

OTA平台金融业务挑战“隐形天花板”

本报记者 郑瑜 北京报道

自互联网金融火爆以来，场景金融受到资本看好。

在机构侧，通过将金融产品与消费者的购物、旅行、教育等实际需求紧密捆绑，可以实现风控的质效提升和用户的需求挖掘；在用户侧，可以获得以消费为目的的普惠金融信贷服务，让更多社会阶层享受到现代金融服务。

于是，流量之上嫁接金融成为平台公司的“必选动作”。

近期，国内头部在线旅游平台(Online Travel Agency, OTA)携程集团(携程, Nasdaq:TCOM;携程集团-S, 09961.HK)旗下重庆携程小额贷款有限公司(以下简称“携程小贷”)披露财务数据显示,2024年前三季度,携程小贷实现营业收入3.17亿元,营业利润6035.33万元,净利润为5200.26万元。对比2023年全年332.36万元净利润,超15倍以上。

对于上述增长的主要驱动力,接近携程人士对《中国经营报》记者表示,旅游行业持续增长带来酒店供应的增长,其中商户装修、建设等需求为携程金融带来营收的持续增长,这种增长和旅游行业整体增长趋势保持一致。

经过多方采访,记者了解到,虽然OTA公司在金融业务上数据表现不俗,但在国内个人借贷需求已经接近“隐形天花板”的背景下,业内对于这一类平台嫁接金融的远期发展看法并不一致。

场景贷是个伪命题?

相较于紧密捆绑场景的贷款,现金贷款类产品的贷后管理是业内关注的方向之一。

结合场景进行消费金融贷款,是外界对于在线旅游平台金融业务发展思路的传统认知。但多位业内人士向记者直言:这可能是一厢情愿的想象。

“客单价薄、需求频次低是航旅场景嫁接金融贷款不可忽视的缺陷。”一位航旅业务从业者向记者表示。相较于绑定需求的场景消费金融,在一定用户体量之上做现金贷(无抵押的信用贷款)业务才是互联网企业实现金融变现的首选。

根据携程金融官方微博信号,2018年12月发布的文章,作为旅游企业,携程在2016年就成立了消费金融事业部,并在2017年成立了携程金融,是携程最年轻、增长最快的业务之一。除了消费金融、产业金融,旗下业务还涵盖信用卡、程信分、支付和风控等多个领域。

实际上不只携程,在线旅游平台途牛(Nasdaq:TOUR)、同程旅行(00780.HK)、飞猪旅行等都曾经或正在布局金融业务,尝试从互联网金融市场中分得一杯羹。

根据途牛旅游网2016年官方发布,其上线自营消费分期产品“首付出发”,但日前记者以用户身份向途牛旅游网咨询消费分期业

务时,客服表示“业务调整目前已经关闭”。对于上述关闭原因,记者向途牛旅游网发去采访函,截至发稿暂未收到回应。

某助贷公司从业者直言,在线旅游平台在发展流量金融这件事情上,天然发展想象空间不足。“用户一天内打开短视频平台的次数以及使用时间,要远超旅游平台。短视频平台拥有的深度场景和流量黏性,注定在金融变现上拥有比其他平台更大的潜力。”

有航旅场景起家、在贷余额在百亿级别的金融科技人士对记者表示,公司对航旅场景贷款的关注度正在减弱,因为该场景下市场空间有限,盈利水平并不高。

博通分析金融行业资深分析师王蓬博表示,金融行业的监管环境日益严格,对OTA平台的合规运营提出了更高的要求。场景贷款的客单价相对较低,这确实是OTA平台金融业务面临的挑战之一。

记者注意到,携程金融是此前人民银行、银保监会、证监会等金融管理部门督促进行专项整改并已经完成的14家大型平台企业之一。携程也同时拥有现金贷与场景贷。

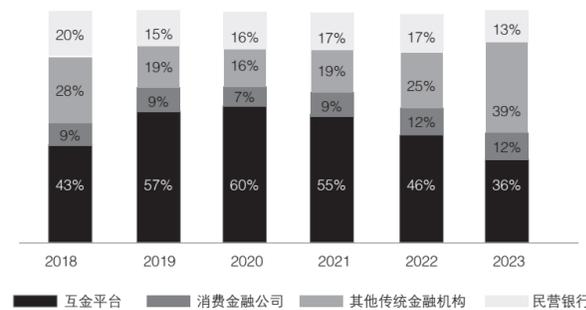
携程公开资料显示,携程金融主要发展方向为服务商家和用户的旅行需求、商家经营资金需求,为客户提供更好的旅游服务是携程的目的。产品推出和产品升级的背后是为提供更好的服务,为商家提供更高效率的资金匹配服务,为用户提供资金周转服务。

