

促进互联网贷款发展，助力小微企业对抗疫情冲击

曾刚 国家金融与发展实验室副主任

小微企业是我国经济的重要组成部分，但其得到的金融资源长期不足，此次新冠肺炎疫情更使其雪上加霜。疫情中的小微企业亟需支持，而金融机构线下服务的能力同时缩减，令供需缺口进一步增大。

为化解当前疫情带来的挑战，金融机构可充分利用互联网渠道非接触、广覆盖、精准触达的特点，及时施以援手，并以此为契机，逐步解决小微企业“融资难”问题。为此，金融机构需要转变思路，借助互联网贷款方式，加强对小微企业的信贷服务。

近日，在全国工商联的指导下，百家银行通过与网商银行合作，共同发起“无接触贷款”助微计划，将互联网平台的渠道和信息数据优势与商业银行的资金和风控能力优势相结合，通过在线申请、无需人工接触的互联网贷款方式，全力支持全国约 1000 万家小微企业、个体工商户及农户等复工复产。

这既满足了当下疫情防控时期的社会需要，也是科技发展的趋势。从长远看，为适应这一发展趋势，监管部门未来可通过适当制度安排，进一步鼓励和规范金融机构互联网贷款业务，为金融服务支持小微企业，创造更好的金融环境。

一、小微企业面临生存危机，亟需金融资源支持

小微企业长期以来面临“融资难”问题。其中最主要的原因是小微企业风险的复杂性与传统金融机构的风险识别能力不完全匹配。小

微企业普遍具有“三无”特征，即“无报表、无信评、无抵押”。这与金融机构传统风控体系形成错位。近年来，在监管政策导引下，小微融资便利度不断提升，但与其创造的价值相比依然存在落差，有关统计数据显示，截至 2019 年末，小微企业信贷渗透率仅为 25%，个体工商户信贷渗透率仅为 16%。

在当前的疫情中，小微经济受到的打击最为严重。小微企业集中分布于第三产业中的服务业，如餐饮、零售、酒店、旅游、教育、电影娱乐、交运物流等，正是此次受疫情影响的重灾区。从清华、北大调研统计数据看，预计 29.6%的中小企业 2020 年营业收入下降幅度将超过 50%，58%的中小企业下降 20%以上。

疫情之后，小微企业更需要金融资源的支持。疫情加剧了小微企业的资金链紧张。前述调研中，85%的中小企业认为流动资金仅能维持公司运转不超过 3 个月。疫情之后，小微企业偿还贷款能力下降将产生展期、延期需求，而复产复工将带来新增信贷需求，即使疫情在短期内能够结束，小微企业也需要金融资源的大力支持。各级政府已经陆续出台政策应对疫情，但如何实现“金融活水”的定向滴灌，是当前的一道难题。

二、互联网贷款是支持小微融资的有效方式

与小微相关的贷款产品，根据贷款渠道可以分为线下贷款与互联网贷款，互联网产品中又可按贷款主体分为个人经营贷和流动资金贷款。目前，线下贷款、流动资金贷款不能有效解决当前小微企业融资问题。

从渠道角度来看，线上化已经是大势所趋。线下贷款存在地理空间受限、流程繁杂、文件需要传递、时效慢等便利程度低的劣势，无法有效服务地理空间分散、需求复杂多样的小微企业。随着互联网经济的崛起，客户线上金融习惯养成，众多金融服务持续转向线上。

与此同时，线上风控体系和技术也正在日益完善，以前瞻性的眼光来看，新的风控数据的引入，将对传统风控模型形成补充，有效降低金融体系风险。

从贷款主体的角度来看，流动资金贷款存在多种局限：首先是身份局限，大量个体工商户、自雇人士被排除在服务对象之外；其次授信依据受限，依赖于完备的财务、资金数据，只能覆盖少数头部小微，无法深入理解大量长尾小微；最后是道德风险偏高，贷款流程中人为因素、主观因素较多，难以排除操作人员出于 KPI 或私利的违规操作。

总体上看，“无接触”的互联网贷款是当前支持小微企业的重要途径，可以从线上化、触达、风控、成本四个角度促进小微信贷服务。

一是加速小微信贷转型线上化。此次疫情中各大银行纷纷采取网点关闭轮休、缩短营业时间等措施应对疫情，线下金融供给能力大幅削弱，导致部分需求转向线上。另一方面，疫情之下，传统行业线上化的趋势加速，例如线上餐饮（外卖）、线上教育、线上零售（电商）等，新的业态也将产生新的线上融资需求。

二是提升小微触达，优化信贷供给，提升信贷效率。新型的互联网基因的银行及平台型科技公司以线上化、场景化的模式嵌入生活、生产，一方面，通过为客户提供随时随地的服务，极大提升覆盖的广

