

“产业篇：互联网金融”

土豪齐入金融业 互联网金融元年开启新浪潮

■ 洪黎明 陈颖 报道

记者在近日举行的一个互联网金融论坛上注意到一个有趣的现象,主办方互联网公司老总自始至终一身休闲装,而前来参会的金融机构负责人则是全套西装。该老总为此打趣说:“做互联网的金融机构现在在很多已经不穿西装了。”当然,互联网不穿“西装”,一方面是体现自由的精神,另一方面在互联网介入金融之后,或许展现更多的是互联网式的思维。从这个角度回顾这一年轰轰烈烈的互联网金融热潮,可谓新进“土豪”引领着传统“高富帅”共舞。

互联网金融元年

“中国金融业需要搅局者进入。”阿里巴巴集团董事局主席马云在2013年年中如是宣称的时候,谁也没有想到,6月13日“余额宝”的诞生,远远不是搅动金融业的一池春水那么简单,而是引发了一场互联网金融风暴。

余额宝的壮大速度十分惊人:不到4个月规模破500亿元,5个月破1000亿元,注册用户超过3000万户,目前其规模即将突破2000亿元。余额宝的成功拉开了互联网企业大规模进军金融领域的大幕。8月初,腾讯旗下微信平台和财付通联手华夏基金推出对接华夏现金增利货币基金“活期通”;10月底,百度金融中心推出“百度理财B”,售卖华夏现金增利货币基金,随后又推出“百赚”,主要投资于期限在1年以内的国债、央行票据、银行存单等产品,日前正式发布“百发”,首倡互联网团购理财;“新浪金石”已经低调上线,预计将与嘉实、南方、易方达合作推出基金产品;网易也已经开售首款货币基金类理财产品“添金”。目前,基金销售、支付机构等推出的各种“宝”已有近30种。同时,还有更多的互联网企业在计划和研发互联网金融产品。P2P网贷指个人通过网络平台相互借贷全面爆发,也成为互联网金融领域引人注目的一支创新力量。

在小额贷款、支付、融资、投资理财保险等互联网金融领域,互联网金融企业的触角分布广泛且扎得深,如苏宁、国美、京东、亚马逊等电商开始渗透到融资、银行、保险、担保、基金等互联网金融领域。三大运营商在以支付为代表的互联网金融领域也取得了不错的成绩,移动支付已经逐步应用于公共交通、各种交费、商业刷卡消费等领域。无怪乎2013年被称为互联网金融元年,其迅速崛起的态势也足够称得上是“土豪”。

互联网金融带来三大挑战

互联网金融到底给传统的金融行业带来了哪些挑战呢?广州农商行总行行长助理彭志军表示,挑战主要集中在支付、信贷、客户基础三个方面。首先,互联网金融改变了银行独占资金支付的格局。近几年,以支



付宝为代表的第三方支付和移动支付从无到有有序地发展,已经不限于网上的电子商务交易,延伸到传统的水电气缴费、信用卡还款,包括代交交通罚款等方面,2010年至今,支付宝的支付金额已经超过了二万亿,以支付宝、财富通为代表的第三方支付占到市场份额的八成,已经超过银联和银行的网银支付的总量。其次,互联网金融改变了银行传统信贷单一的信贷供给格局,网络信贷快速发展。阿里贷款已经累计为超过十万家小微企业发放贷款。另外,以人人贷、拍拍贷的贷款平台不断涌现,互联网的直接融资模式正在形成。

此外,彭志军指出,互联网技术改变并动摇了银行的传统客户基础。高速发展的电子平台,积累了海量客户数据信息,互联网金融拥有了比任何一家单一银行更广泛的客户资源。

传统金融业代表的银行已充分很快感受到新金融的压力,并更加深入反思,出招反击。如就在余额宝之后,广发银行携手易方达推出“智能理财金账户”,一项将余额理财和信用卡自动还款相结合的“信用理财”工具。易方达总裁刘晓艳直言:“这是银行在革自己的命。”她认为,未来3-5年,银行的经营格局将发生巨大变化。对此,广发银行董事长董建岳在接受记者采访时也曾表示,商业银行必须进行全新的市场思维进行商业模式和服务模式的革新。