但是,根据携程官方介绍,拿去花(信用购)是属于信用消费产品,目前主要用于携程消费(订酒店、订机票、买火车票等)时付款用,实际上是一种付款功能。而信用贷(原借去花)是消费信贷产品,与银行无抵押贷款原理相同。信用贷的资金是提现到客户的银行卡,客户可以将所借资金进行日常消费、转账、取现等使用。

相较于紧密捆绑场景的贷款,现金贷款类产品的贷后管理也是业内关注的方向之一。

裁判文书网显示,2018—2021年有多件民间借贷或其他纠纷判决书,涉及携程借去花借款情况,具体为贷款被转借或是非携程用户的第三人用于偿还借款、资金周转用途等。对于如何分辨是否是旅游用户进行借贷,截至发稿,记者尚未收到正面回应。

2018—2023年中国互联网消费金融市场份额



来源:艾瑞咨询研究院自主研究测算

北京市社会科学院副研究员王鹏认为,OTA平台的金融业务主要围绕旅游消费场景展开,具有特定的场景性,这有助于提升用户对金融产品的接受度和使用率,但同时也限制了金融产品的推广范围。相比信用卡及其他金融产品,旅游消费场景下的客单价可能较薄,这可能会影响金融业务的盈利能力和规模扩张速度。

“虽然旅游消费市场需求巨大,但相对于整个金融市场而言,旅游消费场景下的金融需求仍然相对小众。这可能会增加金融业务的推广

难度和成本。”王鹏补充道。

不过也有专家持有相反观点,中国企业资本联盟副理事长柏文喜认为,通过提供金融服务,OTA平台能够增加用户黏性,提高交易效率。通过连接客户、供应商和金融机构,让平台、数据、系统、风控能力的积累带动旅游经济发展。“尽管银行信用卡与持牌消费金融公司竞争激烈,但是OTA平台凭借其在旅游领域的专业性和对消费者行为的深刻理解,能够提供更加定制化的金融产品和服务。”

寻找第二增长曲线

国内个人借贷需求已经接近“隐形天花板”,几家头部助贷机构已一年多没实现大规模增长。

“在航旅场景缺乏想象空间的同时,国内C端借贷人群覆盖的重复率也是无法回避的问题。在航旅场景接触到的借贷用户,可能已经是多个平台的借款用户。”上述从业者坦言。

“国内个人借贷需求已经接近‘隐形天花板’,几家头部专门撮合信贷交易的助贷机构都一年多没有实现大规模增长。除了出海,如果争取小微企业也是不错的选择。”一家金融科技公司内部人士

告诉记者。

记者查阅公开财报信息发现,一家成立11年的国内助贷机构在2023年第四季度活跃借款用户数量同比减少12.4%至850万人;另一家成立17年的助贷公司同期单季度的活跃借款人数为297万人,同比减少7.2%。

而另一位业内人士透露,目前已经有航旅消费金融玩家在积极筹备出海发展海外信贷业务。

记者注意到,2023年年底,携

程金融开始逐步推广“生意人贷”产品,其是为企业法定代表人、股东及个体工商户打造的综合性借款聚合服务,满足中小微企业主日常消费和经营周转需求,无抵押、线上申请的资金融通服务。

上海证券交易所信息显示,原始权益人为携程小贷的招证-程意第1—20期中小微企业融资产支持专项计划项目状态日前已经更新为“通过”,该项目拟发行金额20亿元,受理日期为2024年8月。

王蓬博认为,多元化的产品布局会成为平台标配,比如除了现有的消费信贷、理财等产品外,还可能涉足保险、支付、供应链金融等多个领域,另外随着出境市场的不断恢复和增长,OTA平台有望在跨境旅游金融服务方面进行更多的探索和布局。

