

消费金融 贴上90后标签

城 网上金融

打着“白条”去网购,让“机构”做担保出国去旅游……本月以来,中国互联网行业出现了不少90后专属的金融产品和消费现象。对此,有关专家指出,消费金融正在成为互联网公司进军金融业的一个新切入口,只有找到差异度才能避免直接对立。而伴随国内投资者群体越来越年轻化,未来5-10年间青年新型消费金融,会是互联网金融板块中一个重要的探索方向。

校园白条背后 有网购轨迹背书

国内B2C电商大佬京东日前公布了自己的消费金融战略:未来三年,要让京东的白条用户数与京东用户体量形成匹配。同时,京东的第二款白条产品“校园白条”,也开始在国内重点高校率先试点,在校内凭借学生证、身份证及借记卡,就可在手机、平板电脑等移动端上在线申请开通。如果“学生仔”没能力还钱怎么办?京东消费金融业务高级总监许凌透露,京东金融会通过消费、金融大数据的分析,对用户的消费记录、配送信息、退货信息、购物评价等数据进行风险评级以自建信用体系。

作为京东金融在今年情人节上线公测的首款消费金融产品,“京东白条”根据用户在京东的消费情况、信用评级等行为建立风险评级,让用户最高可获得1.5万元预支额度。据京东金融数据显示:半年来京东用户在使用白条后,月订单数增长了33%,月消费金额增长了58%;其中白条用户有55%使用了分期付款服务,其客单价比非白条用户平均高出50%。许凌说:“目前的坏账率,远低于同类金融业务的水平。”



款服务,其客单价比非白条用户平均高出50%。许凌说:“目前的坏账率,远低于同类金融业务的水平。”

存款证明在线 有平台和银行担保

无独有偶,作为目前国内最大的旅游在线平台之一,百度旗下的去哪儿网近日也联手中信银行联合推出了一款新型在线“存款证明”,可免去用户出国旅游或者留学必须冻结5万-40万元的一笔存款的烦恼,而这一度是部分年轻人出游或留学的拦路虎。

大学毕业才两年的职场新人孙陆最近想和女朋友去英国旅游,需要冻结存款5万元,但由于装修婚房资金一时周转不开,“小两口”又不愿意找亲戚朋友开口借。结果,孙陆在去哪儿网上看到这个新办法立马就操作了,只需填写存款证明金额、开具日和有效期,提供个人身份信息和身份证明,同时支付5%左右的手续费,就可以在家坐等签收存款证明的快递了。据去哪儿网有关负责人透露,目前这个新型“存款证明”在线旅游网站

中尚属首创,正受到年轻人的热捧。针对现金流不足、手头不宽但又有良好信用记录的消费者,“存款证明”手续费按照存款额和时间长短不同提供相应款项。

今年以来,京东推出的“京东白条”、天猫推出“天猫分期”以及百度与中信信托等联手推出的“百发有戏”等等,都是互联网“大佬”们在消费金融领域的新尝试。艾瑞机构预计:2014年中国互联网消费金融交易规模将突破160亿元,增速超过170%。而90后将成为中国社会最能挣钱和花钱的“大户”,像即便是手机充值这样的大众化月度消费,也能看出年龄的“分水岭”。据QQ最新数据显示:QQ钱包国庆七天话费充值猛增,7天平均为平时的1.6倍;用户中90后占比超过50%,80后占比接近40%,而50后、60后和70后加起来占比不到10%。易观国际分析师马韬表示,预计国家会出台更多鼓励消费金融的新政,如何迎合年轻消费群的需求和改变他们的生活习惯,将会成为所有互联网公司共同的问题。

本报记者 胡晓晶

互联网安全应尽快落实到国家安全层面

◆ 路易

城 互联网观察

黑客演示开车门,白客摆摊收徒弟?在日前汇集了全球百位顶级安全专家的2014年中国互联网安全大会上,中国互联网协会理事长、中国工程院院士邬贺铨指出:万物互联将会是未来的趋势,不仅手机、电脑、电视机等传统信息化设备将连入网络,家用电器和工厂设备、基础设施等也将逐步成为互联网的端点。未来互联网和物联网,让国家安全问题更迫切更关键。