那么金融行业真如预言中那样会被颠覆吗?对于这发问,金融行业大佬们并不服气。中国平安保险董事长兼CEO马明哲在由阿里巴巴马云、腾讯马化腾、马明哲三人牵头成立的国内首家获得牌照的互联网公司众安保险上线当日指出,互联网绝对不是取代现有金融体系,反而,互联网上比较适合于小额、大数量、标准化的金融产品。

陈达伟也表示,互联网金融并非在多大程度上侵蚀传统金融的领土,而是填补了此前市场空白,同时,互联网金融将大小金融机构拉回到同一起跑线上。

传统金融“药方”:拥抱改变

彭志军对记者表示,互联网金融在传统银行业带来了巨大挑战的同时,也提供

了一个让银行业加快变革和发展的契机。他认为,面对互联网企业,传统金融结构有着无法替代的优势。以银行为例,传统银行机构的货币创造功能和在支付结算体系中的重要性,是互联网金融在短期内难以替代的。这些特殊性是多种因素长期演进的结果,同时也受到了现行法律制度的认可和监管。其次,传统银行最核心的国家信用、管制保护等因素,也是互联网金融短时间内很难拥有的。基于多种原因,民众对传统银行的信任度普遍较高,而对于互联网金融安全性的质疑却从来没有停止过。此外,相较于互联网金融发展的大跃进,对于互联网金融的监管却总是显得有些缺位。许多互联网金融业务仍游离于灰色地带。

彭志军还指出,传统银行在金融方面有着成熟的运营模式和丰富的行业运营经验。商业银行的规模加上金融资源的集中也决定了其在为大企业提供金融服务方面具有互联网金融难以比拟的优势。

面对来势汹汹的互联网企业的“入侵”,传统金融业该如何应对和反击?永隆银行董事长马蔚华近日给出“药方”:商业银行面临着互联网的挑战,要和互联网金融合作,同时按照互联网的思维和经营方式来改造传统银行的经营方式。

彭志军认为,互联网金融对于传统金融机构具有启示意义。他指出,互联网金融的核心诉求,是当互联网客户在需要金融服务的时候,能够恰如其分并恰当地提供随时随地、随心随行的完美体验。这场景看起来有二个,一个是把银行提供的一站式互联网服务渠道(如网银、手机银行、社区银行)的功能和体验打造好,使其可用性和易用性达到或接近互联网入口平台的体验水平;另一个是与第三方平台合作共赢,把金融产品有机嵌入到平台级的互联网刚需服务入口,在其中平滑地提供支付结算、投资理财和信贷融资等服务,当客户需要这些金融服务时可以手到拈来。

彭志军表示,面对挑战与变革,传统银行需要认清互联网技术变革方向,抱着更加开放的心态积极拥抱互联网,加强与各类非银行金融机构的合作创新,发挥自身优势,实现真正的智慧银行。他认为,银行可以从线上、线下两方面入手。其中的银行系电商、直销银行,线下的社区

银行,最终解决的问题是渠道入口和客户资源数据的掌握。未来银行需要基于互联网技术与传统业务的整合来构建开放式的互联网金融服务平台:智慧网点(固定场所服务)+社区银行(用户身边)+网络银行(虚拟空间)+客户经理(移动客户服务)的“四位一体”的全新服务模式,通过现代信息技术,实现对物流、资金流、信息流的统一管理,为客户提供一站式、全方位的金融服务,让客户可以随时、随地、随心地享受便捷的银行服务。

