



# 消费金融遭遇严监管， 行业进一步规范发展

消费金融全面规范发展是长期趋势，为了维护良好的行业生态环境，引导消费金融公司有序合规转型，未来监管或将继续保持强监管态势。

文 | 宋玮 赵乐乐

继去年对招联消费金融进行单独通报后，6月15日，银保监会消费者权益保护局发布了《关于马上消费金融股份有限公司侵害消费者合法权益的通报》。文件指出，马上消费金融

股份有限公司存在七项违规行为：营销宣传夸大误导、产品定价管理不规范、学生贷款管理不规范、合作商管控不严、联合贷款管理不到位、不合规催收、消费者权益保护体制机制不

完善等。通报的背后，显露出了消费金融行业从粗放到高质量发展转型的阵痛期特征。迈进第二个十年后，这一行业该何去何从？

### 牌照批复提速，监管持续收紧

消费金融行业的监管环境，一直都是规范监管与鼓励发展并重。2013年，银监会对《消费金融公司试点管理办法》进行修订后扩大了试点范围、降低了准入门槛，获批筹建的消费金融公司越来越多。此后，加强校园贷监管，治理整顿互联网金融，P2P网贷公司整顿归零，银保监会、中国人民银行等共同发布《网络小额贷款业务管理暂行办法》，又各自推动了消费金融行业进一步规范管理。

2020年，消费金融行业监管继续完善，促进消费复苏与行业有序发展。从中国人民银行负责人员讲话到《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》，再到《关于促进消费金融公司和汽车金融公司增强可持续发展能力、提升金融服务质效的通知》，消费金融公司在融资渠道、资本补充方式和拨备要求等方面有了更多空间，体现出金融监管部门对该行业发展的支持与鼓励态度。

2021年，消费金融行业的监管趋向严格，红线不断收紧，对消费者权益保护要求更高。“十四五”规划中明确指出要“规范发展消费信贷”，奠定了近五年消费金融监管的总基调。为强化分类监管，引导服务实体经济，1月13日银保监会发布《消费金融公司监管评级办法（试行）》，从公司治理与内控、资本管理、风险管理、专业服务质量、信息科技管理五个维度对消费金融公司进行分级管理；年初央行定调“不宜以消费金融扩大消费”，在促进消费与降低杠杆率、防范系统性风险之间要有所平衡；此前监管已明确规定借款利率不得超过贷款基础利率LPR的四倍，但行业内产品利率违规超标的现象仍层出不穷，中国人民银行

公告〔2021〕第3号要求所有贷款机构明示其贷款产品年化利率，这有利于增加信息透明度、发展完善普惠金融。

随着消费金融行业发展规模不断扩大，审慎合规发展是监管对行业发展的基本要求；而落实普惠金融、防范系统性风险是需要持续努力的目标。此次通报可以看出监管方面对整顿乱象、规范消费金融行业发展的决心，预计将对业内违规行为产生一定的震慑作用。消费金融全面规范发展是长期趋势，为了维护良好的行业生态环境、引导消费金融公司有序合规转型，未来监管或将继续保持强监管态势。

### 市场重新洗牌，行业渐趋成熟

近年来，消费金融行业迎来拉动内需、发展普惠金融的政策红利，监管方批筹持牌消费金融机构的步伐加快，现取得消费金融牌照的公司总数已达到30家，29家已经获批开业。2020年8月，中国银行业协会发布了《中国消费金融公司发展报告（2020）》（以下简称“《报告》”）。《报告》指出，在外部环境变化和行业发展竞争的作用下，消费金融行业已经逐步由成长阶段进入成熟阶段。一方面，数字经济发展势头迅猛，金融科技应用更加广泛，吸引了更多市场主体进场布局，也为更多应用场景的实现提供了便利。在主流银行系机构之外，互联网巨头、电商平台等纷纷布局消费市场，场景方与平台方的合作更加深入，存量机构的股东结构不断多元化。另一方面，随着市场扩容，持牌机构间的竞争愈发激烈，行业持续洗牌。新冠肺炎疫情也对消费金融行业造成了一定的冲击，使业内格局有所改变，业务方式逐渐从线下转为线上发展。

