

Research Status of Internet Consumer Finance

Juanhua Wang

School of Information Technology and Management, University of International Business and Economics, Beijing
Email: 1526165390@qq.com

Received: Aug. 27th, 2019; accepted: Sep. 5th, 2019; published: Sep. 12th, 2019

Abstract

With the expansion of the domestic consumption market and the upgrading of the consumption structure, China's Internet consumer finance has been rapidly developing, but also faces many difficulties. And there is a lack of review research on the development of Internet consumer finance. In view of this, by summarizing the existing research literature and combining the latest policies and market environment, this paper elaborates the main research contents of Internet consumer finance from three aspects: development trend, government regulation and risk control, so as to provide reference for its future development and research.

Keywords

Internet Consumer Finance, Research Status, Government Regulation, Risk Control

互联网消费金融研究现状

王娟花

对外经济贸易大学信息学院, 北京
Email: 1526165390@qq.com

收稿日期: 2019年8月27日; 录用日期: 2019年9月5日; 发布日期: 2019年9月12日

摘要

随着国内消费市场的扩大以及消费结构升级, 我国互联网消费金融得到快速发展, 但也面临诸多困境。而现有研究还缺乏对互联网消费金融发展的综述性研究, 鉴于此, 通过对现有研究文献进行总结, 并结合最新的政策和市场环境, 从互联网消费金融主要研究内容: 发展趋势、政府监管以及风险控制三个方面进行分析, 旨在为其未来的发展和研究提供借鉴意义。

关键词

互联网消费金融, 研究现状, 政府监管, 风险控制

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着互联网金融的兴起, 我国互联网消费金融得到快速发展。特别是近年来消费市场的扩大、消费结构升级以及政府对消费需求的刺激, 使得互联网消费金融从 2015 年起便得到快速扩张。2018 年 7 月, 网上零售额占社会消费品零售总额的比重已经达到 17.3%, 而早在 2017 年 CEIC 统计的数据显示按揭贷款的居民消费信贷余额占社会消费品零售总额达到了 25%, 可见国内互联网消费信贷的未来发展空间很大。当然, 作为发展如此迅速的新生产物, 面临的监管、征信、风控等问题也变得越加严峻[1]。

与国外相比, 国内的金融体系与西方国家具有很大的差异性。由于西方国家传统的以银行为主体的消费者贷款体系非常成熟, 所以西方国家的消费金融模式主要是银行信用卡信贷模式[2]。以美国为例, 2018 年第一季度信用卡的未偿还余额就达到 8150 亿美元, 是美国家庭消费最大的来源之一[3]。所以, 国外关于消费金融的研究内容主要集中在信用卡消费者的借贷行为、还款意愿等微观研究方面。而国内银行的信用卡和消费者信贷服务由于申请门槛高、征信体制不完善等问题而没得到充分发展。不过这也在很大程度上促成了国内互联网消费金融的崛起和快速发展。

近年来, 国内学者对互联网消费金融的研究主要集中在它的宏观研究方面, 包括互联网消费金融的发展趋势、政策监管以及风险控制三个主要方向。不同学者由于研究视角和研究时点的不同, 在观点和结论上也有所差异, 加上互联网消费金融领域的政策和市场环境还在不断变化, 因此, 通过对已有的研究进行总结, 并结合最新的政策和市场环境对互联网消费金融领域的发展概况、政府监管、风险控制作进一步探究并提出建议。

2. 发展现状

根据国家 2014 年颁布的《消费金融公司试点管理办法》, 互联网消费金融是指经银监会批准, 在国内设立, 不吸收公众存款, 以小额、分散的方式为国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[4]。互联网消费金融的本质是以消费为目的的信用贷款业务, 具有特点: 贷款期限一般为 1~12 个月, 贷款金额一般在 20 万以下, 类别包含现金贷和消费贷两种。国家金融与发展实验室发布的 2013 年至 2017 年互联网消费金融交易规模的数据如图 1 所示。2017 年, 中国互联网消费金融市场整体交易规模达到近万亿, 增长态势迅猛。

