

# 淘宝平台叫卖 40 亿不良资产 曲高和寡报名人数少

■ 周恒 报道

在互联网+浪潮之下,一向“闷声发财”的资产管理公司开始高调触网,试图让坏账生意插上互联网的翅膀。现在,买家不但可以在淘宝上买衣服、鞋子,甚至还可以买不良资产。但企业都唯恐避之不及的坏账,消费者真的敢通过淘宝下单吗?资产管理公司触网的目的又是什么?为此,记者展开了调查。

**淘宝平台上也可以买到不良资产了!**

浙江利德尔激光科技有限公司 2084.5 万元的债权,评估价 1002.5 万元,起拍价 1245 万元,开拍时间 7 月 21 日。近日,中国信达的又一笔坏账,开始在淘宝平台上公开叫卖。

但有业内人士表示,不良资产自身具有特殊性,在电商平台上畅销难度很大,信达联手淘宝的象征意义大于现实意义,很大程度上只是在“赚吆喝”。

中国社科院金融所银行研究室主任曾刚对记者表示,资产管理公司若直接在淘宝上卖坏账前景不大,如果先把不良资产做结构化、标准化处理,制作成适合普通消费者投资的产品,再通过电商平台出售,可能会取得更大成功。

## 曲高和寡 报名人数少

不久前,中国信达和阿里达成协议,宣布信达旗下 40 亿不良资产将在淘宝资产处置平台上出售。中国信达在淘宝资产处置平台上卖坏账,被业内称为“中国债权网拍第一锤”,这让万亿级规模的坏账生意有了新的处理渠道。

早在今年 3 月份,信达已在淘宝资产处置平台上小试牛刀。3 月 4 日,中国信达浙江分公司在淘宝上成交两笔坏账,分别为浙江中一特钢有限公司债权和宁波中汇洁艺工贸有限公司债权,前者起始价 2000 万元,成交价 2005 万元,后者起始价 440 万元,成交价 441 万元,两笔债权均有两人报名,且均有两次出价。

截至 7 月 15 日,中国信达共在淘宝上发布了 22 个竞价公告,除去将于 7 月 21 日开拍的那次,其他 21 个已结束的竞价公告中,成交 19 次,两次因无人报名而流拍。

记者注意到,19 次成交记录中,成交额最大的一笔为 2300 万元,成交时间为 6 月 30 日,标的为义乌市博发百货贸易有限公司债权资产。竞买公告显示,截至 2015 年 4 月 31 日,该标的债权总额为人民币 3001.57 万元,借款抵押物为位于义乌市市区总建筑面积 3257.55 ㎡ 的房产。本次竞拍的评估价、起始

## 调查称中国在线教育规模增速居全球第二

■ 程铭劼 郑艺佳 报道

随着互联网的飞速发展以及潜力巨大的教育群体数量,中国的在线教育正以惊人的速度扩张。根据腾讯旗下企鹅智酷近日发布的在线教育报告显示,今年的全球在线教育市场规模预计 1665 亿美元,而 2017 年这一数字预计为 2555 亿美元,而中国的在线教育目前正以 52% 的增长率位居世界第二。

报告预测,2017 年中国在线教育用户数量将突破 1.2 亿,而这一数字在 2013 年为 6720 万人。据调查,超半数在线教育学习者仍然偏好直播课程,而内容的好坏仍然是驱动其付费的第一要素。然而由于在线教育特殊性,绝大部分用户习惯于低风险的付费方式,免费试听后分期付款成为普遍接受的方式。

数据指出,2014 年共 167 家在线教育企业获得融资,其中 K12 领域占整体投资的 31.7%,1.8 亿的 K12 学生数量蕴藏的庞大市场使其成为了最热门的投资领域。越来越多的企业和资本的进入令国内的在线教育日益受到瞩目,但同时也有人表示目前过热的在线教育发展藏有泡沫隐忧。



价和成交价均为 2300 万元,且只有 1 人报名人数。

处理不良资产时能增加淘宝这个渠道,对信达来说无疑是一件好事。中国证券法学研究会常务理事、浙江大学光华法学院教授李有星告诉记者,处置不良资产说到底是有谁愿意投标,对信达来说,潜在的购买者当然是越多越好,在中国最影响力的电商平台上出售坏账,会有更多的购买者知道这个消息,也可能会卖一个更好的价格。“淘宝这个平台大,好办事,同时也能让不良资产处理更加公开化、透明化、市场化。”李有星说。

在淘宝上买坏账,门槛其实并不高。竞买须知显示,凡具备完全民事行为能力的公民、法人和其他组织均可参加竞买。不过,参加竞买前,需上交一定比例的保证金。而且,国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、资产公司工作人员、国有企业债务人管理层以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构人员等关联人或者上述关联人参与的非金融机构法人,以及参与不良债权转让的资产公司工作人员、国企债务人或者受托资产评估机构负责人员等有近亲属关系的人员不得购买或变相购买该资产。

