



马云

马云:再立潮头

■本报见习记者 赵广立

“如果银行不改变,我们改变银行!”他坚信,这个国家、这个世界将会有更加完善的贷款体系给中小企业。

企业客户,都有详细的交易记录,因此马云想到了可以用网络交易信用给银行做放贷的参考。

2007年,阿里巴巴组建一支团队,和中国建设银行(其后工商银行也加入)合作为阿里巴巴B2B商家提供贷款。阿里负责向银行提供自己平台的企业信息,如网上交易记录、经营数据、企业在行业中的排名变化等,以让银行及时把握企业异动。银行要做的就是向筛选出来的企业发放无抵押、低息贷款。

银行对这次合作并没有给予足够的重视。合作持续了不到4年,双方渐行渐远,于2011年4月彻底“分手”。

马云也一直审视与银行的合作是不是有未来。2009年的网商大会,马云不但请来尤努斯为阿里“站台”,还组织了一些风险投资者参加,他希望将“风投”拉进阿里生态圈,弥补银行力量的不足。

“如果银行不改变,我们就改变银行”

马云之所以不遗余力地为中小企业排忧解难,这跟马云的中小企业情结、与阿里巴巴的商业模式密不可分。

马云认为在互联网时代,“小”有大用。2009年他在接受英国《金融时报》(Financial Times)采访时说,像沃尔玛这样的大型采购商,曾买掉了许多中小企业采购商。但由于互联网的出现,现在在大部分中小企业采购商和销售商都已经把生意做到世界各地。“因此,我认为世界已经改变了。我坚信小的就是好的。”

这也是阿里巴巴商业模式的关键——中小企业要从互联网中获益最大。而通过在自己的网站上向中国供应商提供展示空间以换取固定报酬,阿里巴巴已经把这种信念转变为强大的收入流。

但如果诸多中小企业成为全球经济危机的牺牲品,那么所有这些都会面临风险。马云对《金融时报》说:“如果我们客户的客户倒闭了,我们服务的中小企业消失了,那将会是一场很大的灾难。”

2008年金融危机席卷全球,中小企业首当其冲。这些中小企业要活下来,关键是资金;而获取资金最重要的渠道就是银行,可是银行显然对中小企业兴趣不大。

马云看到了这一点。在2008年12月7日的第七届中国企业领袖年会上,马云就“中国金融新战略”发表主题演讲时说出了这样的话:“我听过很多的银行讲,‘我们给中小型企业贷款’,我听了5年,但是有多少银行真正脚踏实地地在做呢?很少。”

接下来的一句话大家耳熟能详了,就是那句:“如果银行不改变,我们改变银行!”他坚信,

这个国家、这个世界将会有更加完善的贷款体系给中小企业。

于是阿里巴巴做起了尤努斯所做的事。2009年9月,马云联手尤努斯开展格莱珉中国项目,向中国最贫困的居民提供小额信贷金融服务,帮助他们创业。

首批试点集中在四川和内蒙古扶贫,然后再再扩展到其他省份,阿里集团拿出500万美元作为首笔资助金以协助格莱珉中国的成立。在这个“金融平台”上,马云希望阿里集团专注于电商业务。

阿里金融

6年后回头看,马云的体会是“求人不如求己”,无论拉银行入伙,还是拉“风投”入伙,都只能部分实现自己的目标,真正解决战斗的时候,还是靠自己。

进入2013年,马云坐镇指挥下的阿里巴巴动作频频。先是1月10日宣布对集团架构进行调整,将原有的7个事业群打散成为25个事业部,通过一定共性进行宏观组合,再交给9个集团管理执行委员会成员分别负责;接着,在2月22日开始调整独立于集团之外的业务构架:支付宝分拆为3个业务,加上阿里金融业务组成新的“金融板块”;随后3月7日宣布筹建阿里小微金融服务集团,主要业务范畴涉及包括支付、小贷、保险、担保等领域,与阿里金融合并后,支付宝更是加快拓展新业务的步伐。

马云提出了新公司的新使命:“今天阿里做的金融业务不是改革,而是一场革命,一场金融的革命”,这一革命的目的则是“让天下没有难做的生意”。

2013年6月13日,小微金融旗下的支付宝低调推出余额宝增值服务,即“余额宝”。就像在不经意间,马云领导了互联网金融的一场革命。

马云多次讲过,阿里集团只想做电商,没有办法才出来做支付,做金融,做物流。他曾经在“大自然保护协会-马云”认证的微博上这样写道:“……赚钱不是我们的目的。我们不是道德模范,但我们确实想在中国做一家不同的企业。我们全心帮小企业,因为我们懂那种痛。”

“一生中总有那么一些时刻,我们需要鼓起勇气去作选择。而这些选择不仅不符常理,违背理性,甚至离经叛道得罪亲友。即便如此,我们可能还会一意孤行!因为我们相信自己的决定,我们做了最该做的事。今天在中国,做商人难,做诚信商人更难,建立商业信任体系更难。但选择了就必须去做!这是希望所在!”