关于互联网消费金融的发展模式, 根据提供主体的不同, 有分为三类的, 包括电商平台类、网贷中介平台 P2P 及其他互联网提供商提供的消费信贷产品[1]; 也有分为四类的, 包括 P2P、电商平台、消费金融公司、互联网民营银行[5]; 同时也有学者在这四种的基础上还进一步细分出保理公司、消费分期平台等[6]。通过总结这些文献, 可以把互联网消费金融模式分为以下五类。

2.1. 垂直分期购平台

垂直分期购平台是指主打分期购物的互联网消费金融平台, 如趣分期、乐分期等。分期购平台与线上线

下的商家开展合作,把贷款申请和分期纳入消费环节,当消费者需要向商家购买商品和服务的时候可以向分期购平台提出分期信贷申请,申请通过后,商家随即提供相应的产品或服务。这种方式主要是通过分期服务或者消费贷款的方式切入传统消费金融渗透率不高的消费场景,然而它的缺陷在于风控要求高。由于针对某一垂直细分市场,很难有电商大数据优势,因此,大部分分期购平台依赖互联网征信,坏账率较高。

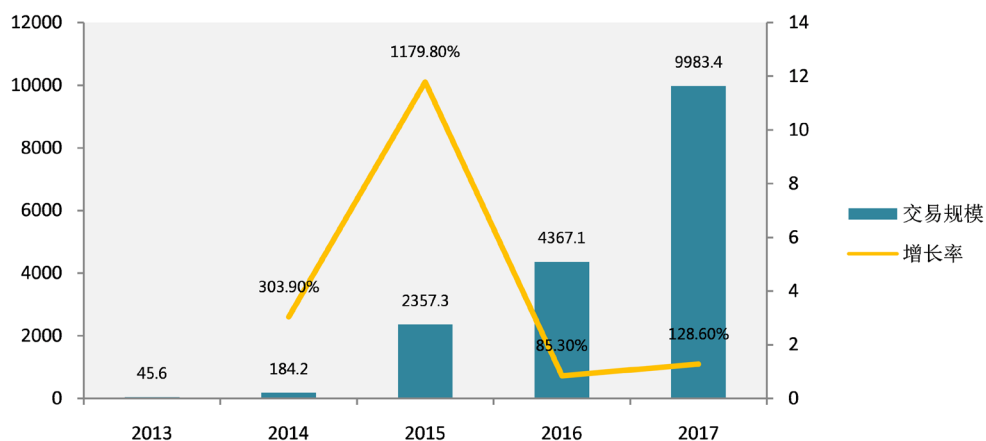


Figure 1. 2013~2017 Scale of internet consumer financial transactions

图 1. 2013~2017 互联网消费金融交易规模

2.2. 电商消费金融

电子商务互联网消费金融是基于电商平台,通过为客户提供分期付款的方式在平台上进行消费,以蚂蚁金服的花呗和京东的京东白条为主要代表。消费者在电商平台上消费商品后,由平台提供资金支付,平台商家发放商品给消费者,之后由消费者到期偿还贷款。电商消费金融由于具有天然的场景优势,获客成本低。另一方面,由于可以掌握客户的购买记录、资金流和物流信息,可以对精准获得客户画像,从而降低风控成本。随着电商平台消费金融的扩大,金融业务逐渐与主营业务剥离,形成独立板块。

2.3. 消费金融公司

消费金融公司通常是商业银行与商贸机构的合作产物,有牌照,模式与信用卡类似。现金贷消费者可以直接向消费金融公司提出现金贷申请,审核通过后直接打入用户银行卡,然后进行消费。分期贷消费者可以向消费金融公司提出消费贷申请并在合作的商家进行消费,之后按期还本付息。截止到 2018 年 6 月,已经有 26 加持牌消费金融公司。但申请牌照的门槛仍比较高,要求一年营业收入不低于 300 亿元并且主发起人必须为金融机构且所占股份不低于 30%。持有牌照后,可以通过同业拆借及资产证券化进行融资进一步降低自己成本。

