

一线调查

部分贷款中介仍称“可操作”首付贷 银行表态严格把关

■本报记者 刘萌
见习记者 杨浩

近年来,监管部门三令五申,严禁信贷资金违规流入楼市。不过,《证券日报》记者近日调查发现,仍有部分贷款中介公司企图顶风作案,给首付贷穿上经营贷的“马甲”流入房地产市场。

接受记者采访的多位专家表示,购房者要警惕相关风险,监管部门需进一步加大监督和审查力度,对涉及违规的中介机构、金融机构进行严厉打击和处罚。

多地房贷利率上调 经营贷也略有上浮

近期,多地多家银行纷纷上调房贷利率。融360大数据研究院对全国42个重点城市房贷利率的监测数据显示,进入2021年,全国房贷利率整体水平开始止跌转涨。2021年5月份(数据采集期为2021年4月20日至2021年5月18日),全国首套房贷利率平均利率为5.33%,较2020年底上涨11BP;二套房贷利率平均利率为5.61%,较2020年底上涨8BP。

以成都市为例,《证券日报》记者以购房者身份咨询成都市部分银行和房产中介了解到,目前绝大多数银行的首套房贷利率为6.125%。

成都市双流区链家的一位房产经纪人告诉记者,成都目前首套房贷利率大多在6.125%,在全国范围内算比较高的;此外,有个别银行能提供5.88%的首套房贷利率,不过对于客户资质以及贷款额度都有更高、更细致的要求。

“近期办理购房业务,从网签、面签到下房本大概需要三周时间,房产抵押到银行后,贷款放款时间至少需要半年。”上述房产经纪人告诉记者,“也就是说,即便现在看房,可能到年底银行也放不了款,买家要跟卖家协商好。”

当然,并非所有地区的房贷利率都“破六”。浦发银行一位员工在接受《证券日报》记者采访时表示,目前

该行对北京地区的首套房贷利率为5.2%(即五年期LPR+0.55%),二套房贷利率为5.7%(即五年期LPR+1.05%)。

《证券日报》记者注意到,在各地严查经营贷违规流入楼市的同时,近期经营贷利率也有所上浮,不过整体而言还是明显低于房贷利率。家住北京市朝阳区的王先生告诉记者,今年3月份他曾向银行咨询过经营贷,彼时个贷经理告知评级高的客户10年期经营贷年利率为3.85%。5月份,当其准备好相关材料,准备申请经营贷时,个贷经理告知“目前经营贷年利率最低为4.3%,测评分数较低的客户年利率为5.35%”。

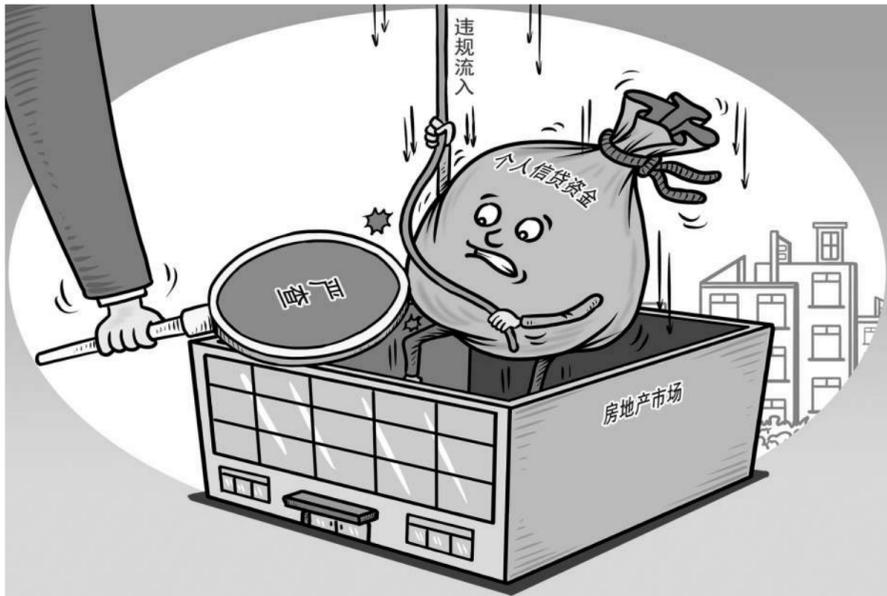
事实上,对于动辄几百万元、甚至上千万元的购房贷款资金需求来说,利息差距所产生的成本差距也较大。