在王鹏看来,虽然OTA平台在场景贷款推广方面面临一定的挑战,但其独特的旅游消费场景和丰富的用户数据,仍然为金融业务

的发展提供了有力支持。只要OTA平台能够不断创新金融产品和服务模式,提升用户体验和满意度,同时加强风险控制和合规管理,其金融业务仍然具有广阔的发展前景。

“为了在竞争中脱颖而出,各家OTA平台将更加注重差异化发展。通过深入挖掘用户需求和市场痛点,推出具有独特卖点和竞争力的金融产品和服务模式,以满足不同用户群体的需求。”王鹏说道。

海保人寿拟首次增资 大股东持股比例逼近三分之一

本报记者 陈晶晶 北京报道

随着一则公告发出,海保人寿保险股份有限公司(以下简称“海保人寿”)成立以来的首次增资动作也浮出水面。

近日,上市公司易联众信息技术股份有限公司(以下简称“ST易联众”,300096.SZ)披露了其参股公司海保人寿的增资事宜。不过,此次海保人寿增资,ST易联众表示放弃海保人寿增

第一大股东增持

ST易联众在最新《关于放弃参股公司增资优先认缴出资权》的公告中披露,海保人寿因发展规划需要,拟进行增资。

ST易联众公告显示,根据中瑞世联资产评估集团有限公司出具的《海保人寿保险股份有限公司拟增资扩股涉及的海保人寿保险股份有限公司股东全部权益价值项目资产评估报告》,经收益法评估,截至评估基准日2023年12月31日,海保人寿股东全部权益评估值约为13.56亿元。综合考虑市场环境整体情况,在资产评估结果基础上溢价约12.80%作为最终估价,即认购价格为每股1.02元。

根据海保人寿偿付能力报告,截至2024年三季度末,海保人寿共有8家股东,其中海马集团为第一大股东,持股比例32%;海思科医药集团股份有限公司(以下简称“海思科医药”)持股20%;和锐医科(北京)医疗器械有限公司(以下简称“和锐医科”)、深圳市智信达投资有限公司分别持股13.5%、13.3%;ST易联众持股6.5%,为海保人寿第五大股东;其余3家股东均持股4.9%。

资的优先认缴出资权,拟由持有海保人寿32%股权的第一大股东海马投资集团有限公司(以下简称“海马集团”)进行增资。

《中国经营报》记者注意到,此次ST易联众公告和海保人寿方面均未披露增资方案的相关细节。

对于海马集团增持后,如何应对监管“单个股东持股比例不能超过三分之一”的规定,记者向海保人寿方面致函,截至发稿未收到回复。

值得一提的是,ST易联众并未披露此次海保人寿详细的增资方案和增资扩股数,仅在公告中表示,公司结合实际经营情况,放弃海保人寿本次增资的优先认缴出资权;拟由海保人寿股东海马集团进行增资。

ST易联众还表示,海保人寿本次增资事项尚待监管部门批准,存在一定的不确定性。

记者注意到,目前海马集团已经持有海保人寿32%股权,继续增资,将逼近“三分之一”的重要持股线。根据《保险公司股权管理办法》(保监会令〔2018〕5号)规定:“保险公司单一股东持股比例不得超过保险公司注册资本的三分之一。”

不过,根据2021年9月30日发布的《中国银保监会关于印发银行保险机构大股东行为监管办法(试行)的通知》第三十四条规定:“如银行保险机构无法通过增资以外的方式补充资本,大股东应当履行资本补充义务,不具备资本补充能力或不参与增资的,不得阻碍其他股东或投资人采取合理方案增资。”

个别股东谋退出

值得一提的是,寿险公司发展需要持续的资本投入,股东要有长期投入和长期经营的思维。不过,海保人寿自成立以来,尚未通过股东增资补充过资本。

2022年,海保人寿发行过10亿元资本补充债券。2023年年底,监管批复海保人寿按照《保险公司次级定期债务管理办法》,募集10年期次级定期债务,募集规模不超过人民币4亿元。

“发行资本补充债券是当前各保险公司市场化补充资本的主要方式,合理运用债务性资本补充工具,有利于改善我公司资产负债结构,提升整体资本使用效率。”海保人寿方面在彼时接受本报记者采访时表示。