2.4. P2P 平台

P2P 平台作为信贷的中介平台,提供的消费金融产品以小额分散的现金贷为主。借贷者在 P2P 平台上申请贷款并由平台进行审核,投资人选择平台上的投资项目进行投资注入资金,之后借贷者便可进行消费并按期归还贷款给投资人。P2P 的信用风险较高,由于监管升级,一度掀起暴雷潮。与电商平台相比,缺乏用户消费数据,在风险控制和获客能力上有所欠缺。

2.5. 银行机构互联网化

银行不仅可以以参股方式成立消费金融公司,还可以在原有信用卡业务上开展消费金融业务。消费

者可以向银行提出贷款申请，可以选择在银行自营的电商平台进行消费，或者得到现金贷款到其他商家消费，并按期偿还贷款。主要面对具有较高信用评级的次优客户，风险低，但评估效率和通过率也较低，整体业务规模有限。

总体上，互联网消费金融领域的发展呈现出以下特点：1) 市场参与主体众多，电商消费金融和消费金融公司发展稳健、前景看好，P2P 平台行业正在集中规范阶段回归信息中介本质，其他类的发展仍在探索和完善阶段。2) 运营模式相对统一，除 P2P 平台是信息中介角色外，其他主体都是以直接或者合作债权人给消费者提供消费贷或现金贷的信贷服务。3) 资金来源广泛，其中银行机构及持牌消费金融公司资金成本较低，其他非银行机构资金成本相对较高，各消费金融平台逐渐探索消费金融资产的证券化方式(ABS)以降低资金成本，预计未来 ABS 规模将扩大。4) 消费场景渗透，各类主体不在局限于自身平台消费场景或某一领域的消费分期，而是不断向各类垂直和平行消费领域深入拓展，构建流量大的场景生态，消费金融产品与消费场景结合将会更加紧密。

3. 政策监管

由于互联网消费金融配套的金融基础设施不发达，使其发展经常面临监管和合规问题[7]。在互联网消费金融发展初期，国家监管政策仅出台了《消费金融公司试点管理办法》这一规范性文件，2015 年 7 月发布的《关于促进互联网金融健康发展意见》中关于互联网金融的内容也只提及了消费金融公司[8]，从 2016 年开始，随着网络借贷问题涌现，政府不断出台网络借贷业务的严格规范文件，然而除网络借贷外，在电商、分期购等平台上的消费金融业务也存在诸多问题，这一监管空白不利于互联网金融的健康持续发展。通过阅读大量现有关于互联网金融的监管方面的研究，总结出三类主要监管问题。

3.1. 现金贷监管

现金贷由于具有高利率高风险低门槛的特点，监管问题尤为突出。一般像银行和消费金融公司这类有资质的企业，借贷业务的合规运营可以保障，但是对于以民间借贷方式发放消费信贷的企业在现有法律体系下仍处于监管空白。这部分企业大多属于 P2P 网络借贷企业，因监管空白，部分这类企业异化为规避监管的工具，存在非法经营、非法催收、恶意欺诈等行为[9]。

3.2. 企业行为监管

从企业的准入审查到各项消费金融业务的开展都需要防范企业违规行为的发生。近年来企业被爆出资金挪用、诱导性宣传及掠夺性放贷等行为，造成了极大的社会不良影响。对企业行为的监管，包括对机构管理者、股东的监管，防范他们的内幕交易及资产侵占；以及对交易和清算系统的监管，防止平台后台操作或者卷款跑路，今年 6 月，银行关闭第三方支付机构的直接代扣渠道，也说明未来对资金结算系统的监管越来越严；还有对企业内部控制的监管，由于消费金融业务的特殊性质，企业的内部控制风险高，需达到一定能力才有资质开展。