部分贷款中介称“有成功案例”

在严监管背景下,首付贷是否已被彻底取缔?5月24日,《证券日报》记者以需要资金周转为由咨询了几家贷款中介公司。

在联系一家贷款中介公司咨询时,记者表示自己名下没有公司但想办理经营贷,工作人员介绍称,该公司可以通过操作变更一家两年以上的“老公司”来解决记者的问题。当记者明确表示自己想用这笔经营贷作为首付买房时,该工作人员表示:“可以,近期有很多成功案例,我们存在的意义就是帮助您解决资金风险问题,避免资金被银行抽回。”该人员告诉记者,其所在公司收取的服务费用根据顾客的征信情况和大数据来做评分而定,最低为贷款金额的1%起。

而在与另一家贷款中介公司交流时,记者表示自己贷款资质不够,亲戚名下有公司但没有流水也无经营业务,是否可以借其名义办理经营贷,工作人员称,“应该没问题”,并邀请记者面谈,详细说明具体办理流程 and 细节。不过,对于记者“经营贷是



否可以购房”的询问,上述工作人员表示:“贷款是不能进入楼市和股市的,只能用于公司经营或消费。”

为了解北京地区各家银行对于经营贷违规流入楼市的审查是否严格,《证券日报》记者又以贷款人身份走访、咨询了多家银行。对于贷款用途,各银行工作人员均表示,信贷资金只能用于企业生产经营相关活动,不得用于买房、炒股、买理财等各类投资。

招商银行个贷部门员工对《证券日报》记者表示,近期银行对于经营贷资金贷后检查非常严格,一旦查出资金挪用,违规客户需马上提前还款,除银行自查外,相关监管部门也会对部分资金流向进行抽查。

在另一家银行,个贷部门工作人员对《证券日报》记者表示,目前办理经营贷业务在贷前、贷中、贷后等环节都比以前更加严格,比如对于借款人提供的资料,包括公司成立时间、借款人持股比例、是否是法人、公司主营业务、抵押房产的房本年限等条件,都有更加明确以及严格的要求。同时,如果出现银行员工诱导客户、配合贷款中介审核资料不严谨等情

况,除违规贷款被撤回外,相关员工也将被严肃处理。

58安居客房产研究院副院长张波在接受《证券日报》记者采访时表示,对于购房者来说,违规使用首付贷可能会有两种后果,一是由于通过首付贷来筹集资金买房本身就不合规,一旦被查,金融机构可能会要求购房者立刻偿还贷款本金,从而导致房产面临拍卖的风险。二是由于首付贷本身涉及违规贷款,购房者后续各类贷款的申请都会受到影响。

“如果中介机构在首付贷中起到协助作用,甚至是主动代为制作各类虚假资料,则会面临相应的法律制裁。”张波说。

监管部门加大查处力度 专家建议从两方面发力

近些年,监管部门不断加大对信贷资金违规流入楼市的查处。例如,银保监会浙江监管局5月18日作出的处罚决定显示,当地一家商业银行的主要违法违规事实为:个人经营贷款管理不审慎,资金挪用于购房;个人消费贷款管理不审慎,资金挪用于购

房;同日,深圳银保监局作出的处罚决定显示,某国有银行深圳分行的主要违法违规事实为:个人消费贷款三查不尽职,信贷资金被挪用;经营性物业抵押贷款未有效核实贷款用途真实性,资金被挪用于房地产开发等。

那么,如何防范信贷资金违规流入楼市?北京金诉律师事务所主任王玉臣对《证券日报》记者表示,监管机构需要加强监管,严格执法,多抽查、多监督。作为银行机构,要加强内部管理,也要对贷款的走向进行监管。

“一方面需要加强首付资金来源的审查力度,包括对贷款人的流水以及征信情况进行更深入的审核,以防止首付贷等违规资金流入楼市;另一方面则需要强化对金融机构的监督,并对涉及违规发放首付贷的金融机构加大处罚力度,同时对相关中介机构也同步进行打击和处罚。”张波从两方面提出建议。

“消费者也要避免相关违规操作,以避免造成自身经济损失。”中国房地产数据研究院院长陈晟对《证券日报》记者表示。

甘肃越野赛悲剧背后: 行业注册企业量创新高 利润微薄鱼龙混杂

■本报记者 谢若琳

5月22日,在甘肃省白银市景泰县黄河石林景区举行的黄河石林山地马拉松百公里越野赛遭遇极端天气。次日消息称,共有21名参赛人员遇难,其中包括多名越野圈资深选手,这也是国内举办跑步赛事以来,最严重的一场事故。

