

普惠金融要为客户赋能

——专访中国人民大学中国普惠金融研究院秘书长刘澄清

开展普惠金融要做好客户保护和客户赋能。不是把钱贷出去就了事，而是要识别出谁才是真正的客户，了解客户的需求和短板，发掘他们的潜能，开展适当的客户教育，设计合适产品，促进包容性增长。

文 | 本刊记者 苏慧婷

经过多年发展，普惠金融已由新鲜概念和口号逐步转化为服务千千万万小微企业、低收入及困难群体的伟大实践。第三方支付发展如火如荼，各大银行纷纷成立普惠金融事业部，网络借贷犹如坐上过山车，经历了“现金贷”的野蛮生长和P2P的集中“爆雷”。事实上，普惠金融的探索实践远不止这些，也注定不会止步于此。

眼下，应当如何看待普惠金融的发展？带着问题，我们采访了中国人民大学中国普惠金融研究院秘书长刘澄清。

脆弱群体是服务对象

《英大金融》：对于普惠金融，目前人们的认知可以说是多元并存，您对它作何解读呢？

刘澄清：的确，普惠金融在取得长足发展的同时，也有被泛化甚至滥用的现象。

普惠金融这个概念来源于英文“inclusive financial system”，由联合国系统2005年宣传小额信贷年时率先运用。按照世界银行的定义，普惠金融就是每一个人在有金融需求时，就能以合

适的价格，享受及时、有尊严、方便、高质量的金融服务。其基本含义是：能有效、全方位地为社会所有阶层和群体提供服务的金融体系。

2016年1月15日国务院印发的《推进普惠金融发展规划（2016—2020年）》也指出，普惠金融，是指立足机会平等要求和商业可持续原则，以可负担的成本，为有金融服务需求的社会各阶层和群体提供适当、有效的金融服务。

《英大金融》：这些目标是否本身实现起来难度就会比较大呢？毕竟普惠金融大部分服务对象都缺乏抵押品、信用记录等易于量化的条件。

刘澄清：一定程度上确实是这样，但是普惠金融本就具有理想主义色彩，相比于现实，有必要把理想的目标定得略高一些。

无须讳言，传统金融业遵循着“二八”定律，主要服务于前20%人群，另外80%基本被排除在外了，而这些大众正是普惠金融的主要服务对象，这也正是Inclusive Finance“包容性金融”的原意。

《英大金融》：如何界定普惠金融的服务对象呢？

刘澄清：事实上，几乎所有人都是，因为大家都面临金融服务不足，所以第三方支付、货币基金、线上微型保险等产品才能发展得如此迅速、广泛。

但与此同时，我们提到最多、最为典型的普惠金融体系中的信贷产品和服务，是指提供给脆弱群体的微型信贷。

所谓“微型信贷”，通常指单笔50万元以下额度的贷款，几万元、乃至几千元的额度最为多见，尤其是数字技术推动的数字微贷产品，就触达了传统金融机构无法覆盖的数以亿计的“长尾客户”。

所谓“脆弱群体”，即贝多广博士说的“中小微弱”群体。里面的“中”应该不包括通常所说的中型企业，因为其中很多已经是规模以上的企业，贷款额度也动辄上百万元甚至千万元，应当已不属于包容性金融范畴。脆弱群体的共同特点是韧性低、金融和资产的回旋余地小，例如高度依赖创始人的小型民企、自雇者、低收入者和处于金字塔底层的群体。他们面对经济下行，都面临很大压力，往往是最需要金融支持，同时又最难获得传统金融支持的群体。因此，他们是普惠金融的重点服务对象。

保护与赋能是重点

《英大金融》：面对不同于传统金融的服务对象，普惠金融需要怎样提供服务呢？

刘澄清：正由于服务对象主要是脆弱群体，所以普惠金融的目标就不能是“利润最大化”，需要遵循和借鉴全球半个多世纪探索和实践的经验，也就是说，给这样的特殊群体提供金融服

务的时候，需要遵循“双重底线”，即财务绩效与社会绩效。过去几年我国探索 and 实践中，没有遵循这样理念与经营原则的，无论是线下还是线上的机构和平台，都遇到了可持续发展的问题。这一点需要引起行业政策制定及监管者、实践者以及研究者和媒体的注意，并要努力达成基本共识。

