新金融激活消费需求 万亿互联网金融消费井喷

■ 唐子涵 郭家轩 黄倩蔚

“双 11”消费狂欢节进入第 8 个年头,随着互联网金融的迭代,相关的金融产品发生了翻天覆地的变化。在打造“买买买”的平台之外,互联网公司提供的消费信贷、消费保险、消费理财产品为消费者提供了更多的选择。

今年的“双 11”,各大电商平台、金融机构都在挖掘消费链条背后的金融商机,各种新型的金融工具,也成为了撬动年度消费大促的重要工具。

电商巨头抢滩支付通道

近年来,在经济转型打造新经济增长引擎的时代背景下,消费金融迎来快速发展。截至今年上半年,全国从事互联网消费金融的机构已经超过 100 家,市场参与主体包括了商业银行、汽车消费金融公司、电商巨头、P2P 网贷机构及其他互联网公司等。

“双 11”无疑是输出金融产品的绝佳场景。从“掏钱购物”到分期付款、预支消费,蚂蚁金服、京东金融、苏宁消费金融等机构纷纷入场,开始成为了“双 11”消费支付的主角,打响消费金融促进消费之战。

蚂蚁金服集团财富事业群总裁黄浩表示,8 年前的淘宝“双 11”,支付主角还是支付宝余额;到 2011 年左右,银行快捷支付转为主角,每年都会有银行支付通道被挤垮;2013 年开始,余额宝渐成主流,去年“双 11”中 21%的支付来自余额宝;预计从今年开始,花呗和余额宝将占支付渠道的绝大部分。

今年“双 11”,各大品牌消费金融大战早在一个月之前就已经打响。花呗从 10 月 18 日便开始“提额”。蚂蚁金服透露,原计划的总额度是 100 亿元,但截至 11 月 1 日,今年用户提额已经达到 170 亿元,目前还在紧急追加额度,用户数是去年活动结束时的 1.5 倍。

与此同时,另一个电商巨头京东金融也针对“双 11”升级了其“白条”功能,如推出京东小金库和白条用户 6 天 6 期免息、线下银联 POS 机使用白条闪付购物立减等优惠。

由于能够缓解消费者购买的经济压力,进而提升销售,不少商户也欣然接受此类消费金融工具。根据蚂蚁金服提供的数据,天猫商户在开通花呗分期的首月,花呗用户在该店铺的交易额提升 33%,次月继续提升 26%;使用花呗分期后,用户客单价平均提升 41%。

值得注意的是,沿着“双 11”的供应链条,电商平台也专门针对商家提供了融资服务。“针对‘双 11’备货,我们已经为 133 万家的卖家提供了信贷服务,累计的放款额是 497 亿多元,将近 500 亿元,相当于每天放款的用户数有 2.2 万户,户均贷款 3.7 万。”网商银行行长、蚂蚁金服集团副总裁俞胜法说。

保险覆盖电商消费全环节

每年“双 11”购物狂欢节,总是少不了保险的身影。除了电商平台绞尽脑汁完善购物体验外,保险公司也结合网购特点,开发了各类消费保险,实现从传统保险产品简单的打折促销,到深入网购全流程推出场景保险的转型。

物流体验是每年“双 11”期间消费者面临的最大痛点。去年“双 11”期间,仅退货运费险出单就达到了 3.08 亿笔,而这一数字仍有望在今年同期实现高速增长。

据国家邮政局数据预测,今年“双 11”期间全行业处理的邮件业务量将超过 10.5 亿件,比去年同期增长 35%。一位业内人士对记者透露,每到购物狂欢节期间,快递送货量几乎是平常的三倍。由于积压的快件较多,如果快递员匹配不足,要完全“消化”这些快件起码需要一周,甚至更长时间。

针对今年“双 11”期间大概率出现的物流爆仓、收货难、收货慢等行业痛点,各大电商平台频出奇招。如蚂蚁金服针对“双 11”推出了“衣服褪色险”“鞋子脱胶险”“生鲜腐烂险”这些新奇产品。京东金融也与保险公司合作,发起了一项“双 11 购物物流保障计划”,消费者电商购物可获赠“送货龟速险”,一旦收货慢了,将获得保险赔付。

为了让消费者安心付款,还有不少保险公司推出了账户资金安全险。目前,各大保险公司推出的账户资金安全险的保障范围大同小异,保额在 5 万元、10 万元甚至 100 万元的盗刷理赔险,保费往往从几角钱到几十元不等,且部分产品还可根据每个人的账户风险水平来厘定保费。

