

2 中国互联网金融大会特别报道

互联网金融开创新型金融体系

——2015 中国互联网金融大会演讲摘录

中国商业联合会副会长云海集团汇桔网总裁谢旭辉：

知识产权金融助力企业升级发展。

资产金融不算一个很新的概念，比起互联网金融这个概念稍微新一点，是互联网金融垂直细分的一个行业。资产金融其实就跟 10 多年前国家提出的科技金融是一脉相承的。但是大家都知道，科技金融一直没有做好。到了今天，上周习主席访英之前接受 BBC 采访的时候讲到过，要注重知识产权保护，促进创新发展，刚才也是黄震所长提到双创周，克强总理在双创周上提到大力发展知识产权质押融资，来解决创新型中小企业融资难的问题。用一句话解释一下什么是资产金融，资产金融其实就是将企业的知识产权通过质押融资的方式，或者通过股权出资的方式来完成企业发展所需要的融资整个体系金融活动。在当前就中国资产金融发展形式全部由银行主导。在座的各位企业家经常会遇到的问题，用土地与房产向银行申请贷款，你可能会拿到，但是如果用你的技术，用你的专利，用你的商标去申请质押融资申请贷款就比较难。为什么会出现这样的情况，这就是中国目前商业银行体系所导致的。在这样的情况下，在互联网大时代背景下，传统的知识产权金融模式解决不了企业的融资难问题，尤其是创新型、科技型、产业升级型企业融资难的问题。在互联网+的时代背景下，资产金融与互联网金融相结合就诞生了互联网知识产权金融，是互联网金融的一个垂直细分领域，也是知识产权金融与互联网金融的结合。传统银行质押的融资模式是通过评估与担保的方式来实现。我们叫做 I2P 模式，“I”是知识产权的简称，P2P 是互联网中债权人众筹网络借贷的简称，相结合，就是 I2P 模式。知识产权与金融相结合，解决知识产权价值问题，我相信在座的企业家你们的企业或多或少都有专利、商标、技术、版权、域名，知识产权与互联网结合解决效益问题。

I2P 主要解决创新型、科技型、转型升级型企业融资难的问题，以小额分散，普惠金融的方式，扶持了众多创业与创新型企业的发展。同时又为企业的发展提供了转型所必须的核心的知识产权，也就是专利与技术，包括其他相关知识产权。通过了在整个知识产权创造、保护、运用知识产权的方式与方法，我们也将所有创造、保护、运用知识产权的企业家称为“知商”，我们通过 I2P 提供的知识产权融资服务，通过知识产权交易、商标、专利、版权的平台，来实现帮助企业产业升级与发展。知商是新常态下中国新经济的缔造者，也是双创背景下，中国经济增长的内生，整个外需与投资都非常平稳。

任何时代我们都要鼓励公平竞争，前提是必须要有核心竞争力，仅仅是因为生产了一些同质化的产品，在网上，在电商平台去卖，就拥有核心竞争力吗？因为我的店铺是钻石级皇冠级的，我的流量大，我就有核心竞争力，这是错的，你只是在做重复的事情，你的价值没有体现。要想让你的产品卖的贵，应该加入到知商，应该成为拥有知识产权的企业的企业家。

中国保护消费者基金会副会长，高瑞（北京）投资管理有限公司董事长黄卫东先生

供应链金融有 15 万亿规模，如果按我这个方法测算，包括重组应该供应链金融规模更大。供应链金融实际上从 80 年代末，随着 ERP 等等的出现，及其银行的金融机构寻求较低贷款风险应运而生的产物。传统的供应链金融，百度百科上的定义：传统供应链金融还是以银行为核心，围绕供应链以核心企业为枢纽，对供应链上下游的中小型企业进行贷款，并对供应链资金流、物流进行管理，降低风险的间接融资。有四个特点，一是以银行为主，二是间接融资，就是贷款。三是强调抵押或者担保。这个抵押担保和传统银行贷款不一样，传统银行贷款强调物业抵押，物流资产抵押，这个强调动产，它的风险控制是对供应链的管理，尤其是资金流、物流控制来降低风险。在互联网社会谈互联网供应链金融，利用互联网技术对供应链进行资金融通，我分为狭义和广义，狭义的互联网供应链金融，是以银行或者 P2P 企业，包括小额贷款融资，对供应链的核心企业为枢纽，对供应链上下游进行间接融资。广义的就是核心的，这是我公司下一步重点做的供应链金融。广义的供应链金融业就是利用互联网技术对互联供应链的建立、重组、提升提供全方位金融服务，并利用大数据、云计算技术对供应链资金流、物流进行管理，降低金融风险，并获得更高回报。

