



NIFD

国家金融与发展实验室
National Institution for Finance & Development

经济结构升级中的消费金融
2019 中国消费金融发展报告
——创新与规范

国家金融与发展实验室

2019 年 9 月

摘要

近几年，我国消费金融规模快速增长、信贷结构也得到了一定优化，并且形成了以商业银行、持牌消费金融公司和互联网金融平台为主的面向不同群体的多层次消费金融服务体系。我国以消费信贷为代表的消费金融行业快速发展有其必然性，而且未来仍有广阔的空间。在实践中，消费金融业务在客户类型、市场营销、产品和业务模式、业务流程、风险控制等方面与其他信贷业务相比也呈现出不同的特点。

消费金融行业的快速发展在满足消费者金融需求、促进消费升级的同时，也产生新的风险和问题，亟待加以规范。具体而言主要包括以下四个问题：一是消费金融领域的结构性失衡依然存在，我国的消费金融总体覆盖率远低于发达国家，并且长尾客户覆盖力度依然不足；二是传统商业银行的信贷模式因授信成本过高、征信缺失制约了消费金融的发展；三是由于征信体系不完善以及竞争的加剧，多头信贷问题依然存在；并且近几年消费金融违规挪至房市等投资渠道的现象也较为突出；四是消费者保护有待加强。

2017 年以来，随着政策对消费金融领域的规范，消费金融在经济结构转型升级中也发挥了相当程度的积极作用。一是信用消费、信用借贷业务有助于扩大内需、拉动消费；二是从中国的实际情况看，消费金融增加对耐用消费品的消费，并开始更多向个人成长、自我提升的领域延伸，有助于促进消费升级、带动产业结构调整；三是消费金融公司、互联网消费金融平台的发展有效地覆盖了长尾客户群体，践行普惠金融，实现共享发展；四是消费金融的发展进一步完善了我国个人征信，助力于征信体系建设，完善金融基础设施。

从行业整体发展空间来看，预计我国消费金融行业仍会有五年以上的高速成长期，预计表内消费金融占总信贷规模有可能突破 25% 以上。当然，在金融供给侧结构性改革的大背景下，监管环境将日趋严格，整个消费金融行业的运营会越来越规范。在这个过程中，合规经营的消费金融机构的优势会愈发明显。从监管角度看，消费金融行业未来规范的重点将集中在完善监管政策、加强信用风险管理、加强行业信息共享、防范金融科技滥用、加强消费者权益保护、完善多层次信用体系等方面。从消费金融机构角度，未来的创新应从如下几个方面展开：一是深挖有效消费场景；二是构建完善的风险控制体系；三是在监管合规的前提下，充分运用金融科技，使消费金融更好地服务实体经济、服务人民生活。

目录

一、 我国消费金融的发展现状	1
(一) 我国消费金融发展历程.....	1
(二) 我国消费金融的市场结构与创新.....	3
二、 我国消费金融发展存在的问题	7
(一) 结构性失衡依然存在.....	7
(二) 传统信贷模式的制约.....	8
(三) 多头借贷与资金违规使用.....	8
(四) 消费者保护有待加强.....	10
三、 消费金融与经济结构升级	10
(一) 扩大内需，拉动消费.....	10
(二) 促进消费升级，带动产业结构调整.....	12
(三) 践行普惠金融，实现共享发展.....	13
(四) 助力征信体系建设，完善金融基础设施.....	15
四、 我国消费金融行业展望	16

经济结构升级中的消费金融

——创新与规范

国家金融与发展实验室

消费金融，或消费信贷，是指由商业银行、消费金融公司、互联网平台等机构向消费者提供资金，用于满足消费需求的一种信贷方式。消费金融的贷款对象是个人，贷款用途是消费，目的是提高消费者的即期消费水平。

随着经济结构调整和居民财富的增加，我国的消费金融市场迎来了快速的发展：一是中国经济快速增长，服务业等第三产业占比不断提高，消费内部升级加速，带动了消费贷款等零售业务的发展；二是人均可支配收入不断提升，居民消费意愿增强为消费贷款需求提供了支撑；三是金融科技与消费金融业务的融合极大拓展了金融机构的服务半径、提高服务效率、提高业务处理能力等，有效降低了金融机构的业务成本，加快了消费金融业务的发展。

经济的发展为消费金融提供了广阔的空间，而反过来，消费金融的健康发展，也能让金融更好地服务实体经济和民生，推动金融供给侧结构性改革不断深化。

一、我国消费金融的发展现状

我国消费金融业务起步于我国商业银行在上世纪 80 年代开始开办的耐用品消费信贷业务以及信用卡业务。但受制于居民消费水平、宏观市场环境等多方面限制，在之后很长时期内，我国消费金融发展进程相对缓慢，相关政策措施以及产业地位尚不明确。直到 2009 年消费金融公司试点的开启，才真正从政策角度明确了对消费金融行业的支持。

（一）我国消费金融发展历程

探索期：（80 年代初--2009 年）以消费信贷和信用卡为起点，开启消费金融市场。我国的消费金融起始于 20 世纪 80 年代初。从 1981 年到 1983 年初，中国人民银行已经在六个省市的 6 个行、处、所开办了消费金融业务。1999 年，央行发布《关于开展个人消费金融的指导意见》，要求以国有银行为主的金融机构面向广大城市居民开展消费金融业务，以个人住房按揭贷款、汽车消费贷款和助学贷款为主的个人消费金融业务在国内商业银行逐步开

展。

试点期: (2009 年—2013 年) 以消费金融公司为试点, 推动消费金融产业的发展。为解决商业银行对个人信贷需求覆盖不足的问题, 2009 年 7 月, 中国银监会颁布了《消费金融公司试点管理办法》, 在北京、上海、天津、成都 4 个城市开放消费金融试点。2013 年 11 月, 银监会再次发布《消费金融公司试点管理办法》, 支持居民家庭大宗耐用消费品、教育、旅游等信贷需求, 鼓励民间资本探索设立消费金融公司, 并扩大内陆 10 个城市参与试点工作。

