

我国互联网消费金融发展:问题、挑战与监管

程雪军^{1,2}(研究员)

【摘要】随着我国经济的稳健发展,消费理念的快速升级以及金融科技的深化应用,我国消费金融行业迎来了“爆发式”发展,形成了传统消费金融模式(如商业银行、消费金融公司等)与互联网消费金融模式,其中互联网消费金融又可以细分为三类发展模式——电商平台类消费金融、垂直分期平台类消费金融、网络借贷平台类消费金融,并基于各自特点走出了相应的发展道路。但是,由于我国互联网消费金融的过快发展,也带来了一系列的问题与挑战。通过分析国外消费金融创新监管经验,从宏观和微观层面面对我国互联网消费金融发展提出相关创新监管的建议。

【关键词】 互联网消费金融; 普惠金融; 金融监管; 创新监管; 宏观风险; 行业风险

【中图分类号】 F832.5 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1004-0994(2019)15-0162-9

一、引言

在我国经济从高速发展向高质量发展增速换挡、调整结构的阶段,我国经济增长方式要实现从投资与出口驱动型向消费驱动型的转变,其中消费金融发展是扩大内需的重要途径。消费金融即为与消费相关的所有金融活动^[1],近年来,其蓬勃发展为拉动消费与经济转型升级做出了重大贡献,发展消费金融是扩大消费需求的长效机制之一^[2]。

作为一种全新的商业模式,互联网消费金融的发展时间较短,因此学术界还未形成完整的理论体系和清晰的概念界定。黄林、董文翰^[3]认为,消费金融根据展业方式的不同可以分为传统消费金融与互联网消费金融两类。孟安燕^[4]认为,互联网消费金融平台又可分为电商平台、分期购物平台和P2P平台。孙国峰^[5]认为,目前我国已经形成了多层次的互联网消费金融服务商结构,包括电商平台消费金融、分期购物消费金融平台以及细分市场的互联网消费金融等。

关于我国互联网消费金融所面临的主要问题与挑战,孙国峰^[5]认为主要面临四个问题:一是互联网消费金融机构还处于探索发展阶段,因此其风险控制能力较弱;二是个人征信体系发展不足;三是消费者权益保护不力与信息披露不足;四是消费金融机构存在诱导性消费。鄂春林^[6]认为,互联网消费金融的挑战在于小额现金贷与场景消费金融推广存在制约,部分机构“重流量、轻风控”导致风险累积以及精准识别客户难度增大、欺诈风险蔓延。张荣^[7]则认为,互联网消费金融发展的困境在于其难以撼动银行地位,资金来源匮乏,征信问题的瓶颈以及在P2P高危背景下的行业风险难以把控。

关于海外消费金融创新监管经验研究方面,许文彬、王希平^[8]从英国、美国消费金融公司的发展、模式及对我国发展消费金融的启示角度出发进行了一系列的研究,但是并没有具体细化研究英、美两国的具体监管政策。赵建斌^[9]也是从国外消费金融公司发展经验出发谈及对我国消费金融发展的经验借鉴,提出要严格控制 and 防范相应的风险,完善信用评

【基金项目】 国家社会科学基金一般项目“我国互联网金融市场准入与监管法制重大理论与实践问题研究”(项目编号:16BFX098); 上海市人民政府决策咨询课题“上海推进金融科技发展思路和举措研究”(项目编号:2018-A-021-1)

估体系,完善贷款催收体系,加强消费金融公司与商业银行之间的合作,完善社会保障机制并严格监督管理。

由于互联网消费金融在快速发展的同时,衍生出一系列的问题与挑战,且目前国内有关互联网消费金融的创新发展模式与金融监管政策存在矛盾,因此本文基于我国互联网消费金融发展现状以及存在的问题,充分借鉴美国与韩国这两个国家的消费金融创新监管经验,针对性地提出有关我国互联网消费金融创新监管的政策建议。

二、我国互联网消费金融存在的主要问题与面临的挑战

(一)宏观层面

1. 消费信贷发展过快引发的宏观风险问题。根据中国人民银行《中国金融稳定报告(2018)》的统计,2017年年末,我国住户部门债务余额达到40.5万亿元,同比2016年增长21.4%,与2008年相比增长7.1倍。存款类金融机构住户部门贷款占全部贷款余额的比例为32.3%,较2008年增加14.4%。从2017年住户部门债务余额及增速(具体见表1)的数据来看,住户部门债务主要由消费贷款(占比77.8%)和经营贷款(占比22.2%)构成,两者分别同比增长25.8%和8.1%。