3.3. 消费者保护

首先是消费者的信息安全，大量消费者的信用数据集中在平台，如果出现技术问题或者企业违规出售造成数据泄露，势必导致消费者信用数据被滥用，隐私受到侵犯。第二，企业之间的恶性竞争可能导致过度授信，诱使消费者过度借款而过度消费，使消费者陷入债务危机。同时，这又进一步导致了对消费者暴力催收的恶性事件。第三，消费者处于信息不对称的劣势地位，企业若有意欺诈，消费者利益将很容易受到侵害。

监管问题的本质来源于风险，所以对于监管政策建议的大方向主要集中于两点：第一，建立金融合规、场景依托和技术驱动三位一体的金融风险防范体系，突出监管科技在政府监管中的重要作用[10]。可借鉴国外经验，针对产品特点进行分类监管，有的放矢，完善法律体系，填补监管空白。第二，大数据征信数据共享，完善征信体系。目前许多消费金融平台如京东白条、苏宁任性付已纳入征信体系。建立统一的征信平台，实现数据共享有利于政府监管也推动了消费金融的健康发展[11]。

4. 风险控制

在行业发展的早期阶段，由于尚处于监管灰色地带，企业完全可以通过风险定价。然而，为劣质客户定价更高的接待率从未平衡坏账风险。但 2017 年末的监管出台要求利率不得超过 36%，从而让更多企业不得不开始重视风控。关于互联网消费金融的风险研究，大多从企业贷款人角度，包括：市场风险、监管风险、法律风险、技术风险等[12][13][14]，对于借款方存在的风险研究倒是相对较少，但是随着企业发展模式的逐渐成熟，真正影响企业效益的风险主要来自于借款方的信用风险和欺诈风险。特别是随着骗贷产业链的疯狂增长，欺诈风险更为严峻。互联网消费金融现在面临的主要有三类风险：信用风险、欺诈风险以及技术风险。

4.1. 信用风险

信用风险指违约风险，即消费者到期无法按约定还款付息而给贷款企业造成损失。根据央行的统计数据，央行个人征信记录收录了 8.8 亿自然人，其中仅 3.8 亿有信贷记录，这些央行征信系统中记录良好的人成为银行主要目标客户，而大部分无征信记录的次优客户成为互联网消费金融的主要目标客户，从而导致该领域较高的信用风险。电商类消费金融依靠自身积累的消费者数据进行征信，其他分期购等平台更多依赖互联网第三方征信，在征信数据共享度较低的现下，这些方式都存在一定的局限性，比如说可以通过虚假操作或数据造假来提高芝麻信用分等。因此，利用互联网信息作为用户征信条件仍存在不足。

4.2. 欺诈风险

欺诈风险既包括不良互联网消费金融平台恶意诱导贷款，如校园分期购物平台利用零利率、零首付来诱导大学生过度消费的事件，还包括恶意骗贷，借贷双方都存在欺诈风险。前者由于信息不对称，企业对贷款协议信息披露不充分，加上消费者金融知识的缺乏，而导致消费者陷入被欺诈的风险。后者主要是由于放贷过程的纯线上化导致给贷款人利用虚假信息、甚至是专业的骗贷产业链以可趁之机。

4.3. 技术风险

技术风险是互联网金融的一级风险，原因在于互联网消费金融是依托互联网技术而发展起来的新兴产业。技术风险的产生来源于内部和外部两方面。内部问题在于平台系统自身可能在设计、运行方面存在重大缺陷，以及企业的硬件故障。外部风险则是病毒软件和黑客的攻击。这些技术风险给互联网消费金融平台的正常运营和消费者信息、财产安全带来极大的隐患。

对于互联网消费金融的风险防控，可以适当借鉴美国和欧盟等具有成熟风控体系国家的经验。虽然国外与国内金融体系具有很大差异，但是美国和欧盟却是世界上最大的消费金融市场。在美国，对信贷消费和个人征信都有非常详细的一整套法律法规，有专门的信用机构为消费金融公司提供征信服务，且信用机构彼此之间的资料库相通。而且在失信惩戒方面，政府和信用机构会给失信者双重压力，失信成本昂贵。而欧盟的消费金融公司为降低信用风险会与保险公司合作以得到保障，同时公司还会聘请专业的律师给消费者提供法律顾问和咨询服务，切实保障消费者权益。

