

LIANHE
IDENTIFICATION
EVALUATION
IMPACT
PLAN

2024 年消费金融行业分析

联合资信 金融评级一部



联合资信评估股份有限公司
China Lianhe Credit Rating Co., Ltd.



2023 年，消费需求恢复、增资、股权划转等因素促进了消费金融公司资产端业务的发展，消费金融公司资产规模保持持续增长态势，且头部化、分层化趋势显著。2023 年以来，国家层面出台了《关于推进普惠金融高质量发展的实施意见》《关于金融支持恢复和扩大消费的通知》等多项促进消费的针对性政策，加大新型消费和服务消费金融支持，积极推动消费复苏，政策导向对消费金融行业发展带来一定红利，有助于消费公司信贷业务的持续发展。从业务规模看，随着资产端业务规模的持续增长，我国消费金融公司资产规模保持增长趋势，截至 2023 年末，31 家消费金融公司资产总额已突破万亿元，为 12086.80 亿元，同比增长 36.66%，增速有所回升，一方面是受整体市场消费需求逐步恢复，另一方面是部分消费金融公司进行增资及股权转让后承接或发力消费信贷业务使得业务规模增长较明显所致，整体行业规模进一步扩大。其中，2023 年末招联消金、蚂蚁消金和兴业消金 3 家消金公司的资产规模合计 5030.07 亿元，占上述消费金融公司总资产规模的比重超过 40%，头部效应保持显著。

消费金融公司继续推进线上化转型，但第三方引流模式仍占有较高比重，自主获客能力仍有较大提升空间；与此同时，消费金融公司逐步开始布局线下业务，线下业务以自主获客为主，短期内线上化发展仍是行业主要趋势。在线上获客方面，2023 年以来，消费金融公司持续推动线上化转型，一方面是由于疫情的影响使得消费金融公司更关注轻资产、高效快捷的业务模式，另一方面数字化时代背景下，线上业务转型有助于消费金融公司降本增效，并同时避免线下业务带来的合规风险。2023 年，消费金融公司累计发放线上贷款 2.47 万亿元，占全部贷款的 96.17%。根据《中国消费金融公司发展报告（2024）》（以下简称“报告”）披露数据显示，目前 31 家消费金融公司均开展了线上业务，其中 10 家消费金融公司完全采取线上方式获客，25 家消费金融公司线上第三方引流获客占比超过 50%，较 2022 年新增 3 家，同时半数消费金融公司该渠道投放占比仍呈现上升趋势。大部分消费金融公司线上自营渠道占比呈现上升态势，2023 年，有 27 家消费金融公司通过线上自主投放展业，其中 3 家自主投放比例超过 50%，较 2022 年减少 1 家，但 25 家消费金融公司自营渠道低于 20%，整体自主获客能力仍有较大提升空间。线下获客模式主要是以直营模式或中介渠道合作来进行展业，有银行背景的消费金融公司由于自身具备零售信贷的资源禀赋，倾向于选择更高比例的线下自主投放方式获客。2023 年，21 家消费金融公司通过探索线上与线下结合的方式开展普惠金融服务，开展线下业务的消费金融公司较 2022 年增加 4 家，其中 18 家消费金融公司以线下自主投放方式获客，3 家线下自主投放业务量占比超过 50%，9 家线下自主投放方式占比有所上升。从线下第三方渠道看，少数消费金融公司采取了此种获客模式，但其中大部分公司该渠道投放占比不高。

2023 年消费金融公司不良贷款率略有下降，整体信贷资产质量相对稳定，拨备

水平充足，具有较强风险抵补能力，但考虑到经济形势仍有所承压等因素，仍需关注行业后续资产质量变化；消费金融公司进一步探索不良资产处置方式，不良贷款转让有所提速。从资产质量表现看，截至 2023 年末，我国消费金融公司平均不良贷款率为 2.14%，较 2022 年末下降 0.08 个百分点，或与信用风险的暴露有一定的滞后性、行业短期内贷款规模增速回稳有关，近年来整体信贷资产质量相对稳定。此外，值得注意的是，2023 年消费金融公司不良资产转让有所提速，或与不良贷款转让试点机构范围扩大、不良资产增多等因素有关。截至 2023 年末，在已开业的 31 家消金公司中，已有 23 家消费金融公司开设了不良贷款转让账户，根据《不良资产转让试点业务年度报告（2023 年）》数据显示，有 11 家消费金融公司实际开展 18 单不良贷款批量转让，涉及债权成交规模为 183.70 亿元。从拨备水平来看，2023 年末消费金融公司拨备覆盖率 279.20%，拨备充足，具有较强的风险抵补能力。2024 年上半年，从部分已披露初步数据的消费金融公司来看，受外部环境经济承压、贷后管理难度上升、部分线下大额业务风险上升等因素影响，不良贷款率有一定抬头趋势，仍需关注后续整体资产质量变化及拨备水平的变化情况。

