# 京东遇到了大麻烦!

#### 作者 | 燕大

莫名其妙的,突然网传京东被挤兑。

看到这个热搜我有点懵,作为比较关注政策和金融走向的金融老民工, 燕局也想学曹操喊几句: 不可能, 绝对不可能...

但燕局也明白,很多时候事情本身未必存在对错,更多的是情绪带动、跟风踩踏导致有些不应该发生的事情也变成"三人成虎"。

我扒了一下网传来龙去脉,过程中真的**顿感谣言不是止于智者,而 是止于刨根问底**。

网传挤兑起因是因为京东邀请脱口秀女演员杨笠担任代言人,为马上到来的双11造势,但没想到,此举让众多男性消费者不满,甚至有人选择退款和卸载京东APP。

早前我也看过杨笠的脱口秀,属于打拳打的很好的一位选手,女性 观众可能爱看的比较多,但说是男人尤其是老男人,对她的印象真 的不感冒。

谁愿意被对方称作垃圾呢,这种脱口秀当时听着一笑而过,但有些 过激言论会让人一直有被冒犯的感受,这种选手也相当于被打了标 签。

不过也没想到,网传有些男性消费者"化冒犯为力量",选择退款和卸载京东APP。

再接着,不知道谁先传出的京东金融因资金链紧张、导致用户无法正常提现,甚至出现挤兑现象。

好事不出门坏事传千里,村口大妈都能把隔壁家的一根针传成金箍 棒,更别说闭着眼瞎打的键盘侠们。

传言一发酵,恐慌和不安就容易诱导消费者用脚投票,网传图片显示,有人从京东金融上赎回产品、转出资金,并带节奏喊抢跑。

真真假假,不知道读者朋友们怎么看,**反正燕局个人没法确认这事 是真的**。

#### 原因有三:

### 其一,前几年的互联网平台大整改。

大家应该还记得前面长达3年的行业性合规整改,其中热度最高的是 蚂蚁集团。

从2020年风光无两,到老马外滩放炮、IPO敲钟前夜被踩刹车,多部门监管介入纠偏,整改近3年,相关监管单位对其罚没70亿,后面支付宝变更为无实际控制人。

蚂蚁只是其中一家,过往信息梳理来看,蚂蚁、腾讯、度小满、字节、美团、滴滴、苏宁金融、国美金融、携程金融,包括京东金融等互联网巨头全部在列。

整改内容是什么?例如,金融业务必须持牌,断开支付工具与其他金融产品的不当连接,打破垄断,加强风险隔离,防范网络互助业务风险,独立运营,个人信息采集使用上强化保护机制,等等。

直到2023年初,时任银保监主席的郭树清明确表示: 14家平台企业 金融业务专项整改已经基本完成,少数遗留问题也正在抓紧解决。

即使去年整改完毕,之后监管也进入常态化,个人理解甚至比对银行的监管还要严格。

所以, 燕局分析判断, 如果有人此时传言京东金融无法赎回、煽动 抢跑, 我只能说这种人不是蠢就是坏。

真引发消费者互相踩踏了,在边上冷嘲热讽看笑话的还是这种键盘 侠。

#### 其二,最近冲进来的很多金融消费者是"小白"。

9月24股市大涨之后,有超2880亿资金流入权益类ETF(股票型开放基金)。

相关报道显示,京东金融app的新基金用户环比上涨4倍、申购金额最多上涨10倍。

客服说股票和基金咨询量上涨了81%,碰到一些年轻用户,发现对股票交易毫无了解。

用户咨询TOP3问题分别是:账号开户和找回、持仓和收益查询、认购和申购流程问题。

这三个问题,尤其是"认购和申购流程",肯定是财经小白问询的最多,换句话说小白们听说赚钱就冲进来,但他们不了解申购、交易、赎回规则,也不知道什么叫T+1。

场外申购(买入)基金需要时间,赎回(卖出)也往往是T+1,钱不 是当天就到账的,你买之前得先看申赎规则。

关键,与股市直接挂钩且开放透明的基金,只要符合赎回规则,不存在不能赎回,只看你赚了还是亏了。

这跟之前一些财富公司发的动辄年化8%、10%但不开放不透明运转的固收类产品完全是两码事。

## 其三, 互联网金融平台, 金融产品往往是代销。

换句话说,从互联网平台、银行app上赎回基金份额,也只会导致相

应基金卖出,股票波动,对平台来讲,几乎没什么影响。

至于把小金库的钱转出到银行卡里,也很难对互联网公司产生影响,资金池的概念早就被打破,你存在小金库的钱和平台的自有资金是隔离的;

另外,不论小金库还是零钱通,本质都是一种聚集闲散资金的货币基金(投向央妈发的短债,银行的银承票、定期存单,等等)或者与货币基金自由切换;零钱能随时使用、也没有大涨大跌,关键是监管比以往严格太多。

所以,分析下来,想让这些大型持牌互金平台发生挤兑,搞金融战的老美都未必敢这么想。

•••••

不过,作为知名大平台大企业,大企业病肯定也没少得,代言人选明显有争议,的确存在选用不当。

京东的忠实用户应该很多是男性,男性在购物选择上,品牌忠诚度还是比较高的。

底下人弄出这么一个搞打拳的选手来做代言人,着实会让一些忠粉 感觉不爽。

前几天章泽天佩戴大眼睛胸针被网传加入"光明会"的热度还没过去,又因选了个打拳代言人上来了。

显然老板和管理层都需要反思,对于一些明显有争议的事务,得充分考虑消费者感受。

毕竟,这背后站着的是京东品牌! 没有品牌背书,谁管你是谁,戴什么胸针啊。

