



經濟觀察家



交銀觀察

交通銀行金融研究中心高級研究員 何飛

目前內地商業銀行與支付巨頭都在集中火力推廣ETC。ETC是指全國高速公路電子不停車快捷收費系統，亦為生態（Ecology）、技術（Technology）、客戶（Customer）三者的結合體。ETC生態布局是一場攻堅戰。如何打贏這場攻堅戰，商業銀行需要統籌考慮、精心謀劃、持續推進。



▶中國汽車保有量突破2.46億輛，目前全國ETC用戶約8196萬戶，保守估計，年底前需要安裝ETC的車輛超過一億輛

# 強聯動 降成本 增長效 商業銀行布局ETC生態

## 一、ETC生態布局如火如荼

### 1. 政策力度比想像的要大

今年5月以來，國家及地方政府部門密集出台政策，按下ETC布局「快車鍵」。一方面，國家政策力度大。國務院辦公廳於5月21日印發《深化收費公路制度改革取消高速公路省界收費站實施方案》，明確提出力爭2019年底前各省（區、市）高速公路入口車輛使用ETC比例達到90%以上。另一方面，各地政策跟進快。在國家政策發布後，三十個省份啟動制定取消高速公路省界收費站實施方案，精心繪製施工路線圖，嚴格落實「優化服務、取消儲值、免費安裝、打折使用、快捷通行」的ETC布局工作要求。

### 2. 市場空間比想像的要廣

一是待滿足的剛性需求空間廣。截至2019年4月底，中國汽車保有量突破2.46億輛，目前全國ETC用戶約8196萬戶，保守估計，年底前需要安裝ETC的車輛超過1億輛。

二是客車市場佔主流，貨車市場潛力大。現有ETC用戶中，客車用戶為7624萬戶，佔ETC用戶總量的93.03%，貨車用戶約為572萬戶，佔用戶總量的6.97%。伴隨貨車ETC車道開通，兼具通行頻次與單次通行費用「雙高」特徵的貨車市場將成為ETC新的藍海。

三是市場開發不均衡，多個經濟大省的ETC用戶佔比未超過全國平均水平。從目前各省（市）的ETC市場發展看，用戶佔比從12%到79%不等，市場差異明顯。像山東這樣的經濟大省，其ETC用戶佔比僅為25.78%，市場增量空間巨大。

四是資金流量大。雖然目前ETC用戶只佔汽車保有量的三分之一，佔高速公路通行量的28%，但全年通行費卻將近5000億元。以此推算，整個ETC市場每年的資金流量將超過1.5萬億元。

### 3. 業界速度比想像的要快

一是國有大行基於先前優勢加速搶佔市場。在ETC新政發布後，建行等國有大行在原有的ETC產品基礎上，更新推出了新的ETC服務，並開展了廣泛宣傳。

二是股份行、城商行入局速度快。目前，包括平安、廣發等在內的股份行，北京銀行、貴陽銀行等在內的城商行，都已面向市場發行ETC卡，並且在產品設計上下足了功夫。

三是第三方支付巨頭力推在線服務。基於平台和流量優勢，支

付寶、微信等第三方支付巨頭，推出了便捷性高、體驗度好的ETC在線服務，在獲取年輕客群方面效果顯著。

四是銀行「首創」勢頭強勁。目前，工行在業內首創「粵通寶·工銀e錢包」模式，實現了粵通寶與銀行II類帳戶一對一關聯；建行雲南省分行推出了貨車省內高速享8折優惠、一張卡可辦理多個ETC等創新舉措。

## 二、銀行布局面臨多重困難

一是在ETC技術集成方面缺乏經驗累積。自2011年ETC聯網示範工程開始，建行便率先發行了ETC龍卡信用卡，截至目前，建行的ETC發卡量約為2000萬張。此外，農行和郵儲也分別發行了約800萬張和600萬張ETC卡。儘管如此，商業銀行的ETC項目仍處於啟動階段，技術集成經驗不足，技術方案壓力較大。

二是網點數量劣勢限制了線下服務能力。資料顯示，郵儲銀行在全國開通了6000家ETC服務網點，提供一站式服務。相比於國有大行，股份制銀行在三四線城市及鄉村地區的網點數量明顯不足，面向中小城鎮ETC藍海提供服務的能力明顯不夠。

三是線上客戶拓展缺乏更有力的抓手。一方面，各銀行多借助合作夥伴開展聯合營銷，另一方面，在整合信用卡與借記卡上，同業也進行了有效嘗試，採用聯合推銷ETC信用卡與借記卡的模式。儘管如此，由於諸多因素，商業銀行在對信用卡和儲蓄卡進行線上整合營銷方面仍存在難點。