两个微博的日期是同一天,都是2011年10月12日。

言论

2013年6月13日,余额宝上线。距今一年多的时间里,余额宝给我们的生活带来太多的改变。而在金融市场,人们将这种改变谓之曰:革命。

我们先来看看最近的两组统计数据:

中国互联网信息中心(CNNIC)7月21日发布的第34次调查报告显示,截至2014年6月,我国网民规模达6.32亿,其中20-29岁年龄段网民在整体网民中的占比最大,为30.7%(约1.94亿人)。

再看天弘基金近期推出的《余额宝一周大数据报告》,余额宝海量样本已超过1亿用户(远超中国股市活跃账户数量7700万),其中“80后”“90后”占比76%。也就是说,中国每13人中就有1位余额宝用户,而每10位用户中,就有7.6个年轻人。

两组数据结合起来看,我们不妨这样解读:余额宝让年轻网民仅用一年多的时间,主动接触并学会了理财——这在此前几乎是不可想象的。

余额宝的影响比以往任何时代理财知识的普及都来得迅猛。这一年来,它的出现已深刻改变了行业生态。经济学家和金融家看到的是,余额宝让货币基金的规模大爆发,助力基金行业管理规模一举突破2007年的高点,并改变了基金行业格局;而在老百姓柴米油盐的生活里,余额宝推动了普惠金融,带来了公众理财意识的大爆炸——要知道,有62万老年人在用余额宝(数据截至2014年6月13日),80岁的爷爷和18岁的孙子一样理财。

同样来自《余额宝一周大数据报告》,截至5月26日,余额宝规模达5742亿元,运行近一年共为“宝粉”创收118亿元。要知道,截至2014年一季度末,该数字仅为75亿元。

余额宝为什么受追捧?原因很简单:它的收益远高于银行活期那点利息。就连招商银行原行长、壹基金理事长马蔚华都说,“壹基金一分钱都没有存余额宝,都放在银行,所以收益低。但以后要改变。……基金会在保本的前提下,应该追求更高一点的收益。”(语出2014年5月10日~12日在京举行的“清华五道口全球金融论坛”。)

是的,在过去10年里,政府通过存款利率设定上限和贷款利率设定下限来补贴国有银行,悬殊的存贷利率帮助国有银行在历史上世纪90年代的巨亏之后迅速扭亏为盈。而另一方面,由于通胀率长期高于存款利率,储户们只能眼睁睁地看着存款价值不断缩水。(经济学家形容这种存款利率管制政策为“税月神偷”——就如同征收存款税一样。)

正因如此,阿里巴巴创始人马云做起了互联网金融的文章,他的那句“如果银行不改变,我们就改变他们”至今痛快人心。一年后的今天,余额宝做到了。余额宝不仅带动其他科技公司相继推出各种“类余额宝”产品,还迫使银行不得不推出更多理财产品,以抢回流失的用户。

出人意料地,但也在情理之中,自2014年开始,央行开始稳步下调系统释放流动性,货币基金市场的利率从5%大幅下降至3%左右。与此相应的,幡然醒悟的各大银行相继推出低门槛的、短期的理财产品,剑锋直指余额宝们。如今,余额宝的年化收益率已经从去年的超过6%下降到了如今的略高于4%,仅比正常的银行定存利率高一点,而且在与银行理财产品竞争的竞争中也不再具有明显的优势。

英国著名财经类杂志《经济学家》敏锐地发现,“流向余额宝的资金开始萎缩。2013年四季度和2014年一季度分别有1300亿和3560亿元进入余额宝,但二季度锐减至330亿。”并在其题为《余额宝“危险了”》的文章中指出,为应对压力,余额宝开始将其资产配置更多期限更长的产品,开始出现期限错配的迹象,“而这正是金融不稳定性的主要原因”。

余额宝真的“危险了”吗?这个问题大可不必急于作答。可以说,余额宝掀起的互联网金融风暴,势必裹挟余额宝自身也要不断经受互联网时代的一次次大考,一时的收益率高低并不能代表金融资本深刻变革下各类“宝宝”的命运是济或败。不可否认的是,余额宝仍拥有绝对力量的拥趸,在收益率持平的水平下,更多人选择马云。他们觉得,把自己的辛苦钱交给余额宝有着特殊的意义:这不仅给银行业不断革命提供了原始动力,同时也是对引领进入互联网金融时代的开拓者致敬。



