

扩内需稳经济 消费金融迎机遇期

作者：刁倩

蔡翔宇

电话：13488659604

邮箱：diaoqian@xinhua.org

编辑：张 骐

审核：杜少军

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



狭义消费金融主要指以一般消费为主的贷款，不包括房贷和车贷。受疫情冲击，消费需求减弱，消费金融信贷规模收缩。在我国疫情防控有力，逐渐恢复生产生活的良好局面下，境外疫情却持续发酵。外需不振导致出口动荡、国内投资略显疲弱的情况下，拉动消费成为提振我国经济的重要举措。在促消费政策推动下，消费需求将逐步回升。

消费需求的回升，将极大促使消费金融机构迎来机遇期。随着疫情后较大规模的“补偿性消费”浪潮到来，各家消费金融机构可在三方面继续发力，助力消费扩容：一是补充资金降低信贷利率，提前布局迎消费浪潮；二是做好贷后管理流程，稳妥把控消费信贷风险；三是加快科技运用能力，线上线下联动运营。

目录

一、消费金融受疫情影响 信贷规模收缩	3
1.疫情冲击消费疲软	3
2.消费金融信贷规模收缩	4
二、扩内需政策频出 消费需求逐步回升	5
1.全球疫情对中国经济影响深远，扩内需刻不容缓	5
2.促消费政策频出，消费需求逐步回升	5
三、消费金融迎机遇期，助力消费扩容	6
1.补充资金降利率，提前布局迎消费浪潮	6
2.做好贷后管理流程，把控消费信贷风险	7
3.加快科技运用能力，线上线下联动运营	8

图表目录

图表 1：社会消费品零售总额分月同比增速及各商品零售额 1-2 月同比增速	3
---	---

扩内需稳经济 消费金融迎机遇期

受疫情冲击，消费需求减弱，消费金融信贷规模收缩。在我国疫情防控有力，逐渐恢复生产生活的良好局面下，境外疫情却持续发酵。外需不振导致出口动荡、国内投资略显疲弱的情况下，拉动消费成为提振我国经济的重要举措。在促消费政策推动下，消费需求将逐步回升。

消费需求的回升，将极大促使消费金融机构迎来机遇期。随着疫情后较大规模的“补偿性消费”浪潮到来，各家消费金融机构可在三方面继续发力，助力消费扩容：一是补充资金降低信贷利率，提前布局迎消费浪潮；二是做好贷后管理流程，稳妥把控消费信贷风险；三是加快科技运用能力，线上线下联动运营。

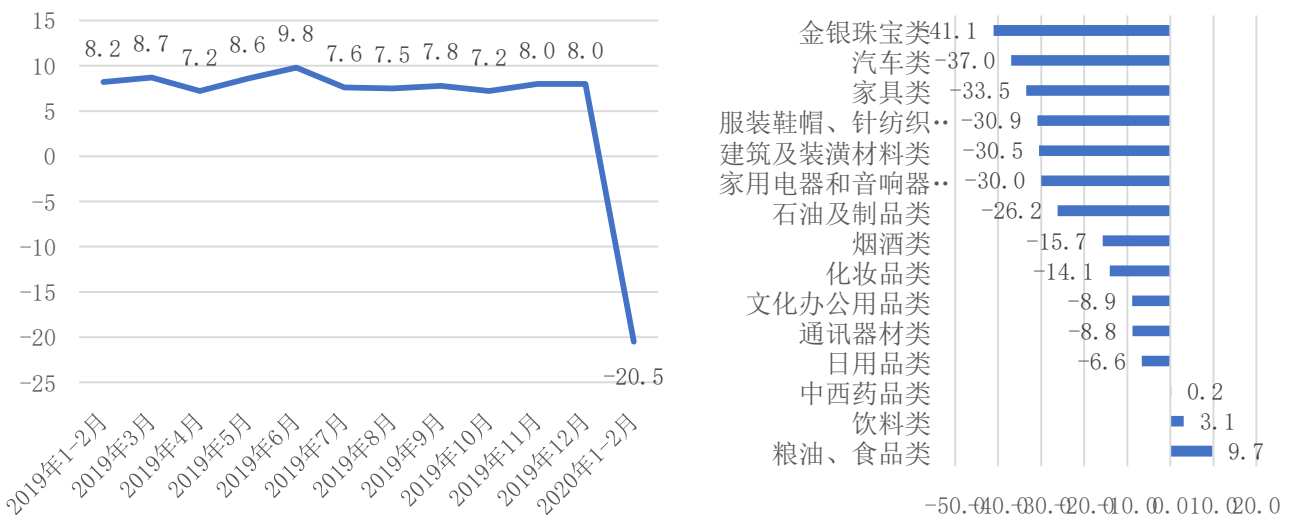
一、消费金融受疫情影响 信贷规模收缩

狭义消费金融主要指以一般消费为主的贷款，不包括房贷和车贷。银保监会在2013年发布的《消费金融公司试点管理办法》中就指出，该办法所称的消费贷款是指消费金融公司向借款人发放的以消费（不包括购买房屋和汽车）为目的的贷款。在本次疫情影响下，消费需求减弱，进而引发消费金融信贷规模收缩。

