

# 互联网金融模式下消费信贷对我国经济增长的作用实证研究

吴书瑶

(中国建设银行股份有限公司贵州省分行, 贵阳 550001)

**[摘要]** 互联网金融是新时代出现的金融业务模式, 需要在传统的金融业务模式中融入互联网技术, 同时适度利用信息技术, 达到提升融资水平、丰富支付方式、完善投资策略、提升信息服务水平的效果。消费信贷作为促进人民群众消费的手段, 能有效刺激商品生产销售, 共同促进经济增长。文章以商业银行日常运营情况为依据, 参考互联网金融环境中的商业银行消费信贷状态, 分析了商业银行消费信贷在我国经济发展过程中所发挥的作用, 并就商业银行后续运行过程中优化消费信贷、促进经济增长的策略提出了相关建议, 以期为国民经济发展贡献力量。

**[关键词]** 互联网金融; 消费信贷; 经济增长

## 引言

当今时代, 互联网金融模式不断丰富, 各大银行在互联网金融的支持下也相应推出了更多消费信贷产品, 对我国经济增长起到了一定的促进作用。在互联网金融模式下, 文章建议相关从业人员从优化客户体验、创新产品、肩负社会责任及完善风险管理四个主要方面着手, 利用消费信贷促进经济增长, 为相关行业的后续发展提供保障。

### 一、互联网金融模式分析

互联网金融模式是指通过互联网技术提供的各类金融服务与金融产品。根据不同的分类标准, 互联网金融模式种类丰富, 具体可分为如下五种类别。

其一为第三方支付。此产品属于具备一定实力和信誉保障的非银行机构提供的支付中介服务, 包括在线支付、移动支付、预付卡、银行卡收单等服务, 如支付宝、微信支付等都属于第三方支付<sup>[1]</sup>。

其二为 P2P (Peer-to-Peer) 网络借贷。此产品属于个人对个人的借贷服务, 通过互联网平台实现资金借、贷双方的匹配, 包括纯线上模式和线上线下结合的模式, 如人人贷、拍拍贷等。

其三为大数据金融。此产品需要利用大数据分析技术为互联网金融机构提供客户信息, 帮助进行精准营销和风险控制, 包括基于大数据的金融服务平台, 如电商平台开展的金融服务, 即阿里巴巴、京东等提供的金融服务。

其四为众筹。需要通过互联网平台向大众募集资金支持项目或企业, 包括奖励型众筹、捐赠型众筹、股权众筹等<sup>[2]</sup>, 如 Kickstarter、Indiegogo 等。

其五为互联网基金销售。主要为在线基金销售平台,

提供便捷的投资理财服务, 如余额宝、汇添富现金宝等。

五种模式都能根据不同标准进行组合与细化, 如按照业务类型、服务对象或技术应用等角度分类。在科技不断进步与市场需求不断变化的新时代, 互联网金融模式也将不断创新发展。

## 二、互联网金融模式下消费信贷对我国经济增长的作用实证分析

### (一) 确定变量

本次研究所涉及的变量总计有四项, 即国内生产总值 (GDP)、消费性贷款余额 (CL)、中长期消费性贷款余额 (LCL)、短期消费性贷款余额 (SCL)。其中 GDP 用于反映经济发展水平, CL、LCL、SCL 用于反映商业银行中的消费信贷水平。GDP 数据来自政府部门相关网站, 三项消费信贷数据来源于商业银行, 本文涉及的各项数据起于 2014 年 Q1, 截至 2023 年 Q3。

### (二) 处理数据

物价等因素自身存在不稳定性, 容易存在季度性变化等情况, 因而本次研究在分析 CPI 的过程中剔除价格因素, 主要通过 Census X12 等对季度变化做出合理调整, 以使季节对数据造成的影响最大限度降低。提升变量数据整体可比性。最后以对数方式明确数据的变化情况, 用  $\ln GDP$ 、 $\ln CL$ 、 $\ln LCL$ 、 $\ln SCL$  表示相关内容。

### (三) 检验分析

#### 1. 平稳性检验

平稳度影响序列行为及性质, 在序列不平稳的情况下平稳性检验可能呈现出伪回归状态。为防止相关状态出现,

可先检验目标变量，明确目标变量的平稳性（表 1），再由检验结果判定数据呈现出二阶平稳情况。

2. 协整检验

协整检验旨在探索消费信贷对经济增长影响的持续情况，重点分析二者间长期均衡情况。本次研究共选取三项模型，对两组变量做出协整分析，具体分析结果如表 2 所示。

由检验结果可知，lnGDP 与 lnCL、lnGDP 与 lnSCL、lnGDP 与 lnLCL 之间的协整关系都较为明确，对三项模型做出回归分析可知，lnCL、lnSCL、lnLCL 回归系数依次为 0.584 7、0.351 2、0.536 6。对分析结果进行整合易知长期