互联网金融监管之考

在这场来势汹汹的浪潮下,无论是互联网金融企业还是传统金融业都已经迈开行动的步伐,迎接这场蓄势待发的互联网金融“竞赛”。

陈达伟认为,未来互联网金融的新战场将体现在无线移动端。不管是传统金融机构还是互联网金融机构,比拼的将是系统的支撑能力、风控能力以及对客户的服务能力。

不过,回顾这一年的金融创新,作为搅局者,互联网在金融行业发出挑战的同时,自身也面临着一些绕不开的难题。一方面,其以新生事物野蛮式生长,但是另一方面,也面临自身因监管缺失带来的风险。

就如过去的半年,在P2P行业快速发展的同时,也在倒闭潮中,让人看到无序带来的风险。中山大学岭南学院副院长陆军教授近日在接受记者采访时指出,互联网带来便捷的同时,如何解决风控的问题,是当前互联网金融必须解决的一个问题。而这些都需要监管部门加强管理。

据悉,互联网金融的快速崛起,已经引起了包括中国人民银行在内的有关金融主管部门的关注。央行副行长刘士余近日曾公开表示,“在诚实守信的前提下,一切有利于包容性增长的金融活动、金融服务都应该受到尊重与鼓励。发展互联网金融,应注意防范风险,两个底线不能突破。一是非法吸收公共存款,二是非法集资。”这也是主管部门领导首次对外表态。其表示,目前决策层认为互联网金融还缺乏时间的磨练,对其发展还处在观察期。在观察期内就意味着包容性,对各种参差不齐的互联网金融形态较为包容。

“产业篇：新能源”

新能源的契机与救赎

■ 李欣 曹磊 报道

随着国内合资自主的热潮渐渐衰退之后,新能源汽车的热点爆发,使得第二轮合资自主潮中各品牌纷纷将目光投向了代表未来汽车行业发展趋势的新能源上。

同时,作为新能源的光伏产业,迎来了回暖趋势。财政部12月25日公布清算2012年金太阳和光电建筑应用示范项目的通知,补贴由原补助55元/瓦降至5元/瓦。分析人士表示,自从欧美相继对华光伏征收临时反倾销税以来,光伏行业去产能同时,一方面开拓国内外新市场,光伏补贴的下降实际上反映出光伏行业已经有一定程度回升。

汽车:推新能源一箭双雕

在沉寂了一段时间之后,合资自主今年再度升温。3月以来,包括丰田、宝马、大众在内的多个知名品牌陆续发布了各自的合资自主计划。但据记者调查,与此前登场的合资自主品牌相比,新一轮合资自主潮偏重的发展领域和计划推出的产品特点均有所不同,其中新能源无疑是最大亮点。

今年2月底,华晨宝马开始为合资自主品牌“之诺”宣传预热,11月,华晨宝马合资自主品牌首款车型之诺1E正式发布,这是一款纯电动车;今年4月的上海车展上,广汽丰田和一汽丰田同时发布了酝酿已久的合资自主品牌,且均以电动车起步。一汽丰田合资自主品牌被命名为“朗世”,亮相的首款车型为EV纯电动概念车。广汽丰田合资自主品牌LOGO在上海车展现场发布,品牌的标识为“i”,首款车型是一款两厢纯电动概念车;此外,一汽-大众和上海大众的合资自主品牌开利、天越,也均将未来将推出的首款车型定为新能源车。上述各大品牌计划加上日前东风雷诺刚刚透露出来的风声,第二轮合资自主潮主推新能源的基调愈发明确。

据了解,虽然国家有关部门至今尚未出台相关的政策或法规明确要求合资企业推出自主品牌,但政府要求合资企业异地建厂必须推出自主品牌和新能源汽车的两个条件,已被业界解读为推动合资企业发展本土汽车品牌的“不成文规定”。用贾新光的话讲,“用合资自主品牌推新能源车型,一次性地解决了两个问题”。

对于一个新品牌来说,首款产品成功与否意义重大。接受记者采访的多位业内人士表示,从目前市场发展趋势来看,用电动车培育一个全新品牌的空间非常大。所以,包括华晨宝马、一汽-大众、上海大众、一汽丰田、广汽丰田、北京现代,以及东风雷诺等在内的各大车企,都提出了将以新能源汽车作为其合资自主品牌的切入点。

光伏:明年此时花可开?

