

客户保护原则 是数字金融发展关键

要具备普惠金融特质，现金贷需要在两个方面同时达到基本要求，一是放贷平台和机构能够遵循财务绩效和社会绩效的双重目标，二是遵循客户保护原则。

文 | 本刊特约撰稿人 刘澄清

备受争议的现金贷终于被纳入了监管框架！

总体来说，政策制定和监管部门12月1日发布的《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》并没有采取“一刀切”的做法，而是对民间金融在数字技术推动下的实践进行了甄别，肯定了这种“数字微贷”从某种意义上“满足部分群体正常消费信贷需求方面发挥了一定作用”。

实践中，也正是基于这一作用的发挥，不少现金贷平台打出了“普惠金融”的旗号。然而，是否真的在从事普惠金融事业，不是平台或机构自己宣称，却应是有明确门槛的。

普惠金融的门槛

2016年1月15日，国务院印发《推进普惠金融发展规划(2016~2020年)》。作为我国首个发展普惠金融的国家级战略规划，确立了推进普惠金融发展的指导思想、基本原则和发展目标。

经过整整两年的实践，普惠金融在金融科技的大力助力下，在中国形成了独特的模式和发展实践，特别是在第三方支付、保险、理财等数字微型金融领域实现了蓬勃的发展，以支付为代表

的应用已经走在了世界前列。

近年来兴起的现金贷，作为一种主要面向年轻低收入者提供短期超小额借贷的产品，的确覆盖了传统金融一直没能很好服务的部分客户群体，甚至是一些长尾的长尾客户，其探索和实践符合数字普惠金融发展的特征。

同时也要看到，普惠金融并不能单纯解读为字面上的普与惠，而是一个庞大的生态体系，是带有理想主义色彩的愿景与目标，不能被简单地理解为具体产品和服务。

而某种产品要被纳入普惠金融框架，需要达到两个方面的要求，一是放贷平台和机构能够遵循财务绩效和社会绩效的双重目标，二是遵循客户保护原则。

双重目标不难理解，就是既要在商业上可持续，也要实现有益社会的影响。这体现为区别于纯粹捐助、帮扶性质的公益金融，能够独立经营、实现财务绩效，同时又与单纯营利目的不同，不以赚快钱的短期效益为目标，而是在服务客户、帮助客户、陪伴成长的过程中，使机构与客户共同成长，获取未来的经济收益和更加深远的社会绩效。

客户保护原则，是国际普惠金融领域通用的原则，甚至可以说是最重要的门槛。欧美等发达国家在传统金融领域已经发展到接近极致的程度，市场竞争充分、法制完备，加之全球金融危机过后的总结与强化，客户保护的框架可谓相当成熟，对我国而言具有一定程度的借鉴价值，但由于社会经济发展程度存在差距，在金融消费者保护方面可比性并不高。

因此，在客户保护方面，我们要从基础做起，“结硬寨、打呆仗”应是必经之路。可喜的是，这次现金贷探索实践中暴露出的“过度借贷、重复授信、不当催收、奇高利率、侵犯个人隐私等问题”，使监管层强化了对普惠金融重点服务对象的客户保护措施。这些监管指引符合国际普惠金融客户保护原则（Client Protection Principles，简称“CPPs”），包括：

- 1) 合适的产品设计和原则
- 2) 避免过度负债原则
- 3) 透明原则
- 4) 负责任的定价原则
- 5) 公平和尊重客户原则
- 6) 客户隐私保护原则
- 7) 有效投诉机制原则

不难看出，原则如果能够逐条落实，类似现金贷的问题原本是可以避免的。因此，重点在于，政策制定者和监管者以及实践者要首先知晓原则，并且以此为门槛，作为现金贷产品、乃至整个普惠金融的准入条件，融入产品设计和商业实践当中。这样，将非常有利于各方的协调和市场的健康有序发展。

过度消费信贷产生过度负债

普惠金融的实质是包容性金融，是通过向传统银行难以覆盖和服务的客户提供的必要的金融支持，帮助其形成能力，最终实现自主增加收入的目标，换言之，普惠金融是要促进包容性增长。



因此，帮助贫困与低收入群体提高能力，并提供与之相适应的经营或生产性微贷是经典微型金融机构的经营原则之一。

如果以此为标准加以判断，前一阶段的现金贷暴露出的主要问题之一是，平台和机构打着普惠金融和促进消费的旗号，过度营销和诱导低收入群体的过度借贷，致使出现过度消费和过度负债。

