

十七部委掀互金监管风暴:重点整治跨界业务

李维

10月13日下午,国务院办公厅公布了印发关于《互联网金融风险专项整治工作实施方案》(下称《整治方案》)的通知。与此同时,包括一行三会在内的多达17个监管部门,也分别针对其在互联网金融的管辖领域联合发布整治方案。

记者注意到,此次涉及的互金活动主要涵盖P2P网络借贷、股权众筹、互联网保险、第三方支付、通过互联网开展资产管理及跨界从事金融业务、互联网金融领域广告等六大领域。

在业内人士看来,此次专项整治将进一步覆盖互联网金融领域的监管空白,也将在一定程度上对其金融风险形成防范作用。根据方案安排,此次整治将在2017年3月份前完成。

针对此次专项整治的目标,互联网金融风险专项整治工作领导小组相关负责人(下称整治负责人)10月13日表示,此轮专项整治的短期目标是,优化市场竞争环境,扭转部分业态偏离正确创新方向的局面,但长期目标仍是促进互联网金融规范有序健康发展。

多条线分工细化

监管层此次强化对互联网金融的专项整治,其原因与当前该行业存在的“劣币驱逐良币”等乱象不无关联。

“当前互联网金融某些业态偏离正确的创新方向,并产生了‘劣币驱逐良币’的效应,使真正有价值的互联网金融创新受到挤压。”前述整治负责人强调,“一些机构采用不正当竞争手段,扰乱了正常的经济金融秩序;一些机构挪用或占用客户资金,甚至制造庞氏骗局,造成众多群众经济损失。”

以网贷行业为例,据业内人士介绍,包括此前被认定涉嫌非法集资的e租宝在内的部



分问题平台往往存在以高收益来吸引投资人的情况。

“其实行业内问题的不止是e租宝,许多存在错配问题的平台都依赖于更高的收益率来吸引投资人竞争。”10月13日,西部一家网贷平台负责人坦言,“按风险定价的原则,利率越高风险也越高,但许多平台就是用这种方法来竞争的,甚至倒贴补贴给投资人,这都是‘劣币驱逐良币’的表现。”

值得一提的是,此次专项整治方案并非为单一方案涵盖多个内容,而是针对不同专项领域,分别由不同的部委发布专门整治方案。例如非银行支付机构、资产管理及跨界从事金融业务的《专项整治工作实施方案》由人民银行网站发布,而网络借贷、股权众筹则分别由银监会、证监会网站公开。

“每一个领域都有一个牵头部门,在哪个部委网站发布的,相当于这个领域的互金监管由其牵头。”一位接近互联网金融协会的网贷平台负责人透露。

分领域制定针对性的《整治方案》,被业内人士视为互金监管的进一步细化。

“《整治方案》在非银支付分领域、跨界资管分领域、网络借贷分领域、股权众筹分领域、互联网保险分领域、互联网金融广告分领域等领域分别提出对应整治方案,意味着监管进一步细化”,近日,91金融董事长许泽玮向记者表示。

“此次方案也将结束此前的交叉监管、多头监管,甚至是有些领域无人监管的问题。此举将进一步缩减监管盲点,同时由于各项整治方案具有较强的针对性,因此将起到实质性监管作用。”许泽玮说。

弥补监管空白

值得注意的是,此次互金整治早在4月份就已启动。此次《整治方案》的发布,或意味着此次整治行动已经过实际监管的验证。

“专项整治早在今年4月就已开始,具体

体育产业,下一个风口?

秦志华

随着北京奥运会的成功举办,近年来,我国掀起了发展体育产业的热潮,全民体育的兴起极大地带动了体育产业的发展,众多社会资本一时涌入其中。阿里巴巴、腾讯等网络巨头也纷纷进行体育产业的布局。体育产业会成为下一个风口吗?未来时期我国体育产业的发展方向又将何去何从?但是毫无疑问的是,目前体育产业已经成为我国新兴产业中非常具有活力的一个产业,体育产业在领域范围方面也出现了极大的扩展,其产业价值规模迅速增长。