严格来说,越野跑与马拉松并不一样,咕咚创始人兼CEO申波在接受《证券日报》记者采访时表示,马拉松属于城市户外运动,而越野跑更像是极限运动,涵盖的地形地貌非常丰富,距离往往也比马拉松更长,同时气候变化莫测,“可以说,马拉松只是越野跑的基础”。

知名越野跑训练营V越野创始人赵雷告诉《证券日报》记者,甘肃越野赛的悲剧值得全行业反思,国内越野跑产业还处于发展初期,一般赛事举办是地方政府联合体育公司共同举办,公司方主要负责执行环节。但从收益来看,越野赛执行公司主办一场活动的利润微薄,因此业内大小公司野蛮生长,能力参差不齐。

国内越野赛 远未实现商业化

“实际上,大部分承办越野赛的执行公司是不赚钱的。”赵雷告诉记者,执行公司组织一场越野赛的收入主要分为三部分,即政府补贴、广告招商以及选手报名费。但国内越野赛远未实现商业化,其主要收入来源仍依靠政府补贴,目的就是拉动地区经济,带动当地旅游业。比如此次黄河石林百公里越野赛,主要目的就是宣传黄河石林景区。

据了解,此次黄河石林百公里越野赛的执行公司为甘肃晟景体育文化发展有限公司(简称晟景体育)。天眼查APP显示,晟景体育成立于2016年9月份,注册资本500万元,经营范围包括广告设计、制作、代理及发布;展览展示承办;体育赛事活动策划等。

晟景体育的法定代表人吴世渊涉猎广泛,除体育公司外,他还在8家企业任职,涉及食品、建筑、文具、农业、绿化工程等领域。从股权结构来看,晟景体育的股东有两人,其中吴世渊持股50%,公司监事张小燕持股50%。张小燕在5家企业任职,大部分与吴世渊有所交集。

据公开数据,晟景体育成立两年后,首次承办大型体育赛事。2018年5月14日,晟景体育中标“首届黄河石林国际马拉松运营服务项目”,具体采购内容包括:编制欢乐体验赛(5公里)、全程马拉松(约42公里)、百公里越野赛(100公里)等三项赛事的运营方案,采购总资金为163万元,中标金额为150万元。

此后,晟景体育还多次承办马拉松相关赛事。2019年7月10日,该公司竞得“2019年首届平川半程马拉松运营服务项目”,成交金额为98万元;2019年9月29日,该公司竞得“2019靖远第三届国际马拉松运营服务”,成交金额为149.5万元;2020年12月10日,该公司中标“美丽乡村健康跑2020年线上线下马拉松运营服务项目”,中标金额为149.55万元。

在赵雷看来,越野赛与日常理解的马拉松赛事有所区别,前者对参赛者和组织者的综合能力要求更高,尽管都是跑步,但这两种赛事的举办方往往不同,“马拉松赛事的规模更大,对组织者要求更高,马拉松有统一的赛事组织细则,如果没有经验是很难完成的,而越野赛属于小众市场,需要在马拉松的组织基础上增加更多内容,所以执行公司也是鱼龙混杂。”

小型执行公司 生存空间将被进一步挤压

无论是马拉松赛还是越野赛,跑步经济近年来已成为资本市场的宠儿。中国田径协会发布的《2019年中国马拉松大数据分析报告》显示,2019年全国共举办马拉松规模赛事1828场,较2018年增加247场,平均每天举办马拉松赛事超过5场。

天眼查提供给《证券日报》记者的独家数据显示,我国现存马拉松相关企业超过240家,其中31%的相关企业注册资本在100万元以下,近28%的相关企业注册资本在1000万元以上。2019年,我国新增41家马拉松相关企业,2020年新增48家相关企业,年注册量为近年来最高。截至2020年5月24日,咕咚、乐刻运动、悦跑圈等121家跑步类企业获得了融资。

