

# 学科动态专题报道

2020年第2期

## 消费金融专题

主办者：图书馆学科服务部

2020.05

**为传播科学知识，促进业界交流，特编辑《学科动态专题报道》，仅供个人学习、研究使用。**

# 前言

传统消费金融是指向各阶层消费者提供消费贷款的现代金融服务方式。无论从金融产品创新还是扩大内需角度看,消费金融试点都具有积极意义。在我国当前的宏观经济形势下,适时地出台相关管理办法是适应客观经济形势的趋势和需要的。从金融产品创新看,个人信贷业务是传统银行难以全面惠及的领域,建立专业化的个人消费金融系统,能够更好地服务于居民个体。

作为金融特色鲜明的本科院校,图书馆作为科研人员的“耳目”和“助手”,特将国内外有关“消费金融”的研究、发展动态等进行系统梳理,为广大科研人员提供研究参考资料。

本期学科动态主要分以下专栏:

《海外资讯》专栏的信息主要来源于国外专业的消费金融机构网站、新闻网站等。

《国内资讯》专栏信息主要来自中国金融信息网、中国人民银行、东方财富网等网站,将国内关于消费金融的最新报道呈现给大家,以供交流参考。

《政策法规》板块主要是对中国消费金融政策进行汇总,全方位展示从国家到地方层面的政策信息。

《分析报告》板块主要选取国家金融与发展实验室、亿欧智库、零壹财经、爱分析平台中有关消费金融的报告,包括了消费金融的发展报告、创新模式研究报告、行业报告等内容。

《知识可视化分析》的工具是 CNKI 的知识发现平台,对目前消费金融研究的发文趋势、关系网络、分布(基金、研究层次、作者、机构、学科、文献来源类别、关键词)进行分析,目的是帮助科研人员快速了解该领域的研究发展现状,包括该领域的领军研究人物、研究机构,以及研究热点等内容。

《国内文献计量分析》的工具主要是 CNKI,通过该工具分析“消费金融”的学术关注度、研究热点等内容,为研究人员提供参考、研究材料。

《资源获取门户网站》主要汇总有关“消费金融”研究资料的免费获取网站及门户。

# 目 录

<b>【海外资讯】</b> .....	1
我们不要妨碍消费者获得信贷 .....	1
分期付款贷款机构在新型冠状病毒肺炎流行期间是必不可少的..	2
FCAC 审查发现，当银行投诉升级时，消费者面临着延误和麻烦.	4
助学贷款债务减免公司，同意结清联邦贸易委员会错误承诺降低 或取消消费者助学贷款的费用 .....	5
20-064MR ASIC 就 CBA 向问题赌徒提供的信贷服务提起诉讼 .....	7
关于 COVID-19 需要了解的四件事&消费信贷行业 .....	8
<b>【国内资讯】</b> .....	10
消费贷岂能以“默认”套路消费者 .....	10
网络诈骗花样百出，杭银消费金融打响防诈持久战 .....	11
于洋：2020 年消费金融有望在 6 月迎来行业复苏分水岭 .....	12
备战新一轮放款 消费金融 ABS 发行持续走高 .....	13
完善消费信贷风控措施势在必行 .....	15
景德镇：打造无忧金融消费环境助力消费扩容提质 .....	16
拓展“长尾” 银行密集布局消费金融市场 .....	17
马上消费金融以科技为“护城河”，ABS 成功发行 .....	20
首家“科技+金融”定位消费金融公司 平安消费金融正式开业	22
疫情影响下，如何牵住消费金融风控的“牛鼻子”？ .....	23
<b>【政策法规】</b> .....	25
关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知 .....	25

国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见.....	26
广州市工业和信息化局关于印发广州市促进汽车生产消费若干措施的通知.....	26
中国银保监会关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见.....	29
最高人民法院 最高人民检察院 公安部 司法部关于办理“套路贷”刑事案件若干问题的意见.....	35
<b>【分析报告】</b> .....	41
科技赋能力：消费金融行业发展报告 2019.....	41
招联PK马上：内资消金公司谁是“王者”？ .....	44
2019中国消费金融发展报告——创新与规范.....	53
2019消费金融创新模式研究报告.....	55
2019年消费者金融素养调查简要报告.....	57
汽车消费金融：发现下一轮市场增长动能.....	60
爱分析中国消费金融行业分析报告.....	64
<b>【知识可视化分析】</b> .....	66
模块一：总体趋势分析.....	66
模块二：关键词共现网络.....	66
模块三：基金分布.....	67
模块四：来源分布.....	67
模块五：作者分布.....	68
模块六：机构分布.....	68

模块七：学科分布.....	69
<b>【国内文献计量分析】</b> .....	70
“消费金融”学术关注度.....	70
“消费金融”热门被引文章（2016年至今） .....	71
“消费金融”热门下载文章（2016年至今） .....	72
<b>【资源获取门户网站】</b> .....	73
<b>【馆内图书】</b> .....	74

## 【海外资讯】

### 我们不要妨碍消费者获得信贷

甄叶林 编译 邱焯梅 校对

也许是巧合，一个并非完全不熟悉的声誉较好的金融机构组织——责任贷款中心，发布了一项民意调查，表明美国两党消费者中多数支持对付款日和分期付款贷款设置 36% 的利率上限。

让我澄清一下，有很多掠夺性的发薪日贷款人在利用毫无戒心的消费者。这是一个有价值的目标，以保护消费者免受掠夺性或不择手段的借贷行为的发薪日或车辆所有权贷款人。

但是责任贷款中心通过提出一个不完整的问题操纵了投票结果：“你可能知道，发薪日贷款的平均年利率是 391%。你是支持还是反对对发薪日贷款人可能收取的年利率设置上限的提议

当被问到这个问题时，谁会不同意呢？

但剩下的问题应该是“.....即使这意味着消费者无法借到低于 2500 美元的资金。”这是因为对所有消费者贷款设置利率上限将使美国工薪阶层更难借到他们需要的资金，用于汽车维修、冰箱或家具等各种用途。例如，国家消费者金融委员会关于提供消费信贷成本的一项研究发现，12 个月 1,000 美元贷款的盈亏平衡年利率为 77%。

另一项学术研究发现，要想在提议的 36% 的上限下实现收支平衡，传统的分期付款贷款至少需要 2600 至 4000 美元。许多美国人不需要那么大的贷款，而且，他们可能没有资格获得贷款。然而，取消小额贷款的选择权，并不能消除获得这些产品的需要。

消费者权益保护者指出，高年利率是不公平或掠夺性贷款的标志。他们兜售的那些“离谱”的利率听起来太疯狂了，不可能是真的.....因为如果一个人与负责的贷款人打交道，这些利率通常都是真的。

消费者权益保护者很少花时间去解释贷款期限是年度增长率的一个关键因素。

一个简单的例子说明为什么对小额贷款使用年利率是如此具有误导性。假设你借了100美元，而你只需偿还101美元。如果你在一年内偿还贷款，365天从你拿出来，年利率将只有百分之一。如果你在一个月内偿还，年利率是12%。一周？52%。如果你在取出贷款的第二天还清贷款？这个比率似乎高达365%。如果你在取出100美元的贷款后，每小时偿还1美元的利息，你将支付8,760%的年利率。

消费者权益保护者很少花时间去解释这个事实。相反，他们用大量的、脱离实际的数字吓唬消费者，比如391%。更诚实地关注直截了当的问题，比如“我需要偿还的总金额是多少？”、“每月付款是多少？”，以及“我需要缴付多少款项？”这将使消费者（以及政策制定者）对这些贷款的承受能力有一个更清晰的认识。

最后，责任贷款中心没有披露的一点是：分期付款贷款没有“气球付款”、提前支付罚金或隐性费用。它们已经受到联邦和州借贷法的监管。它们是具有透明度、易于理解的条款、到期日和付款金额的贷款。平均贷款额约为1500美元。平均每月支付约120美元，平均期限为15个月。

传统的分期付款贷款经常满足许多消费者的迫切需要，如修理汽车上班或处理医疗紧急事件，或日常需要，如支付家庭假期。

出于好意但却被误导的监管措施往往最终只会让事情变得更糟，而不是更好，因为这些政策的目标正是帮助那些人。让我们不要因为阻碍消费者获得信贷而犯这个错误。

比尔·希普勒是美国金融服务协会的主席和首席执行官，该协会代表消费信贷行业。

编译自：

<https://thehill.com/opinion/finance/482153-lets-not-hinder-consumers-access-to-credit>

## 分期付款贷款机构在新型冠状病毒肺炎流行期间是必不可 少的

甄叶林 编译 邱焯梅 校对

在经济动荡时期，获得金融服务，特别是没有银行业务关系的最弱势群体获得金融服务，对于尽量减少困难和为最终复苏创造条件至关重要。

认识到这一点,联邦国土安全部的网络安全和基础设施安全局(CISA)认为金融服务部门是国家关键基础设施的十六个重要组成部分之一(见下图)。这一部门包括非存款的”信贷和融资组织”,例如传统的分期付款放款人。



(图片来源:网络安全和基础设施安全局)

国际法协会成员正行动起来,确保它们成为解决危机的一部分,提供紧急信贷以满足关键的短期需求,并与借款人合作,尽量减少未来的经济损失,给予它们最佳的复苏机会。他们还与各级政府合作,就经济影响和救济一揽子计划的目标提供咨询意见,并向广大公众提供关于如何管理其承诺以及如何和在哪里寻找救济的信息。我们的伙伴组织外交服务协会在其网站上有一个特别好的资源页面。

这是国际法协会成员一直在做的事情,在过去一百年的大部分时间里,他们经历了战争、自然灾害、经济萧条、衰退和各种动荡。从我们在客户社区的办公室,我们将继续为那些需要我们的人服务。

我们正在按照疾病控制中心(CDC)为企业制定的指导方针,以最大限度地降低健康风险的方式开展这项工作,配备了骨干人员、程序和资源,用于社会疏远和消毒。面对面的会议被保持在最低限度。目前,在线或电话互动已成为客户服务的新常态。

编译自:

<https://nilaonline.org/2020/03/26/installment-lenders-are-essential-during-the-covid-19-epidemic/>

## FCAC 审查发现，当银行投诉升级时，消费者面临着延误和麻烦

刘禹辰 编译 邱焯梅 校对

今天（2020年2月19日），加拿大金融消费者管理局（FCAC）发布了对银行处理消费者投诉程序的审查结果以及对外部投诉机构（ECB）运作情况的审查结果。

FCAC 发现，尽管银行可以迅速解决大多数投诉并令消费者满意，但当消费者将投诉递交到第一联络点以外的联络点时，也将面临着延迟的问题以及各种麻烦。升级程序使消费者不得不浏览耗时而且繁琐的复杂系统，导致这些消费者中有一大部分对此不满并放弃投诉。

FCAC 还发现，尽管外部投诉机构满足大多数监管要求，但仍存在不足之处和改进机会，欧洲央行可以在这些领域更密切地遵循更国际最佳惯例。该报告还证实了消费者代表对欧洲央行多重结构提出的一些更广泛的担忧。

这些报告指出了银行和欧洲央行在政策，程序和运营方面的许多缺陷。该机构将通过其监督工作解决这些缺陷。此外，新的《金融消费者保护框架》将要求银行确保 FCAC 专员满意其消费者投诉程序，这是促进更好地处理投诉的另一个工具。

公正有效的投诉处理对于确保消费者对金融机构的信心和信任至关重要。FCAC 将继续努力，以确保银行和欧洲央行都遵守相关的消费者保护措施。

### 引用

“运作良好的金融系统中的关键要素是能够解决消费者问题的有效方法。错误是会发生的，但当这个过程运作良好时，它就会建立起对金融机构和监督体系的信任和信心。FCAC 的监督工作将确保银行和欧洲央行都遵守消费者保护规定，并改善解决纠纷的程序。”

加拿大金融消费者管理局专员 Judith Robertson

### 简略说明

FCAC 致力于通过监视趋势和新出现的问题，并研究可能影响金融产品和服务交付的行业惯例，来保护金融消费者。

在加拿大，银行投诉解决系统采用内部银行投诉处理程序（CHPs）和外部投诉机构（ECBs）相结合的方式。

FCAC 估计，每年有超过 500 万消费者至少向一家银行提出投诉。

它还发现，有 76% 的投诉在第一时间就得到解决。

据 FCAC 估计，超过 90% 的消费者在投诉的第一时间仍未得到满意解决的消费者，并没有继续上报投诉，这表明升级过程对于消费者而言并不简单或容易。

大多数消费者都不了解欧洲央行。

FCAC 审查了加拿大六大银行（蒙特利尔银行，新斯科舍银行，加拿大帝国商业银行，加拿大国家银行，加拿大皇家银行和多伦多银行）的投诉处理程序。

FCAC 评估了银行是否已执行有效、方便和及时处理投诉所需的政策和程序。

FCAC 审查了两个外部投诉机构：ADR Chambers 银行监察员（ADRBO）和银行服务与投资监察员（OBSI）。

FCAC 检查了欧洲央行是否按照其义务履行其职责。

编译自：

<https://www.canada.ca/en/financial-consumer-agency/news/2020/02/fcac-review-finds-consumers-face-delays-and-complications-when-escalating-banking-complaints.html>

## 助学贷款债务减免公司，同意结清联邦贸易委员会错误承诺 降低或取消消费者助学贷款的费用

刘禹辰 编译 邱焯梅 校对

据称，被告收取了非法的前期费用，但没有透露他们向消费者支付了美国商业改善局（BBB）正面评价的费用。

总部位于加利福尼亚的三家学生贷款债务减免公司及其所有者，已同意永久禁止债务减免业务，以解决联邦贸易委员会的指控，他们错误地承诺降低或取消消费者的学生贷款以换取非法的前期费用。

美国联邦贸易委员会（FTC）还指控两家公司及其所有者亚当·欧文斯（Adam Owens）没有透露他们向消费者支付了美国商业改善局（BBB）正面评价的费用。

FTC 消费者保护局局长安德鲁·史密斯（Andrew Smith）表示：“这些公司

向人们保证，他们可以减免学生贷款，这超出了他们的能力。”“要了解您需要偿还的联邦学生贷款有什么减免，请访问 [StudentAid.gov/repay](https://studentaid.gov/repay)。”

根据联邦贸易委员会的投诉，SLAC(也使用了 Aspyre 这个名字)，Navloan，学生贷款援助中心，以及 Owens 告诉消费者，只要预付 699 美元的费用和每月 39 美元的费用，被告就会永久降低或取消消费者的学生贷款。实际上，消费者的付款每年都可能发生变化，并且不能保证任何消费者都能免除贷款。

美国联邦贸易委员会 (FTC) 还指控，早在 2015 年 11 月，被告就向消费者提供了 20 美元的礼品卡或支票，以在 BBB 的网站上对他们的服务进行正面评价，而忽略了告诉审查的消费者他们已经有了提供审查的动机。

诉状还称，被告错误地向消费者提供了有关如何在向教育部 (ED) 提交的申请中说明家庭规模的建议，在某些情况下，他们在不知情的情况下伪造了消费者的家庭人数。

被告已同意已向法院提交的最终命令。由于新型冠状病毒 (“ COVID-19”) 的爆发，法官已将诉讼推迟 60 天。(有关 COVID-19 爆发和学生贷款的更多信息，请访问 [StudentAid.gov/coronavirus](https://studentaid.gov/coronavirus)。)

如果法庭同意，和解协议将禁止被告提供债务减免服务，同时允许他们继续帮助现有消费者填写表格并向教育部提交文件，作为每年重新认证过程的一部分，但仅限于那些明确选择让被告提供这种帮助的消费者。选择不接受被告帮助的消费者应直接向教育部、其服务商或通过其他机制重新认证。该命令还将要求被告交出 47 万余美元的资产，此后，2390 万美元的判决将因被告无力支付而中止。

欧盟委员会以 5 票赞成、0 票反对的表决结果批准了投诉和拟议的最后命令。FTC 在美国提交了拟议的命令。加利福尼亚中央区地方法院。

编译自：

<https://www.infine.lu/eib-donors-conference-luxembourg-and-eu-bank-strengthen-their-cooperation-on-microfinance-and-climate-action/>

## 20-064MR ASIC 就 CBA 向问题赌徒提供的信贷服务提起诉讼

崔璨 编译 邱焯梅 校对

ASIC 已在联邦法院对澳大利亚联邦银行(CBA)提起诉讼,指控其违反《2009年国家消费者信贷保护法案》(《国家信贷法案》)的负责任贷款条款。

针对 CBA 的诉讼是由于客户(哈里斯先生)没有考虑到他是一个问题赌徒的通知,因此在提供和批准信用卡限额增加之前没有采取合理的步骤核实他的财务状况。

ASIC 称,2017年1月,CBA 的行为违反了《国家资信法》的以下条款:

第 130(1)及 128 条,在作出评核以提高其信贷限额前,未能对 Harris 先生的财务状况进行合理查询及核实;

第 131(1)及 133(1)条,未能评估信贷限额的增加不适合 Harris 先生,及其后提供信贷限额的增加;和

第 47(1)(d)条,未能遵守《国家信用法案》。

任何罚款的金额将由法院决定,双方将各自向法院提交关于罚款幅度的意见书。

国家信用法案为消费者提供保护,以确保信贷提供者在评估贷款合同是否适合借款人之前,对借款人的财务状况进行合理的询问。

诉讼程序将列入指示,日期由法院决定。

背景

CBA 在信用卡和信用卡限额增加方面的行为是皇家委员会在银行、退休金和金融服务行业不当行为的案例研究的主题(中期报告 2 卷,CBA 信用卡,第 101 页)。

自 CBA 的行为以来,法律已经改变,现在信用卡供应商必须考虑消费者是否能在 ASIC (18-257MR)规定的三年内偿还增加的信用额度。现在的法律不允许像哈里斯先生那样提高信用额度。

此外,ASIC 现在已经制定了我们的期望,信用卡供应商做更多的积极主动地帮助消费者解决信用卡债务问题。在 2018 年,我们发现超过六分之一的消费

者正在信用卡债务中挣扎(18-201MR)。

2019年12月9日,ASIC发布了其负责任贷款监管指南的更新版本——监管指南209:信用许可:负责任的借贷行为(RG209)。

在最新的RG209之前,ASIC于2019年2月发布了一份咨询文件。ASIC收到了72份意见书,其中64份非机密意见书在ASIC网站上公布作为回应。

作为我们咨询的一部分,ASIC还举行了公开听证会。在这些听证会上,ASIC听取了行业代表、消费者团体、学者和服务提供商的意见。

ASIC对CBA的诉讼属于ASIC的财富管理主要金融机构投资组合。投资组合集中在澳大利亚最大的金融机构的金融服务行为(NAB,西太平洋银行,CBA,澳新银行和AMP)对信用卡和零售贷款,财务建议,费用没有服务,养老受托人,保险,不公平合同条款和其他义务,和其他行为引发的金融服务皇家委员会。

编译自:

<https://asic.gov.au/about-asic/news-centre/find-a-media-release/2020-releases/20-064-mr-asic-commences-proceedings-against-cba-over-the-credit-services-provided-to-problem-gambler-royal-commission-case-study/>

## 关于 COVID-19 需要了解的四件事&消费信贷行业

崔璨 编译 邱焯梅 校对

2020年4月26日

新闻周期继续转向,更多关于冠状病毒的信息随之出现。与普通美国人一样,消费金融公司也在小心翼翼地筛选他们现在需要知道的信息,以便继续为客户提供服务并帮助员工。我们试图将信息流提炼为你需要知道的最重要的四件事。

让 SBA 更透明

小企业管理局(SBA)的工资保障计划(PPP)已经帮助全国无数的企业保持营业并支付员工工资。尽管法案的语言是建立 PPP 是明确的——任何雇员少于 500 人的合法企业都有资格——但 SBA 的规则不那么明确,而且不幸的是,它没有明确允许许多传统的分期贷款机构利用该计划。SBA 应该让其语言符合条约。此外,据报道,该项目的资金已经耗尽。国会应该尽快重新授权资金,以便更多的企业能够帮助他们的员工。

### 各州法律：

美国由 50 个不同的州和哥伦比亚特区组成，它们都有各自不同的法律。这种多样性是一种优势，在这样的危机时期是一种损害。美国金融服务协会 (American Financial Services Association) 一直在不知疲倦地与各州合作，以确保信贷的可持续性。AFSA 编制了一系列跟踪图表，以帮助会员应对这种不确定的环境。你可以在这里找到。