以人保财险推出的个人账户资金安全保险为例,消费者可根据个人自身经济情况选择保险金额,保险金额最低 1 万元,最高达 100 万元。

“实际上,消费保险已经逐渐成长为一个覆盖面很大的保险类型,仅在蚂蚁金服保险平台上,消费保险保民就已经超过 3 亿,覆盖淘宝天猫平台上 400 多万家商户。”蚂蚁金服保险事业群总监梁越平对记者表示,预计这类新型的保险产品将为保险行业带来的新增保民超过 1 亿。

据蚂蚁金服保险平台统计,今年共有包括中国人保、中国人寿、中国平安、太平洋保险、泰康保险等 9 家保险公司与其合作,提供了质量、物流、售后、价格、信用保障等五类,超过 30 种的消费保险服务。

业内人士分析,新型消费保险尚在试水阶段,盈利能力目前尚难下断论,但由于其深度切入日常消费场景,可培育用户的保险意识,存在巨大的发展空间。

专家观点

国内消费金融发展空间巨大

与多年前“互联网金融”一夜走红相似,“消费金融”成为了当下的热词。随着各大电商平台借“双 11”大打金融战,消费金融无疑成为的新主角。2015 年,中国社会消费品零售总额突破 30 万亿元,消费超过投资成为拉动经济增长第一动力。而 2016 年上半年,住户部门消费信贷余额同比增长 19.4%,增速比 2015 年同期提高 3.9%。

“预测到 2017 年互联网金融消费市场将增加到 2 万亿元,到 2018 年则增加到 3.8 万亿。”广东金融消费权益保护联合会副秘书长冼宇航表示。

目前,消费金融领域中既有线下传统银行端通过消费信贷布局市场,也不乏 P2P 公司转型和新型消费金融公司进入,大型电商平台亦摩拳擦掌一争高下,市场一片喧嚣。北京大学光华管理学院金融系副教授唐涯分析认为,中国的消费金融尚存在巨大的发展空间,而电商平台进军消费金融领域具有天然优势。“在美国的资产证券化市场,消费信贷约占 82%,生产型企业的企业信贷约占 18%。在欧洲,两者比例为 70%比 30%,而中国则大概是 12%比 88%。”

在唐涯看来,随着国家和民众财富的积累,消费的需求得到释放,为消费金融留下巨大的发展空间。电商平台进军消费金融领域的天然优势在于,通过现有渠道可触及最底层的用户。在中国,消费杠杆是非常低的,消费金融距离红海还有很远的距离。

两桶油参与新电改 谋划卖电

■ 李春莲

继中石油大庆油田成立售电公司后,中石化河南油田也拿到了首张电力业务许可证。两桶油已经开始谋划卖电了。

分析师表示,发售一体化、配售一体化、或掌握特定用户资源的售电企业具备分享售电市场蛋糕的实力。两桶油都拥有快速进入电力市场分享改革红利的便利条件。

日前,全国已经成立了数千家售电公司,浙江、河北、吉林三个省也成为售电侧改革试点,上万亿售电市场正在打开。

两桶油争相介入电力业务

记者了解到,近日,河南油田水电厂取得由国家能源局河南监管办颁发的电力业务许可证 (供电类)。这是中石化系统内首张电力业务许可证。

据了解,2015 年以前,电力业务许可证只对发电企业、电力公司办理。近期,国家推进电力体制改革,对符合条件的市场主体平等开放售电业务。河南油田水电厂抓住机会,积极和国家能源局河南监管办沟通联系,获得了电力业务许可证(供电类)行政许可。

电力许可证的获得为河南油田合法经营供电业务提供保障,便于油田利用国家电改政策,直接与发电企业见面,降低购电成本,同时使油区居民和周边用户获得与国家电网用户同等优惠权利。

公开资料显示,河南油田水电厂隶属于河南油田,主要承担河南油田生产建设和居民生活的水电生产建设任务。该水电营业中心承担着河南油田 42 家油田单位、109 家改制企业和地方驻油田单位 3.2 万个居民商户的水电结算任务。

需要一提的是,中石油已经早于中石化成立了售电公司。

9 月 26 日,大庆油田售电有限责任公司正式成立。这标志着大庆油田电力集团从完全的客从地位向市场竞争主体地位转变。

这是中石油第一家售电公司,拥有全国最大规模配电网资产,它的成立对促进地方经济发展、降低用户用电成本等具有现实意义。

大庆油田电力集团是大庆油田电力行业的专业化、集团化公司,年供电量 150 亿千瓦时,占黑龙江省用电量的 1/5,年发电能力 86 亿千瓦时,拥有全国最大的企业电网和中石油最大的企业自备电厂。

