

互联网金融展提供互联网金融安全解决方案

■ 本报记者 兰 馨

互联网金融产品正在渗入当下生活的各个层面,在带来便利的同时,也存在着安全隐患。将于12月10日至13日在北京中国国际展览中心(老馆)举办的首届中国(北京)国际互联网+金融博览会(以下简称互联网金融展),即欲为互联网金融搭建一个提供安全解决方案的平台。

2015年国务院及相关部委先后发布了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(以下简称《“互联网+”意见》)及《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》(以下简称《互联网金融指导意见》)等文件,对“互联网+”及“互联网金融”的发展指出了明确的方向。

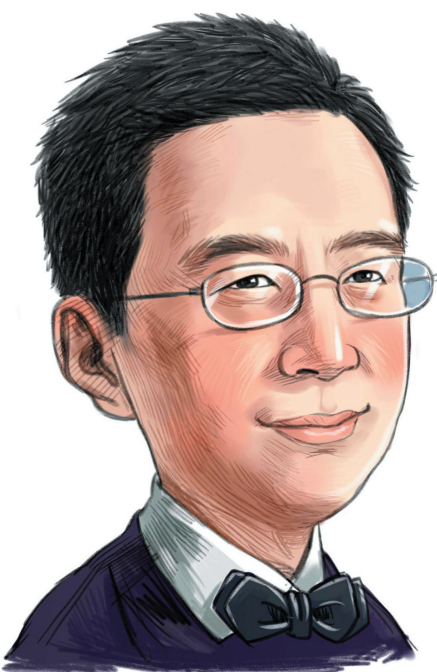
为配合国家相关重要政策的落实,促进我国互联网金融的健康发展,经中国贸促会批准,由中国国际展览中心集团公司(以下简称中展集团)、易观智库主办,中国电子商务协会、国际商会中国国家委员会银行委员会、品今(香港)控股集团协办,中国贸促会、中国国际商会支持,北京华港展览有限公司、中展海外展览有限公司、北京文行国际会展有限公司以及北京易观智库网络科技有限公司承办的首届互联网金融展,将吸引200多家企业参展。

本次互联网金融展首次将互联网+、大金融、众筹及私人理财等诸多线上线下金融项目通过传统的展览平台整合起来,以“融合共赢促发展 普惠金融利民生”为主题,以互联网+新型展会的创新模式,展示我国互联网金融行业的发展。

展示“互联网+”新业态

中国电子商务协会副秘书长李建华表示,《“互联网+”意见》和《互联网金融指导意见》系列文件的出台促使我国互联网+金融脱离了目前的“三无”,即“无门槛”、“无监管”、“无规则”状态,使得互联网+金融行业更加健康、有序地发展。

近年来,我国互联网金融产品服务不断发展,并取得不俗“战绩”。2014年,我国



■ 沙克仲

中国展览场馆总面积是否已经超过美国和德国,成为世界第一,笔者没有看到官方的统计,无从断言。不过,即使中国目前不是世界第一,按照当下各城市的展馆建设速度,成为世界第一也是迟早的事儿。

在中国最大的展览城市上海,去年出了个“巨无霸”——国家会展中心。它在两个方面给上海的展览市场带来了变化,既是相同题材展会的竞争,同时它也带来了展览场馆之间的竞争。现在,无论是展览场馆的总面积,还是展览场馆的数量,上海应该都已经是世界第一了,没有哪个城市能够望其项背。

而在许多二线城市,展览场馆的新的建设热潮也正在掀起,一大批即将竣工的会展中心将在今后两三年内投入使用。有的二线城市的第三、第四个场馆都已经在规划之中。

从目前场馆建设的现状和趋势来看,重复建设、超前建设造成资源浪费将不可避免。

对于这一现象,人们一般会习惯于从



本报记者 季春红摄

第三方支付市场交易规模达5992.7亿元,同比上涨391.3%。互联网基金“宝宝”类产品超过80只,85家保险公司开展了互联网保险。今年上半年,P2P网贷正常运营平台数量上升到2028家,比2014年年底增加28.76%,成交额超过6800亿元。