快速发展期: (2014 年—2017 年) 以互联网金融为契机, 扩大新消费领域的金融支持。2014 年 7 月, 央行、工信部等十部门联合发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》, 大力支持消费金融与互联网企业开展合作。2015 年 6 月, 国务院常务会议决定放开市场准入, 将消费金融公司试点扩大至全国, 并将审批权下放到省级银监局, 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。2016 年 3 月, 央行、银监会发布《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》, 鼓励互联网消费金融业务创新, 鼓励拓展汽车金融、健康消费、信息与网络消费、绿色消费、旅游休闲消费、农村消费等领域, 政策对消费金融场景的拓宽和消费金融产品的创新起到了积极的推动作用。

成熟规范期: (2017 年至今) 以积极整顿消费金融行业乱象为抓手, 规范行业健康发展。在 2015 年到 2017 年上半年的消费金融迅猛发展阶段, 行业内出现了众多违法违规现象, 严重侵犯了消费者的合法权益, 偏离了消费金融的本源。2017 年开始, 监管部门加大整治力度, 多部委就消费金融业务颁布了多项规范管理通知, 分别针对校园贷、网络小贷、“现金贷”提出了严格的清理整顿措施, 对市场进行肃清。长期来看, 政策对行业乱象的及时清理整顿, 能够取缔风险过高的产品, 关闭无业务资质的公司, 为行业长期发展提供良好规范的市场环境。

在整治乱象的同时, 国家对消费金融行业的支持力度也在不断加大。2018 年 8 月, 银保监会发布《中国银保监会办公厅关于进一步做好信贷工作提升服务实体经济质效的通知》, 指出要“积极发展消费金融, 增强消费对经济的拉动作用。适应多样化多层次消费需求, 提供和改进差异化金融产品与服务。支持发展消费信贷, 满足人民群众日益增长的美好生活需要。创新金融服务方式, 积极满足旅游、教育、文化、健康、养老等升级型消费的金融需求”。2018 年 9 月中共中央、国务院发布《关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力

的若干意见》，提出进一步提升金融对促进消费的支持作用，鼓励消费金融创新，规范发展消费信贷，把握好保持居民合理杠杆水平与消费信贷合理增长的关系。2019年8月27日，国务院办公厅发布的《关于加快发展流通促进商业消费的意见》提出，鼓励金融机构创新消费信贷产品和服务，推动专业化消费金融组织发展。

（二）我国消费金融的市场结构与创新

我国消费金融的参与者主要有三类：商业银行、持牌消费金融公司和互联网金融平台。目前，从规模上看，银行依然是消费金融存量的主力，但三大主体开展消费金融都具有各自的特色以及自身相应的优劣势。**商业银行**主要通过信用卡分期、信用卡预付现金、汽车贷、消费贷款等产品提供消费金融服务，其依托稳定、低成本的资金实力，在传统消费金融领域占据着绝对的优势，是目前市场份额最大的消费金融产品提供者；**消费金融公司**由银保监会审批设立，从事小额消费金融、抵押消费贷、现金贷业务的消费金融平台，具有单笔授信额度小、速度快、抵押担保要求低、全天候服务的优势，可以为商业银行无法惠及的客户提供可选择的服务，是银行的有益补充；**互联网金融平台**是依托互联网而新兴的消费金融平台，包括综合电商、分期电商、网络小贷、信用卡代偿机构等，其业务创新能力强，以便捷、高效、低成本化的特有优势吸引了大批的消费受众，未来发展潜力巨大。

1、商业银行

商业银行是国内最早提供消费金融的机构，产品种类涵盖住房按揭贷款、汽车贷款、耐用消费品贷款、旅游贷款、助学贷款、信用卡、消费信用贷款等，目前个人的消费金融中大部分来自银行的贷款。信用卡和消费贷是银行消费金融的重要着力点。近年来，在经济增速换挡和金融严监管的双重背景下，银行传统对公业务面临瓶颈，许多银行纷纷进行零售转型、探索新发展思路。信用卡贷款具有高收益、逆周期的优质属性，是零售转型的重点之一。消费贷款包括抵押消费贷款和信用消费贷款，一般金额大、期限长，还款方式多样。银行消费金融多以都市白领客户为主，部分银行开始尝试以家庭为单位授信。

专栏：商业银行消费金融产品创新

在市场竞争的推动下，银行消费金融产品体系快速丰富，新兴的消费金融产品不断涌现。一方面，从客户需求角度，目前针对居民消费集中的购车、装修、旅游、留学等领域，各家银行均已经分门别类地设计专属化产品，满足不同客户的多元化需求。另一方面，从审批的时效性和便利度来看，大部分银行也针对客户需求推出了审批时效更高、放款速度更快的消



费金融产品。

表 1 部分银行消费金融产品创新

银行名称	明星产品	产品特征	申请办理条件
招商银行	闪电贷	专门针对招行客户的纯信用无抵押的贷款；最高可至 30 万额度； 按日计息，随时借随时换，期限长达 20 年。	采取邀请制，办理存款、理财等零售业务达到一定期限且资信良好的客户，若符合“闪电贷”规则，招行将自动核定贷款预授信额度金额，通过短信提示客户贷款预授信资格和申办方式。
平安银行	新一贷	平安银行专为拥有稳定连续性工资收入人士发放的，以其每月工资收入作为贷款金额判断依据，用于个人消费的无担保人民币贷款。 借款额度：3-50 万，最高 50 万；还款期限：还款期限分为 12、24、36 个月三种。	用户必须是拥有二代身份证的中国公民，且年龄 25 周岁(含)至 55 周岁(含)，工作关系、房产、户籍关系所在地之一要有平安银行机构所在地，申请用户个人信用记录必须良好。
兴业银行	兴闪贷	兴业银行为优选贵宾客户提供的专享贷款金融服务，通过手机简单操作办理后，资金即刻到账，满足日常快速融资需求。授信最长可达 36 个月，金额最高可达 30 万；每月只需归还利息，一年到期后还本；支持随时还款，无任何额外提前还款手续费。	采取白名单制，以兴业银行微信银行、手机银行 APP 为入口，身份验证通过之后，若是产品优选贵宾客户则可进入相应申请页面。
建设银行	快贷	建行快贷是建设银行信用贷款一类产品的总称，其中包括快 e 贷、融 e 贷、质押贷、车 e 贷、沃 e 贷。 快 e 贷为全流程网上自助操作的小额信用贷款；融 e 贷为大额消费贷款，线上审批，线下签约；质押贷为全流畅网上自助质押贷款；车 e 贷为全流程网上自助纯信用方式汽车贷款；沃 e 贷为待定客户全流程网上自助操作的小额信用贷款。	信用良好的建行个人客户，包括在建行持有金融资产，持有住房贷款，是私人银行客户，是建行代发工资客户。这些用户可以通过建行手机银行或网上银行申请，当完成审核后借款即可到账。
工商银行	融 e 借	工商银行向符合特定条件的借款人发放的，用于个人合法合规消费用途的无担保无抵押的人民币贷款； 600 元起借，最高额度 80 万元，额度可循环使用；贷款期限一般 2 年，最长 5 年； 按日计息，随借随还；支持等额本息、等额本金、按期付息一次还本和一次性	具有完全民事行为能力的中国公民，年龄在 18-60 周岁；工作单位或经常居住地应在贷款发放机构所在地；拥有固定工作、稳定的收入来源或可靠的还款保障；工行规定的其他条件。