广义的供应链，包括 P2P，包括众筹，甚至 PEVC，还有资本运作。整个结合和供应链建立、重组提升，提高全方位支持，这是



● 中国商业联合会副会长、联瑞集团汇桔网总裁谢旭辉发表演讲



● 中国保护消费者基金会副会长、高瑞(北京)投资管理有限公司董事长黄卫东



● 佰川集团创始合伙人李念勤发表演讲



● 阿大科技(北京)有限公司董事长陈海大发表演讲

我提出的一个概念，供大家参考，也引起大家思考。这个重组是核心的核心。互联网供应链金融风险控制和传统的供应链金融供应链控制有差别，也有所侧重。传统的供应链金融更强调抵押和担保。如果遇到风险推出去，结算的时候用真实货币，用互联网供应链金融风险控制，一是大数据云计算。这也是为什么阿里巴巴的蚂蚁金服做得那么好。二是综合性金融服务。当贷款还不了的时候，我们可以帮他做重组，也可以做债转股，可以打包起来上市，这些比简单的发放贷款强调抵押、质押风险要更低。虚拟货币，也可以叫数字货币，围绕好的供应链，一定要有好的电子商务为基础，互联网供应链金融与电子商务的关系。为互联网供应链金融提供基础，一定是平台性的电子商务。我垂直性的也可以做，而且这种平台性的电子商务一定是 B2B2C，有两种解释，第一种解释：第一个 B 通常是原材料供应商研发机构。第二 B 是厂家。C 是消费者。这是一种解释。第二种解释：第一个 B 是制造商。第二个 B 是代理商。包括我现在投资的一个电商，可以说无账就相当于第二个 B。C 就是消费者。有了好的电子商务平台，实际上为互联网供应链金融打下坚实的基础。主要表现在：一、大数据、云计算。二、在电子商务平台可以做 B 循环。在 B 循环以外，需要的时候经过申请，可以用实际货币结算，可以最好的防范风险。还有，广泛的提供业务基础。为什么现在很多 P2P 热衷于去做广告代言，一是不了解企业情况，没有大企业的数据库。这种情况下需要申请高额的利息来降低风险。举几个例子。当时在支付宝、快钱、汇付天下是当时第三方支付的黑马，为什么支付宝能发展到现在，而且向金融集团转变，以支付宝为基础，最后形成蚂蚁金服，因为有阿里巴巴电商为基础。汇付天下和快钱为什么最后沦为出卖的境地？因为缺乏电商平台业务支持。

通过互联网供应链金融，对传统的交易市场改造，传统交易市场改造还是比较难的，如果单独改成电商平台的话，没有资金支持，可能在交易市场差异的厂家积极性不是特别强，引入了互联网供应链金融，对愿意改造或参与的传统交易市场，改造成电商平台这种工作，我们可以提供资金支持，这样可以起到催化剂的作用。

美国尼尔森控股金融总监王开宇先生：

尼尔森作为全球最大的市场金融公司，我们做得最多的事情是通过客户的视角帮助企业解决他们的商业问题。我用我最熟悉的视角谈今天的话题，客户视角下的互联网金融。互联网金融首先是金融，从金融三个本源问题谈起，第一个本源问题，金融行业的钱和利润从何而来，不管存、贷、汇、投，所有的钱从客户那里来。金融行

业的产品是什么，金融行业产品非常多种，从银行到保险，从证券到基金，再到 P2P，金融行业仍然是一个服务业，所有的金融产品都是金融解决方案，是解决客户所面临的问题，用金融手段解决他们的问题。第三个问题是金融行业竞争的本质是什么，所有竞争实际上都是对客户的竞争。谁能够获得更多的客户，获得更多高价客户谁就是市场的赢家。三个金融行业最本能问题都和客户这个话题分不开。

如果大家认可客户实际上对金融行业成长非常重要，并不仅仅是一句口号，以客户为中心，真正关系到金融企业的生存和发展。今天在座的每一个人都是这个行业的专家，当大家走出这个饭店的大门，每一个人都是一个普通的消费者，每人每天都在享受金融行业给我们的服务。也许您的家有五张银行卡，为什么把 90% 的钱放在其中一个银行，而不是平均分配。今天出去刷卡，你有三张信用卡，你可能只会刷一张。你今天去投资，有上千家选择，你可能只会选择一家。没有无缘无故的爱也没有无缘无故的恨，消费者每一个消费的背后都有原因，恰恰决定一个企业的成败如何。得民心者得天下，金融行业也不例外。

