

消费金融的变与不变

随着消费金融的地位与作用得到重视与确认，其在扩大内需方面将大有可为。

文 | 沈浪



我国消费金融迎来了“最好的时代”。

前些年，部分点对点（P2P）网络借款公司和非法网贷机构频繁逾越红线，消费金融行业的形象受到重创，亟待一个发展契机。《关于进一步优化落实新冠肺炎疫情防控措施的通知》发布后，全国上下齐心协力拼经济，消费金融正在迎来一个重要的窗口期。

“最好的时代”来临

不久前，中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）》明确提出，坚定实施扩大内需战略、培育完整内需体系，是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的必然选择，是促进我国长远发展和长治久安的战略决策。该规划要求在持续提升吃住、出行、住房和中高端消费品等传统消费的同时，积极发展服务消费，加快培育新型消费，大力倡导绿色低碳消费，推动城乡区域协调发展，释放内需潜能等。

随后召开的中央经济工作会议指出，当前我国经济恢复的基础尚不牢固，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍然较大，外部环境动荡不安，给我国经济带来较大影响，决定更好统筹供给侧结构性改革和扩大内需，通过高质量供给创造有效需求，支持以多种方式和渠道扩大内需，明确表示要把恢复和扩大消费摆在优先位置，增强消费能力，改善消费条件，创新消费场景，多渠道增加城乡居民收入，支持住房改善、新能源汽车、养老服务等消费。

这意味着，消费金融行业将迎来属于自己的舞台。历史经验证明，消费的红火与消费金融的高速发展大多是相向而行。2011年，我国社会消费品零售总额为18.1万亿元，到了2021年，这个数字变成了44.1万亿元，十年时间增长了244%，年均复合增长率为7.7%。2022年1~11月，我国社会消费品零售总额

为39.9万亿元。十余年间，消费金融也保持强劲增长，2011年我国个人消费贷款余额约为8.9万亿元，到2022年9月末，我国个人消费贷款余额约56万亿元。

传统上，各大银行主要将高净值用户视为重点目标受众，针对这部分用户，他们愿意提供丰富的产品，然而，该人群非常有限，按照胡润百富发布的《2022我国高净值人群家族传承报告》，国内拥有600万人民币家庭净资产的富裕家庭数量只有508万户，拥有千万人民币家庭净资产的高净值家庭数量更是低于206万户。中低收入人群才是人口的主力，只有当他们的需求得到释放时，一个国家的内需才会真正得到释放。

消费金融从业者出于错位竞争的考量，将重点放在中低收入人群身上，大大降低了中低收入人群信贷获取的门槛，让普惠金融服务实现了前所未有的下沉，再叠加网购平台崛起、物流体系逐渐完善等因素，直接把有效消费人群从百万规模扩大上百倍，社会消费品零售市场出现井喷显然在情理之中。

据华创证券首席经济学家、中国首席经济学家论坛理事牛播坤介绍，中国低收入人群工资的增速已经从8%下滑至接近0%。在这种情况下更需要消费金融增加购买力，提振消费信心。根据我国银行业协会的统计，消费金融企业已将场景金融拓展至计算机、通信、家电、家装、旅游、教育、培训、医美等多个领域。随着消费金融的地位与作用得到重视与确认，其在扩大内需方面将大有可为。

政策红利接连不断

除了宏观环境的利好，有关部门释放的政策红利也是消费金融备受看好的重要原因。最近几年，整个消费金融行业在承受监管要求不断升级压力的同时，也深受资金不足的困扰。

2021年9月，深圳银保监局批准招联消费

消费金融企业已将场景金融拓展至计算机、通信、家电、家装、旅游、教育、培训、医美等多个领域。

服务长尾人群、降低中低收入人群信贷获取门槛、让普惠金融服务真正普惠是消费金融的天职，变化的只是消费金融机构如何将该使命践行得更优更好。

金融有限公司发行不超过 22 亿元人民币的二级资本债券。2022 年 7 月，广东银保监局再次批准中邮消费金融有限公司发行不超过 18 亿元人民币的二级资本债券。这两个案例让市场充满期待，部分人士乐观地认为，消费金融行业的二级资本债可能会在今年全面落地。

2022 年 12 月 30 日，银行业信贷资产登记流转中心网站发布的《我国银保监会办公厅关于开展第二批不良贷款转让试点工作通知》提出，在原试点机构范围基础上，消费金融公司与开发银行、进出口银行、农业发展银行以及信托公司、汽车金融公司、金融租赁公司等一起被监管部门纳入试点机构范围。

二级资本债与不良贷款这两项政策如果能够快速铺开，消费金融将有望通过新的融资渠道提高资产充足率，极大地缓解资金焦虑，为其扩大业务规模创造强有力的条件。

其实，国内消费金融此前的大发展就是监管政策红利带来的。2015 年 6 月，国务院将原在 16 个城市开展的消费金融公司试点扩大至全国，审批权下放到省级，鼓励符合条件的民间资本、国内外银行业机构和互联网企业发起设立消费金融公司，当年 7、8 两个月成立的消费金融公司的数量便接近之前五年的总和。