		还本付息四种还款方式。	
中国银行	中银E贷	中国银行利用互联网和大数据技术，为客户提供的全流程在线信用消费贷款服务，额度最高30万元； 贷款额度有效期为12个月，额度期限内借款人可循环使用该额度，可用于家装、购车、教育、医疗等个人合法合理的消费支出。	优质代发薪客户、财富私行客户、房贷客户、部分地区缴存公积金/社保/税务客户

资料来源：公开信息整理

2、消费金融公司

消费金融公司是经银保监会批准，定位于不吸收公众存款，以小额、分散为原则，为中国境内居民个人提供以消费为目的的贷款的非银行金融机构，包括个人耐用消费品贷款及一般用途个人消费贷款等。

消费金融公司的市场定位为商业银行的补充，主要针对中低收入及新兴客户群，通过提供宽泛灵活的信贷产品、广泛的地区覆盖和快速的市场来提供金融服务。相比银行，因为单笔授信额度小、审批快、无需抵押担保、服务灵活等特点而具有独特的优势和竞争力。

当前的消费金融公司商业模式可分为三类。一类是以线下渠道为主，如锦程消费金融、捷信消费金融等；一类主打O2O模式，如海尔消费金融、苏宁消费金融、中邮消费金融；还有一类将自身定位为互联网金融公司，如招联消费金融、马上消费金融等。目前，消费金融公司通过与商户合作的方式基本覆盖了网上零售、家装、租房、婚庆、教育、旅游、助业等消费领域，产品主要分为个人耐用消费品贷款和一般用途个人消费贷款等。

截至2019年5月末，共有24家消费金融公司获批，其中23家已经开业。根据相关数据，持牌消费金融公司2018年底总资产规模合计为3875亿元，其中有两家的规模超过500亿元，已成为我国消费金融行业的重要组成部分。

3、互联网金融平台

互联网金融的积极参与，是我国消费金融发展中一个非常显著的特点。相关数据显示，从2014年的0.02万亿到2018年的7.8万亿，互联网消费金融放贷规模增幅近400倍。按2017年统计口径中，银行业占比12%为标准，剔除银行业的互联网贷款后，2017年、2018年互联网消费金融放贷规模仍达到3.9、6.9万亿，规模仍然不可小觑。互联网金融（包括持牌消费金融公司、电商系、消费分期平台及其他各类互联网消费金融公司等），凭借便捷的贷款审批、创新的金融产品、纵深的消费场景、强大的渗透能力以及深度的金融科技应

用等优势获得快速发展，在弥补传统金融服务不足、便利居民消费借贷等方面发挥了积极作用。

在涉足消费金融领域的互联网平台中，电商、支付平台居于主导地位。相比商业银行以及传统的消费金融公司，电商、支付平台在消费金融领域具备天然的优势。一方面，电商、支付平台有着庞大的客户群，而且拥有较为明确的购物需求，结合其多年的积累的大数据资源，可以评估客户的消费习惯和消费能力，有利于全方位信用风险评级系统的构建；另一方面，电商、支付平台有效地切入到消费场景中，由其自身提供消费金融产品相比于转到其他平台再申请消费金融方便快捷，消费金融成为电商、支付平台生态建设的一种有益补充。电商、支付平台通过各自关联的网络小贷、保理、消费金融牌照，依托平台的客户资源，从自身平台分期，逐步发展到其他消费场景分期，乃至无抵押现金贷款。从 2014 年开始，以蚂蚁金服为代表的电商、支付系平台率先切入消费金融领域，围绕自身所搭建的购物、支付场景和积累的海量用户，先后推出了蚂蚁“花呗”、“借呗”等消费金融产品，随后取得了快速发展，截止目前花呗用户量已经超过 1 亿。

与商业银行和持牌消费金融公司相比，互联网平台的服务对象主要是 35 岁以下的年轻人以及特定场景（如小额消费、购物、旅游等）的消费群体，其中包括大量从未有信贷行为的白名单群体，而且单笔贷款金额也要更小，以满足高频、小额的普惠金融需求。

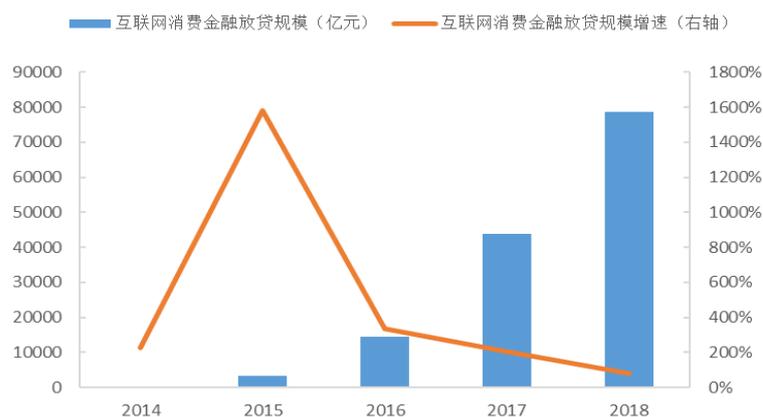


图 1 互联网消费金融放贷规模及增速（亿元，%）

资料来源：艾瑞咨询¹

¹ 互联网消费金融放贷规模统计口径包括银行、持牌消费金融公司、电商系、消费分期平台及其他各类互联网消费金融公司提供的个人消费金融业务放贷规模。

二、我国消费金融发展存在的问题

从国际经验看，我国以消费信贷为代表的消费金融业务快速发展有其必然性，而且未来仍有广阔的空间。在实践中，消费金融业务在客户类型、市场营销、产品和业务模式、业务流程、风险控制等方面与传统金融业务呈现出不同特点。消费金融业务的快速发展在满足消费者金融需求、促进消费升级的同时，也由于其机构众多、覆盖面广、业务模式新等而产生新的风险和问题，亟待加以规范。