近年来,马拉松赛事如雨后春笋般出现,艾媒咨询CEO张毅在接受《证券日报》记者采访时表示,导致“马拉松热”的原因是多方面的,第一,在体育运动中,跑步是有效且简单的运动形式;第二,组织马拉松赛事的要求简单,对举办地的地区经济有明显拉动作用,同时可以促进地区旅游、消费;第三,跑步会分泌多巴胺,参与马拉松赛事会感觉轻松愉悦,参赛人员跑得越多越容易产生上瘾情绪。

“自2015年以来,跑步类赛事增长迅猛,2020年受疫情影响大型体育赛事停办,对行业造成冲击,预计2021年市场有望恢复至2019年水平。从消费规模看,跑步类赛事的市场规模将维持在1000亿元左右,预计到2025年,市场规模将达到1650亿元。”张毅进一步表示。

赵雷认为,未来越野赛的审批势必会收紧,对于组织公司的救援、通信、安保系统等相关能力的要求也将更高,“未来大型越野跑的赛事或将减少,小规模执行公司的生存空间将被进一步挤压。”

本版主编 沈明 责任编辑 陈炜 制作 王敬涛
E-mail:zmzx@zqrb.com 电话 010-83251785

直击股东大会

瞄准跨境电商快递领域 圆通速递国际化布局筑起发展“护城河”

■本报记者 李勇

快递物流的发展正进一步提升人们的生活便利性。“世界因我们触手可得”是圆通速递确立的发展愿景,随着公司国际化战略的不断推进,这一愿景已经开始照进现实。

历经二十余年发展,圆通速递不仅形成了覆盖全面、高效稳定的国内快递服务网络,也构建了完善的国际网络布局,目前已在全球布局46个自建站点,在18个国家和地区拥有公司实体,业务覆盖超150个国家和地区,运营超2000条国际航线。

圆通速递总裁潘水苗在日前召开的2020年度股东大会上表示,中国快递行业的效率在全世界都是最高的,未来一定会国际化,快递行业是一个大赛道,商业模式也很好,拥有非常好的发展前景。

提质增效市占率稳步提升

圆通速递的2020年度股东大会吸引了很多投资者参与,其中不乏多年参会的长期关注者。

“两年前的股东大会上,也是在这间会议室,我问了一个‘电商9块9包邮’的问题,你回答说‘9块9包邮’是很正常的价格,当时市场上出现的最低价格是‘1.8元包邮’的吃小龙虾用的‘手套’。”一位股东对快递行业愈演愈烈的价格战十分关注,其在交流环节向潘水苗提问称,自己前几天花费0.3元买到了5支包邮的笔芯,目前市场上所能见到的包邮价已经较两年前的1.8元进一步下降,价格战是否是因为一些新企业加入竞争而起?公司对行业内出现的价格战有什么样的判断?

对于这样的提问,潘水苗回应称,价格战的出现与近年来市场上新玩家的人局并没有必然联系,其核心原因还是目前中国快递行业相对比较分散,从全世界范围来看,在美国等很多市场,头上的两三家公司就占据了90%以上的市场份额,相较之下,中国快递行业的集中度并不高。潘水苗进一步表示,中国每年运

送的包裹量比世界其他国家的包裹量加在一起还要大,中国快递市场是世界上最大的市场,市场容量比任何国家都要大,所以可能会有更多快递企业得到生存发展。

“行业集中度的进一步提升,一般会有两种途径,第一种是通过收购兼并,来减少玩家,最后达成相对稳定的市场秩序;第二种是由激烈竞争引发的价格战,也会加速这个发展进程。”潘水苗表示,中国快递企业的经营模式比较特殊,主流是加盟模式,导致收购兼并难度特别大,价格战的出现是有其客观原因的。

“价格战是行业集中度进一步提升过程中出现的一个现象,但这个过程不会特别漫长。”潘水苗表示,这两年在价格战背景下,行业已经快速分化,企业间的市场份额也在拉大,竞争能力强、服务水平好的企业,市场份额持续提升,而整体能力较弱的企业可能会出现亏损,市场份额也不断下降。

记者注意到,通过积极推进数字化转型,在优异的成本管控下,圆通速递单票成本大幅下降,市场业务量快速增长,市场竞争能力不断增强。公开披露数据显示,自2017年至2020年,圆通速递的市场占有率分别为12.64%、13.14%、14.35%和15.17%,持续稳步提升。2020年,在新冠肺炎疫情背景下,圆通速递全年实现营业收入349.07亿元,同比增长12.06%;实现归母净利润17.67亿元,同比增长5.94%。