春江水暖鸭先知。2022 年，感觉到新一轮发展良机已到的消费金融公司纷纷开始扩军备战：8 月，宁波银行发布公告披露该行董事会同意以货币方式向宁银消费金融增资不超过 15 亿元；9 月，海尔消费金融增资至 15 亿元获批；10 月，兴业消费金融增资至 53.2 亿元。12 月最为热闹：南银法巴消费金融注册资本由 6 亿元增至 50 亿元获批后，成都银行也发布公告称四川锦程消费金融公司拟启动第二轮增资扩股工作，通过“资本公积转增+现金增资”的方式新增注册资本 5.8 亿元。而在最

后一个工作日，最受关注的蚂蚁消金增资方案也终于获得重庆银保监局的批准——由 80 亿元增加至 185 亿元，增资幅度远超预期。

那些没有打增加注册资本牌的消费金融机构也没有闲着。2021 年 1 月，重庆证监局宣布马上消费金融股份有限公司已与保荐机构签订辅导协议，拟公开发行股票并上市。2022 年 10 月，招商银行也公告称董事会已审议通过《关于招联消费金融有限公司整体变更为股份有限公司的议案》，这表明招联消费金融也开始加入首次公开募股（IPO）大军，与马上消费金融一起争夺我国消费金融第一股的名号。蚂蚁集团整改后，预计很快也会重启上市计划。

资本的追捧无疑可以显示消费金融的价值。不过，前景虽然诱人，但要想分享这块蛋糕还需要在新的市场环境下不断转型升级，否则可能蛋糕没分到还会被提前淘汰出局。

变与不变之间

2022 年 5 月，知名管理咨询机构麦肯锡在名为《内外兼修，奏响消费金融新乐章》的报告中，肯定了我国消费市场将保持稳健发展的大趋势，但也明确指出，市场增长逻辑已发生结构性变化，利率定价陡峭下降，风险下降与利率压降不成正比，玩家利润空间遭到挤压，客群战场整体下移，“两低（低利率/低件均）战场”竞争加剧，越来越多的玩家利润率将往 15% 以下迁徙，高风险用户面临清退，潜在用户利润率会逐步下移至 18%~4% 区间，目前正处于一个转型的临界点。

该报告指出，未来五年，我国消费市场将在存量业务端、新型模式端和资本市场端迎来三重升级：随着利率下行和件均走高，消费金融企业需加强精益运营能力，低利率/低件均的“两低战场”与高件均+经营贷的“一

全国注册资本 50 亿元以上的部分网络小贷机构

序号	网络小贷机构	注册资本 (亿元)	实际控制人	成立时间
1	重庆市蚂蚁小微小额贷款有限公司	120	蚂蚁	2013 年 8 月 5 日
2	深圳市财付通网络金融小额贷款有限公司	105.26	腾讯	2013 年 10 月 28 日
3	深圳市中融小额贷款有限公司	90	字节跳动	2012 年 6 月 6 日
4	南宁市金通小额贷款有限公司	89.89	广西壮族自治区人民政府	2011 年 4 月 1 日
5	重庆美团三快小额贷款有限公司	75	美团	2016 年 11 月 28 日
6	重庆度小满小额贷款有限公司	74	度小满	2015 年 10 月 21 日
7	重庆星雨小额贷款有限公司	60	苏宁易购, 苏宁金控	2012 年 12 月 19 日
8	重庆京东盛际小额贷款有限公司	50	京东科技控股股份有限公司	2016 年 1 月 5 日
9	中新(黑龙江)互联网小额贷款有限公司	50	中新控股 (08207.HK)	2016 年 10 月 21 日
10	福州三六零网络小额贷款有限公司	50	360 数科	2017 年 3 月 30 日
11	重庆降携小额贷款有限公司	50	OPPO/Vivo	2009 年 6 月 18 日
12	重庆携程小额贷款有限公司	50	携程金融科技	2016 年 12 月 6 日

注: 苏宁易购集团股份有限公司 (持股 41.15%), 苏宁金控投资有限公司 (持股 21.27%)

> 信息来源: 消费金融频道

高战场”将成为兵家必争的两大核心战场, 消费金融价值链上预计会涌现出“全能型”“多元精品店型”“专家型”玩家, 部分消费金融企业将从注重技术外溢和商业化的科技企业转型为将金融和科技业务分离的新模式企业, 其估值也存在上行空间。

在这样的背景下, 麦肯锡表示, 消费金融机构需要转向精耕细作、做宽赛道、修炼内功, 推动业务转型, 精细化经营存量用户, 提升投入产出比, 试水场景创新等新获客模式, 将投产优化和资源配置融入整体公司经营, 打造智能化风险管理体系, 升级端到端风控链条, 通过用例驱动的数据治理, 充分释放数据对业务

的价值, 平衡规模增长和盈利性提升。在流量枯竭、监管趋严、竞争激烈的环境中如何孵化未来潜在新增长点值得所有从业者思考, 消费金融机构需要提升组织健康度, 重点强化效率和人才管理, 也需要将环境、社会和公司治理 (ESG) 理念贯穿业务本质和企业战略, 将绿色金融和社会责任融入企业血脉, 从而抓住弯道超车的增长机遇。

需要强调的是, 不论如何转型升级, 服务长尾人群、降低中低收入人群信贷获取门槛、让普惠金融服务真正普惠都是消费金融的天职, 这一点永远不会也不应该改变, 变化的只是消费金融机构如何将该使命践行得更好。□