



迈向“消费大国”的“消费金融”

◎本刊记者 何丰伦 吴燕婷 卫韦华 王金金 王宁 王淑娟 李亭 / 文

改革开放40多年来，我国居民消费实现了多维升级，消费金融市场规模也迅速扩大。不过当前我国信贷人口渗透率与发达国家相比还很低。多位学者建议，借鉴发达国家消费金融建设的理念和模式，多措并举推动我国消费金融建设。

居民消费实现“多维升级”

研究表明，消费升级与国民经济的不断发展与人民收入水平的持续提升高度关联。根据历年《中国统计年鉴》，我国的人均GDP从1978年的385元增至2018年的人均64644元，足足翻了近168倍，去除物价因素，年均增速高达9.87%。

广西人文社会发展研究中心副主任、博士生导师徐毅详细解释了我国

居民“消费升级”的集中表现：

一是收入不断增加引发消费支出结构性变化。

2018年，我国居民平均收入达到28000多元，增速为8.7%。这直接带来了中国城乡居民生活水平的显著提升与消费结构的优化升级，中国城镇居民恩格尔系数由1978年的57%降至2017年的28%，同期农村居民恩格尔系数也由67%降至31%。中国城乡居民基本上实现了从温饱到小康的转变，食品烟酒类消费，已经从1990年的超过一半以上，降低到2018年的26.5%，交通通信、医疗保健、居住的消费支出所占比例不断提高。

二是消费品质不断提升。

中国人正在从单一粮食消费的膳食结构，向肉、禽、蛋、奶等动物性食品

消费转型。城镇居民人均猪肉消费量、禽类消费量、鲜蛋消费量分别比1978年增长了7倍、10倍、4倍。衣着上也从“保暖御寒”向“美观舒适”转变，从“一衣多季”向“一季多衣”转变，从“做衣”向“购衣”转变。人们更注重服装质地、款式和色彩搭配，名牌化、时装化和个性化成为人们的共同追求，衣着消费支出也随之大幅增长。2018年，城镇居民人均衣着支出比1978年增长40.6倍，农村居民人均衣着支出比1978年增长40.5倍。

消费升级带动消费金融迅猛发展

“消费观念”深层嬗变导致消费金融市场规模迅速扩大。

国家金融与发展实验室发布的《中国消费金融创新报告》指出，从近年来

我国消费金融市场的发展态势来看，按照20%的增速预测，到2020年，这个数字将达到12万亿元，中国将成为全球最大的消费金融市场。

珠三角经济圈金融领域专家叶成宝认为，规模快速扩大的同时，消费金融市场自身也在发生着积极的转变。

报告指出，“以往银行一家独大的市场，正在发展为百花齐放的局面，商业银行、持牌消费金融公司、互联网消费平台、小贷公司及其他机构均涉足其中。不少消费金融企业从去年末到今年初都实现了扭亏为盈。如苏宁消费金融曾经一度亏损，但苏宁易购2018年财报显示：苏宁消费金融2018年营业收入7.42亿元，同比增长93%，实现净利润0.45亿元。”

“互联网+”“大数据”无疑激发了消费金融的迅猛发展。

富华融科董事长颜科琦认为，消费金融的发展与金融科技密不可分，尤其是2012年之后互联网电商平台崛起，智能手机应用爆炸式增长，用户行为线上化，大量用户数据、行为、习惯、轨迹可以留存、沉淀、分析，并进行需求引导。通过大量的分析研判给用户划分“信用等级”并相应给予“消费信贷”的方式，推动了以互联网为支柱的消费金融快速增长。

不过即使互联网消费金融发展如此迅速，当前我国信贷人口渗透率与发达国家相比还很低。“美国作为消费模式和信贷模式都已成熟的国家，信贷支出比常年维持在27%~28%左右，而我国的这项数据在2008年时仅有3.6%，至2018年才大幅增长至19%左右，发展潜力和空间都十分可观。”颜科琦说。

借鉴“他山之石”推动中国消费金融建设

尽管我国消费市场迅猛发展，消费金融也快速扩张，但和欧美国家相比，

我国消费金融发展仍有不小差距。多位学者建议，借鉴发达国家消费金融建设的理念和模式，从以下几方面推动符合中国特点的消费金融建设。

首先是借鉴发达国家对消费金融的重视程度，加强“顶层设计”。

各国政府高度重视消费金融在推动消费升级和国民经济发展中的重要作用，出台一系列措施鼓励金融机构发展，包括消费金融公司、商业银行、征信机构等多个金融信贷领域供应者的培育。

如美国消费金融通过提供多样化的信贷产品，满足各类人群贷款需求。消费信贷分为循环信贷和非循环信贷，具体还可细分为学生贷款、汽车贷款、信用卡贷款、循环房屋净值贷款、发薪日贷款等等，产品期限长短不一，十分灵活。据统计，后高中教育（大学、高职）当中有超过70%的学生有信贷记录，学生信贷习惯一般会延续到毕业后，这是实现全民征信的重要基础性数据来源。

其次是明确消费金融建设中不同金融机构的定位，重视场景创新，走目标客户差异化、产品策略特色化发展路线。

消费金融公司明确定位于中低消费人群，通过拓展业务合作和销售渠道，锁定潜在客户，加强营销力度。在产品设计上，通过对消费市场和居民需求进行细分和研究，根据市场特点探索与之相适应的业务和产品结构，按照客户家庭分层设计更多个性化的信贷产品，不断丰富产品功能，为客户提供全面化、专业化、标准化、自动化的便捷高效融资服务。

留学日本早稻田大学的学者廖国一介绍，日本的消费金融与百货店“按月分期付款”共同兴起。因此全国消费金融特点就是以流通企业、零售企业为主，自发产生消费信贷服务，并在相当

长的时间内占据行业主导地位。

三是高度重视消费金融中的“数据价值”，重视数据时间上的积累、空间上的拓展以及技术实现深度的耕耘。

政府与具有行业垄断特性的企业，如涉及能源、销售、民生等领域的企业进行“精准扶持”，通过须臾难离的经销商和零售商为对象的间接营销，推动消费金融公司、银行对个人客户进行直接营销，大量数据必须接入国家银行征信系统；同时鼓励众多行业领域进行合作联盟，加强产品宣传，建立以客户为中心的销售服务网络。帮助消费者正确理解消费金融产品，加强延伸服务，进一步开发客户消费金融服务需求。

四是通过市场化手段发展与实体经济密切融合的多元化消费金融供给主体。

发达国家消费金融体系建设均离不开以本国优势产业为背景的消费金融公司。如美国以汽车产业链为特点的福特信贷公司、零售系消费金融公司等，通过向客户提供消费金融相关产品，刺激顾客消费，同时降低顾客还款和现金流压力。持牌消费金融公司则采取对还有还款意愿但没有较强偿付能力的客户提供收取较高费用的贷款。

五是通过严监管、促发展的手段，完善征信体系及行业法律法规建设，有效保障消费者合法权益，规范行业发展。

桂林银行南宁分行行长吴东认为，消费金融领域优胜劣汰的速度很快，行业巨头在获客、数据积累、风控、资金成本等方面优势明显。这意味着银行、消费金融公司等金融机构，都应该立足于为客户提供多层次的产品，提高客户体验，控制成本。消费金融市场发展初期，政府就应该高度重视引导消费金融公司强化客户数据与信息的收集、汇总与分析，为建立评分和授信系统创造条件。■