一年来,光伏产业没少给国人的生活增加色彩。“双反”是你方唱罢我登台,国家出台的电站建设目标是芝麻开花节节高。可是到了年底,却很没色彩。国家统计局公布2012年在中国的能源消费中,天然气、水电、风电、核电四种能源方式加在一起,占全部能源消费的比重是14.5%,比2011年提高了1.5个百分点。同样作为新能源,只字未提光伏。

光伏的这种无所作为已经不是第一年了。2010年累计建成的光伏电站规模约是0.89GW,也许小到可以忽略之;2011年累计建成规模达到2.8GW,也许未能并网无从统计之;无论如何到2012年中期光伏安装大省青海号称已经建成、并网1GW,可仍然落得今日之不值国家一提的结果。

一定是因为光伏并网发电的数量太小,国家统计局是可以按照官方统计办法于小数点后多少位加以略去的。相对水电的249GW、风电100GW、核电10GW的建设规模,光伏3.8GW的规模实在不大。但是不管是因为并网未成,还是因为发电量太小,终究没在国家统计行列里,就是不拿豆包当干粮这个事实,让中国光伏人很没面子。

可是全社会投入光伏产业的钱一点都不少,按照2012年底应当已经建成的光伏电站接近10GW计,投入的资金绝不少于1200亿元;按照今年初国家能源工作会制定的年内10GW建设目标计,投入金额也不应少于1000亿元;按照不久前国家发放的2010年10月到2011年4月的可再生能源补贴款计,仅目前光伏发电一年的补贴也在近2亿元。

更重要的是光伏产业不大,在国家和地方政府的心中却不小。2012年以前,光伏在各地无比辉煌,光伏项目一定是当地最高领导的“一号工程”。在过去的2012年,国家的关爱则是超乎想象。为了光伏产业的发展,国务院召开过专门常务会议;国务院各部委仅光伏发展“十二五”规划就有三个,相关文件则在十几个;各省、自治区的规划、政策更是不计其数。2013年政策还会更加明确和细化,比如配额制、区域阶梯电价等。单就社会关爱而言,光伏产业真是集万千宠爱于一身。

如果要问还缺少什么,光伏人一定会问:建成电站了能否并网?并网了能否发电?发电了能否按时收回钱?这些都是非常关键的问题。因为中国的风电场建设规模是世界第一,但“弃风”、“限电”的数字也一定是世界第一,2011年是限电100亿度,2012年则是200亿度。希望这不要成为2013年光伏发电还不能够进入国家统计局序列的唯一原因。

“产业篇：房地产”

楼市快时代:开发商的效率生意经

■ 唐佩 报道

一个楼盘,从拿地到开盘需要多久?如果是在几年前,有人会说一两年;如果是在去年,有人会说需要一年;如果是在今年,大半年甚至不到半年,这样的楼盘已经比比皆是。显然,在一批追求快速开发理念的房企带动下,楼市也已经全面加速,并将对整个楼市产生深远影响。

开盘速度不断被刷新

2012年8月底,龙湖在杭州拿下奥体单元一宗宅地,也就是现在的龙湖春江彼岸。今年5月,龙湖春江彼岸首次开盘,从拿地到开盘只花了8个多月的时间,创下了杭州楼市的最快开盘速度,一时之间震动杭州楼市,一度被业界称为“龙湖速度”。

然而“龙湖速度”很快就被“中海速度”刷新。2012年12月4日,中海拿下杭州西溪一宗宅地,到了今年3月就确定了楼盘名——西溪华府。然而更令人意想不到的是,6月16日中海西溪华府迎来了开盘。从拿地到开盘前后不到6个半月,足足比龙湖春江彼岸的开盘速度快了两个月。