二、新时期体育产业发展动向

进入新时期以来,体育产业的发展也出现了一些新的动向,例如体育产业结构优化和整合、体育营销的快速发展、体育产业链的完善等等,都是当前体育产业发展的新动向。特别是在网络时代的今天,体育产业同互联网产业的结合更加紧密,当前很多互联网巨头如阿里巴巴、腾讯、百度等等也纷纷涉足了体育产业,这都显示出了体育产业巨大的发展潜力。事实上,从这一情况也可以看出,在当前的体育产业发展中,同互联网的结合将是体育产业发展的一个重要趋势。体育产业的发展,离不开商业环境的支撑,而体育产业同互联网产业的结合,能够最大程度地扩大其商业环境,提升市场规模。

另一方面,在新时期体育产业的发展中,注重体育产业结构的优化也是一个非常重要的趋势,体育产业目前对于我国而言还是一个新兴产业,无论是产业结构还是相关的产业链条都存在不完善的问题。虽然近年来我国体育产业发展较为迅速,但是要实现体育产业结构的优化和产业链条的完善仍是一个长期性的过程。这样一来,相关企业以及将要进入体育产业的企业,都需要在产业布局 and 战略定位方面进行相应的调整,根据当前体育产业的发展动向,以及新时期体育产业的发展趋势,进行相应的产业结构布局优化,这对于相关企业在体育产业中的立足和发展都有着十分重要的作用。整体而言,在新时期,对于体育产业的战略定位应当具备一定的超前性,这种对于体育产业结构的补充,从而才能够在体育产业发展中获得更大的收益。

三、体育产业发展路径

1.合理进行体育产业布局

首先,在体育产业发展中,应当注重体育产业的合理布局,这种产业布局的首要任务便是从完善产业布局环节以及实现产业结构升级的角度来制定相应的发展战略。由于我国体育产业的发展目前还处于起步阶段,产业布局存在着一定的空白,对于企业而言,进入体育产业的战略定位,如果能够较好地弥补当前我国体育产业的空白,那么就能够能够在体育产业发展中获得巨大的发展机遇。事实上,对于相关企业而言,进入一个全新的市场领域,尤其是要弥补产业布局的空白,本身有着很大的风险,甚至在一些领域方面,如何

实现盈利也是非常值得探索的。但是也应该看到,在我国当前体育产业快速发展中,很多领域都已经出现了饱和,过多的在这些领域的投入,其市场竞争压力是非常大的。因而合理进行体育产业布局,应当具有较好的战略眼光,从长远角度来进行企业的发展定位,避免激烈的市场竞争对于企业的长远发展而言是十分必要的。

体育产业布局本身还涉及到了政府部门的相关调控和引导,政府部门会从体育产业的长远发展角度,结合当前体育产业发展情况进行相应的产业布局引导。因而对于体育产业中的相关企业来说,要实现体育产业的长远稳定发展,也就应当积极配合政府部门的引导,了解政府在规划体育产业发展方面的一些新动向,提前进行产业布局,从而在体育产业当中获得先机。由此可见,体育产业布局应当具有一定的超前性和长远性目光,通过合理的产业布局,从长远发展角度来制定相应的发展战略。并且在这一过程中,应当对于相应的发展战略、竞争策略、产品策略、营销策略等等进行相应的调整。

2.充分利用体育的影响力

体育产业本身的重要魅力之一便在于巨大的影响力,尤其是一些体育运动项目的赛事,如足球、篮球等等,影响力巨大。充分利用体育的影响力来发展体育产业,也是当前体育产业发展的一个重要途径。事实上,在利用体育影响力方面,很多企业对于体育产业的定位也有着一定的差异,例如:一些企业旨在借助体育的影响力来提升自身的品牌知名度和品牌价值;另一些企业则是希望通过利用体育的影响力来扩大自身产品的销路,不同类型的企业在体育产业发展方面对于体育影响力的诉求也是不一样的。但是整体而言,体育影响力是体育产业发展的基础,也是企业进入体育产业领域的前提,只有充分利用和发挥体育影响力,相关企业才能够从中获得收益。从我国很多体育产业企业的发展历程中也可以看出,借助于体育赛事的影响力获得企业发展的案例数不胜数,如李宁、安踏、匹克等等,同体育赛事都有着紧密的合作。

近年来,随着我国体育产业的发展,体育影响力的利用还呈现出了一些新的特点,借助于体育赛事来促进企业发展的案例已经不再仅限于体育企业,很多其他领域的企业也纷纷开始开展体育营销。事实上,在当前的体育产业发展中,体育影响力已经成为体育产业的商业价值基础,这种影响力虽然同体育有着紧密的关系,但是其价值的体现却并不

