

直销银行按下刹车键 多银行下架这类APP

“没听说过,啥是直销银行?”“没有必须的理由非要用直销银行”“直销银行的理财收益其实还可以”。有网友在社交平台讨论到。不难看出,部分网友对直销银行较为陌生。

9月以来,已有三家银行陆续发布公告,将旗下直销银行APP整合迁移至手机银行APP或关停下线。

“近年来,直销银行与手机银行部分功能重叠,已有多家银行选择对直销银行APP进行整合优化,也有部分银行选择将直销银行发展成为专注财富业务的平台,以寻求差异化服务。”10月15日,博通咨询金融业资深分析师王蓬博对记者表示。



9月以来,已有三家银行陆续发布公告,将旗下直销银行APP整合迁移至手机银行APP或关停下线。

直销银行百信银行成立。2020年12月,由招商银行和京东科技旗下网银在线(北京)商务服务有限公司共同发起设立的全国第二家独立法人直销银行拓朴银行获批筹建。

记者了解到,直销银行APP属于银行本身的服务衍生,多归属银行事业部或直销银行部等部门,由直销银行部负责运营。作为传统银行“触网”的试金石,近年来,直销银行同质化严重、用户体验不佳,且在品牌效应、整体规模等方面都不如传统银行,部分直销银行于是按下了刹车键,将直销银行APP下架或整合。

江苏紫金农商银行发布公告称,该行手机银行APP与直销银行APP于2023年10月8日进行全面整合、优化升级。

9月18日,宁夏黄河农商银行也曾公告表示,因产品策略调整,黄河银行金喜鹊直销银行APP将于2023年9月26日关停下线,届时直销银行APP将无法继续使用。

两家银行均表示,相关银行APP下线或者合并后,原业务可在手机银行APP进行办理。可通过手机银行APP继续办理直销银行提现业务。

同时,独立法人直销银行的推进工作也出现了停滞。2022年7月22日,招商银行宣布,该行董事会已同意撤回招商拓朴银行(筹)开业申请并终止筹备工作。这意味着筹备多年的招商银行旗下独立法人直销银行就此按下“终止键”。

王蓬博表示,随着银行零售数字化转型的不断深入,手机银行发展迅速,功能日趋完善,直销银行开始面临与手机银行部分功能重叠、提供产品同质化、运营成本增加的尴尬处境,已有多家银行选择对直销银行APP进行整合优化。

自2017年以来,不少银行陆续关停直销银行,并把相关功能整合至手机银行中。例如有银行对手机银行、直销银行、信用卡三大渠道APP进行整合,也有银行将手机银行APP和直销银行APP合并升级。另有部分银行放弃了直销银行渠道,下线了相关业务。

此外,在今年中国互联网金融协会公布的《移动互联网客户端应用软件注册备案公告》中,也涉及多个直销银行APP,包括“珠江直销银行”“烟行直销银行”“莱商直销银行”等。

化身理财平台

直销银行起源于上世纪90年代,和国内相比,国外的直销银行模式较为成熟,一般以银行下设子公司的方式,如汇丰银行HSBC Direct、加拿大蒙特利尔银行SFNB、瑞典直接银行Extra Bank等,其业务通过邮件、电话、互联网等渠道完成。直销银行把线下铺设渠道的费用让渡给消费者,在经营成本方面更具优势,用更低的手续费和更具优势的存款价格竞争客户。

国内直销银行多隶属于电子银行部或个人金融部等下设的部门,受制于品牌效应、传统银行制度限制等因素,直销银行在发挥低成本优势方面依然存在局限。

记者测评后发现,直销银行以提供基金、理财、贷款、转账等产品和服务为主,部分附带信用卡开户、积分商城兑换、黄金投资、话费充值等内容。

例如,在某城商行直销银行APP中可以看到,在贷款专区,该行提供了纯线上信用贷款服务,为新车、二手车提供贷款,以及一手住房按揭、装修分期。而其理财板块已在今年年中整合至手机银行、个人网银“理财产品”频道办理,另在今年初暂停了部分基金产品的购买交易。