用智能手机、网络摄像头就能窥探你的密码,用电子表而不是钥匙就能开“大奔”车门……在大会现场,众多世界顶级黑客的演示可以说绝对会让普通人大吃一惊。360董事长周鸿祎指出,随着可穿戴设备、智能汽车等快速普及,云计算提高了资源使用效率,但其动态虚拟化方式、强大计算与存储能力,也会引发新的安全问题,目前网络黑势力的目标正转至移动终端。为此,作为国内最大的网络安全提供商和大会主办方之一的360,针对

性地在会一口气发布了包括360免费WiFi手机版、360加密邮、360儿童卫士手环等五类新品。

实际上,早在2014年初中央网络安全和信息化领导小组成立,习总书记就提出了“没有网络安全就没有国家安全”,首次将网络安全置于前所未有的高度。但如今在个人面临透明时代的隐私信息泄漏风险(如最近传播甚广的好莱坞明星“艳照门”等事件)的同时,行业与企业面临的新型攻击愈演愈烈,国家也在面临构建自主可控安全系统的挑战。据预测:到2015年,将有90%的大型企业与政府用户部署云计算产品以及解决方案。到2018年,用户使用的信息终端将会全面移动化,每个用户平均拥有1.4台接入网络的移动设备,38%的用户将会携带个人移动设备办公。这将催生海量的移动应用和数据,甚至将来移动智能终端的数量将超过地球人口的总和。邬贺铨指出,长期以来在网络安全上我国存在管理体制分散、管理力度不够的问题,现在只有成立中央网信小组,未来才有可能解决这个“老大难”,但落实速度要快。

共享品牌,互惠双赢

——老凤祥供货会印象(三)



总部配合默契,将老凤祥的高端首饰引进展出,规模大、效果好,令人耳目一新。

老凤祥的供货会每年进行四次,在年年参加的合作伙伴看来,一年比一年规模大,一年比一年精品多。一位订货商说:“从以前一间会议室开会,到现在要分三批、包一层开会了。”今年据说经销商就达到了2000多家,导致第三批开会的人到会已经抢不到今年新出的或独家的精品。而不少订货商都表示,在今秋供货会上,有许多老凤祥独家的新品精品系列,很吸引人眼球:“比如,老凤祥主题新款‘我心飞翔、我的梦’、‘动静’时尚少女系列、龙凤手镯手工精品、羊年礼品、招财猫系列、珐琅的皮带、袖扣、18K金眼镜架、玳瑁眼镜架、钻镶彩宝镶眼镜架都是这几年推出的。黄金系列的精品也很多,比如七彩拉丝工艺、花丝工艺等。”

在供货会上,笔者遇到了一位来自福建莆田的老凤祥长期合作伙伴陈先生。打扮时尚却低调谦逊的他,是老凤祥黑龙江地区的总经销,从2006年开始经营老凤祥,目前已经开出了近20家专卖店,到2008年又在内蒙古发展老凤祥门店,目前已经有数十家门店了。

“在我心中,老凤祥应该算是中国黄金首饰的第一品牌。从上海发家,以精致的工艺、时尚的设计闻名,渐渐从地方走向全国。北方地区引进老凤祥品牌稍晚一点,因此对我们合作伙伴来说,倒是一个好机会。”陈先生说,最吸引他的,就是老凤祥丰富的产品结构和中国特色工艺文化,比如列入非物质文化遗产的金银细工艺、珐琅工艺等。在他看来,老凤祥的品牌定位和架构,是国内其余老字号所不能比拟的。如今,陈先生正在致力于将老凤祥的品牌文化推介给北方地区。比如,上海和哈尔滨是友好城市,在今年6月的第三届哈尔滨国际珠宝展上,他和老凤祥上海