互联网金融展作为A10中国国际互联网创新、融合与应用博览会最重要的主题展会之一,此次规模近1万平方米,目前已有包括蚂蚁金服、腾讯、光大云付、陆金所、南洋商业银行、信和、品今(香港)控股集团、新一站互联网保险等知名品牌企业表示了参展意愿。

同时,由易观智库、中展集团联合主办的“量化变革之数说金融新常态”论坛也将于展会期间举办。据介绍,论坛将就大数据时代下的互联网金融创新、挑战与发展等展开深入的交流和探讨。

展会组委会有关负责人表示,任何新生事物的成功都需要经历一个不断尝试和完善的

过程。目前政府出台的政策对行业构建了基本框架,但仍然需要后续相关细则的出台,对企业哪些能做、哪些不能进行更严格的界定。

聚焦互联网金融安全

据李建华透露,截至2015年上半年,我国互联网金融产品网民渗透率为68.1%,这意味着近七成网民使用过互联网金融产品。

互联网金融产品包括第三方支付、P2P网络借贷、股权众筹融资、互联网基金销售、互联网保险、互联网信托和互联网消费金融等。在快速发展的背后,其安全性也成为公众关心的问题。以P2P网络借贷为例,今年上半年P2P问题平台高达419家,是去年同期的7.5倍。

除传统金融业务的网络化之外,第三方支付、P2P网络借贷、大数据金融、众筹和第三方金融服务平台、互联网保险平台、网络基金平台等多样化在线金融平台及服务,将成

为本届互联网金融展的参展主体。

近年来,随着互联网金融风险的不不断暴露,安全性成为大众最关心的问题。展会现场除了展示互联网金融产品外,主办方也将设立专业的互联网金融周边产品及服务展区,从互联网安全、线上反欺诈、征信服务等多渠道展现互联网金融安全解决方案,普及互联网金融安全,推动互联网金融行业健康、有序发展。

组委会有关负责人表示,互联网+金融相关政策的陆续出台对企业起到了指导性作用。“互联网+”是国家支持的新业态,该行业政策的制定是以服务于创新为基本出发点,同时,以控制风险为最终目的。

据悉,互联网金融展将每年举办一届。



一个跟展览行业无关的“展览”问题

会展经济的角度进行解读。而实际上,这个问题绝不是从展览行业的角度能够解释的了的。

展览场馆的兴建会带动地方会展经济的发展,但会展经济所引致的经济和社会效益,包括宾馆、餐饮、旅游等方面的增值收入,是展览场馆经营主体本身得不到的。相对而言,政府则可以通过税收的增长享受到会展经济带来的经济效益。因此,建设和经营展览馆这种“赔本的买卖”多半是由政府来做的。这可以看作是会展经济的一个基本规律。

当然,世界上也不乏私营主体投资展览场馆建设的案例,原因在于这些私营主体可以从“其它方面”把场馆建设经营的成本拿回来,并获得相应的利润。在美国,这个“其它方面”可以是博彩;在中国,则是房地产开发。

从这个意义上说,在我国,即使是私营企业对展馆的投入,本质上仍然是纳税人利益的让渡,实际上也是纳税人的投入,因此不管谁来投资建馆,对于场馆建设的投入产出比和综合效益的分析,都不应该草率对待。

对展览场馆的立项进行论证是一个有一定技术含量的工作。从会展经济的角度来看,一个地方政府是否需要兴建会展场馆、建多大的会展场馆、建几个会展场馆,主要需要依照一个简单的经济原理——供需关系来定。在发达国家,城市的政府部门在决策是否建馆、建多大的问题上会委托第三方机构出具一个调研报告或者咨询报告,内容主要集中在供需关系分析上,包括对有可能在该城市举办的展览会数量和面积进行估算;通过对展览主办机构的意向调查推测由外地引进来的展会数量会有多少,由此带来的外地展商和观众、本地展商和观众的数量有多少;还包括对当地展馆、餐饮的接待能力的评估,以及对外地展商和观众在当地的消费及其能够给城市带来的税收增加值的评估、会展经济对其它