另一家农商行直销银行APP则显示了更为丰富的内容,其包含生日专属、分期商城、礼券、宠物专区、美食、电影票等更加贴近日常消费的服务。例如,用户可通过积分兑换30g熊猫银质纪念币。另推出结构性存款产品、代销理财、黄金ETF、贵金属、信用贷等服务。此外,还开通了“周年庆送金豆”系列活动,金融知识小课堂等特色内容。

值得注意的是,当前部分直销银行已转型为“理财超市”,专注财富管理业务。今年7月,某城商行直销银行APP改版升级,成为该行旗下互联网金融理财平台。另有某农商行直销银行的APP显示,其理财超市为热门板块,推出了“本行理财”与“代销理财”两大类理财产品,前者适用于持有该行银行卡,且在网点签约并开通理财服务的客户,后者适用于直销银行客户。

对于部分银行选择将直销银行发展成为专注财富业务的平台,王蓬博认为,当前直销银行与手机银行的差异化就在于理财服务,选择与手机银行合并也是因为单独运营所获取的流量不够、获客成本较高。

据《华夏时报》

对直销银行做“减法”

直销银行是指不设立线下网点,由银行搭建“纯互联网平台”,在此平台上整合自身存贷汇业务、投资理财产品。与个人网银相比,直销银行突破了本行账户局限,可向他行用户开放。

“最初银行打造直销银行平台,主要是为了突破传统实体网点限制,增加线上渠道的获客能力,以及通过线上平台提高业务办理的便利程度。”王蓬博表示。

今年是我国直销银行发展的第十年了。2013年,我国直销银行正式起步。当年7月,民生银行成立了直销银行部。2014年2月28日,国内首家直销银行民生银行直销银行正式上线。随后越来越多的银行加入,几年间,直销银行遍地开花。彼时,互联网金融汹汹来袭,直销银行由于低成本,且没有网点和地域限制,被中小银行看作“弯道超车”的利器,有数据数据显现,一度曾有60家银行推出了直销银行APP。

不仅如此,2017年11月,我国第一家独立法人

买房“以旧换新”,实操中的可行性如何?

“以旧换新”将加快置换群体旧房的卖出,从而激活市场的改善需求,不过,因为旧房可能存在楼龄较大等问题,大范围推广比较难。

手机、家电“以旧换新”是常有的事,近期,多个城市开始提倡房产“以旧换新”。

日前,浙江省海宁市发布房产新政,其中一条即鼓励房产“以旧换新”,2023年9月27日至2024年9月26日期间,鼓励房企购买意向购房人的存量房,对房企购买存量房的,给予企业总购房款2%的财政补贴。该政策表示,购房人所得房款用于置换新建商品房,将解决部分改善性购房人因首付不足,或为了享受首套房优惠利率而产生的先卖房再买房的需求。

今年以来,济南、青岛、淄博、日照、太仓等多个城市均开启了“以旧换新”活动。有房地产行业人士表示,在当前二手房普遍难卖的情况下,“以旧换新”将加快置换群体旧房的卖出,从而激活市场的改善需求,不过,因为旧房可能存在楼龄较大等问题,大范围推广可能比较难。

另外,还有观点认为,对于房企来说,“以旧换新”并非百利而无一害,因为“以旧换新”相当于购房者提前锁定房源,意味着被锁定房源将不能上市另行出售,一旦置换的购房者旧房卖出不顺利,即会导致退订,无形中拉长了新房去化周期,将增加房企的流动性压力。

两种模式

对于海宁市房产“以旧换新”的政策,记者以有“以旧换新”需求的购房者身份咨询了海宁市当地的房产中介,不只一名房产中介对记者表示,不了解该政策,也不清楚哪些楼盘可以“以旧换新”,甚至有房产中介告诫记者,“别被忽悠了”。

海宁市一名房产中介则表示:“没有房企愿意收旧房,房企买一套旧房,卖一套新房,相当于自己的房子没有卖。房企没钱赚,自然没有动力。”具体来看,当前各地房产“以旧换新”分为两种模式,一种是房企或者房企寻找的第三方接手购房者的旧房,购房者补上旧房与新房的差价即可获得一套新房,上述海宁市倡导的即是这种模式;第二种是,购房者确定好新房房源后,向房企交纳定金锁定意向房源,中介挂牌购房者的旧房,开发商给予购房者一定期限,期限内若旧房卖出,双方的购房合同生效,反之开发商则退还购房者定金。

