

消费金融行业分析报告

引言：在全球经济放缓，国内经济结构处于转型升级的背景下，消费是促进经济增长的主要动力之一，消费金融行业的出现可以进一步刺激消费，扩大内需，推动经济增长。近年来，随着消费需求和可支配收入的逐年增加，消费金融供给主体不断增多，在鼓励支持的市场政策下，商业银行、消费金融公司、互联网消费金融机构都得到了快速的发展，消费金融市场从供给不足的卖方市场转向供求平衡，市场竞争程度加剧，消费金融行业从快速发展期进入调整期。在 2020 年疫情冲击下，全国线下场景消费进入停滞期，这促使消费金融行业数字化转型，向线上场景拓展业务。在后疫情时代，从短期来看由于疫情后消费需求的释放以及政策的放松下，我国消费金融行业会有一定的发展空间。在未来，消费金融行业要想长久持续的发展，应该积极主动深耕场景金融、加强金融科技与业务的结合、加强内部管理降低资金成本、多主体、业务多元化、规范、普惠的发展

1、消费金融行业发展概况

1.1 定义与分类

消费金融是指向各阶层消费者提供信用贷款的现代金融服务方式，以此满足消费者购物、旅游、教育等消费的资金需求。消费金融有广义和狭义之分，广义的消费金融包括商业银行向消费者发放的住房贷款、汽车贷款、信用卡等以及持牌消费金融公司提供的基于家装、旅游、教育等场景的消费贷款和新兴的基于网络购物为消费者提供的购物分期服务的互联网消费金融；狭义的消费金融，即向借款人提供的以消费（不包括购买房屋和汽车）为目的，一般贷款周期不超过 24 个月，授信额度不超过 20 万元，小额、分散的无抵押信用贷款。

消费金融按照是否依托具体消费场景可以分为消费贷和现金贷。个人消费贷是指依托具体消费场景，银行、消费金融公司、电商等平台对消费者个人提供用于购买耐用消费品或支付各种费用的特定消费贷款。其特点是资金供给方直接将资金提供给消费场所，限定了借款的用途。而现金贷是指不依托具体消费场景，直接将资金发放给借款人，借款人获得资金后具体用途并不限定。

按照参与机构和法律主体的不同，消费金融可分为商业银行、持牌消费金融公司和新兴互联网消费金融三种模式。商业银行消费金融模式，是指商业银行主要通过住房按揭贷款、汽车贷款、信用卡和一般性消费贷款向消费者提供金融服务。其消费贷款一般具有贷款金额大、期限长等特点。商业银行是消费金融市场的传统参与者，依托其自身的客户优势和核心技术能力，商业银行在消费金融服

务中具有资金供给充裕、成本低等优势。持牌消费金融公司，是银监会批准成立，不吸收公众存款，可以从事向消费者发放个人消费贷款、向境内金融机构借款、同业拆借、发行金融债券、固定收益类证券投资等业务。消费金融公司按照股东背景来看可以分为银行系、非银行系，目前国内持牌消费金融公司主要是银行系，如北银消费金融、四川锦程消费金融、中银消费金融、兴业消费金融、中邮消费金融等，非银行系有捷信消费金融、海尔消费金融、马上消费金融、苏宁消费金融等。互联网消费金融模式目前主要依托于电子商务平台，以电商平台用户的消费数据作为其授信和风控的基础，当用户在电商消费平台提出信贷申请后，互联网消费金融公司替客户向电商平台支付费用，而用户就可以直接享受产品或服务。目前主要的互联网消费金融有花呗、京东白条。

1.2 消费金融行业市场规模

近年来，随着我国经济的持续增长，居民的人均收入和消费能力的稳态增加，消费需求的升级，消费金融行业的市场规模不断扩大，无论是以商业银行、持牌消费金融公司为代表的传统消费金融机构，还是以电商平台、网络借贷平台为代表的新兴互联网消费金融机构都得到了快速的发展。在《2020 消费金融数字化转型主题调研报告》中显示，境内狭义消费信贷市场（不含房贷、车贷）规模从 2012 年的 2.9 万亿人民币增长到了 2020 年 17.1 万亿人民币，预计 2022 年将达到 22.5 万亿人民币。

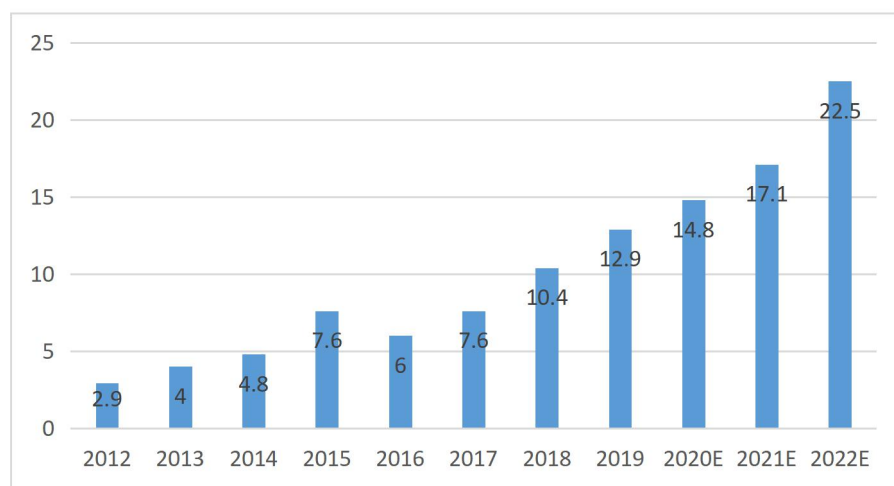


图 1 境内狭义消费信贷市场增长情况（单位：万亿人民币）

从消费金融供给主体看，（1）获得审批的消费金融公司数量从 2010 年的 4 家上升到目前的 30 家。根据银行业协会的统计，截至 2019 年末持牌消费金融公司资产规模达到 4988 亿元，比 2018 年上升了 28.67%，贷款余额达到 4723