普惠金融本就具有理想主义色彩，相比于现实，有必要把理想的目标定得略高一些。

普惠金融是一个系统，是一种状态，不应该被具象为某一种信贷产品，或者某一类金融科技。反过来，要想被纳入普惠金融范畴，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（Client Protection Principles, 简称 CPPs），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，内容包括合适的产品设计和原则、避免过度负债原则、透明原则、负责任的定价原则、公平和尊重客户原则、客户隐私保护原则和有效投诉机制原则等七项原则。由于数字技术推动，对重点服务对象，尤其是“长尾客户”的过度营销，使数字金融与普惠金融发展出现了许多问题，尤其是隐私保护问题。因此，在国际客户保护七项原则基础上，我国将需要增加“避免过度营销”这条原则。

《英大金融》：您提到的服务客户、帮助客户、陪伴成长，与传统金融的服务有什么区别，具体如何实施？

刘澄清：这一点非常重要！以往的金融服务主要集中在融通资金这一阶段，但普惠金融范畴的信贷远远不止给钱这么简单。

拿一度频繁“爆雷”的P2P来说，就存在诸多问题。首先，这一模式可能动用了脆弱群体的储蓄而缺乏风险控制；其次，过分相信技术并片面追求利润最大化，忽视了社会绩效；再次，没有引入客户保护原则；最后，很多平台没有坚守信息中介的定位，给客户提供了刚性兑付而吸引投资资金。这些都导致运行风险过大，风险集中暴露之后又给行业带来了难以挽回的损失。

综观国际上经典的微型金融机构（Microfinance Institutions, 简称 MFIs），主要服务于金字塔底层的群体，通常要实现财务上自负盈亏——即机构成熟，需要6年左右的时间。也就是说，开始时并不能实现商业可持续，大多从非营利性质的非政府组织起步。这些机构非常注重培养客户金融意识和个人信用。为了获得贷款，定期的强制储蓄是常被采用的办法，例如要获得1万元的贷款，前提条件是储蓄两千元。这就发挥了类似存钱罐的功能，帮助低收入者、尤其是贫困群体建立起了储蓄的意识和习惯。著名的格莱珉银行，则是以五人小组联保形式形成约束机制，提供微型短期信贷，分期还款，其风控的秘诀是对还款意愿和还款能力好的客户承诺给予再贷款和动态优惠的激励。小组贷款模式，执行小组会议和中心会议制度，检查项目落实和资金使用情况，办理放、还、存款手续，此外还交流脱贫致富信息，传播科技知识，提高贷款人的经营和发展能力。

所以，从这个意义上讲，开展普惠金融的机构和客户之间的关系就像是水和面粉的关系，没有合作之前，水是水，面粉是面粉，一旦成为客户，就不分你我，就相互成就、共同成长的关系。

《英大金融》：这的确是复杂而艰难的过程，

结合国内的情况，有什么亟需补足的短板呢？

刘澄清：推出客户保护和客户赋能准则是一项重要工作。

普惠金融是中国金融改革当中非常重要的一个方向，从中央到地方、从政府到行业都已达成共识。国内的普惠金融实践始于1993年，中国社会科学院农村发展研究所杜晓山教授在河北易县搞了中国第一个小额信贷试点“扶贫社”，此后各类普惠金融领域的微贷实践多线并行，到现在已经二十多年时间了。尽管比国际上起步晚了二十几年，但一路走来，众多参与者都在摸索，只是还没有形成统一的标准。

这一领域出现的不少金融乱象，背后原因不仅是缺乏合适的监管政策与框架，更重要的是客户保护和客户教育的缺失。

在2018中国普惠金融国际论坛上，由人民大学中国普惠金融研究院与中国小额贷款业协会发起推出的数字金融与普惠金融“客户保护与赋能行动计划”（简称CPCP），目标就是凝聚国内金融机构、国际金融组织以及监管部门的优势资源，推动适合我国数字金融与普惠金融行业的客户保护准则与客户赋能。

