



# 2024 年消费金融行业分析

联合资信 金融评级一部



**联合资信评估股份有限公司**  
China Lianhe Credit Rating Co.,Ltd.



2023年，消费需求恢复、增资、股权划转等因素促进了消费金融公司资产端业务的发展，消费金融公司资产规模保持持续增长态势，且头部化、分层化趋势显著。自2009年消费金融公司成立以来至2022年末，累计发放消费贷款7.17万亿元，累计服务客户7.89亿人次，呈持续增长态势。从业务规模看，随着资产端业务规模的持续增长，我国消费金融公司资产规模保持增长趋势，截至2023年末，28家已公开披露初步数据的消费金融公司资产总额已突破1.10万亿元，增速有所回升，一方面是受整体市场消费需求逐步恢复，另一方面是部分消费金融公司进行增资及股权转让后承接或发力消费信贷业务使得业务规模增长较明显所致，整体行业规模进一步扩大。其中，2023年末招联消金、蚂蚁消金和兴业消金3家消金公司的资产规模（未经审计）合计5030.21亿元，占上述消费金融公司总资产规模的比重超过40%，头部效应显著。

消费金融公司继续推进线上化转型，但第三方引流模式仍占有较高比重，自主获客能力仍有较大提升空间；与此同时，消费金融公司逐步开始布局线下业务，但规模占比呈下降趋势，短期内线上化发展仍是行业主要趋势。在线上获客方面，2022年以来，消费金融公司持续推动线上化转型，一方面是由于疫情的影响使得消费金融公司更关注轻资产、高效快捷的业务模式，另一方面数字化时代背景下，线上业务转型有助于消费金融公司降本增效，并同时避免线下业务带来的合规风险。2022年，消费金融公司累计发放线上贷款2.47万亿元，占全部贷款的96.17%。根据《中国消费金融公司发展报告（2023）》（以下简称“报告”）披露数据显示，30家消费金融公司均开展了线上业务，其中12家消费金融公司完全采取线上方式获客。绝大部分消费金融公司线上第三方引流获客占比超过50%，同时半数消费金融公司该渠道投放占比仍呈现上升趋势。大部分消费金融公司线上自营渠道占比呈现上升态势，但绝大部分消费金融公司自营渠道低于20%，整体自主获客能力仍有较大提升空间。线下获客模式主要是以直营模式或中介渠道合作来进行展业，2022年以来消费金融公司正逐步开始布局线下自营业务，完全未涉及线下自营业务的消费金融公司家数有所下降，但约半数消费金融公司线下自营投放占比少于20%，线上化发展仍是目前行业的大趋势。从线下第三方渠道看，少数消费金融公司采取了此种获客模式，但其中大部分公司该渠道投放占比呈现下降趋势。

消费金融公司不良贷款率略有上升，但整体信贷资产质量相对稳定，拨备水平充足，具有较强风险抵补能力，但考虑到经济形势仍有所承压等因素，仍需关注行业后续资产质量变化；消费金融公司进一步探索不良资产处置方式，不良贷款转让有所提速。从资产质量表现看，截至2022年末，我国消费金融公司平均不良贷款率

为 2.22%，较 2021 年末略有上升，或与疫情期间各家消费金融公司有相应的延期还本付息、展期等政策，使得信用风险的暴露有一定的滞后性、五级分类标准趋严所致以及短期内资产规模增速放缓，无法通过业务规模增长稀释风险管理水平所致，但近年来整体信贷资产质量相对稳定。2023 年以来，部分已披露数据的消费金融公司不良贷款率仍有上升趋势，仍需关注宏观经济承压的背景下后续资产质量的变化情况。此外，值得注意的是，2023 年消费金融公司不良资产转让有所提速，或与不良贷款转让试点机构范围扩大、不良资产增多等因素有关。截至 2023 年末，在已开业的 31 家消金公司中，已有 23 家消费金融公司开设了不良贷款转让账户，其中 10 余家参与不良贷款转让业务，共发起了近 20 个不良资产转让项目，涉及债权金额超过 200 亿元。从拨备水平来看，2022 年末消费金融公司拨备覆盖率 271.49%，拨备充足，具有较强的风险抵补能力。