亿元。(2)在上市银行消费贷方面,据央行统计,截至2020年末银行业存款类金融机构贷款余额48万亿,剔除房贷后为14万亿,其中信用卡余额余额为8万亿,其他一般消费贷款余额为6万亿。(3)对小额贷款公司和消费金融信托,小额贷款公司数量呈逐年缓慢下降趋势,2020年末共有7118家,贷款余额为8888亿元。据信托业协会统计,2019年末开展消费金融信托业务的信托公司共41家,贷款余额较上年大幅度增加,达到5226亿元。

表1 当前获批筹建的30家消费金融公司一览表

序号	持牌消费金融公司	股东结构	注册资本	获批时间	营业收入			净利润			总资产		
					2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
1	北银消费金融公司	北京银行35.29% 森达消费金融公司20% 利时集团股份有限公司15%	8.5亿	2010年2月24日				0.3	0.4	0.5	39.6	63.7	81.0
2	四川锦程消费金融	成都银行38.86% 周大福企业有限公司25% 凯帆融资租赁有限公司	4.2亿	2010年2月25日	2.3	5.3	7.5	0.8	1.7	1.2	33.0	73.4	88.2
3	中银消费金融	中国人民银行42.8% 百联集团22.08% 上海陆家嘴金融发展控股有限公司13.44% 中银信用卡有限公司13.23%	15.14亿	2010年6月3日	50.6	43.1	43.1	5.6	6.6	4.5	362.2	329.0	379.0
4	捷信消费金融	捷信集团100%	70亿	2010年10月26日	182.1	170.4	112.1	14.0	11.4	1.4	990.8	1045	652.1
5	招联消费金融	中国联通股份有限公司50% 招商永隆有限公司25.85% 招商银行股份有限公司24.15%	38.69亿	2014年8月28日	69.6	107.4	128.2	12.5	14.7	16.6	747.5	927.0	1089
6	兴业消费金融	兴业银行66% 福建泉州市商业总公司24%	19亿	2014年10月14日	24.5	50.4	64.7	5.1	10.3	13.5	222.6	373.5	445.6
7	海尔消费金融公司	北京红星美凯龙国际家具建材广场有限公司25% 海尔集团财务有限责任公司19%	10亿	2014年12月3日	10.5	13.9	11.8	1.7	1.4	1.2	118.1	102.9	101.5
8	苏宁消费金融公司	苏宁易购49% 先声再康江苏药业有限公司16% 南京银行股份有限公司15%	6亿	2014年12月11日	7.4	4.4	4.3	0.5	0.1	-0.5	63.9	38.5	23.9
9	湖北消费金融	湖北银行股份有限公司31.91% 新疆特易数科信息技术有限公司24.47%	9.4亿	2014年12月16日	8.2	13.8	4.6	1.0	1.1	0.2	72.0	88.6	89.6
10	马上消费金融	重庆百货大楼股份有限公司31.06% 北京中关村金安技术有限公司29.51% 物美科技集团有限公司17.26%	40亿	2014年12月30日	82.4	90.0	76.0	8.0	8.5	7.1	402.6	548.2	524.8
11	中邮消费金融	中国邮政储蓄银行股份有限公司70.5% 星展银行有限公司15%	30亿	2015年1月6日				2.0	3.5	4.0	236.7	306.5	340.1
12	杭银消费金融	杭州银行股份有限公司41.67% 中国银泰投资有限公司34.92% 西班牙对外银行有限公司11.9%	12.6亿	2015年7月7日	2.9	10.1	18.7	0.2	1.2	2.4	59.5	156.7	213.6
13	华融消费金融	中国华融资产管理股份有限公司70% 合肥百货大楼集团股份有限公司15.33%	9亿	2015年10月23日	12.0	10.3		0.2	-2.6	0.04	81.5	51.1	
14	盛银消费金融	盛京银行60% 顺峰投资实业有限公司20%	3亿	2015年11月13日		3.4	6.9		0.7	0.5	33.5	40.6	
15	晋商消费金融	晋商银行股份有限公司40% 奇飞翔艺(北京)软件有限公司25%	5亿	2016年11月23日	3.4	3.7	5.5	0.8	0.5	0.5	65.7	65.2	69.2
16	陕西长银消费金融	长安银行51% 汇通信诚融资租赁有限公司25%	10.5亿	2016年6月16日	1.3	8.8	11.5	0.4	3.6	2.0	41.0	122.6	139.6
17	包银消费金融	包商银行44.16% 微梦创科网络科技(中国)有限公司40.0%	5亿	2016年11月8日									122.6
18	哈银消费金融	哈尔滨银行53% 度小满(重庆)科技有限公司30%	15亿	2016年11月8日				0.5	1.1		71.6	73.9	113.9
19	尚诚消费金融	上海银行38% 携程旅游网络技术(上海)有限公司37.5%	10亿	2016年11月17日				0.2	0.6	0.1	68.7	125.5	126.4
20	河南中原消费金融	中原银行49.25% 华平亚洲投资42%	20亿	2016年12月16日	5.2	12.2	21.1						
21	长银五八消费金融	长沙银行51% 北京城市网邻信息技术有限公司33%	9亿	2016年12月27日	1.1	7.1	13.7	0.1	2.1	2.8	30.6	103.8	138.5
22	河北幸福消费金融	张家口银行股份有限公司47.1% 神州优车39.25%	6.37亿	2017年1月18日	1.4	3.8		-0.1	0.5		72.3		
23	厦门金美信消费金融	中国信托商业银行股份有限公司34% 厦门金圆金控股份有限公司33% 国美控股集团有限公司33%	5亿	2018年4月27日	2.6	5.1		0.3	0.6		22.5	31.7	
24	中信消费金融	中信集团35.1% 中信信托34.9% 金蝶集团30%	7亿	2018年8月17日		0.4			-0.6		27.5		
25	平安消费金融公司	中国平安保险(集团)股份有限公司30% 融信有限公司28% 来融(上海)科技服务有限公司27%	50亿	2020年3月30日									
26	北京阳光消费金融公司	光大银行60% 中青旅20%	10亿	2020年1月10日									
27	重庆小米消费金融公司	小米通讯技术有限公司50% 重庆农商行30%	15亿	2020年1月10日									
28	重庆蚂蚁消费金融公司	蚂蚁科技集团50% 南洋商业银行15.01% 国泰世华银行10%	80亿	2020年9月17日									
29	唯品富邦消费金融公司	唯品会(中国)75% 富邦华一银行25%	5亿	2020年9月29日									
30	苏银凯基消费金融公司	银行50.1% 台湾凯基银行33.4%	6亿	2020年9月29日									

