

银行圈地数字藏品赛道

作为布局“元宇宙”的敲门砖,数字藏品吸引了不少机构入局,商业银行也是其中参与者之一。8月11日,北京商报记者注意到,近期,南京银行、光大银行、华夏银行等多家银行均有面向用户的数字藏品推出:“潮酷的运动鸭”“大眼睛的小茄子”……多样的数字藏品形态吸引了不少用户的目光。不过从数字藏品性质来看,现有银行推出的数字藏品主要以营销宣传为主,不涉及二次交易等行为,且大多数字藏品均作为用户权益赠送,意在提升银行品牌形象以及获客、活客能力。



多家银行探路数字藏品

银行数字藏品队伍正在进一步扩大,北京商报记者注意到,近期,南京银行、光大银行、华夏银行等多家银行推出了数字藏品。

8月10日,南京银行发布首套数字藏品,该藏品以南京银行品牌IP“你好鸭”为形象基础,下设“职场加油鸭”“赛博朋克鸭”“潮酷运动鸭”“名画艺术鸭”“南京你好鸭”五大系列,该系列数字藏品由腾讯至信链提供可信权益证明,具有唯一性、不可篡改性、不可篡改性等特点。

8月11日,北京商报记者从南京银行客服人员处获悉,此次南京银行推出的数字藏品活动截至8月31日,仅限持有南京银行借记卡、信用卡等用户参与,活动每周三10时在“南京银行鑫微厅”小程序正式开始,每位用户仅限领取一份数字藏品,同时领取到“你好鸭”数字藏品的用户,在活动结束后会有对应南京银行“鑫e商城”满减券赠送。

在南京银行推出数字藏品同日,光大银行也与新华网共同推出以“绿色低碳”为主题的小茄子数字藏品,该数字藏品涵盖美丽中国、生态多样、低碳行动三个大类32款数字藏品,同时还有4款生日彩蛋数字藏品作为稀有款。北京商报记者实测发现,小茄子数字藏品可免费领取,该藏品以盲盒形式出现,点击“马上抢”就能抽取相关主题的数字藏品头像,根据相关信息,该数字藏品共发行2000个,目前该页面显示已售罄。

而在不久前,华夏银行郑州分行也发布了成立十周年的数字藏品“郑小夏”,此外,中原银行、西安银行、北京银行等也有数字藏品推出。

谈及多家银行布局数字藏品的原因,博通分析金融行业资深分析师王蓬博认为,银行布局数字藏品的动机是因为数字藏品被讨论很多,新颖又有热度,自身就有礼品属性而且成本很低,还属于数字科技范畴,银行无论从吸引用户和流量的角度,还是从自身数字化转型的角度都会考虑布局类似产品。

主要用于营销宣传

事实上,自2022年以来,数字藏品概念便开始爆火,各行各业都试图分一杯羹,从当前银行发售的数字藏品来看,目前银行推出的数字藏品主要以营销宣传为主,意在为银行引流、获客。

光大银行在领取数字藏品的须知中提到,本次发布的数字藏品均为限量免费领取,用户不得将数字藏品用作任何商业用途,抵制对数字藏品进行任何形式的价格炒作、场外交易、欺诈,或以任何非法方式进行使用。

华夏银行郑州分行也在推出的“郑小夏”数字藏品公告中提到,发放的数字藏品仅作为收藏用,不可进行任何形式的价格炒作、有偿转售等违规行为。

在零壹研究院院长于百程看来,对于服务大众的金融机构来说,发行数字藏品免费预约领取或作为用户权益赠送,能够

提升用户特别是年轻用户的活跃度和认同感,是营销促活、推广品牌比较好的方式之一。不止金融机构,包括电子产品厂商、服装品牌、化妆品品牌等不少都在发布数字藏品,希望能在元宇宙发展初期掌握主动权。推出数字藏品,是品牌机构方一次重要的数字化探索,也是与年轻用户建立深度连接的一次新机会。

不过值得关注的是,在数字藏品火爆的背景下,不少非官方交易平台也乘机入局,允许用户对购入的数字藏品进行自主定价和转卖,这也为数字藏品炒作埋下了隐患。此前北京商报记者调查发现,在不少社交平台,一些“黄牛”以收购银行数字藏品为“噱头”,诱导用户参与其他数字藏品交易平台交易。而为防止数字藏品金融化风险蔓延,微信、支付宝等渠道也加强了数字藏品相关商户的资质审查及管控,严控之下,数字藏品也曾经历一段时间的低潮期。

易观分析金融行业高级分析师苏筱芮表示,此类“黄牛”交易行为最终指向的是疑似

非法平台,这类平台并未在正规应用市场上架,并且缺乏与运营主体相关的重要信息展示,很可能是诈骗平台的“马甲”,用户需要对此保持警惕,不轻易输入自己的银行卡号、身份证信息,以免招致后续信息泄露乃至资金损失的风险。