本版照片来自百度图片

理财风暴,余额宝制造

■赵广立

因为余额宝的出现,以及余额宝引发的互联网金融浪潮,2013年被称为互联网金融元年。这一年,货币市场基金在资本市场如鱼得水,各类“宝宝”遍地开花,货币基金也迎来了规模上的再一次爆发。

这背后的关键词是一个人的名字:马云。在“百度新闻·人物”的统计中,“马云”的媒体收录量高达两百多万,这个数字在知名企业家中遥遥领先,甚至比当红明星还要耀眼。

是时势成就了马云,还是马云造就了时势?这恐怕要从几年前说起。

“用危机改变银行”

2009年9月11日,阿里巴巴网商大会在杭州召开,那一届大会的议题是“小企业,大梦想”。当时,2006年诺贝尔和平奖获得者、孟加拉国经济学家穆罕默德·尤努斯作为嘉宾受邀出席。

尤努斯是何许人也?他的另一个头衔是孟加拉乡村银行格莱珉银行(Grameen Bank)的创始人,有“穷人的银行家”之称。尤努斯在首创格莱珉银行之时,是希望帮助孟加拉的贫困创业

者获得必要的资本;当时他未曾想到,他和格莱珉银行为时势所推动,从此开创了小额融资的一种现代模式——这在今天亦被世人评价为一项非凡的成就。

马云很欣赏尤努斯的“小微企业贷款模式”。其时,2008年9月爆发的金融危机正剧烈影响全球经济,中国亦未能幸免。由于许多海外订单流失,很多企业面临生存危机。

对于大企业说,可以通过银行贷款缓解面临的资金链问题,但中小企业却难以获得银行的补给;因为银行提供贷款需要固定资产抵押、需要活动能力,中小企业往往并不具备这些。

于是马云邀请尤努斯到网商大会来“站台”,目的就是给到会的银行大佬们表态:不要只把目光盯在大企业,要兼顾小企业。马云很动情,说:“小企业是这个社会前行的最大动力。”

也就是这一年,马云说了一句话:“让我们利用危机来改变银行。”但这句话到今天鲜有人记得,因为马云利用危机改变银行的想法并没有真正实现。

马云跟银行合作的想法很简单。银行贷款给中小企业最怕的就是企业信用不好,并且监控成本高收益却很少;而阿里巴巴众多的网上



余额宝之后的“宝宝们”

阿里巴巴推出余额宝后,立即在中国各大互联网公司引发“地震”,互联网金融迅速席卷整个行业。BAT(Baidu, Alibaba, Tencent)中除阿里巴巴之外的另两大巨头,也不甘落后地推出自己的理财产品。至微信理财通上线后,互联网三大巨头毫无悬念地在移动支付、互联网金融领域聚首了。

微信理财通

微信理财通是BAT三家中最晚上线的一个。2014年01月22日,微信版货币基金理财产品“理财通”经过几个月的准备和一周的试运行后正式上线。由于购买就可以“抢红包”,导致“理财通”上线首日一度瘫痪,无法完成转账。

微信理财通平台由腾讯旗下第三方支付平台财付通负责运作,面向所有微信用户。尽管上线前令市场期待的4家基金产品(华夏基金、汇添富基金、易方达基金、广发基金)同步上线的盛景并未实现,用户可购买的只是华夏基金的财富宝货币基金产品,但微信理财通仍创下了试运行一周至上线首日就实现了8亿元的资金流入。

微信与支付宝在同类型服务与产品的竞争从未停止过,理财产品同样暗暗角力。正因如此,微信理财通一经推出就被看作是余额宝的强劲对手。

高收益率、大批的微信用户让理财通迅速成长。截至6月底,理财通仅有两次收益率低于余额宝的记录。看到高收益很多人纷纷把部分资金投向了理财通——他们其中很多也是余额宝用户。此后虽然“宝宝们”收益率一路下滑,但理财通依然在同类产品中保持高位。

值得一提的是,微信理财通通过“微信红包”席卷了马年的春节,大聚人气之外,衍生出的社群功能增加了其用户黏性。比如通过抢红包、发红包、红包接龙等,不仅让许多用户迅速成为微信支付的用户,更树立了微信移动支付“大家一起玩”的良好印象。

理财通最近公布的其首份用户研究报告是在其正式上线4个月后的5月22日,报告显示,理财通资金规模已超过800亿元。尽管这也就是余额宝的一个零头,但不要忘了,微信几个月前还只是一款通讯工具。

百度“百发”“百赚”