数据来源: Wind

1.3 消费金融产业结构分析

随着消费金融行业的不断发展，我国消费金融产业链参与主体不断丰富，消费金融行业逐渐形成一个较为完善的产业链，其中产业链的上游由大学生、蓝领、白领等消费者组成的资金需求方和银行的公众存款、自有资金，消费金融公司发行 ABS、同业拆借等获得的资金形成的资金供给方构成；产业链的中游是消费金融行业的服务商，由商业银行、持牌消费金融公司、新兴互联网消费金融公司构成；产业链下游为线上线下不同消费场景的消费供给方；消费金融的基础设施由监管部门、支付、征信、大数据风控等构成。

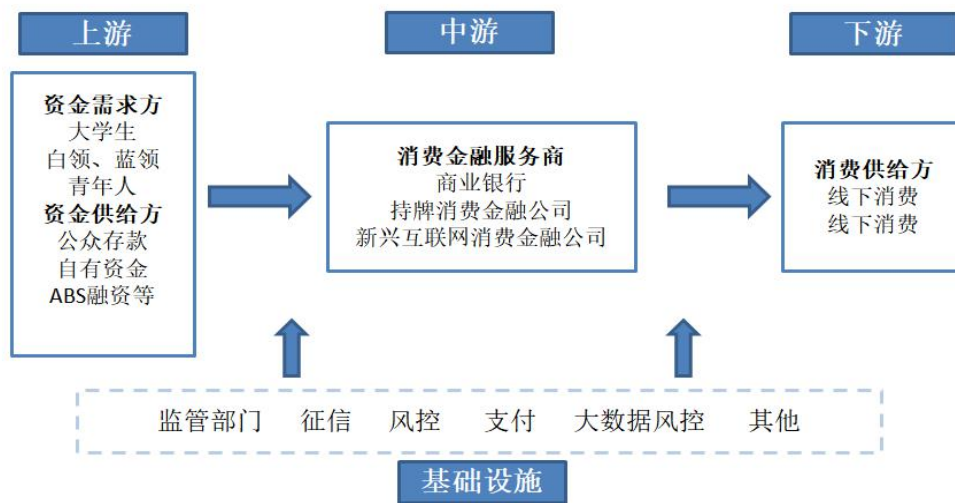


图2 消费金融产业链

1.3.1 资金需求方

从上图可以看到消费金融行业的资金需求方为大学生、蓝领、白领、青年人、农民等构成。一般来说，对于不同的信贷服务主体，其服务对象也不同，传统商业银行服务的资金需求方一般征信数据较丰富、收入较为稳定且处于中高水平，而消费金融公司、互联网消费金融主要服务于中低收入群体和下沉客户。但随着消费金融行业的不断发展与完善，商业银行、消费金融公司、互联网平台逐渐建立起多方面的合作，其服务对象也不断趋同。据中国银行业协会消费金融专业委员会统计，消费金融客户群体主要有五个特征：（1）低学历。消费金融公司客户群众多数为专科及以下学历，2019年，服务高中及以下学历客户占比在25%-50%的公司有15家，且服务的“低学历”客户有逐渐升高的趋势。（2）征信白户。征信白户是指在人民银行征信中心查询不到信用记录的客户群体。据统计，24家消费金融公司中，2019年末有9家消金公司客户中征信白户同比上升，

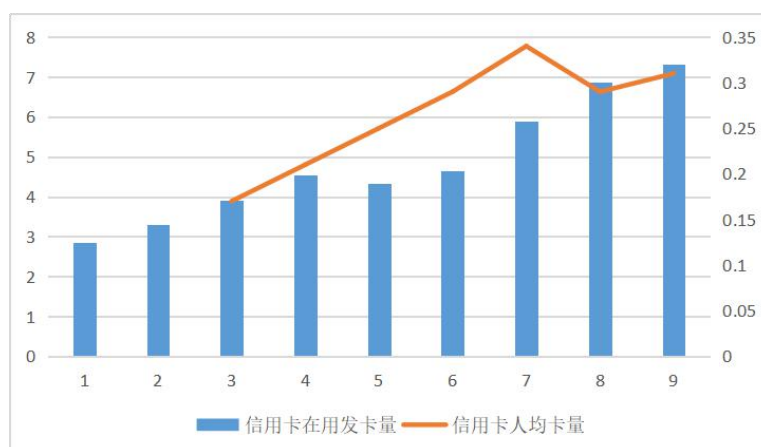
且有至少 2 家的征信白户数占比超过 25%。（3）年轻化。年轻群体的消费需求较高，但收入普遍较低，消金公司根据年轻群体超前消费、网络消费等特点开发了具有针对性的产品。据统计，90 后客户普遍占比在 50%左右，有 9 家消金公司的占比达到 50%-75%。（4）中低收入。消金公司服务的客户收入一般为 3000-5000 元，有 11 家公司反映服务的月收入在 3000 元以下的客户数量虽没超过 25%，但却不断上升，且有 4 家服务的月收入在 3000 元以下的客户占比超过 50%。（5）三四线城市。据 23 家统计数据，17 家在一二线城市的客户不足 25%，且这一比例不断下降。据 21 家可统计数据，14 家公司在三线及以下城市客户占比 25%-75%，且该比例在不断上升。