四是銀行內各經營部門單兵作戰導致資源重複投入。目前，很多銀行的卡中心與個金部都在開發各自的ETC產品，儘管這有利於形成差異化服務，但由於溝通交流與信息共享機制不夠健全，存在客戶重複對接、資源重複投入等情形。同時，ETC產品研發既需要技術支撐，也需要客戶數據支持，還需要風控、預財、渠道等多個部門配合。非直接經營部門配合力度不夠也會影響ETC產品的開發效果。

五是服務集成能力不強影響客戶體驗。儘管商業銀行在提供汽車金融服務方面有一定基礎，但將ETC卡與汽車金融生態圈融合、集成推出一攬子服務的經驗還不足。同時，相關部門聯合推出一攬子產品的能力還不強。

六是由於成本較高，ETC盈利保障有難度。ETC布局開銷主要包括設備費、快遞費、技術對接與開發費、營銷費

、服務費等。據測算，前期布局投入超億元。同時，建立ETC生態圈需要持續維護和費用投入，可能的開銷包括各種類型的服務優惠、合作拓展費、場景開發費等。此外，商業銀行尚未探索出基於ETC生態的有效盈利模式。

## 三、幾點建議

面向當前及未來的ETC生態，建議商業銀行堅持「強聯動、降成本、增長效」的原則，舉全行之力打好ETC生態布局攻堅戰。實踐中，要充分調動總行部門與分行積極性，通過優化流程着力降低短期成本，通過創新模式着力增加長期效益，多措并举做好市場搶佔、渠道拓展、產品研發、效益提升等關鍵性工作。

### 1. 凝聚「合力」：加強全方位聯動

一是在總行層面建立ETC項目領導小組工作機制，統籌考慮ETC布局前中後期各項事宜。二是進一步明確各部門及分行職責分工，確保ETC布局各環節無縫對接。三是建立「ETC項目聯動考核機制」，促進合力效益最大化。商業銀行總行要以推動建立ETC生態為目標，兼顧短期與長期，合理制定ETC項目運作中的績效考核與分潤機制，將ETC項目作為探索總行部門與分行、子公司等聯動考核的重要試點。

### 2. 善用「巧力」：開展批量化營銷

一是深入領悟政策要義，加快鎖定重點客群。二是創新「B to G to C」、「B to B to C」營銷模式，將其作為批量化營銷的重要手段。三是加快制定線上化營銷方案，促進線上線下深度聯動。

### 3. 保持「耐力」：提供綜合化服務

一是面向大眾客群要「以全取勝」，着力推出「一攬子服務」。二是面向特殊客群要「以快取勝」，着力開發「首創產品」。三是面向存量客群要「以優取勝」，着力提升「差異化體驗」。

### 4. 激發「動力」：尋求多元化盈利

一是向ETC生態圈要效益。善於運用平台思維，依託ETC生態圈內用戶活躍度高、信譽度好、經濟實力強等顯著優勢，積極探索多種模式的流量變現，實現流量效益最大化。二是向數據分析要效益。基於ETC生態圈內快速累積的客戶信息，着力做好數據分析工作。三是向技術創新要效益。ETC生態圈的構建，需要靠更加先進的技術手段。伴隨ETC布局深入推進，商業銀行有望在大數據、人工智能、區塊鏈等前沿技術應用上取得更大突破。

## 房企融資轉緊 馬太效應愈顯

海通證券首席宏觀分析師 姜超



超限觀點

在經歷了年初地產融資的「小陽春」後，5月至今隨着一些針對房企融資政策的出台，房企的融資環境又有收緊的跡象。先是5月中旬「23號文」申明要對銀行、信託等金融機構對房地產行業的放款加強監管工作；5月底內媒報道稱部分房企的公開市場融資可能會被加以限制；7月初監管層對多家信託公司進行窗口指導，7月12日發改委又對房企發行境外債提出新要求。

房地產信託勢頭迅猛，監管出乎意料之中。上半年房地產信託項目增速較快、新增資金快速向房地產領域集聚，信託業協會統計的2019年一季度投向房地產領域新增信託金額近2610億元（人民幣，下同），同比增加784億元；佔新增信託項目總金額的比例達到了19%，同比提高了九個百分點。二季度房地產信託融資勢頭未減，用益信託網數據顯示二季度房地產集合信託募集資金環比增長6.85%；佔各領域募集資金的比例達到了42%。

儘管5月中旬「23號文」對房地產信託帶來影響，但6月房地產集合信託募集資金依舊超過了600億元，近期多家信託公司收到銀保監窗口指導，要求控制房地產信託業務規模，規模嚴控下未來房地產信託規模增速或將有所下降。

境內債發行回落，新增融資向高等級集中。2019年前四個月地產債發行量延續了2018年以來的回暖趨勢，但5月開始地產債發行量明顯回落。5月地產債發行量環比減半；6月地產債發行量繼續減少，僅發行172億元，同比減少近200億元。淨融資方面，儘管上半年發行量回暖，但到期高峰下淨融資額僅100多億元，同比大幅減少了近1000億元。

