

互联网消费金融发展动因与模式分析

聂 政

(江西财经大学, 江西 南昌 330013)

摘 要:在翻阅相关文献的基础上,找出中国互联网消费金融的几大主要发展动因,总结归纳出目前存在的多种模式,并分析不同模式间的优劣势。

关键词:互联网消费金融;发展动因;发展模式

中图分类号:F832

文献标识码:A

文章编号:2095-0748(2017)05-0010-02

1 互联网消费金融发展动因

1.1 传统消费金融业务定位的局限

20 世纪末中国人民银行先后颁布《个人住房贷款管理办法》、《汽车消费贷款管理办法》和《关于开展个人消费信贷业务的指导意见》,中国消费金融序幕就此拉开。2004 年中国成立了上汽通用汽车金融公司,提供购车相关贷款,2010 年中国开始试点设立包括北银、中银、四川锦程、捷信在内的多家消费金融公司,提供的产品逐渐多样化,涉及婚庆、旅游、教育等多个小额消费贷款领域。但在中国,消费金融的发展依旧不完备,具体表现在产品结构不合理和贷款主体单一化两方面上。从 2014 年这一互联网消费金融发展的标志年份来看,消费贷款产品份额绝大部分被房贷、车贷所占据,二者在消费信贷的比重大约为 85%。并且贷款主体仍然为银行,提供超过 70%的贷款额。而互联网消费金融则恰好瞄准了当下的市场空白,提供小额贷款或是其他多样化产品,以其快捷、便利的特点,满足了广大消费者的需求^[1]。

1.2 社会征信系统的发展

对于互联网金融公司而言,风控的效果往往决定着成败,而风控的核心即是征信。伴随着互联网金融的发展,我国社会征信体系在不断完善。在此之前则基本只有央行征信系统,以及如上海资信、深圳鹏元 and 北京安融惠众等少数几家第三方机构,而在当下伴随着大数据技术的应用,诸如芝麻信用、腾讯征信等互联网征信也在发展,通过运用大数据,能够评

估用户信用,有效地补充了我国信用体系当中的不足,互联网消费金融平台则通过接入不同征信机构,获得客户的信用信息并加以评估,能够更好地控制风险。

1.3 电商平台的兴起

消费金融固然需要有消费场景,通过各大安装 pos 机的购物商城,银行信用卡才能推广开来。互联网消费金融的发展也是同样的逻辑,由于天猫、京东等众多网络商城的出现,培养了部分人群网购的消费习惯。依托中国兴盛的网购平台,网络贷款也将目标转向了广大的消费者,让其在购物时也能够获得类似银行信用卡、按揭支付的金融服务,由此推动了互联网消费金融的发展。

2 互联网消费金融发展模式

1)互联网消费金融模式按照贷款主体的不同可分为:基于消费金融公司的互联网消费金融服务模式、基于银行的互联网消费金融服务模式、基于电商的互联网消费金融服务模式以及分期购物平台等四类模式。

其中,基于消费金融公司和基于银行的互联网消费金融服务模式其实是传统消费金融机构的互联网化,更多意味着传统消费金融在受到冲击后做出的主动调整。如工商银行的“逸贷”业务,允许客户申请消费信贷并在工商银行自建的“融e购”网上商城上购物。再以招联消费金融公司为例,推出的互联网金融产品如“好期贷”,允许芝麻信用在 700 分以上的用户申请一万元以内的贷款。基于这两大主体的互联网消费金融服务模式的优势在于:第一,可以利用已有的丰富客户资源,多年的金融业务已经让诸如银行、消费金融公司积攒了一大批优质客户;第二,已经建立起比较完善的风控系统,尤其是对于银

收稿日期:2017-03-03

作者简介:聂政(1997—),男,江西樟树人,本科在读,现就读于江西财经大学,研究方向:金融学。

行来说,在风控方面的经验能很好地作用于其在互联网消费金融方面的探索。与**互联网结合的更紧密的则是电子商务系消费金融平台以及分期购物平台**。前者在部分论文中亦被划归为**以自有产业链为主线的消费金融平台**,主力为**依托京东的京东白条,以及依托阿里巴巴的蚂蚁花呗**。电商消费金融平台有其独特的优势,尤其是其消费场景非常多样化,有利于消费金融的推广,甚至形成电商、物流、支付的生态闭环;与此同时电子商务平台内一般沉淀了海量用户,获客成本极低,发展消费金融可以增强用户粘性,从而实现双赢;用户在平台内的购物、支付和评价记录等行为数据均可以用于形成个人信用评价体系,因此通过大数据应用,平台也能低成本地控制风险。最后一类为分期购物平台,也被划归为**以他有产业链为依托的消费金融平台**,如趣分期、分期乐、学好贷等。由于**风控原因,其发展受到较大局限,目前此类平台主要对特定人群如大学生开放,便于风险管理,并且产品投放具有针对性,能够更好满足特定人群的需求**,但就中国电子商务研究中心2016年数据显示:分期乐以39.65%的投诉率高居所有互联网金融平台之首,趣分期以12.5%的投诉率位居第二,说明此类分期购物平台的金融服务还需要很大改进^[2]。

2) 互联网消费金融模式按照贷款方式的不同可以分为现金模式和代付模式。

其中现金模式是指互联网消费金融平台直接提供小额现金贷款,由客户自己决定现金流向的贷款模式。例如招联消费金融公司的“好期货”、捷信消费现金贷、阿里巴巴的“借呗”。而代付模式则是指客户在网上商城进行消费时,消费金融平台先行垫付,而后由客户以一定利率向平台分期归还款项。例如京

东白条、趣分期、工商银行的“逸贷”产品都是运用此种模式的。尽管这两种放贷模式不同主体都有涉足,但不难看出大部分以银行、消费金融公司为主体的平台主要采用现金模式,而电商消费金融平台、分期购物平台则主要采用代付模式。原因在于代付模式需要与实际消费场景相结合,而这正是电子商务平台,以及与之相合作的分期购物平台所具有的优势,对于银行来说,需要拓展与更多商户的合作,或是搭建自己的网上商城,例如工行自建的“融e购”,但要与其他渗透率更高的电商平台如京东、天猫等竞争显然存在一定难度。而现金模式则恰好需要更加良好的风控体系,银行相较之下经验更为丰富,个人征信系统也更为完善。而反观趣分期等互联网消费金融平台,由于目前个人信用的不完备,则需要对风险进行更为严格的管理以减少坏账率,采用代付模式,了解客户的资金用途能帮助其提高对风险的管控,采用**现金模式则较难做到^[3]**。

互联网消费金融发展有其必然性,虽然其发展无法完全取代传统消费金融,但亦是对我国消费金融领域的一种重要补充,并且各大主体间的相互竞争,开始让这个市场产生了活力。而电商、互联网金融平台、银行、消费金融公司四大主体各自的优势与劣势,也将其导向了不同的服务模式,互联网消费金融的前景将值得期待。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 冯科.互联网消费金融的创新[J].中国金融,2016(11):32-34.
- [3] 中国人民银行中关村国家自主创新示范区中心支行课题组.互联网金融对传统消费金融:冲击与竞合[J].南方金融,2016(12):57-63.

(编辑:王璐)

Analysis on the Motivation and Mode of Internet Consumption Financial Development

Nie Zheng

(Jiangxi University of Finance and Economics, Nanchang Jiangxi 330013)

Abstract: Based on analysis of related papers, the article aims to figure out vital reasons for the appearance and development of Internet consumer finance, as well as summarize various patterns of it existing at present, and analyzes the advantages and disadvantages among these patterns.

Key words: Internet consumer finance; motivations; patterns