1.3.2 资金供给方

消费金融服务主体的不同，其消费信贷资金供给的来源也不同。（1）商业银行。由于商业银行拥有良好的客户基础，以及较好的信誉，可以低成本地获得稳定的存款。其资金来源除了主要的公众存款外，还可以通过同业拆借、发行债券等方式获得。（2）持牌消费金融公司。据银监会公布的消金公司的业务范围可知消金公司的资金来源主要为自有资金、发行金融债券、境内同业拆借、向境内金融机构借款、固定收益类证券投资等。（3）互联网消费金融公司。互联网消金公司不得吸收公众存款，资金来源包括自有资金、股东与投资方借款、ABS、银行等。

1.3.3 消费金融服务商

消费金融行业产业链的核心是消费金融服务商，在前文我们提到根据参与主体的不同，消费金融服务商有：传统商业银行、持牌消费金融公司、新兴互联网消费金融公司。（1）商业银行。商业银行是最早开展消费信贷业务的持牌机构。目前，商业银行主要以信用贷款和信用卡开展消费金融服务。其中，信用卡是我国消金市场中的重要产品及服务形式。据央行数据，我国信用卡发卡量除了 2015 年有轻微下降外，整体呈上升趋势，截止 2019 年，信用卡再用发卡量达到 7.46 亿张，人均持有信用卡量为 0.53 张。（2）消费金融公司。持牌消费金融公司分为银行系和产业系。在差异化竞争的过程中，商业银行不断创新以进入新兴市场，如控股或参股持牌消费金融公司，因此就有了银行系消金公司、产业系消金公司和银行系+产业系消金公司。早期的消费金融公司主要产品形态为家装贷、线下购物分期等，随着近年来互联网和线上支付的发展，部分消金公司也逐渐开始向线上转型。（3）互联网消费金融平台。互联网消费金融平台一般是由旗下银行/消费金融公司或网络小贷等牌照自营开展联合贷，或其他金融机构开展助贷业务，其典型代表公司有蚂蚁集团、度小满金融、京东数科、微众银行等。



数据来源：中国人民银行

图3 信用卡发卡量

1.3.4 消费供给方

消费金融的主要模式是将金融服务融入消费场景中，为消费者提供资金，促进买卖双方交易的形成，从而促进消费。随着互联网、移动支付不断发展，线上消费场景逐渐丰富，目前消费场景主要包括线下，线上以及线上线下相结合三种。（1）在线下消费场景中，信贷资金用途从家装、家电延伸至教育、旅游、医疗、餐饮等非耐用消费品和服务性消费领域。在线下消费场景中消费者一般使用信用卡来满足日常消费支出。（2）在线上消费场景中，电商平台是消费流入较为集中的平台，如淘宝、唯品会、京东、网易考拉，其中数码产品、家电、美妆、奢侈品等都是消费者青睐的产品类型。（3）目前，随着我国金融科技的发展，消费金融服务商一般都不只服务于线下或线上消费场景，而是线上线下同时覆盖，一方面对线下渠道进行技术升级，另一方面拓宽线上合作渠道，挖掘新市场。

1.3.5 消费金融基础设施

在消费金融产业链中，除了上游下游以及服务商构成的产业链条外，还包括与消费金融有关并对整个消费金融行业运作起到监管与支持的消费金融基础设施。其中监管机构为中国人民银行和银保监会等，主要任务是制定相关法规，监督管理消费金融行业健康发展；在资金支付流转方面，由银联、支付宝等机构提供支持；在征信方面，一般由中国人民银行征信机构中心为消费金融提供客户的征信评估；大数据风控也是消费金融行业密切关注内容，消费金融行业在巴塞尔协议监管的流动性风险、操作风险、信用风险方面比传统银行高，在风控方面，通常由大数据与金融风控及金融科技公司提供软件解决方案、优化风控模型及大数据处理等服务。

2、消费金融发展环境

2.1 经济环境

我国经济规模较大，国民经济整体保持稳定运行，2019 年，我国生产总值达到 99 万亿人民币，较上年增长 6.1%，从图 3 来看我国国内生产总值总体保持稳健上升趋势，每年增长绝对值保持在高位，为我国消费和消费金融行业的增长提供了良好的环境。

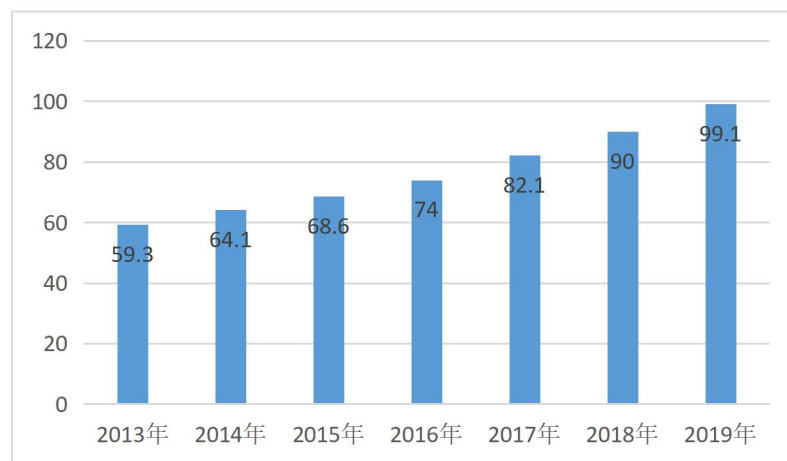


图 4 中国生产总值（单位：万亿人民币）

从下图可以看出，我国社会消费品零售总额总体呈上升趋势，从 2012 年的 21 万亿元上升到 2019 年 40.8 万亿元，虽然整体增速有所下降，但仍保持在相对较高的水平。同时我国全国居民可支配收入在 2019 年达到 3.1 亿元人民币，较上年增加了 8.9%，扣除价格因素后实际增长 5.8%。从近几年来看，居民可支配收入增速较为稳定一直保持在 9% 左右，波动弧度较小。