消费信贷能有效推进国内生产总值提升，短期消费信贷对国内生产总值的提升产生的作用则较小。

3. 格兰杰因果关系检验

本次研究以 Eviews 中存在的二阶滞后除数对各项数据做出格兰杰因果关系检验，具体检验结果如表 3 所示。

格兰杰因果关系是一种统计上的因果关系测试，主要用于判断一个时间序列是否可以被另一个时间序列预测。如果变量  $X$  是变量  $Y$  的格兰杰原因，则说明  $X$  的过去值包含了预测  $Y$  未来值的信息，而此类信息在仅使用  $Y$  自身的过去值时无法获得。由结果可知，5% 临界值的情况下，

表 1 目标变量平稳性检验结果

变量	检验形式	ADF 检验值	1%临界值	5%临界值	10%临界值	p 值	结论
lnGDP	( c, t, 0)	-1.583 319	-4.278 54	-3.544 81	-3.185 73	0.740 1	不平稳
$\Delta$ lnGDP	( c, 0, 0)	-1.198 475	-2.367 57	-1.857 38	-1.511 24	0.290 1	不平稳
$\Delta$ 2lnGDP	( c, t, 0)	-9.363 436	-4.273 21	-3.564 65	-3.282 56	0	平稳
lnCL	( c, 0, 0)	-1.334 653	-3.834 45	-2.735 22	-2.313 56	0.604 0	不平稳
$\Delta$ lnCL	( c, 0, 0)	-0.527 353	-2.474 32	-1.612 14	-1.522 45	0.492 0	不平稳
$\Delta$ 2lnCL	( c, 0, 0)	-6.820 582	-3.745 22	-2.311 53	-2.655 51	0	平稳
lnSCL	( c, t, 2)	-2.357 828	-4.283 64	-3.296 91	-3.182 53	0.364 0	不平稳
$\Delta$ lnSCL	( c, 0, 1)	-0.857 202	-2.373 19	-1.533 64	-1.513 45	0.658 8	不平稳
$\Delta$ 2lnSCL	( c, t, 0)	-9.982 753	-3.582 21	-2.645 21	-2.324 52	0	平稳
lnLCL	( c, 0, 1)	-1.295 783	-3.684 72	-2.810 57	-2.344 13	0.664 5	不平稳
$\Delta$ lnLCL	( c, t, 0)	-2.284 720	-4.254 89	-3.678 31	-3.200 15	0.427 0	不平稳
$\Delta$ 2lnLCL	( c, 0, 0)	-6.133 475	-3.734 83	-2.311 74	-2.612 21	0	平稳

注： $\Delta$ 表示目标变量一级差分；c表示常数；t表示发展趋势；k为滞后阶数，无须计算，由 SIC 准则自动确认。

表 2 变量回归分析与残差序列的 ADF 检验结果变量

变量	模型 1	模型 2	模型 3
被解释变量	lnGDP	lnGDP	lnGDP
回归系统估计值	lnCL	lnSCL	lnLCL
检验类型	( c, t, 0)	( c, 0, 0)	( c, 0, 0)
残差 ADF 检验值	-4.857 341	-4.375 719	-3.849 981
1%临界值	-4.226 421	-3.752 701	-2.752 809
5%临界值	-3.648 698	-2.953 955	-1.994 911
10%临界值	-3.299 121	-2.319 115	-1.811 749
p 值	0.006 6	0.001 5	0.001 3
结论	残差平稳	残差平稳	残差平稳

表 3 格兰杰因果检验结果

零假设	F 值	P 值	因果关系结论
lnCL does not Granger Cause lnGDP	5.443 87	0.022 5	lnCL 是 lnGDP 的格兰杰原因
lnGDP does not Granger Cause lnCL	0.228 57	0.785 5	lnGDP 不是 lnCL 的格兰杰原因
lnLCL does not Granger Cause lnGDP	4.767 22	0.014 3	lnLCL 是 lnGDP 的格兰杰原因
lnGDP does not Granger Cause lnLCL	0.843 57	0.454 4	lnGDP 不是 lnLCL 的格兰杰原因
lnSCL does not Granger Cause lnGDP	2.211 58	0.149 5	lnSCL 不是 lnGDP 的格兰杰原因
lnGDP does not Granger Cause lnSCL	8.573 65	0.001 0	lnGDP 是 lnSCL 的格兰杰原因

$\ln CL$  与  $\ln LCL$  是  $\ln GDP$  的格兰杰原因,  $\ln GDP$  是  $\ln SCL$  的格兰杰原因, 可知消费信贷余额与长期消费信贷余额都能有效作用于国内生产总值, 具备一定解释力, 国内生产总值自身则更易解释短期消费信贷余额。

