

LIANHE
IDENTIFICATION
EVALUATION

IMPACT

PLAN

2023 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.



一、行业竞争格局

消费金融是指由金融机构（银行、消费金融公司、小额贷款公司等）向消费者提供包括消费贷款在内的金融产品和金融服务，消费金融公司主要定位为与商业银行传统消费信贷业务差异化竞争、互补发展的新型金融主体。相对于银行、保险等传统金融行业而言，我国消费金融公司普遍成立时间较短，资本实力较弱。消费金融公司的注册资本最低限额为 3 亿元人民币，目前近半数的消费金融公司注册资本在 3~10 亿元，部分头部消费金融公司注册资本超过 40 亿元。根据主要出资人的不同类型，消费金融公司的主要出资人可分为金融机构和非金融机构。截至 2022 年末，我国共有 30 家持牌消费金融公司开业成立，其中 20 家消费金融公司的主要出资人为商业银行，故称之为银行系消费金融公司；非银行系消费金融公司共 10 家，以产业机构、电商等为主要出资人。

消费市场目前呈现以传统银行为主，以消费金融公司、互联网金融平台等为辅的格局；银行系和非银系消费金融公司在业务开展、资金成本和风险控制方面具有天然优势，而非银行系消费金融公司在流量、消费场景、大数据风控等方面具有一定优势。目前，消费市场参与主体呈多元化发展态势，包括商业银行、消费金融公司、汽车金融公司等金融机构，还包括小额贷款公司、互联网公司、金融科技公司等，其中商业银行占据主导地位。从竞争格局来看，由于消费金融公司客户定位相对较弱、融资成本较高，其竞争优势弱于商业银行，但强于小额贷款公司，互联网金融平台则逐步向持牌机构方向转化。商业银行凭借覆盖全国的营业网点优势、成熟的风险控制机制以及丰富多样的产品体系，是消费金融公司的主要发起机构，银行系消费金融公司在流动性支持、风控体系等方面优势较为突出；互联网公司、金融科技公司等拥有流量和技术优势，通过导流、技术输出等方式参与消费金融产业链，或通过控股参股金融机构参与到消费市场中，这类非银行系消费金融公司主要在流量、场景、大数据技术等方面具备优势。

二、经营概况

消费需求释放、线上化转型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，头部效应显著。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，一方面得益于消费市场需求释放，另一方面也得益于消费金融公司线上化展业转型对资产端业务发展的有效赋能。自 2009 年消费金融公司成立以来，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。截至 2022 年末，30 家消费金融公司资产总

额为 8844.41 亿元，负债总额 7847.23 亿元，所有者权益 997.18 亿元，均保持增长态势。其中，2022 年末招联消金和兴业消金 2 家头部消金公司的资产规模合计 2406.43 亿元，占消费金融公司总资产规模的 27.21%，头部效应较为显著。

消费金融公司线上化转型加速，但第三方引流模式占有较高比重，自主获客能力仍有较大提升空间。业务渠道方面，消费金融公司获客可简单区分为线上获客和线下获客，根据业务模式的不同，又可区分为线上自营、线上第三方引流、线下自营和线下第三方渠道四种方式。在线上获客方面，近年来人民的生活和消费模式都发生了较大改变，各家消费金融公司业务经营线上化转型的趋势明显，并且在自营业务方面的投入力度不断加大，消费信贷的数字化转型已逐步实现。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%。具体来看，消费金融公司线上获客渠道除了自营 APP、公众号、服务号、H5 等自营渠道外，还通过与外部互联网平台合作以信息流投放的方式获得客户，但第三方引流方式的客户转化效果仍有待观察。根据《中国消费金融公司发展报告（2022）》（以下简称“报告”）披露数据显示，目前 30 家消费金融公司均开展了线上业务，其中 28 家消费金融公司开展了线上第三方引流，为最主要的业务渠道，22 家消费金融公司线上第三方引流投放占比超过 50%。大部分消费金融公司线上自营渠道占比呈现上升态势，但自营渠道占比超过 50% 的仅为 4 家，大部分消费金融公司低于 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，但并不是当前消费金融公司的主流选择，目前半数消费金融公司完全未涉及线下自营或线下第三方渠道，8 家消费金融公司线下自营投放占比少于 20%。