度；另一方面，电商、线上交易平台本身与小微群体有着更密集的互动，极大提升了小微触达的精准度。

三是有效提升风控效率。互联网贷款以大数据为支撑，根据小微群体的特征来建立风控模型，以该客群既有的替代数据判别欺诈风险和信贷风险，能力和效率均更有保障。第一，在欺诈风险方面，生物识别、微表情等技术以及互联网行为数据的应用，支持金融机构实现全线上、零人工干预、高效的欺诈风险识别。第二，在信贷风险识别方面，留存在各个生产经营环节的交易行为数据、支付结算数据、财税数据等具有很强意义，需要借助金融科技公司、互联网企业的力量，将这些沉淀数据和软信息线上化、结构化，形成更立体的风险辨识模型。

四是促进小微企业融资成本的降低。首先，互联网机构推动信贷流程从“线下”走向“线上”，数字化、系统化经营让信贷流程7×24小时连续运转，提升了效率。其次，AI面审机器人、催收机器人等为代表的AI技术让信贷业务从“人工”走向“智能”，降低了人工成本。最后，大数据风控、智能风控技术的引入，可以有效降低风控成本和风险损失成本。

三、促进互联网经营贷发展，加强小微信贷供给

由疫情激发的在线金融需求爆发，有其偶然性，但从长远看，这本身就是金融数字化发展的必然方向，疫情不过是加速了这一进程。有鉴于此，我们认为，在**疫情结束之后，金融数字化和线上化的潮流也不会出现逆转**，这意味着，我们有必要重新审视互联网贷款的定位

与价值，并在此基础上，建立并完善与之相适应的监管制度，更充分地发挥互联网经营贷款的价值，实现供给侧的升级改善，以更好地适应实体经济需求的变化。

第一，通过互联网经营贷实现货币政策对小微企业的精准传导。互联网模式可以疏通大中型金融机构无法触及的毛细血管，触达小微企业。一方面，互联网模式在获客环节可以摆脱地域和人力限制，在节约大量成本投入的前提下，实现对小微企业的广泛覆盖。另一方面，互联网模式可以通过大数据、场景营销等手段实现需求的精准触达，不仅能够定位有信贷需求且资质良好的小微企业，还可以预判企业资金用途与规模，做到有的放矢。

第二，鼓励多元化主体参与小微信贷。智能风控虽然提升了风控质效，但疫情下，小微企业风险波动大依旧是金融机构难以回避的痛点。建议充分发挥融资担保、信用保证保险的风险保障和缓释作用，不仅可以减轻单一主体的风险负荷，而且有利于撬动更多资金服务中小微企业。一方面，要充分发挥信保、融资担保在服务长尾小微方面的独特触点和风控优势，着重发力银行无法触达和覆盖的小微企业；另一方面，要积极探索能够增强风险负荷能力的增信机制，例如联合增信、风险共担等。

第三，对互联网经营贷和互联网消费贷款做合理区分，并进行差异化的监管。互联网消费贷由于其场景特点，多定位于小额、短期、高频的产品设计。但小微企业的资金需求是多样化的，既有小额短期的流动资金需求，也有购买设备、修建厂房等中长期、中大额度的资

金需求，因此消费贷和经营贷不应用同样的监管细则来规范。

基于这点，对于正在讨论中的互联网贷款监管规则，我们建议：

首先，要区别设置互联网经营贷和互联网消费贷的期限要求。经营贷普遍期限较长。线下经营贷期限上限一般为 3-10 年，互联网经营贷期限设置较为谨慎，3 年上限也很常见。例如，工行的结算贷、开户贷，腾讯的微业贷，期限上限均为 3 年，蚂蚁金服的网商贷为 2 年。周期过短的经营贷会加大小微企业的还款压力，提升流动性风险，反过来进一步抑制供给侧的贷款意愿。综上分析，**建议将互联网经营贷期限放宽至 3 年**，以达到平滑小微客户还款压力、降低流动性风险的目的，这也符合此前银保监会强调提升对企业中长期贷款的比例的精神。

其次，要区别设置互联网经营贷和互联网消费贷的额度要求。用于企业用途的经营性贷款，额度需求通常显著高于消费贷。根据现实的经营需求，可考虑将互联网经营贷的额度上限放宽至 50-100 万，以覆盖更广泛的小微客户贷款需求区间。当然，为避免可能出现的资金挪用或套利风险，监管部门可以通过在受托支付、交易场景、合作平台资质、风险控制模式等方面制定系统的规则，来对贷款资金流向、用途等进行管控，以实现创新与风险管理的平衡，更充分地发挥互联网贷款的价值。