### 三、互联网金融模式下消费信贷对我国经济增长的措施

#### (一) 客户体验优化

为提升客户参与消费信贷的积极性, 银行需要优化线上信贷申请流程, 减少用户填写信息的时间和复杂度。在此基础上利用自动化审批系统, 加快审批速度, 提高用户体验<sup>[3]</sup>。同时也需要为客户提供个性化服务, 依照用户的信用记录与消费习惯提供定制化的信贷产品。例如, 针对居民购买家具、开展房屋装修等大宗消费提供纯信用、可取现、全流程线上自助的各类便捷信贷产品, 提供实时申请、批贷、签约、支用和还款服务, 以此刺激客户消费意愿, 为提升经济增长奠定基础。

#### (二) 产品创新

首先需要提升消费信贷产品的多样性, 开发适合不同人群需求的信贷产品, 如分期付款、小额消费贷等, 如面对学生群体可采取小额消费贷款。其次可开发灵活还款方式, 为客户提供多种还款方式, 如按月还本付息、提前还款等选项。最后也需要提供附加服务, 结合其他金融服务, 如保险、理财等提供一站式解决方案。例如, 当客户存在家族遗传性疾病但尚未发病时, 可提供贷款人医疗保险, 为后续出现疾病的治疗工作提供保障。

#### (三) 营销与品牌建设

完善营销与品牌建设的工作可由三方面入手。其一为数字营销, 商业银行应加大数据运用能力建设, 搭建企业级基础信息、信用与风险信息、产品持有、交易行为、渠道特征等标签数据库, 构建成熟的数据挖掘分析功能, 针对营销活动采用数据全链路跟踪, 为消费信贷提供数据支撑。其二为加强品牌建设。银行可利用社交媒体、搜索引擎优化等手段增加品牌曝光度, 如通过微信公众号、微博官方账号、小红书“种草”等渠道定期推送消费信贷产品。通过拍摄个性化互联网沉浸式互动视频, 在抖音、快手及哔哩哔哩等新媒体平台进行发布, 抓住年轻客群。其三为拓展合作伙伴, 银行可与电商平台、零售商等合作, 拓宽获客渠道, 如在短视频平台开展直播活动, 通过直播向客户实时介绍消费信贷产品, 以提升客户参与消费信贷的积

极性。其四为客户关系管理, 可建立忠诚计划, 维护与客户的长期关系, 如添加客户微信等, 定期推送消费信贷产品, 使客户在需要信贷服务时首先考虑本行。

#### (四) 肩负社会责任

银行可开展普惠金融, 扩大服务范围, 覆盖传统金融服务难以触及的人群, 如创业人员等, 可为创业者提供初期贷款, 促进小微企业顺利运营。也可在教育培训领域发挥作用, 提供金融知识普及和信贷教育, 提高消费者的金融素养, 如开展助学贷款等, 以此提升公众认可度。

#### (五) 完善风险管理

互联网金融是一把双刃剑, 为客户提供便利的同时也容易面临风险, 因此银行方面也需要做好风险管理工作<sup>[4]</sup>, 尤其是对信贷工作而言, 客户出现资金链断裂而无法还贷的情况将为银行造成直接损失。为避免此类问题, 首先可由大数据风控入手, 利用大数据分析技术评估借款人员的信用状况, 重点关注贷款人员工作稳定性与收入, 以此降低违约风险。其次可采取动态信用评分方法, 实时更新借款人的信用评分, 及时调整信贷额度和利率, 当发现信用降低时可同步降低额度, 避免造成风险。最后也可采取反欺诈措施, 强化身份验证力度, 综合运用人脸识别、指纹识别、声纹识别等多种验证方法, 同时应用反欺诈技术, 以保护借贷双方的利益。

### 结 语

互联网金融无疑为消费信贷提供了更为广阔的平台, 而消费信贷也能有效促进经济增长, 为经济发展提供源源不断的动力。因此, 银行作为消费信贷的提供方, 需要在日常工作中探索更多消费信贷方案, 以此为客户提供更为合理的信贷产品与服务, 以此提升客户参加消费信贷的积极性, 为银行自身发展与国家经济平稳健康发展提供有力保障。

### 参考文献:

- [1] 李嘉龙, 梁嘉宜, 任文卓, 等. 互联网消费金融风险防控与可持续发展 [J]. 活力, 2023, 41 (12): 190-192.
- [2] 刑宇. 消费金融对中等收入群体消费行为影响研究 [D]. 南京信息工程大学, 2023.
- [3] 袁金金. 山西省数字普惠金融对城镇居民消费的影响研究 [D]. 山西财经大学, 2023.
- [4] 董婧璇. 数字金融、居民家庭金融资产配置与消费 [D]. 山东师范大学, 2023.