图 5 社会消费品零售总额（单位：亿元）

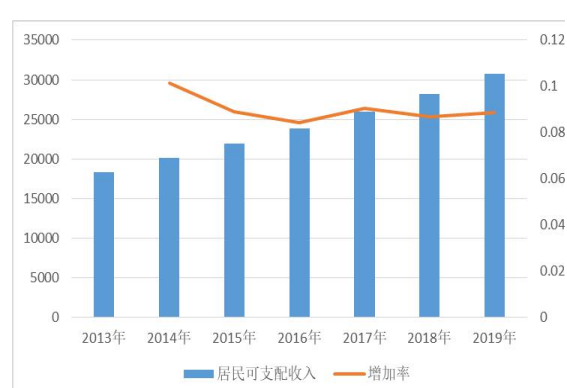


图 6 全国居民人均可支配收入（单位：亿元）

数据来源：国家统计局

社会消费品零售总额的增加，反映了我国居民的消费需求的增加。而人均可支配收入的增长，反映了我国居民消费能力的增加。居民消费需求和消费能力逐渐增强，也刺激消费金融需求的不断膨胀。整体来看，我国经济、社会消费品零售总额、居民可支配收入整体保持较为稳定的增长，为消费金融的发展提供了良好的宏观经济环境。

2.2 政策环境

消费是拉动经济增长的主要力量，我国最终消费支出对经济增长的平均贡献率，2013-2019 年为 60%左右，和发达经济体 70%、80%的水平相比，还有一定的差距。近年来国家出台多项政策促进消费升级，改善消费环境。经济增长要依靠内需，拉动内需刺激消费成为当下经济发展的重要部分，同时也给消费金融行业的发展带来了机遇。

2009 年，银监会颁布了《消费金融公司试点管理办法》，首批消费金融公司经国务院批准成立，分别为中银消费金融、北银消费金融、四川锦程消费金融和捷信消费金融。在之后政府不断出台相关政策支持消费信贷的发展，如开放地域限制、放款准入门槛、下放审批权。从消费金融发展历程来看，从消费金融的试点探索期（2009-2012）到高速发展期（2015-2017），政府出台的政策都是鼓励支持消费金融发展，2017 年消费贷流入股市和楼市，政府出台了一系列监管政策，对校园贷、网络贷、现金贷等业务进行了严格的清理与整顿，行业进入调整期。从 2018 年起，后续监管政策出台释放积极信号，促进消费金融行业的进一步增长，在此之后消费金融政策保持规范与鼓励并存。2020 年，随着 P2P 行业风险逐渐出清以及 7 月互联网贷款新规的落地，为消费金融公司营造了良好的经营环境。

表 2 消费金融行业监管政策

时间	监管政策
2009 年 7 月	银监会颁布《消费金融试点管理办法》，消费金融公司的成立，填补了金融行业的空白，使金融服务更加细化
2013 年 9 月	银监会增加武汉、泉州、广州等 10 个城市参与消费金融公司试点工作。兼顾东中西部地区以及不同层级的城市，试点城市的覆盖更广更平衡。
2014 年 1 月	修订后的《消费金融公司试点管理办法》正式实施。鼓励更多具有消费金融优势资源和分销渠道的出资人参与试点，促进消费金融公司股权多元化。
2015 年 6 月	放开消费金融公司市场准入，试点范围扩大至全国。将审批权下放到省级部门，鼓励包括互联网企业在内的各类机构发起和设立消费金融公司。
2016 年 3 月	人民银行、银监会联合印发《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》，积极培育和发展消费金融组织体系，推进消费金融公司常态化。

2017 年 8 月	国务院发布《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》,鼓励金融机构开发更多适合信息消费的金融产品和服务,推广小额、快捷、便民的小微支行方式,降低信息消费金融服务成本。
2017 年 9 月	央行广州分行、银监会广东监管局发布《关于加强个人消费贷款管理防范信贷资金违规流入房地产市场的通知》,严禁个人消费贷款资金用于生产经营、投资及支付购房首付款或偿还首付款借款等行为,不得发放无指定用途消费贷;而个人综合消费贷最高额度不准超过 100 万元,最长贷款期限不得超过 10 年。北京、江苏、深圳三地监管部门也先后发文。
2017 年 12 月	互联网金融风险专项整治工作领导小组办公室联合 P2P 网贷风险专项整治工作领导小组办公室发布了《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》,分别对校园贷、网络小额贷款、现金贷业务进行了严格的清理整顿。
2018 年 8 月	银保监会发布《关于进一步做好信贷工作提升服务实体经济质效的通知》,明确提出要积极发展消费金融,增强消费对经济拉动作用。
2019 年 9 月	银保监会浙江监管局办公室《关于进一步规范个人消费贷款有关问题的通知》,严禁资金违规挪用,违规流入股市楼市。
2019 年 11 月	央行上海分行印发《关于做好配合打击惩治“套路贷”加大消费金融业务创新的通知》,加大消费金融创新力度,严防信贷资金流向“助贷平台”。
2020 年 7 月	银保监会发布《商业银行互联网贷款管理暂行办法》,合理界定互联网贷款内涵及范围,明确风险管理要求,规范合作机构管理,强化消费者保护,加强事中事后监管。

资料来源:银保监会,中国人民银行,华泰证券研究所

2.3 消费金融行业环境

2.3.1 消费金融行业整体增速放缓

自 2015 年以来,消费金融渗透率迅速上升,行业规模迅速扩大。据中国人民银行《金融稳定报告》显示,截至 2019 年末,消费贷款余额(不含房贷、经营贷)13.91 万亿元,较 2015 年的 5.92 亿元提升了约 135%。在近三年中,消费金融行业增速持续下滑,发展速度放缓,2019 年增速为 15.92%,较上一年增速降低超过 8 个百分点。

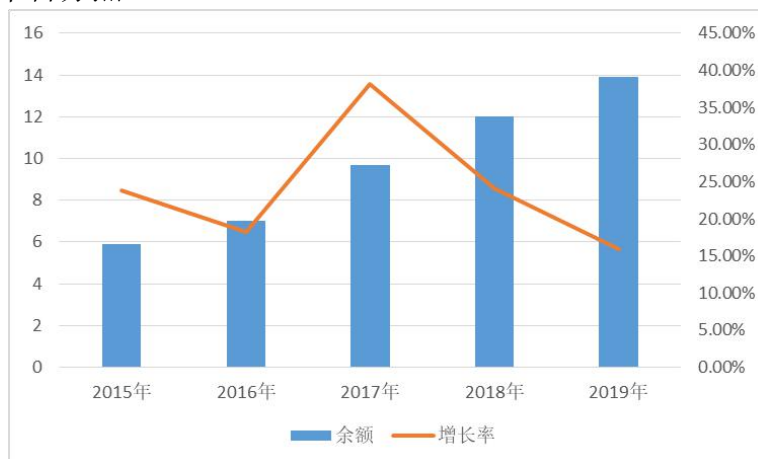


图 7 消费金融余额及变化趋势图 (单位: 万亿元)