总体来说，行业内分化明显，第一梯队公司排位发生变化。招联、马上、兴业消费金融三家头部公司稳居前列；主攻线下业务的捷信消费金融增收不增利，业绩表现远不如前，被

此次通报可以看出监管方面对整顿乱象、规范消费金融行业发展的决心，预计将对业内违规行为产生一定的震慑作用。

整治校园贷近五年来，互联网金融等非持牌机构、不良网络贷款渐渐从校园金融服务领域中淡去身影。

招联消费金融全面赶超，丢失了行业龙头地位。从注册资本来看，为增强抗风险能力，满足合规要求与业务扩张的需求，近几年大多数机构都进行了至少一次增资，截至2020年全国29家已获批成立的消费金融公司注册资本合计542.41亿元，平均值为18.7亿元。其中，注册资本超过30亿元的消费金融公司有六家，包括蚂蚁、捷信、平安、马上、招联、中邮消费金融。从资产总数来看，根据21家已公开披露相关信息公司的数据计算，截至2020年年底持牌消费金融公司的资产总额约4738亿元，其中招联消费金融以1088.81亿元的总资产遥遥领先。

从营业收入来看，大部分公司相较于2019年营收有所增长，业内2020年营收超过50亿元的有招联、捷信、马上、兴业四家消费金融公司。在尾部消费金融公司中，盛银和金美信消费金融成为黑马，营业收入分别同比增长104.14%、96.89%；年度同比降幅最大的是捷信消费金融，达35%。

2020年受疫情影响，从净利润来看，除苏宁、阳光消费金融外，其余公司均盈利，但大多出现盈利减少的情况。其中，小米消费金融仅成立半年就实现盈利；招联和兴业消费金融以16.68亿元和13.5亿元的净利润稳居冠亚军，这也是招联连续第四年、兴业连续两年净利超过10亿元；捷信消费金融则显出颓势，以1.36亿元位列第八。同时，净利润同比分化大：净利润增长最快的是金美信消费金融，开业三年连续盈利，2020年增幅排名第一，达到了126.9%；其次为增幅107.83%的杭银消费金融。

目前，消费金融行业在快速发展过程中仍然面临一些挑战。

第一，业内两极分化较为严重，头部公司用户及流量基础好，风险控制与获客能力强，可开发的业务场景较多；而尾部公司不仅陷于市场占有率小的困境，也有新持牌机构进场导致市场进一步被瓜分的隐忧。随着金融科技全

面赋能，智能获客、智能风控、智能催收初显效果，消费金融公司的业务结构与收入结构都有所改变，线上业务成为主要发展方向，科技服务收入成为利息收入外重要的利润来源，各公司之间的竞争势必更加激烈，需要不断提升自身综合服务能力。

第二，消费金融公司自身风控能力不足，加之行业内产品场景同质化较为严重，致使场景爆雷频发，给消费者带来较大损失。当下，场景金融是消费金融机构绕不开的业务方向，医美分期“乔融金服”、租房分期“蛋壳公寓”、教育分期“学霸君”等诸多案例反映了消费金融公司对于助贷机构、B端商户及产品交易中操作风险、欺诈风险等风险控制的缺失。同样，招联消费金融无视预警评级仍然调整合作商的分期业务合作规模限额，马上消费金融对合作商风险限额管理缺乏制度规范、贷款限额设置不合理，都反映了合作商管理制度的不健全，更凸显出其风险意识及审慎经营意识的缺乏。

第三，消费者权益保护不足，消费金融公司对于委托的催收机构管理不严，存在不合规催收，甚至进行人身攻击、恶意泄露客户隐私信息等不当举措。同时，一些机构还存在不合理收费、信息披露不完整、过度营销等情况，让处于弱势地位的消费者更难保障自身财产安全。产品服务定价与联合贷款管理不规范，导致在资金成本不高的情况下，部分机构产品的综合年化利率过高，“高利贷”成为消费金融公司在消费者心中的一个标签；并且出现了保险捆绑销售，代收代付保费的行为不仅侵犯了客户权益也造成了监管套利。

在经历了此前的几次洗牌后，消费金融行业增速放缓，从突飞猛进转向合规发展。2021年是我国“十四五”规划开局之年，而加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局是未来发展的重要脉络。在疫情防控常态化的背景下，促进消费、刺激内