应对相关转让渠道进行限制

谈及数字藏品,最绕不开的就是其原始形态NFT(Non Fungible Token,非同质化代币),自诞生以来,对于NFT的投机炒作现象便屡见不鲜,这也让市场对于数字藏品“去金融化”的呼声越来越高。

对银行来说,在“去金融化”的背景下,银行如何规范管理数字藏品相关业务也至关重要。王蓬博认为要明确两点,第一,数字藏品不应有金融属性,不应该设立二级市场进行二次交易,这样才能最大范围地保留其收藏价值,而不至于成为炒作的工具;第二,数字藏品从技术上不难实现,成本也不高,也不应该被认为是银行数字化改革的标志。

“当前银行发力数字藏品主要还停留在初步阶段。”苏筱芮表示,主要是推出一些简单藏品作为市场试水的动作,但不同银行之间的动作略有差异,部分围绕自营业务单独发行,而部分选择了跨界合作。银行规范数字藏品业务首先要营销宣传上注意措辞,强调收藏品的纪念意义而不是升值空间,其次是对相关的转让渠道、转让方式等进行相应限制。

不过需要关注的是,虽然当前海内外对于数字藏品领域投机炒作的乱象依旧存在,但仍要注意其存在和发展的意义。在于百程看来,数字藏品在国内发展路径与国外不同,“去金融化”和避免炒作是国内数字藏品的特征。银行作为金融机构,在数字藏品的探索中更加会注重合规性。因此,银行数字藏品采用主流技术平台,仅具有收藏功能,不具有交易转售属性,另外银行数字藏品多结合自身的品牌形象标签和特色业务,在活客的同时也推广了自身的品牌特色。

北京商报记者 宋亦桐 李海颜

F 聚焦 Focus

参与“跑分” 广东信汇摊上事了

北京商报讯(记者 廖蒙)这家支付机构麻烦缠身,大额罚单过后,又卷入到一起帮信案件中。

8月11日,北京商报记者注意到,山东电视台近日披露了一则济宁警方破获特大帮信犯罪团伙案的新闻,涉事案件中出现了第三方支付机构广东信汇电子商务有限公司(以下简称“广东信汇”)的身影。

根据介绍,2021年3月,微山县(隶属山东省济宁市)公安局接举报后调查发现,辖区居民孙某骏等人银行账户资金交易异常,嫌疑银行账户存在“小额测试、大额进出、快进快出、全天候操作”等异常特征,与网络犯罪洗钱转移资金特征相符。

济宁警方通过对海量信息线索的分析,很快将目标放在了一个名为“小强支付”的跑分洗钱平台上。据北京商报记者了解,跑分是一种常见的洗钱手段,正常个人用户收到收钱指令后,使用自己的银行卡、收钱码等账户接收非法资金,再按照不法分子要求将其转入指定账户,从中赚取佣金。

这样小额、分散的资金流通方式,为警方追寻非法资金流向增添了难度,也让提供账户的用户卷入到洗钱案件中。而经过济宁警方进一步调查发现,“小强支付”平台只是洗钱的资金转移通道,真正的资金存储、转移支付等各种功能,来源于广东信汇。

而作为一家持牌的第三方支付机

构,如何深挖广东信汇的违法行为脉络成为警方打击工作的难点。据警方介绍,难点主要集中在如何甄别广东信汇的合法业务与非法业务,以及划分涉案岗位的工作人员。最终,通过综合分析加上大数据研判,警方确认了广东信汇从事违法行为的人员及部门名称。

在掌握事实证据链后,“小强支付”国内主要涉案成员被抓,而广东信汇员工涉案线索也被警方确定。经审计,广东信汇在2020年1月至2021年12月期间,开展代付业务涉及的充值、代付总流入资金95.64亿元,代付笔数为263.17万笔。目前,案件已进入移送审查起诉阶段。

“持牌金融机构被卷入洗钱案件,表明公司内控管理仍然存在疏漏。严监管的大背景下,支付机构抱有侥幸心理,为黑灰产业提供助力,终将无所遁形,也将面临相应的法律惩罚。对于这类问题,支付机构需要在及时吸取教训后进行查漏补缺,严密洗钱相关的‘防护网’。”易观分析金融行业高级分析师苏筱芮表示。

对于广东信汇卷入的这一起洗钱案件的最新进展和公司处理安排,8月11日,北京商报记者多次联系广东信汇了解相关情况,但截至发稿,未收到对方回复。

根据央行官网信息,广东信汇成立于2012年3月,在2013年7月获得央行颁发的支付牌照。牌照业务范围为银行卡收单,业务覆盖范围为广东省、福建省。

北京商报记者多方了解到,过去几年

间,第三方支付机构成为不少诈骗、洗钱行为得以成功实施的关键一环,不法分子利用合法支付通道虚构交易、分散交易,逃避警方追查。近年来随着监管惩治力度加强,支付机构对于商户实名制的管控要求提高,该类违规行为出现的频率减少。