表1 2017年住户部门债务余额及增速

类型	余额(亿元)	同比增速
消费贷款	315296	25.8%
其中:短期消费贷款	68123	37.9%
中长期消费贷款	247173	22.9%
其中:个人住房贷款	218605	22.2%
经营贷款	89854	8.1%
其中:短期经营贷款	45854	-0.8%
中长期经营贷款	43999	19.1%
总计	405150	21.4%

资料来源:中国人民银行。

近年来,伴随着政策的鼓励支持、宏观经济的发展、消费观念的改变以及消费信贷的普及,短期消费贷款在住户部门债务中的比例不断提升,从2008年到2017年年末,该比例从7.3%增至16.8%,目前来看,虽然比例较低但是增速过快,因此需要引起警惕。

一方面,短期消费贷款的增长对于刺激消费需求、提升生活水平、支持经济发展起到了积极作用。

近年来,我国宏观经济步入从高速增长向高质量增长的“新常态”,消费逐渐取代投资、进出口成为经济增长的“压舱石”。截至2018年第三季度,我国最终消费支出对经济增长的贡献率达到78.0%,高于资本形成总额的46.2%,且较大幅度地高于中美“贸易冲突”下的进出口贡献度。另一方面,消费信贷尤其是短期消费信贷的过快发展,有可能会催生过度消费、铺张消费、透支消费等“恶习”,甚至对年轻人未来的成长、经济可持续发展产生消极作用,引发宏观经济风险。

以2017年为例,我国短期消费贷款增速大幅高于中长期消费贷款增速,呈现出强弱对比的趋势。2017年10月,我国短期消费贷款余额同比增速达到40.9%,大幅度高于2017年1月19.9%的同比增速。短期消费贷款过快增长的可能原因在于:①在市场整体环境处于利差较低的情况下,消费信贷利差更高,商业银行等消费金融机构有投放收益更高的消费信贷之动机。②互联网金融尤其是P2P监管的趋严,促使部分消费贷款向传统银行体系回流,寻求相对安全的收益。③部分购房者利用消费贷款等产品规避首付比的限制。④由于近年来房价持续上涨与居民可支配收入水平的矛盾,不断透支着部分居民的消费能力,但消费理念正在转变,消费意愿又在不断增加。因此,消费能力与消费意愿的矛盾使部分居民转向利用短期消费贷款“提前消费、信用消费”来维持消费水平。

综上所述,目前我国消费贷款尤其是短期消费贷款正在快速发展,短期消费贷款的发展速度甚至快于以个人住房贷款为主的中长期消费贷款。既存在规避房地产首付比的监管套利,也有针对互联网金融尤其是P2P的监管规避,其本质是违背消费信贷尤其是消费金融创建的初衷:以小额、分散为原则,为我国境内居民个人提供以消费(不包括购买房屋和汽车)为目的的贷款服务。对此,我国需要总结日本信用卡危机、韩国信用卡危机、美国次贷危机事件的经验教训,谨防消费贷款尤其是短期消费信贷过快发展诱发的宏观经济风险。

2. 互联网金融主体竞争激烈引发的市场乱象问题。我国互联网金融行业发展迅速,无论是传统消费金融机构(如商业银行、消费金融公司等)互联网化,还是互联网消费金融机构(如电商平台类、垂直分期平台类、网络借贷平台类消费金融机构),都在从事互联网消费金融业务。

目前,银行业金融机构基于其资金优势、网点优势、风险控制优势等而占据市场主导地位,截至2017年年末,银行业消费贷款总额为315296亿元,其中短期消费贷款(不含住房按揭贷款)为68123亿元,相比于其他参与者千亿级别当量,银行业金融机构仍处于市场主导地位^[4]。