有券商分析师向记者表示,发售一体化、配售一体化、或掌握特定用户资源的售电企业才具备分享售电市场蛋糕的实力。大庆油田售电公司拥有全国最大规模配电网资产,而河南油田也有固定的用户,这都有利于两者快速进入电力市场分享改革红利。

电力市场化速度加快

今年以来,新电改可谓如火如荼,电力市场化的速度也越来越快。目前,全国已经成立了超过 1000 家售电公司,上万亿售电市场已经开启。除了传统电企,不少公司都积极涌入,希望能在未来的电力市场上分得一杯羹。

日前,国家发改委、国家能源局批复了《吉林省售电侧改革试点方案》。继《售电公司准入与退出管理办法》、《有序放开配电网业务管理办法》发布以后,国家发改委、国家能源局接连批复浙江、河北、吉林三个省为售电侧改革试点。

此外,11 月 7 日,国家能源局总工程师韩水在《电力发展“十三五”规划》新闻发布会上表示,“十三五”期间,我国将组建相对独立和规范运行的电力交易机构,建立公平有序的电力市场规则,初步形成功能完善的电力市场,全面推进配售电侧改革,2018 年底前完成售电侧市场竞争主体培育工作。

不难发现的是,售电侧改革正在不断提速,售电侧改革试点也有望继续增加。

而相比新电改的快速发展,中石油和中石化都在面对低油价的考验。在低油价长期持续的背景下,两桶油都在实施多元化转型。“面对上万亿的售电市场,很多公司都跃跃欲试,成立售电公司,这其中有国企也有民资。”上述分析师表示,两桶油也不例外,随着新电改的推进,电力销售逐步市场化,这个时候是抢市场的好时机。

建筑施工企业 如何向世界最大连锁便利企业学管理

■ 杨琬颖

随着我国的快速发展,人们的生活水平不断地提高,在我们的周围出现了越来越多的连锁企业,他们给我们的日常生活带来了极大的变化,并且正逐渐改变我们的消费习惯及生活理念。然而在如此多的连锁企业中,不得不承认 7-11 连锁便利店是成功零售企业的典型代表。

7-11 的成功源于多个方面,但其长盛不衰却是离不开它以人为本、创新、苛刻、多元化的经营思维和管理制度,而这,是非常值得我们每一个人、每一个企业去学习的。

一、以人为本——企业生存的前提

7-11 非常重视与员工的直接沟通。它通过召开各种各样具有不同导向型的会议,比如面向管理层的“经理会议”、针对店铺经营顾问的“区域顾问会议”等,并通过会议中的管理者与基层员工的双向沟通,碰撞出思维的火花,从而让管理者的理念能渗透到每一名员工的脑海中,也同时能最大程度地激发员工的工作积极性与创造性。

以人为本,是指以人为出发点和中心,围绕着激发和调动人的主动性、积极性、创造性展开,以实现人与企业共同发展的一系列管理活动。

作为劳动密集型产业,以人为本对于建筑施工企业同样重要。做好以人为本,首先要建立民主集中制的组织模式,杜绝片面、少数、独裁,从而增强职工的责任感和树立主人公意识;其次是要建立强有力的领导班子,班子以身作则、奋力工作,班子尊重他人、关怀职工,从而潜移默化职工的工作态度和激发工作热情;再次是要简政放权,给各路诸侯能充分展示聪明才智的空间和平台,从而挖掘职工潜能和发挥集体智慧。

二、创新——企业发展的基石

7-11 在创新上可圈可点。如它广受好评的“共同配送”物流机制,颠覆了过去以大批量进货为准的业界管理,创新的把生产厂家、供应商和 7-11 总部三方通过互相合作,集中原本相对分散的配送路径,从而形成合理化物流体系。再如食品上新,它不断推陈出新,每周都会上架多种新产品,据称产品年替换率为 70%,从而吸引顾客频繁光临,永不厌烦。

创新,就是敢于走别人没有走过的路。在日新月异的时代变迁中,在竞争市场优胜劣汰的游戏规则下,只有敢于、勇于、先于踏出新的一步,才有可能得到发展。反之,因循守旧终将被无情淘汰。

