

互联网贷款新规如何影响消费金融行业？

作者：蔡翔宇 刁倩

周韞丽 秦灵

电话：15652828792

邮箱：caixiangyu@xinhua.org

编辑：张 骐

审核：杜少军

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



为规范互联网贷款业务经营行为，推动互联网贷款业务的平稳健康发展，银保监会7月17日颁发《商业银行互联网贷款管理暂行办法》，并自公布之日起施行。

近年来，互联网贷款业务快速发展，尤其在消费金融领域应用广泛，比如商业银行开展的线上小额信用贷款、互联网巨头推出的“借呗”“白条”产品、消费金融公司的线上申请发放贷款模式等各种各样的方式开展互联网贷款业务。

“办法”的出台，不仅是商业银行互联网贷款业务正式被纳入监管范围，连同围绕商业银行线上贷款业务的其他生态和其他业务也同样被纳入监管范围。

对于消费金融行业来说，“办法”出台给消费金融机构的业务开展提供积极的指导意义，也表达了监管层对互联网消费金融业务态度的积极转变。同时，在消费金融行业未来发展中，商业银行互联网贷款将会加速发展，互联网银行、消费金融公司将加快产品及模式的创新。

目录

一、“办法”出台 互联网贷款接受新规监管.....	3
二、互联网消费金融发展加快 新规推动机构合规发展.....	4
三、监管推动消费金融行业健康发展 银行互联网贷款业务将加速推进 ...	5

互联网贷款新规如何影响消费金融行业？

2020年7月17日，为规范互联网贷款业务经营行为，推动互联网贷款业务的平稳健康发展，银保监会颁发了《商业银行互联网贷款管理暂行办法》（下称“办法”），并自公布之日起施行。“办法”的出台，不仅是商业银行互联网贷款业务正式被纳入监管范围，连同围绕商业银行线上贷款业务的其他生态和其他业务也同样被纳入监管范围。

近年来，互联网贷款业务快速发展，尤其在消费金融领域应用广泛。对于消费金融行业来说，“办法”出台给消费金融机构的业务开展提供积极的指导意义，也表达了监管层对互联网消费金融业务态度的积极转变。同时，在消费金融行业未来发展中，商业银行互联网贷款将会加速发展，互联网银行、消费金融公司将加快产品及模式的创新。

一、“办法”出台 互联网贷款接受新规监管

“办法”中提到的互联网贷款，主要是指商业银行运用互联网和移动通信等信息通信技术，基于风险数据和风险模型进行交叉验证和风险管理，线上自动受理贷款申请及开展风险评估，并完成授信审批、合同签订、放款支付、贷后管理等核心业务环节操作，为符合条件的借款人提供的用于借款人消费、日常生产经营周转等的个人贷款和流动资金贷款。其中，监管意见中将明确了有两类业务不属于互联网贷款：（1）商业银行线下进行贷款调查、风险评估和预授信后，借款人在线上进行贷款申请及后续操作的贷款；（2）商业银行以借款人持有的房屋等资产为抵押物发放的贷款。

“办法”所称的互联网贷款，对应的是“用于消费、日常生产经营周转等的个人贷款和流动资金贷款”，同时强调“小额、短期”，因而基本等同于我们所说的互联网零售贷款，包括互联网消费贷和互联网经营贷。需要指出的是，互联网消费贷仅限于个人；互联网经营贷既包括个人贷款，又包括企业贷款。将消费贷与经营贷合理区分，采取差异化监管，这是“办法”较之前征求意见稿的重大进步。

“办法”共七章七十条，分别为总则、风险管理体系、风险数据和风险模型管理、信息科技风险管理、贷款合作管理、监督管理和附则。从2017年的“141号文”到2020年年初的互联网贷款征求意见稿，再到“办法”正式出台，监管部门对于互联网贷款的监管思路将鼓励创新与加强监管相结合，一脉相承并不断细化、提升。表现在发布实施的“办法”进一步划分了互联网贷款的范围，明确互联网贷款应遵循小额、短期、高效和风险可控原则；明晰了风险管理要求，提出商业银行应当针对互联网贷款业务建立全面风险管理体系；规范了合作机构的管理，要求商业银行建立健全合作机构准入和退出机制，对与合作机构共同出资发放贷款加强限额管理和集中度管理；强化了消费

者保护，明确商业银行应当建立互联网借款人权益保护机制；加强事中事后的监管，对商业银行提交互联网贷款业务情况报告、自评估、重大事项报告等提出监管要求。

“办法”的出台，不仅是商业银行互联网贷款业务正式被纳入监管范围，连同围绕商业银行线上贷款业务的其他生态和其他业务也同样被纳入监管范围。同时，“办法”还要求商业银行和消费金融公司、汽车金融公司应当制定过渡期内的互联网贷款整改计划，明确时间进度安排，并于办法实施之日起1个月内将符合“办法”第五十八条规定的书面报告和整改计划报送银行业监督管理机构，由其监督实施，就是说，消费金融公司、汽车金融公司同样也适用于本办法。而在过渡期安排方面，按照新老划断原则设置过渡期，过渡期为“办法”实施之日起2年。过渡期内，商业银行对照“办法”制定整改方案并有序实施，不符合规定的业务逐步有序压降。过渡期结束后，商业银行所有存续互联网贷款业务均应遵守“办法”规定。