济南市一楼盘即是第一种模式——开发商接盘旧房。根据济南当地媒体报道,2023年8月,济南一楼盘“以旧换新”,主要是由开发商牵头,项目合作方(项目施工方、承包商)参与,开发商对购房者的旧房进行收购,用于买卖或者工抵。

济南“以旧换新”的对象为有改善需求、对项目感兴趣,在济南有存量住宅的购房者,房产中介按照以往小区成交价评估其旧房市场价,购房者认可旧房评估价和意向新房的价格后,交3万元定金锁定房源,旧房过户给开发商的合作方,



一旦旧房房款到账,就可抵用为部分新房房款。

不过,并不是任意旧房都可以置换,例如,该楼盘要求旧房房龄需控制在10年以内,拥有不动产权证,不存在墙体开裂、承重墙损坏等问题,最终是否能进行置换,根据旧房的整体情况判定。另外,旧房总价不能超新房总价的60%。

青岛也是上述模式,与济南不同的是,青岛意向购房者的第一步即是登记旧房源,锁定新房房号,购房者需要交5000元“诚意金”,另外,旧房在过户前需要撤销抵押。

相比之下,更多的城市实行的是第二种模式,旧房的接盘房不定,只是“以旧换新”的旧房会被优先推介,日照、淄博、威海等城市就是这种模式。

9月,山东省日照市推出房产“以旧换新”,主要由当地房地产业协会和房产中介协会引导,参与该活动的楼盘共37个。2022年7月1日起至2024年3月31日,购房者委托房产经纪公司出售旧房,房产经纪机构依据同类存量房源的委托销售价格初步预估该房产价格,获得购房者认可后,经纪机构介绍新房楼盘信息,若购房者选定意向房源,向开发商缴纳2-5万元的新房意向金,初步锁定意向房源。

购房者分别与房产经纪机构、开发企业签定存量房《委托出售协议》,“以旧换新”《新房认购协议》,有效期分别为半年和三个月。三个月内,若该房源价格上涨,按认购签约价执行,若该房源价格下调,按下调后价格执行。若旧房在有效期内未能成功售卖,则三方协商合同延期或终止,若购房者选择终止合同,开发商退还意向金,客户无需承担违约风险。

签订《委托出售协议》后,房产经纪机构利用线上线下聚焦推广,采取VIP看房等加快旧房去化的专属服务。此外,参与“以旧换新”的购房者在享受售楼处公示的普惠价格基础上还能享受“以旧换新补贴,补贴范围为总房价款的2%-3%。

难以大范围推广

为什么近期多个城市推出房产“以旧换新”?广东省规划院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对记者表示,主要因为当前房地产市场

最主要的需求就是换房需求,但是当前换房需求实现的难度比较大,二手房挂牌量比较大,降价卖房是主流,二手房交易周期越来越长,购房者换房第一步卖掉手里的房源就遇到困难。

58安居客研究院院长张波认为,“以旧换新”模式的本质即是置换,为了卖房,开发商在购房者旧房未卖出之前,先行收取新房意向金,提前锁定购房意向。“在当前市场复苏不明显的背景下,尤其是很多三四线城市新房去化难度增大的情形下,房企有着很强的参与热情,谁抢到了这波置换需求,谁就更容易在当下市场环境取得先机。”张波说。

窥鉴咨询创始人张宏伟认为,“以旧换新”的购房者群体是房地产市场复苏中的第一波力量,每个城市都应该找到让房地产市场的“第一瓢水”。虽然很难说“以旧换新”能够带动市场交易量有多大的提升,但是起码让第一波购房需求率先活跃了起来。

李宇嘉表示,“以旧换新”有利于促成旧房的卖出,因为只要购房者确定了要购买新房,开发商和中介就会合力优先推介购房者的旧房。与此同时,李宇嘉也表示,“以旧换新”并没有想象中那么容易,大范围推广可能比较难,因为在现实中,既然业主想换房,房产本身可能就在楼龄较长、区位不好等问题,不然购房者也不会有换房的需求,另外,对于置换的购房者来说,换房是建立在有房的基础上的,若换房意愿不是那么强,大幅降价的意愿也比较小,而通常情况下,房企和房产中介肯定是希望大幅度降价卖房的。上述因素都会导致旧房难卖。