## 处置坏账主要渠道不会变

淘宝上卖坏账,并不是信达触网的全部。5 月底,阿里和中国信达签署了全面战略合作框架协议,中国信达以 O2O 方式集中推介了逾 400 亿元规模的不良资产。

中国信达副总裁庄恩岳表示,中国信达高度重视互联网金融和不良资产业务的融合。未来网上交易的资产将不限于不良债权资产,中国信达将与阿里集团合作,依托旗下多金融平台的海量金融资产,开发以金融资产交易为核心的互联网金融产品。

在互联网时代,主动触网的资产管理公司远不止中国信达。5 月,东方资产就曾和阿

里系的蚂蚁金服联姻,东方资产旗下产品将在蚂蚁金服旗下平台进行销售。

彼时,东方资产资金运营及金融市场部高级经理王自强表示,从 2014 年起,东方资产已在蚂蚁金服旗下第三方理财产品平台招财宝上线了超过 20 亿元的理财产品,但产品的基础资产并不是东方资产擅长处理的不良资产,而是其直接投资管理的项目,“如果这个项目‘坏’掉了,则由东方资产提供处置服务。”他还提到,不排除下一步也会把某些不良资产拿到招财宝销售。此举如果能够成行,或将是个人投资者首次间接投资于不良资产的处置环节。

在曾刚看来,传统资产管理公司触网,是处理不良资产的一种创新。“现在,银行、券商、保险等各种金融机构都在尝试互联网,资产管理公司触网很正常,现在是互联网时代,他们在探索未来的业务模式怎么重构。”不过,也有业内人士表示,信达联手淘宝象征意义大于现实意义,“现在各行各业都试图和互联网扯上关系,信达在淘宝上出售不良资产只是拓宽了一个渠道,目前在网出售的不良资产体量很小,能不能发展起来很难说。”

金融专家戴星也认为,信达在淘宝上出售不良资产,作秀的成分更大一些。“其实信达也不指望在淘宝上卖出多少不良资产,大的不良资产包,一般都是直接卖给大机构,大机构看不上的小资产包,信达才会拿到淘宝上去卖。”

一名四大 AMC 的内部人士告诉记者,信达通过淘宝出售不良资产,某种程度上可以拓宽渠道,但是这肯定不会成为他们处理不良资产的主要渠道,只是多了一个工具而已,“不用太高看这件事情,资产管理公司处理不良资产的主要渠道不会改变。”

## 不良资产证券化是大趋势

虽然中国信达联姻淘宝赚足了眼球,但

有业内人士指出,信达在淘宝上卖坏账,主要还是“赚吆喝”。记者注意到,信达在淘宝资产处置平台上成交的 19 次坏账交易中,虽然每次围观人数都上千,但报名竞价的人数都在 3 人以下。

曾刚对记者表示,资产管理公司通过电商平台出售不良资产的量不会太大,因为互联网途径要求信息获取公开透明,而不良资产的信息却有很大的不透明性,“不良资产买卖需要专业的团队去对资产进行实地调研,进行资产评估,如果没有这些,上千万的不良资产也没人敢买啊。”

不过,在信达人士看来,不良资产触网,未来发展还是“有想象空间的”。中国信达副总裁吴松云曾表示,未来他们还会进一步尝试,在方式和渠道上还会做一些创新。曾刚表示,如果只是直接在电商平台上出售不良资产,未来发展空间不大,不良资产也很难卖出去。想要有长远的发展,要对不良资产进行结构化、标准化的处理,让不良资产变成普通大众能够接受的证券化产品。“余额宝为何能够成功?是因为它是一个标准化产品,任何人都可以购买。如果资产管理公司把不良资产做成标准化产品,并且能够保证本金,有一定收益,然后再通过电商平台卖给投资者,这样很有希望成功。”曾刚说。

在戴星看来,信达和淘宝合作,下一步可能有把不良资产产品直接出售给老百姓的打算。“资管公司主要把不良资产打包卖给机构,机构把不良资产证券化后再卖给老百姓,信达未来可能会绕过机构,直接把不良资产证券化,降低不良资产的投资门槛,然后把产品卖给老百姓。”

所谓不良资产证券化,是指资产所有者将一部分流动性较差的资产经过一定的组合,使这组资产具有比较稳定的现金流,再经过提高信用,转换为在金融市场上流动的证券。

2005 年至 2008 年,建设银行、中国信达资产管理公司和中国东方资产管理公司共发行四单不良资产支持证券,发行规模 100 多亿元,且效果良好。

前不久,央行副行长潘功胜表示,我国将积极探索开展不良资产证券化。中国银行国际金融研究所副所长宗良表示,随着资产证券化的发展推进,基础资产由优质资产向一般资产和不良资产延伸是大趋势。