总体来看，发布实施“办法”是完善我国商业银行互联网贷款监管制度的重要举措，有利于补齐制度短板，防范金融风险、提升金融服务质效，推进商业银行互联网贷款业务健康发展。

二、互联网消费金融发展加快 新规推动机构合规发展

根据商务部数据显示，我国2019年1-10月，我国消费信贷总金额达到42.8万亿元，2009年仅5.53万亿元，十年间增幅超670%。同时，我国消费结构也在发生变化，短期消费贷款占比不断提高。2019年1-10月，我国短期消费贷款为9.6万亿元，占消费信贷总额的22.43%，比2009年的11.52%提高了10.91个百分点。短期消费贷款快速上涨，居民在教育、文化、医疗、旅游等领域的消费金融需求正不断释放。而随着移动互联网技术的发展，除了持牌的消费金融公司外，很多互联网巨头也纷纷加入消费金融、分期消费的主战场，推出一系列的互联网贷款、线上消费金融产品。新崛起的电商平台，也充分利用自身的场景优势，打造消费金融新生态。再叠加疫情影响，原本主打线下的消费金融机构纷纷转战线上，互联网贷款、线上消费金融发展速度加快。

值得注意的是，随着我国互联网消费金融规模快速增长，渗透率逐步提高，一些消费金融行业存在的问题逐渐显现。此次“办法”的出台，对于消费金融机构的业务开展无疑具有指导意义。此前有互联网消费金融机构为了收回款项手段百出，暴力催收，威胁恐吓，行业乱象丛生。“办法”提出要强化消费者保护，明确商业银行应当建立互联网借款人权益保护机制，对借款人数据来源、使用、保管等问题提出明确要求。还规定商业银行应当加强信息披露，不得委托有违法违规记录的合作机构进行清收。

而在助贷方面，随着金融业与互联网融合的不断深入，许多大型企业选择发力助贷，为商业银行等金融机构的信贷业务提供服务。但近年来，助贷业务的经营模式有所“跑偏”，违规发放贷款、

核心业务外包、违规跨区域经营、信息收集使用不规范、非法暴力催收等问题和风险不断暴露。而此次的“办法”提出规范合作机构管理，要求商业银行建立健全合作机构准入和退出机制，在内控制度、准入前评估、协议签署、信息披露、持续管理等方面加强管理、压实责任。对与合作机构共同出资发放贷款的，要求加强限额管理和集中度管理。“办法”针对贷款合作管理制定的多项规定，为进一步规范助贷业务指明了方向。

新网银行首席研究员、中关村互联网金融研究院首席研究员董希淼指出，对金融科技公司而言，“办法”是“稳定器”，将促进并规范互联网贷款相关合作。“办法”虽然没有直接提及“助贷”“联合贷款”，但对商业银行在互联网贷款业务方面开展合作持较为开放的态度。

马上消费金融相关负责人表示，**网贷新规作为互联网贷款的首部专门性制度，对风险管理、数据模型管理、贷款合作、监管条款均作出了新的规定，对于互联网信贷市场的合规发展有重要指导意义。**具体而言，办法不仅对业务核心环节定义范围进一步明确，将合同签订、放款支付等环节明确列为业务核心环节。同时，新增要求在贷款申请流程中，加入强制阅读贷款合同环节，并设置合理的阅读时间限制。有助于规范相关业务，并加强了互联网信贷消费者权益的保护。

三、监管推动消费金融行业健康发展 银行互联网贷款业务将加速推进

“办法”的出台，将现有互联网贷款业务纳入规范化轨道，促进新业态的健康发展。在加强监管的同时，鼓励金融机构在防范风险的前提下稳步探索产品和服务创新。同时，按照“新老划断”原则，设置两年过渡期，保证现有互联网贷款业务的连续性和保护客户权益。未来，随着“办法”的逐步落地，将推动消费金融行业的健康发展，或带来行业两个方面的趋势发展。

一是银行互联网贷款业务将加速推进。受疫情冲击，银行开展传统业务遭遇严峻考验，而基于互联网的“非接触式贷款”发挥了方便快捷的作用，特别是在纾困中小微融资方面发挥了不小的作用，使得互联网贷款规范发展具有紧迫性。“办法”明确了监管对发展互联网贷款业务的支持态度，又对商业银行开展该业务提出“自主风控”“适度分散”“限额管理”等审慎要求。因此，互联网贷款将成为银行消费贷款的重要补充，将加速推动商业银行互联网贷款业务蓬勃发展。

二是互联网银行、消费金融公司将更加自律，加快自身产品创新和商业模式创新。“办法”实施后，互联网银行以及消金公司等将按要求自查，对不符合规定的加快整改，比如消费者权益保护方面将会有较大程度的改善和提升。同时，在行业不断规范的同时，以科技擅长的金融科技公司将加大与银行的合作，未来该类机构将加大产品创新与商业模式创新力度。

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。