

人物肖像



依西·施梅兹近照

捷信集团董事长兼首席执行官依西·施梅兹不苟言笑，是一位典型的“理工出身金融男”。上周，本报记者采访了施梅兹先生，他回答问题时，全程几乎就一个严肃表情，时间也控制得刚刚好，真像机器一样精密。

依西·施梅兹先生毕业于布拉格查理大学数学及物理学院，拥有数理经济学学位。1992年开始职业生涯，1993年即成为PUPP咨询公司的执行官兼总监。之后，他在1995年担任专注于收购的证券交易公司Middle Europe Finance s.r.o.的销售总监。直

至2004年底，他还持有捷克诺娃电视集团34%股份。

2004年，依西·施梅兹先生加入PPF集团，并在2005年成为股东。PPF集团是捷信集团的母公司、中东欧地区最大的国际金融和投资集团之一，业务横跨欧洲、亚洲及美国市场，投资覆盖银行、金融服务、电信、房地产、零售、保险、矿业、农业及生物科技等诸多领域。截至2016年12月，PPF集团管理资产超过270亿欧元。2012年9月起，施梅兹先生担任捷信集团董事长兼首席执行官。

消费金融让草根阶层提升生活水平

——专访捷信集团董事长兼首席执行官依西·施梅兹

首席记者 谈瑾

投资中国成为中捷金融合作范本

“去年，我们在中国的发展非常成功，今年上半年同样如此，”捷信集团董事长兼首席执行官依西·施梅兹先生开门见山说，“中国成为了我们最重要的市场，提供了新的发展动力。”

捷信集团来自于“一带一路”沿线的重要国家——捷克共和国，是中捷两国双边金融合作的一个范本。捷克综合国力在中欧地区名列前茅，中捷双方已建立战略合作伙伴关系，签署了关于共建“一带一路”合作谅解备忘录和双边合作规划。在“16+1合作”的背景下，中捷双方在贸易、金融、教育和医疗等方面取得了重要进展。目前，中国已成为捷克第三大贸易国，捷克成为中国在中东欧的第二大贸易国，中捷贸易总额已连续两年超过了110亿美元，占我国与中东欧16国贸易总额的近20%。

与此同时，中捷双向投资迅猛增长。今年5月，施梅兹先生参加了在北京举办的“一带一路”国际合作高峰论坛。对于“一带一路”建设，施梅兹先生在接受专访时由衷地赞叹道：这是一个很棒的倡议，让企业家和普通人都能从中受益，它把整个世界连接到一起，促进各国之间的合作。

依西·施梅兹先生表示：“作为消费金融领域的全球企业，捷信一直以来致力于用产品和服务推进‘一带一路’倡议在沿线国家的实施，为当地经济发展和消费升级做出贡献。随着中国经济的稳步增长，中国百姓对金融服务的需求在不断提升。捷信一直是普惠金融的倡导者和践行者，我们正运用现代化的金融科技和丰富的市场经验，为广大的中国消费者提供普惠金融服务。同时，继续积极推进和中国企业之间在消费金融领域方面的合作，形成互惠互利。这也是捷信对‘一带一路’倡议的最好诠释。”

捷信集团的业务遍及全球11个极具增长潜力的市场。中国业务则是捷信的重中之重，发展迅猛。捷信消费金融有限公司是中国银监会批准设立的首批4家消费金融公司之一，在中国市场业绩领先。捷信主要覆盖传统银行服务不到的人群，向信用记录缺失或空白的人群提供小额贷款以及简单、方便和快捷的消费金融服务，积极帮助人们提升生活水平。截至2017年3月，捷信在全球拥有超过13.5万名员工，累计服务超过7600万客户，有超过30万个贷款服务网点，其中在中国就有8万多名员工。

为“草根”人群建立首次信用记录

令施梅兹先生非常高兴的一点是，很多中国年轻人的第一笔个人征信记录，是从捷信的消费贷款开始建立的。

“我们在中国的典型客户主要属于不易被银行传统服务覆盖的中低收入人群，大部分客户是第一次贷款。”施梅兹先生分析说，中国的客户多为年轻的蓝领或者初级白领。中国消费者一些传统的习惯正在不断改变，以前大家都是先攒钱再花钱，现在人们对未来很有信心，敢花明年的钱。捷信希望消费者可以利用消费贷款来提升生活水平，这可能直接影响他们的将来。比如有的客户一直在外打工，买一部手机，就可以和家人保持联络。客户也可以把贷款花在旅游或者教育计划等方面，对于这些需求，捷信非常愿意提供贷款。

大量的消费者通过捷信开始接触贷款，

有了信用记录，未来他们有机会成为银行的客户。他认为：“我们的社会角色就是为年轻人提供建立第一次信用记录的机会和相关的金融知识。捷信已接入中国人民银行金融信用信息基础数据库征信系统，所以客户的信用记录会上传到央行的征信系统中，这对他们的未来是很有帮助的。”

捷信专注于消费贷款。在中国市场，捷信与迪信通、苏宁等零售商合作提供3C产品（计算机、通信和消费电子产品）分期付款。他介绍说，贷款服务网点（POS）的商品大致平均贷款额度为2500元，线上申请的现金贷额度是1500元左右。如果是已经合作过的优质客户，会提供交叉销售，平均额度可达1.2万-1.4万元。