### 安全性与保密性

联邦政府已将 AFSA 成员列为必要成员。这对消费者来说是有利的，他们可以通过贷款获得所需的信贷，并获得汽车融资。然而，它确实为会员创造了富有挑战性的工作环境，会员必须确保员工的安全。AFSA 成员已经并应该采取所有合理的预防措施，包括远程工作、社交距离要求和灵活安排。AFSA 网络研讨会、播客以及博客继续为 AFSA 成员提供最佳实践。

### 消费信贷至关重要

在全国和华盛顿，绝大多数监管机构、政策制定者和消费者认识并理解消费信贷在这场危机中发挥的重要作用。AFSA 与政府和国会成员密切合作，以确保信贷继续流动。州监管机构在 AFSA 及其成员试图帮助他们的选民时，向他们寻求信息和帮助。据我们所知，AFSA 是唯一一个直接与纽约州合作的行业协会，因为纽约州官员试图在消费者保护和信贷获取之间取得平衡。

绝大多数官员感谢 AFSA 成员为帮助消费者所做的工作和提供的帮助，并表示他们相信消费信贷在公民生活中的作用至关重要。

编译自：

<https://www.afsaonline.org/Blog/Post/16262/Four-Things-to-Know-About-COVID-19-the-Consumer-Credit-Industry>

## 【国内资讯】

### 消费贷岂能以“默认”套路消费者

消费贷机构屡屡套路消费者，除了一些不法分子利用平台牟取不当利益外，也与当前仍存在一定程度的监管不力有关。监管部门有必要出重拳净化市场，为消费者权益护航。

近段时间以来，一些消费贷平台变成“套路贷”、“陷阱贷”的手法又有了翻新。据媒体爆料，有消费者只是订张火车票，却被绑定默认用了某消费贷产品借钱付款，在完全不知情的情况下变成了借款人。由于这是一笔分期付款，如果一直没有发现，逾期将会影响他的征信记录。

让人防不胜防的是，除了订票，购物、手机充值、生活缴费、美容、英语培训等，消费者稀里糊涂在消费贷平台“被贷款”的事，在日常生活中越来越频繁地发生。有互联网投诉平台甚至在首页为互联网消费金融开设了专栏，大量消费者怨言集中在不知情贷款、平台方制造逾期以及恶意催收上。

作为消费金融一个重要的分支，消费贷从2015年开始强势崛起。然而，由于消费贷具有互联网金融共有的“借贷不见面”的特点，利益的天平往往偏向网贷平台、APP开发者、运营者以及金融机构，消费者的利益反倒最容易被忽视。

某些流量大的知名平台常常在不出现提示的情况下将入口与消费者的支付确认连接在一起。一旦消费者确认支付，贷款消费行为就会随之发生。目前，几乎所有的常用APP上都有消费贷款入口，消费者一不小心就会掉入“被贷款”的陷阱。事实上，不少知名的网络平台凭借自身的流量和消费场景的优势，也搭载了自行开发的现金贷入口。一些平台用“默认”、“优先推荐”等“障眼法”坑人。

消费贷机构屡屡套路消费者，除了一些不法分子利用平台牟取不当利益外，也与当前仍存在一定程度的监管不力有关。据调查，互联网消费平台做消费分期业务几乎没有难度。几个人负责互联网平台运营，再买一套放贷系统，找一个外包的催收团队，这个产品就做成了。对此类坑害消费者的平台，监管部门有必要出重拳净化市场，为消费者权益护航。

在今年1月1日正式开始实施的《电子商务法》第十九条明确规定：电子商务经营者搭售商品或者服务，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。在2016年监管部门印发的《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》中，则对无场景依托等消费贷款方式进行了规范，并对畸高利率等设定了红线。

这就意味着，任何平台都不得以“默认”勾选方式来欺诈消费者。必须强调的是，包括消费贷在内的互联网金融尽管在形式上与传统金融发生了很大变化，但诚信的基本要求从未改变。事实上，只有坚守诚信这条底线，消费贷才能得到更多消费者的认同，自身也才能行稳致远。

链接地址：

<http://xfjr.hexun.com/2019-05-20/197244416.html>

## 网络诈骗花样百出，杭银消费金融打响反诈持久战

### 肃清网络环境，揪出害群之马，杭银消金助力公安部门开启云剑反诈行动

自从我国公安部部署开展云剑专项行动以来，各种互联网电信诈骗案件呈明显走低趋势，据统计，仅2019年一年，全国刑事案件立案数下降3.9%，严重暴力犯罪案件数下降10.4%，互联网金融诈骗案件也有了明显下降，公安部打击治理反诈的手段已经颇见成效。但是，2020年一场突如其来的疫情，让一些漏网之鱼有了新的机会可乘，诈骗方式再次升级，例如口罩售卖诈骗、冒充执法人员获取个人信息及实施金融借贷诈骗等，让广大群众防不胜防。为进一步打击犯罪分子，云剑2020行动再次开启，国家公安部联合诸多诚信正规的企业一起，打响了一场反诈持久战。

作为目前浙江省唯一一家正式营业的全国性消费金融公司，杭银消费金融公司也在云剑2020行动受邀之列。杭银消费金融公司由中国人民银行和银保监会相关机构监管，在互联网金融诈骗层出不穷的时代，一直严格遵守国家相关部门政策法规，从成立之初至今，始终秉承“高效、便捷、诚信、责任”的金融服务理念，力求为广大消费者提供便捷安全的消费信贷服务。近日，杭银消费金融公司凭借自己专业的技术实力通过了公安机关国家信息安全等级保护三级认证，在信息安全、系统管理、技术架构、应急保障等方面均达到国家标准。

近期，在中国人民银行杭州中心支行2019年度金融机构综合评价中，杭银消费金融公司荣获最高等级A等的荣誉，再一次用荣誉印证了公司的担当与实力。

可以说，杭银消费金融公司今天的成就是踏踏实实一点一滴打拼积累起来的，经营稳健，值得信赖。随着我国互联网金融的飞速发展，肯定还会有不少心存侥幸的违法犯罪分子铤而走险，将自己的利益凌驾于道德、法律、人情之上，但我们同样相信，任凭这些害群之马再怎样花样百出，也会有落网的一天。与此同时，会有更多如杭银消费金融公司一样的正规金融机构加入到云剑反诈行动之列，同国家公安机关一起，肃清网络环境，助力全民安全健康消费！

链接地址：

<https://news.163.com/20/0507/10/FC15I5FG00019OH3.html>

## 于洋：2020年消费金融有望在6月迎来行业复苏分水岭

在全球仍处于新冠疫情大流行的状态下，2020年国内消费金融行业面临了诸多不确定性，但依然危中有机。

“随着国内政策支持力度的不断加大和消费市场的回暖，最快今年6月消费金融有望迎来行业复苏分水岭。”日前，众安保险风控副总裁于洋在“风控·命门”2020消费金融线上峰会上如是说。

但他也指出，进入后疫情时代，以往单纯依靠流量驱动的增长模式难以为继，消费金融风控的精细化管理能力和科技实力将成未来发展的关键驱动力。“精细化将成为消费金融机构风控能力比拼的关键，而科技实力决定了风控精耕细作的深度”。

进入二季度以来，随着国内疫情控制趋于稳定，各行业复工复产，在政府和金融机构出台多种政策的刺激下，多项经济指标已发生积极变化。根据商务部发布的数据，4月上旬，重点监测零售企业日均销售额比3月下旬增长3.1%。4月29日，十三届全国人大常委会第十七次会议决定，2020年“两会”将在5月21日到22日召开，为市场回暖又注入一枚“强心剂”。

对此，于洋认为消费市场的情绪在逐渐回暖，并有望在二季度末迎来拐点。

另一方面，疫情发生以来，金融部门通过公开市场操作与定向降准，提供短期和中长期的流动性，保持银行体系流动性合理充裕，进而带动社会融资成本明显下降。数据显示，3月份一般贷款平均利率为5.48%，比贷款市场报价利率(LPR)改革前的2019年7月份下降了0.62个百分点。

“这意味着消费金融行业的资金成本未来有望进一步降低。”于洋表示，“通过近期的市场调研和行业交流，我们发现二季度消费金融行业的机构放款规模和流量采购投入都会出现逐步提升，这意味着消费市场可能最早在6月份迎来行业分水岭。”

据于洋透露，疫情期间，出于风险控制的考虑，几乎所有金融机构都收紧了个人消费信贷业务的风控标准，包括银行信用卡也对重点地区和行业进行了降额限额。这种行业风控策略的集体收紧会给部分客群的现金流带来强烈的冲击。“事实上，对消费金融风控而言，过度放宽和过度收紧都会给行业带来负面影响”。

再者，贷后管理是零售金融风控非常重要的部分，贷后管理受到影响，会对整个贷前、贷中都带来挑战。当前，虽然受疫情影响，多家机构对疫区和主动反馈受疫情影响的逾期客户调整了催收策略，减少催收频次，开启了绿色通道，但逃废债现象并没有因疫情按下暂停键，部分不在受疫影响严重地区的借款人故意拖欠还款，这使得贷后管理形势严峻。

于洋说，“面对小额、分散的线上人群，粗放型的风险管理方式已难以识别风险，精细化、智能化管理将成为未来消费金融风控的关键所在。”

链接地址：

<http://www.sc-rh.com/kjjj/20200507/40026902.html>

## 备战新一轮放款 消费金融ABS发行持续走高

北京商报讯（记者 孟凡霞 刘四红）消费复苏在即，消费金融ABS行情持续走高。北京商报记者注意到，无论是持牌消费金融公司，还是金融科技公司，近期都对ABS发行表现出极高热情。2020年以来，已有多家机构发行个人消费贷款类ABS，发行总量达269.05亿元。分析人士指出，ABS发行升温，主要是因为消费市场回暖，机构竞速融资，除了缓解自身资金压力外，也在为新一轮放款做准备。

4月14日，持牌消费金融公司马上消费金融在全国银行间债券市场公开发行超17亿元ABS产品，其中优先A档规模12.68亿元，票面利率3.5%，创下年内持牌消金机构ABS产品发行利率新低，并获2.9倍超额认购，优先B档规模1.28亿元，获2.4倍超额认购，4月17日起息。

发行报告显示，马上消费金融本期ABS入池资产均为具有明确消费场景与用途的商品分期产品，数码产品金额占比超过62%，贷款笔数占比达92.94%；此外，入池资产总笔数超过172万笔，笔均金额仅为1080元，具有明显的小额分散特征；从年龄分布来看，贷款用户集中于22-30岁。

值得一提的是，此次也是马上消费金融继2019年11月首期ABS产品发行的第二期个人消费贷款ABS，马上消费金融相关人士告诉北京商报记者，未来，ABS将成为马上消费金融多元化融资的重要渠道，将进行常态化运作。

持牌消金机构中，除了马上消费金融外，今年以来，捷信消费金融目前已连续发行两期共计50亿元的个人消费贷款ABS产品，最近的一期于3月24日在全国银行间债券市场发行，规模25亿元。

北京商报记者注意到，除了持牌消费金融公司外，互联网巨头亦对ABS发行表现出极高的热情。记者根据资产证券化分析网数据统计发现，2020年以来，发行个人消费贷款类ABS的多家机构中，除马上消费金融、捷信消费金融等持牌消金机构外，还包括蚂蚁、小米、京东、360金融等多家金融科技公司，发行量达172亿元，在个人消费贷款类ABS发行总量（269.05亿元）中占比超六成。

从发行利率来看，2020年消费金融ABS优先级证券利率普遍在3.5%左右，其中，利率最高的为小米发行的“小米035A”，达4.2%，相较此前发行的“小米031A”产品，利率略微上行；利率最低的则为京东发行的“20京东白条ABN002优先A级”，仅为3.2%。

此外，获准发行ABS的金融科技公司仍在扩员。近日，新浪金融旗下微博借钱运营主体微聚未来科技有限公司，向深交所提交的首单ABS产品也已正式挂牌，发行规模3亿元，这也是微博借钱首次在资本市场发行ABS产品。

多位业内人士认为，消费复苏使得贷款需求旺盛，因此多家机构抢发ABS，也是在为新一轮放款做准备。清华大学中国经济思想与实践研究院研究员徐翔指出，ABS发行频率上升、发行获超额抢购，更说明了市场对于头部消金机构的

认可。由于复工复产的不断加速以及各地消费刺激政策的不断推出，消费 V 形反弹将在一段时间后到来，能够促进消金行业的触底回升。

徐翔进一步称，“金融科技公司涉足消费金融尤其是线上业务是必然趋势，这将进一步丰富消费市场主体，在中长期改变消费市场结构。一个可能的变化是会在总体上加剧消金机构在资产证券化融资上的竞争，业务发展好、受消费者青睐的消金机构的融资成本将会下行，能够实现 ABS 发行的常态化”。

不过，ABS 走热的另一面，机构需要警惕融资风险的上升，并持续提升机构自身的风控能力。零壹研究院院长于百程指出，依赖于线下的消费金融场景在疫情期间受到较大影响，使得大量中小企业面临经营困难，进一步对部分人群收入产生一定影响。消费金融行业的客群也面临阶段性现金流或偿债能力下降，如果消费金融机构对风险把控不力，有可能出现经营性风险。

链接地址：<http://www.financeun.com/newsDetail/31559.html?platForm=jrw>

## 完善消费信贷风控措施势在必行

当前，消费信贷已成为农信机构转型发展的方向之一。然而，风险与发展相生相伴，特别是在我国经济金融步入新常态下，只有“风险”与“发展”两手抓，才能保障消费信贷稳健升级、可持续发展。农信机构应从以下四方面完善消费信贷风控管理。

首先，应加强创新管理。农信机构需深刻反思其他银行在开展消费信贷中的教训，切忌走“先圈地、后治理”老路。在消费升级战略指引下，消费信贷创新涉及法律、政策、行业发展、信息技术等多方面内容，其中信用风险、操作风险等交织。加之此类业务客户呈现群体性，声誉风险隐患相对较大。因此，消费信贷创新应当在不逾监管红线、不侵害消费者权益的前提下，对产品性质、项目内容、市场影响等进行前置性的风险评估，评估通过后方可设计业务运作具体方案。

其次，应优化风控模式。一是协同管理，由农信机构业务部门主导，合规、授信、科技等部门协同参与，全面管控消费信贷业务各节点风险。协同模式要贯穿于产品研发、运作和监管的全流程，所涉及部门除履行相应业务操作职责外，更要承担风险管控职责，从组合风险角度多维分析、综合把控问题隐患。二是下沉管理，在做好制度与系统控制顶层设计的基础上，加快客户经理风险管控能力

的培养,并适当赋权,构建消费信贷风险的快速反应机制,实现业务风险的贴身管控。三是开展大数据管理,加快个人信息以及各类基础数据的搜集、梳理和建库,提升现有客户评级的实用性和针对性。在央行征信系统覆盖面不足的现状下,积极开展与信誉高、规模大的网络电商的合作,通过合作获取更广泛全面的客户信息,以详实的大数据支撑评级模型,并应用于客户准入、风险预警等方面。

再次,应把握风控重点。一是加强贷款用途监控,农信机构在设计消费信贷产品时,就应确立贷款资金“支付为主、提现为辅”的基本原则,以把控贷款用途;防止贷款资金受托支付给交易方中介后,资金被集中使用的风险。对于无法监控账户资金流向的,应要求客户提供相应消费发票,分析验证其实际资金使用与合同用途是否一致。二是严防过度授信,随着消费金融牌照试点放开,加上互联网金融市场呈现多元化业态,多头授信风险加剧。农信机构既要树立正确业绩观,严控消费贷款授信额度,也要借助征信查询、担保提供等手段防控风险,而对于个体私营业主,非本地户籍客户等群体则更要现场调查,严防过度授信。三是强化非现场监测,充分利用各种数据交互,及时掌握客户金融资产、信用卡交易、央行征信等关键风险指标变动情况。对有隐性风险的客户,及时采取降低授信额度、提前清收贷款、账户止付等措施。

最后,应落实合作管理。消费信贷通常是三方甚至多方的合作,合作风险不容忽视。一是严格甄选合作项目,“新金融”将颠覆客户金融消费模式和银行服务模式,农信机构除要严格审查合作商户的资信外,还应结合产行业发展预测项目前景,确定合作模式,完善合作协议,弱化行业准入风险。二是加强商户管理,加强合作项目交易过程的实时监控和期间数据梳理分析,认真开展商户日常检查,掌握其资信变化,发现欺诈、违约等情况,要及时采取停止合作等措施。此外,要重塑与中介机构的合作关系,农信机构切忌只管审批,而将调查等工作交由中介包揽,以防一些中介以此为“揽财”手段,串通客户虚假交易。

链接地址: [http://finance.ce.cn/bank12/scroll/202004/30/t20200430\\_34820848.shtml](http://finance.ce.cn/bank12/scroll/202004/30/t20200430_34820848.shtml)

## 景德镇：打造无忧金融消费环境助力消费扩容提质

本报讯(许春尧记者张怡)新冠肺炎疫情发生以来,人行景德镇市中心支行深入贯彻金融为民理念,组织辖区金融机构认真落实疫情防控期间金融消费权益

保护工作部署,持续在保障金融服务安全有序、维护金融消费者合法权益等方面发力,积极营造让群众放心满意的金融消费环境。

疫情发生后,为确保金融服务不中断,该行一方面指导金融机构营业网点在醒目位置张贴防疫提示,配齐防护物资,对柜面、自助设备等严格消毒;科学安排现金消毒防疫;将全市个人信用报告自助查询点增设至9个,避免人员聚集;另一方面,该行制作和推送足不出户办理外汇业务、互联网查征信等宣传作品,引导消费者优先选择网上银行、手机银行等线上渠道办理业务。

针对疫情防控期间金融诈骗的新动向,该行以“央妈教你疫情下的金融生活”为主题,围绕如何防范金融诈骗和日常生活中的金融常识,组织金融机构制作卡通漫画、微信长图、小视频等宣传作品,通过微信公众号、“3·15”信息平台等渠道广泛传播,并与市公安局刑侦支队建立打击电信诈骗警银协调联动机制。

该行定期组织召开全市金融消费投诉纠纷形式分析会,开展典型投诉处理案例学习,指导金融机构及时采取措施预防金融消费投诉纠纷。强化投诉咨询处理协同,及时回应金融消费者诉求。疫情发生以来,12363热线平台累计收到投诉24笔、咨询6笔,均得到及时妥当处理。

链接地址: [http://jx.ifeng.com/a/20200507/13968536\\_0.shtml](http://jx.ifeng.com/a/20200507/13968536_0.shtml)

## 拓展“长尾” 银行密集布局消费金融市场

近期,银行设立消费金融子公司再受关注。

4月24日,江阴银行(002807,股吧)发布公告称,董事会已全票通过拟设立消费金融公司。据悉,今年以来,光大银行(601818,股吧)控股子公司北京阳光消费金融股份有限公司,以及重庆农商行参与出资的重庆小米消费金融有限公司均已获批。

《中国经营报(博客,微博)》记者在采访中了解到,过去由于监管及其他限制,大中型银行并没有全部涉足该领域牌照。近年来,由于消费金融市场的火爆,不少行业巨头纷纷抢占布局,申请消费金融牌照。

截至2020年4月,记者统计共有25家持牌消费金融公司,其中银行控股的有18家,主要为城商行。2020年是我国消费金融公司发展的第10年,消费金融行业或将迎来新的竞争格局。

## 零售转型的选择

4月24日, 江阴银行发布2020年第一季度报告的同时披露, 该行董事会审议通过了关于拟设立消费金融公司的提案。

关于设立消费金融子公司的相关情况, 记者联系到江阴银行, 该行相关负责人表示: “目前仅只是董事会通过议案, 还没有具体时间表。”

而接近江阴银行的人士向记者表示: “这是该行零售银行转型的举措之一。”

记者注意到, 江阴银行在年报中表示, 2019年该行纵深推进零售转型, 重新划分母公司部门职能和业务边界, 特色化管理消费信贷, 自上而下树立“大零售”理念。

从江阴银行2019年报看, 该行营收构成中, 利息净收入为24.72亿元, 占营收的比重为72.63%, 手续费及佣金净收入占比2.91%, 投资收益占比21.76%。在利息收入中, 来自对公贷款的利息收入占比53.97%, 来自个人贷款的利息收入占比11.17%。2019年, 江阴银行个人贷款利息收入的增幅达到32.45%, 远高于对公贷款利息收入6.94%的增幅。且2019年末, 该行普惠型贷款增速、普惠型涉农贷款增速、个人类贷款增速分别高于全行贷款增速2.9、1.4、28.6个百分点。

根据《2019年中国消费金融年度报告》显示, 2010~2018年的9年间, 消费贷款规模实现4倍增长; 消费贷款占总贷款余额比重逐年上升, 由2010年23%增至2018年35%。截至2019年9月末, 消费贷款高达13.34万亿元。

今年1月清华大学中国经济思想与实践研究院发布的《2019中国消费信贷市场研究》认为, 今年消费市场将迎来行业拐点, 牌照、场景、技术已经成为市场竞争的三大利器。

今年以来, 光大银行与中青旅(600138, 股吧)控股股份有限公司及其他发起人, 共同发起设立的北京阳光消费金融股份有限公司已获监管批复同意筹建; 重庆农商行与小米通讯技术有限公司等相关方共同出资设立的重庆小米消费金融有限公司也获得了监管的批复。

“消费金融公司牌照较少, 本身就很值钱。”关于银行参与消费金融子公司设立的情况, 麻袋研究院高级研究员王诗强表示, “银行与金融科技公司、互联网公司合作, 其实较难获得后者的核心技术支持, 更多的是资金批发的生意。而

消费金融公司股权如果是银行等金融机构与互联网公司共同持股的情况下,更容易获得后者的流量、人力和技术等资源支持。”

### 城商行为主力 巨头加码入局

据统计,截至2020年4月,共有25家持牌消费金融公司,银行控股的有18家。其中中国有大行2家、股份行3家、城商行有13家。

关于银行布局消费金融牌照的原因,兴业研究首席金融行业分析师孔祥告诉记者:“消费金融公司ROE普遍在20%以上,对银行来说,可以是新增获利点。全牌照经营也是银行普遍追求的目标。”

从经营内容来看,消费金融公司的主要业务是向个人发放信用贷款,用于消费性需求,这与传统的银行消费贷款、信用卡业务高度重合。而对于根植于地方的城商行而言,在经营范围和客源都有一定局限性的基础上,如何处理子公司与母行业务间的竞合关系?