《实施方案》今天才发布,已历过半年的验证期”,许泽玮表示,“《实施方案》也是根据行业内现存的实际问题提出,具有较强的实施性和可行性。”

按方案的既定进度,有关部门对互金活动的摸底排查已于今年7月底完成,而在11月底前,各部门将针对发现的问题进行清理整顿。

截至2017年1月时,各有关部门、各省级人民政府需形成牵头领域或本行政区域的整治报告,而最终在3月底前,由人民银行会同有关部门将互金领域的总体报告和建立健全互联网金融监管长效机制的建议上报至国务院。

许泽玮认为,此次整治所执行的分阶段治理,在完善互金监管格局的同时,将对部分合规创新业务起到一定的保护作用。

“本次《整治方案》并非要求一步到位,而是采用分阶段治理。可以看出,监管层的监管方式开始转向‘边观察、边治’。此举能够有效防止因监管而错杀一些创新业务。”许泽玮同时表示,“《整治方案》提出,加大整治不正当竞争工作力度,对互联网金融从业机构为抢占市场份额向客户提供显失合理的超高回报率以及变相补贴等不正当竞争行为予以清理规范。”

在多数行业人士看来,此次监管层进行专项整治的最大意义,仍然在于防范互金行业风险、提升行业形象以及填补监管空白。

“在当前环境下,专项整治方案的出台,对防治行业风险蔓延,提升行业整体形象起到了促进作用。”10月13日,海象理财相关负责人向记者表示,“这进一步规范了各类互联网金融业态,对优化市场竞争环境、遏制互联网金融风险案件有着积极的意义。”

“此举将进一步缩减监管盲点,同时由于各项整治方案具有较强的针对性,因此将起到实质性监管作用。”许泽玮也向记者表示。

仅仅局限于体育。因而要充分利用体育影响力,也就应当针对当前体育产业的发展特点,在体育影响力发挥和利用方面进行更多的创新和尝试,实现体育影响力价值的最大化,吸引更多的企业进入这一领域,从而推动体育产业的发展。

3.打造完整的体育产业链条

在我国当前的体育产业发展中,就体育产业链条而言,还存在着一定的不完善性问题,体育链条的完善,本身是一个产业发展的必经过程,也是对于相关企业的长期发展的统筹规划。完整的体育产业链条,涉及到了众多环节,打造体育产业链条,可以借助的方式有很多,例如一些大型的体育企业自行打造完整的体育产业链条,也可以由核心企业进行组织,形成围绕在某一体育产业链条的产业集群。无论何种方式,打造完整的体育产业链条,对于促进体育产业的长期发展都有着重要的作用。而且在体育产业的发展过程中,体育产业链条的完整性,在很多时候也会决定着体育产业的核心竞争力,这一点从国外体育产业的发展经验中也可以较好地看出。完整的体育产业链条,所涉及到的行业领域也是多元化的,如何在产业链条运行过程中对于多元环节进行协调,也考验着相关企业的运作能力。

打造完整的体育产业链条,需要考虑自身的竞争力问题,一个完整的体育链条在体育产业市场竞争事实上是作为一个整体的形象出现的,往往这一形象的来源便是核心企业。国外成功的体育企业如耐克、阿迪达斯等等,均是这种运作模式,以企业品牌为核心价值,运作相应的体育产业链条,包括了产品的设计、研发、生产、销售、推广、服务等,这些产业链条的管理活动核心都是品牌运作。因而企业在体育产业链条运作过程中,应当突出品牌价值的呈现,以品牌为核心,进行相应的产业链条运作,并且在这一过程中,实现品牌价值的提升。

从近年来我国体育产业的发展情况来看,在未来一段时间,体育产业仍旧保持着较高的发展速度,特别是随着一些体育赛事影响力的扩大,体育产业的商业价值和对于社会资本的吸引力也会增大。在这一基础上,相关企业也应当提前进行体育产业的布局,注重产业布局的全面性和合理性,充分利用体育影响力,扩大其商业价值,并且打造完整的体育产业链条,这对于促进企业发展和体育产业的整体发展都有着重要作用。

(作者单位:潍坊学院)