消费贷款在本质上是居民部门加杠杆的过程。从下图看到从 2015 年到 2019 年我国的居民杠杆率一直呈上升趋势，在 2019 年达到 55.5%，自 2015 年累计上升 16.6 个百分点，与美国 75.2% 的杠杆率相比，虽然相差 19.7%，似乎还有上升空间，但在 2008 年金融危机后，全球大体呈居民去杠杆趋势，且人民银行发布的《信贷标准、杠杆激增与经济增长——基于居民杠杆快速上升的视角》提出：居民和企业部门杠杆激增均会对未来经济增长造成负面影响，并且居民杠杆的负面影响更大。从这几个方面来看，我国居民杠杆率增长空间已经非常有限，因此消费贷款行业也过了快速增长期。

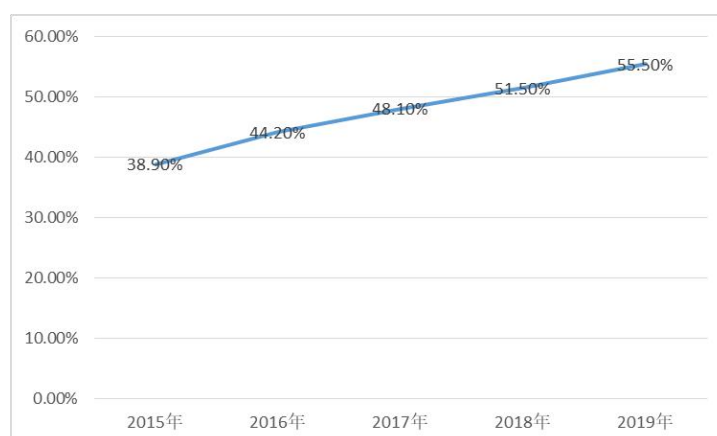


图 8 我国居民杠杆率

2.3.2 P2P 平台清退

P2P 诞生于互联网金融起步阶段，居民可以将钱存入这些机构获得比银行稍高的利息，而资金需求者，如中小企业可以通过这些机构借贷缓解资金紧张。近年来 P2P 网络平台偏离了普惠金融的初衷，演变成资金池、期限错配、自融、欺诈的工具。2018 年，P2P 平台因逾期兑付问题或经营不善而停业，2019 年 P2P 网络平台加速清退，至今该行业整体出清归零。在 P2P 清退的过程中，有一部分问题平台倒闭，一部分良性平台退出，还有一部分 P2P 走向转型之路。在《关于做好网贷机构分类处置和风险防范工作的意见》中指出网贷转型的三条方向：网络小贷；持牌消费金融公司；助贷机构，但只有少部分符合规定的平台申请消费金融许可证，转型消费金融公司，P2P 平台转型的主要方向还是以助贷为主，为持牌金融公司提供导流、风控以及贷后管理。

整体来看，消费金融行业增速放缓，已经过了快速增长期。在这一阶段行业面临的竞争可能会更加激烈，优胜劣汰将成为常态。

3、消费金融行业市场格局分析

3.1 行业格局

近年来我国消费金融市场规模快速增长，目前消费金融行业的主要参与者包括：传统商业银行、持牌消费金融公司、互联网金融公司。其中传统商业银行的份额最高，2019 年末达到 84%。传统商业银行是最早开展消费贷款业务的持牌机构，抢占了优质的客户群体，头部效应明显，且资金渠道多远、成本低，商业银行在消费贷款方面的优势，使其在消费金融市场上占较高的份额。从下图看，持牌消费金融公司在 2019 年末仅占市场份额的 3%，持牌消费金融公司的准入门槛较高，目前我国获得审批的消费金融公司仅 30 家，虽然消费金融公司在消费金融市场的占有份额少，但消费金融公司有牌照优势，借力银行系等股东，在行业进入合规发展期后，后发优势明显。

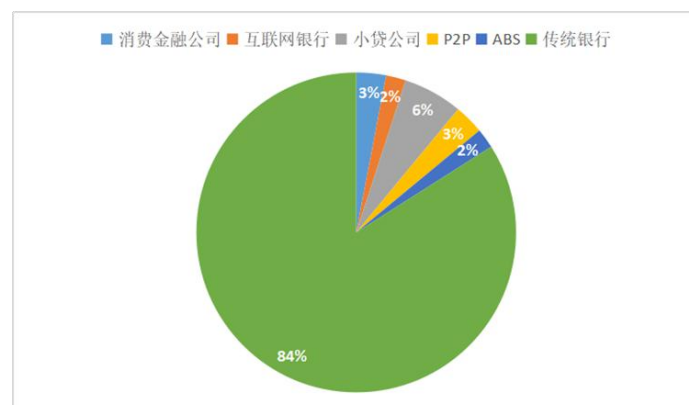


图 9 2019 年中国消费贷款市场格局（其中 P2P 目前已全部清退）

3.2 主要参与主体对比

资金来源：传统的商业银行资金来源渠道丰富，成本较低。相较于其他机构，传统商业银行客户群体基础较好，有较高的社会信誉，可以以较低的成本获得稳定的存款，商业银行的资金来源除了存款外，还有同业拆借、发行债券、向央行借款等，但从区域性银行无法在异地开展业务；互联网银行是传统银行和互联网、移动通讯等现代技术的结合，弥补了传统商业银行异地展业受限的不足。目前我国有 3 家互联网银行分别为：微众银行、网商银行和新网银行。其资金来源与传统银行相似，即吸收存款、同业市场融资，但相比传统商业银行有一定不足；互联网小贷公司主要以助贷模式开展消费贷业务，其资金来源受限，不允许吸收公众存款，资金主要来源于股东借款和资产证券化；消费金融公司同样不得吸收公众存款，其资金来源主要来源于自有资本、同业市场，少数机构可以发行金融债。