（一）结构性失衡依然存在

从整体覆盖范围上看，我国消费金融供给仍显不足。对比发达国家 80%以上成年人可从银行获得消费金融，我国仅 40%成年人可以获得传统金融机构的服务。从结构上看，我国消费金融配置不均衡现象突出。从可获得性角度看，大致可以将我国居民消费金融分为三个层次。

第一层次是信贷相对充足层。以 2017 年为例，我国仅 39.78%的成年人（约 4.8 亿人次）能够通过商业银行获得消费贷款，银行提供的消费贷款规模（约为 30.37 万亿元）占消费金融总规模的 93%。从贷款用途上看，银行消费金融主要流向了房贷和车贷。2017 年，我国消费金融人均余额约 6.33 万元，去掉房贷和车贷后的狭义消费金融人均余额约 1.97 万元。

第二层次是信贷相对不足层。2017 年，我国 22.74%的成年人（约 2.74 亿）通过银行以外的机构及平台获得了消费金融，非银行机构提供的消费金融规模（约 2.31 万亿）占我国消费金融总规模的 7%。非银行机构提供的消费金融人均余额为 8418 元，远低于银行服务群体的 6.33 万元和 1.97 万元。

第三层次是信贷短缺层。从相关数据看，2017 年，我国还有约 4.54 亿成年人没有获得过消费金融，占我国成年人口的 37.48%。而发达国家仅不足 20%的成年人无法从银行获得消费金融，可见我国长尾客户的消费金融市场仍有发展空间。如何更好地服务信贷短缺的群体，将是下一步消费金融政策着力和创新的重点。

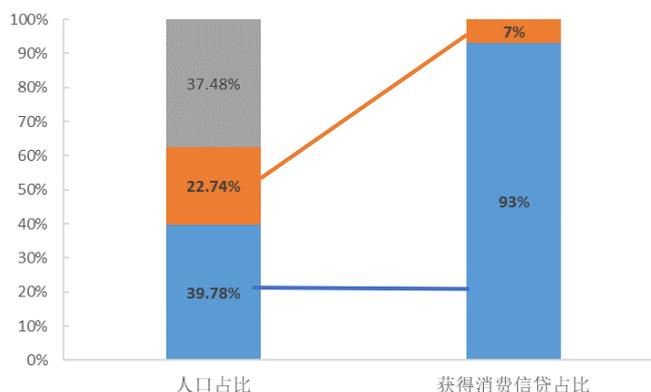


图2 消费贷款配置不平衡

资料来源：蚂蚁金服，国家金融与发展实验室

（二）传统信贷模式的制约

解决 7 亿多消费金融缺乏或相对不足人群的可获得性问题，显然是我国消费金融领域的当务之急。造成这种结构失衡的根源，与传统信贷模式受到的制约不无关系。

一方面是征信体系的制约。2017 年，美国成年人征信覆盖率达 95%，瑞典的征信系统已覆盖全国 16 岁以上人群。我国大陆地区征信系统近年来取得长足进展，截至 2017 年底已采集 9.9 亿自然人信息，但形成有效征信记录的人数为 4.8 亿人，占我国成年人比例不足 40%。从数据上看我国自然人有效征信占比与获得银行消费金融的人群比例相当。在传统依赖客户征信数据的信贷模式中，没有征信记录的个人，自然被隔离在了正规金融体系的覆盖范围之外，“信用鸿沟”由此形成。

另一方面，对于缺乏征信记录的白名单客户，商业银行主要利用传统线下方式、通过银行网点和线下场景触及这部分长尾客户。这种线下方式需要耗费大量的人力，从贷前到贷后都需要专门的客户经理进行服务以及对借款人的财务情况进行盘查和跟踪，面临触达成本高、风控成本高的难题。较高的服务成本使得线下大规模拓展消费金融的商业模式难以持续。

（三）多头借贷与资金违规使用

在互联网消费金融平台的记录未完全纳入征信系统、中小消费金融平台信息共享不足的情况下，近几年消费金融中多头借贷的现象严重。多头借贷，是指单个借款人向 2 家或者 2 家以上的消费金融平台提出借贷需求的行为。由于单个用户的偿还能力是有限的，向多方借贷必然蕴含着较高的风险。一般来说，当借贷人出现了多头借贷的情况，说明该借贷人资金需求出现了较大困难，有理由怀疑其还款能力。有数据显示，多头借贷用户的信贷逾期风险

是普通客户的 3-4 倍，贷款申请者每多申请一家机构，违约的概率则会上升 20%。究其原因，这些用户往往是在借新贷还旧贷，或者增加了新的较大金额消费，本金加利息导致债务不断累积。当超出偿还能力时，只能选择逾期。

在实践中，由于征信体系不完善以及竞争的加剧，不同机构在开展消费金融业务过程中存在对同一客户多头授信、过度授信的情况，导致资金供给超过了消费者的真实资金需求。部分消费金融缺乏真实消费场景支撑，资金流向不透明，甚至流向高风险领域。为按期履约，消费者甚至采用“以贷还贷”的方式，导致风险不断积累。

除了多头负债外，近几年消费金融被违反用途挪至房市等投资渠道的现象也较为突出。根据易居研究院的数据，2017 年上半年，80% 的新增住户短期消费贷款流向了房市。由于目前对消费贷的流向没有一个完整的监控机制，尤其是商业银行所发行的不限定类型消费贷，消费贷款一旦套现取出后再跨银行转入，就无法继续监测资金去向。2017 年 11 月以来，尽管银保监会多次会同多地政府和银行合力打击“消费贷流入房市”，但依然避免不了客户从各平台进行消费贷款后套现用于支付购房的首付。如果大量消费贷款进行“伪装”后用于房贷加杠杆，资金流向与发放用途不一致，既增加了银行的信贷风险管理难度，也增加居民部门杠杆率，滋生房地产领域、银行业和居民部门的金融风险。

