

迅雷内讧：金融业务屡“踩线”谁之责

本报记者 汪青 陈齐乐
实习记者 陈嘉玲 上海 深圳报道

11月28日，深圳市迅雷网络技术有限公司（以下简称“迅雷”）和深圳市迅雷大数据

互撕并“断绝”关系

在迅雷股权被稀释之后，迅雷大数据公司修改了公司章程，更改为未来修改迅雷大数据的公司章程只需50%以上的股东批准。

风波看起来肇始于迅雷金融业务。

在本报多次曝光迅雷大数据金融业务或涉违规后，迅雷于11月28日在其官网微博上发布公告称，迅雷金融、迅雷易贷、迅雷小游戏和迅雷爱交易等迅雷大数据信息服务有限公司及其子公司经营的业务，并非迅雷集团旗下业务，撤销其品牌和商标授权。

迅雷方称，2016年8月，迅雷投资了迅雷大数据，金额为1000万元，占股43.16%。然而，在2017年1月10日，在未经过迅雷公司董事会批准、内部审批流程和有明显严重利益受损且不知情的情况下，迅雷大数据发生股权变更，使迅雷占股下降至28.77%。同时，在迅雷股权被稀释之后，迅雷大数据公司修改了公司章程，更改为未来修改迅雷大数据的公司章程只需50%以

“宫斗”升级

于菲称，迅雷目前没有掌握完整的区块链技术并应用于玩客币中，而是采取中央货币的方式进行。

而后，迅雷大数据很快进行回击表示迅雷大数据与迅雷金融均是依法注册，系董事会批准设立，并指责玩客币业务并未使用区块链技术，是变相ICO。

而迅雷对此作出回应称：大数据金融属性有风险，双方协议多处显失公平。11月29日晚间，迅雷再次发公告称，此前一度担任迅雷大数据公司的董事长于菲，曾为迅雷集团高级副总裁兼迅雷法务负

息服务有限公司（以下简称“迅雷大数据”）内讧事件引起业内关注。

在你来我往持续多则公告发布后，战火一度烧到顶点。

在这场“口水战”的背后，隐

上的股东批准。即迅雷在此公司无任何话语权和董事席位，也缺乏对迅雷大数据业务的监管能力。

记者查阅工商资料后显示，目前迅雷大数据的大股东为天津市相成科技合伙企业，占比30%。这家企业中，于菲持股66%。此外，其中之一股东为天津葆光网络科技有限公司，于菲控股100%。而在2017年11月22日，于菲作为迅雷大数据公司的董事长也已经更改为邓延。

迅雷方面认为，根据目前迅雷大数据公司的股权结构可以看出，于菲当时为迅雷集团高级副总裁兼迅雷法务负责人、迅雷政府关系负责人，却同时对迅雷大数据公司有非常大的控制权和利益关系。

对于上述情况，北京京师律师事务所律师许浩在接受记者采访时表示，假设迅雷方面说的是客观真实

现的是迅雷在转型布局金融业务上的阻力重重：今年年初上线的“迅雷爱交易”，由于宣称“0成本、无风险”“8元低门槛”“史上最快交易，10秒开户30秒入金”“40倍杠杆高”“24小时随时提

现”，因涉及微交易被相关部门于3月叫停。

其后，玩客币和现金贷业务推出后曾助推股价大幅度飙升，但二者却面临着监管收紧或者叫停的风险。



迅雷的股价在美国时间11月29日收盘报每股12.8美元，暴跌31.11%。算上这个交易日，它们的股价已经在过去的三个交易日内累计下跌48.6%。

的内容，那么占股大幅下降时，正常程序需要召开股东大会进行协商。如果是采取中央货币的方式进行，“如果玩客币定位是迅雷体系内服务的支付的话，玩客币钱包就不应提供用户间币到币转账功能，即不应在系

东大会纪要，并由办理变更代表进行签字盖章确认。如果没有经过合法程序变更，从法律上说是无效的。

金融布局仍有雷区

作为转型战略的重要组成部分之一，云计算及区块链技术为迅雷带来了丰厚的收益。

公开资料显示，2016年8月迅雷大数据正式成立。2016年9月，成立于2015年11月的深圳市迅雷金融信息服务有限公司股权被全部转让予迅雷大数据。几乎在同一时间，迅雷大数据又先后成立了深圳市迅雷经济咨询有限公司与深圳市迅雷贸易服务有限公司。此后，迅雷旗下所有与金融相关的产品均出自上述4家企业之手。

成立最早的深圳市迅雷金融信息服务有限公司原本定位于互联网金融平台，并为此注册包括“蜂鸟金服”“律师贷”“执业贷”在内的商标，以及开发了一款名为“蜂鸟金融”的APP。该APP目前在售产品以个人借款为主，利率在6.5%至8%之间。

同时，迅雷大数据则于2016年9月下旬注册了多个以“爱交易”为关键词的商标，以及多个域名。最终，迅雷大数据开发的APP定名为“迅雷金融”。该APP目前在售产品以公募基金为主。其首页下方有“股票”一栏，显示状态为“即将开放”。值得注意的是，APP蜂鸟金融也显示有“基金”一栏，但状态为“暂无数据”。