孔祥认为:“在客群定位上,消金公司与银行消费金融、信用卡等业务实际上是错位发展的。银行信用卡和消费贷等属于银行表内业务,客户风险较低。相比银行客户,消费金融公司客群质量更加下沉,比如,一些现金流不太稳定,没有社保、公积金等客群较难在银行申请信用卡,有可能去消费金融公司申请消费贷。消费金融公司的产品风险相对较高,同时收益也较高。”

对于新设立的消费金融公司,王诗强认为,组织架构刚刚搭建,很多管理人员都是最近一两年新配置的,整体技术实力不强,风控模型不完善,也没有大量客户积累,市场抗风险能力有限。因此,需要提高反欺诈水平,风控模型要慢慢经过市场考研,不应该急功近利,以免被骗贷集团套路。

在孔祥看来,设立独立的消费金融子公司,对银行而言也要做好以下几点:“第一,设立子公司本质上是风险隔离的一种手段,因此,银行需要在多方面做好风险评估准备;第二,消费金融子公司设立过程中,可能需要引入产业股东,对股东的甄别挑选需审慎;第三,消费金融要有设计合理的场景及业务模式、风控系统;第四,子公司是否需要持续增资等都是银行作为母行后续需要考虑的问题。”

日前,在建行2019年业绩发布会上,关于建行是否在申请设立消费金融公司的消息受到关注。建行副行长纪志宏回应称:“建设银行设立消费金融公司是

战略上的安排，已经筹划了一段时间。”纪志宏指出，消费信贷的长期前景非常广阔，中国几个大型银行消费信贷业务的占比普遍偏低，建行将会继续在这些方面加强探索，扩大消费金融覆盖的范围。

“大行做起来更有优势，具有广泛的客户基础、较低的负债成本以及强大的风控能力等。”一位城商行管理人士表示。

孔祥认为：“大行有低成本负债和客户分布广等先天优势。在消费金融行业目前还在扩张情况下，预计大行参与不会产生很强的挤出效应。”

链接地址：<http://bank.hexun.com/2020-05-06/201247402.html>

## 马上消费金融以科技为“护城河”，ABS成功发行

4月中旬，持牌消费金融公司马上消费金融公开发行超17亿ABS产品-“安逸花2020年第一期个人消费贷款资产支持证券”。根据马上消费金融创始人兼CEO赵国庆表示，在疫情期间发行ABS是对底层资产具有足够的信心，马上消费金融会对资产池进行实时监控，目前资产表现优异，一定能够达到投资机构的预期。而从马上消费金融的业务发展来看，之所以能有这样的底气，与其拥有“硬核”科技能力有着莫大的关联。

### 01 加强数学基础科学研究能力 ABS入池资产筛选引入智能决策算法

马上消费金融在数学基础科学方面的大力投入研究，为加强科技自主研发能力，赋能消费金融风控与资产管理水平打下了扎实的基础。

据悉，马上消费金融参与共建的重庆应用数学中心获批成为科技部公布的首批13个国家应用数学中心之一。该中心是由重庆师范大学牵头，联合中国科技大学、重庆大学和马上金融等13家校企单位合作共建，也是重庆市唯一获批成立的国家数学中心。这一国家级数学科研平台的成立，为马上金融基于产学研合作进行数学基础科学研究，提供了更好的平台和机遇。

基于数据驱动，马上消费金融建立了自适应的全面风险管理，实现自动化、实时化、自适应的风控体系，构建了300多人的大数据风控团队，积累了亿万级数据源，10万+风险特征变量；毫秒级的实时数据获取及加工；2000+风控决策策略、决策流、数据模型人工智能算法；并在线上反欺诈业务中采用了唇语识别、人脸识别、OCR识别等自主研发人工智能技术。这为资产的风险控制增加了可

靠的保障。值得一提的是，在ABS入池资产筛选中，马上消费金融引入了智能决策算法，大大提升了公司的风险控制水平和资产管理能力。

## 02 呼叫业务上“云”：24小时提供在线服务

据媒体报道，马上消费金融在肺炎疫情下仍然保持业务的高质量发展，也与其科技能力分不开。通过自主研发技术推出“云呼叫中心”远程办公系统，马上消费金融有效保证了疫情期间业务和服务的高效正常运行。

具体而言，“云呼叫中心”远程办公系统是运用XMA智能客服系统、IVR自动语音服务平台、智能回访机器人等人工智能技术手段保证随时随地、7\*24小时全天候为用户提供在线金融服务。此外，“云呼叫中心”能实时记录客户所反馈的信息，通过企业内部的数据库进行快速检索。录音功能可让企业管理人员对坐席人员的服务质量进行随时抽查，保证客服的服务质量与接待标准化。云呼叫中心”还可精准识别客户，基于SCRM客户画像，客户来电时，接线客服就可第一时间掌握客户信息，在服务过程可标注、转接、派单，实现坐席高效通话。

## 03 荣获国家高新技术企业认定

今年2月，马上消费金融荣获国家高新技术企业认定，这也是重庆第一家获得国家高新技术企业认定的金融机构，作为国内高新技术企业的最高荣誉之一，代表了马上消费金融在科技创新、技术自主研发与成果转化以及核心自主知识产权等方面获得国家级认可。

得益于金融科技上的突出表现，马上消费金融屡受国家级认可。两项科技课题曾荣获中国银保监会银行业信息科技风险管理课题研究一类成果奖，“基于情感光谱与多语境感知的智能文本与语音客服机器人平台”项目入围工业和信息化部“新一代人工智能创业创新重点任务”名单。

目前，马上消费金融已组建1000余人的科研团队，自主研发了700余套涵盖消费金融全业务流程、全生命周期的核心技术系统，实现全价值链的数字化和智能化，累计提交专利申请220余件。

在云平台、人工智能、大数据、区块链、生物识别5大技术持续创新的基础上，马上金融聚焦开放平台战略，重点布局金融科技与零售科技两大领域，输出智能客服、人脸识别、活体识别、金融云平台等一系列科技能力。值得一提的是，在加强风险防控，主动上移客群的基础上，马上消费金融预计今年在金融科技方

面的投入将达到营收的5%。

马上消费金融在云平台、人工智能、大数据、区块链、生物识别5大技术持续创新的基础上聚焦开放平台战略,重点布局金融科技与零售科技两大领域,聚强大的科技能力支撑,智能决策的风控和资产管理体系,以及高质量发展的助力,想必也是市场看好马上消费金融发展前景的重要因素。

链接地址: <http://www.jpm.cn/article-98904-1.html>

## 首家“科技+金融”定位消费金融公司 平安消费金融正式开业

中国网财经4月23日讯 今日,平安消费金融有限公司(下称“平安消金”)在上海正式开业,成为全国首家定位于“科技+金融”的消费金融公司。

平安消金是经中国银保监会批准同意,由中国平安保险(集团)股份有限公司作为主要出资人发起成立的全国性科技型消费金融公司。公司位于上海浦东新区,注册资本为50亿元人民币。

开业仪式上,平安消金董事长陈东起表示,作为首家定位于“科技+金融”的消费金融公司,平安消金将以“做中国向上年轻力量的陪伴助跑者”为使命,为中国年轻向上的消费金融客户群体提供全线上的优质消费信贷体验,满足其消费升级需求,致力于打造中国年轻人专属的第一消费金融品牌。

科技型消费金融公司以技术驱动业务,将更好地适应消费新业态、新模式、新场景的发展趋势,科技信贷业务模式将为消费习惯快速升级的消费者带来更多便利。陈东起表示,以实现数字化发展为主导,让科技驱动业务,充分运用大数据、云计算、人工智能等先进技术打造用户体验极致、销售多元化以及风险管理智能的消金平台。

据悉,平安消金正在自主研发全套涵盖消费金融全业务流程、全生命周期的核心技术系统,通过打造全线上消费信贷产品体验、智能风控、智能获客的三大核心能力,最终将形成全智能化的线上无接触消费信贷服务。

消费金融的发展需要“消费场景”做支撑。陈东起表示,平安消金依托平安集团科技力量和五大生态圈,切入消费信贷场景,不断夯实全场景“智能+”生态布局能力,将构建以场景为主的服务生态。

未来平安消金将进行更多的场景拓展,推动更多的信贷科技创新、产品创新,

建立坚固的风控堡垒让越来越多的消费者享受到及时、便捷、智能化的消费金融服务，并期待与更多的用户、更多行业领域的各类合作机构携手共创消费金融新生态。

链接地址：

[https://www.360kuai.com/pc/9e490c36385f5844b?cota=3&kuai\\_so=1&sign=360\\_da20e874&refer\\_scene=so\\_3](https://www.360kuai.com/pc/9e490c36385f5844b?cota=3&kuai_so=1&sign=360_da20e874&refer_scene=so_3)

## 疫情影响下，如何牵住消费金融风控的“牛鼻子”？

一方面，受疫情影响，2020年一季度全国消费较之前预计将有大规模下行，而随着消费规模滑坡，信贷需求短期内也会有所减弱，尤其是旅游、医美、教育等细分领域的消费金融业务增速放缓。

另一方面，疫情期间，借款人收入下滑会影响用户的还款能力和还款意愿，某种程度上，这一现象导致消费金融行业整体逾期率上升，相关机构资产质量正面临负面影响。此外，贷后催收难度也进一步加大。

当把纱网层层折叠，去除广义上的市场风险、流动性风险、操作风险、声誉风险、法律风险等，当前，行业面临的最大的风险恰恰是最能检验人性的，那就是信用风险和欺诈风险。

那么，特殊时期，风控该如何做？消费金融企业又怎样建立自己的“护城河”？

同盾科技决策科学部总经理宋鑫认为，对持牌消费金融机构来说，首先要细分借款人从事行业受影响程度，户籍区域管控恢复和工作区域复工时间点，结合借款余额全面评估信贷资产可能恶化状况；其次要审慎考虑部分高风险产品运营，加强客户分别风控措施，如资产评估恶化情况严重，要根据压力测试结果及时减少选客户进件以及重置评估循环授信额度；同时，需响应国家政策，加强存量客户联络，对受疫情影响但能有良好还款基础的还款意愿客户进行延期、罚息减免等优惠扶助；要强化贷中贷后针对性措施，提高逾期监控频率；此外，要适时调整催收渠道比例，制定线下催收恢复方案。

不过，对于模型策略的稳健性、可扩展性无法把握，甚至于监管要求的可解释性都无法很好的满足，这也是现在业界和监管机构都需要探索和一个难

题。即便如此，任何事情都具有两面性，疫情为消金行业带来挑战的同时，也为金融市场孕育了更多新的机会和变化。

肉眼可以看见的是，疫情下的新关键词是“不接触”，线下业务的比例将下降，而网上银行的小微贷款等线上化、移动化业务将获得机会。与此同时，疫情体现了拥有私家车带来的便利性，一定程度上，汽车分期会迎来新的发展台阶。

在宋鑫看来，疫情使得线上消费及办公应用得到普及，产生了细分行业新业态。对于个人贷款申请人，针对细分行业的采集与验证可能会常态化，也会更关注收入稳定性的评估，同时，也促使信贷机构对应对突发风险的整体预案机制的建立。

不可否认，中国早年的消费金融市场基本是银行消费信贷一家独大，消费形式主要以信用卡为主。近年来，随着电商平台和互联网消费金融的迅猛发展，消费金融市场呈现百花齐放的格局。

而消费金融行业的早期发展也出现过授信过度、息费过高、个人信息保护不足等问题，疫情又为行业发展带来新的挑战。但是危中有机，在仍会不断崛起的信贷市场中，很多新技术得到越来越多的应用。未来，谁拥有独到的能力，谁就将在这场未来竞赛中拥有主动权，而要在消费金融领域立足并长远发展，风控是关键，基于数据和技术驱动的方式管理风险，是行业发展的一个不可逆转的大方向，金融机构要主动拥抱这个发展趋势。

**【写在最后】**考虑到中国的人口基数，和发达国家和地区消费金融的平均渗透率，在未来相当长一段时间，中国的消费金融市场依然还有巨大的发展空间。

而如何进一步「下沉」服务，掘机消费金融市场，就要看谁能真正抓住技术变革的契机、升级自己的风控能力了。

链接地址：

[https://www.360kuai.com/pc/9495395005f2754fd?cota=3&kuai\\_so=1&sign=360\\_da20e874&refer\\_scene=so\\_3](https://www.360kuai.com/pc/9495395005f2754fd?cota=3&kuai_so=1&sign=360_da20e874&refer_scene=so_3)

## 【政策法规】

### 关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知

发改产业〔2020〕684号

各省、自治区、直辖市人民政府，新疆生产建设兵团，国务院有关部门：

为稳定和扩大汽车消费，促进经济社会平稳运行，经国务院同意，现就有关事项通知如下：

**一、调整国六排放标准实施有关要求。**轻型汽车（总质量不超过3.5吨）国六排放标准颗粒物数量限值生产过渡期截止时间，由2020年7月1日前调整为2021年1月1日前；2020年7月1日前生产、进口的国五排放标准轻型汽车，2021年1月1日前允许在目前尚未实施国六排放标准的地区销售和注册登记。未经批准，各地不得提前实施国家确定的汽车排放标准。（**生态环境部、工业和信息化部、公安部、地方各级人民政府负责**）

**二、完善新能源汽车购置相关财税支持政策。**将新能源汽车购置补贴政策延续至2022年底，并平缓2020-2022年补贴退坡力度和节奏，加快补贴资金清算速度。加快推动新能源汽车在城市公共交通等领域推广应用。将新能源汽车免征车辆购置税的优惠政策延续至2022年底。（**财政部牵头，工业和信息化部、科技部、发展改革委、税务总局等参与**）

**三、加快淘汰报废老旧柴油货车。**支持京津冀及周边地区、汾渭平原等重点地区提前淘汰国三及以下排放标准的营运柴油货车，中央财政统筹车辆购置税等现有资金渠道，通过“以奖代补”方式，支持引导重点地区完成淘汰100万辆的目标任务。有关重点地区要认真落实《打赢蓝天保卫战三年行动计划》，尽快研究出台淘汰报废老旧柴油货车经济补偿措施。（**交通运输部、生态环境部、财政部、商务部、公安部、有关省市人民政府负责**）

**四、畅通二手车流通交易。**优化车辆交易登记等制度，落实全面取消二手车限迁政策，扩大二手车出口业务，修订出台《二手车流通管理办法》，发挥汽车维修电子档案系统作用，支撑二手车交易，加快二手车流通，带动新车消费。加强二手车行业管理，规范二手车经销企业行为，自2020年5月1日至2023年底，对二手车经销企业销售旧车，减按销售额的0.5%征收增值税。（**商务部、公安部、生态环境部、财政部、交通运输部、税务总局、地方各级人民政府负责**）

**五、用好汽车消费金融。**鼓励金融机构积极开展汽车消费信贷等金融业务，通过适当下调首付比例和贷款利率、延长还款期限等方式，加大对汽车个人消费信贷支持力度，持续释放汽车消费潜力。（**人民银行、银保监会、地方各级人民政府负责**）

各地区、各有关部门要切实加强组织领导，明确责任分工，积极主动履职，按照本通知要求扎实做好各项工作，积极营造有利于汽车消费的市场环境。

国家发展改革委  
科 技 部  
工业和信息化部  
公 安 部

财 政 部  
生 态 环 境 部  
交 通 运 输 部  
商 务 部  
人 民 银 行  
税 务 总 局  
银 保 监 会  
2020年4月28日

链接地址：

[https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcfb/tz/202004/t20200430\\_1227367.html](https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcfb/tz/202004/t20200430_1227367.html)

## 国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见

十八、发挥财政资金引导作用。统筹用好中央财政服务业发展资金等现有专项资金或政策，补齐流通领域短板。各地可因地制宜，加强对创新发展流通、促进扩大消费的财政支持。（财政部、商务部按职责分工负责）

十九、加大金融支持力度。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。鼓励金融机构对居民购买新能源汽车、绿色智能家电、智能家居、节水器具等绿色智能产品提供信贷支持，加大对新消费领域金融支持力度。（人民银行、银保监会按职责分工负责）

链接地址：<http://www.mofcom.gov.cn/article/b/d/201911/20191102915837.shtml>

## 广州市工业和信息化局关于印发广州市促进汽车生产消费若干措施的通知

穗工信规字〔2020〕2号

市发展改革委、公安局、财政局、生态环境局、交通运输局、商务局、医疗保障局、地方金融监管局、税务局：

为统筹疫情防控和经济社会发展，促进我市汽车消费，经市政府同意，现将《广州市促进汽车生产消费若干措施》印发给你们，请认真组织实施。执行中遇到的问题，请径向广州市工业和信息化局反馈。

广州市工业和信息化局

2020年4月3日

### 广州市促进汽车生产消费若干措施

为贯彻习近平总书记在中央政治局常委会议研究应对新型冠状病毒肺炎疫

情工作时的讲话精神，落实《国务院办公厅关于印发完善促进消费体制机制实施方案（2018-2020年）的通知》（国办发〔2018〕93号）和《广东省人民政府印发广东省进一步稳定和促进就业若干措施的通知》（粤府〔2020〕12号）等文件要求，为统筹疫情防控和经济社会发展，促进我市汽车消费，制定本措施。

### 一、提振新能源汽车消费

（一）降低新能源车购买成本。2020年3月至12月底，按照鼓励技术先进、安全可靠原则，在使用环节对个人消费者购买新能源汽车给予每车1万元综合性补贴。（市发展改革委负责）

（二）加快巡游出租车、网约车电动化。2020年12月31日前，新增5000个巡游出租车、网约车运营车辆指标。对于新增巡游出租车购买纯电动高级车型的（含因跨年度提前更新而新增购买的），每辆车给予1万元综合性补贴。（市交通运输局负责）

（三）推动新能源车配套设施建设。加快推进《广州市加快推进电动汽车充电基础设施建设三年行动计划（2018-2020）》（穗工信〔2018〕8号）主要任务的落实，推动政府机关、事业单位等单位的露天停车区域配置充电设施；加快推进现有公共停车场、产业园区等区域的充电设施建设。鼓励充电设施运行商加大现有住宅小区露天公共停车区域快速充电设施建设力度。建立废旧动力电池梯次利用及再生利用产业试点示范，开展电动汽车车电分离试点工作，切实降低新能源车购车成本。（市工业和信息化局负责）

