



作者：刁倩 蔡翔宇

秦灵

电话：13488659604

邮箱：diaoqian@xinhua.org

编辑：张 骐

审核：杜少军

官方网站：cnfin.com.cn

客服热线：400-6123115



逆势扩张或稳质保量 消费金融 公司业绩分化背后的战略选择

在持牌的消费金融公司中，已有12家公司对年度经营业绩进行披露。头部机构招联、马上、兴业业绩表现比较强势，头部消费金融公司整体呈现强者愈强局面，行业马太效应愈发明显。营收超过50亿元的只有招联消金、马上消金和兴业消金。

从资产规模来看，12家消费金融公司发布的业绩中有9家公布了资产情况，总体稳步增长，行业继续分化。超过200亿资产的只有5家，分别为招联消费金融、马上消费金融、兴业消费金融、中银消费金融、中邮消费金融。而在已发布业绩的消费金融公司中，公布衡量资产质量的不良率数据只有3家，超半数以上未公开。

是逆势加大放贷规模还是守住资产质量谋求转型，消费金融公司的业绩分化背后其实已透露出各家的战略选择。疫情的冲击加深了消金机构对科技的重视，进一步推动了消金机构以科技驱动的战略发展。而尾部的小型消费金融公司处境将为更加被动。

目录

一、营收利润整体趋于稳定，业绩有所分化.....	3
二、资产规模增速分化，不良率超半数未公开.....	6
三、业绩背后的战略选择	7

图表目录

图表 1：已披露的消费金融公司经营情况	4
图表 2：已披露的消费金融公司营收情况（单位：亿元）	5
图表 3：已披露的消费金融公司净利润情况（单位：亿元）	5
图表 4：2020 年消费金融公司资产规模及同比增速概况	6

逆势扩张或稳质保量 消费金融公司业绩分化背后的战略选择

在持牌消费金融公司中，已有12家公司披露了2020年度经营业绩。其中，招联消费金融、马上消费金融和兴业消费金融业绩表现比较强势，消费金融头部机构整体呈现强者愈强局面，行业马太效应愈发明显。而营收超过50亿元的只有招联消费金融、马上消费金融和兴业消费金融，分别为128.16亿、76.04亿、64.65亿元。

从资产规模来看，12家消费金融公司发布的业绩中有9家公布了资产情况，总体稳步增长，行业继续分化。超过200亿资产的有5家，分别为招联消费金融（1083.11亿元）、马上消费金融（524.84亿元）、兴业消费金融（445.59亿元）、中银消费金融（379.79亿元）、中邮消费金融（340.06亿元）。而在已发布业绩的消费金融公司中，公布衡量资产质量的不良率数据只有3家，超半数以上未公开。

是逆势加大放贷规模，还是守住资产质量谋求转型，消费金融公司的业绩分化背后，其实也透露出各家的战略选择。资产规模不断扩大，拥有资金优势的消费金融公司继续发力普惠金融，以用户、流量等优势把持市场占有率。疫情的冲击加深了消费金融公司对科技的重视，进一步推动了消费金融公司以科技驱动的战略发展。而尾部的小型消费金融公司不仅要应对头部机构的强势占有率，而且也无法再依赖以前单纯资金输出（助贷、联合贷）的模式，处境或更加被动。

一、营收利润整体趋于稳定，业绩有所分化

在持牌的消费金融公司中，已有12家公司对年度经营业绩进行披露。从现有数据看，2020年持牌消费金融公司营收、利润整体趋于稳定，表现为一季度受疫情影响较大，下半年受疫情影响有限。招联消费金融、马上消费金融和兴业消费金融业绩表现比较强势，头部消费金融公司整体呈现强者愈强局面，行业马太效应愈发明显。