1. 疫情冲击消费疲软

受疫情冲击，今年春节消费黄金期效应消失，2月以来又受到疫情的持续影响，居民出行减少，商店大批关门，复工复产延期，线下交易锐减，社零行业遭遇断崖式经营困境。

图表 1：社会消费品零售总额分月同比增速及各商品零售额 1-2 月同比增速



来源：新华财经

从数据上看，1-2月份，社会消费品零售总额52130亿元，同比名义下降20.5%（扣除价格因素

实际下降23.7%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，除汽车以外的消费品零售额48476亿元，下降18.9%。

从消费类型来看，餐饮收入降幅远超商品零售，网上零售增速降幅好于商品零售整体。从商品零售类看，必选消费（比如粮油、食品类消费）好于可选消费（比如烟酒类及饮料类），升级消费（比如金银珠宝类、服装鞋帽针纺织品类、化妆品类）或将继续承压。总体上看，通讯类、与房地产相关的建材、电器类等耐用品受疫情的负面冲击，降幅高于食品消费。

由于消费需求受到疫情抑制，同时叠加因疫情影响经济受挫，居民消费能力或有所下滑。因此升级消费及耐用品消费或将进一步下行，短期内恢复的难度会比较大。

2. 消费金融信贷规模收缩

消费金融从展业主体来看分为三大类：一类是由银行开展的消费信贷业务，主要是指居民的短期贷款业务（1年以下）；另一类是由银保监会审批通过的持牌消费金融公司开展的消费金融业务；还有一类是以京东、阿里、百度等为代表的金融科技公司的金融科技业务，借助强大平台的线上消费场景，发挥科技优势进行消费信贷发放。

疫情对消费金融的冲击影响体现三个方面：一是消费需求有所减弱。在疫情影响下，线下体验式消费首当其冲受到冲击，比如餐饮、旅游、交通业等。随着快递业的复工，线上消费稍有复苏。但是在经济复苏阶段，居民收入有可能受疫情冲击下降，消费恢复仍然较慢。二是贷后风险管理变难。受疫情影响，居民收入也受到冲击，在还款能力和还款意愿上都受到考验。三是线下展业困难。疫情的出现，将使得数字化和线上业务面临更大的机遇，技术实力和风控能力雄厚的公司将会更快脱颖而出。

受疫情影响，消费信贷整体规模有所收缩。首先，2月银行消费信贷增幅跌去一半。根据最新金融数据显示，2月住户部门贷款减少4133亿元。其中，短期贷款减少4504亿元，同比减少53.62%。其次，消费金融公司形势也不那么乐观。持牌消费金融机构回款和放款量均有明显下降；降薪、裁员的消息不断，企业运营成本和压力高企。有多家消费金融机构2020年2月的放款量都出现了断崖式下跌。

消费金融行业经过2019年监管部门对网贷P2P、互联网金融的清理整顿，实际上是去除了不规范互联网金融对消费金融市场份额的挤占。在2020年仍延续强监管的情况下，年初又遭遇疫情的考验，消费金融将继续面临行业调整。目前消费金融持牌机构已有30家¹。多家资金实力雄厚的金融机构加速入场，有可能加速消费金融市场分化。

¹银监会持牌在业的24家，有3家刚刚获批还未开业，另有3家已获得牌照久未开业。

二、扩内需政策频出 消费需求逐步回升

在我国疫情防控有力，逐渐恢复生产生活的良好局面下，境外疫情却持续发酵。对于我国来说，除了要警惕境外疫情输入风险，更要做好受疫情冲击导致全球经济衰退对我国经济影响的充分准备。外需不振导致出口动荡、国内投资略显疲弱的情况下，拉动消费成为提振我国经济的重要举措。在促消费政策推动下，消费需求将逐步回升。

1. 全球疫情对中国经济影响深远，扩内需刻不容缓

疫情的肆虐已经对全球经济造成深远影响。国际货币基金组织(IMF)总裁格奥尔基耶娃表示，受新冠肺炎疫情影响，2020年全球经济将出现衰退。总部位于华盛顿的国际金融协会3月23日发布报告，预计今年全球经济将负增长1.5%。