而在当今建筑市场,竞争愈发激烈,形势瞬息万变。从传统的房屋建筑,到国家现积极推行的 PPP 项目和大力促进的装配式建筑,建筑业不停透露出新的信息;从高消耗的粗放型施工,到节能减排、保护环境的绿色施工和以数字、网络、智能为核心理念的信息化管理,建筑业时刻发生着大的变革。我们要敏锐、准确地捕捉到市场的这些相关讯息与变化,敢下新棋,敢走新路,勇于创新,快速应对,有效增强自身核心竞争力,从而实现企业的转型升级、实现可持续健康发展。

三、苛刻——企业口碑的保证

苛刻,是 7-11 管理理念中一个重要的关键词。在对食品口味的要求上,7-11 的苛刻程度简直是近乎疯狂。一款新产品的问世,不仅需要得到产品研发负责人的同意,还必须通过 7-11 所有高层董事试吃。

苛刻,就是高标准、高要求,就是细致严谨、精益求精的工匠精神。苛刻是细致严谨,古语云“失之毫厘,谬以千里”,说的正是“毫厘”的决定性作用;苛刻是精益求精,孔子曰“如切如磋,如琢如磨”,说的正是追求极致的精神。

每一个施工企业,正如一名“匠人”,而生产出的建筑产品,则是雕琢出的“艺术品”。苛刻,是要对每一个方案、每一个工艺都验算再验算,确保不出现任何错误;苛刻,是要对每一步施工、每一道工序都细致再细致,确保不产生任何瑕疵;苛刻,是要对每一个阶段、每一处分部分项都检查再检查,确保不遗留任何隐患。一个建筑施工企业,只有从始至终坚持 “苛刻”,才能生产出好的产品;也只有好的产品,才能为企业真正赢得市场。

四、多元化——企业竞争的优势

7-11 的多元化体现在诸多方面。从销售的产品而言,它通过建立的庞大资料库及时的收集消费者的新需求,从而不断开发品种、丰富类别;从涉及的领域而言,它虽以副食为主营业务,但却引入了缴费充值、存款汇款、复印传真等副营业务,这些看似风马牛不相及的业务,却实现了有机融合,从而相辅相成、相得益彰。

多元化,是指不局限于一种产品或一个产业,而进行跨产品、跨行业的经营扩张。多元化是企业主动适应市场的战略,是企业充分利用资源、发挥潜力潜能、增加经营效益的有力武器。

现如今建筑市场,僧多粥少已成常态,施工企业间的竞争进入白热化。想要扩大市场占额,必须坚持多元化:要用好、用活企业资质,发挥自身优势,把资源用在刀刃、用到极致;要积极拓宽经营领域,尝试、涉足新的产业,争取更多的利润点;要主动响应市场,参与海绵城市、地下管廊、轨道交通的建设,抢占新的市场。多元化,能有效增强建筑施工企业的市场竞争力,提高企业的抗风险能力。

7-11 是副食零售业,似乎和建筑业隔着遥远的距离,然而,对于企业的管理,却是有着相同的本质和内涵。7-11 以人为本、创新、苛刻、多元化的经营思维和管理制度,值得我们研精致思、学习借鉴。

7-11 的辉煌仍在书写,建筑业的明天同样光明!(作者单位:成都市第八建筑工程公司)

便民服务 代理机构:四川博纳文化传播文化有限公司 QQ:2581962219 收费标准:45元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 310A

律师提示:本刊仅为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。

●四川中和汇通建设工程有限公司(统一社会信用代码:91510107020173305M)经股东会决定减少公司注册资本,由人民币 1 亿元减至 5000 万元,请债权债务人自公告见报之日起 45 日内向公司申报债权债务。

●成都易鑫融商务信息咨询有限公司营业执照正副本(注册号:510107000908698)、税务登记证正副本(税号:510107350560120)、组织机构代码证正副本(代码:350560120)遗失,声明作废

●成都出发文化传播有限公司税务登记证副本(税号 510104095725230)遗失,声明作废

●成都普罗菲特企业管理咨询有限公司(统一社会信用代码:91510107343064057N)发票领购簿遗失作废。

●武侯区蜀王阁映象火锅店,公章 (编号:5101075156243),财务专用章(编号:5101075156244)遗失作废。

注销公告

成都博盛源投资咨询有限公司注册号 510107000249756 经股东会决议决定注销公司,请相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内到本公司申报债权,特此公告。