如果我们站在客户视角先看业绩的增长，每一个企业无一例外关心业绩增长，可以由很多视角，如果站在客户视角也许只有三条路增长路径，第一条路径是外延式的增长，让更多客户买、投、贷，如果今年有 1000 万客户，通过我们努力，明年发展到 2000 万，你的业绩会有大幅度增长。第二条路是内涵式增长，让客户买更多，因为客户信任你，你们把更多的资金给你，买更多的产品，也许他们在你那里投资，委托资金翻倍，同样你的业绩会有大幅度增长。第三条路是结构式增长，好客户更多。大家都知道 8020 效益，有很多高价格客户，如果 8020 法则可以通过一些很好的手段真正吸引高价客户，把他们的比例 20% 增加到 30%，你业绩也可以大幅度增长。都是和客户息息相关，如果这三条路其实和每一个金融企业业绩增长都息息相关，再来比较一下，互联网金融和传统金融行业各自的优势和短板在哪里，讲扬长避短。现在讲互联网金融的优势，用一个词叫做体验，当谈到互联网金融的时候我们也可以从三个案例谈起，互联网金融里最火的一个词是余额宝，今天上午已经有好几个专家谈到余额宝，我也想从余额宝切入谈我的观点。

当我们观察余额宝的时候发现一个很有意思的悖论，金融行业人都会认为，每一个客户都是逐利的，当一个客户做投资理财的时候想赚钱，希望获得盈利。因此如果一个产品可以让客户赚钱，必然有更多的客户购买，如果一个产品让客户赚钱少了，自然客户会抛弃它。曾经以来这个观点大

家一直都认为是对的，我们来看看余额宝的悖论是什么，余额宝从 2013 年 6 月左右开始建立，2013 年中看到收益大概 6.3 左右，当时客户数量是 250 万，经过一年的时间，到 2014 年 9 月份，收益率降低到 4.2，但是客户数量不但没有降低，反而大幅增加到 1.49 亿。又发展一年，到 2015 年今年 8 月 31 日，收益率已经降低到 3.19，这两天已经 3 以下，客户数量仍然没有降低，增长到 2.26 亿，这似乎和大家想到的这些东西完全相悖，为什么收益率不但降低，客户不但没有抛弃，而且有越来越多的客户趋之若鹜。

尼尔森在中国 20 个城市获得了对接近 2 万个消费者做了访谈，对余额宝的客户我们问几个很简单的问题，为什么选择余额宝，究竟哪里好让你没有离开它。我们看到的答案排在前四的有几个，一是流动性好，非常方便。47% 的人说非常方便网购，这是淘宝的优势，资金起点金额要求低，清楚的知道每天的收益，38% 的客户说这是很重要的因素。也许前三天并不太意外，第四天有点意外，清楚的知道收益对客户来讲真的那么重要吗。于是问了第二个问题，过去究竟多少天看一次余额宝的收益，有 83% 的余额宝的客户告诉我，他们平均每周都会看一次余额宝收益，这里面有 40% 的客户告诉我，他每天都会看一次余额宝的收益，这个答案也非常让我们意外。我们进一步问消费者，每天的收益能有多少钱，每天的收益能有多少变化，为什么每天都会看，有一个客户的答案让我印象非常深，他说我也知道，每天赚 20 几千钱，但是每当我看到今天的这顿午饭是用我余额宝投资赚出来的时候我就特别高兴。可能曾经从来没有金融能够真正融入消费者生活一部分，能够让一个消费者能够感受到日常的喜悦或者一种成就感，这是一种体验。如果说为什么他的收益率不断降低反而有更多客户选择，也许真的是客户很好的体验，真正打动了这些客户，而且没有让他们离开余额宝。余额宝仅仅是一个案例，看互联网金融的时候，其实客户体验是这个行业最重要的法宝。今天有非常多成功的互联网企业，过去这么多年里，有多少互联网企业倒下了，也许多实现任何盈利，这个行业是靠烧钱烧起来的，什么样的互联网企业会被资本放弃倒下，什么样的互联网企业能撑到今天，很重要的一点就是人气。

没有任何一个行业像互联网一样，就简单的点一下鼠标就可以抛弃一个互联网，所能依赖的就是抓住客户需求，只有这样的人气才能让持续的互联网企业获得亲睐，真正最终实现盈利。互联网金融是不是能够成功，一点最重要的是能不能把客户体验发挥出来优势。