不过,有业内人士提出,不良资产的资产构成、成本、产品设计等都与一般资产不太一样,相关配套制度问题都需要解决。同时,由于不良资产较普通信贷资产的违约风险更大,所以不良贷款的证券化对信息披露和科学评估定价的要求更高。

东方资产成都办事处人士告诉记者,东方资产很早就做过不良资产证券化处理,但是做得并不多,“整体上来讲,不良资产证券化仍处于摸索期。”

## 银行大额信用卡 套现涉足炒股 信用卡坏账频发

■ 毛宇舟 报道

记者注意到,在各类社交平台,“代办大额信用卡”、“代办信用卡套现”的广告层出不穷。

某股份制商业银行人士对记者表示,去年,该行的大额信用卡坏账率接近 3%,因此今年大额信用卡的审批更为严格,除了完税证明等必备条件以外,对于固定资产的要求也被添加进来。

中国支付清算协会发布的《中国支付清算行业运行报告(2015)》显示,2014 年我国信用卡坏账风险大幅上升,多因素加大了商业银行评估持卡人资产负债水平、偿还能力难度,实现信用卡风险防控目标难度加大。

## 大额信用卡涉足炒股

卡友会对于普通的持卡人来说,只是一个普通的名词,但是对于以办卡养卡为生的人来说,这个名词则代表了一个隐匿的群体,在这个名词背后,是一个又一个传授信用卡套现、信用卡提额攻略的论坛部落。

记者调查发现,这些群体不断的向成员宣讲最新的银行信用卡“口子”,包括如何漂白信用,如何将临时额度转固定额度,不过无论哪种形式,最终的目的只有一个,从银行信用卡融到更多的资金。

一位自称卡友会讲师的人士对记者表示,正规办理大额信用卡的流程需要单位开具收入及在职证明,需盖章或财务、劳资章,完税证明,名下需要有房产等相关证明,要求很高。不过,经过该组织的运作,银行可以放宽一些要求,只需要身份证复印件,相关的流水信息。

该人士还表示,其代办的业务较多,授信额度在 5 万元以下的金卡、5 万元以上的大额信用卡均可办理。

而另一名成员也来说记者,称其已经办理了一张大额信用卡,每天的利息为万分之五,透支 10 万元,一个月的利息仅 1500 元,他今年一季度利用这笔钱成功入市,扣除利息,还有将近 1 万元的收益。

某商业银行信用卡部人士告诉记者,由于信用卡存在 50 天左右免息期,这也就意味着,通过信用卡套现,持卡人可以实现从银行“零利率”融资。今年以来,确实已经出现了利用信用卡套现资金入市,并且由于股票震荡引发的逾期现象。

## 信用卡坏账频发

《中国支付清算行业运行报告(2015)》数据显示,2014 年信用卡的坏账风险有所上升,信用卡逾期半年未偿信贷总额为 357.64 亿元,较 2013 年年末增加 105.72 亿元,增长 41.97%,信用卡逾期半年未偿信贷总额占期末应偿信贷总额的 1.53%,较 2013 年年末上升 0.16 个百分点。

报告指出,受国内宏观经济持续下行影响,融资紧张局面未得到缓解,部分中小企业融资渠道狭窄,通过信用卡进行套现从事生产经营活动成为其便利选择,各类 P2P、小贷、消费金融租赁等非金融机构呈现多元化发展,利用信用卡进行套现实现资金腾挪屡见不鲜。

银率网分析师认为,调查数据所显示出的信用卡逾期还款及套现的占比均超过 20%,从一定程度上反映出银行信用卡的逾期率坏账率偏高。对于消费者来说,信用卡的使用是建立个人信用记录的过程,随着征信系统的完善,个人征信的作用越来越大,消费者不得不严肃对待信用卡的使用,主动违约行为将逐渐减少。

而根据银率网调查数据,87.88% 的消费者了解信用卡违约的后果,但在实际中,只有 74.5% 的消费者从未发生过信用卡逾期,25.5% 的消费者曾有逾期还款记录。其中,“忘记还款”、“还款渠道导致未能及时到账”以及“没钱还”是导致信用卡逾期的 3 个主要原因。

也正是由于坏账频发,今年银行信用卡审批趋于严格。上述商业银行信用卡部人士表示,以往,银行对于发卡量在数量上的增长有非常严格的考评,如果不达标,奖金就会受到影响,但是今年,出现坏账的信用卡审批环节追责才是考核重点。