对此,老凤祥领导层表示,老凤祥目前有12大类产品,包括金、银、铂金、翡翠、钻石、珍珠、彩色宝石、白玉、象牙、景泰蓝、眼镜、旅游工艺品/纪念品等。每一大类的产品,在保留民族工艺、文化特色的同时,也在向国际品牌学习中国如何更时尚。此外,老凤祥已经在香港成立分公司,并在纽约第五大道和悉尼中心卡斯特罗福街开设了专卖店,在国际舞台上也能看到中华传统老字号的身影。 辛亥



老凤祥证券代码
600612.SH 900905.SH

本栏目由“老凤祥”倾情呈现本期顾问:
上海老凤祥有限公司首席发言人 王恩生

城 网眼聚焦

“阿里IPO路演时,所有人都问‘双十一’什么时候全球化。‘双十一’全球化的第一步,就是让大家坐在家,就能轻松买到英、德、美、日等等其他国家的商品!”天猫总裁王煜磊说。作为由阿里巴巴一手打造出来的国内首个电商人节,诞生于2009年的“双十一”今年将过“六岁”。尽管还有一个月的时间,但本周一阿里已“赶早”开腔:今年“双十一”是历年商家数目参与最多的一年,仅天猫有2.7万参与商家。不过,其中最新的还属两百张以上的“国际牌”。

连国际影星苏菲玛索和荷兰球星罗本都为此拍了视频,在用英语预祝“双十一”大丰收后,连着用中文说了4个“1”。而对于上个月刚刚在纽交所挂牌上市的阿里巴巴而言,国际化是必然要迈出的一步。今年天猫“双十一”将首次辟出海外会场,包括意大利奢侈品牌By Creations(柏品)、美国生鲜果蔬品牌都乐、荷兰快时尚品牌C&A、法国户外连锁迪卡侬、韩系儿童休闲品牌Elandkids等在内,今年首次加入“双十一”的海外商户超过了200家,覆盖到20多个国家。届时,除了上述大量国际商家将在天猫“双十一”期间首发新

阿里纽交所挂牌后首战“双十一”: 要玩就玩国际牌



品或特供商品外,天猫国际还将通过价格更低、配送更快的跨境电商保税模式,引入如新西兰奇异果汁、日本电饭煲等更多还没进入中国市场的海外大牌和优质中小品牌商,并承诺当天正品直供和全球包邮。此外,在物流上首次露脸的菜鸟跨境物流,也将与海关合作并升级预警雷达,让买家可全球跨境追踪了解自己的“海外购”宝贝跑到了哪里;另在支付上,融合国际化和本地化业务的国际支付宝,也经过了“高压”测试。

有意思的是,今年“双十一”的

国际化将不只针对中国消费者买外国货,反过来也会首次针对国际网购族放量中国货。今年“双十一”是阿里第一次把服务器从中国铺向了全球的几个主要市场。比如:全场五折、全球包邮,或许会让“中国制造”被俄罗斯大妈们抢爆;达人见面会、明星送货、NT\$1元直送到台,或许将刺激台湾买家跑进全台湾的8000家全家便利店里,通过现场的20万本淘宝目录直接扫码付款、取货;而把卡车改装成真实版的网店大环游,或许会吸引大马的华人和学生,追着淘宝国际“大篷车”扫码买中国货……

去年11月11日当天,作为国内最大的B2C平台的天猫和国内最大的C2C平台的淘宝,二者销售相加合计350亿元人民币,超过了前4年“双十一”交易额的总和。而今年“双十一”是阿里巴巴赴美IPO后的首个“双十一”,“全球买”和“全球卖”成最大特色。据王煜磊预计今年“双十一”的交易额肯定会超去年,而业内预测是:今年“双十一”销售额上500亿元问题不大,甚至有望冲击600亿元。

本报记者 胡晓晶