

# 消费金融如何起舞

消费金融是一场资金战、渠道战，得资金者、得渠道者得天下。

文 | 沈浪



消费金融迎来了新一轮发展良机。

## 稳大盘，消费金融在行动

今年以来，全国多地再度蔓延的新冠肺炎疫情，对正常的经济秩序产生了明显冲击，以上海为例，上海市统计局公布的数据显示，4月全市工业总产值、社会消费品零售总额分别为1364.17亿元、716.97亿元，同比分别下跌61.6%、48.3%。

为了推动经济回归正常轨道，确保运行在合理区间，近日，国务院召开会议进一步部署稳经济一揽子措施，力度大、覆盖面广，共包括六方面33项措施，主要涉及财政及相关政策、金融政策、稳产业链供应链、促消费和有效投资、保能源安全、保障基本民生等政策。作为呼应，财政部、国家税务总局几天后就发布了关于减征部分乘用车车辆购置税的公告，与此同时，北京、河南、湖北、四川、安徽等地纷纷向本地消费者发放消费券，刺激内需。显然，这场稳大盘保卫战对于在提高消费者生活水平、支持经济增长等方面有着巨大作用的金消费金融也给予了足够的重视。

国务院印发的《扎实稳住经济的一揽子政策措施》第8条指出，对因感染新冠肺炎住院治疗或隔离、受疫情影响隔离观察或失去收入来源的人群，金融机构对其存续的个人住房、消费等贷款，灵活采取合理延后还款时间、延长贷款期限、延期还本等方式调整还款计划。在第18条里，文件又强调稳定增加汽车、家电等大宗消费，引导金融机构提升金融服务能力，更好满足消费升级需求。

4月发布的《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》也有详细表述：推动商业银行、汽车金融公司、消费金融公

司等提升金融服务能力；强化县域银行机构服务“三农”的激励约束机制，丰富农村消费信贷产品和服务，加大对农村商贸流通和居民消费的金融支持力度；引导金融机构在风险可控和商业可持续前提下丰富大宗消费金融产品。

在非常时期，消费金融到底有多重要？基于北京大学中国家庭追踪调查（2018）的数据，上海金融与法律研究院研究员聂日明分析指出，尽管中国居民的收入增长已经持续多年，但家庭应对失业风险的能力依然很弱：有四分之一的家庭处于“手停口停”的状态，只要开始静默，生活就会陷入困顿；当静默期超过两个月，全社会就会有一半的家庭大幅降低支出水平或者举债生活才能应对。和无房贷家庭相比，有房贷家庭更加脆弱，抵御疫情冲击的能力更差，失业时面临的风险更高。

目前，工行海南省分行、江苏银行、绍兴银行等金融机构已经从消费金融角度推出了助力稳住经济大盘的举措：有的推出“爱购海南”活动，聚焦岛内群众的衣食住行；有的与互联网公司合作，带动用户在吃穿用行住等场景上的金融消费；有的围绕购车补贴政策，推出金融购车专属服务，并延长消费贷款、个人信用贷款等产品还款期限，适当放宽准入条件，叠加降息券、免息券等优惠措施满足消费者的金融需求。

## 市场格局即将改写？

其实，除了经济刺激计划带来的机会，国内消费金融行业本身也在高速增长。2021年，消费金融前三强中第三名——兴业消金实现营业收入83.91亿元，同比增长29.8%，净利润为22.30亿元，同比增长65.1%；亚军马上消金的营收、净利润分别为100.10亿元、13.82亿元，同比增速分别为31.6%、94.1%；招联消金过去

这场稳经济大盘保卫战对于在提高消费者生活水平、支持经济增长等方面有着巨大作用的金消费金融也给予了足够的重视。

## 2022年消费金融公司排行

排名	公司	
1	招联消费金融有限公司	
2	马上消费金融股份有限公司	
3	兴业消费金融股份有限公司	
4	中邮消费金融有限公司	
5	中银消费金融有限公司	
6	河南中原消费金融股份有限公司	
7	杭银消费金融股份有限公司	
8	湖南长银五八消费金融股份有限公司	
9	四川锦程消费金融有限责任公司	
10	华融消费金融股份有限公司(宁银)	
11	陕西长银消费金融有限公司	
12	中信消费金融有限公司	
13	海尔消费金融有限公司	
14	捷信消费金融有限公司	
15	盛银消费金融有限公司	
16	哈尔滨哈银消费金融有限责任公司	
17	河北幸福消费金融股份有限公司	
18	北京阳光消费金融股份有限公司	
19	湖北消费金融股份有限公司	
20	内蒙古蒙商消费金融股份有限公司	
21	上海尚诚消费金融股份有限公司	
22	厦门金美信消费金融有限责任公司	
23	晋商消费金融股份有限公司	
24	北银消费金融有限公司	
25	重庆小米消费金融有限公司	
26	苏银凯基消费金融有限公司	
27	苏宁消费金融有限公司	
28	平安消费金融有限公司	
29	四川省唯品富邦消费金融有限公司	
30	重庆蚂蚁消费金融有限公司	

五年营收从 41.63 亿元暴涨至 159.33 亿元，净利润从 11.89 亿元飙升至 30.63 亿元，资产规模也从 470 亿元冲到了 1497 亿元，连续三年蝉联冠军。