从消费贷款期限结构变化也能看出房贷流向房地产的端倪，相较以房贷为主的居民中长期消费性贷款而言，短期消费性贷款则对应着真正的居民消费，是实现以消费促增长的主动力量。但 2017 年以来，中长期消费贷款与短期消费贷款余额之比持续上升，由 2017 年初的 23% 上升至 2018 年底的 30% 以上，直至 2019 年初才有所放缓。



图 3 中长期消费贷款与短期消费贷款余额之比 (%)

资料来源：中国人民银行；Wind；国家金融与发展实验室

（四）消费者保护有待加强

我国消费金融的高速发展，离不开互联网与金融科技的支撑。但由于监管相对滞后，如高利贷、过度贷款、恶意催收等侵害借款人利益的行为屡见不鲜，造成了极为恶劣的社会影响。消费金融的参与者众多，各方法律关系不明晰。尤其是在互联网消费金融中，贷款业务主要通过互联网进行交易，大量的实质性交易处理全部隐藏至后台，金融消费者往往只能面对极简化的操作流程和标准化的业务描述，缺少进一步风险质询和疑问解答途径。由于金融消费者的金融知识和能力参差不齐，多数人缺乏衡量风险和自我维权意识和途径。在这种情况下，金融消费者因信息不对称所导致的弱势地位会愈发明显。

此外，消费者为获取消费金融通常需要提供个人身份信息、交易记录、信用资料等。目前我国在消费者隐私保护方面还存在政策缺失，部分机构在采集消费者个人信息的同时，向其他机构出售信息牟利，损害消费者利益。

三、消费金融与经济结构升级

无论基于政策理论，还是国际经验分析，消费金融在一国经济转型过程中具有极重要的作用，在我国经济结构调整与升级过程中，也不例外。从过去一段时间的发展来看，我国消费金融发展的价值体现在以下几个方面：

（一）扩大内需，拉动消费

2018年4月23日，中央政治局会议要求，“要坚持积极的财政政策取向不变，保持货币政策稳健中性，注重引导预期，把加快调整结构与持续扩大内需结合起来”，这是继2014年12月之后，中央政治局会议再提“扩大内需”。

扩大内需包括扩大投资需求和扩大消费需求。在企业杠杆率高企的背景下，扩大投资需求受到越来越多的制约，而扩大消费需求则大有可为。发达国家发展经验表明，一国经济在走向成熟的过程中，居民消费的数量和质量的提高将成为经济增长和结构升级的重要推动力。世界主要经济体的居民消费对于GDP的贡献长期在50%以上，美国接近70%。在全球经济增长放缓，国内经济处于结构转型升级的大背景下，由投资主导的经济增长模式难以为继，出口需求日渐疲乏，消费需求较好地发挥了对经济发展的稳定作用，居民消费将成为主导今后较长时期经济增长的持续动力，并由此推动经济加快转型，助力转变经济增长方式。

适度发展消费金融有助于拉动消费增长。自2009年开展试点以来，我国消费金融由点

及面、全面铺开，国家相继出台了一系列政策鼓励、支持和引导消费金融的健康发展。随着相关政策体系的不断完善，消费金融在顶层设计中有了更清晰的定位，消费金融市场也得到前所未有的爆发式增长。从规模上看，近几年我国消费贷款规模增长迅速，根据人民银行的数据，我国居民消费贷款余额从2015年初的15.7万亿元增加到2019年9月40.8万亿元，增幅达159.9%。从消费贷款结构上看，越来越多的消费贷款用于实际消费、而非用于购房。2017年以来，短期消费贷款增速快速走高，而以涉房贷款为主的中长期消费贷款增速明显回落，目前，短期消费贷款占总消费贷款的占比还在持续上升。实证数据显示消费金融与人均消费呈现明显的正相关，可见消费金融的发展可以有力地促进了消费增长，在拉动内需、稳定增长的同时，显著优化了总需求结构。