行业的带动效应评估,等等。

在对会展经济效益评估方面,美国则比较关注外地客人的消费,即所谓的out-of-states(cities) money。在德国,人们更多地谈论会展中心及其所举办的展览和会议的乘数效应或拉动效应,研究展览活动在一个城市或区域内产生的直接、间接和引致效应。最为典型的是有关机构对德国慕尼黑地区展览行业1比7-10拉动效应的推算。

咨询报告在西方国家建馆决策过程中必不可少,有很多城市为提高透明度甚至会把相关报告向社会公布。

这种做法体现了对纳税人的负责态度,是顺理成章的,能投入十几亿、几十亿元建展馆,花几百万元做咨询调查报告应该不为过。

但是,为什么在我国却几乎看不到地方政府委托第三方出具咨询报告呢?原因其实很简单,不需要。因为我们的地方政府在财政资金支出方面的裁量权很大,多数情况下领导们拍了板,事情十有八九就定下来了。西方一些国家的地方政府大量动用财政资金是很难的,需议会批准,而议会会进行严格的审核,论据不充分,议会就可能不买政府的账。当然,我们也有“人大”,但“人大”如何摆脱“橡皮图章”的帽子,如何在预算制定、审议和执行过程中发挥监督、制衡作用还依然是个课题,远远不能说完善。当然,一些有背景的国企花起钱来容易程度也不遑多让。

“场馆建设热”(简称“建馆热”)的现象还可以从另外一个角度来理解。运用利益相关者分析(stakeholder analysis)很容易看出,以发展地方经济的名义建设展览场馆各方很容易达成共识。一个城市要建设场馆,其利益相关者会包括地方政府决策机构、地方政府展览、旅游部门、展览行业内的相关企业、媒体、居民、餐饮旅游行业等。无需详细分析就可以看出,无论从各

相关方与场馆建设的利益相关点、可动用的资源和动用资源的能力、还是对建设场馆的态度上看,均有利于政府作出建设展览场馆的决策。笔者曾对国外地方政府建设场馆利益相关者进行分析,虽然横向比较,来自利益相关者的反对的力量大于我国,但总体上支持建馆的力量同样占据优势。因此,在某种意义上,无论国内还是国外,地方政府都有一样有建馆的“冲动”,只不过由于国外权力制衡机制发挥的作用比较强,展馆建设的立项和决策过程还是比我国复杂和困难得多。国外的体制缺点是容易造成效率损失,而在我国,各城市盲目上马、超前建设的可能性则更大。

总之,通过会展经济拉动地方经济发展似乎又是一个简单的、容易令人信服的理由,但投资建设会展场馆涉及资金额度巨大,因此如何进行理性的分析做出正确的投资决策十分必要。地方政府需要认真地对影响地方会展场馆经营的多方面因素进行研究,在这样的研究基础上作出的决策才更为科学客观。

笔者2005年曾就国际国内场馆建设问题写过一篇论文,虽为内部使用未曾公开发表,但所谈的问题在十年后的今天依然存在。现在再谈这个话题依然具有现实意义。

总结一下笔者的个人观点,一、场馆建设由于投资巨大,需要科学谨慎的论证;二、建馆问题虽然涉及到会展业,但实际上不是会展经济的问题,而是一个公共管理的问题;三、目前我国公共管理体制下,“建馆热”似乎会必然地出现,而如何完善公共管理体制,避免“建馆热”造成的资源浪费,是值得有关方面关注的问题。

(作者系北京圣讯文化发展有限公司总经理)



本栏目文章涉及版权,转载请注明出处。

会展传真

杭州获得2022年亚运会举办权

本报讯 近日,在土库曼斯坦首都阿什哈巴德举行的第34届亚奥理事会代表大会上,亚奥理事会主席艾哈迈德亲王宣布:中国杭州获得2022年亚运会主办权。杭州成为继北京、广州之后,第三座举办亚运会的中国城市。