通过以上分析,对于风险控制需要政府、消费者和信贷企业的共同努力。1) 政府需要完善法律法规及相应的监管制度,可以牵头建立征信数据的共享平台,同时对失信者建立法律约束,提高失信成本。2) 消费者需要提升自身信用意识及金融知识以防范欺诈风险。3) 信贷企业一方面需要加强内部技术管理以应对技术风险,另一方面应审慎使用大数据技术实现对贷前审查、贷中复查及贷后管控全流程的风险控制,利用人脸识别、指纹识别等技术防范欺诈风险。同时信贷企业可以考虑与第三方保理公司合作来降低自身损失。

5. 总结与建议

通过对互联网消费金融的发展概况、政府监管、风险控制三个方面进行综述,可以看出,虽然我国互联网消费金融迎来了重要的发展机遇,但也面临着诸多困境。对于未来互联网消费金融的发展,除了所提及的政府监管和风险控制等方面的建议,从行业的角度来讲,可能还需要从以下两方面完善:1) 加强行业之间的合作:行业的良性发展更多的是靠行业之间的合作,如建立反欺诈联盟,共享黑名单;通过加强交流合作,来降低市场波动及系统性风险。可以通过建立行业协会的方式,让会员之间以及会员与政府之间建立有效的沟通机制,进而让行业协会更好地发挥协调、监督的作用。2) 降低资金成本,提高服务质量:未来的行业内竞争最终还是靠服务的差异化竞争而非恶性竞争。资金成本降低,可以保证企业能够在较低的利率的下放贷,为消费者提供更好的信贷产品,可以像欧盟的消费金融公司那样提供法律服务保障消费者权益。各大消费金融平台运营模式相似,现在的很多产品同质化严重,因此未来互联网消费企业应看重自身的服务质量。

参考文献

- [1] 赵萍. 互联网消费金融发展分析[J]. 中国金融, 2018(19): 53-55.
- [2] Elliehausen, G. and Hannon, S.M. (2018) The Credit Card Act and Consumer Finance Company Lending. *Journal of Financial Intermediation*, **34**, 109-119. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2018.01.007>
- [3] Keys, B.J. and Wang, J. (2018) Minimum Payments and Debt Paydown in Consumer Credit Cards. *Journal of Financial Economics*, **131**, 528-548.
- [4] 黄小强. 我国互联网消费金融的界定、发展现状及建议[J]. 武汉金融, 2015(10): 39-41.
- [5] 王文娟, 赵梦珂. 互联网消费金融发展前瞻[J]. 中国金融, 2018(20): 67-68.
- [6] 鄂春林. 互联网消费金融: 发展趋势、挑战与对策[J]. 南方金融, 2018(3): 85-92.
- [7] 谢平, 邹传伟, 刘海二. 互联网金融监管的必要性与核心原则[J]. 国际金融研究, 2014(8): 3-9.
- [8] 赵卫华, 高黎红, 曾铁薇. 互联网背景下消费金融发展新趋势及监管探析[J]. 金融发展评论, 2016(8): 134-139.
- [9] 杨东. 从现金贷监管政策看消费金融规范和发展之路[J]. 清华金融评论, 2018(1): 23-24.
- [10] 曹淼孙. 互联网消费金融内涵、商业模式及创新监管对策[J]. 改革与战略, 2018, 34(9): 53-58.
- [11] 林慰曾, 施心德. 互联网消费金融: 信用错配、修复与完善[J]. 南方金融, 2018(6): 73-81.
- [12] 冯源. 我国互联网消费金融风险及其防范的分析[J]. 中国国际财经(中英文), 2018(5): 183-184.
- [13] 尹一军. 互联网消费金融的创新发展研究[J]. 技术经济与管理研究, 2016(6): 67-71.
- [14] 仇晓光, 刘闻博. 互联网金融风险防控论纲[J]. 江西社会科学, 2015, 35(9): 166-171.