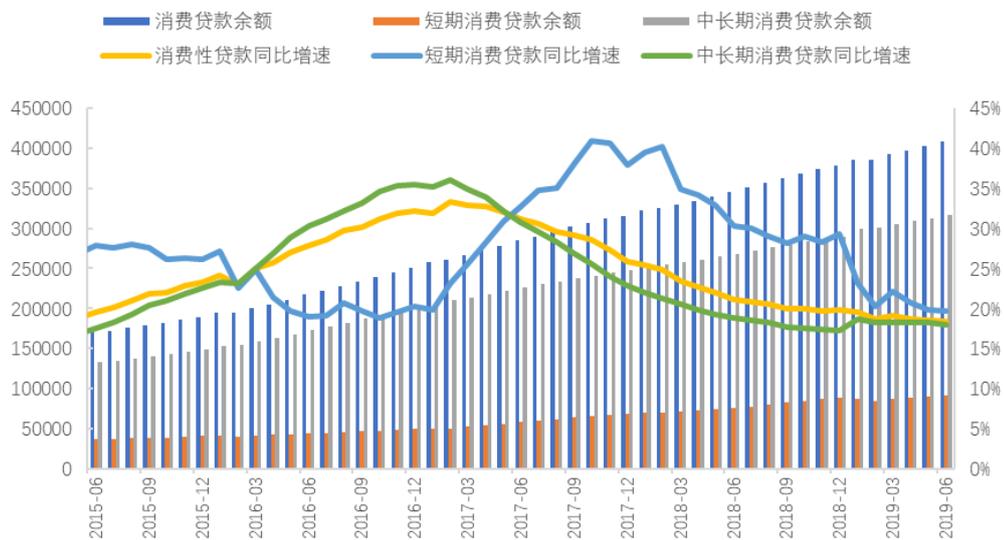


图4 金融机构消费贷款余额及增速（亿元，%）

资料来源：中国人民银行、国家金融与发展实验室

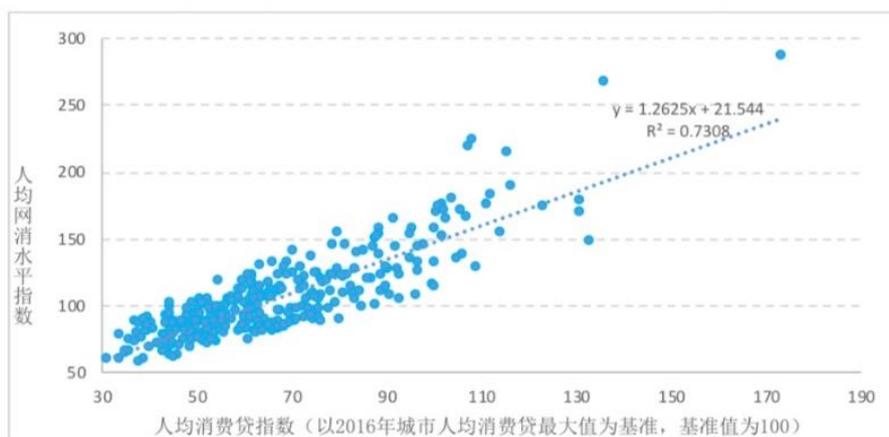


图 5 2018 年 335 个城市人均消费贷款指数与人均网络消费水平指数散点图

资料来源：蚂蚁金服

（二）促进消费升级，带动产业结构调整

对于消费者来说，消费金融能够增加其当前可以使用的资金，使得其面临的流动性约束得以缓解，进而促进消费者增加消费。而且，消费金融对消费者消费的影响不仅体现在消费数量上，还体现在消费结构的变化上。从国际经验来看，在人均收入达到一定水平后，居民的消费结构会逐渐升级，表现为对非耐用消费品的消费占比下降，对服务的消费占比上升。

从国际经验看，美国从 20 世纪 60 年代以来，在居民消费中，耐用品消费占比从 1965 年的 36.9% 下降至 2018 年的 20.64%，非耐用品消费占比从 1965 年的 15.0% 小幅下降至 2018 年的 10.54%，服务消费占比从 1965 年的 48.1% 上升至 2018 年的 68.82%。如果中国的消费结构演进遵循类似的路径，将意味着服务消费仍有极其广阔的发展空间，耐用品消费则会保持相对较快增长。

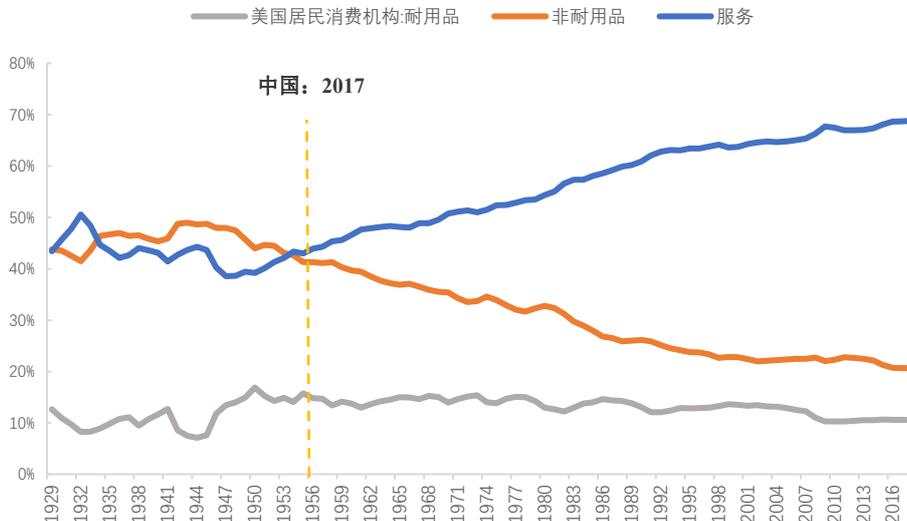


图 6 美国居民消费结构变迁

资料来源：Wind

从中国的实际情况看，相关数据显示，消费金融不仅增加了消费者对耐用消费品的消费，近年来还开始更多向个人成长、自我提升的领域延伸，与健康、养老、教育、旅游等“非传统”商品相关的消费金融规模不断扩大，比如：汽车贷款可以提高消费者的购买力，促进汽车销售；蚂蚁花呗等各种互联网消费金融产品，可以促进电器等耐用消费品以及其他服务类

消费的销售，等等。

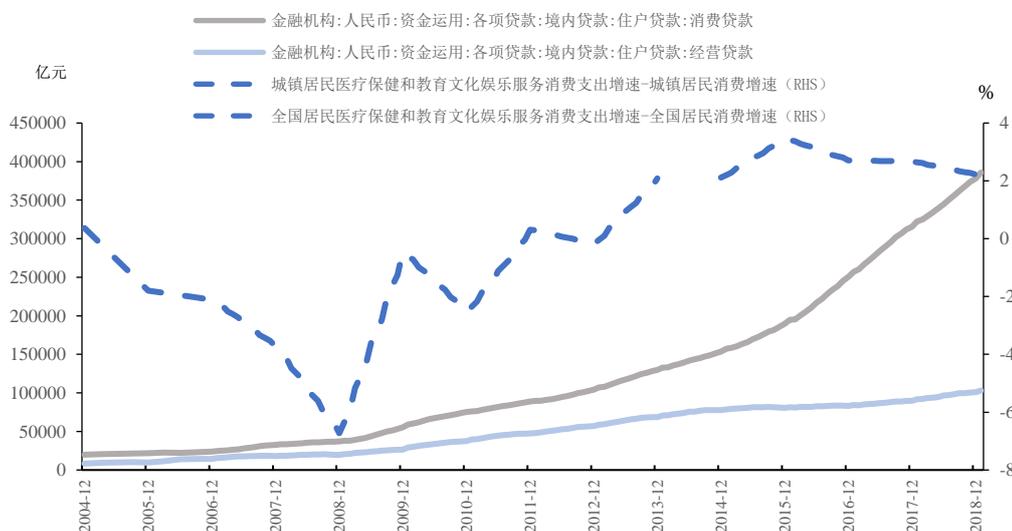


图 7 升级型消费增速与整体消费增速

资料来源：Wind

在推动消费升级的过程中，消费金融通过增加消费者对于高附加值产品的需求，促进高附加值产业的发展，从而进一步淘汰低端落后产能，从而带动产业结构调整。尤其是在投资和进出口贸易对于经济增长的贡献出现乏力的情况下，推动我国经济高质量发展，推动我国产业结构向中高端迈进。