中国目前进入消费升级的阶段，消费金融对经济有着助推的作用。从历史经验看，在

多数国家，随着经济动力由投资驱动转为消费驱动及城镇化，消费金融的渗透率会上升。消费金融领域的第一个大市场出现在美国，在还没出现专业消费金融机构时，最初由生产者提供贷款。施梅兹先生提供了一组数据。在美国，50%的冰箱和42%的电视机通过消费金融购买，而通过信贷消费购买其他产品的比例就更高了。罗兰贝格咨询公司的数据显示，在中国，20%的消费是通过信贷实现的，韩国现在为41%。

施梅兹先生表示，经过前几次全球性的经济危机，捷信集团已经学会了通过一些指标来判断，市场是否已经涌现泡沫。目前这些指标显示，中国的消费金融客户在非常积极地贷款，没有迹象显示市场会出现泡沫或者经济过热的现象。他说，三、四年前，他参加博鳌论坛探讨金融领域的发展，当时曾提醒过要关注“影子银行”问题的潜在威胁。他觉得中国在这方面采取了不少有效举措，控制潜在的高利贷和非正规贷款现象。

大数据风控缩短贷款审批流程

目前在捷信总部规模最大的工作团队是风控团队，风控被视作消费金融机构捷信的核心竞争力之一。

施梅兹先生着重讲了两点。第一点，捷信集团非常自豪，在2016年降低了风控成本，同时给客户提供了更多的新产品。“我们之前承诺过会把最好的经验带到亚洲市场，也正在努力实现这个承诺。通过利用风控相关的大数据，不断缩短贷款流程所需的时间，以前申请贷款的表格需要填90项信息，现在平均只需要填20-25项。”在俄罗斯和中国，捷信把整个风险管理的过程减少到10步以下。客户现在在贷款服务网点（POS）申请贷款，整个审批时长绝大部分低于10分钟。

第二点，捷信在已经投资的多个国家

市场中，成为了最大的消费金融公司。从整个亚洲来看，捷信只有在印度不是最大的消费金融供应商，现在排名第二，但根据贷款数据预测，今后几个月内即将成为第一。“快速发展和不断降低的成本，让我们有能力为客户提供更加实惠的产品与服务。举个例子，捷信今年成为首家在中国市场上推出零利率产品的消费金融供应商。”

捷信提供非常小额的消费贷款，银行一般不会专注于这样的小生意。在风控的审核流程当中，通常会对外部和内部的数据进行分析，数据来源包括央行的征信记录和个人身份数据。在反欺诈步骤，一方面考虑了生物识别技术，另一方面通过软件自动分析比几百个不同的数据，如果与申请时提供的信息不相符，系统会自动分

辨出可疑用户，判定是否可以批准贷款申请，风控部门会非常仔细地调查，减少欺诈发生的可能性。以上所有步骤都是在客户的授权下完成，这也为数据获取资质提供了合法的依据。在催收步骤，如果客户遇到困难暂时无法还款主动找上门，只要客户符合条件，会考虑给对方一段“缓冲期”，或延长整个还款期。

同时，越来越完善的风控管理体系让消费金融机构能够给更多的客户提供服务。他介绍说，捷信的审批流程简单、快速，目标是客户在哪里买东西，就出现在哪里，并改变他们的消费习惯。同时，由于所服务的客户通常缺乏金融知识，捷信也致力于为客户提供金融知识培训。“作为一个在中国运营的外资企业，我们感到中国市场非常有意思、有特色，因为中国市场是世界上发展最快的市场之一，线上业务也会给我们其他的市场提供很多启发。”他说。

助力“中国制造”拓展海外市场

消费金融在帮助中国制造拓展海外销售方面出奇兵，手机企业尤其是受益者。在不少发展中国家，2000元以上的手机就属于高档机，年轻人希望拥有智能手机却无力全款购买，消费金融就起到了桥梁的作用。捷信利用自身的业务与服务优势，将中国制造的手机等产品积极向欧洲及亚洲的其他市场推介。

“在中国，捷信和很多手机厂商达成合

作，比如华为、OPPO等。”施梅兹先生顺便提起了消费金融的另一作用——拉动销售。他们把这种合作模式也引入了其他的亚洲市场。手机厂商与捷信合作之后，可以利用捷信在各个国家的网络来促进销售。比如在越南市场，OPPO每个店里销售的手机都可以通过捷信进行分期付款，每卖出两只OPPO手机，其中一只便是通过捷信的渠道销售的。数

据显示，捷信在越南提供零利率贷款购买OPPO手机后，很快使OPPO销售量大幅提升。再比如菲律宾市场，捷信拥有OPPO一些产品的独家销售权，使OPPO菲律宾的市场份额在一个季度内迅速攀升。

捷信对于中国电子消费产品制造业出国门起到积极作用，同时与中国制造企业的合作经验也让捷信受益良多。施梅兹先生表示，未来捷信将积极寻求与更多中国企业的合作机会，帮助将中国优质的产品与服务提供给更多国家的消费者。