内各家银行上报是否有拼团存款、拼团理财、拼团贷款及相关数据。

不过，刘澄指出，目前金融营销可能出现的问题已经历了其他行业的试错考验，银行需要多元化的创新和更加开放的竞争，希望监管部门对于创新金融审慎监管的同时持有更加包容开放的态度。

北京商报记者 孟凡霞 马婧 刘四红

## 联手开泰银行共建泰国线上财富管理平台 陆金所科技赋能出海

疫情影响之下，数字化转型已成为全球金融行业最为关注的一大趋势。对于东南亚等新兴市场的传统金融机构来说，数字化需求尤为迫切。凭借多年发展，中国企业在金融科技领域已积累了相对领先的运营与技术优势；“出海”已成为中国金融科技企业的重要发展路径，在新兴市场大有可为。近日，中国金融科技领域老牌独角兽陆金所控股出海动作频频，海外布局持续升级。继针对个人用户的“陆香港”App在港正式上线后，日前旗下陆国际金融资产交易新加坡有限公司（以下简称“陆国际”）与泰国知名银行开泰银行（Kasikornbank）达成战略合作，开泰银行将依托陆金所在科技及线上财富管理的优势建立个人线上综合财富管理平台，为泰国投资者提供一站式理财服务。

开泰银行是泰国第四大商业银行，于1945年成立。开泰银行在泰国拥有强大的客户基础，拥有1730万用户，其中包含1270万在线用户。近年来，开泰银行积极推进数字化进程，致力于通过数字化平台为其广泛客群提供全方位的金融服务。

据悉，此次强强联手，是陆金所首次采用“云输出”的创新模式向银行进行技术与运营赋能。双方共建的财富管理平台，全站布局在陆金所自主研发的“财富管理云”金融科技赋能平台上。该平台整合陆金所财富管理业务核心科技与运营能力，将用户管理、订单、产品、交易、支付等模块打造成可复制、可输出的金融科技产品。

据介绍，财富管理云具备支持不同机构目前系统定制、满足不同地区监管要求、模块化可快速上线迭代等重要优势，可以针对不同金融机构的业务模式和不同的技术架构，实现产品模块的灵

活配置，在满足客户定制化需求的同时，提升赋能效率和技术运营水平。

陆金所控股首席执行官官葵生表示：“此次与开泰银行战略合作，不仅是一次服务泰国投资者的强强联合，同时也是陆金所科技赋能、国际化发展商业模式的又一次重要探索。我们相信，通过此次合作，借助开泰银行在泰国本地经营优势和丰富的客户资源，陆金所控股先进的科技能力与服务将能够惠及泰国投资者，实现多方共赢。”

“越来越多的商业银行等大型公司借助金融科技赋能转型已是势不可当，我们必须快速进行自我调整和加强新业务创新能力来迎接这种挑战。”开泰银行首席执行官Kattiya Indaravijaya女士表示，“开泰银行通过与平安集团旗下的陆国际合作，在基础技术支持和金融科技新力量的双重推动下，通过开放的银行服务模式来实现这种转型。此次强强联合旨在为我们广大的客户提供全数字化服务平台，抓住‘亚洲时代’下的机遇。”

凭借领先的科技布局与成功运营，陆金所控股多次入选全球金融科技百强、中国金融科技50强等榜单。近年来，陆金所利用大数据、人工智能、云计算等技术，陆续推出融合金融与运营经验、技术研发能力的投资者适当性管理体系、智能理财交互体系、意图预测模型系统、大数据业务安全风控系统等多项金融科技新应用，并在实践中实际应用。

## 遗失公告

北京威发新世纪信息技术有限公司(统一社会信用代码:91110108801148267T),不慎遗失《境内机构外债签约情况表》(编号:45110000200210180001),特此声明。  
2020年8月21日

## 快钱切入物流新赛道 “货运版滴滴”有了支付新基建

每天,近3000万货车司机在祖国大地上飞驰。他们肩负着国内超八成的货运重任,也是跑通国内经济大循环的“流通大动脉”。

今年起《网络平台道路货物运输经营管理暂行办法》等政策密集施行,各地陆续发放牌照,试图从“流通大动脉”的数字化转型着手,降低社会物流成本。快钱公司积极响应政策号召,快速切入物流赛道,围绕网络货运平台发展所需,构建覆盖货运全场景的支付新基建,为“货运版滴滴”的发展加速。