今年一季度,公司实现营业收入89.60亿元,同比大增61.91%,实现归母净利润3.71亿元,同比增长36.69%,继续保持着较快增速。公司最新披露的4月份经营数据数据显示,4月份,公司快递业务完成量13.09亿票,较去年同期增长39.03%,业务增速在已披露同期数据的公司中名列前茅。

赋能网络持续稳健发展

价格战背景下,基层的加盟网点也承受着较大压力,对于股东大会上投资者关心的基层网点问题,潘水苗表示,对于快递企业来说,网络稳定

是根基,无论投递时效、服务质量,还是整体业务量的增长,都要建立在一个稳定的网络之上。公司通过一系列行之有效的措施,基层网点一直比较稳定。

“面对价格战,很多基层网点都面临很大的经营压力,最主要的表现是派费下降,还有一个压力来自于前端价格战,导致收件利润也在变小。”潘水苗表示,“以前派费是随着市场情况不断变动的,网点没有确定性。作为应对,公司做了‘兜底派费’,从去年4月份到现在,公司的派费一直保持稳定。”

“光对派费做兜底是不够的。”潘水苗表示,公司还同时做了几件事情,一方面帮助网点提高派送效率,另一方面对网点赋能,帮助网点多渠道创收,提升其运营和管理效率。

“网点想要在现有派费水平上实现更好的盈利,就只有提高派送效率这一条路。”潘水苗介绍说,“具体的做法就是增加终端建设力度,通过提高入网率提升效率,还有就是公司重点推广的驿站直送。”

具体来看,在对网点赋能方面,潘水苗介绍说,一是从终端本身,通过参与社区团购等方式,帮助网点多渠道创收,二是加强对加盟商的规范管理,帮助加盟商提高操作效率,降低运营成本。

“驿站做的就是包裹的进出,是最天然的自然点。”潘水苗表示,公司主动对接总部,与各个社区团购做好系统对接,打通快速结算系统,再由驿站自己去选择当地做得好的平台进行合作。据潘水苗介绍,目前全网4万多个“妈妈驿站”,已经有很多驿站通过做社区团购实现创收,增加了一部分收入。

在提高加盟商运营质量方面,潘水苗表示,“以前快递行业很多公司的管理都比较粗放,很多加盟商操作成本失控,管理不到位,未来,加盟模式与直营模式的边界会越来越模糊,加盟的出路就是做成强管控的加盟。”

“就像一些快餐企业,完全都是标准化管理,消费者进去,根本分不清是加盟店还是直营店。”潘水苗表

示,“快递业未来也要不断强化对加盟商的管理,不是让他自己去琢磨、去试错,而是要把具体的操作、财务、绩效考核等做成标准化的体系,再输出给加盟商。”

“圆通速递一定要把加盟商当作自己的分公司,去给网点赋能。”潘水苗说。

国际化筑起发展“护城河”

“之所以会出现价格战,是因为业务同质化。”潘水苗在股东大会上表示,“随着行业竞争的升级,怎样去体现能力差异,一定会在产品、在服务端做分层,未来的国内快递市场,一定会做差异化的服务,今年行业内的头部企业,也都在做这件事情。”

潘水苗认为,未来快递行业一定会成为物流行业最主要的整合者。

“2020年,整个物流市场规模超过15万亿元,非常巨大,快递行业整体市场规模达8800亿元,今年有望超过1万亿元。”潘水苗进一步解释说,“快递是所有物流形态中壁垒最高的一个行业,一是有巨大的规模效应,量大的企业和量小的企业,在成本端完全不同;二是新兴企业要想建立覆盖全国的服务网络,难度也极高。网络的覆盖和成本端,都存在着巨大的壁垒。”

潘水苗认为,未来的快递业一定会进一步延伸拓展,从单一的快递物流转向包含快递、快运、仓配等一系列服务在内的综合物流服务,快递企业也一定会加速国际化。

“中国的快递成本在全球都是最低的,运营效率在全世界都是最高的,快递企业未来一定会实现国际化。”潘水苗表示,“目前国内的快递企业,单票快递成本基本在2元到3元就可以发遍全国,折算下来不到0.5美元,而反观全球,几乎没有哪个国家的快递成本低于5美元。”

潘水苗认为,目前国内的快递企业没有实现大规模国际化,主要有两方面原因,一方面是国内快递行业集中度进一步提升的过程还没有完成,国内市场竞争还非常激烈,另一方面,很多公司