《英大金融》：您提到的客户赋能方案非常新颖，会包含哪些具体内容？

刘澄清：重点是开展客户教育。还是举个例子来说。

新一轮产业浪潮袭来，会出现日益严重的数字鸿沟问题，同时伴随宏观经济形势的不确定性，很可能有一大批相对脆弱的群体被淘汰出局。如果只是为他们提供一笔贷款，哪怕免去利息，可能也完全超出了他们的驾驭能力。再加上没有外在的追踪、约束、激励和帮助，他们失败的概率很大，反而可能出现生意失败、微型企业破产、深陷负债、甚至沦为失信人员的情况。

这就需要为他们创造新的机会，引导他们

创业、就业，帮助他们实现包容性增长。

客户赋能，重点就是以客户教育与能力提升，以及培训等形式实施客户赋能，主题包括创业就业技能培训、金融工具使用方法等多个方面。

在蚂蚁小微大学的支持下，我们在支付宝平台上提供了小微企业主赋能课程，包括《小微企业的市场营销》《小微企业的财务管理》及《小微企业管理》三门相关客户赋能课程，免费开放。下一步将发挥 CPCP 发起机构及顾问委员会机构及其他合作伙伴的资源力量，开发更多赋能项目，包括创业的课程，比如《从一个想法到一门生意》等等。对于大多数从来没有做过生意的返乡创业者来说，不管投资多少，都需要先设计一个简洁的框架和流程，但是大部分人并没有经历过这样的训练，难免凭借一时的创业冲动，拍脑袋把非常有限的资金投了进去。结果可想而知。如果金融机构先对这样的群体进行赋能或者培训和指导，培养起市场意识和运营能力，再贷款给他们才能真正起到帮助的作用。这就是赋能对信贷质量的贡献。

《英大金融》：是否可以说这是一个“授人以渔”的过程？

刘澄清：没错。不能一味地把钱贷出去，而是要识别出谁才是真正的客户，了解客户的需求和短板，发掘他们的潜能，开展适当的客户教育，设计出合适的产品，促进包容性增长，实现共同成长。

数字技术是包容性增长关键

《英大金融》：要实现客户保护和客户赋能，中国与国际成熟经验相比有哪些特殊性？

刘澄清：国际范围内的普惠金融已经发展了半个多世纪，有着比较丰富的经验和实践模型，

普惠金融机构和客户就像是水和面粉的关系，是相互成就、共同成长的。

但由于社会经济等多方面的不同，很多经验我们都难以直接嫁接使用。

不过，一方面我们仍然可以借鉴、引入并且本土化；另一方面，中国也具有自身的优势，那就是金融科技和数字金融的广泛深入开展。

采用数据驱动的方式，可以精准判断客户需求，提供相应保障，给出灵活及时解决方案，就能同时实现低成本和高效率服务。

第三方支付、数字微贷等多个领域在我国都取得了引人瞩目的成绩。在这些场景下，数据是中立的，但数据可以感受到客户的温度，体现了科技进步带来的财务绩效和社会绩效的提升。

从趋势来看，为金字塔底层群体提供“方便、快捷、负担得起、可持续的优质金融服务”的梦想，很可能通过数字技术实现。

《英大金融》：除了金融科技类型企业，其他市场参与者如何推进普惠金融？

刘澄清：要相信“看不见的手”的力量。市场的事情归于市场，银行、非银金融机构以及金融科技公司都知道如何做。可能的方向是大家各自发挥比较优势。国有大行作为正规军，可以担当能量供给者，提供批发资金，并为其他机构赋能；中小银行、小贷公司等人员、体制都更容易触达客户，就直接推进产品和服务；金融科技等数字金融前沿机构，则有更为广泛和前沿的创新。同时非常重要的一点是，政府需要提供公平的竞争环境和适当的监管，促使行业自律，推动客户保护与赋能。

拥有 14 亿人口，人均 GDP 已经超过 1 万美元，中国的普惠金融事业前景非常广阔，尤其是包容性增长的广大农村市场，是天然的数字金融与普惠金融发力的市场。只要肯深入地研究，主动地创新，与客户共同成长，再加上数字化的加持，就有很多事情可以做。E