海保人寿主要股东此前曾发生过重大变化。根据海保人寿披露,ST易联众是海保人寿的创始

尚未进入稳定盈利期

成立6年的海保人寿,在行业“七平八盈”的普遍规律下面临考验。

根据其年报数据,2018—2023年,海保人寿保费收入分别为2.82亿元、11.74亿元、14.29亿元、8.92亿元、8.31亿元、11.29亿元。

利润方面,除了在2021年实现0.09亿元微利,其余年度出现亏损,2022年、2023年分别亏损1.79亿元和3.18亿元。最新数据显示,2024年前三季度,海保人寿实现保险业务收入12.9亿元,同期净亏损2.13亿元。

“开业以来,我公司一直坚持稳健经营策略,严格落实监管工作要求,致力于把公司打造成为

股东之一,在海保人寿成立时出资3亿元持股20%,彼时其与海马集团、海思科医药都系海保人寿并列第一大股东。

2023年1月,ST易联众披露转让海保人寿部分股权公告称,拟将持有的海保人寿13.5%股权以人民币2.6亿元的价格转让给和锐医科。2023年8月,监管批准海保人寿股权变更,同意ST易联众所持海保人寿2.025亿股股份(占总股本的13.5%)转让给和锐医科。转让完成后,ST易联众仍持有海保人寿0.975亿股,占比为6.5%。和锐医科持股13.5%,成为海保人寿第三大股东。

需要注意的是,2023年5月,深圳证券交易所向ST易联众下发问询函,要求其说明出售海保人寿13.5%股权的原因及合理性,以及对公司的净资产、净利润的影响等。

一家在医疗、养老领域相对领先,具有海南差异化经营特色的寿险公司。按照行业发展规律,由于存在费差损和保险业务新单亏损,新公司经营初期都会出现一定程度的亏损,这一点在同期成立的寿险公司中普遍存在。”海保人寿方面曾在采访中对本报记者表示。

记者从业内获悉,海保人寿最初以互联网保险作为主营业务渠道,旨在通过产品、渠道方面的创新实现突破。但随着监管机构引导要管理办法规互联网保险,海保人寿从此走向依托传统渠道、结合海南特色转型之路。

ST易联众回复上述问询函称:“公司自2021年12月起积极推进转让公司所持有的海保人寿20%股权,公司根据进一步聚焦主业的发展战略,下一阶段将根据《保险公司股权管理办法》对保险公司股东的相关资质要求,继续寻找有资质的交易方,努力促成剩余持有的海保人寿6.5%股权交易事项。”

ST易联众在2023年年报中提及,2023年12月8日,其所持海保人寿6.5%股权已被浙江省杭州市萧山区人民法院冻结。

2024年11月25日,有投资者在互动平台向ST易联众提问余下的海保人寿6.5%股权转让情况,ST易联众公开回复称:“处置海保人寿6.5%股权需根据相关法律法规的要求履行相应的审议程序,若有相关进展,公司将及时履行信息披露义务。”

而海马集团则是在2022年6月通过收购海保人寿原股东舜元建设(集团)有限公司所持的海保人寿12%股权完成增持,持股比例提升至32%。

目前,海保人寿董事长赵树华有海马集团工作背景。据披露,赵树华历任海南省高科技公司深圳办事处员工,海南华银国际信托投资公司资金信贷部部门员工,一汽海马汽车有限公司科长、财务部部长,海马汽车集团股份有限公司财务总监,海马财务有限公司总经理,海保人寿保险股份有限公司监事会主席,海马财务有限公司董事长,海南海田小额贷款有限公司董事长。

自2024年5月28日起,赵树华连任海保人寿第三届董事会董事长、公司法定代表人,海南省工商业联合会(总商会)第九届执委会副会长。

寿险保障产品和更多元化的综合服务。据悉,其已经与多家医疗机构合作,打造“康养医保”生态体系。

2024年5月底,对于未来3年发展,赵树华明确提出4个“坚持”:要坚持高质量发展,追求业务质量提升而非规模盲目扩张,积极拥抱监管新要求,大力推进价值型期交业务;要坚持稳健性投资,吸取历史的经验和教训,坚持审慎的思路原则,确保未来的投资风险程度小、收益可预期;要坚持合规性经营,做强监管时代的“好学生”,关键指标一定符合监管要求,决不能够触碰红线;要坚持战略性工作,深耕海南,布局岛外。