## 一套解决方案破题平台“成长的烦恼”

网络货运平台又被称为“货运版滴滴”,它以平台化方式撮合承运人与托运人完成道路货物运输,有利于社会物流资源的集约整合和运行效率的提升。不过,现阶段不少网络货运平台在自身经营过程中却还存在数字化短板,成了它们“成长的烦恼”。业内人士解释:钱和票,一直是物流企业经营中的老大难,网络货运平台也不例外,依赖于传统方式去缓解资金压力和开票难题,环节多、成本高、有风险、效率又低。

前不久,头部网络货运平台物通牵手快钱公司,物通有关负责人表示:快钱的网络货运平台解决方案为物通搭建了包括智能收单、智能账户、增值服务在内的多元化支付新基建,打开了我们降本增效的新空间。

快钱是如何以一套行业解决方案破题“货运版滴滴”成长痛点的?

先来看看令平台最感头痛的“钱”的问题。在物流链条上,网络货运平台一头连着企业货主,另一头连着众多个体的货运司机。企业货主的账期较长,司机又习惯了实时结账。平台两头“承压”,面临较大的资金压力和资金周转需求。此外,货

运的中间环节很多。每跑一单,就涉及复杂的资金归集和分账,烦琐的对账、资金的安全等问题也随之而来。

针对这一痛点,快钱为物通构建起一套智能账户体系,提供物流全场景的支付服务和资金结算服务。平台只要通过API一点式接入定制系统,一个口令即可面向上万乃至数十万的司机、车队、经纪、货主同时进行分账转账或资金归集,实现资金的快速回笼和灵活周转。今后,我们还将联手更多的金融机构,引入订单贷、消费分期、物流白条、账款保理等场景金融产品和服务,共同满足平台的各类资金需求。”快钱公司物流行业负责人补充道。

## 平台在线“五流合一”快钱有锦囊

针对网络货运平台的开票难点,快钱也有“数字化锦囊”。

据悉,为鼓励网络货运平台发展,有关部门在试点初期即明确,平台可代司机个人开具增值税发票。但由于物流行业长期粗放式发展,各项信息割裂,交易数据难以沉淀,造成了网络货运平台增票开票难、进项抵扣难。其中,在司机高频接触的油费和高速公路ETC费用场景中,进项抵扣难的问题尤为突出。

在快钱为网络货运平台构建的新基建中,基于智能账户体系,平台实现了资金流与业务流、信息流、票据流、货物轨迹流“五流合一”,在司机运费、油费、ETC费用等每道清分环节就可出具支付凭证、实现便捷开票,获得进项抵扣。平台在降低运营成本、满足合规刚需的同时,还可加强对上下游的运力资源管理、营销管理、行为数据分析乃至物流征信体系建设,真正实现物流行业全数字化管理与运营。

快钱公司物流行业负责人表示,快钱的网络货运平台解决方案从支付往前走

半步,满足平台的全场景金融需求,让数字化为企业降本增效、加速发展。

## 金融科技定制化降本增效能兼得

凭借着成熟的场景化金融科技能力,快钱以平台的需求为锚点,提供定制化服务,为企业的快速发展“争分夺秒”。

比如,为了吸引司机、提升用户黏性,不少平台会给司机赠送加油福利。但当司机去指定站点用福利加油后,平台还得额外去油品公司后台人工完成一道抵扣划账的操作。

而在与物通的合作中,快钱为司机加了一个油卡账户。当他们加油后,系统可自动核销平台的加油福利。这一项小小的定制化服务,却提高了平台的用户黏性,降低了人力成本,还提升了运营效率,可谓一举三得。

快钱公司物流行业负责人介绍:要实现这项定制化服务,就涉及多套系统的对接和技术开发。比起全靠自己解决,平台方可以通过引入成熟的金融科技去进行整体部署,实现更快的需求交付。”据悉,快钱借助大数据、云计算、人工智能等技术,把物流供应链各参与主体所需的金融服务抽象为系统里的各种功能模块化、参数化,可快速叠加平台的个性化需求,助力平台快速迈出发展的每一步。

深耕支付行业16年来,快钱公司已覆盖国内逾4亿个人用户,持续为650万家企业的发展加速,助力20余个行业实现数字化转型升级。快速切入物流新赛道以来,快钱的网络货运平台行业解决方案也已覆盖物通、踏歌行50余家企业。未来,快钱将继续依托成熟的金融科技能力和丰富的线上线下场景资源,为网络货运平台夯实支付新基建、定制场景金融增值服务,以供给侧改革助力社会整体物流成本下降,释放发展新动能。