

移动支付巨头争抢交通出行新高地

进入5月，包括银联、支付宝、京东金融、微信在内的多家支付机构纷纷在“大交通”场景加速布局。北京地铁此前宣布全面试运行扫码支付进站；5月11日，中国银联山东分公司宣布与济南公交总公司全面合作；几乎同时，京东支付也宣布与齐鲁交通集团联合推出“车牌零感付”，在线开通ETC产品，正式进入高速支付领域。此外，微信方面也透露，继广州和深圳实现乘车码乘坐公交与地铁后，北京和上海也已在合作中。新一轮百城场景争夺在2018年愈演愈烈。



五一期间，北京地铁全面试运行手机扫码进站，乘客只需手机下载易通行APP完成注册绑定支付后，将乘车二维码对准地铁闸机上的扫码感应区域，“嘀”一声即可顺利过闸，在出站时采用同样的方式就可以完成付款，离线二维码技术无需担心没有网络，随时随地轻松扫码进/出站。首批接入的支付渠道包括支付宝、京东支付、工商银行三家。值得注意的是，微信并不在其中，微信小程序乘车码在北京地区尚未开通支持，对此，微信方面表示“仍在合作洽谈中”。除了扫码支付外，Apple Pay等在稍早之前也

已全面实现了公交、地铁闪付乘车。蚂蚁金服方面透露，目前全国已有浙江、河南、山东等14个省市的高速收费站陆续接入支付宝缴纳通行费，缴费方式包括扫码付款和车牌签约代扣两种。记者注意到，除北京地区外，各家机构在上海、广州、深圳等城市的争夺也已涉及公交、地铁、高速等出行的方方面面。2017年12月底，杭州成为首个“互联网+公交地铁”全覆盖的城市；截至2018年1月，已有超过50个城市的公交、地铁先后支持支付宝。

而最早撕开交通领域电子支付入口的银联，也自去年开始在全国各地加速布局。继江苏南京、新疆乌鲁木齐、福建晋江、辽宁沈阳、安徽淮南、河南南阳等地后，今年4月银联又与云南昆明公交合作推出二维码扫码支付乘车，同时还在多个省市县公交开通了包括银联闪付、ODA和银联二维码支付在内的移动支付途径。此外，银联还联合各商业银行相继推出了闪付或二维码“1分钱乘车”优惠活动。银联方面表示，随着移动支付便民示范工程的持续快速推进，还将在各地公交、地铁、停车、加油等公众出行领域

加快步伐，不断拓展“智慧交通”新领域。业内人士认为，几家巨头的移动支付争夺早已白热化，而目前的线下场景中公共交通场景可能是最后一片蓝海。“不过，目前各家布局还处在起步阶段，比如在与地方的合作过程中还是会面临一些困难和挑战，数据的合作共享仍然需要多方协调和打通。”一位地方交通集团人士称。易观智库分析师王蓬博认为，公共交通场景是支付巨头们必须拓展的，目前多数公共交通系统都已有自己的支付体系，外部支付机构想要进入就

需要与当地公交系统谈判。事实上，在基于交通出行场景的数据挖掘与延伸拓展方面，支付巨头们可谓不遗余力。比如，12306对线上交易系统进行全面升级后，蚂蚁金服顺利接入花呗，目前在通过支付宝购买火车票的交易中，已有20%是通过花呗进行支付的。另外，在杭州、武汉、青岛等地刷支付宝坐公交，不仅方便且还可免费获得公交意外险。微信方面表示，在小额高频场景，微信希望通过支付工具，给公交地铁带来更多的服务价值，提供给用户实时查询公交行驶路线等服务。对公交地铁而言，除了可以减少大量的现金管理成本，微信小程序的流量主功能，未来也可实现更多的商业价值。易观智库指出，布局出行领域对于支付巨头们而言真正的价值在于数据。此前公共交通采用的现金加充值卡的支付方式，没有办法积累有效数据甚至做出人群画像。而在移动支付介入后，终于能够将这一缺失的数据链补充完整，进一步完善用户画像，对于后续运营和精准营销服务等将有大幅提升。“未来，公交车沿线经过一家盒马鲜生，就可能推送一个盒马的优惠券给乘客。对于不同乘车习惯的乘客，公交公司可以像互联网公司一样，给予不同的优惠。个性化的运营服务，将使参与各方拥有更多赚钱的可能，商业化想象空间也会进一步扩大。”业内人士给出了这样的畅想。
(来源：经济参考报)

二季度以来券商打新浮盈不足200万元 理财产品全线退出申购

自从网下打新新规上线以来，券商打新获配及收益情况不断刷新“底线”。记者对二季度以来已公布网下询价情况的7只新股进行统计后发现，本轮参与打新的券商自营账户仅有47家，而券商集合理财产品全部退出打新队伍。

券商网下打新的平均获配数量也在逐步减少，今年二季度以来平均获配仅600股，平均获配率为0.02679%。数据显示，同期7只新股平均网上中签率为0.044%，券商网下打新中签率远低于相应平均网上中签率。此外，截至5月15日，47家券商自营打新账户累计浮盈仅195.5万元，获配600股(包含)以下的券商自营账户占比高达84.89%。具体来看，二季度以来，47家券商自营打新账户中，有11家券商参与所有7只新股网下打新，均获浮盈6.11万元，而中信建投证券、中泰证券、招商证券等五家券商仅参与1只新股打新。其中，中信建投证券仅参与新股仙鹤股份，获得浮盈5200元。券商不断退出网下申购的“舞台”，并不仅仅与网下机构申购中签率太低有关。业内人士指出，新股发行节奏放缓，打新收益明显下降，网下投资者

数量也出现较明显下降，对新增资金吸引力持续下降。券商网下打新赚的盆满钵满的时代已经过去，无本获利的“后付费”打新模式也存在一定风险。记者据Wind数据统计显示，2017年以来，截至今年5月15日，A股共有55只新股破发，有5只新股上市后第二天即开板。对于未来网下打新收益率能否有所改善，中金公司分析师王汉锋认为，从打新收益来看，由于目前的发行节奏已经降至每周2家，按此测算，未来最优规模(1.2亿元)下A、B、C类受限、C类非受限产品的年化打新收益分别只有4.4%、3.8%、0.9%、1.0%。对于C类投资者(主要为个人投资者、券商、QFII、私募基金等)和较大规模的A、B类投资者而言，这样的打新收益已经或同鸡肋。事实上受此影响，目前网下投资者的数量已经从年初的6000家降至5000家左右(按6000万



元门槛的上海IPO统计)，但预计距离市场真正出清，网下投资者打新收益由此改善还需要一段的调整时间。同时，新时代证券分析师孙金钜表示，金融股IPO活跃有助于增厚A、B、C三类投资

者的网下打新收益。金融股IPO发行体量较大，A、B、C三类投资者参与网下配售获得的股数较多，获得的相应打新收益较高。2018年一季度，A、B、C类投资者单只股票平均网下打新收益分别为6.52万元、

5.96万元、1.18万元，但若剔除华西证券、江苏租赁这两只金融股影响后，2018年一季度三类投资者单只股票平均网下打新收益分别下滑至4.51万元、3.93万元和0.87万元。
(来源：证券日报)