消费金融公司负债端资金融入对同业借款渠道依赖程度仍较高，2023 年以来部分消费金融公司通过结构化融资、银团贷款等方式拓宽融资渠道，且行业金融债券发行重启，中长期资金来源有所拓宽，但整体融资渠道仍较为单一。截至 2023 年末，消费金融公司融资余额为 10323.83 亿元，较上年末增长 39.50%，增速有所提升，与资产规模增长基本匹配；同业借款仍然为消费金融公司资金融入的主要渠道，2023 年末占比为 76.90%，其他占比相对较高的融资渠道包括股东存款（占比为 8.50%）和银登中心资产流转工具（占比为 7.00%）。其中，自 2022 年以来，消费金融公司在银登中心资产流转融资余额上升，主要原因为蚂蚁消费金融持续承接花呗和借呗业务，对资金的需求量较大，加之其因成立年限等因素尚未取得发行 ABS 和金融债的资质，故较多利用信贷资产流转融资所致。资产证券化产品方面，2023 年以来，随着消费相关行业逐步回暖，叠加监管持续释放支持消费信贷的信号，消费金融公司发行资产证券化产品规模显著增长，当年有 8 家消费金融公司发行了 18 单资产证券化产品，合计规模为 251.41 亿元。从金融债发行情况来看，2023 年 10 月，金融监管总局颁布《非银行金融机构行政许可事项实施办法》，取消了消费金融公司等非银行金融机构发行非资本性债券审批，2023 年以来，兴业消费金融、招联消费金融、杭银消费金融、中邮消费金融、中银消费金融、中原消费金融、海尔消费金融、苏银凯基消费金融和马上消费金融成功发行多期金融债，消费金融公司债券发行活跃度有所上升。另外，相较于发行资产证券化产品及金融债券等融资方式，银团贷款因其准入门槛相对较低、操作流程更为便捷，获得多家消费金融公司青睐，但目前占比不高。

消费金融公司盈利表现较好，但 2024 年以来利润表现分化的现象进一步凸显，

综合定价水平下行、风险资产减值损失计提和核销需求的上升也使得未来利润增长面临压力；资本补充较为依赖增资扩股，行业资本金规模持续扩大。2023 年，消费金融公司整体盈利水平保持较好，头部效应依然显著，但部分头部公司的利润增速呈现一定放缓趋势，2024 年以来，从部分披露了初步数据的消费金融公司来看，受市场竞争、资产质量下行、拨备计提等因素影响，多家头部消费金融公司营业收入和利润水平有所下降，部分腰部公司盈利表现逆势增长，行业分化进一步加剧。利率定价方面，根据中国消费金融公司发展报告数据显示，消费金融公司客户加权平均综合定价均在 24% 以内，大部分消费金融公司综合定价水平下降。在利率上限与 LPR 下行等因素的多重考验下，消费金融公司定价空间被控制，一方面考验各机构综合运营能力、成本控制能力，另一方面风险资产面临的减值准备计提及核销需求等也使得消费金融公司未来盈利能力或面临一定增长压力。

资本管理方面，近年来，消费金融公司的资本补充主要依赖增资扩股，2023 年有 5 家消费金融公司累计增加注册资本 236.35 亿元，其中主要为蚂蚁消金增加注册资本 150 亿，行业资本金规模持续扩大，为业务扩展奠定了较好基础。从资本充足水平来看，近年来业务增长过程中，消费金融公司对资本的消耗有所加大，2023 年以来消费金融公司增资提速，资本充足率小幅提升，截至 2023 年末，消费金融公司的资本充足率为 14.30%。

监管政策层面，消费金融领域监管政策对公司治理、业务发展及风险控制的要求进一步细化，利于整体消费金融行业规模的扩容、市场活跃度的提升以及长远稳定化的发展。2023 年 10 月，《非银行金融机构行政许可事项实施办法》发布，进一步简化放宽了消费金融公司债券发行的行政许可要求，取消了消费金融公司非资本类债券发行的审批机制，改为事后报告制，明确资本类债券储架发行机制，一方面体现了对于消费金融公司监管向银行类进行靠拢的趋势，同时也有利于消费金融公司拓展资本补充渠道，缓解自身经营期间的资本补充压力。此外，2024 年 3 月，国家金融监管总局发布《消费金融公司管理办法》（以下简称《管理办法》），优化准入政策，提高主要出资人持股比例至 50%、将最低注册资本提升至 10 亿元，增设部分监管指标，如规定消费金融公司担保增信业务余额不得超过公司全部贷款余额的 50%，限制盲目扩张，并在后续给予一定的整改过渡期，且对业务范围进行了优化调整，该政策大幅提升了消费金融公司的准入门槛，引导消费金融公司专注主责主业，并在公司治理、风险管理与风险处置、消费者权益保护层面均有细化规定，有利于整体消费金融公司的合规化、精细化及稳健化运营发展。2024 年 9 月，国家金融监督管理总局发布《关于促进非银行金融机构支持大规模设备更新和消费品以旧换新行动的通知》，鼓励消费金融公司积极支持居民耐用消费品绿色更新和品质升级，对家电换“智”、家装厨卫“焕新”等消费需求提供金融支持，进一步提升消费信贷的便利度，或将有助于进

一步刺激居民消费需求，利于消费金融公司信贷规模的持续提升。

联系人

投资人服务 010-85679696-8624chenjialin@lhratings.com

免责声明

本研究报告著作权为联合资信评估股份有限公司（以下简称“联合资信”）所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“联合资信评估股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本研究报告的，联合资信将保留向其追究法律责任的权利。

本研究报告中的信息均来源于公开资料，联合资信对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本研究报告所载的资料、意见及推测仅反映联合资信于发布本研究报告当期的判断，仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。

在任何情况下，本研究报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。联合资信对使用本研究报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。