张宏伟提及,尽管“以旧换新”一般会在操作流程里明确若约定期限内旧房无法卖出,房地产开发企业按约定退还意向定金,但实际操作中,退定金或者退房往往流程比较复杂,尤其资金面紧张的开发商,退款周期较长甚至是半年以上。

另外,张波还表示,对于房企来说,“以旧换新”也并非百利而无一害,“如果购房者提前锁定了房源,这一房源将不能在市场上另行出售,一旦后续置换人群旧房卖出不顺利,亦会导致退订风险上升,无形中拉长了新房去化周期,更大程度上影响到房企的销售资金回流。”来源:第一财经

“演唱会经济”掀热潮 “音乐+旅游”成新亮点

今年大火的演唱会经济拉动了诸多城市文旅消费的增长。

10月12日至15日,周杰伦上海站演唱会连开4天。继海口、呼和浩特和天津之后,周杰伦在上海再次掀起“演唱会经济”的热潮,吸引全国歌迷赴上海,提振文旅、餐饮在内等的服务零售业态。上海周杰伦演唱会期间,除了数万场内观众外,还有不少粉丝们在场外旁听。无论是场内还是场外观众,都在以各种方式拉动着上海“演唱会经济”的发展。演唱会的粉丝热情不仅点燃城市的夜活力,也显著拉动了夜宵的外卖增长。外卖数据就印证了粉丝们对城市线上餐饮及零售的消费拉动。

饿了么数据显示,10月12日当天,平台上海游客夜宵外卖量日环比增长24%,徐汇区及其附近的长宁区夜宵订单量更是增长显著。徐汇区日环比增长44%,附近的长宁区增长56%。体育场周边小区的阳台、天桥下等都成为“野生看台”,不少消费者直接外卖下单折叠马扎、一次性雨衣、啤酒饮料和夜宵等与场内“同乐”。美团、大众点评数据则显示,周杰伦上海演唱会期间,上海的旅游消费订单较去年同期增长100%。上海地区餐饮堂食订单量较去年增长超150%。

不仅是上海。饿了么数据显示,周杰伦演唱会期间,其他四座城市的夜宵外卖量均环比增长一倍及以上。海口游客外卖量环比前一周增长83%,呼和浩特、太原和天津也分别增长80%、60%和130%。

除了江浙沪客群之外,上海周杰伦演唱会还吸引了不少北京、深圳、武汉、广州、成都等地的游客。美团、大众点评数据则显示,9月12日、9月27日的门票开售日,演唱会期间的住宿迎来两波提前预订高峰。而上周,上海体育场附近的徐家汇商圈跃居上海热门夜宵商圈第二。

同程旅行数据显示,10月12日至10月15日期间,尽管已经进入国庆节后旅游淡季,但上海酒店的整体搜索热度仍位居全国前三位;演唱会期间,上海酒店整体预订量环比上涨约80%,体育场周边多家酒店更是提前多日售罄,呈现出“一房难求”的情况。

同程旅行相关负责人介绍,音乐节和演唱会已成为国内目的地城市吸引年轻游客的重要方式,“音乐+旅游”系列产品将在未来成为旅游企业的新亮点。

“演出经济是文化消费与旅游消费的融合。演出市场的持续活跃,将吸引更多外地游客,有力拉动区域内的住宿、交通、餐饮等多业态增长。”美团文旅研究院院长路梦西分析称。但外界关注的一个问题是,单单靠数日演唱会为各城市带来的订单和游客,并不一定可持续。清华大学国家战略研究院特约研究员刘旭对记者分析称:“单靠靠演唱会拉动城市消费是不可持续的。目前演唱会的火热更多是疫情影响后对大型文娱活动市场需求的集中释放,从中受益的也主要是自身旅游资源禀赋占优的大城市。”

那要如何避免演唱会对城市消费带来的拉动只是“昙花一现”?刘旭认为,只有当不同文化消费需求得以持续满足,人们恢复了线下文娱活动的消费习惯,才能让由此带来的经济效益持续化。否则,人们也会对单一文娱形式形成审美疲劳。不同人群对休闲活动的需求也是差异化的,需要做更进一步地区分和细化,才能激发潜在的需求。来源:第一财经