### 二、鼓励汽车加快更新换代

#### （一）加快老旧汽车置换和报废。

2020年12月31日前，对置换二手车的消费者，在我市注册登记的汽车销售企业，购买“国六”标准新车的，每辆给予3000元补助；购买安全高效且技术先进的低油耗汽油车、节油效果明显的非插电混合动力汽车的，每辆给予6000元补助。对于2000年7月1日以来在我市注册登记的汽油车提前一年及以上报废，并在我市注册登记的汽车销售企业购买安全高效且技术先进的低油耗汽油车、节油效果明显的非插电混合动力汽车或纯电动高级车型的，按标准（见附件）给予每辆车补助。（市商务局负责，市生态环境局、工业和信息化局、公安局配合）

(二) 优化中小客车指标调控政策。2020年12月31日前,每月配置不少于1万个中小客车竞价指标。同时,放宽非本市籍居民参与中小客车指标竞价的条件,在12月31日前参与竞价的,取消医保审核要求。放宽大额投资企业的申请增量指标条件,在12月31日前参与摇号或竞价的,将《广州市中小客车总量调控管理办法》(穗府办规〔2019〕10号)第十四条、第十五条有关工业和信息化领域、商业领域投资额度以及申请编码总数确定的标准,由5000万元、3亿元相应调减至3000万元、1亿元。(市交通运输局、医保局、公安局负责,市工业和信息化局、商务局配合)

(三) 支持广州市整车企业让利于民。2020年12月31日前,鼓励广州市整车制造企业支持消费者参加广州市中小客车增量指标竞价,对车企补贴消费者竞价费用达到1万元/每辆车的,市财政相应给予整车制造企业5000元/每辆车奖励。(市工业和信息化局、财政局负责)

### 三、营造汽车消费环境

(一) 便利购车登记。利用车辆购置税完税信息电子化契机,推动汽车注册登记和车辆购置税信息网上审核。利用广东税务手机版、粤税通微信小程序办税方式,在更多品牌汽车销售企业(4S店)推行申报缴税“网上办”,实现车辆购置税申报缴纳、车辆登记上牌无缝对接的“零跑动”办理。(市公安局、广州市税务局负责)

(二) 创新汽车销售模式。支持汽车企业利用电子商务创新汽车销售模式,用户足不出户即可实现销售下订、保养预约、年检代办、违章代缴等全程“零接触”购车体验,引导汽车电商企业建立有效的电子商务经营模式,推进线上与线下渠道关联销售。(市商务局负责)

(三) 加大金融服务支持力度。鼓励各类资本在我市发展设立汽车金融公司,鼓励银行业金融机构、汽车金融公司在风险可控的前提下,加大购买新车交易信贷支持力度,针对购买新车贷款业务降低信贷门槛、优化审批流程、提高贷款审批效率。鼓励银行业金融机构、汽车金融公司、保险机构针对购买新车交易特点探索推进汽车交易金融服务和产品创新。鼓励商业银行、汽车金融公司与本地整车制造企业合作,降低购买新车消费贷款利率。(市地方金融监管局负责)

本措施自印发之日起实施,有效期至2020年12月31日。在本措施有效期

内，此前市有关规定与本措施不一致的，以本措施为准。

链接地址：[http://gxj.gz.gov.cn/gkmlpt/content/5/5759/post\\_5759082.html#95](http://gxj.gz.gov.cn/gkmlpt/content/5/5759/post_5759082.html#95)

## 中国银保监会关于银行保险机构加强消费者权益保护工作 体制机制建设的指导意见

银保监发〔2019〕38号

各银保监局，各大型银行、股份制银行，邮储银行，外资银行，各保险集团（控股）公司、保险公司，银行业协会、保险业协会、信托业协会：

加强银行业和保险业消费者权益保护工作，是贯彻以人民为中心的发展思想的具体体现，是维护金融秩序、防范和化解金融风险的重要内容，也是金融机构自身可持续发展的内在需求。为夯实银行保险机构消费者权益保护工作主体责任，现就银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设提出如下意见：

### 一、银行保险机构应将消费者权益保护融入公司治理各环节

#### （一）银行保险机构董事会承担消费者权益保护工作的最终责任。

1. 董事会是消费者权益保护工作的最高决策机构，负责制定消费者权益保护工作战略、政策及目标，确保公平对待消费者，并将消费者权益保护纳入经营发展战略和企业文化建设中。

2. 董事会对消费者权益保护工作进行总体规划及指导，将消费者权益保护工作开展情况纳入公司治理评价，督促消费者权益保护战略、政策及目标的有效执行和落实。

3. 董事会对高级管理层履行消费者权益保护职责情况进行监督，对相关工作进行审议，包括但不限于年度消费者权益保护工作计划、开展情况、重大事项、信息披露等，并形成相关决议。

#### （二）银行保险机构董事会应设立消费者权益保护委员会。

银行保险机构应在董事会下设消费者权益保护委员会（以下简称委员会），可采取合并设立等方式。明确委员会工作职责、议事决策规则和流程，完善委员会工作运行机制，确保各项工作有效实施，实现消费者权益保护工作目标。

委员会承担以下职责：

1. 对董事会负责，向董事会提交消费者权益保护工作报告及年度报告，根据

董事会授权开展相关工作，讨论决定相关事项，研究消费者权益保护重大问题和重要政策。

2. 指导和督促消费者权益保护工作管理制度体系的建立和完善，确保相关制度规定与公司治理、企业文化和经营发展战略相适应。

3. 根据监管要求及消费者权益保护战略、政策、目标执行情况和工作开展落实情况，对高级管理层和消费者权益保护部门工作的全面性、及时性、有效性进行监督。

4. 定期召开消费者权益保护工作会议，审议高级管理层及消费者权益保护部门工作报告。研究年度消费者权益保护工作相关审计报告、监管通报、内部考核结果等，督促高级管理层及相关部门及时落实整改发现的各项问题。

(三) 银行保险机构高级管理层应确保消费者权益保护战略目标和政策得到有效执行。

1. 高级管理层应落实执行消费者权益保护相关法律、法规和监管规定。制定、审查本机构消费者权益保护各项基本制度规定，建立完善的消费者权益保护制度体系。

2. 高级管理层应指导本机构建立目标清晰、架构合理、保障充分、执行有效的消费者权益保护管理体系，明确各分支机构及相关部门在消费者权益保护工作中的职责，健全消费者权益保护工作决策执行机制和考核评价机制。

3. 高级管理层应落实董事会关于消费者权益保护工作的相关决议，制定、审查、统筹消费者权益保护工作计划、方案和任务，定期向董事会及委员会报告消费者权益保护工作开展情况。

4. 高级管理层应构建与本机构组织架构、经营规模相适应的消费者权益保护工作体系，确保消费者权益保护工作资源投入，有效推动工作开展。

5. 高级管理层应强化投诉数据的分析应用，在业务经营、内部控制与风险管理中充分考虑消费者投诉反映的问题和需求。

6. 高级管理层应培育公平诚信的消费者权益保护文化和理念，树立员工的消费者权益保护意识。

7. 银行保险机构应明确一名高级管理人员分管消费者权益保护工作。

8. 银行保险机构可结合自身实际，设立由相关高级管理人员和有关部门主要

负责人组成的消费者权益保护工作（事务）委员会，统一规划、统筹部署消费者权益保护工作。

## 二、银行保险机构应明确部门履行消费者权益保护职责

（一）银行保险机构应明确部门负责消费者权益保护工作。消费者权益保护部门负责牵头开展消费者权益保护各项工作，组织、协调、督促、指导其他部门及下级机构开展消费者权益保护工作。

（二）银行保险机构可自主决定消费者权益保护部门设立形式，但应确保部门的人员配备和经费预算，保障开展消费者权益保护工作的独立性、权威性、专业性。

### （三）消费者权益保护部门主要职责包括：

1. 牵头组织和落实高级管理层关于本机构消费者权益保护工作的各项要求，拟定产品服务审查、投诉管理、内部考核、金融知识宣传教育等消费者权益保护工作制度，推动本机构各项产品和服务管理制度有效落实消费者权益保护工作要求，并根据监管要求及市场变化及时更新。

2. 组织开展消费者权益保护审查工作，确保在产品和服务设计开发、定价管理、协议制定等环节落实保护消费者合法权益的相关规定。

3. 组织落实投诉处理工作的管理、指导和考核，协调、督促相关部门和分支机构妥善处理各类消费者投诉。开展投诉数据运行监测、统计分析，负责定期向监管部门报送投诉数据和相关情况。

4. 组织开展消费者权益保护监督检查，对产品和服务销售各环节进行监督，确保贯彻金融消费者适当性制度，协助规范营销宣传和信息披露内容，针对发现问题采取有效措施督促落实整改。

5. 组织开展金融知识宣传教育活动，督促相关部门落实有关监管要求，主动预防和化解潜在矛盾，提高消费者金融素养。开展内部教育和培训，强化员工消费者权益保护意识。

6. 组织开展消费者权益保护工作内部考核，对年度消费者权益保护工作完成情况进行总结，定期向高级管理层汇报，适时向董事会及委员会汇报。

7. 推动落实对存在合作关系的中介机构和第三方机构消费者权益保护的监督评价工作，将消费者权益保护相关要求纳入中介机构和第三方机构的准入、清

退条件，并在合作协议中予以明确，防范外部风险向本机构传导。

### 三、银行保险机构应强化消费者权益保护决策执行和监督机制

(一) 应建立完备的消费者权益保护产品和服务审查、内部考核、信息披露、投诉管理、金融知识宣传教育、突发事件应对等工作机制，并根据监管要求、业务发展和市场变化，及时更新相关业务流程、操作标准和员工行为规范，有效加强业务经营行为管理。

(二) 应确保涉及消费者权益保护工作各部门之间的横向信息共享以及工作协调配合机制有效运行，充分保障消费者权益保护部门实现组织、协调、落实机构消费者权益保护工作的功能定位。

(三) 应确保消费者权益保护工作政策和要求的纵向传导和执行机制有效运行，有关工作要求应贯穿机构政策执行、业务经营和监督审查全过程。

(四) 监事会应对董事会、高级管理层开展消费者权益保护工作履职情况进行监督。监事会认为有必要时，可列席董事会消费者权益保护工作相关会议，可开展消费者权益保护工作落实情况的专项监督检查。

(五) 应发挥内部审计对消费者权益保护工作的监督作用。将消费者权益保护工作内部审计纳入年度审计范畴，针对消费者权益保护工作情况，建立常态化、规范化的内部审计工作机制。

### 四、银行保险机构应建立消费者权益保护审查机制

(一) 对面向消费者提供的产品和服务，在设计开发、定价管理、协议制定等环节应就可能影响消费者的政策、制度、业务规则、收费定价、协议条款、宣传文本等进行评估审查，对相关风险进行识别和提示，并提出明确、具体的审查意见。

(二) 应建立专门的消费者权益保护审查制度，明确审查主体、审查范围、审查要点、审查流程等内容。审查要点应充分覆盖消费者权益保护各项要求，确保审查工作有效性。

(三) 应健全消费者权益保护审查工作机制，将消费者权益保护审查纳入银行保险机构风险管理和内部控制体系，线上线下并重，风控关口前移。

(四) 应结合产品和服务相关投诉、诉讼、舆情、满意度调查等情况，对消费者权益保护审查要点进行更新和完善。

## 五、银行保险机构应完善消费者权益保护内部考核机制

(一) 消费者权益保护内部考核应以保障消费者各项基本权益为目标,对分支机构、相关部门消费者权益保护工作开展成效进行全面考核,检验工作质效,督促内部自律,依法合规经营。

(二) 银行保险机构应制定消费者权益保护内部考核办法,明确考核对象、指标、方式、周期等重点内容。

消费者权益保护内部考核内容,应突出产品和服务管理、营销推介与信息披露、客户信息安全保护、网点服务质量、理赔给付、投诉处理、金融知识宣传教育、特殊消费者群体保护等内容,重点关注银行业和保险业消费者权益易遭受侵害的重点业务和关键环节。

消费者权益保护内部考核应至少以一年为一个考核周期。

(三) 银行保险机构应根据有关监管要求和市场变化,不断丰富完善消费者权益保护内部考核指标设置和实施方案,建立评估整改机制,实现科学精准的评价。

(四) 银行保险机构应强化消费者权益保护内部考核结果在经营管理中的运用:

1. 纳入综合绩效考评体系。将消费者权益保护内部考核结果纳入机构综合绩效考评体系。消费者权益保护内部考核在综合绩效考评体系中的占比权重应与其重要性合理匹配,充分发挥消费者权益保护内部考核在规范经营行为和提升消费者权益保护工作质效方面的激励约束作用。

2. 纳入机构问责体系。将消费者权益保护内部考核结果纳入机构问责体系,对于在消费者权益保护内部考核中发现的严重侵害消费者权益的问题,应由相关部门执纪问责。

3. 纳入人力资源管理体系。将消费者权益保护内部考核结果纳入绩效评定、岗位调整、职业发展等人力资源管理体系,有效提升机构全员对消费者权益保护工作的重视程度,确保消费者权益保护工作各项要求落到实处。

## 六、银行保险机构应加强和完善消费者权益保护信息披露机制

(一) 银行保险机构应建立完善的消费者权益保护信息披露管理制度。

董事会对消费者权益保护信息披露承担最终责任。

消费者权益保护委员会负责对消费者权益保护工作重大信息披露进行指导，高级管理层负责对重大信息披露进行审核和发布。

消费者权益保护部门协助相关部门开展消费者权益保护信息披露。

(二) 银行保险机构消费者权益保护信息包括消费者权益保护工作重大信息、产品和服务、投诉管理等相关信息。

(三) 消费者权益保护工作重大信息包括但不限于银行保险机构消费者权益保护工作重要政策、重大举措、重点事项、重要事件等消费者权益保护工作有关的信息。重大信息披露应至少以一年为一个披露周期，优先通过年报、社会责任报告等方式进行。

(四) 产品和服务信息披露应至少明确性质、收费情况、合同主要条款，特别是免除银行保险机构责任的条款等内容，真实、准确、合理揭示风险。风险揭示和收费标准的披露应做到有据可查，准确客观。

(五) 银行保险机构消费者权益保护信息披露需充分考虑消费者需求，应有利于消费者在接受产品和服务前充分了解其特点和风险，使消费者能更加理智地决策。信息披露应覆盖售前、售中、售后全流程。

(六) 银行保险机构应通过营业网点、官方网站、移动客户端等渠道对本机构投诉渠道和处理流程进行披露，通过年报、社会责任报告等方式对年度投诉数量、投诉业务类别、投诉地区分布等进行披露。

(七) 银行保险机构消费者权益保护信息披露应使用通俗易懂的语言，遵循真实性、准确性、完整性和及时性原则。

对影响消费者决策的关键信息，还应遵循简明性和易得性，用规范、标准化的格式进行披露。

七、银行保险监督管理机构应加强对银行保险机构消费者权益保护工作体制机制建设的监督管理

(一) 各级监管机构应加强对辖内银行保险机构消费者权益保护工作体制机制建设的指导和监督，在日常监管中充分关注体制机制建设和执行情况，持续推动监管目标和要求在银行保险机构经营目标和行为中的贯彻落实。

(二) 各级监管机构应将银行保险机构消费者权益保护工作体制机制建设情况纳入消费者权益保护监管考核评价，在考核评价要素和指标中充分体现消费者

权益保护制度体系和组织架构建设、工作开展及执行效果等各项要求，推动银行保险机构完善工作机制、提升执行效果。

(三)各级监管机构应将消费者权益保护监管考核评价结果作为开展综合监管评级、配置监管资源和采取监管措施的重要参考内容。

对于考核评价结果为“三级”及以下或在同类机构中排名持续下降的机构，各级监管机构应要求其进一步提高消费者权益保护内部考核在其综合绩效考核体系中的占比权重。

(四)各级监管机构对于因体制机制建设和执行不力导致侵害消费者权益行为发生的机构，应当督促其落实整改和内部追责。对于整改问责不到位的机构，各级监管机构应当严肃追责并处罚。

#### 八、银行保险行业协会应成立消费者权益保护专业委员会

(一)中国银行业协会、中国保险行业协会和中国信托业协会应成立消费者权益保护专业委员会，接受银行保险监督管理机构的指导监督。

消费者权益保护专业委员会应当定期或不定期就工作开展情况、年度工作安排、重大事项等，与银行保险监管机构消费者权益保护部门沟通。

(二)消费者权益保护专业委员会应当结合自身定位，发挥专业优势，组织制定并实施消费者权益保护方面的行规行约，对行业内侵害消费者合法权益行为进行自律惩戒，将专业委员会建设成为行业内、消费者与银行保险机构间有效沟通交流的平台。

(三)中国融资担保业协会、中国小额贷款公司协会根据实际情况和需要，可以参照成立消费者权益保护专业委员会。

2019年11月4日

链接地址：

<http://www.cbirc.gov.cn/cn/view/pages/ItemDetail.html?docId=853363&itemId=928&generaltype=0>

## 最高人民法院 最高人民检察院 公安部 司法部关于办理 “套路贷”刑事案件若干问题的意见

为持续深入开展扫黑除恶专项斗争，准确甄别和依法严厉惩处“套路贷”违法犯

罪分子,根据刑法、刑事诉讼法、有关司法解释以及最高人民法院、最高人民检察院、公安部、司法部《关于办理黑恶势力犯罪案件若干问题的指导意见》等规范性文件的规定,现对办理“套路贷”刑事案件若干问题提出如下意见:

### 一、准确把握“套路贷”与民间借贷的区别

1.“套路贷”,是对以非法占有为目的,假借民间借贷之名,诱使或迫使被害人签订“借贷”或变相“借贷”“抵押”“担保”等相关协议,通过虚增借贷金额、恶意制造违约、肆意认定违约、毁匿还款证据等方式形成虚假债权债务,并借助诉讼、仲裁、公证或者采用暴力、威胁以及其他手段非法占有被害人财物的相关违法犯罪活动的概括性称谓。

2.“套路贷”与平等主体之间基于意思自治而形成的民事借贷关系存在本质区别,民间借贷的出借人是为了到期按照协议约定的内容收回本金并获取利息,不具有非法占有他人财物的目的,也不会签订、履行借贷协议过程中实施虚增借贷金额、制造虚假给付痕迹、恶意制造违约、肆意认定违约、毁匿还款证据等行为。

司法实践中,应当注意非法讨债引发的案件与“套路贷”案件的区别,犯罪嫌疑人、被告人不具有非法占有目的,也未使用“套路”与借款人形成虚假债权债务,不应视为“套路贷”。因使用暴力、威胁以及其他手段强行索债构成犯罪的,应当根据具体案件事实定罪处罚。

### 3.实践中,“套路贷”的常见犯罪手法和步骤包括但不限于以下情形:

(1)制造民间借贷假象。犯罪嫌疑人、被告人往往以“小额贷款公司”“投资公司”“咨询公司”“担保公司”“网络借贷平台”等名义对外宣传,以低息、无抵押、无担保、快速放款等为诱饵吸引被害人借款,继而以“保证金”“行规”等虚假理由诱使被害人基于错误认识签订金额虚高的“借贷”协议或相关协议。有的犯罪嫌疑人、被告人还会以被害人先前借贷违约等理由,迫使对方签订金额虚高的“借贷”协议或相关协议。

(2)制造资金走账流水等虚假给付事实。犯罪嫌疑人、被告人按照虚高的“借贷”协议金额将资金转入被害人账户,制造已将全部借款交付被害人的银行流水痕迹,随后便采取各种手段将其中全部或者部分资金收回,被害人实际上并未取得或者完全取得“借贷”协议、银行流水上显示的钱款。

(3) 故意制造违约或者肆意认定违约。犯罪嫌疑人、被告人往往会以设置违约陷阱、制造还款障碍等方式,故意造成被害人违约,或者通过肆意认定违约,强行要求被害人偿还虚假债务。

(4) 恶意垒高借款金额。当被害人无力偿还时,有的犯罪嫌疑人、被告人会安排其所属公司或者指定的关联公司、关联人员为被害人偿还“借款”,继而与被害人签订金额更大的虚高“借贷”协议或相关协议,通过这种“转单平账”“以贷还贷”的方式不断垒高“债务”。