第三批PPP示范项目出炉 计划总投资11708亿元

李苑

近日,财政部等20部委联合发布第三批PPP示范项目共516个,计划总投资金额达11708亿元。业内人士预计,随着第三批PPP示范项目的公布,火爆的PPP市场有望再度发力。2014年底,财政部推出首批PPP示范项目30个,总投资额为1800亿元。2015年9月,财政部推出第二批PPP示范项目206个,总投资达6589亿元。第三批示范项目相较前两批,无论是项目数量,总投资规模还是覆盖区域,均有大幅增长。其中,市政、水务和交通等依然是PPP模式推广的重点领域。

财政部表示,此次筛选依法择优选择社会资本,鼓励同等条件下优先选择民营资本;规范推进项目实施,落实示范项目责任制,建立对口联系和跟踪管理机制,确保示范项目实施质量。

“对落地率的要求是评选第三批示范项目的特点。”国信招标集团股份有限公司PPP研究中心副主任童再军说。

财政部PPP中心专家、北京方程财达咨询有限公司总经理张汉也告诉记者,申报项目是否符合区域以及行业发展也是第三批示范项目的评选特点。

据悉,为了推动示范项目按期落地,财政部要求第一批示范项目应于2016年底前完成采购,第二批示范项目应于2017年3月底前完成采购,逾期未完成采购的将调出示范项目名单;第三批示范项目原则上应于2017年9月底前完成采购,财政部将通过PPP综合信息平台加强对示范项目实施进度的动态跟踪,适时对外公布示范项目相关资料和信息,会同相关行业主管部门加强对示范项目的指导和监督。中央财政将对符合条件并完成采购的示范项目及时安排以奖代补资金。

在公布第三批PPP示范项目的同时,财政部调出了不具备继续采取PPP模式实施条件的第一批和第二批示范项目,其中包括天津新能源汽车公共充电设施网络项目、南京市垃圾处理设施项目、渭南市主城区集中供热项目和兰州市轨道交通2号线一期工程。

今年以来,在密集的政策激励之下,PPP发展势头强劲。根据财政部PPP综合信息平台统计,截至2016年6月30日,财政部两批示范项目232个,总投资额8025.4亿元,其中执行阶段项目105个,总投资额3078亿元,落地率达48.4%,与3月末相比,项目落地呈加速趋势。其中,非国企参与率超四成,市政工程类项目落地独占鳌头。

游戏领跑互联网内容付费

卢扬 王嘉敏

蓝莲花研究机构日前发布的报告显示,2016年预估用户数字内容付费规模将达2123亿元,同比增长28%。其中游戏是第一大用户付费内容,但非游戏付费规模正在高速增长,达到515亿元,同比增长66%,占比提升至24%,预计2018年这个比例将上升至31%。

随着移动支付的普及、用户付费意识的觉醒以及企业和内容创作者制作越来越精美的数字内容,用户对数字内容的付费意愿和实际付费行为正在快速增长起来。从用户付费类型来看,用户付费内容日趋多元,游戏、直播、视频、阅读均为用户付费较大的内容,其中直播、视频、音乐这类视频化和娱乐性的内容增速最为让人瞩目。

可以说用户付费是互联网企业重要的增量,而付费内容中非游戏付费内容占企业的比例也在逐渐提升,预计2018年这个比例将上升至12%,这对营收规模较大的企业而言,贡献虽然不大,但对于部分中小企业而言,用户付费将成为收入的主要来源。所以为了降低用户付费成本,广告模式仍然是互联网企业采用的重要模式。预计未来互联网广告规模仍然大于用户付费规模,到2018年两者比例大约为6:4。

但付费业务的发展也在一定程度上替代了广告营收。以视频网站为例,会员一般可享受无广告的内容服务,虽然会员规模的增长势必影响广告库存,但是视频网站可以通过广告植入的方式降低影响。有业内人士指出,互联网企业必然要拓展线上盈利业务来契合平台用户需求,而视频网站在有一定用户规模基础的情况下,展开广告、游戏联运、付费会员等方向商业化尝试都是非常合理的。

便民服务热线: 2581962219 广告热线: 028-69959066 地址: 红星路二段70号四川报业集团3楼310A

法律声明: 成都和佳置业... 黄江琛... 成都嘉沛贸易有限公司... 成都东西北房地产... 余承治... 成都世纪新光商贸有限公司... 成都信文商贸有限公司... 成都信信投资管理有限公司... 成都清影文化传播有限公司... 成都信文商贸有限公司... 成都信信投资管理有限公司... 成都清影文化传播有限公司... 成都信文商贸有限公司... 成都信信投资管理有限公司... 成都清影文化传播有限公司...