自2013年10月28日上线以来,百度理财

陆续推出了百度理财B、百赚、百发、百赚利滚利等几款理财产品,特别是“百发”,一度拉高了互联网理财产品的收益率高线,表现强劲。

百度理财在产品设计上创新推出了“开放式+封闭式”的双轨制产品,一是以百赚、百赚利滚利等为代表的,可随时申购赎回的“开放式”产品,一是以“百发”为代表的,需要封闭7天、30天、60天甚至可能是半年、一年的“封闭式”产品。这两类产品平稳对接了银行的活期存款、定期存款两类产品,是互联网理财产品中的创新与突破,也给网民更多的选择空间。

百度宣传的8%的超高收益率曾经引发了很多的质疑,掌门人李彦宏也一度出面解释。不过,这并没有阻挡住人们投资的热情,“百发”10亿元的额度2个小时就销售一空。那么百赚又如何呢?从收益率的走势上不难看出,百赚在同类产品中收益率为最,在其他基金产品收益率一路下跌的时候它依然坚挺,其市场销售情况同样火爆。

此外,百度理财的稳健性、安全性也为其赢得了青睐。一方面,百度理财产品后台对接的如华夏基金、嘉实基金等,都有优秀的管理团队和长期运作的明星基金产品,这些让百度理财在收益稳健性和安全性上都表现良好。例如“百赚”对接“华夏活期通”,是货币基金的长跑冠军,成立10年,从未亏损;另外,在

BAT三家理财客户端的使用评估中,百度理财目前资金仅在“银行-基金公司”中流动,具有一键退出、“登录、支付、手机”三重加密等设置,安全性上让用户放心。

京东8.8

紧随BAT之后的苏宁零钱宝、网易收益保、新浪微财富等产品亦欲借互联网金融的风暴上分一杯羹,但基本也还是与基金、保险理财产品合作的互联网金融理财产品,乏善可陈。倒是京东与鹏华基金和嘉实基金等合作推出“小金库”迅速提高了京东金融的知名度,并且随后的“超级理财产品”——京东8.8,在引发争议之余,让人们在理财产品的选择丰富而审慎起来。

京东8.8实为国泰定期支付混合基金,它抛出了一个“现金支付比率”的概念(这实际上是一种变相自动赎回基金资产的销售行为,有点类似于银行的“整存零取”),京东8.8每季度向用户支付2.2%的现金,无论基金收益情况如何。

所谓混合基金,是指同时投资于股票、债券、货币市场的基金,风险低于股票基金,收益高于债券基金。但它既不承诺收益,也不承诺保本,只承诺定期支付一定现金。基金招募说明书中称,“当基金净值增长率低于同期现金

支付比率时,基金份额持有人可能面临以其初始投资金额来进行定期支付的风险。”也就是说,当该基金投资收益不足8.8%时,给用户支付的现金实际上有一部分是用户的本金返还。

所以悲观地考虑,这只基金收益达不到年化8.8%的话,便会向用户退还本金,最终到期赎回的时候,用户会发现本金少了很多。有人形容:你给了京东一头猪,京东承诺每季度给你一斤肉,最后你要猪的时候发现已经成一堆白骨了。

济安金信科技有限公司副总经理王群航评价说,这款国泰定期支付混合基金是个好产品,但是被京东“玩坏了”,过分强调8.8%造成了用户的误解。

这也说明,对于广大在余额宝之前对理财、对基金几乎没什么概念的网民来说,了解一个金融产品还是需要时间的。

银行“宝宝”

余额宝们出现之前,个人投资者要想在银行获取较高的资金收益,除了定期存款外,都设置门槛:理财产品至少要五万元起购。但在网络金融产品的冲击下,银行也推行了无资金门槛的宝宝类产品,而且有后发制人之势。

从收益来看,民生银行“如意宝”近期七日年化收益稳于4.5%上方,中国银行活期宝也在4.7%左右,兴业银行掌柜钱包更是徘徊在5%附近,而余额宝、理财通、百赚的七日年化收益同期分别为4.2%、4.4%、4.7%(数据截至7月底);从门槛方面,余额宝最低转入金额为1元,而新近推出的银行系“宝宝”首次认购、申购的最低门槛仅为0.01元;用户体验方面,无论余额宝还是理财通,用户如果使用资金,就必须发出赎回指令,而且大多无法实时到账。现在,以渤海银行“添金宝”为代表的银行“宝宝”已经不需赎回指令,可直接通过ATM机取现或转账,进化到全自动理财。

同时,银行“宝宝”在安全性方面明显优于互联网“宝宝”。银行“宝宝”由于有银行实行全程监控,资金安全方面能得到很大保证。而互联网“宝宝”,比如微信的理财通需要通过微信客户端绑定银行卡进行充值,这样对于很多用户来说仍有后顾之忧。

可以说,如果互联网“宝宝”不再继续创新,有朝一日被银行“宝宝”所终结也并非不可能。(赵鲁)