(5) 软硬兼施“索债”。在被害人未偿还虚高“借款”的情况下,犯罪嫌疑人、被告人借助诉讼、仲裁、公证或者采用暴力、威胁以及其他手段向被害人或者被害人的特定关系人索取“债务”。

## 二、依法严惩“套路贷”犯罪

4.实施“套路贷”过程中,未采用明显的暴力或者威胁手段,其行为特征从整体上表现为以非法占有为目的,通过虚构事实、隐瞒真相骗取被害人财物的,一般以诈骗罪定罪处罚;对于在实施“套路贷”过程中多种手段并用,构成诈骗、敲诈勒索、非法拘禁、虚假诉讼、寻衅滋事、强迫交易、抢劫、绑架等多种犯罪的,应当根据具体案件事实,区分不同情况,依照刑法及有关司法解释的规定数罪并罚或者择一重处。

5.多人共同实施“套路贷”犯罪,犯罪嫌疑人、被告人在所参与的犯罪中起主要作用的,应当认定为主犯,对其参与或组织、指挥的全部犯罪承担刑事责任;起次要或辅助作用的,应当认定为从犯。

明知他人实施“套路贷”犯罪,具有以下情形之一的,以相关犯罪的共犯论处,但刑法和司法解释等另有规定的除外:

- (1) 组织发送“贷款”信息、广告,吸引、介绍被害人“借款”的;
- (2) 提供资金、场所、银行卡、账号、交通工具等帮助的;
- (3) 出售、提供、帮助获取公民个人信息的;
- (4) 协助制造走账记录等虚假给付事实的;
- (5) 协助办理公证的;
- (6) 协助以虚假事实提起诉讼或者仲裁的;
- (7) 协助套现、取现、办理动产或不动产过户等,转移犯罪所得及其产生

的收益的；

(8) 其他符合共同犯罪规定的情形。

上述规定中的“明知他人实施‘套路贷’犯罪”，应当结合行为人的认知能力、既往经历、行为次数和手段、与同案人、被害人的关系、获利情况、是否曾因“套路贷”受过处罚、是否故意规避查处等主客观因素综合分析认定。

6.在认定“套路贷”犯罪数额时，应当与民间借贷相区别，从整体上予以否定性评价，“虚高债务”和以“利息”“保证金”“中介费”“服务费”“违约金”等名目被犯罪嫌疑人、被告人非法占有的财物，均应计入犯罪数额。

犯罪嫌疑人、被告人实际给付被害人的本金数额，不计入犯罪数额。

已经着手实施“套路贷”，但因意志以外原因未得逞的，可以根据相关罪名所涉及的刑法、司法解释规定，按照已着手非法占有的财物数额认定犯罪未遂。既有既遂，又有未遂，犯罪既遂部分与未遂部分分别对应不同法定刑幅度的，应当先决定对未遂部分是否减轻处罚，确定未遂部分对应的法定刑幅度，再与既遂部分对应的法定刑幅度进行比较，选择处罚较重的法定刑幅度，并酌情从重处罚；二者在同一量刑幅度的，以犯罪既遂酌情从重处罚。

7.犯罪嫌疑人、被告人实施“套路贷”违法所得的一切财物，应当予以追缴或者责令退赔；对被害人的合法财产，应当及时返还。有证据证明是犯罪嫌疑人、被告人为实施“套路贷”而交付给被害人的本金，赔偿被害人损失后如有剩余，应依法予以没收。

犯罪嫌疑人、被告人已将违法所得的财物用于清偿债务、转让或者设置其他权利负担，具有下列情形之一的，应当依法追缴：

- (1) 第三人明知是违法所得财物而接受的；
- (2) 第三人无偿取得或者以明显低于市场的价格取得违法所得财物的；
- (3) 第三人通过非法债务清偿或者违法犯罪活动取得违法所得财物的；
- (4) 其他应当依法追缴的情形。

8.以老年人、未成年人、在校学生、丧失劳动能力的人为对象实施“套路贷”，或者因实施“套路贷”造成被害人或其特定关系人自杀、死亡、精神失常、为偿还“债务”而实施犯罪活动的，除刑法、司法解释另有规定的外，应当酌情从重处罚。

在坚持依法从严惩处的同时,对于认罪认罚、积极退赃、真诚悔罪或者具有其他法定、酌定从轻处罚情节的被告人,可以依法从宽处罚。

9.对于“套路贷”犯罪分子,应当根据其所触犯的具体罪名,依法加大财产刑适用力度。符合刑法第三十七条之一规定的,可以依法禁止从事相关职业。

10.三人以上为实施“套路贷”而组成的较为固定的犯罪组织,应当认定为犯罪集团。对首要分子应按照集团所犯全部罪行处罚。

符合黑恶势力认定标准的,应当按照黑社会性质组织、恶势力或者恶势力犯罪集团侦查、起诉、审判。

### 三、依法确定“套路贷”刑事案件管辖

11.“套路贷”犯罪案件一般由犯罪地公安机关侦查,如果由犯罪嫌疑人居住地公安机关立案侦查更为适宜的,可以由犯罪嫌疑人居住地公安机关立案侦查。犯罪地包括犯罪行为发生地和犯罪结果发生地。

“犯罪行为发生地”包括为实施“套路贷”所设立的公司所在地、“借贷”协议或相关协议签订地、非法讨债行为实施地、为实施“套路贷”而进行诉讼、仲裁、公证的受案法院、仲裁委员会、公证机构所在地,以及“套路贷”行为的预备地、开始地、途经地、结束地等。

“犯罪结果发生地”包括违法所得财物的支付地、实际取得地、藏匿地、转移地、使用地、销售地等。

除犯罪地、犯罪嫌疑人居住地外,其他地方公安机关对于公民扭送、报案、控告、举报或者犯罪嫌疑人自首的“套路贷”犯罪案件,都应当立即受理,经审查认为有犯罪事实的,移送有管辖权的公安机关处理。

黑恶势力实施的“套路贷”犯罪案件,由侦办黑社会性质组织、恶势力或者恶势力犯罪集团案件的公安机关进行侦查。

12.具有下列情形之一的,有关公安机关可以在其职责范围内并案侦查:

- (1) 一人犯数罪的;
- (2) 共同犯罪的;
- (3) 共同犯罪的犯罪嫌疑人还实施其他犯罪的;

(4) 多个犯罪嫌疑人实施的犯罪存在直接关联,并案处理有利于查明案件事实的。

13. 本意见自 2019 年 4 月 9 日起施行。

链接地址：<http://www.court.gov.cn/fabu-xiangqing-150192.html>

# 【分析报告】

## 科技赋能力：消费金融行业发展报告 2019

本报告包含了以下几部分内容：

### 第一章消费金融行业综述

- 1.1 消费金融行业发展变迁
- 1.2 无科技 不金融

### 第二章消费金融行业生态图谱

- 2.1 市场主体：持牌金融机构主导，电商平台竞争力强
- 2.2 消费金融公司十周年
- 2.3 其他市场主体：各具禀赋
- 2.4 消费金融行业发展趋势——持牌化、科技化、竞争加剧

### 第三章金融科技赋能消费金融

- 3.1 金融科技赋能消费金融各环节
- 3.2 多角度看消费金融的金融科技投入与布局

### 第四章 金融科技赋能消费金融创新案例

- 4.1 马上金融：科技驱动的消费金融公司——科技、场景、人才三大基因
- 4.2 捷信消费金融：科技+模式+人才 造就新兴消费金融市场领先者
- 4.3 中邮消费金融：合规前提下创新构建“三大平台”
- 4.4 中原消费金融：科技升级，智能风控，构建消费金融生态圈

### 第五章 科技赋能消费金融趋势展望 82

- 5.1 消费金融行业问题
- 5.2 科技赋能消费金融趋势展望

图4 2009-2019年10月短期消费信贷规模及占比情况

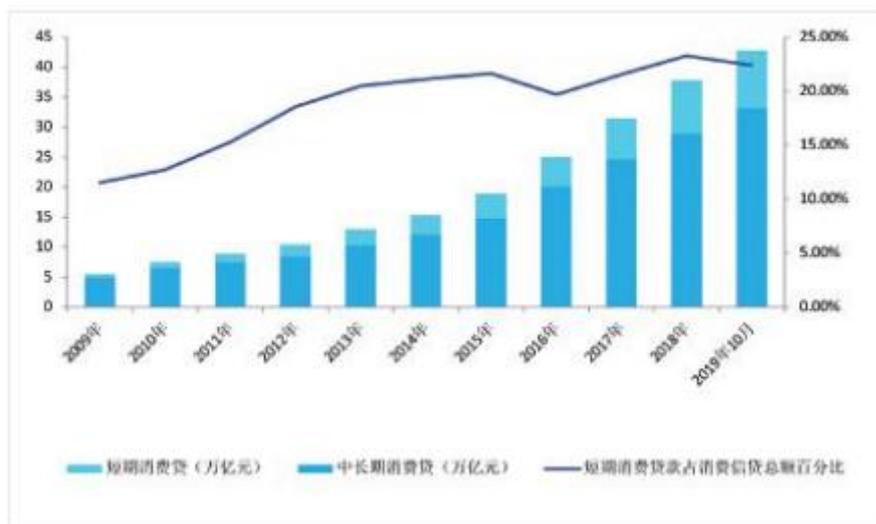
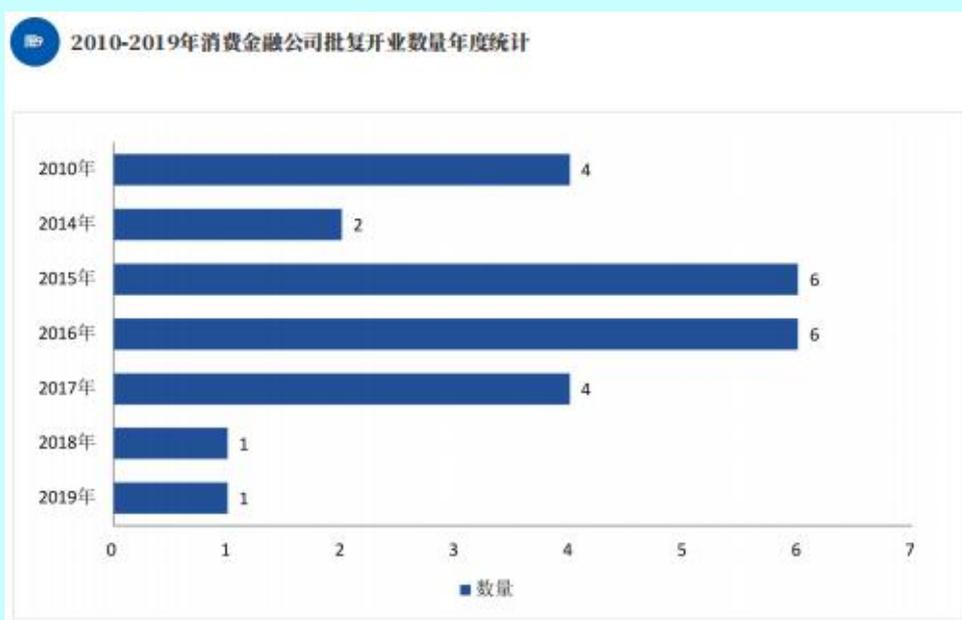
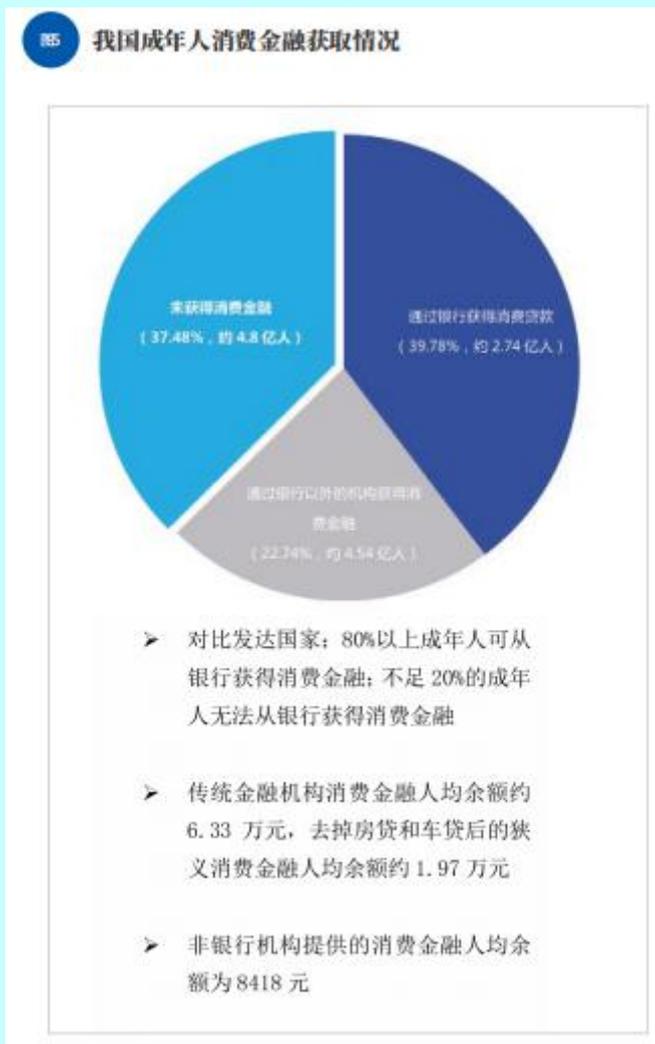


图5 消费金融行业主体及利率定价





附件：科技赋能力：消费金融行业发展报告 2019. pdf

链接地址（需注册登录）：<http://www.01caijing.com/article/255652.htm>

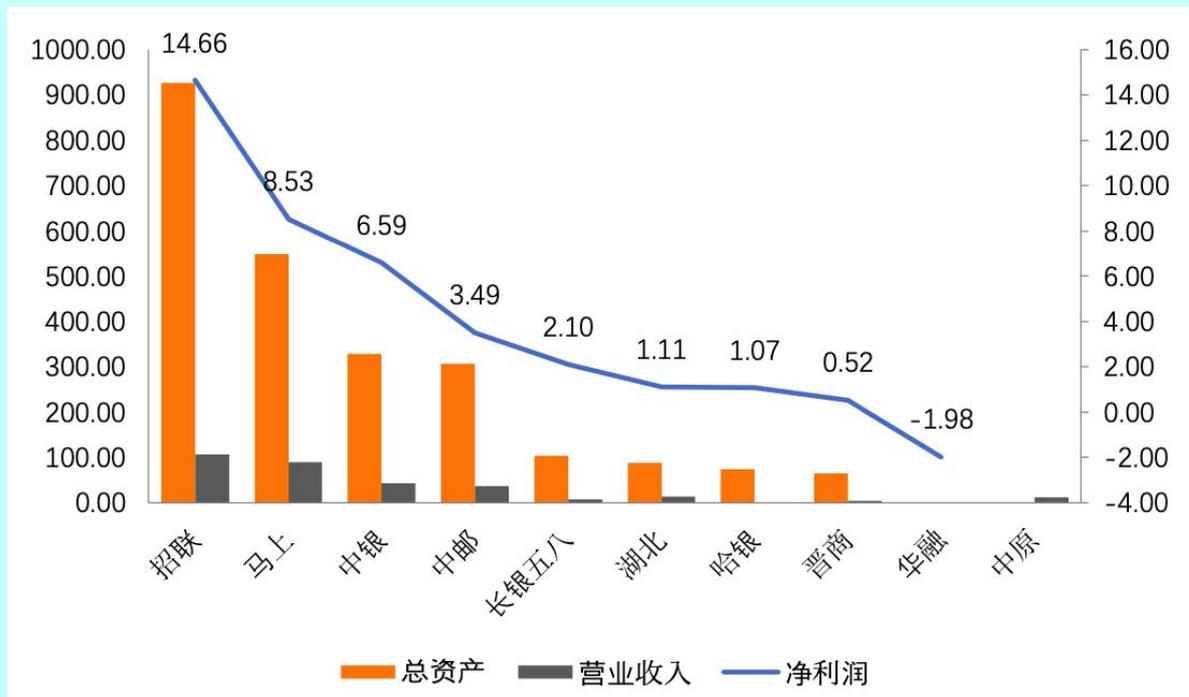
## 招联PK马上：内资消金公司谁是“王者”？

受强监管等一系列外部环境影响，消费金融行业从跑马圈地时代进入了正本清源和存量竞争时代。2020年初，黑天鹅新冠疫情来临，对于线下消费金融业务的开展更是雪上加霜。从近期公布的业绩数据看，2019年大部分消费金融公司业绩增速明显下滑，但头部机构无论从融资能力、业务模式，还是风控水平及获客能力都具有较强优势。

4月9日，银保监会在官网发布文件，批复同意平安消费金融有限公司开业，核准该公司注册资本为50亿元人民币，持牌机构又一巨头加入。现阶段，已开业的消费金融公司中，注册资本最大的是捷信金融为70亿元；第二名是马上金融为40亿元；第三名是招联金融为38.68亿元。目前看，内资消费金融公司龙头非招联和马上金融莫属。

从目前已披露的2019年消费金融公司业绩看，各机构已经出现明显分化，招联、马上金融位于头部行列。招联金融在2019年实现营业收入破百亿达107.4亿元。净利润方面，招联和马上金融分别达14.66亿元和8.53亿元。

图1：2019年10家消费金融公司业绩情况



数据来源：消费金融公司股东年报，零壹智库

本报告从业绩水平、股东禀赋、产品体系、员工情况等方面，对消费金融行业头部代表性公司招联金融和马上金融进行对比性分析，探究财务数据背后的真正实力。

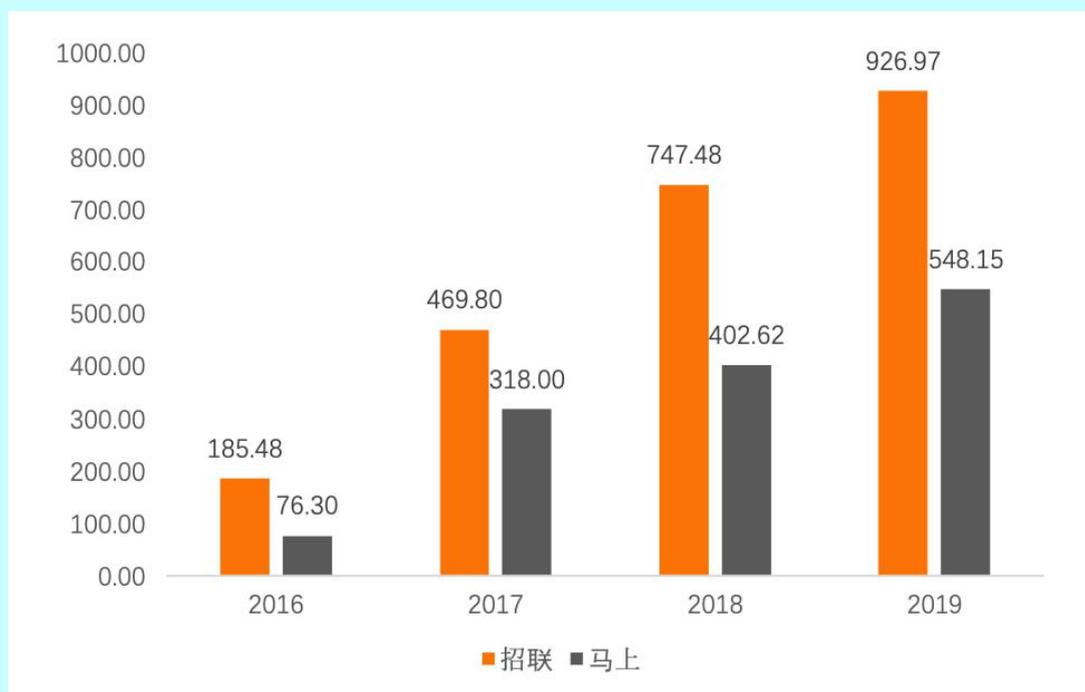
### 一、跑马圈地时代已过，进入业绩增长平稳期

从业绩情况看，消费金融公司一般在开业2年后，资产规模和盈利水平猛增，之后增速放缓。2019年，消费金融公司高速增长的红利期已过，受部分外部因素影响，包括强监管和24%年化利率双重压力下，招联和马上金融业绩增速放缓。