2017年8月15日，迅雷宣布众筹一款名为“玩客云(Onecloud)”的网络附属存储器(NAS)。用户购买玩客云后，通过与迅雷共享上行带宽即可参与“挖矿”“玩客币”。玩客币限量发行10亿枚，是一种“基于区块链的数字资产”，可以向迅雷换取网络加速、数字内容、增值服务收益。

作为转型战略的重要组成部分之一，云计算及区块链技术为迅雷带来了丰厚的收益。2017年三季度财报显示，迅雷的收入主要由会员收入、在线广告投放及包含云计算

在内的互联网增值服务三大块组成。在该季度，迅雷实现营业收入4730万美元，包括迅雷战略性业务云计算在内的其他互联网增值服务收入2080万美元，环比增长32.4%，同比大涨64.9%，其中云计算业务收入同比再次翻番，涨幅达到104.2%。

在推出“玩客云”后，深圳市迅雷经济咨询有限公司推出现金贷业务——迅雷易贷。宣称“利用大数据能力，提供贷款包下服务”，并且“送1年迅雷白金会员”，但其中门道颇深。

以借款0~1999元为例，99元预交订金中49元为咨询服务费，50元为订金。若用户在15个工作日内未完成贷款，迅雷易贷将在3个工作日内退还50元订金，服务费除外。即用户在申请之日的18日后方可获得50元订金退款，但不退还49元咨询服务费。若贷款申请成功，则99元预交订金不予退还，且平台将另收5%的居间费用。

有观点认为，用户缴纳给迅雷易贷的99元和199元费用是属于政策规定明令禁止的“砍头息”，针对该问题，迅雷方面并未进行回复。

针对这种“先收费后贷款”的操作手法，北京市京师律师事务所律师许浩表示，这与《合同法》相关条例相悖。根据我国《合同法》第二百条规定，借款的利息不得预先在本金中扣除。利息预先在本金中扣除的，应当按照实际借款数额返还借款并计算利息。“就订金而言，一般是为了保证合同签订以后履行，如果平台上收取的是订金，而实质上是收费，那就不是订金的概念了。”

而目前，关于现金贷的监管办法正在路上，在收紧牌照、利率和资金来源一系列举措下，留给迅雷易贷的合规窗口期已经不多见了。

钜派控股：财富管理将迈入3.0时代 大机构品牌效应凸显

文/晓峰

2017年11月19日，钜派控股有限公司(纽约证券交易所代码:JP,下称“钜派”)以23.17美元的价格在美股市场收盘,相较于两年前登陆纽交所的开盘价10.41美元,高出了1倍有余。

而根据钜派官网发布的数据,2017年前三季度净收入为人民币12.46亿元(约1.87

亿美元),较去年同期的人民币7.89亿元增长57.9%。2017年前三季度归属于钜派普通股股东的净利润为人民币3.19亿元(约4.790万美元),较去年同期的人民币1.45亿元增长119.4%。

马云此前曾内部发邮件感叹,资本市场是最无情的。但反映在钜派的股价和业绩上,则可以翻译为“资本市场是最理智的”。

作为钜派的首席运营官,李良每天都很忙碌,桌上的文件已

然堆成了小山。“虽然忙已经成为了现在的常态,但不断的收获与成长让我始终精力充沛。”李良笑道。

对于三季报的表现,李良表示,钜派的过去一直保持较高的增长速度,而且未来一段时间这种增长仍将持续。第三方财富管理机构“从无到有”再到“迅速崛起”,也就短短十余年的时间,但目前已俨然发展成为国内财富管理市场不可或缺的一个重要

角色。国内不断增长的高净值人群数量以及他们日益迫切的财富保值增值需求,无疑是促进整个行业发展的关键因素。此外,宽松的国家货币政策、传统投资理财渠道的单一性也进一步将这个行推快车道。而随着房地产的调控政策趋严,对国内的高净值客户群体来讲,合理的资产配置显得更为重要,因而越来越多的投资人愿意选择我们这样的财富管理机构。

强化核心竞争力 稳中思变

钜派第三季度财报提及,固定收益类产品在2017年第三季度继续受到投资人的欢迎。根据数据显示,2017年前三季度固收类产品总募集金额为人民币315.8亿元,占总募集金额82%,2016年,这一数字为64%。根据此前相关报道,钜派的房地产类固收项目一度在总项目中占比60%左右。

李良分析称,对于中国的高净值客户而言,固收在他们的资

产配置中占比仍然较大。一方面,源于国内投资人相对保守的投资理念,相信这一理念在未来很长一段时间内不会有太大改变;另一方面则是基于资产配置本身的合理性,毕竟在家庭的财富管理逻辑中,通常不以股权投资这类风险系数较高的产品为主。