全球经济的负增长将带来外部需求的减弱，中国的进出口贸易势必进入动荡模式。根据最新进出口数据显示，2020年1-2月中国出口（美元计价）同比降17.2%，进口（美元计价）同比下滑4.0%，实现贸易逆差70.9亿美元，去年同期为顺差414.5亿美元。疫情影响下，除了大部分企业延迟复工对出口影响增加，更多的是海外对中国出入境及部分运输限制对中国出口产生较大冲击，尤其是中国对主要贸易伙伴美国和欧盟出口皆出现较大比例下滑。再叠加海外疫情肆虐下，外需的快速萎缩，对于我国依赖于进出口贸易的企业产生了较大冲击。

拉动中国经济的三驾马车（投资、消费、出口）中的出口受阻，投资也在风险集聚的信贷压力下面临困难。虽然政府部门拉动的投资仍然在紧锣密鼓地开展，主要以“新基建”为方向，但是私人部门投资仍然乏力。2月企业贷款同比增加35.48%，其中短期贷款增加6549亿元，同比增加342.5%，中长期贷款增加4157亿元，同比减少18.92%；短期贷款暴增而中长期贷款减少的背后是政策性贷款的投放（一般为1年期）增多，而自主的中长期投资（中长期贷款）增幅减少。

在此情况下，拉动中国经济三驾马车中的消费显得尤为重要。扩大国内消费需求，拉动投资、提振经济刻不容缓。正如2008年诺贝尔经济学奖得主保罗·克鲁格曼在其2007年出版的《现在终结萧条》一书中说的那样，“要想繁荣，先消费吧”。

2. 促消费政策频出，消费需求逐步回升

为了提振面对受疫情冲击而显疲软的消费，一系列政策接踵而至。中共中央政治局2月21日召开会议，强调“要积极扩大有效需求，促进消费回补和潜力释放”，发挥好有效投资关键作用，加大新投资项目开工力度，加快在建项目建设进度。而2月以来，山东、浙江、海南、辽宁、广东等地陆续大规模发放惠民消费券，重点支持文旅行业，提振相关消费，缓解就业压力。

3月13日，发改委等23个部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，文件完整细致地指导疫情形势下如何更好促进消费，可以归纳为以下几点：1. 持续提升居民消费能力，促进重点群体增收激发消费潜力，稳定和增加居民财产性收入；2. 全面提升国产商品和服务竞争力，加强自主品牌建设；3. 加快构建“智能+”消费生态体系，鼓励线上线下融合等新消费模式发展，同时大力发展“互联网+社会服务”消费模式；4. 着力建设城乡融合消费网络，结合区域发展布局打造消费中心，优化城乡商业网点布局，加强消费物流基础设施建设；5. 全面营造放心消费环境，强化市场秩序监管，积极推进消费领域信用体系建设。

3月18日，发改委就出台上述政策的用意做出了说明。发改委就业收入分配和消费司司长哈增友表示，主要是两方面的考虑：首先是中央有要求。党中央、国务院始终高度重视稳定和扩大居民消费工作。疫情发生以来，中央多次强调要稳定和扩大居民消费，促进消费回补和潜力释放。第二是现实有需要。消费是推动经济发展的持久动力。2019年消费对国民经济增长的贡献率是57.8%，已经连续六年成为拉动中国经济增长的第一“主引擎”。这次疫情对消费带来了一定的冲击，稳定和扩大居民消费，促进消费回补和潜力释放是我们有效对冲疫情影响、提振经济的关键举措。特别是在当前国外疫情加速滋生和蔓延的新情况下，我们集中精力扩大国内消费、培育强大国内市场正当其时、非常必要。

在政策的推动，以及国内疫情逐步稳定的向好局面下，消费需求将逐步回升。

三、消费金融迎机遇期，助力消费扩容

消费需求的回升已经有迹可循。3月5日商务部市场运行司副司长王斌表示，近期全国消费市场运行出现积极变化，市场销售触底回升。2月下旬，商务部重点监测的1000家零售企业日均销售额比2月中旬增长5.6%，自1月下旬环比连续负增长后，开始恢复正增长。

消费需求的回升，也将促使消费金融机构迎来机遇期。在新一轮消费升级的背景下，消费正成为引领经济稳定增长的重要引擎，消费金融也成为刺激消费、拉动内需、助力实体经济发展的新动力。在消费金融机构中，银行系相对具有资金优势，产业公司具有场景优势，互联网巨头则有用户和技术优势。随着疫情后较大规模的“补偿性消费”浪潮到来，各家消费金融机构可在以下三方面继续发力，助力消费扩容。