消费金融公司基于牌照优势、人才优势等,经过八年时间,实现了从无到有、从试点到全国、从小到大的迅速发展。截至2018年年底,我国共有23家持牌消费金融公司获批开业,覆盖全国主要大中型城市。其中,华东地区有8家:中银消费金融(上海)、尚诚消费金融(上海)、杭银消费金融(浙江杭州)、苏宁消费金融(江苏南京)、兴业消费金融(福建泉州)、海尔消费金融(山东青岛)、华融消费金融(安徽合肥)、金美信消费金融(福建厦门)。华中地区有3家:湖北消费金融(湖北武汉)、中原消费金融(河南郑州)、长银五八消费金融(湖南长沙)。华北地区有4家:北银消费金融(北京)、捷信消费金融(天津)、晋商消费金融(陕西太原)、幸福消费金融(河北张家口)。华南地区有2家:中邮消费金融(广东广州)和招联消费金融(广东深圳)。东北地区有2家:盛银消费金融(辽宁沈阳)和哈银消费金融(黑龙江哈尔滨)。西北地区有2家:长银消费金融(陕西西安)和包银消费金融(内蒙古包头)。西南地区有2家:锦程消费金融(四川成都)和马上消费金融(重庆)。根据中国银行保险监督管理委员会的统计数据,截至2016年三季度末,持牌消费金融公司行业资产总额为1077.23亿元,仅为中国农业银行信用卡业务的1/20^[7],可见其市场规模、地位与商业银行差距较大。

而基于良好的用户体验、便捷的贷款审批、纵深的消费场景、深度的金融科技应用等优势,互联网消费金融公司实现了跨越式发展,但是,行业内也呈现出细分的“马太效应”现象。电商平台类消费金融公司拥有众多的用户、综合的消费场景、完善的风险控制,无论是蚂蚁金服的花呗、借呗,还是京东金融的白条、金条,都具有快速的发展态势;垂直分期平台类消费金融公司深耕细分消费场景,比如以乐信集团、趣店集团为主的校园分期购物平台迅速崛起,并分别于2017年在美股上市。但是更多的校园分期平台由于国家对“校园贷”的严格监管,其发展经历了较大的波折。

互联网消费金融主体及其竞争产品对比分析见表2。

表2 互联网消费金融主体及其竞争产品对比分析

类型	传统消费金融互联网化		互联网消费金融
机构	商业银行	消费金融公司	互联网消费金融公司
代表企业	中国建设银行	苏宁消费金融公司	蚂蚁金服公司
对比产品	快E贷	任性付	花呗
产品类型	纯线上、无抵押	纯线上、无抵押	纯线上、无抵押
最高额度	50万元	20万元	5万元
期限	最长可达12个月,随借随还	用户可选择3、6、9、12、24个月进行分期	用户可选择3、6、9、12个月进行分期
利率	年化利率7.2%	每月费率为0.65%~1%	对应费率分别为2.5%、4.5%、6.5%、8.8%
还款路径	中国建行等储蓄卡	易付宝、零钱宝、储蓄卡	支付宝、余额宝、储蓄卡
适用平台	中国建设银行	苏宁云商门店、苏宁易购等封闭渠道	淘宝、天猫、唯品会、亚马逊、当当等开放渠道

资料来源:中国社会科学院金融研究所、上海交通大学凯原法学院。

3. 个人征信体系发展不健全与数据孤岛问题。互联网消费金融是集资金端、平台端、场景端、风控端、征信端等诸多要素为一体的生态系统,其中征信端的个人征信体系建设更是互联网消费金融的重要基础设施。由于当前我国征信体系发展不健全、征信覆盖面不广、征信维度不足,导致我国互联网消费金融在发展中存在着行业风险不断增大、不良贷款率不断提升、多头借贷凸显等问题。

(1)从制度层面分析,我国互联网消费金融征信体系的问题主要体现在:①征信立法不健全。虽然目前我国征信行业进入了初步的有法可依阶段,但相较于西方发达国家的征信法律而言,我国在立法的质、量、面上都有较大的不足。其一,我国法律法规缺乏有效的数据共享与隐私保护条款;其二,地方出台的地方性征信法律法规和行业性规范在适用性与规范性方面存在偏失。②失信惩戒机制不够完善。有效的制度为市场经济奠定了基石,完善的失信惩戒机制有利于规范理性经济人的“逆向选择”与“道德风险”问题。目前我国虽然存在失信惩戒机制,但并不完善;对一些失信行为尽管有所惩戒,但难以引以为