●注销公告:四川黑蛋科技有限公司(统一社会信用代码:91510106394284 72X6)经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

●四川泰合顺科技发展有限公司税务章(编号:5101070016223)遗失作废 。

●四川刀伴科技有限公司,核名通知书遗失,特此声明作废。

变更公告

成都一叶科技有限公司 (统一社会信用代码:91510100054939662F)经股东会决定原法人李亮,原股东李亮,高娜,董文斌,新法人周欣,新股东,周欣,朱建华,公司变更前的一切债权债务由原法人及股东承担,变更后的一切债权债务由新法人及股东承担。请债权债务人于本公告见报之日起 45 日内向公司申报债权 ,特此公告。

●成都奥然居家具有限公司税务登记证副本(税号:510107564484602)遗失作废。

●金牛区宋唐服饰店营业执照正副本注册号 510106600421786 及四川省成都市金牛区国家税务局、成都市金牛区地方税务局 2010 年 4 月 16 日签发的国地税税务登记证正副本税号 511027196406124950A1 遗失作废

●成都正天建筑劳务有限公司营业执照正本、副本(注册号:510107000371432);组织机构代码证正本、副本(代码:57460426-8);地税税务登记证正本、副本(川税蓉字510107574604268 号);在中国工商银行股份有限公司成都西较场支行的开户许可证(编号:6510-01420485,核准号:J6510038423002,账号:4402932009000039153);机构信用代码证(代码:G1051010703842300E)以上证件均不慎遗失,特此声明作废。

●金牛区正宏鑫纸业经营部营业执照副本(注册号:510106601693798);在中国农业银行股份有限公司成都锦北支行的开户许可证(核准号:J6510063679801,账号:22910201040015292);机构信用代码证 (代码:G70510106063679801)均遗失,声明作废。

注销公告

成都金飞强置业有限公司统一社会信用代码 91510106594657 64X2 经股东决定注销公司,请债权人于本公告见报之日起 45 日内到本公司申报债权,特此公告

注销公告

成都极致创想科技有限公司(注册号 510105000495836)决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。特此公告

●注销公告:四川兴涪浩商贸有限公司(注册号:510105000457193)经股东会决定解散本公司,请债权债务人自公告之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务事宜。

注销公告

成都月成教育咨询有限公司(注册号 510105000523799)决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●成都志成杰通讯器材有限公司营业执照 (统一社会信用代码 :91510108MA61R1FN2P) 正副本原件遗失,声明作废

●成都久合润酒业有限公司发票专用章(编号:5101095176265)不慎遗失,声明作废。

遗失声明

明瑞电子(成都)有限公司发票专用章编号 5101000275071,5101000120658 遗失作废

注销公告

成都恒联美讯商贸有限公司(统一社会信用代码 91510107MA61UYLQ1M)决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告

成都萧邦领域美发有限公司(统一社会信用代码 91510105MA61W8AGX7)决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司申报债权债务。

注销公告

成都睿思达通信技术有限公司(注册号:510108000048404)经股东会决议决定注销,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内前往成都市成华区驷马桥 10 号 1 幢 2 楼 203 号向我公司清算组申报债权债务。特此公告。

●成都志成杰通讯器材有限公司 (统一社会信用代码:91510108MA61R1FN2P)的发票领购簿原件遗失,声明作废

●成都市众力劳务有限公司国税税务登记证正副本 (税号:510108050098587)遗失作废。

●成都市金牛区源源磁性材料经营部税务登记证正本(税号:510704197105190 02X)不慎遗失,声明作废。

●金牛区尚品居建材经营部个体工商户营业执照副本 (注册号 510106601401631),国地税税务登记证正副本(税号:331081 19820214569XA2)遗失作废。

注销公告

成都依桥中介事务有限公司(注册号:市局成工商法字 0350 号)经股东会决议,决定注销公司,已成立清算组,请债权债务人自本公告见报之日起 45 日内向我公司清算组申报债权债务。逾期按相关规定处理。

特此公告。

成都依桥中介事务有限公司

2016 年 11 月 14 日

●成都古格木业有限责任公司国地税税务登记证副本川税字 510107684594080 号遗失作废

●汪娟不慎遗失成都兴三和汽车服务有限公司 2016 年 11 月 3 日出具的购车发票第三联,发票代码 :15100152201 发票号码 :02613913,金额 :324324 元,车辆型号:奥迪牌 FV6461HDQBG,车架号 :LFV3B28R0G3103412,发动机号 :316979,特此声明