客户群体：消费金融行业目标客户主要以年轻化、中低收入群体为主；传统商业银行客群资质略高，其他贷款机构主要以低年龄、低学历、中低收入群体为主。其中互联网银行和互联网小贷公司多为互联网消费用户。据相关数据统计，消费金融行业客户群体中 34 岁以下用户占接近 80%，专科及以下人群占比接近 70%，互联网消费金融用户以 10K 以下月收入人群为主，占比超过 85%，月收入以 3K 以下群体借贷意愿强烈，且学生占比大幅提升。

产品方面：传统商业银行消费贷以信用卡贷款为主，占比达到 58%，银行信用卡贷款年利率一般为 18.25% 左右。此外部分银行与互联网机构合作，开展了联合贷款业务，如邮储银行。持牌消费金融公司主要产品形态是与消费场景相联系的线下购物分期，随着互联网的发展，消费金融公司也开始发展线上业务，如网上教育、网上医疗。除商业银行外，其他机构的年利率集中在 15%-20%，额度大多不超过 20 万，无免息期，期限一般在一年内到期。

风控方面：银行的客户群体一般都是有征信记录的较高资质客群，其他机构客户大多都是无征信记录的长尾客户，因此央行的征信系统作用有限，消费金融公司在风控方面搭建了基于互联网大数据深度挖掘的风控系统。

表 3 消费金融市场参与主体对比

主体		传统商业银行	互联网银行	消费金融公司	互联网小贷公司
企业性质		银行业金融机构	银行业金融机构	非银行金融机构	类金融机构
监管机构		银保监会	银保监会	银保监会	各地金融监管局
股东		国资、民企、外资等	互联网公司、产业公司	银行、科技、其他产业公司、金融股东	互联网公司
资金来源		公众存款、债券筹资、央行借款、同业市场等	公众存款、债券筹资、央行借款、同业拆借等	自有资本、发行金融债券、同业市场、金融机构借款等	自有资本、股东借款、资产证券化
客户群体		中高收入资质较高客群	互联网消费用户、小额贷款人群等长尾客户	年轻化、低学历、中低收入、征信白户、下沉城市	互联网消费用户、小额贷款人群等长尾客户
贷款产品	贷款金额	信用卡贷款金额多在 5 万元以下	户均金额较小	上限为 20 万元	类信用卡类产品多取决于商品价格，金额较小
	贷款期限	信用卡最长 56 天的免息额，商场分期付款最长为 36 个月	一般在一年以内，最长可达 3 年	无免息期，还款期限为一年，最长可达 3 年	类信用卡产品一般有 30-45 天的免息期，其他消费贷款一般在 1 年以内，最长 24-36 个月
	贷款	个人消费贷款利	消费贷 18.25%	上限为 LPR 的 4	年 利 率

	利率	率约为 6%-7%，信用卡为 18.25%左右	左右	倍，年化收益率在 15%-23%	5.4%-36%不等，多为 15%-23%
	风控	央行征信系统、互联网贷款合作方的大数据	以自有大数和央行征信系统	央行征信系统、部分带数据合作平台，开发线上风控模型	依据自有大数据构造的征信体系，主要以客户消费记录作为授信依据
	优势	资金来源稳定、成本低	自有大数据、展业不受地域限制	资金成本适中，审批快	自有大数据、贷款金额小，运用灵活
	劣势	难以满足小额分散的消费需求	吸收存款、同业市场融资能力较传统银行有一定不足	行业规模小优势不明显	资金来源不稳定，成本较高

4、疫情对消费金融行业的影响

2020 新冠疫情的爆发对社会、经济、企业都产生了巨大影响。在疫情的冲击下 2020 年 GDP 为 101.6 万亿人民币，较上年仅增加了 3%，与 2019 年 6.1% 的增长率相差了一半。疫情的爆发，旅游、餐饮、影视等线下消费型服务行业呈现出负面的影响，从下图可以看出 2020 年社会消费品零售总额为 39.2 万亿元，较上年下降了 3.9%。2020 年居民人均可支配收入较上年增加了 4.7%，但也仅前几年增长率的一半。由于疫情防护政策以及居民可支配收入的降低，居民的消费意愿降低，短期内消费需求下降，信贷规模也会受到影响。在消费金融市场上，依赖于线下消费场景的机构在疫情中会受到较大的影响，同时一部分消费金融行业的客户群体也会面临阶段性或偿债能力下降，各类机构信贷资产质量下滑，不良贷款率上升。从表 1 消费金融公司一览表可以看到在 2020 疫情冲击下大部分消费金融公司都受到影响，其中捷信消费金融净利润从 11.4 亿元下降到 1.4 亿元，下降了 90%，苏宁消费金融净利润从 0.1 亿元下降到-0.5 亿元。但也有部分消金公司仍保持正的利润增长率，从消费金融公司的股东结构来看，该部分公司基本都是由银行持股或参与控股。