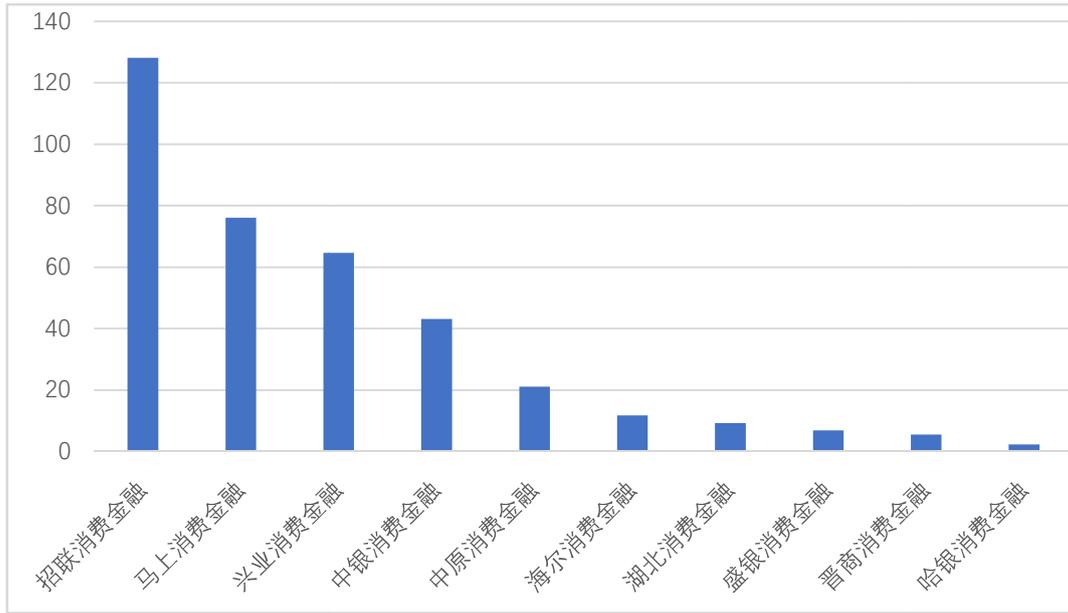
图表 1：已披露的消费金融公司经营情况

公司	营业收入(亿元)	同比	净利润(亿元)	同比
盛银消费金融	6.9	104%	0.45	
晋商消费金融	5.46	46.77%	0.54	3.85%
兴业消费金融	64.65	28.40%	13.5	31.01%
招联消费金融	128.16	19.30%	16.68	13.80%
海尔消费金融	11.76	-15.33%	1.23	-40%
中原消费金融	21.09	72.59%		
湖北消费金融	9.29	21.80%	0.156575	-84.50%
中银消费金融	43.10	0.11%	4.55	-30.99%
中邮消费金融			4.02	15.17%
马上消费金融	76.04		7.12	
哈银消费金融	2.32	36%		
捷信消费金融	实现盈利			

来源：公司财报、新华财经研报中心整理

从营收来看，已披露业绩的持牌消费金融公司业绩分化严重。营收超过50亿元的只有招联消费金融、马上消费金融和兴业消费金融，分别为128.16亿、76.04亿、64.65亿元，而排最后三位的晋商消费金融、湖北消费金融、盛银消费金融营收则不足10亿。成长性方面，盛银消费金融营收增幅最高，实现营收6.9亿元，同比增长幅度高达104%。中原消费金融营收增幅也较大，实现营收21.09亿元，同比增长达到72.6%。晋商消费金融紧随其后，营收同比增长达46.77%。在头部消费金融公司中，目前仅捷信消费金融公司业绩尚未公布。对此，捷信集团CEO表示，疫情对捷信集团的影响主要还是体现在2020年的上半年，去年三季度和四季度集团是盈利的。该公司于3月30日发布的公开信中也指出，捷信消费金融经审计的2020年财报明确显示，公司在该年实现盈利，并在2021年第一季度继续保持盈利。