值得注意的是，房贷和车贷按照国内的定义不属于消费金融范畴，信用卡分期还款也切走了不少大宗消费蛋糕，若算上这几项，市场规模将翻上几倍。国际管理咨询公司麦肯锡在一份报告中预测说，到 2025 年，中国消费金融市场规模将增至约 28 万亿元。

截至去年年底，我国持牌消金公司数量约为 30 家，可分成银行系、非银行系两大类。前者由全国性商业银行或中小银行独立或联合其他机构设立，近年来，区域性中小银行也开始大举进军消费金融，比如兰州银行、江阴银行、沪农商行、湖州银行等。后者比较复杂，有的来自产业资本，比如海尔消金；有的来自跨国公司，比如捷信；有的来自互联网公司，阿里、小米、滴滴都有参与。

后来者不断涌入，但是真想分食较大的蛋糕也不容易。

一方面，监管日趋严格。本刊去年报道过，“十四五”规划中的“规范发展消费信贷”奠定了近五年消费金融监管的总基调，行业红线在不断收紧，对消费者权益保护要求逐渐提高。银保监会发布的《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。央行亦明确表示“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。不久前，招联消金就因营销宣传存在夸大误导、收取平台服务费质价不符、产品定价管理不审慎、对合作商户风险管理不到位以及

> 资料来源：互联网周刊，eNet 研究院，德本咨询联调

催收行为不当等多项违规行为被监管部门处以290万元的罚款。

另一方面，消费金融是一场资金战、渠道战，得资金者、得渠道者得天下。当前的市场三强之所以处于领先地位，就在于其拥有一种或两种核心资源，比如，兴业消金的优势是兴业银行丰富的线下用户资源，马上消金在互联网领域拥有大量的用户，招联消金拥有招商银行和中国联通两大股东，二者既能提供授信额度和资金，又能引流、帮忙拉客户。

随着蚂蚁消金的加入，市场格局或将“变天”，或者说，早在几年前，招联消金、马上消金、兴业消金的荣誉就有点名不副实。由于运作模式不同，花呗、借呗一直没有纳入消费金融的统计，否则，其万亿元级的体量足以碾轧国内任何一家消金企业。当下的形势是，越来越紧的监管政策消解了蚂蚁消金的部分优势，使得后者暂时无暇他顾。

## 衔着金汤匙出生的消金之王

从表面上看，成立于2021年的蚂蚁消金是一个后来者，但其并非从零开始，它的主要使命是承接蚂蚁花呗、借呗的运营主体——重庆市蚂蚁小微小额贷款有限公司、重庆市蚂蚁商诚小额贷款有限公司——符合监管规定的消费信贷业务，而花呗和借呗在六七年前就已成立。蚂蚁消金过渡期完成后，两家小贷公司将实现平稳有序市场退出。

公开资料显示，2020年上半年，蚂蚁集团的微贷科技平台共促成信贷余额2.15万亿元，其中，以花呗、借呗为代表的消费信贷余额总计1.73万亿元，这个规模远超中国任何一家持牌消费金融机构。所以，在业内人士看来，年轻的蚂蚁消金是一个事实上的消金之王。那么，这个巨


无霸到底是如何炼成的呢？

其一，蚂蚁消金脱胎于阿里巴巴和支付宝。前者是中国最大的电商平台，拥有消费金融最重要的应用场景；后者则是中国最大的第三方支付平台，跟消费金融有一种天然的无缝衔接关系。当蚂蚁消金与阿里巴巴、支付宝结合在一起时，便可以打通消费、支付与资金的全链条，10亿级用户无需跳转即可使用花呗、借呗，谁还会进行额外的操作选择其他消费金融产品呢？

其二，蚂蚁消金成立之前享受了巨大的政策红利。前几年，花呗、借呗如脱缰野马般疯狂生长的原因在于，其作为资产证券化（ABS）原始权益人在上交所通过无限循环方式累计发行了44个融资计划项目，总金额达4685亿元。正是因为有了源源不断的资金流入，蚂蚁消金才成功撬动了万亿元的资金规模。

2020年11月发布的《网络小额贷款业务管理暂行办法（征求意见稿）》规定，网络小贷公司通过发行债券、资产证券化产品等标准化债权类资产形式融入资金的余额不得超过其净资产的4倍，彻底关上了无限循环方式发行ABS的大门。

蚂蚁消金的初始注册资本为80亿元。业界人士认为，按照监管部门要求的10倍杠杆上限，这个巨无霸最大信贷余额上限只有约800亿元，承接花呗、借呗资产必须大规模增资才能实现。不出所料，仅仅过去了半年，蚂蚁消金就传出计划增资到300亿元的消息。

对于竞争对手而言，最大的启发就是：坚定不移地加强消金使用场景与资金来源建设，怎么强调都不过分，没有应用场景与充沛资金的支持，消费金融公司做大做强几乎是一句空话。当然，必须注意合规性，否则，长时间的整顿将让消金公司陷入“消耗战”。

坚定不移地加强消金使用场景与资金来源建设，怎么强调都不过分，没有应用场景与充沛资金的支持，消费金融公司做大做强几乎是一句空话。