传统金融的优势，什么是信任的问题，我们仍然有很多客户并没有采用余额宝，

同时又很多人是他的客户，但是把很少一部分资金委托给他，为什么不会选择余额宝，为什么不会选择这款产品。有一个原因遥遥领先：担心我的资金有风险，担心我的钱稀里糊涂没了，有 45% 的客户告诉我，这是他们不选择的原因。这是一个安全的问题，曾经有一次我和在 P2P 行业的人聊天，我们的投资达到 12%，为什么会选择 8% 收益率的，而不选择我们。将心比心就可以很好理解，我们都是了不起，当你去选择一个产品的时候，你去买一部手机，或者你搬家买一套厨柜，会不会选择一个没有听说过的品牌，答案是一样的。客观的信任，对风险的控制和安全包装是传统金融最为看重的，哪怕愿意牺牲客户体验也不愿意冒风险。对于互联网企业来讲，随着快速发展互联网行业没有真正投入足够的精力和资源把风险问题真正掌握在合理的范围之内。而对客户资金的这种责任是赢得客户长期任最重要的一点。

对于信任来讲还有主观的一面，当一个消费者去选择一个不熟悉品类的时候，风险是一个非常专业的问题，在座的包括我自己有几个人真正能判断一个金融产品的风险，当你没有办法，没有专业能力判断的时候，你所能依赖的就只有品牌了。而今天，互联网金融行业和传统金融行业来比，对于绝大部分的金融企业来讲，品牌的知名度恐怕还没有，更不要说品牌的信赖和品牌的理解，这方面实际上也是很重要的，一个小的金融创新的机构，哪怕风险部门做得再好，如果品牌知名度没有，恐怕也没有办法获得客户的信任。所以我们认为打造客户信任是互联网金融企业最重要的一点，而从长期和短期来看，品牌和实实在在对风险的投入都是必须的。

我们刚才谈到体验和信任，不管是传统的金融行业还是互联网创新的金融行业，其实都不例外，未来谁能够把这两点，我们的体验和信任真正能够做好，谁就能够赢得市场未来。作为这两各行业，我们也相信未必是一个你死我活的竞争关系，有可能是共生共赢的关系，作为这个行业的一分子，我们相信，未来金融行业会更好。

佰川集团创始合伙人李念勤：

首先来定义一下什么是互联网金融。互联网金融是以互联网为资源，大数据以及云计算为基础的一个方式，颠覆了传统金融的思维。提升了风险管控的水平。各位有没有自己问自己，互联网金融的发展基础是什么？就在于互联网的普及率。我国目前互联网的普及率到 2014 年大概是 47.9%，也就是在 50% 以下，但是我国的移动互联网支付却是全球之冠，美国的数据在 2014 年是 87%，所以我们可以有非常大的想象空间，当我国的互联网普及率超过 70%、80%，甚至达到 90% 的时候，我们可以断言在这个时间点，互联网的革命还没有建立，没有表现到极致。

互联网金融的格局整体来看大致分为三个区块，资金供给、资金需求、互联网金融平台。资金需求层面，企业的融资或者个人的融资以往只是通过传统金融领域的方式向基础、保险、证券、银行进行资金的融资，但自从有了互联网金融这个平台以后，可以以直接对接或者产品对接的方式取得他所需要的资金。反之，在资金的供给方也可以将闲置的资金以直接对接或者产品对接的方式对接给产品需求方。整体从上放来看，互联网金融的主体不止导入了用户或者流量，其实也通过大数据或者云计算处理，把处理后的数据进行反馈，再通过信用体系输出到传统金融。简单来说互联网金融平台假设做了小的贷款或者投资，如果贷款是违约的，信用是有瑕疵的，的确会影响到你在传统金融领域的征信结果。

在互联网金融格局的成立条件下，大概有三个过程我们已经走过来了。第一，不管公司的主体为何，把握了用户以及流量。经过大数据的反馈，取得了珍贵的数据。第二，不管是金融还是互联网金融，本质就是做资金的融通，所以只要通过互联网达到资金的融通，都可以算互联网金融的范畴。第三，互联网金融的平台其实都是吸收资金的方式，只不过是透过不同业务形态，针对不同的用户导致了不同的结果。比如债权类、股权类等等。

最后，业内专业人士把互联网金融细分为七大领域。我们可以看到，成长率比较小的网上银行它的成长率 39%，也就是我们定义的大风、台风、飓风的层面。根据互联网的产业发展，以往在大风和飓风之间将具有至少 50% 的细分行业都获得了高估值，隐含了大量人才大量资本进入这些细分行业。所以，本集团还有专业人士一起断言预告互联网的产业革命会由互联网金融将它推向高峰，达到极致。

[下转 P3] ▶▶▶