（三）践行普惠金融，实现共享发展

随着金融业的快速发展，很多机构和个人都已获得了充分、在一定程度上甚至过度的金融服务。但是，仍有相当数量的普通居民和弱势领域（如小微企业、民营企业和“三农”领域）难以获得有效、充分的金融支持，有些甚至还面临着金融服务的空白。有鉴于此，金融供给侧结构性改革提出，“以市场需求为导向，积极开发个性化、差异化、定制化的金融产品”，旨在于优化金融机构体系与产品结构、解决服务对象不匹配的痼疾，使之更好地服务于实体经济与民生。

消费金融是普惠金融的重要组成部分。在我国，尽管消费金融已经发展 30 多年，但在很长时间里，银行消费金融主要服务于央行征信体系覆盖的高净值、高收入人群，主要产品是信用卡与汽车贷款。许多潜在客户群体未被有效覆盖，尤其是 35 岁以下年轻人群以及三线及以下城市或农村居民。一般而言，他们因较低（或不稳定）的个人收入水平、不稳定的工作性质以及居住地较落后的金融发展状况难以得到消费金融服务，无法缓解短期流动性缺

乏，更提不上平滑消费。近年来，在政策不断推动与互联网快速发展的背景下，消费金融公司、大型电商、消费分期电商、网贷平台、细分领域平台等纷纷布局消费金融，有效缓解了此类客户金融服务获得率低的问题，释放了年轻人群以及三线及以下城市居民的消费能力。一方面，通过释放长尾群体的消费能力，为经济稳增长提供了有力的支持；另一方面则大大促进了消费平权，将共享发展理念落到了实处。

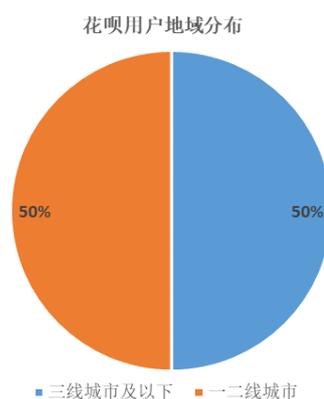


图 8 蚂蚁花呗用户的区域分布

资料来源：蚂蚁金服，国家金融与发展实验室

专栏：蚂蚁花呗、借呗服务长尾客户

2015 年至今，蚂蚁金服向数亿用户推出两款消费金融产品，即花呗和借呗，主要服务我国消费金融相对不足和缺乏人群。目前花呗用户量超过 1 亿。在消费金融方面，蚂蚁金服与主要服务我国 4.8 亿有信贷记录人群的商业银行形成分层次、错位发展的互补态势。以花呗为例，经全量数据比对，花呗用户与商业银行信用卡客户重叠率在 25% 以下。

花呗、借呗的普惠性特征较为明显。一是主要服务长尾用户。与商业银行消费金融客户主要为一至三线城市的中产群体不同，花呗、借呗用户近一半用户分布在三线及以下城市。从职业分布来看，根据风控模型的识别和评估，借呗服务的客群中，职业为白领、教职工、公务员、医务人员、上市公司高管、优质企业员工的人数占比约 20%，超 70% 的客户均为就职于中小企业的普通工薪阶层。此类客群较难在传统商业银行得到金融服务，借呗有效弥补了传统金融服务的不足。二是用户年轻化。与商业银行消贷客户 30 岁至 50 岁为主不同，花呗、借呗用户相对年轻化，以互联网主力人群为主。三是授信金额、支付金额更低。2019 年银行卡卡均授信额度超过 2 万元，而花呗截至 2018 年 12 月底人均授信额度不到 4000 元。四是使用场景普惠化。与信用卡主要用于商超等大中型消费场景不同，大量花呗使用场

景为小微场景，如小区便利店、早点铺等。

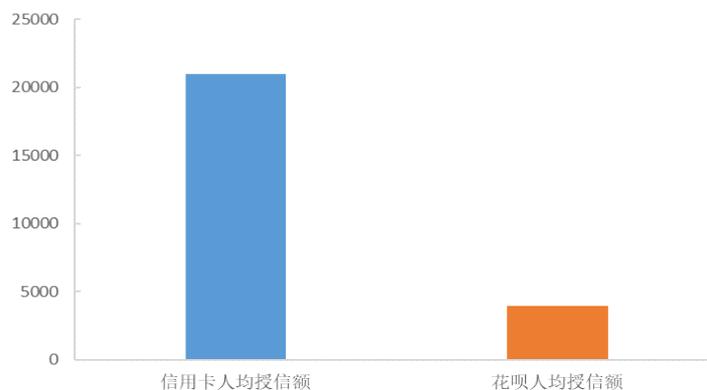


图9 花呗与银行信用卡的人均授信额

资料来源：蚂蚁金服，国家金融与发展实验室

根据蚂蚁金服的数据分析，蚂蚁金服消费金融主要用于生活刚性消费需求，满足大众对于日常消费的需求。花呗主要被用于生存类、实物类和非耐用品类等生活刚需消费，并没有超出能力去追求享受型和大件高额耐用品消费。从花呗、借呗用户支用情况来看，目前花呗用户均账单金额仅900元左右，借呗笔均支用金额仅3000元左右。这表明花呗、借呗就是用于日常小额消费场景的产品。从授信额度使用率上看，用户杠杆率不高。花呗、借呗用户的授信额度使用率分别都不超过20%、50%，在授信额度原本就比较低的情况下，一定程度上反映了用户借贷行为是理性的，没有过度使用信用杠杆。

2018年，蚂蚁金服旗下消费金融产品花呗、借呗向银行等金融机构开放，共同向长尾用户提供普惠性消费贷款。花呗、借呗所获得的贷款资金，很大一部分来自金融机构。而金融机构也借互联网平台一定程度上突破了“二八定律”，服务到更多用户。截至2019年8月，已经有70余家银行、消费金融、信托公司与花呗、借呗合作，共同服务支付宝用户。