从宏观经济层面分析，消费的确是拉动经济增长、助力转型发展的重要驱动力，同时中低收入群体在消费、借贷方面的需求也同样值得重视和满足。

但也要注意，这一低收入和脆弱群体的消费更需要保持理性和可持续。由于收入总量的限制，过度的消费可能不但无法帮助其形成能力，反而会过分透支其非常有限的资源。

尽管金融的作用之一就在于服务人的欲望与潜能，并产生正面激励作用，但是度的把握尤为重要。特别是这一群体的消费潜能与中产和富裕

普惠金融的实质是包容性金融，是通过向传统银行难以覆盖和服务的客户提供的必要的金融支持，帮助其形成能力，最终实现自主增加收入的目标。

在确保底线的前提下，多留给市场一些探索和发展的空间，真正发挥市场的主导作用，应是拓展多层次资本市场、服务实体经济的有力助益。

阶层相比，还远没有达到能被大力开发的程度，鼓励他们过度消费或“去日本买马桶盖”与他们并无关联，所以要避免诱导他们“砸锅卖铁”借贷消费。

“通知”指出了我国特有的“现金贷”特征是“无场景依托、无指定用途、无客户群体限定、无抵押”。但这些特征中，除了第一和第三个特征外，其他两个正好是服务于低收入群体的经典微型信贷的特征。

对于低收入群体而言，如果借贷是他们仅有的金融资源，绝大多数人不会由于是否有消费场景而影响其决策的理性程度。

由于商家往往利用心理学特意展开营销，所以一些情况下，结合消费场景促成借贷交易反而更为容易，原因在于购物冲动、资金易得、甚至虚荣心理反而可能诱导低收入者采取更多借贷，而被卷入高利贷的圈套。因此，是否具有消费场景本身，并不能充分区分信贷对客户利弊，还是需要基于客户保护原则，实事求是地加以判断，以提供方便、快捷、可持续、负担得起的优质金融服务为金融机构或平台的目标。

市场主导方向仍需坚持

本轮现金贷从兴起到蔓延再到清理整顿的过程中，市场在前期的单兵突进与监管在后期的强力纠偏，再次证明了，政策制定者和监管者与实践者及研究者三方交流与沟通的重要性。这与国际经验，以及我国20多年实践和经验，再次相互印证。

然而，与传统金融不同的是，在普惠金融框架内，无论是经典微型金融还是数字微型金融，监管的原则应该是让产品和服务及模式得到充分创新和实践后，才出台监管框架。这样，就可能避免将创新的产品和服务扼杀在摇篮中。这是全球经过半个多世纪的探索和实践得出的监管原则。

面向普惠金融的重点和难点服务对象，大多数的产品和服务并不是通过正规金融机构设计和提供的，尤其是银行等传统大型金融机构在这一领域并没有优势。大型互联网巨头正在改变金融业态与格局，特别是在普惠金融框架下已经开展了大量实践，但受限于商业模式和基础设施等因素，大批边缘人群和落后地区仍难以被覆盖。

国际上经典的微型金融机构都是从民间借贷或民间金融获得启发，通过不断的探索和实践，从试错中找到服务这些小微企业、中低收入或贫困群体的商业可持续与社会影响双重目标的模式。今天数字技术推动的普惠金融发展，更需要试错的机会。

因此，在确保底线的前提下，多留给市场一些探索和发展的空间，真正发挥市场的主导作用，应是拓展多层次资本市场、服务实体经济的有力助益。

撇开“现金贷”产生的一些负面影响，就其产品和服务而言，它本质上属于“数字微贷”的产品和服务范畴，是我国过去20多年微型金融产业没有得到足够重视或没有应有发展的市场催生的结果，更是在金融科技的推动下，面向中低收入群体和弱势群体的一次金融创新和实践。如果引导正确的话，它将大大促进我国微型金融产业的发展。普惠金融是从微型信贷、微型金融发展而来的，没有微型金融产业的健康可持续发展，普惠金融发展将可能成为一句空话。

从微型金融与普惠金融发展的经验看，政策制定者与监管者更应该重视以上关键的客户保护原则和客户教育，规范和引导机构和从业者遵循客户保护原则，避免机构把高成本低效率转嫁给客户，发挥市场在资源配置中的主导作用。这也更加需要行业政策制定者和监管者及研究者具有前瞻的眼光和配套政策的引导。□