1. 补充资金降利率，提前布局迎消费浪潮

受疫情影响，2月份客户新增消费需求骤降，令银行的零售业务“紧急刹车”。消费贷是银行零售业务的重要阵地。随着逐渐复工，银行对于消费贷已经开始大力促销，力争挽回2月份失去的一部分业务量。目前各家银行消费贷产品营销力度较大。形式上，促销方式多样，线下转线上；内

容上，增加客户授信额度、大幅降低利率。

由于银行具有资金成本较低的优势，各家银行推出的利率优惠较大。在消费贷平均利率6%至7%的当前，一些国有大行的消费贷利率可以低至4%至5%左右。比如工行推出的“融e借”产品向全部用户新增贷款执行统一年利率4.35%；建行的消费贷产品“快贷”年利率最低的能达到4.1%。

消费金融公司方面是积极补充资金，迎接不断上升的借贷需求。疫情期间，消费金融公司的放款量和回款量均有明显下降，现金流或出现紧张。而伴随着疫情后“补偿性消费”浪潮的来袭，各家消费金融公司加紧筹备资金，为新一轮放款做准备。

3月24日，捷信消费金融有限公司再次发行总金额为25亿人民币的个人消费贷款资产支持证券（ABS）。早在2020年1月7日，捷信就已经发行第一期25亿元个人消费贷款ABS。除了捷信以外，马上消费金融也将于近期发布其2020年的第一期ABS。消费金融公司相继发行ABS，除了补充资本金应对受疫情影响的还款延期和逾期率上升，更是为即将到来的消费高潮备足粮草。

2. 做好贷后管理流程，把控消费信贷风险

受疫情影响，贷后管理正逐渐成为消费金融相关机构重点把控的环节。疫情期间消费者收入不稳定的情况下，消费金融的贷后资产逾期率飙升，催收难度加大，这成为摆在消费金融机构面前的一大难题。为应对疫情冲击，多家消费金融机构推出延长还款期限、减免利息等多种举措。这样一方面可以为借款人提供筹措资金的时间；另一方面，也可以降低消费金融机构不良率，也有益于消费金融机构践行社会责任，维护用户粘性和客户积累。

随着疫情防控逐渐稳定，消费金融机构也要进一步推动贷后管理，加大操作力度。在具体执行时，可以对逾期客户群体进行细分，根据受疫情影响程度对用户进行画像，针对不同还款意愿和能力的用户采取差异化的催收方案。

针对恶意逃废债的行为，中邮消费金融采用的一系列举措可供借鉴：首先，运用具备相关资质的第三方电子存证，依托区块链技术进行证据固化，防止出现互联网纠纷的传统难题——举证困难；其次，积极开展赋强公证试点，提高反前端欺诈的威慑力，更好地抵制羊毛党、投机客；第三，除预先筹备的反失信壁垒外，可在立足自律合规的基础上，积极借助诉讼、仲裁和支付令程序，向恶意破坏行业生态的客户打出“连招”，维护法律权威及行业生态。

可以预见的是，国家正大力建设信用平台，对征信行业进行有效引导。随着信用体系建设的深入推进，逾期不还成为“老赖”的违约成本将日益上升。基于此，催收业务或将迎来更为良性的发展。疫情过后，消费金融机构对贷后管理能力的认可和重视会加强，拥有闭环能力的金融机构有望较快恢复。

3. 加快科技运用能力，线上线下联动运营

疫情发生以来，外出消费的机会大幅减少。与之相关的各行各业备受影响，尤其是与体验式消费紧密相关的线下场景消费金融行业，比如餐饮、电影、娱乐等。随着疫情期间用户的消费行为逐渐转移到线上，线上消费场景大大扩容。这一方面可以冲抵一部分来自线下场景的消极影响；另一方面更加考验平台的金融科技实力与创新能力。

在本次疫情中，与互联网巨头合作较多，在线上场景运营上较有优势的消费金融机构则胜出。2月放款规模、余额增长尚且稳定的消费金融公司中，招联、中邮、幸福、北银等为数不多的几家持牌公司尚未出现大规模业务量波动。这一方面是得益于他们本身的资产规模基数较大，客户质量较稳定；更多则得益于跟蚂蚁借呗、京东白条等互金巨头的合作对业务增量贡献较大，抵抗了疫情冲击。

而线下业务占比过大的消费金融公司正在加快向线上转型的速度。这促使不少消费金融机构发力科技创新。比如通过视频面签、线上信审等服务方式开启线上化转型之路。而疫情的需求也再次证明了金融机构服务线上化为大势所趋。

疫情对经济的影响是暂时的，我国经济长期向好、高质量增长的基本面没有变化。线下场景消费将在疫情过后得到较大程度的恢复发展。体验式消费仍是消费金融的重要的渠道。但无论线上线下，可以肯定的是，金融科技的作用和价值已凸显，科技能力将是消费金融行业的刚需。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。