消费金融公司负债端资金融入对同业借款渠道依赖程度仍较高，2022 年以来部分消费金融公司通过结构化融资、银团贷款等方式拓宽融资渠道，且行业金融债券发行重启，中长期资金来源有所拓宽；但非同业渠道融资总体占比不高且有所下降，融资渠道仍较为单一。截至 2022 年末，消费金融公司融资余额为 7400.56 亿元，较上年末增长 16.52%，增速同比下降 33.18 个百分点；同业借款仍然为消费金融公司资金融入的主要渠道，2022 年末占比为 81.05%，其他占比相对较高的融资渠道包括银登中心资产流转工具（占比为 6.61%）、股东存款（占比为 5.92%）、线上拆借（占比为 3.80%）、金融债（占比为 2.23%）。2022 年，消费金融公司在银登中心资产流转融资余额明显上升，主要原因为蚂蚁消费金融持续承接花呗和借呗业务，对资金的需求量较大，加之其因成立年限等因素尚未取得发行 ABS 和金融债的资质，故较多利用信贷资产流转融资所致。资产证券化产品方面，2022 年，由于监管对于消费金融公司通过公开市场募集资金的审批趋严，当年消费金融公司资产证券化产品的发行节奏趋缓，但 2023 年以来，随着消费相关行业逐步回暖，叠加监管持续释放支持消费信贷的信号，消费金融公司发行资产证券化产品规模显著增长。从金融债发行情况来看，2022 年末有消费金融公司成功发行金融债券；2023 年 10 月，金融监管总局颁布《非银行金融机构行政许可事项实施办法》，取消了消费金融公司等非银行金融机构发行非资本性债券审批，2023 年以来，兴业消费金融、招联消费金融、杭银消费金融成功发行多期金融债，消费金融公司债券发行活跃度有所上升。另外，相较于发行资产证券化产品及金融债券等融资方式，银团贷款因其准入门槛相对较低、操作流程更为便捷，获得多家消费金融公司青睐，但目前占比不高。

消费金融公司盈利表现较好，但综合定价水平下行、风险资产减值损失计提和核销需求的上升也使得未来利润增长面临压力；资本补充较为依赖增资扩股，行业资本金规模持续扩大。2022 年业务规模的较快增长以及负债端资金成本的压降推动

营业收入及净利润水平提升，2022年以来消费金融公司整体盈利水平较好。利率定价方面，根据中国消费金融公司发展报告数据显示，消费金融公司客户加权平均综合定价均在24%以内，大部分消费金融公司综合定价水平下降。在利率上限与LPR下行等因素的多重考验下，消费金融公司定价空间被控制，一方面考验各机构综合运营能力、成本控制能力，另一方面风险资产面临的减值准备计提及核销需求等也使得消费金融公司未来盈利能力或面临一定增长压力。

从资本充足水平来看，近年来业务增长过程中，消费金融公司对资本的消耗有所加大，资本充足率小幅下降，截至2022年末，消费金融公司的资本充足率为14.01%。资本管理方面，近年来，消费金融公司的资本补充主要依赖增资扩股，2023年有4家消费金融公司累计增加注册资本192.35亿元，行业资本金规模持续扩大，为业务扩展奠定了较好基础。

监管政策层面，消费金融领域监管政策对公司治理、业务发展及风险控制的要求进一步细化，利于整体消费金融行业规模的扩容、市场活跃度的提升以及长远稳定化的发展。2023年11月，《非银行金融机构行政许可事项实施办法》施行，进一步简化放宽了消费金融公司债券发行的行政许可要求，取消了消费金融公司非资本类债券发行的审批机制，改为事后报告制，明确资本类债券储架发行机制，一方面体现了对于消费金融公司监管向银行类进行靠拢的趋势，同时也有利于消费金融公司拓展资本补充渠道，缓解自身经营期间的资本补充压力。此外，2024年3月，国家金融监管总局发布《消费金融公司管理办法》（以下简称《管理办法》），优化准入政策，提高主要出资人持股比例至50%、将最低注册资本提升至10亿元，增设部分监管指标，如规定消费金融公司担保增信业务余额不得超过公司全部贷款余额的50%，限制盲目扩张，并在后续给予一定的整改过渡期，且对业务范围进行了优化调整，该政策大幅提升了消费金融公司的准入门槛，引导消费金融公司专注主责主业，并在公司治理、风险管理与风险处置、消费者权益保护层面均有细化规定，有利于整体消费金融公司的合规化、精细化及稳健化运营发展。

## 联系人

投资人服务 010-85679696-8624chenjialin@lhratings.com

## 免责声明

本研究报告著作权为联合资信评估股份有限公司（以下简称“联合资信”）所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“联合资信评估股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本研究报告的，联合资信将保留向其追究法律责任的权利。

本研究报告中的信息均来源于公开资料，联合资信对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本研究报告所载的资料、意见及推测仅反映联合资信于发布本研究报告当期的判断，仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。

在任何情况下，本研究报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。联合资信对使用本研究报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。