戒,反而在制度上变相“激励”了人们的失信行为。因此,我国加强失信惩戒机制建设的任务依然任重而道远。

(2)从市场层面分析,我国互联网消费金融征信体系的问题主要体现在:①征信市场基础薄弱,征信覆盖面不大。我国征信市场发展时间不长,与欧美较成熟的征信市场相比,市场基础较为薄弱。从征信市场供给来说,我国征信机构总体数量少、总体实力较弱,在征信产品研发、技术、数据等方面存在着较大差距。从征信市场需求来说,我国互联网消费金融市场的参与者众多,既包括传统的商业银行、持牌消费金融公司,又包括创新的电商平台、垂直分期平台、网络借贷平台类消费金融机构,各类消费金融机构及其消费者对征信的需求旺盛。但是,我国征信市场覆盖面不大,全国具有央行征信记录的只有3.8亿人左右,仅覆盖全国人口的25%左右,严重低于美国60%的高覆盖率。总体来看,供需之间的矛盾与失衡对我国互联网消费金融征信持续发展带来了较大阻力^[10]。②民间征信不充分,信联发展刚刚起步。尽管我国前几年试点了8家民间征信机构,国内市场上也出现了一批非公有的征信公司与信用评级机构,但普遍存在市场规模普遍较小、专业程度不高和数据维度不多等问题。③征信共享机制没有打通,数据孤岛问题严重。虽然互联网金融协会联合8家征信公司于2017年成立了信联征信,但目前征信共享机制并没有有效打通,数据开放程度较低,信息的条块分割和部门垄断问题严重,许多信息分散在不同部门与公司,信息透明度较低,数据孤岛问题严重。

4. 互联网消费金融的法律法规不健全问题。互联网消费金融既面临市场和经营方面的争议,还涉及各种法律规范问题。

(1)综合利率畸高与司法解释争议问题。目前互联网消费金融利率畸高问题广受争议,尤其是一些“现金贷”产品,倘若将服务费、手续费、逾期费、滞纳金等折算到利率中,“现金贷”的年化利率大部分会超过36%,有些甚至达到100%以上。根据2015年施行的《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》中第26条规定:“借贷双方约定的利率未超过年利率24%,出借人请求借款人按照约定的利率支付利息的,人民法院应予以支持。借贷双方约定的利率超过年利率36%,超过部分的利息约定无效。”但是,互联网消费金融机构属于民间借贷还是属于金融机构发放贷款,目前尚无确定的说

法;关于综合利率36%的问题也没有明确规定,这些都需要监管机构在其立法权限内对此进行明确。

(2)互联网消费金融的准入标准问题。目前互联网消费金融行业机构众多,虽然从事着相同的消费金融业务,但是监管主体并不相同,行业内存在监管套利的问题。对此,监管部门应通过设定行业最低准入标准,如注册资本金要求、机构投资者的出资比例及相关行业的从业年限等,将实力较强的机构纳入到行业发展中,以控制行业风险。

(3)行业自律性规范不足与不到位的问题。互联网消费金融的本质是金融,金融行业的健康与长远发展离不开政府监管、行业自律、机构自我约束的有机结合,由于互联网消费金融的发展特点和创新发展速度,对行业自律组织的要求也日渐提升,但目前我国互联网消费金融行业协会于2018年10月才刚刚成立,行业自律性规范不足与不到位的问题比较突出。

(4)没有有效建立强制信息披露制度。互联网消费金融既具有金融复杂性,又具有互联网行业技术性,两者结合导致行业复杂程度、专业程度更高,金融消费者在消费信贷过程中更处于弱势地位,但目前我国对于互联网消费金融行业并没有建立强制信息披露制度,也没有建立统一标准、可追溯、可持续的产品、业务及行业信息披露机制,以督促互联网消费金融机构严格履行信息披露义务。

(二)微观层面

1. “现金贷”过快发展,场景消费金融发展不足问题。由于金融科技的发展,互联网的营销与获客日益变得更为便捷与高效,大数据风险控制变得更为有效,同时由于宏观经济的稳健发展,人民收入水平的提高以及消费观念的变化,在鼓励消费金融发展的进程中,有场景、有用途、有群体的场景消费金融并没有得到快速发展,缺乏场景支撑的“现金贷”却发展迅猛,这脱离了消费金融发展以“金融助推实体经济发展,消费促进经济升级与转型”为主的初衷。互联网消费金融的本质是金融,基石是连接消费的场景,但当前我国场景消费金融发展严重不足,呈现出喧嚣的“现金贷”与遇冷的场景消费金融之间的强烈反差,对此直到2017年12月,“现金贷”被紧急刹车,监管层与市场才终于明晰“鼓励”与“发展互联网消费金融”的边界与初衷^[11]。