2019年招联金融总资产规模是马上金融的1.7倍，但马上同比增速较快。2016年，招联和马上金融总资产仅为185.48亿元和76.30亿元，一年后，2017年总资产规模大幅攀升，分别同比增长153.29%和316.78%。

截至2019年末，招联金融总资产926.97亿元，同比增长24.01%；马上金融为548.15亿元，同比增长36.15%。

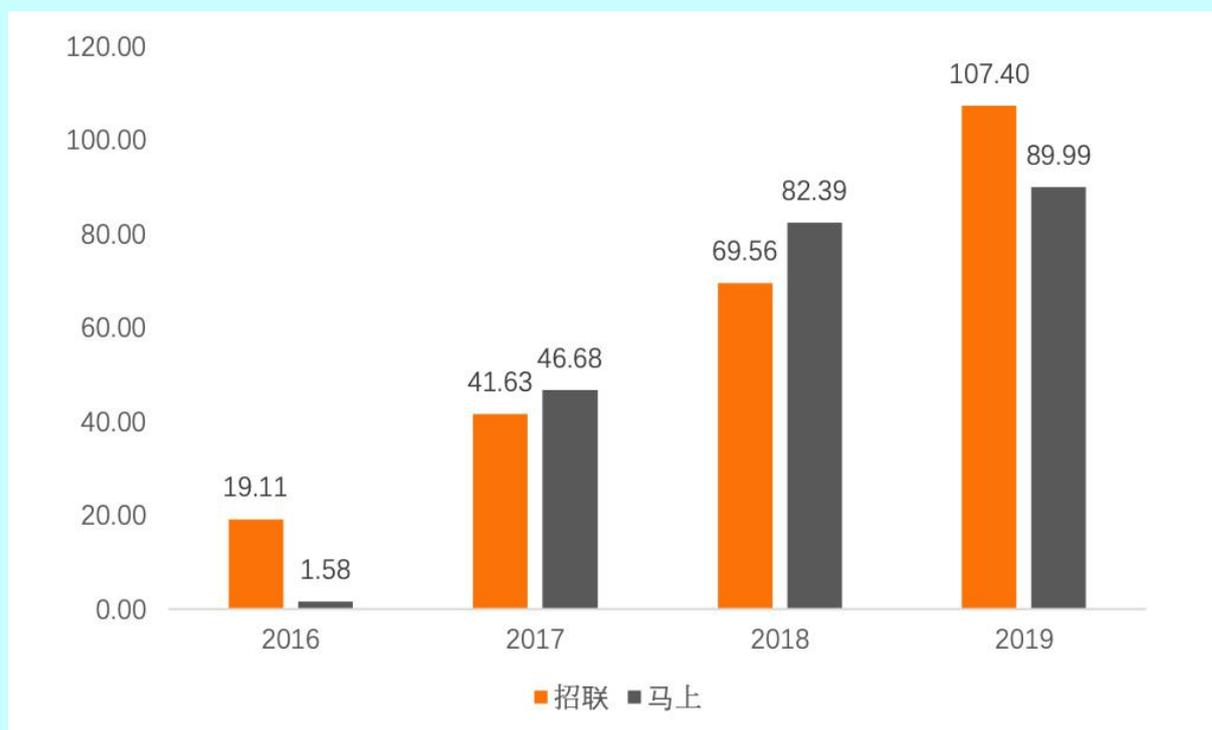
图2：2016-2019年招联金融和马上金融总资产（单位：亿元）



数据来源：公开资料，零壹智库

在营业收入方面，2017-2018年马上金融超过招联金融，2019年招联金融则反超马上金融。截至2019年末，招联金融营收突破100亿，达107.40亿元，同比增长54.40%；马上金融达89.99亿元，同比增长9.22%。

图 3：2016-2019 年招联金融和马上金融营业收入（单位：亿元）



数据来源：公开资料，零壹智库

2018-2019 年，招联金融和马上金融净利润保持较为稳定的增速，而招联金融净利润远超马上金融。截至 2019 年末，招联金融净利润达 14.66 亿元，同比增长 17.0%；马上金融为 8.53 亿元，同比增长 6.49%。

图 4：2016-2019 年招联金融和马上金融净利润（单位：亿元）

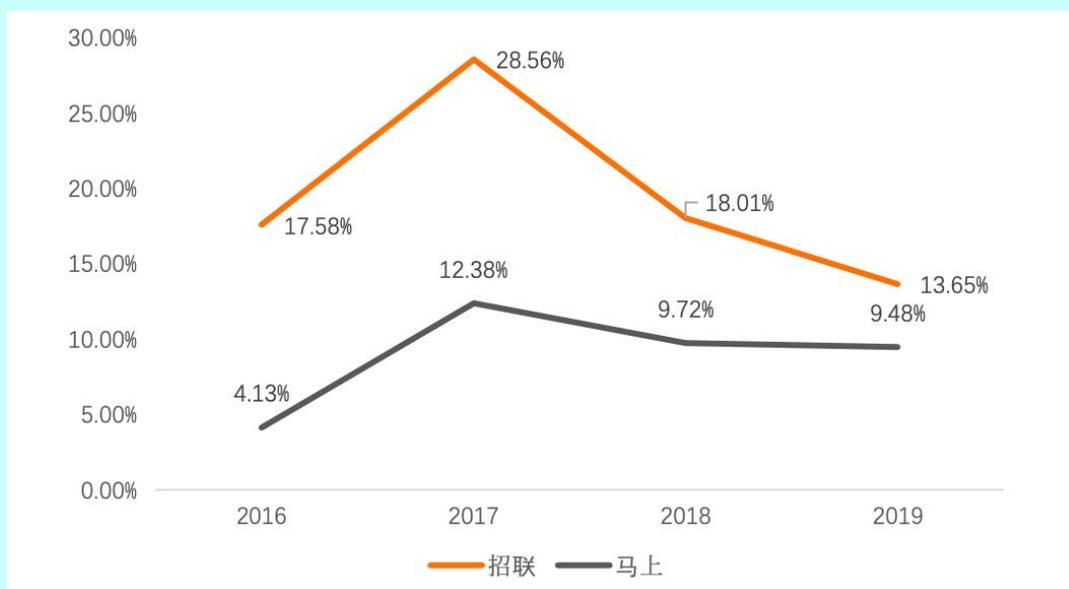


数据来源：公开资料，零壹智库

## 二、净利润率下滑，贷款余额增速放缓

在财务指标上，2016-2019年招联金融净利润率明显高于马上金融，在资金和获客成本上更具优势。2017年净利润率分别达最高值28.56%和12.38%，之后呈缓慢下降趋势。2019年，招联金融净利润率为13.56%，马上金融为9.48%。

图5：2016-2019年招联金融和马上金融净利润率

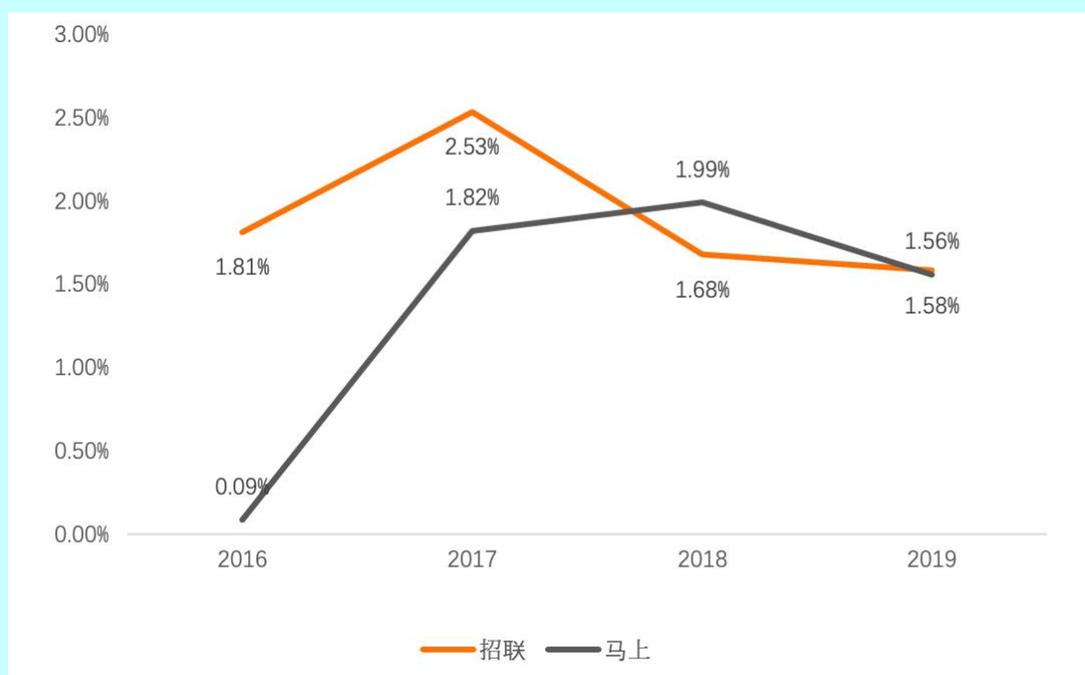


数据来源：公开资料，零壹智库

注：净利润率=（净利润/营收收入）\*100%

2016-2019年，招联和马上金融资产净利润率呈波动下降趋势。2017年招联金融资产净利润率达最高峰为28.56%，2019年下降至13.65%。2018年马上金融达12.38%，2019年则降至9.48%。

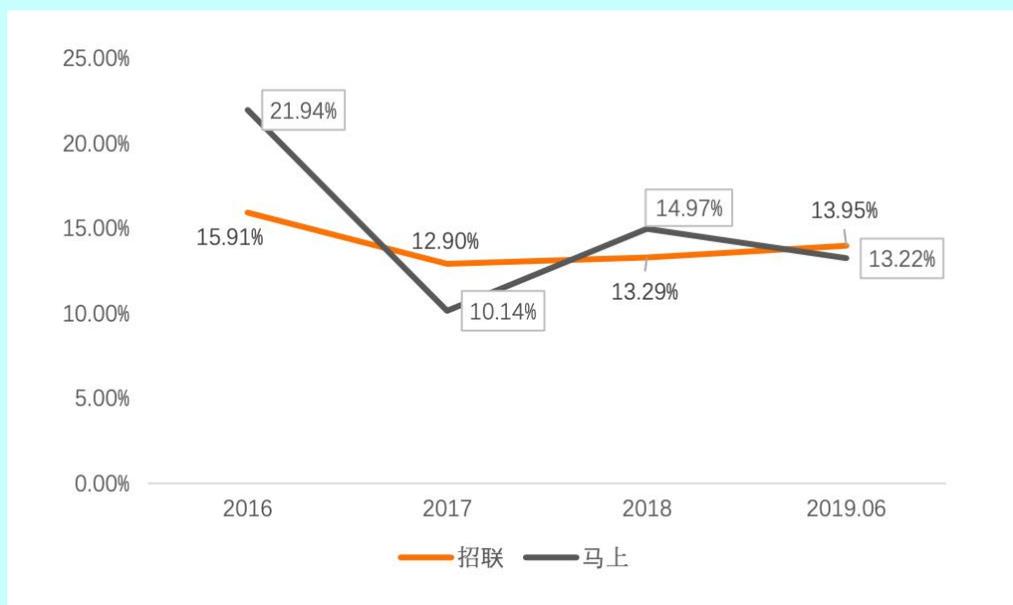
图 6：2016-2019 年招联金融和马上金融资产净利润率



数据来源：公开资料，零壹智库

监管要求消费金融公司遵循非系统性重要商业银行监管指标，资本充足率要大于等于 10.5%。一般情况下，杠杆倍数约在 10 倍左右。2016-2019 年 6 月，招联和马上金融资本充足率保持在良好的水平，较好实现了防范风险；截至 2019 年 6 月末，分别为 13.95%和 13.22%。

图 7：2016-2019 年 6 月招联金融和马上金融资本充足率



数据来源：公开资料，零壹智库

在不良率方面，随着消费金融公司业务规模不断扩大，行业风险逐步显现，不良率有所抬升。截至2019年6月末，马上金融不良率降至3.00%，招联金融不良率为2.08%。

图 8：2016-2019 年 6 月招联金融和马上金融不良率



数据来源：公开资料，零壹智库

2016-2017年，消费金融公司业务迎来飞速发展阶段，贷款余额也得到快速增长。而近两年，随着高速发展红利期已过，贷款余额增速趋于平稳。截至2019年6月末，招联金融贷款余额为765.93亿元，平均贷款利率在19.29%左右；马上金融贷款余额为493.95亿元。

图 9：2016-2019 年 6 月招联金融和马上金融贷款余额（单位：亿元）



数据来源：公开资料，零壹智库

### 三、股东赋予差异化的资源禀赋

优异的业绩表现离不开强大股东的支持，不同股东背景将赋予不同公司差异化的资源禀赋。

招联金融作为招商银行和中国联通联合发起设立的消费金融公司，在业务发展中获得股东在品牌、渠道、资金、风控管理等方面的大力支持。

成立以来股东方多次向招联增资，对资金的稳定性和流动性提供了重要保障。此外，同业拆入也是招联金融重要的融资渠道，尽管资金成本较低，但存在资产负债期限错配风险。截至 2019 年 6 月末，同业拆入占总负债的比重高达 98.11%，合作银行主要包括大型国有银行、全国股份制银行、城商行和外资银行等。

截至 2019 年 6 月末，招联已经获得 165 家金融机构授信，授信总额度为 1803.69 亿元，其中招商银行给予 270 亿元的同业授信。

在渠道上公司不仅可以利用招商银行和中国联通庞大的客户资源和网络资源拓展客户，还可以利用银行成熟的风控体系。招联金融目前每天的放款和还款量均在 6 亿以上。

相比“含着金汤匙出生”的招联金融，马上金融更像一家创业型公司。在创始人兼 CEO 赵国庆的带领下，建立了以科技为驱动的金融机构。马上金融主要

股东有重庆百货、中关村科金技术、物美科技、重庆银行及阳光财产保险等，股东背景更加多元化。前期公司以线下获客渠道为主，包括利用重庆百货、物美科技等股东方的销售网络进行展业，股东重庆百货也多次对马上金融增资。

资金来源方面，马上金融主要融资渠道包括短期借款、股东借款和同业拆借，其中短期借款占大部分；截至2018年末，余额分别为273.38亿元、16.21亿元和36.00亿元。

此外，据企查查显示，赵国庆通过中关村科金技术也间接持有马上金融约16%股份。3月，赵国庆同时出任重庆百货总经理职务。

序号	最终受益人名称	持股比例	股权链
1	 <b>赵国庆</b> 关联14家企业 >	16.2098%	决定路径 赵国庆 <b>法定代表人</b> → 马上消费金融股份有限公司 注：未识别出持股>25%的自然人，因此决定以最终法定代表人作为受益所有人结果 股权路径 1 (占比约 16.2098%) 赵国庆 <b>100%</b> → 西藏高达投资管理咨询有限公司 <b>54.93%</b> → 北京中关村科金技术有限公司 <b>29.51%</b> → 马上消费金融股份有限公司

资料来源：企查查，零壹智库

#### 四、轻资产为主，构建多种产品体系

在贷款业务方面，招联金融得益于纯线上、场景化的金融创新和自主研发的IT系统支撑，业务品种逐渐丰富，建立了3个产品体系，分别为好期货、信用付和零零花。截至2019年6月末，贷款余额分别为574.54亿元、185.68亿元及5.70亿元。

表 1：招联金融好期货、信用付及零零花产品贷款余额

(产品分类)	笔数	平均期限(月)	贷款余额(万元)
好期货	25,703,546	7.81	5,745,436
信用付	13,266,978	8.48	1,856,813
零零花	898,743	8.44	57,003

数据来源：招联消费金融《2020年第三期金融债券募集说明书》，零壹智库

业务规模的扩张及业务种类的增加对人才提出更高要求。在员工上，截至2019年6月末，招联现有在岗员工840人，硕士及以上学历占比40.4%。

表 2：招联金融在岗人员学历占比

学历	比例
硕士及以上	40.4%
本科	59.1%
其他	0.5%
合计	100%

数据来源：招联消费金融《2020年第三期金融债券募集说明书》，零壹智库

马上金融的贷款业务则涉及了商品分期和循环额度两类产品，截至2019年三季度，循环额度产品贷款余额为517.52亿元，占比较大；商品分期仅为47.89亿元。

表 3：马上金融贷款投放情况（单位：亿元）

项目	2016年	2017年	2018年	2019年前三季度
发放贷款金额	99.06	692.76	850.26	1145.24
商品分期	54.35	116.89	119.66	44.65
循环额度	44.71	575.87	730.60	1100.59
期末贷款余额	70.60	315.64	389.53	565.41
商品分期	43.93	68.28	80.03	47.89
循环额度	26.67	247.36	309.50	517.52

数据来源：《安逸花2020年第一期个人消费贷款资产支持证券信用评级报告》（新世纪），零壹智库

马上金融还着力对线上消费场景、电子商务平台的覆盖，与20多个线上消费场景及180多个线上流量平台合作，如腾讯、支付宝、中国电信翼支付、OPPO、VIVO、京东金融、唯品会、爱奇艺、上银闪付等。

在嵌入各类消费场景的基础上，马上金融还通过腾讯、支付宝、今日头条、网易、滴滴等流量平台开展品牌宣传与服务营销，并针对存量客户的信贷需求进行二次开发。

在人才战略上，马上金融有1000多人的技术团队，占公司总人数的50%左右，及300余人的大数据风控团队。截至2019年10月末，马上金融在职员工中，硕士及硕士以上学历员工接近400人，84%以上员工已取得本科以上学历。

## 五、小结

招联金融和马上金融作为头部消费金融公司的代表，综合竞争优势突出。招

联金融股东实力强大，在资金和获客成本上更具优势；在增资中，资本实力逐步提升，有助于支持业务快速发展。马上金融则得益于科技驱动及开放平台战略，推动业务规模迅速扩大。

现阶段，受疫情影响全球经济复苏前景不明、国内经济增长放缓及金融行业强监管背景下，消费金融行业不良率有所攀升，公司资产质量及风控能力将面临一定挑战。

链接地址：<http://www.01caijing.com/article/261148.htm>

## 2019 中国消费金融发展报告 ——创新与规范

本报告包含了以下几部分内容：

### 一、我国消费金融的发展现状

- (一) 我国消费金融发展历程
- (二) 我国消费金融的市场结构与创新

### 二、我国消费金融发展存在的问题

- (一) 结构性失衡依然存在
- (二) 传统信贷模式的制约
- (三) 多头借贷与资金违规使用
- (四) 消费者保护有待加强

### 三、消费金融与经济结构升级

- (一) 扩大内需，拉动消费
- (二) 促进消费升级，带动产业结构调整
- (三) 践行普惠金融，实现共享发展
- (四) 助力征信体系建设，完善金融基础设施