艾哈迈德亲王表示,作为杭州的合作伙伴,亚奥理事会希望能够共同协作达成目标,成功举办2022年亚运会,祝贺并且感谢杭州主办亚运会,希望能在美丽的杭州见到大家。

此前杭州已经成功获得2018年世界短池游泳锦标赛承办权,这次申办亚运会,杭州更是志在必得。尽管没有竞争对手,只有杭州一家申办,亚奥理事会还是根据规则,在杭州申办代表团陈述后进行表决,在获得亚奥理事会45个会员中半数以上的票数后,杭州成功获得2022年亚运会举办权。

在大会陈述过程中,申办代表团成员、杭州市市长张鸿铭提出了“绿色、智能、节俭、文明”的申办理念,得到亚奥理事会会员们的认可。

(栢 雯)

“今日会展”网站成立专家顾问组

本报讯 近日,由中国贸促会开设的专业会展服务网站“今日会展(www.expo-today.com,微信号:expotoday)”正式成立了会展行业专家顾问组,这将为我国会展行业的健康发展提供强有力的智力支持。

据了解,该顾问组作为“今日会展”的常设咨询机构,将为“今日会展”平台的发展提供指导,并为中国贸促会乃至全国的会展工作建言献策。为此,“今日会展”将开辟专家专栏,刊登专家的独家评论。

顾问组首批专家共12位,经多方推荐和严格遴选产生,其中既有展览、会议行业的权威人士,也有在会展研究、会展教育等领域卓有建树的权威学者,以及拥有多年业内工作经验的领军人士,具有较高的权威性和广泛的代表性。

据悉,“今日会展”网站通过整合贸促系统及社会上的海量会展资源,为社会和企业提供最权威、最准确、最及时、最全面的会展行业资讯和行业数据搜索查询服务。此外,该网站将于2015年年底开辟“会展人才”频道,为国内外会展行业提供人才交流和培训教育等服务。

(曾青青)

顺德欲打造潭州水道会展经济带

本报讯 继国际会展巨头汉诺威落户之后,顺德欲再往现代农业会展经济发力。据悉,顺德计划在潭州水道以北,依托陈村花卉世界进一步发展农业会展经济,与由汉诺威参与运营的广东(潭州)国际会展中心项目工业展形成呼应,从而形成一河两岸的会展经济带。

作为广东食用农产品博览会的举办地,近年来,陈村花卉世界凭借深厚的现代农业产业基础已逐步从生产加工向流通展示领域延伸。而作为顺德乃至重要的珠三角农业会展平台,花卉世界也从原来的单一花卉苗木展示逐步向综合性的现代农业展示中心发展转型。“希望依托陈村花卉世界进一步提升顺德的农业会展的品牌,从而与潭州水道南岸的汉诺威工业展比翼齐飞,相得益彰,共同推动顺德会展经济的发展。”顺德区政务委员徐国元表示。

据了解,为提升顺德会展经济的影响力,顺德还计划将农博会升级,“目前农博会影响力还在广东的范围内,下一步希望争取扩大到华南和全国。”徐国元透露,今后还有意借力川藏桂黔等农业大省的优质资源和平台,推动顺德农业拓展发展空间。

(罗湛贤)

四川省将规划会展区域布局

本报讯 据四川省博览局消息,四川省将科学规划会展区域布局:一是以西博会为龙头,优化品牌展会布局。充分发挥西博会的带动、引领、示范和辐射作用,通过在有条件的市(州)或专业市场设立西博会分展场、分会场和举办重大专项活动等措施,带动市(州)会展业和相关产业发展。

二是以成都市为龙头,优化会展城市布局。以成都为发展极,着力打造成都平原会展经济带。以川南、川东北和攀西等三大城市群为依托,着力培育会展业发展新增长点。其余区域发展特色鲜明、优势明显的展会或节庆活动。

三是以中国西部国际博览城为龙头,优化会展场馆布局。加快建设中国西部国际博览城,着力打造中国西部最具影响力的国际会展中心。支持有条件的市(州)采取市场化方式,规划建设综合实用、规模适度、功能完善的中小型会展场馆。

(荣 成)