此外，結構性的問題明顯，順利發債融資的房企主要是AAA級主體，AA+級房企累計債券淨融資尚為負，遑論AA級及以下評級的主體了。

境外債「高溫」不降，監管「再緊」一步。2019年以來房地產企業境外發債的熱情高漲，前六個月房企在境外發債的金額達到491億美元，同比增長26.7%；淨融資額累計291億美元，同比增長9.7%。2018年年中監管也曾收緊境外地產債的監管，

要求房企境外發債主要用於償還到期債務，監管導致2018年6-10月房企境外融資的回落，但2018年四季度以後又再次升溫。

近期發改委又對房企發行境外債提出新要求，要求房企發行外債只能用於置換未來一年內到期的中長期境外債務，且這些債務要在備案登記材料中列明詳細信息，部分非標準化融資有可能因為不能提供相關信息而難以納入置換範圍。在新的募集資金用途要求下，房企境外債融資的新增規模將受限。

## 行業面臨償債高峰

銀行貸款呈回升趨勢，監管未新增要求。2018年末上市銀行房地產公司類貸款餘額增速17%，同比有所增加。個貸方面，2019年一季度個人購房貸款餘額增速繼續回落至17.6%，但下滑幅度放緩；同時新增居民中長貸有所增加，1月至6月新增居民中長貸2.75萬億元，同比增加了2500億元。「23號文」中有關商業銀行放款的要求與此前規定相比並沒有新增內容，重申目的或主要是防範執行層面的放鬆和新的監管套利。

融資環境再次轉緊，行業馬太效應愈顯。今年房地產行業面臨債務到期高峰，再融資壓力大，上半年得益於融資環境的好轉，緩解了部分房企資金鏈緊張的問題，但強者恆強的格局依舊沒變，行業融資集中度提升。5月以來房地產融資環境邊際趨緊，一方面監管的態度不是一棍子打死，還是允許房企借新還舊的，但另一方面，行業馬太效應會愈加明顯，警惕那些經歷了年初融資「小陽春」後短期償債壓力仍重的房企。

企業層面，筆者選取了40家典型發債房企作為研究對象，發現儘管管房評級均在AA+及以上，但融資成本分化非常大，2018年平均融資成本從最低的4.3%到最高的近8.5%。同時2018年多數房企融資成本提高，且大多數房企（特別是一些中型房企）帶息債務仍在快速擴張；期限結構上部分房企短期債務佔比下降。

2019年上半年融資情況看，大部分房企都抓住了發債的窗口期進行了債券融資，緩解了債務到期壓力，但也存在個別償債壓力較大的企業未能成功發債，建議關注其後續資金壓力。

## 籲政府加大覓地建屋力度

中原地產亞太區副主席兼住宅部總裁 陳永傑



樓市智庫

政府將公營土地建屋比例，由6比4改為7比3，雖然在公營房屋比例上有所增加，但實際上新增土地未必多。政府必須加強力量去開發土地，否則私人住宅樓價會因短缺而飛升，政府不管在公營私營房屋供應都兩頭不到岸。

本港近年新開發土地看來停步不前，在公營及私營房屋皆供不應求。公營房屋供應量似乎見不到什麼改善，公屋輪候時間已延長至5.5年。但細心分析，公營房屋在總房屋供應比例中有下降，反而私樓則在上升。去年政府將公營房屋的比例增加至七成，著實無可厚非。

不過，在總比例中提高一成的公營房屋，仍未能加快公屋輪候人士的上樓速度，實在令人憂心。另一方面，私樓的比例被抽走一成之後，縱使市場出現不少壞消息，私樓價格依然堅挺跌跌不休，又令購買私樓人士望樓興嘆，甚難完成置業願望。

私樓價錢持續上升，使到置業人

士「上車」愈來愈吃力，也會造成鼓噪，不利社會安定。現今本港一手新私樓的供應量大約每年2.2萬個單位。以目前香港約260萬個家庭計算，只要有1%家庭買入新樓，經已是2.6萬個單位，即每年新增2.2萬伙是供不應求，樓價自然身不由己地上升。

## 私樓供應嚴重不足

1%家庭已達2.6萬個單位需求，此數字是指香港人口階梯最尖端的一群，假設最頂尖的5%家庭要買新樓，樓市可能要進入「飛升」境地。另仍未計及內地14億人口的購買力，還有來自世界各地的海外人士，每年供應2.2萬個新單位是嚴重不足的。

樓價再長升長，會拉高私樓租金，不利於等候公屋的普羅市民。政府將公營房屋比例增加至七成，筆者是支持的，此舉可舒緩入住公屋的壓力，減少社會不穩。

但本港三成土地作私樓，仍遠遠落後實際需求，長此下去7比3的公營房屋比例也不能滿足私營房屋實際需求。政府應加大力度，開發綠地、私人農地以至「明日大嶼」提供更多建屋土地，才是治本之策。