（四）助力征信体系建设，完善金融基础设施

建立健全个人征信体系，有利于完善现代金融治理，有利于实现金融普惠，有利于促进我国数字经济的可持续发展。经过持续的努力，我国金融征信建立颇有成效。央行权威数据显示，截至目前，人民银行银行征信系统已采集9.9亿人信息。但这一数据同时也显示，我国仍有4.6亿自然人没有信贷记录。这部分群体的信用数据多数难以依靠传统手段获得，而实践显示，通过发展消费金融采集其消费金融信息并建立起个人信用记录，不失为一条有效

途径。

消费金融，尤其是互联网消费金融的发展，凭借其触及长尾群体的优势，利用高频的、线上的交易，借助大数据、云计算等技术，产生、沉淀和储存了许多“信用白户”的个人金融及相关数据，充分填补了征信空白，完善了我国个人征信体系。并且，长尾群体通过接触此类金融服务，可以逐渐提高其金融和商业信用意识，提高金融素养。这都有助于加快我国完成征信体系全覆盖进程。例如，蚂蚁金服为我国数亿“信用白户”建立数字信用，并通过金融产品大规模培育其守信意识，对我国加快全民信用体系建设作出了一定贡献。

四、我国消费金融行业展望

从行业整体发展空间来看，预计我国消费金融行业整体仍会有五年以上的高速成长期，预计表内消费金融占总信贷规模有可能突破 25%以上。当然，在金融供给侧结构性改革的大背景下，监管环境将日趋严格，整个消费金融行业的运营会越来越规范。在这个过程中，合规经营的消费金融机构的优势会愈发明显。

从监管角度看，消费金融行业未来规范的重点将集中在如下几个方面：

第一，完善监管政策。按照“金融业务由持牌机构开展”的总体原则，出台相应管理办法对电商消费金融平台、分期购物平台、互联网金融平台以及其他主体开展消费金融业务进行规范，包括准入条件、人员资质、业务范围、内控制度、监管标准、市场退出机制、消费者保护等，弥补监管政策缺失。要注意不同类型机构在监管标准上的统一，避免引发不公平竞争。

第二，加强消费金融业务信用风险管理。引导消费金融机构以真实消费场景为支撑拓展业务，通过线上、线下等多种渠道建立消费场景，实现消费金融业务与消费场景的融合，引导资金真正流向消费领域。降低和限制无特定用途的消费贷款业务占比。推动消费金融机构转变业务发展模式，平衡好业务扩张与风险控制的关系。

第三，加强行业信息共享，避免过度授信、多头授信。将消费金融信息纳入统一的社会征信体系，实现各类机构在消费者信息方面的共享，从源头上降低过度授信、多头授信的风险。制定相应管理办法，对于各类机构在开展消费金融业务过程中的过度授信、多头授信行为进行约束。百行征信已经接入 700 余家互联网金融平台的征信数据，一定程度上解决了互联网金融“信息孤岛”难题，弥补了互联网消费金融征信的空白，有效防范了多头借贷等问

题。未来互联网消费金融领域也应出台相关规范，以进一步建立健全征信体系、化解信息不对称导致的多头共债问题，有助于消费金融行业的健康发展。

第四，防范金融科技滥用的风险。出台意见规范各类机构开发和使用反欺诈、信用风险评估、风控等方面的技术模型或技术工具，对模型参数设置、数据来源、模型迭代频率、结果使用范围等进行指导，要求各类机构对模型或技术工具的有效性进行验证。

第五，加强消费者权益保护。一是加强金融消费者的教育工作，普及金融知识，提高风险意识；二是加强对消费者个人隐私信息的保护，对消费金融机构利用消费者个人信息进行牟利等行为进行处罚；三是完善金融机构信息披露，相关机构在开展业务过程中应当充分披露信息，引入市场监督机制；四是对各类机构开展消费金融业务过程中出现的风险进行及时处置。

第六，完善多层次征信体系。一是建立并完善消费者个人信息数据库，推进个人商业信用数据、五险一金数据、人事档案数据、消费数据、金融数据等多维数据的整合，逐步形成覆盖人群广泛、信息多元的征信数据库；二是加强消费金融机构与金融机构、金融科技公司、电商平台等的跨平台合作，实现不同机构之间的数据共享；三是有序开放政府数据资源。包括个人税务信息、保险信息、生活缴费信息等，充分发挥数据资源的作用。

从消费金融机构角度，未来的创新应从如下几个方面展开：

第一，深挖有效的消费场景。相关金融机构应根植于有效的消费场景，根据客户的个性化需求调整和完善业务内容，同时在消费场景进行直接营销。通过对消费者喜爱场景进行深入挖掘，提升对相应金融产品对于消费者的吸引力。

第二，构建完善的风险控制系统。出于“跑马圈地”的目的，许多消费金融机构存在着“重流量、轻风控”的思路，一味依赖所谓的大数据风控，而忽视全面风险管理体系的建设。这在短期内可能有助于业务规模的快速扩张，但从长期来看，这种模式终将难以为继。美国次贷危机就已充分揭示了，居民部门过度高负债可能带来的巨大风险。对于消费金融行业来说，风控是最为核心的竞争力之一，只有打造成成熟、严谨、完善的风控模式和风控政策，才能实现可持续的发展。具体而言，消费金融机构应真正立足于“以客户为中心”，围绕客户真实、合理的需求进行产品创新和营销，并加强贷后管理、监控资金流向，严格控制过度放贷以及资金挪用可能引发的风险。在避免多头借贷方面，蚂蚁金服开发了业内领先的多头借贷识别模型，并与商业银行、主要非银机构共享数据，在控制多头借贷方面成绩显著。

第三，充分利用金融科技。金融科技的发展为我国消费金融和居民消费的增长提供了新的契机。消费金融的核心是征信和风控。从征信来看，金融科技使得征信不再局限于传统的静态数据，任何人浏览网页、线上购买商品等行为均会留下痕迹。从风险控制来看，金融科技可以借助大数据手段，了解客户整体金融行为，对用户的行为、偏好、习惯进行刻画，对用户的信用风险和欺诈风险通过模型的方式进行科学的计量。征信和风控技术的进步有助于促进消费。大数据、云计算、人工智能等技术都会对整个消费金融行业产生重要影响。因此，在消费金融发展的过程中，需要高度重视科技对于消费金融发展和业务创新的关键作用。作为消费金融机构，应该对于新兴技术始终保持开放的态度，勇于创新和实践，以服务实体经济、服务人民生活为本，推动金融供给侧结构性改革的不断深入。