2. 产品同质化严重,创新能力不足问题。互联网消费金融的产品同质化非常严重,按照是否具有

场景来划分,产品集中在两类,即“现金贷”产品与场景分期产品(场景消费金融)。不同的“现金贷”产品在设计与管理上都类似,仅在综合利率上存在差异:电商平台类消费金融机构具有风控优势、场景优势、技术优势等,其综合利率相对较低,可以做到“千人千面”的因客定价;垂直分期平台类消费金融机构具有垂直分期的场景优势,综合利率处于居中水平;网络借贷平台类消费金融机构既缺乏场景优势,又欠缺技术等方面的优势,具有“高风险、高收益”特点,其综合放贷利率水平最高。而场景分期产品高度同质化,产品大同小异。整体而言,消费金融机构创新能力不足,行业差异化竞争不大,并没有形成自身的发展特色,其产品主要集中在3C(计算机、通信、消费电子)场景、租房场景、教育场景、家装场景、汽车后市场场景等,导致某些场景领域竞争过度,但在某些亟待普惠金融的场景领域比如农村消费场景、蓝领消费场景等,却处于短板甚至空白^[4]。

3. 互联网消费金融行业风险加剧问题。虽然目前我国消费金融杠杆率相较于美国发达国家较低,但杠杆率增长速度很快,整体消费金融公司不良贷款率与风险不断提升。表3是2012~2017年我国消费金融公司与商业银行不良贷款率汇总。数据显示,我国商业银行不良贷款率从2012年的0.95%上升到2017年的1.74%,而相较于商业银行,消费金融公司的目标客户更加下沉,主要集中在没有央行征信记录的中低收入群体,还款能力与意愿较低,因此行业风险更大。由表3可知,我国互联网消费金融行业的不良贷款率上升速度非常快,其从2012年的0.56%上升到2015年的2.85%,2016年为4.11%,2017年为6.62%,5年时间不良贷款率上升了近10倍。2017年同比2016年增长了61%,2016年同比2015年增长了44%。

**表3 2012~2017年我国消费金融公司与
商业银行不良贷款率**

不良贷款率	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
消费金融公司	0.56%	1.40%	1.56%	2.85%	4.11%	6.62%
商业银行	0.95%	1.00%	1.25%	1.59%	1.76%	1.74%

资料来源:Wind资讯。

此外,我国互联网消费金融行业还处于发展初期,经营时间较短,很多产品还没有经历过完整的“生命周期”,产品违约率、逾期率、不良贷款率等指标还有待进一步验证,而且数据的匮乏、风险模型的