### 四、我国消费金融行业展望



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<sup>1</sup>

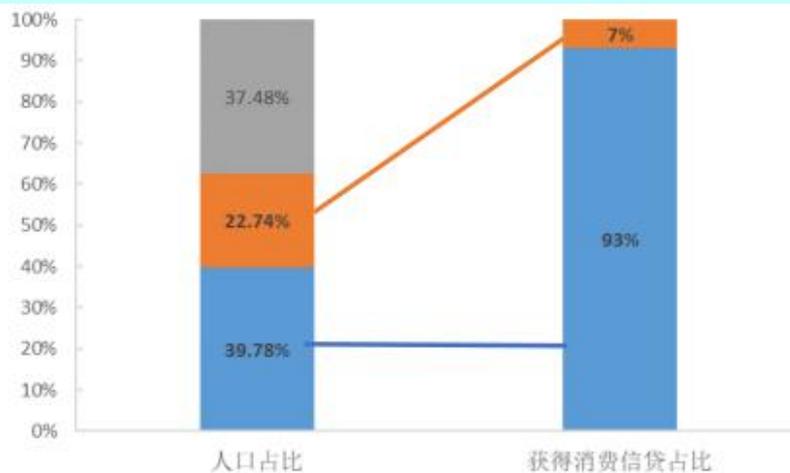


图2 消费贷款配置不平衡

资料来源：蚂蚁金服，国家金融与发展实验室



附件：2019年中国消费金融发展报告.pdf

链接地址：<http://www.nifd.cn/SeriesReport/Details/1552>

## 2019 消费金融创新模式研究报告

该报告主要包括以下部分内容：

### Part 1. 中国消费金融发展现状

- 1.1 中国消费金融源起与分类
- 1.2 中国消费金融发展瓶颈
- 1.3 中国消费金融创新产业链

### Part 2. 消费金融创新模式分析

#### 2.1 消费金融创新模式类型及分析

- 2.1.1 联合放贷
- 2.1.2 助贷
- 2.1.3 信用卡代偿
- 2.1.4 贷款超市

#### 2.2 消费金融创新模式发展存在问题

### Part 3. 中国消费金融发展建议

#### 3.1 全球消费金融发展启示

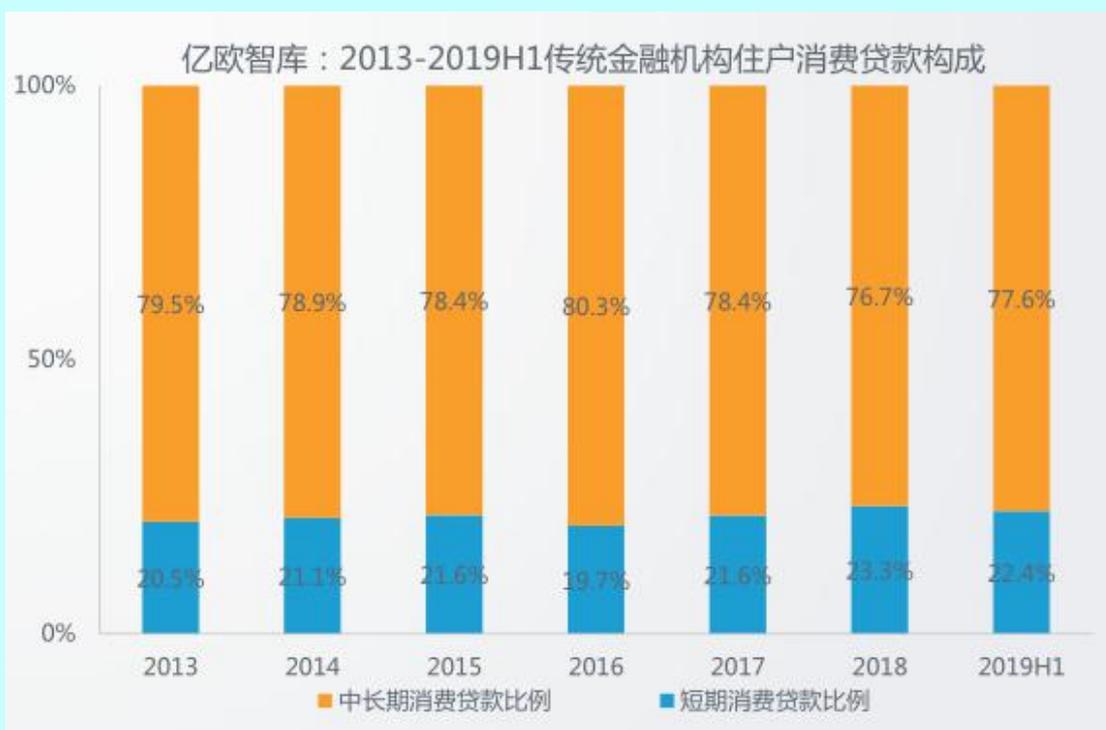
3.1.1 美国——Capital One

3.1.2 西班牙——Santander Consumer Finance

3.1.3 日本——Sumitomo Mitsui Financial Group

3.2 中国消费金融发展建议





附件：2019 消费金融创新模式研究报告.pdf

链接地址：<https://www.iyiou.com/intelligence/report657.html>

## 2019 年消费者金融素养调查简要报告

该报告主要包括以下几部分内容：

### 一、调查情况介绍

## 二、消费者态度分析

- (一) 对金融教育的态度
- (二) 对消费和储蓄的态度
- (三) 对信用的态度

## 三、消费者行为分析

- (一) 对家庭开支的规划
- (二) 对未来支出的计划
- (三) 对合同和对账单的使用
- (四) 对贷款的申请
- (五) 对信用卡的使用
- (六) 自动取款机使用时密码安全意识
- (七) 对金融知识的获取
- (八) 对金融纠纷的投诉

## 四、消费者金融知识水平分析

- (一) 消费者金融知识水平自我评价
- (二) 储蓄知识
- (三) 银行卡知识
- (四) 贷款知识
- (五) 信用知识
- (六) 投资知识
- (七) 保险知识
- (八) 金融知识需求分析

## 五、消费者金融技能分析

- (一) 对金融产品或服务的选择
- (二) 对银行卡的使用
- (三) 对假币的识别与处理

## 六、综合分析及主要结论

- (一) 消费者金融素养整体情况及变化
- (二) 数字技术的影响

(三) 主要结论

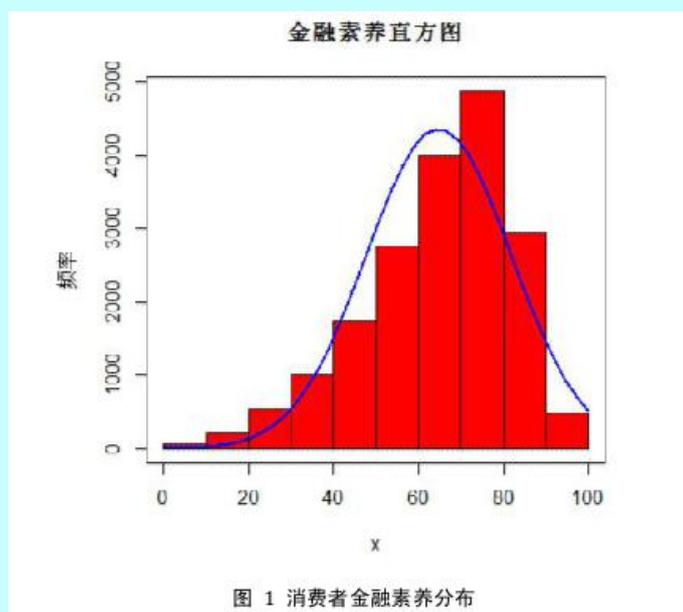


图 1 消费者金融素养分布



图 2 消费者金融素养地图（精确到省级）

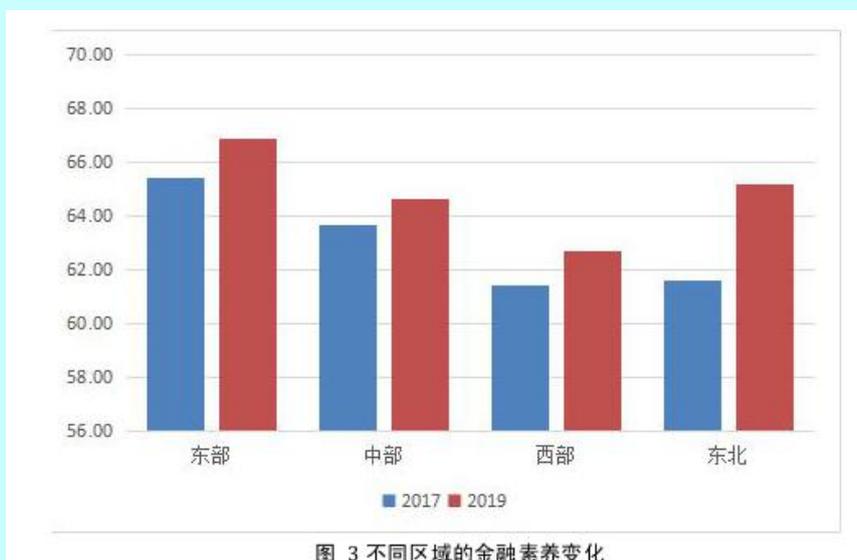


图 3 不同区域的金融素养变化

**表 1 金融素养矩阵——态度部分**

人口统计特征		金融态度			
		金融教育重要性	校园金融教育认识	延迟消费意愿	个人信用态度
受教育程度	小学及以下	★★★	★★	★★	★★
	初中	★★★★	★★★	★★★	★★★★
	高中/中专/技校	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	大专	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	大学本科	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	研究生及以上	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
收入	2000元以下	★★★	★★	★★	★★
	2000-4999元	★★★★	★★★	★★★	★★★★
	5000-9999元	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	10000-19999元	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	2万-5万元	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	5万元以上	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
职业	全日制学生	★★★★	★★★★	*	★★★★
	务农	★★★★	★★★	★★★	★★★
	全职工作	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	兼职工作	★★★★	★★★	★★★	★★★★
	主动放弃工作	★★★★	★★★	★★★	★★★
	失业 退休	★★★ ★★★★	★★ ★★★★	★★★ ★★★	★★ ★★★★
年龄	18-29	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	30-39	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	40-49	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	50-59	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	60及以上	★★★★	★★★	★★★	★★★
户口	本地城镇户口	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	本地农村户口	★★★★	★★★	★★★	★★★★
	非本地城镇户口	★★★★	★★★	★★★	★★★★
	非本地农村户口	★★★★	★★★★	★★★	★★★★

附件：2019年消费者金融素养调查简要报告.pdf

链接地址：<http://www.pbc.gov.cn/goutongjiaoliu/113456/113469/3868040/index.html>

## 汽车消费金融：发现新一轮市场增长动能

该报告主要包括以下几部分内容：

### 第一章 内涵界定

- (一) 汽车消费金融定义
- (二) 汽车消费金融参与主体
- (三) 发展汽车消费金融的意义

### 第二章 发展概况

(一) 国外汽车消费金融发展概况

(二) 我国汽车消费金融发展概况

### 第三章商业模式

(一) 商业银行——“B2B2C”模式

(二) 汽车金融公司、汽车集团财务公司——“B2B2C”模式

(三) 融资租赁公司——“B2C”模式

(四) 第三方汽车金融服务公司——“B2B2C”模式

### 第四章影响汽车消费金融行业发展的主要因素

(一) 政策因素

(二) 供需因素

(三) 技术因素

### 第五章汽车消费金融企业竞争力评价要素

(一) 资金能力

(二) 风控能力

(三) 获客能力

(四) 盈利能力

### 第六章汽车消费金融行业面临的问题

(一) 消费者权益保护不足

(二) 资金来源渠道较为单一

(三) 取消二手车限迁和双录等政策有待进一步落地

(四) 汽车估价和残值预测缺乏准确数据

(五) 政府部分数据无法查询

### 第七章发展新能源汽车消费金融面临的个性化问题

(一) 新能源汽车融资租赁和二手交易发展缓慢

(二) 新能源汽车消费金融参与主体较少

(三) 难以运用大数据技术实现有效风控

(四) 新能源汽车车贷履约险服务匮乏

### 第八章汽车消费金融行业发展趋势

(一) 汽车交易量与金融渗透率双增长驱动消费金融规模增长

- (二) 新能源汽车消费金融将迎来快速发展
- (三) 汽车消费金融的增长更多来自人群和地域的下沉
- (四) 监管趋紧，行业将迎来洗牌期
- (五) 新兴技术的应用渗透率持续提升
- (六) 大型集团依托内外部生态的联通、互补与协同构筑护城河
- (七) 出行方式变革将促进机构端汽车消费金融逐步增长
- (八) 汽车“四化”创新汽车消费金融模式

第九章汽车消费金融行业发展建议

- (一) 完善汽车消费金融征信体系
- (二) 拓宽汽车金融服务企业融资渠道
- (三) 促进新能源汽车直接租赁与二手交易市场发展
- (四) 多方合作创新新能源汽车消费金融产品
- (五) 加强消费者权益保护政策落实情况评估

编后语

图 1 汽车消费金融范畴界定

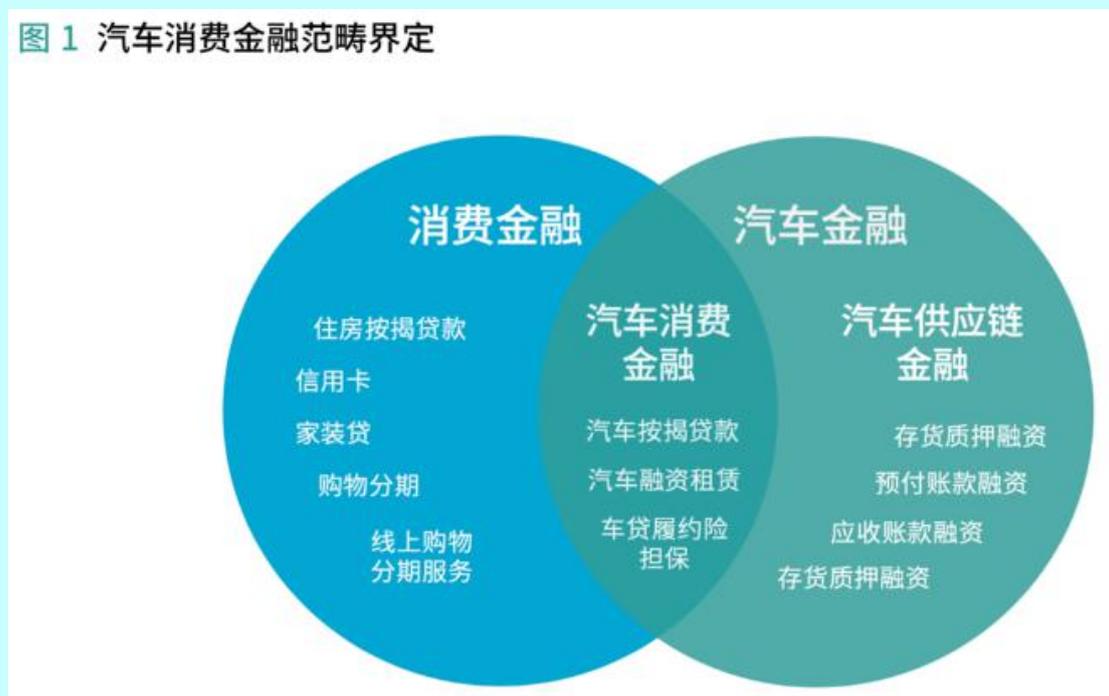
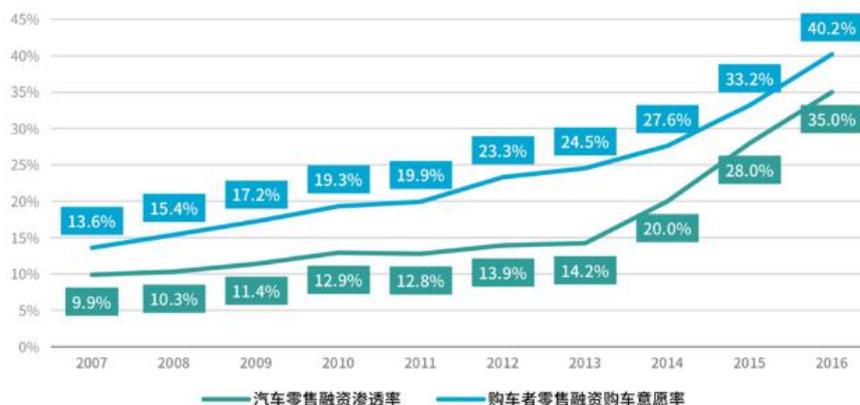


图2 我国汽车零售融资渗透率和零售融资购车意愿率情况



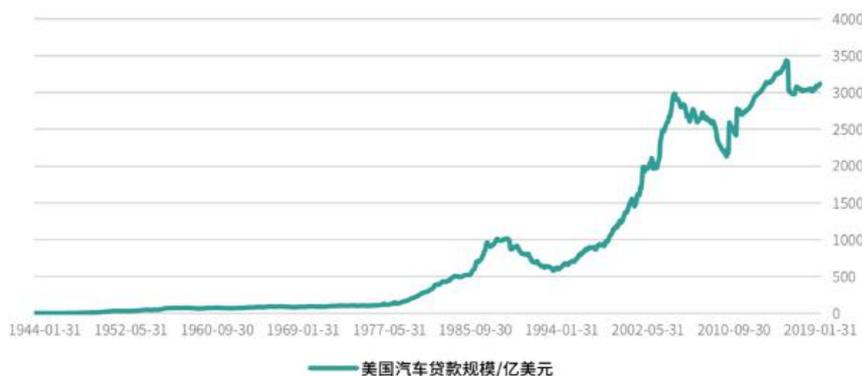
资料来源:《金融经济》、车百智库

图5 国外汽车消费金融发展历程



资料来源: 公开资料、车百智库、普华永道

图6 美国汽车贷款规模变化趋势



资料来源: 美联储、车百智库

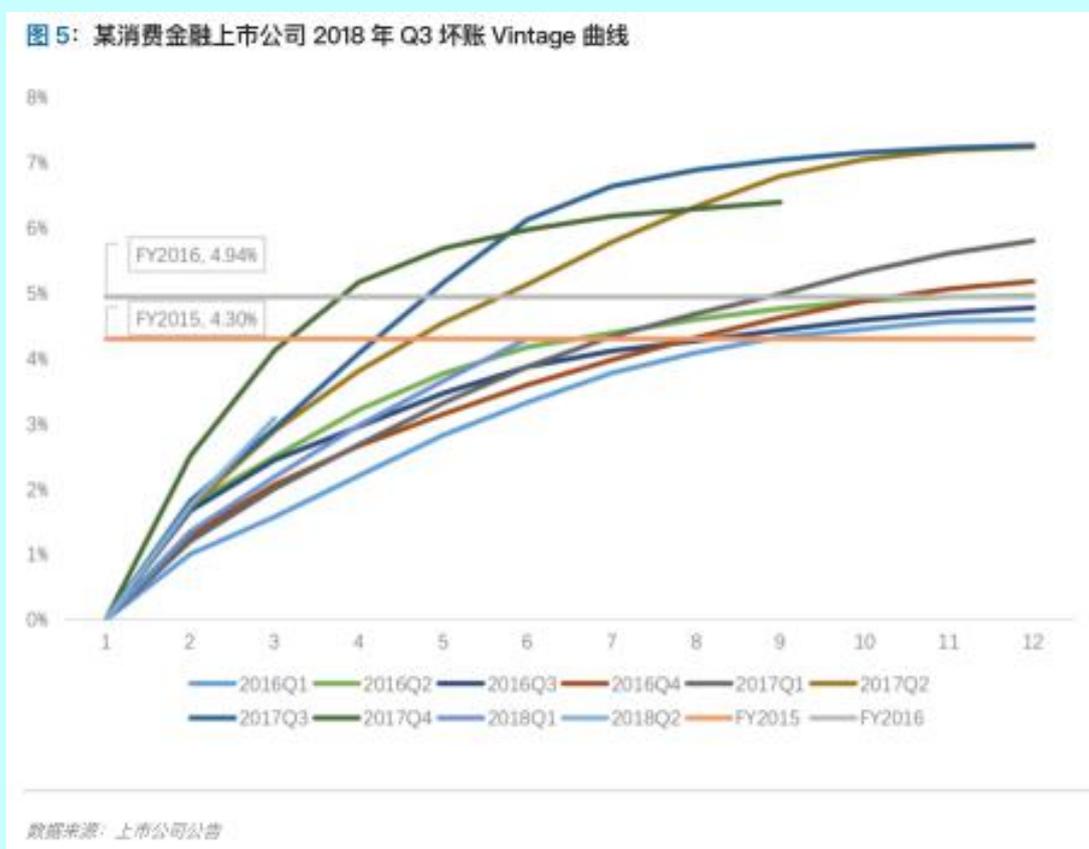
附件: 汽车消费金融: 发现下一轮市场增长动能.pdf

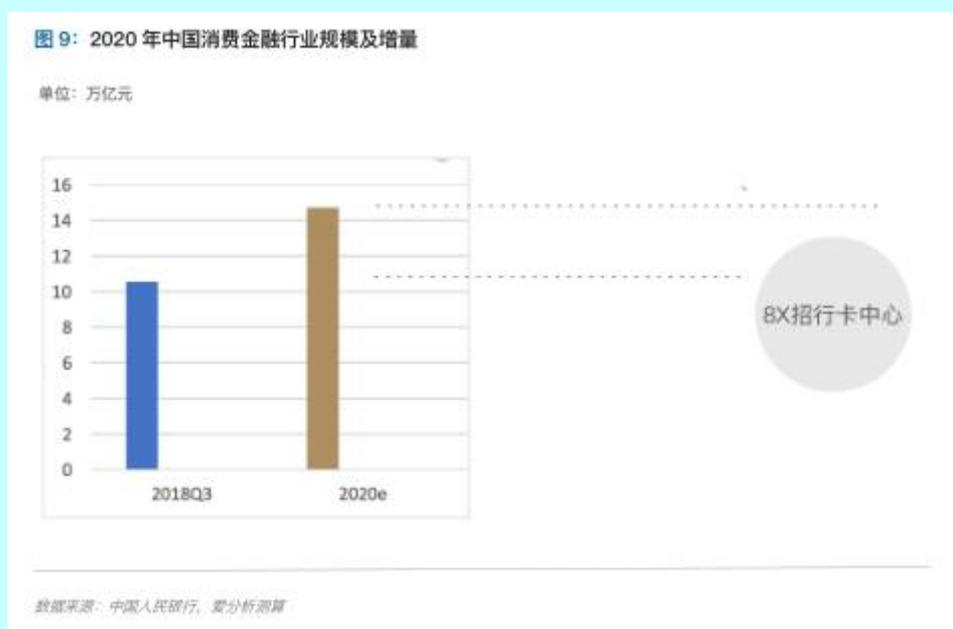
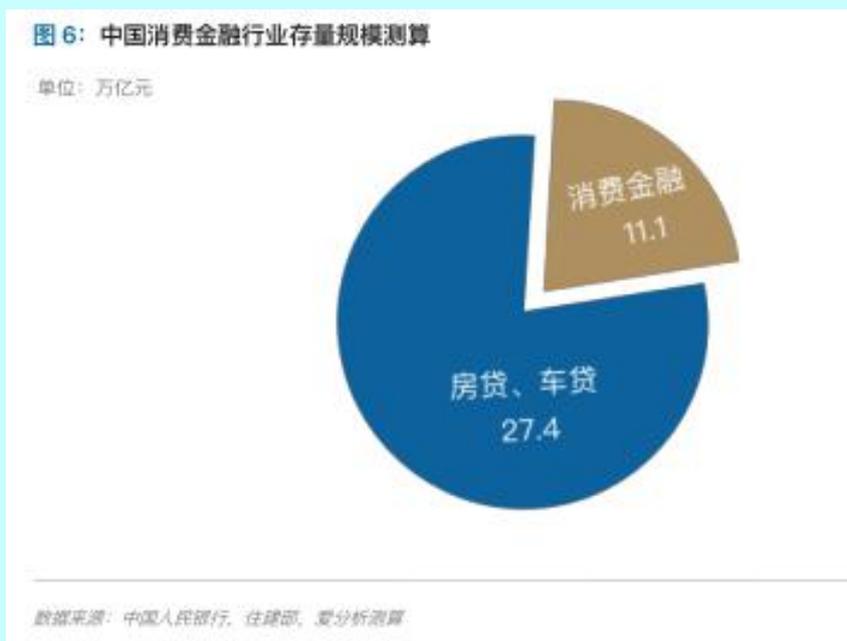
链接地址: <https://ifenxi.com/research/content/5306>