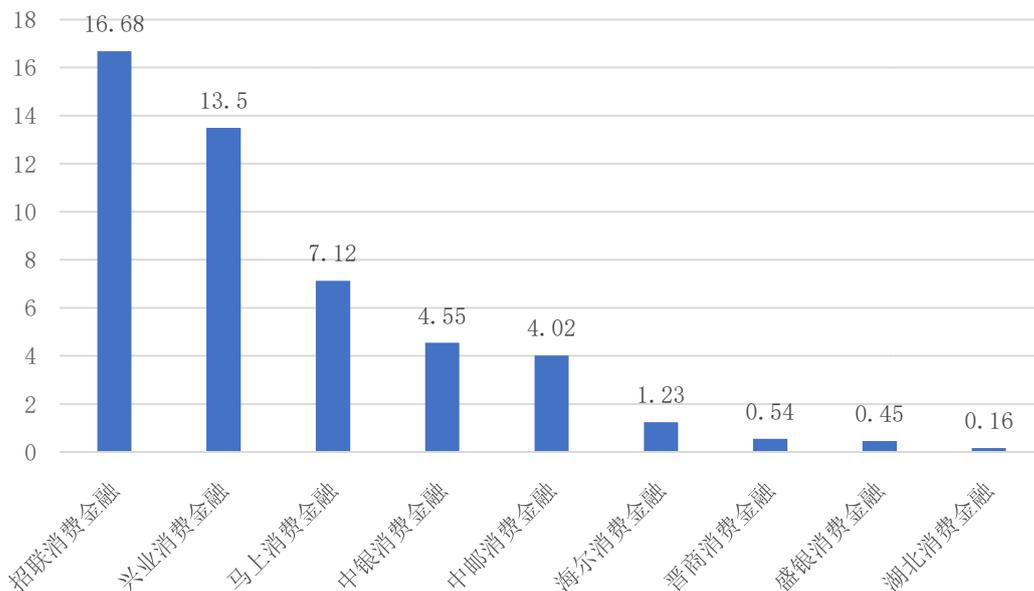
图表 2：已披露的消费金融公司营收情况（单位：亿元）



来源：公司财报、新华财经

从净利润来看，招联消费金融与兴业消费金融分别以16.68亿、13.5亿元的净利润占据榜首，也是当前仅有的两家净利润超过10亿元公司。而排靠后三位的盛银消费金融、晋商消费金融、湖北消费金融净利润均未过亿。从同比增幅来看，兴业消费金融增幅最大，达到31%。另外，中邮消费金融和招联消费金融净利润实现两位数增长，分别为15.17%及13.8%。相比之下，湖北消费金融净利润大幅下降85.45%。海尔消费金融实现净利润1.23亿元，同比下滑达到四成。中银消费金融实现净利润4.55亿元，同比下降30.99%。

图表 3：已披露的消费金融公司净利润情况（单位：亿元）

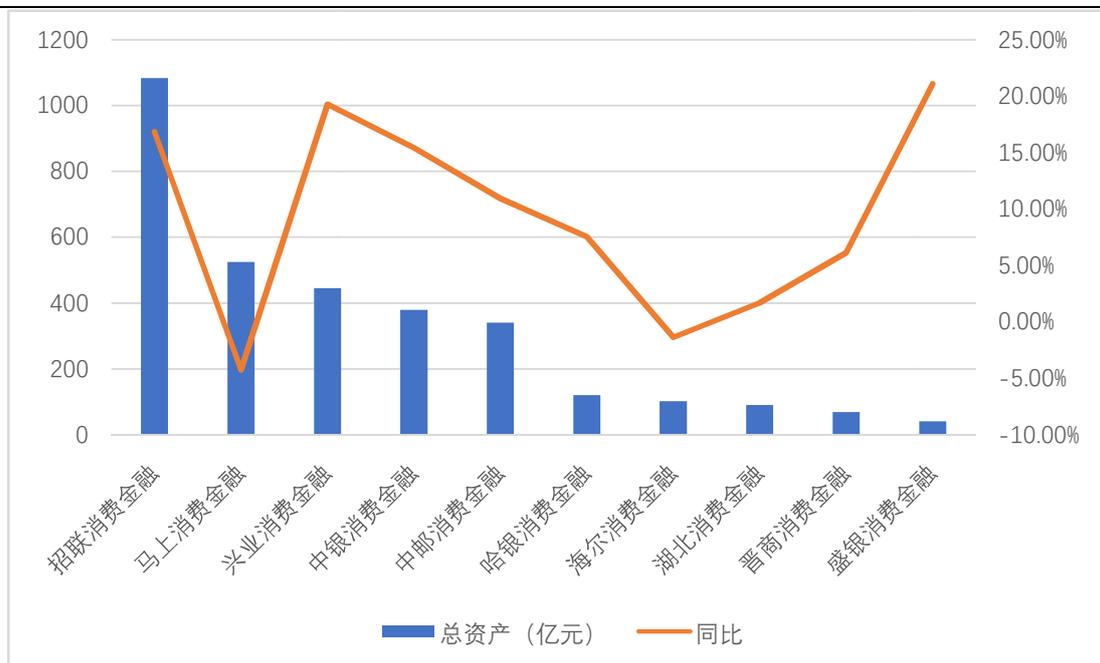


来源：公司财报、新华财经

二、资产规模增速分化，不良率超半数未公开

从资产规模来看，已发布业绩的12家消费金融公司中有9家公布了资产情况，总体稳步增长，增速分化。超过200亿资产的有5家，分别是招联消费金融（1083.11亿元）、马上消费金融（524.84亿元）、兴业消费金融（445.59亿元）、中银消费金融（379.79亿元）、中邮消费金融（340.06亿元）。其中，招联消费金融的总资产在2020年首次突破千亿元。捷信消费金融暂未公布2020年末资产情况，若考虑到其2019年末1045.36亿元的总资产，招联消费金融或已经实现超越，位居消费金融公司规模第一。