记者了解到,在银行信用卡部门对申请的审批中,集中表现在固定收入、工作情况、法定年龄、银行流水、固定电话、住房证明、工作时间、申请记录、银行理财、信贷记录 10 个方面。

某股份制银行一位客户经理告诉记者,此前大额信用卡的授信也就是 30 万元左右,基本上国企的中高级职都可以审批通过,只需要单位开证明加上正常的流水,但是今年,这个条件已经不够了,还需要有房产等证明辅助才可以办理。

与此同时,为了加强对客户的信用管理,许多银行开始拥抱互联网。上海银行与上海联通联合打造的创新性产品“上海银行联通联名信用卡”就将客户通信数据纳入信用卡征信模型。

## 打车软件“补贴”催生需求泡沫

■ 种卿 报道

近日,神州专车、滴滴快的接连宣布获得融资支持,尽管两者均表示资金会用于提升服务等方面,但也有业内人士表示,高额融资的获得会让打车软件延续“补贴”大战。对此,有专家表示,现下消费者对网络预约出租车服务的需求并不稳定,部分消费都是在高额补贴中激发出来的;同时一旦出租车方案落地,此前持观望态度的大型企业就会涌入市场,趋于理性的需求叠加更为激烈的竞争,会让企业经营风险陡增。

## 融资烧钱?“被催生”的需求泡沫

7 月 8 日,滴滴快的宣布完成新一轮 20 亿美元融资,此轮融资后其现金储备达到 35 亿美元。同时,这也是今年 2 月 14 日滴滴与快的宣布合并的首次融资。

无独有偶,就在一周前,神州专车的运营公司优车科技也宣布获得神州租车等 2.5 亿美元融资。

有业内人士指出,打车软件获得高额融资说明市场竞争依旧激烈,通过“补贴”抢占市场份额的态势,也在新业务的竞争中延续。根据交通部年初的表态,明确界定“专车”是租赁车辆的政策红线。这让拥有大量租赁车辆资源的神州租车看到了入场良机。

不仅如此,今年 6 月神州租车推出一组炮轰“黑专车”的公益海报中,一改低调作风,直指竞争对手 Uber 的安全软肋。尽管该广告引发了诸多争议和消费者的不满,但一剂“补贴”强心针,似乎又把神州租车从悬崖边缘拉了回来。

“从表面上看,国内对在线约租车服务的需求很大,但事实上,在多数地区消费者的约租车需求,都是打车软件通过烧钱激发出来的,市场对专车等出行用车的需求并不稳定。”



交通专家徐康明向中新网财经记者分析称。

在北京从事报刊出版工作的小王告诉记者,如果没有补贴可能也不会刻意打专车,毕竟原价不便宜,偶尔碰上堵车还没有地铁快。

谈及近期有企业鼓励私人购买车辆从事网络预约用车服务的行为,徐康明直言:“风险很大。”他指出,首先,约租车管理方案还未正式落地,这些车辆在未来是否合法、合规是个未知数,很可能无法获得经营权;其次,约租车服务的需求与供应两端都存在不稳定因素,很多大型企业采取观望态度,如果在政策落地后大量涌入市场,现有企业经营风险将明显增大。

## 约租车方案即将出台 多种约租车形式均衡发展是方向

随着市场规模的逐步扩大,在线约租车行业参与者日趋多元化。以现下约租车行业的“重量级”选手滴滴打车为例,最初的竞争对手是同样以互联网科技起家的快的打车,合体后,本可以独霸一方的滴滴快的,却遭到来自更具政策优势的神州租车的冲击;同时,包括国际巨头 Uber、嘀嗒拼车在内的拼车软件也趁机抢占城市用车市场,力图在混战中

赢得一席之地。

不仅如此,在线约租车的服务范畴也在逐步扩大,从最初预约传统巡游出租车;到预约服务和环境更优的高品质专车服务;再到具备合乘理念的顺风车、拼车,差异化需求加速市场细分,企业“烧钱”战场也随之转移。

“出租车竞争已经告一段落了,现在市场热点已经是专车和快车等新方向。”易观国际分析师王瑾认为。

而即将出台的全国性约租车管理方案,是这些新型约租车业态能否存在和持续存活的关键。

在徐康明看来,传统巡游出租车和网络预约出租车共存格局已经确定。从供给端来看,近几年国内城市交通拥堵范围扩大、拥堵时间越来越长,导致出租车周转效率在逐步下降,这就需要去放宽数量管控,增加出租车供给。

“放宽数量管控可以有三种途径,一是只增加巡游出租车;二是同时增加巡游出租车和网络预约出租车;三是只增加网络预约出租车。”徐康明解释道,无论采用哪种手段,改革的目的是要实现一种均衡发展。另外,国内城市的公共交通、道路建设和出租车发展状况都存在较大差异,因此也不可一概而论。