需的长期市场导向利好消费金融行业发展。预计今后几年，消费金融公司将迎来上市热潮，马上消费金融与招联消费金融正在筹措上市融资，中原消费金融等机构也透露出上市雄心。但道阻且长，捷信上市失败的前车之鉴提醒我们，消费金融行业存在的问题与乱象不容忽视，需要进一步规范发展。

### 聚焦校园场景，共创健康生态

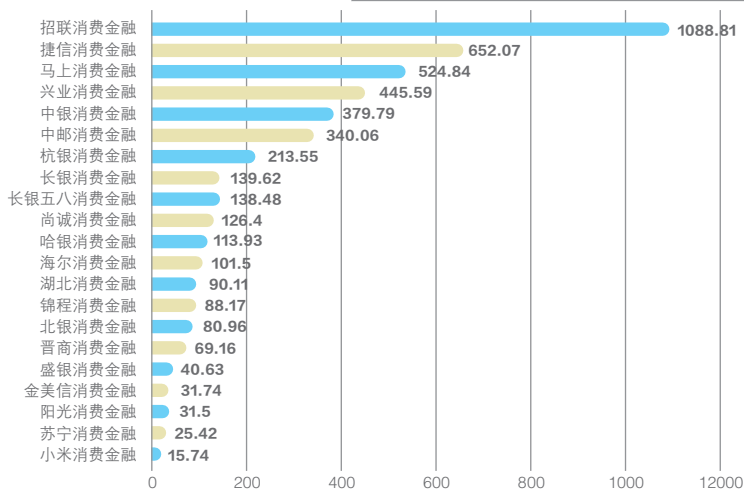
大学校园场景是消费金融行业的重要组成部分，如何培育良好的校园金融生态、发展普惠金融服务备受市场机构与监管层关注。2017年招联金融校园“零零花”产品首开先河，凭借覆盖全国的便捷消费金融服务，填补了市场空白。但大多持牌消费金融机构对于进入校园市场仍有顾虑，参与程度与积极性不高。

2017年，银监会主席郭树清指出“银行应为大学生金融服务‘开正门’，把对大学和大学学生的金融服务做到位”。针对这一领域“开正门，堵偏门”的呼声也越来越高。同年6月，银监会、教育部、人社部联合印发了《关于进一步加强校园贷规范管理工作的通知》，提出商业银行和政策性银行应提供定制化、规范化的校园金融服务。整治校园贷近五年来，互联网金融等非持牌机构、不良网络贷款渐渐从校园金融服务领域中淡去身影。2021年3月，银保监会、教育部等五部门联合印发《关于进一步规范大学生互联网消费贷款监督管理工作的通知》，指出要进一步加强消费金融公司、商业银行等持牌金融机构大学生互联网消费贷款业务风险管理。

校园金融因其特殊场景与服务对象，有以下较突出的特点。第一，该领域的利率限制多，公益性较强，针对学生的贷款利率一般不高，从盈利性需求出发，持牌机构大规模进驻校园市场的动机不强烈；第二，学生社会经验不足，在识别金融风险、维护自身权益等方面具有劣

### 持牌消费金融公司 2020 年总资产

(亿元)



> 数据来源：根据各公司控股股东公开年报等数据整理

势，且部分不成熟的学生可能被诱导过度超前消费，也可能因催收而产生严重心理问题；第三，学生群体收入来源有限，还款能力低，以过往数据来看坏账率与风险控制难度较高。

也要看到，校园金融市场是一块较大的蛋糕，学生在消费、创业、培训等方面有一定的信贷资金需求。在保护消费者隐私的基础上，若社保数据标签化后直接对接金融机构，相关校园金融服务的可持续程度或将更高。对于持牌消费金融公司而言，从挖掘增量客户角度来讲，学生群体经济能力提升潜力很大，各个公司应持长远目光，积极布局校园金融市场，维护客户关系；从合规风控角度来讲，消费金融公司可以依托金融科技技术进行产品定价与智能风控，加强贷前贷后管理，精准审核学生综合经济能力与借款用途，健全风险处理预案，降低风控难度。□

(作者均供职于中国人民大学中国银行业研究中心)