图表 4：2020 年消费金融公司资产规模及同比增速概况



来源：公司财报、新华财经

从成长速度来看，总资产同比增速排名前三的为盛银消费金融（21.1%）、兴业消费金融（19.29%）、招联消费金融（16.84%）。考虑到各家机构基数不同，从增长的绝对值看，招联消费金融的资产较2019年末增长156.14亿元，增长绝对值最多；其次是兴业消费金融总资产较2019年增长72.05亿元，位列第二。

在已发布业绩的消费金融公司中，公布衡量资产质量的不良率数据只有3家，超半数以上未公开。在已公布的不良率数据中，盛银消费金融不良率仅为0.09%。兴业消费金融不良率为2.34%，较2019年末的2.36%下降了0.02个百分点，在2020年受到疫情的冲击下，兴业消费金融保持了资产质量的优良难能可贵，也充分显示其突出的竞争力和成长性。湖北消费金融公布其不良率为2.32%，较2019年的2.21%略有增长。

在未公开数据的消费金融公司中，也有部分机构的资产质量有迹可循。中邮消费金融公司表示，截至报告期末，中邮消费金融不良贷款实现量率双降。招联消费金融截止2019年6月末，其不良率为2.08%，而根据往年走势有呈逐年上升的趋势。而中银消费金融2018年不良贷款率为3.15%，2019年及2020年的不良贷款率则暂未公布。根据中国银行业协会发布的数据来看，2019年消费金融公司平均不良率为2.63%，中位数为2.03%，中位数与平均数相差较大，一定程度反映了部分机构的风险成本压力堪忧。

资产增长的背后是贷款规模的扩张，也是各家消费金融公司造血功能的比拼。发债、ABS、同业拆借等都是消费金融公司补血的重要渠道。招联消费金融在2020年的前4个月内，便将2年内获准发行的70亿元额度全部用完。招联消费金融表示，发行金融债券可以作为长期稳定的资金来源，是消费金融公司良好的主动负债工具之一。

2020年，为了抵抗疫情所带来的影响，马上消费金融连续发行ABS和金融债，并获得了投资机构的超额认购。马上消费金融全面打通集自有资本、股东存款、同业借款、同业拆借、ABS、金融债、信贷资产转让等于一体的多元化全渠道融资体系，成为业内为数不多的同时成功发行ABS、金融债的持牌消费金融公司。

三、业绩背后的战略选择

是逆势加大放贷规模，还是守住资产质量谋求转型，消费金融公司的业绩分化背后其实也已暗藏了各家的战略选择。持牌消费金融发展已过十年，增量难寻，市场也进入红海厮杀阶段。2020年持牌消费金融行业巨头竞争加剧，排位赛强化优胜劣汰效应，平安、小米、光大消费金融均以存量身份纷纷进场。而此前一味靠资金输出的外延式发展方式，似乎在当下已难以长久，消费金融公司正面临各自的战略抉择。

发力普惠金融，以用户、流量等优势把持市场占有率。2020年，以招联消费金融、兴业消费金融、中银消费金融为代表的的银行系消费金融公司继续发力普惠金融。招联消费金融以科技金融高度切入，开创纯线上、轻资产的运营模式，以“精准识别、精确匹配、精细运营、精致体验”四精战略实现普惠金融。兴业消费金融践行普惠金融，服务于未能充分享受传统银行金融服务的长尾客群，挖掘内需增长潜力，发力个体工商户服务。中银消费金融通过搭建智能化的金融科技云平台，形成全面支持精准获客、精准风控、智能审批、智能催收，微盖贷前、贷中、贷后的全流程服务，向客户提供最普惠的金融服务。

加大科技投入，向数字化转型。稳质保量、业务转型，疫情的冲击加深了消费金融公司对科技的重视，进一步推动了以科技驱动的战略发展。2020年，以马上消费金融、捷信消费金融、海尔消费金融为代表的消费金融公司加大科技投入，强化平台能力，进一步推动数字化转型。

马上消费金融自2019年开始推进开放平台战略，驱动以科技、风控、智能客服等为核心的各项数字化能力，从后台走向前台，从自营走向开放。近几年，马上消费金融开放平台战略加速深入推进，在驱动业务发展上取得了良好成效。马上消费金融表示，目前其科技赋能机构数量超过100家，合作金融机构超过200家，场景方200余家，覆盖消费场景百万个。

2020年海尔消费金融也加大了在金融科技方面的投入，提升自有研发能力，在保障资产安全的情况下，强化平台能力，稳步推进资产结构优化和业务转型。

此外，以线下展业为主的捷信消费金融也从去年开始筹备和进行数字化转型。

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。