消费金融公司信用风险可控，拨备覆盖水平上升，风险抵御能力增强，但考虑到居民收入有所波动、延展期政策导致风险暴露有所滞后以及五级分类趋严等因素，仍需关注后续资产质量变化。从资产质量表现看，截至 2021 年末，我国消费金融公司平均不良贷款率为 2.11%，不良率中位数为 1.96%，近年来平均不良贷款率呈下降趋势；2021 年末拨备覆盖率 295.84%，拨备充足。消费金融公司不良贷款率持续下降一方面反映了其收益水平能够对存量资产风险暴露形成有效覆盖，同时也反映出消费金融公司展业期间对风险管理模型体系的迭代较为有效。

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，通过发行金融债以及 ABS 进行市场融资难度上升，融资渠道仍有待拓宽；资本补充较为依赖增资扩股，行业资本金规模持续扩大。从融资渠道来看，消费金融公司负债端资金融入渠道包括接受股东和股东境内子公司存款、向境内金融机构借款、发行金融债券、境内同业拆借、资产证券化等方式。消费金融公司借款通常包括向银行、非银同业金融机构等的资金拆入，目前为绝大多数消费金融公司的第一融资来源。截至 2021 年末，消费金融公司融资总额 6351.45 亿元，较上年末增长 49.70%；同业借款仍然为消费金

融公司资金融入的主要渠道，占融资总额的比重在 75%以上，其他融资渠道融入资金占比相对较高的包括股东存款（占比约 10%）、发行金融债券（占比约 4%），发行资产证券化的融资余额仅占融资总额的 1%左右。从金融债券和资产支持证券发行情况看，2022 年，尚未有消费金融公司成功发行金融债券，且当年资产证券化发行规模较上年全年有所收缩，2022 年消费金融公司合计发行资产证券化产品 130.40 亿元，较上年下降 17.49%，主要是由于监管对于消费金融公司通过公开市场募集资金方面的审批趋严所致。近年来，消费金融公司的资本补充主要依赖增资扩股，2022 年消费金融公司累计增加注册资本 39.20 亿元，行业资本金规模持续扩大。

消费金融公司盈利表现有所提升，头部机构盈利能力良好，关注未来利润增长情况。近年来消费金融公司盈利水平整体呈增长态势，2021 年业务规模的较快增长推动利息收入水平提升，头部消费金融公司 2021 年盈利能力良好。利率定价方面，近年来，多地监管部门对辖内消费金融公司进行窗口指导，要求消费金融公司将个人贷款利率控制在 24%以内，消费金融公司贷款的年化利率有所下降，截至 2022 年 6 月末，已有 22 家消费金融公司公示的贷款产品年化利率低于 24%，占比超过七成。考虑到资产质量变化或使得减值准备计提及核销需求上升，加之利率持续压降等因素，消费金融公司未来盈利能力或面临一定增长压力。

三、监管政策

消费金融领域监管政策出台较为频繁，行业进入存量治理与规范监管的时代，随着行业分级的明确、对互联网贷款业务、利率管理等工作的加强，消费金融公司有望保持理性有序的发展态势。2021 年 1 月，原银保监会发布《消费金融公司监管评级办法（试行）》，明确消费金融公司监管评级要素分为公司治理与内控、资本管理、风险管理、专业服务质量、信息科技管理五个方面，并将消费金融公司监管评级分为 5 级，旨在促进消费金融公司更加规范化、合规化发展。2021 年 2 月，原银保监会发布《关于加强商业银行互联网贷款业务管理提升金融服务质效的通知》（下称《通知》），从联合贷款出资比例、集中度、限额管理等三个方面设定严格的定量指标，大幅度收紧互联网贷款业务政策要求，并严控地方法人银行跨区域经营，一方面对消费金融公司贷款管理和业务规范性的要求进一步提高，另一方面或也对消费金融公司拓展相关合作业务产生一定影响。2021 年 3 月，央行发布第 3 号公告，要求包括消费金融公司在内的从事贷款业务的机构以明显方式展示贷款年化利率（相较于日利率、月利率更明显），贷款成本应包括利息及与贷款直接相关的各类费用。2022 年 11 月，原银保监会发布《银行保险机构公司治理监管评估办法》，消费金融公司首次被纳入《银行

《保险机构公司治理监管评估办法》监管范围,在《消费金融公司监管评级办法(试行)》的基础上对于各级别的监管方式进行了明确,对于消费金融公司的监管要求更加细化,未来监管标准也会继续向银行、保险等机构看齐。

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。