但仍有支付机构因为商户管理、反洗钱不力等遭到央行处罚。在2022年4月,广东信汇便因为未保持交易信息可追溯性及在支付全流程中的一致性情节严重;超出核准业务类型经营支付业务;超出核准业务地域范围经营支付业务;将特约商户资质审核交由外包服务机构办理情节严重等违法行为,被警告并没收违法所得67.7万元,同时处以罚款618万元。时任广东信汇董事赵玉华、时任广东信汇董事兼总经理王春江分别被罚100万元。

苏筱芮强调,近年来,洗钱案例层出不穷,花样持续翻新,甚至还诱骗、裹挟广大用户,给反洗钱工作带来了严峻挑战。银行业机构、支付业机构等持牌金融机构,应当遵守反洗钱相关的监管文件,通过加强风控水平、适时调整策略等来完善反洗钱相关工作,加大对资金流向的监测。

“而对于此类非法平台的经营,则需要与公安部门进行配合,通过树立一批跑分相关的大案、要案典型以震慑市场,加大对非法行为的司法打击力度。”苏筱芮如是说道。

2074只 发起式基金十年扩容路

北京商报讯(记者 刘宇阳 实习记者 姬穆沙)2012年8月10日,首只发起式基金——天弘债券型发起式证券投资基金成立,时至今日,发起式基金已走过整整十年。

十年的发展,令发起式基金从最初的形单影只变成了如今的百花齐放。同花顺iFinD数据显示,截至8月10日,公募全市场累计有2074只发起式基金正在运作。截至上半年末,发起式基金总规模达2.34万亿元。而根据同期中基协公布的公募基金市场数据显示,截至2022年6月末,公募基金总规模约为26.79万亿元。换句话说,发起式基金规模已约占公募市场总规模的8.73%。

回顾此前,2012年8月10日,天弘债券型发起式作为国内基金市场上首只发起式基金,首日募集规模超3亿元,成立规模合计33.47亿元,开启了基金公司投资者利益捆绑的新时代。距今,刚好走过十年。

在规模不断增长的同时,发起式基金自成立以来的业绩表现也同样突出。同花顺iFinD数据显示,截至8月9日,共有1482只基金取得正收益,在数据可统计的2044只发起式基金中,占比72.5%。

就发起式基金规模以及收益能够持续提升的原因,前海开源基金首席经济学家杨德龙分析道:“发起式基金规模能实现大量的增长,首先是因为成立门槛更低,其次是有公司、基金经理认购。在这样的条件下,基金公司与客户持有的产品利益保持一致性,因此,也推动了发起式基金的发展”。

此外,天弘基金还提到:“首只发起式基金成立十年以来,规模发展迅速。这背后,一方面是公募基金行业整体规模快速增长,发起式基金也随之增长。另一方面,发起式基金作为基金公司自购的一种形式,体现了基金

管理人与持有人利益捆绑、风险共担,尤其是在市场低迷时,发起式基金更能得到持有人的认可,因此发起式基金整体发展势头较好。另外,发起式基金由于成立条件较普通公募基金产品而言相对宽松,出于前瞻布局看好的投资方向等考虑,基金公司也有动力通过成立发起式基金实现这一目标”。

就发起式基金与普通基金的详细区别,财经评论员郭施亮在接受北京商报记者采访时介绍,主要是募集人数与规模限制的不同。例如,发起式基金需要基金公司的股东、高管或基金经理参与认购,且限制持有期限。另外,发起式基金也有退出机制要求,即基金成立满三年后,基金资产净值若低于2亿元,则自动终止基金合同。

杨德龙也对此补充三点解释:“一是发起式基金需要有公司的自有资金或者基金经理认购1000万元或以上,也要锁定三年。二是从成立门槛来看,发起式基金门槛低一些,只要首次募集1000万元以上就能成立,而其他基金需要满足2亿元以上且持有人户数超过200户的条件才能成立。第三就是退出机制,发起式基金的退出机制更严格,如果三年之后规模小于2亿元,就要自动终止合同,其他基金一般是连续50或60个工作日出现基金资产净值低于5000万元或持有人数量不足200人的情况,才有可能触发基金合同终止”。

当然,较为严格的退出机制也给发起式基金带来了一定的风险。郭施亮表示,投资者需要持续关注发起式基金的资产规模变化以及成立三年后高管及基金经理持有份额解禁可能对产品的影响。

展望后市,杨德龙乐观地表示,未来发起式基金的发展趋势或也将持续向好,且可能会有比较大的发展空间。