## 爱分析中国消费金融行业分析报告

该报告主要包括以下几部分内容：

- 一. 行业不会爆发债务危机
- 二. 数万亿增量仍待发掘
- 三. 五大客群价值各异
- 四. 格局分散，群雄并起
- 五. 强监管回归，行业分化加速
- 六. 在线化成熟，获客仍有红利使用情况维度





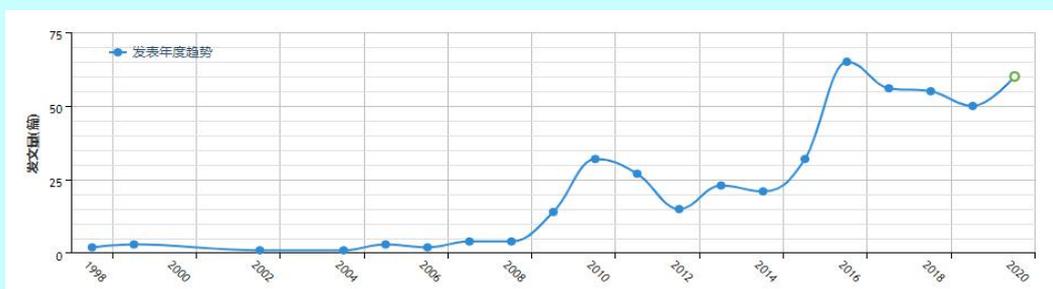
附件：爱分析中国消费金融行业分析报告.pdf

链接地址：<https://ifenxi.com/research/content/4734>

## 【知识可视化分析】

检索条件：以篇名“消费金融”或主题“消费金融”或关键词“消费金融”，文献来源选定“核心期刊”和“CSSCI”，精确匹配。检索到424篇文章。对结果文献进行可视化分析，得到以下结论：

### 模块一：总体趋势分析



由上图可知，“普惠金融”相关文献主要分布在2015-2020年，其中2016年发文量最高为65篇，其他年份基本呈平缓趋势。

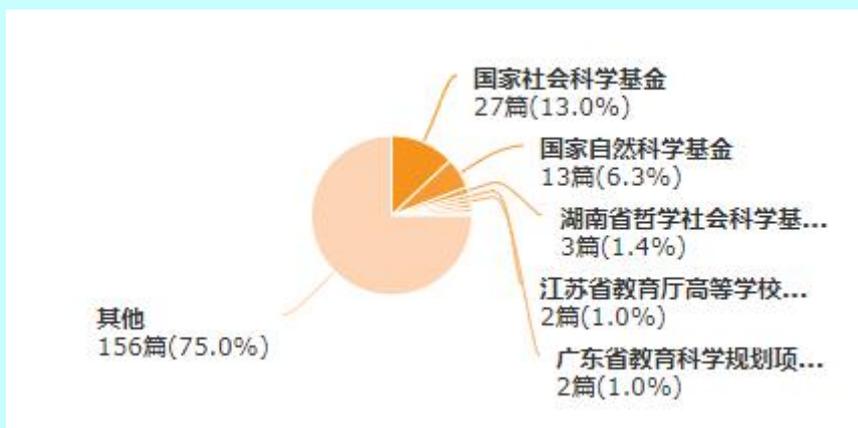
### 模块二：关键词共现网络



从关键词共现网络中可以看出，出现频次较高的关键词主要有：互联网消

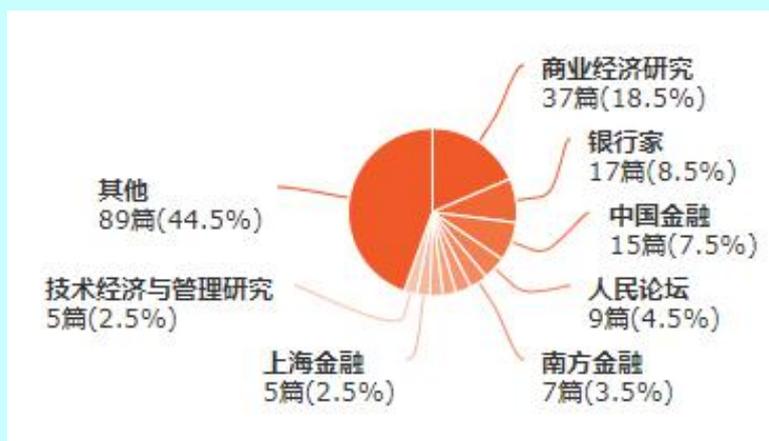
费、消费金融、消费信贷业务、征信、金融公司等；有一个明显的中心点（带白色环）：“互联网消费”，说明当前的研究主题主要集中在这个主题。与其密切相关、共现频次较高的是“消费金融”。

### 模块三：基金分布



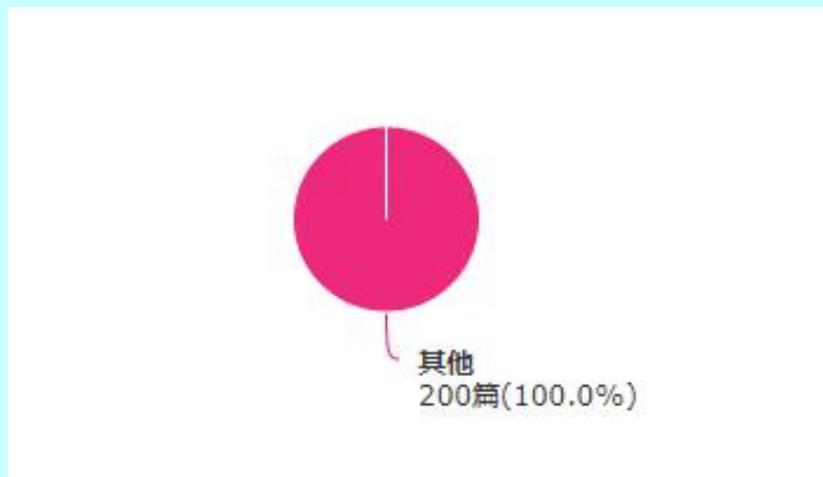
由上图可知，消费金融相关研究的基金支持主要来自“国家社会科学基金”、“国家自然科学基金”。

### 模块四：来源分布



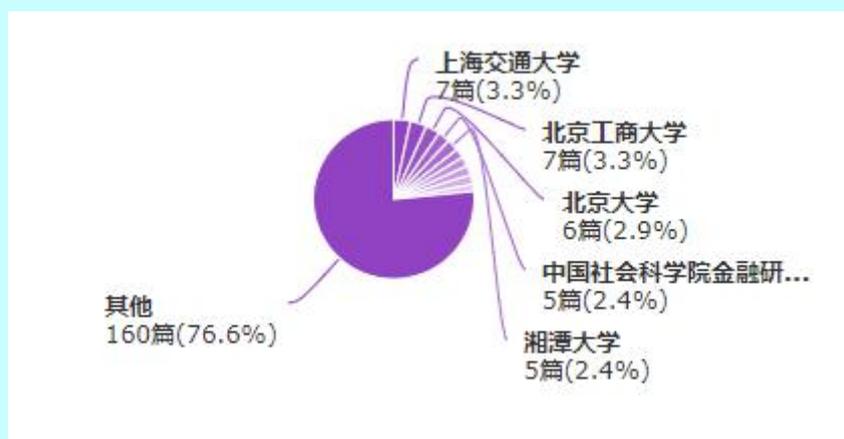
由上图可知，“消费金融”研究的来源分布比较散，相对集中的期刊主要有：《商业经济研究》、《银行家》、《中国金融》、《人民论坛》、《南方金融》、《上海金融》、《技术经济与管理研究》。

## 模块五：作者分布



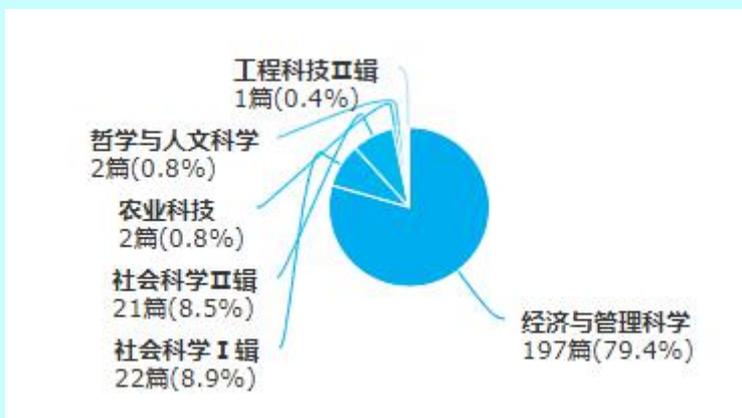
由上图可知，近期“消费金融”领域没有领头研究者。

## 模块六：机构分布



由上图可知，研究“消费金融”较多的机构是：上海交通大学、北京工商大学、北京大学、中国社会科学院金融研究所、湘潭大学。

## 模块七：学科分布



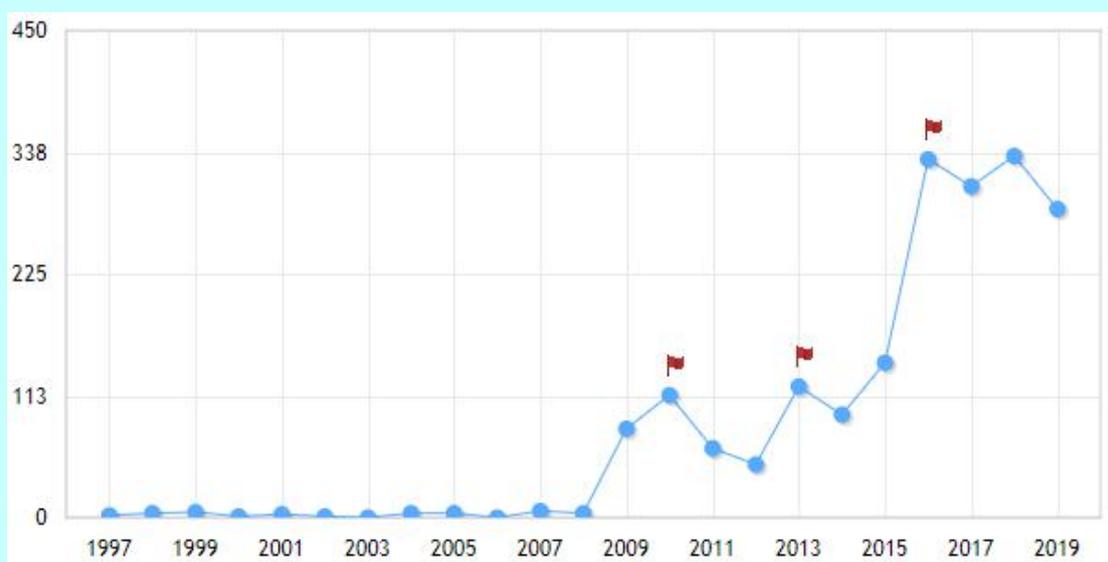
由上图可知，“消费金融”研究的学科分布主要是经济与管理科学，同时也涉及到社会科学、农业科技、哲学与人文科学和工程科技。

## 【国内文献计量分析】

### “消费金融”学术关注度

本文献计量分析以“CNKI 学术趋势”为分析工具，该工具依托于中国知识资源总库和千万用户的使用情况，提供学术发展趋势分析。该分析以“消费金融”为检索点，关注本研究领域的学术热点，展示其学术发展历程，发现经典文献。

注：表示标识点数值高于前后两点，且与前一数值点相比增长率大于 30%。



本趋势图表明 1997 年—2008 年学界对“消费金融”的关注度不高，从 2009 年开始“消费金融”才逐渐被学界所关注，从 2014 年开始，成大幅上升趋势。

## “消费金融”热门被引文章（2016年至今）

序号	题名	作者	文献来源	发表时间	被引频次
1	互联网消费金融的创新发展研究	尹一军	技术经济与管理研究	2016.06.26	107
2	新常态下我国互联网消费金融的表现、作用与前景	邵腾伟;吕秀梅	西部论坛	2016.12.26	79
3	我国互联网消费金融发展困境与路径探寻	张荣	技术经济与管理研究	2017.01.26	63
4	大学生消费信贷的互联网衍生及其规制逻辑	朱琳	金融发展研究	2016.07.25	60
5	互联网消费金融的创新	冯科;何理	中国金融	2016.06.01	59
6	城市商业银行零售业务:主要挑战与转型战略	陈一洪	南方金融	2017.06.21	55
7	互联网金融的内涵及模式剖析	张兆曦;赵新娥	财会月刊	2017.01.10	49
8	互联网金融不当行为风险及其规制政策研究——以市场诚信、公平竞争与消费者保护为核心	冯乾;王海军	中央财经大学学报	2017.02.15	48
9	大数据技术驱动下的互联网消费金融研究	赵大伟	金融与经济	2017.01.25	47
10	互联网消费信贷的可持续发展研究	陈岩;刺文琪;范杰	南方金融	2016.12.02	44

**温馨提示:** 以上文章可在本期专题报道的附件中获得!

## “消费金融”热门下载文章（2016年至今）

序号	题名	作者	文献来源	发表时间	下载频次
1	互联网消费金融的创新发展研究	尹一军	技术经济与管理研究	2016.06.26	5021
2	新常态下我国互联网消费金融的表现、作用与前景	邵腾伟; 吕秀梅	西部论坛	2016.12.26	4594
3	互联网金融的内涵及模式剖析	张兆曦; 赵新娥	财会月刊	2017.01.10	3557
4	大学生消费信贷的互联网衍生及其规制逻辑	朱琳	金融发展研究	2016.07.25	3380
5	我国互联网消费金融发展困境与路径探寻	张荣	技术经济与管理研究	2017.01.26	3281
6	中国大型零售业现状、趋势及行业发展战略设想	贾康; 程瑜; 张鹏	经济研究参考	2017.08.16	2422
7	金融科技在传统商业银行转型中的赋能作用与路径	张德茂; 蒋亮	西南金融	2018.11.07	2416
8	互联网金融视野下的金融消费者权益保护	李勇坚	经济与管理研究	2016.09.05	2411
9	互联网金融不当行为风险及其规制政策研究——以市场诚信、公平竞争与消费者保护为核心	冯乾; 王海军	中央财经大学学报	2017.02.15	2182
10	大数据技术驱动下的互联网金融研究	赵大伟	金融与经济	2017.01.25	2141

**温馨提示：**以上文章可在本期专题报道的附件中获得！

## 【资源获取门户网站】

1. 国家金融与发展实验室：<http://www.nifd.cn/>
2. 零壹财经：<https://www.01caijing.com/data/index.htm>
3. 亿欧智库-消费金融：<https://www.iyiou.com/xiaofeijinrong/>
4. 苏宁金融研究院：<https://sif.suning.com/>
5. 爱分析：<https://ifenxi.com/>
6. 中国银行保险监督管理委员会：<http://www.cbirc.gov.cn/cn/index.html>
7. 中国人民银行：<http://www.pbc.gov.cn/rmyh/index.html>
8. 东方财富网-财经频道：<http://finance.eastmoney.com/>
9. 和讯-消费金融：<http://xfjr.hexun.com/>
10. 金融号：<http://jrh.financeun.com/>
11. 中国金融新闻网-金融消费者权益保护：<https://www.financialnews.com.cn/jrxfbh/>
12. 第一消费金融：<https://www.weiyangx.com/author/duanchangxing>
13. 广东省金融消费者权益保护联合会：<http://www.gcfcp.org/>
14. 中国人民银行金融消费者权益保护局：  
<http://www.pbc.gov.cn/jingrxfqy/145720/index.html>
15. 加拿大金融消费者管理局：<https://www.canada.ca/en.html>
16. 消费者金融保护局（美国）：  
<https://www.usa.gov/federal-agencies/consumer-financial-protection-bureau>
17. 法国农业信贷银行消费者金融：  
<https://www.ca-consumerfinance.com/en/Credit-Agricole-Consumer-Finance/CA-CF-2022-New-Strategic-plan>
18. 中国消费金融高层论坛（会议）

## 【馆内图书】

序号	索书号	题名	出版者
1	F830.49/Y158	互联网消费金融	电子工业出版社
2	F832.479/J790:2017	中国消费金融品牌口碑指数研究	经济管理出版社
3	F830.49/L7021	消费金融论	北京大学出版社
4	F832.2/L574:2018	消费金融年度发展报告	中国经济出版社
5	F830.49/L702	互联网消费金融	北京大学出版社
6	F832.479/0574	消费金融发展探索	中国金融出版社
7	F832.479/G615	消费信贷与中国梦	中国社会科学出版社
8	F830.589/W823	消费信贷的消费挤出效应研究	西南财经大学出版社
9	D922.294.4/Y702	金融消费者保护研究：以权利倾斜配置为视角	上海财经大学出版社
10	D922.280.5/Z631	金融消费者权益保护典型案例	中国金融出版社
11	D922.294.4/D179	金融消费者隐私权法律问题研究	法律出版社
12	F832/L574:2017	北京市网贷行业年度发展报告	中国经济出版社
13	F832.29/H834[18]	中国互联网金融行业分析与评估	社会科学文献出版社
14	F832.2/X515	互联网金融风险及监管研究	光明日报出版社
15	F832.4-39/Y223	P2P网贷之产业链金融模式与创新	中国金融出版社

主编：刘雁 周莉

编辑：邸焯梅 王凯艳 张春玲 郝晓雪 刘倩 郭天梦 甄叶林 刘禹辰

崔璨