而在谈到钜派在房地产项目投资领域的优势地位,李良则认为,这主要得益于大股东易居

中国的房地产基因,以及易居旗下行业领先的房地产数据提供商克而瑞,都帮助钜派累积了深厚的房地产行业经验与大数据分析能力。同时,钜派自身对于房地产行业的把握也非常到位,无论是前瞻性的布局还是对项目的甄别能力。两大优势的叠加使得公司能够为投资人有效地发掘优质的底层资产,同时提供回报更具吸引力的固定收益类产品。

不过李良也指出,纯粹的买

房投资已经很难获得高回报,目前房地产金融或是更好的选择。据其介绍,房地产项目并非钜派固收产品的全部,在消费金融、供应链金融等领域,钜派亦有布局。未来,钜派在巩固房地产类固收产品的核心竞争力的同时,也将审慎发展非房地产类固定收益产品,持续优化该类产品的收入结构。“稳中思变是我们在固收板块一个很重要的投资逻辑。”李良总结道。

始终跟随客户需求 积极拓展业务模式

2017年之前,是中国投资者的盛筵,市场的一面是资金供给面的流动性泛滥,另一面则是资本市场的“过山车”走势,前有2015年股市从狂欢到熔断,后有2016年房地产市场泡沫的急剧膨胀。而2017年,金融玩家们面临的则是资金荒和资产荒并存的时代。李良认为,当前的投资环境对投资者来讲并不乐观,市场上充斥着各种不确定性和噪音,普通投资人很难在纷繁复杂中真正看清当下的趋势。而对于机构而言,如何帮助投资人实现

财富保值增值就显得更加重要。

在这样的情形下,钜派也开始尝试以产融结合的方式来进一步挖掘优质资产,以及通过境内外联动的方式来帮助投资人实现合理的资产配置。接下来钜派会在资本市场有所突破,适当地参与产业并购。我们目前帮客户做股权投资,如果有好的投资标的,未来不排除钜派会直接参与到产业并购中去。与此同时,钜派也会加大对行业研究体系、产品研究和评估体系建设的投入,建立理财产品金融大数据库,以便为客

户提供多样化的产品选择。除此之外,中国财富管理机构“出海淘金”盛筵,钜派亦未错过。

据了解,钜派已经在中国香港、美国、加拿大、澳大利亚等多地进行调研。他们在调研中发现,很多海外地区的新移民(5年内)需要一家专业的财富管理机构协助他们实现境内境外资产联动打理。然而中国的客户普遍不太适应其他国家的财富管理机构。海外市场虽然成熟,但收益率也相对平稳,并不符合中国投资人的口味,再加上语言文化

行业将迈入3.0时代 大机构优势进一步凸显



钜派控股集团首席运营官 李良

值得注意的是,近日钜派在由东方财经主办的“2017东方财经实体经济与创新金融年度峰会暨第四届中国最具创新价值企业颁奖典礼”中揽获“财富价值榜·最具风控力奖”的荣誉。作为国内第三方财富管理行业的领先企业,钜派始终秉承高标准的产品审核以及精益求精的风控体系。李良曾公开表示:“钜派是一家非常真实的公司,我们一直信奉的是:做财富管理,不是告诉投资人没有风险,而是帮助投资人更大程度地规避风险。”

在李良看来,如果财富管理行业升级到3.0时代,每家机构都会有自己的产融结合产品。“不再是简单地做资金买卖,财富管理可以拓展金融大数据方面的研究,整合所有的优秀管理人,做到适度的研究和宽度的数据。”在财富管理的3.0时代,大机构的品牌优势亦会进一步得到凸显。“小型财富管理公司,由于行业环境的原因,很难迅速成长壮大。其产品在多样性以及对风险的把控上很难与大型财富管理机构相抗衡和相媲美,这导致其难以为客户提供全方位并且专业精益的理财产品。而大机构在品牌、牌照、人才、经验、客户资源及项目资源等方面的优势,都将是小平台难以超越和比拟的。”李良认为。

李良最后总结道:“随着进入第三方财富管理行业的成本越来越高以及规模和品牌效应等的日益显现,未来,第三方财富管理行业的集中度将进一步提高。前10家大规模的机构会形成这一行业的主导局面。”

即便是净收入增长迅猛,钜派对行业仍心存敬畏。李良坦言,当前的财富管理机构的发展存在着不小的瓶颈。2018年将迎来行业转型期,也就是财富管理的3.0时代。这个行业最初的1.0时代,也就是传统的代销模式,目前的2.0时代,机构开始做有限合伙、契约型基金,并且自建资产端,在做财富管理的同时兼做资产管理。但这样的2.0模式实际上存在着一些弊端。李良进一步指出,在资产管理业务这块,随着规模和体量的越来越大,对风控的要求也越高。然而在中国投资人对风险的传统认识中,并不愿意接受太多的风险。这也致使目前财富管理行业存在的一个现状是:风险和利润倒挂。另外,整个财富管理市场的前线成本普遍过高,理财师的成本达到了历史新高,这也让一些机构难以承受,中小型机构甚至难以生存。