然而,由中海西溪华府创造的开盘速度,马上就要被一个新的楼盘超越。8月1日,景瑞拿下一宗临平地块,3个月后售楼

处以及样板房就对外开放,楼盘名确定为景瑞御华府,并且将于本周末首次开盘。也就是说,景瑞御华府从拿地到开盘只花了不到5个月的时间,再次刷新纪录。

景瑞御华府相关负责人对外表示,景瑞是在香港主板上市的一家公司,公司对投资者的承诺是“3.6.12”,拿地之后3个月开工,6个月销售,12个月进现金流。

拿地之前就做好规划

开盘速度一快再快,除了房企主观上追求资金快速流转之外,一些技术层面的准备工作,也为这种快速开发模式提供了可能。

按照正常的开发程序,开发商先参加土地拍卖会,成功拍下土地之后然后做项目规划和设计。完成这些工作之后,才进入施工阶段,达到一定的条件之后,方可向房管局申领预售证。如果按照这些程序按部就班实施,从拿地到开盘,周期往往要超过1年。

事实上,一些快速开盘的楼盘,大多数已经摒弃这一开发模式。很多房企在拿地之前,就已经对相中的土地进行项目规划和设计,通过此举可以省下数月时间。就如杭州万达广场,早在拿地之前就完成了规划和设计工作,因此拿地和施工几

乎是在同时进行。杭州万达广场今年3月拿地,10月开盘,明年底交付并开业,创造了杭州综合体的最快建设速度。

即便是对一些并没有把握拿下的土地,一些开发商也舍得下血本,进行前期的规划和设计工作。华家池土地争夺战之前,多家外来大鳄都对这一地块表现了极大兴趣。其中一家落败的房企,拿地之前已经对这一地块进行了充分的规划和设计,而且是数易其稿,规划设计费高达上百万元。尽管最终的结果令人沮丧,这家房企没有拿下土地,但一旦被它拿下,开发速度就会非常快,产生的时间效益会远超投入的相关成本。

而为了抢在最快的时间开盘,一些房企在施工阶段也往往会调整策略,比如样板房、示范区先行。很多楼盘的开盘时间一延再延,很多时候是因为售楼处、样板房、示范区工期拖延造成的,因而现在的楼盘普遍重视这些细节问题。在这方面,万科具有很多独到的经验,几乎每一次开盘,样板房、示范区全都实景呈现,甚至一些商业街等配套也往往赶在开盘之前建成,成为销售过程中的一个加分因素。

10个月开盘成新标准

事实上,由于房地产行业利润率普遍

下降,加快开发节奏已经成为提升利润率的一个重要手段。越来越多的杭州楼盘,从拿地到开盘的时间,控制在了一年以内,甚至有一种观点,10个月已经成为开盘周期新标准。

今年的杭州楼盘,从拿地到开盘时间不到10个月的,将多达10余个。除了龙湖春江彼岸、中海西溪华府、景瑞御华府之外,还有恒基旭辉府、绿地旭辉城、龙湖名景台、保利罗兰香谷、朗诗未来街区、世茂东壹号等楼盘。龙湖名景台2月25日拿地,11月3日开盘;保利罗兰香谷3月5日拿地,11月24日开盘;朗诗未来街区2012年10月9日拿地,今年7月28日开盘;世茂东壹号2月20日拿地,目前已经进入开盘倒计时。恒基旭辉府和绿地旭辉城,开盘周期都是7个月。

有意思的是,这些快速开发的楼盘,无一例外不是外来房企。不过外来房企的这种快速开发模式,也大大促进了本土房企的开发速度。就如滨江万家名城,2012年11月2日拿地,今年5月确定案名,拿地8个月之后即开工,而现在也已经进入认筹期,开盘已经近在眼前。虽然滨江万家名城从拿地到开盘,时间已经超过一年,但是相比前几年房企还是差了一年截,速度上相比外来开发的楼盘,已经提速了不少。