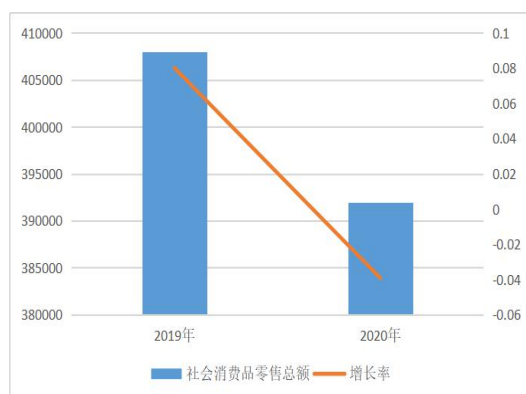


图 10 社会消费品零售总额

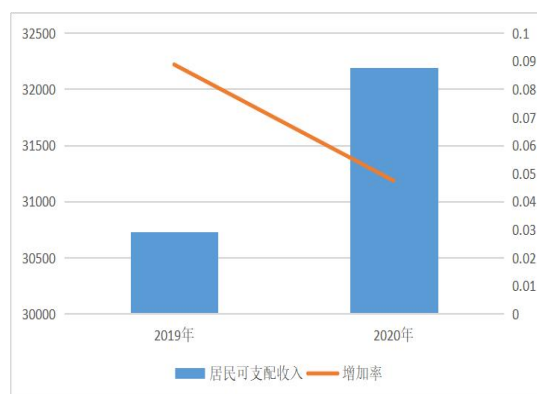


图 11 全国居民可支配收入

受疫情影响，虽然消费金融行业面临消费需求下降、逾期贷款增加、风控难度加大等方面的挑战，但在线下业务停滞的同时也促进了科技与金融的结合，在加强线上信贷服务的同时，消费金融公司也加快数字化转型，推进线上业务的发展，如招联消费金融启用了 5000 个智能机器人，承担起了 95% 的客户服务与贷后资产管理。马上消费金融也创新启用了“云呼叫中心”办公机制，呼叫中心的坐席人员在家可以通过 PC 端、WEB 应用白名单等登陆呼叫中心管理平台，实现了客服及贷后管理人员实时为客户提供服务。

在短期来看，疫情会对依赖场景运营的消费金融行业带来一定的不利影响，但从长期看我国消费金融行业并不会受到重大的影响。并且在疫情下，线上场景同步扩容，将抵消一部分线下场景的消极影响，加之国家在疫情控制和经济扶持方面的举措，多元化的线上+线下的场景融合将有效提高企业的盈利能力和抗风险能力。

5、消费金融行业发展趋势

5.1 发展趋势

从短期看，消费金融需求可能会出现短期快速增长。由于疫情影响，居民的消费需求被压制，在疫情过后短期压制的消费需求会逐步释放。同时消费金融的客户群体特征为低收入、年轻化，年轻群体的消费需求旺盛，有超前消费、个性消费、网络消费等特点，在疫情影响就业和收入的情况下，年轻人的消费欲望与低收入的矛盾加剧，也会在短期促进消费金融行业的发展。从长期来看我国经济整体呈上升趋势，也给消费金融行业的发展提供了良好的经济环境基础。我国居民杠杆率与消费金融渗透率与发达经济体相比仍有一定差距，消费金融市场发展仍有一定提升空间。在政策方面，相对宽松的货币政策，有利于获得便利的融资和较低成本，加之三胎政策的影响，未来我国居民的消费需求将进一步增加，都利好消费金融行业的发展。

虽然从短期和长期看消费金融行业的发展都有一定潜力，但随着消费金融公司、商业银行、网络小贷公司、互联网借贷等越来越多的主体加入消费金融市场，供给规模不断扩大，消费金融市场逐渐从供给不足的卖方市场转向供求平衡，市场竞争程度加剧，消费金融行业过了快速增长阶段，竞争方式逐渐从增量客户竞争转为存量客户竞争，从市场规模竞争转向高服务质量竞争，从产品价格竞争转向金融科技和管理能力的竞争。由于竞争的加剧必然会出现优胜劣汰的马太效应以及挤出效应，最终导致消费金融竞争格局由众多中小机构的竞争转变为大型机构的寡头竞争。

5.2 发展方向

随着消费金融行业由快速增长阶段转为追求质量发展阶段，以及竞争方式的转变，消费金融行业应该积极主动深耕场景金融、加强金融科技与业务的结合、加强内部管理降低资金成本、多主体、业务多元化、规范、普惠的发展。

（1）加强金融科技与业务的结合

消费金融产品具有小额、分散、风险高、大部分为无抵押的信用贷款，充分利用大数据、云计算、区块链、生物识别等金融科技，有利于解决消费金融存在的贷前、贷中、贷后流程存在的诸多问题，如利用大数据以及云计算技术为消费金融借贷过程提供智能风控服务，能有效降低坏账风险；在获客方面，利用大数据等金融科技对有信贷需求的潜在客户进行识别预测，有利于精准引流、降低获客成本。疫情促进消费金融公司向线上化转型，未来线上+线下的业务模式将成为消费金融行业的整体发展趋势，在金融科技的背景下，拥有领先技术优势的消费金融公司将具有较强的竞争力。

（2）多主体、多元扩展业务

对比消费金融行业参与主体的特征，各类机构均有其开展业务的优势，在消费金融市场中多主体参与，有利于消费金融市场规模的扩大，同时各主体之间可以联合起来，充分利用各自的优势，打造出具有特色的产品，从而占据市场份额。在多元开放的竞争环境下，消费金融机构的业务领域也需要不断的进行多元领域的拓展，通过创新开拓多元化的业务，建立核心的竞争优势与长久持续的发展空间。

（3）规范化

在 2018 年消费金融进入行业调整期，消费金融政策保持规范与鼓励并存。从消费金融行业监管政策表看，2018 年后政府及积极鼓励发展消费金融，增强消费对经济的拉动作用，又严厉打击消费金融行业的违规经营，强调规范发展。可以预见，未来规范与鼓励并重是消费金融行业监管的主基调，合规经营和规范

发展是消费金融行业高质量发展的前提条件，只有不断加强消费金融行业的规范经营，才有利于消费金融行业健康、持续、高质量发展。

（4）普惠化

普惠金融一直是国家关注的重点问题，消费金融公司的消费贷款具有单笔授信额度小、审批快、服务方式灵活、贷款期限短的优势，且服务对象具有低收入、城市下沉的特点，因此消费金融公司是践行普惠金融的重要力量。在金融科技的背景下消费金融机构可以利用自身科技能力，降低边际服务成本，扩大服务范围，降低服务门槛，从而做到正真的普惠。从长远来看，消费金融行业发展方向应该更加专注于服务实体经济，积极承担社会责任，按照国家普惠金融战略的要求，增进民生福祉，解决普惠人群的需求。