有效性、金融科技的适用性等也导致互联网消费金融行业风险加剧。

三、国外消费金融监管经验与借鉴

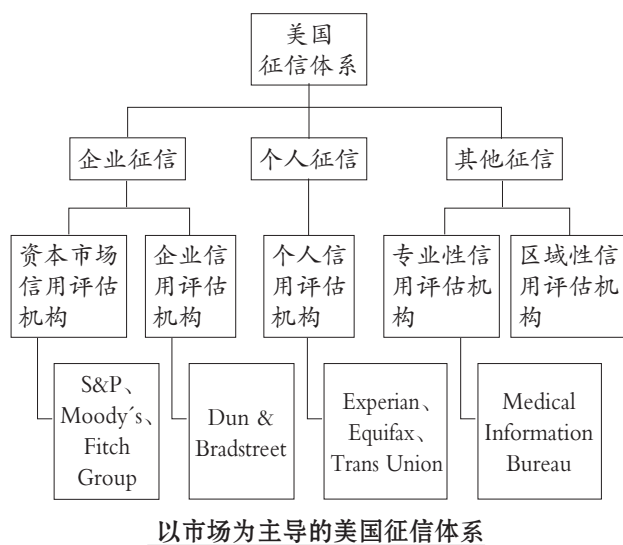
(一)美国消费金融监管

1. 建立全面的消费金融法律体系。美国积极构建其消费金融法律法规体系,并形成了完善的消费金融法律规范体系。美国于1916年颁布实施《统一小额信贷法》,对小额信贷进行统一监管。1960年美国制定《消费信用标志法案》(Consumer Credit Labeling Bill)用来指导消费信贷信息披露,旨在消除信息不对称,维护公平竞争。1961年该法案又被更名为《诚实借贷法案》(Truth in Lending Bill),并于1968年正式颁布,该法案明确要求向借款人披露的信息包括年利率、其他融资费用、总还款额、贷款期限以及付款时间表。1968年颁布了《消费者信贷保护法案》(Consumer Credit Protection Act),从消费信贷披露、贷款平等机会、消费信贷催收等多维度对消费者加强保护。美国于1974年对1968年颁布实施的《统一消费信贷法典》(Uniform Consumer Credit Code)进行修订,不仅采取了经济合理的利率规范,还对消费者权益保护加以具体规定。此外,美国还颁布了《公平信用报告法》(Fair Credit Reporting Act)、《平等信贷机会法》(Equal Credit Opportunity Act)和《公平债务催收业务法》(Fair Credit Debt Collection)等法律法规^[12],全方位地对消费者的公平信用、信贷机会平等、债务催收公平等方面进行规范与保护。2009年美国公布了金融改革方案,对基于消费信贷过度发展而导致的“次贷危机”进行强化监管,美联储成为“超级监管者”。又于2010年颁布《多德—弗兰克华尔街改革和消费者保护法》(Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act),该法案要求在美联储下新设消费者金融保护局(CFPB)^[13],并成立金融稳定监管委员会,致力于加强对消费者权益的保护,防范与化解系统性风险等问题,避免“次贷危机”的重演^[14]。

2. 构建完善的信用体系及其产业链。美国早期主要的消费金融供给方是零售商,随着美国市场经济的发展、信用交易的扩大(美国信用卡、信用消费的规模不断壮大与发展)、信息技术的深化(基于互联网、大数据、人工智能等技术的不断发展与应用)、行业协会的设立(消费者数据行业协会促进了全美消费者信用、信息的共享机制)以及信用标准的完

善,美国信用体系不断系统化。

美国采取市场主导性的征信模式,征信体系完善、分工明确。逐步形成了以标准普尔(Standard & Poor's)、穆迪(Moody's)、惠誉(Fitch Group)为核心的三大资本市场信用评估机构,以邓白氏(Dun & Bradstreet)为代表的企业信用评估机构,以益博睿(Experian)、艾可菲(Equifax)、环联(Trans Union)为主的个人信用评估机构。此外,美国还有400多家基于上述七大征信机构而开展相关征信业务的专业性(“小而美”)的垂直细分机构,比如专为人寿保险公司、房屋出租、电话公司等提供信用的Medical Information Bureau, Landlord Connections, The National Consumer Telecommunications Exchange)或区域性的信用报告机构。下图为美国以市场为主导的征信体系。



以市场为主导的美国征信体系

资料来源:中国社会科学院金融研究所、上海交通大学凯原法学院。

3. 实施较为灵活的利率监管。由于美国采取民主联邦制度,联邦与州之间基于宪法赋权共享金融监管权力,双层机构设置对消费金融(比如 Payday loan, 发薪日贷款)的规制也分为联邦政府与州政府两个层面。联邦层面并未形成对消费金融规定统一的利率监管标准,而是通过不同的法案提到了利率管制的相关内容。如《公平信用报告法》主要强调金融机构向消费者披露利率等相应的信息,《欺诈影响和腐败组织法》规定了企业借贷的利率如果超过州法律设定的利率两倍以上,则构成不法债务从而需要承担高利贷犯罪的责任,这些法案都对发薪日贷款设定了利率限制。长期以来主要是州政府对消费金融进行规制,许多州都对放贷机构设定了资质要

求,并对贷款数额、收款方式等进行限制。

以发薪日贷款为例,目前美国各州政府对其采取禁止型、允许型、限制型三种管理模式。禁止型管理模式,即完全禁止消费金融模式,如哥伦比亚地区禁止发薪日贷款,并规定年化利率上限为24%^[15]。允许型管理模式,即对发薪日贷款没有特殊要求,只要符合联邦政府的法律规定即可。限制型管理模式,即允许发薪日贷款的存在,但在联邦法律的基础上,州法律对发薪日贷款的金额、利率与期限等方面做了一定的限制。如特拉华州在2013年规定,12个月内不得申请5次以上的发薪日贷款,且期限需要短于60天,借贷额度不得超过1000美元。

4. 有效防范借贷者的“债务陷阱”。首先,美国监管方要求借贷者接受足额偿还能力测试,在还款后能够保证自己的基本生活支出及其他财务责任而不需要在随后的30天内再次借款,并严格禁止向学生等无收入群体和有犯罪倾向群体进行发薪日贷款。此外,对贷款限额及展期进行了严格的规定,即在两种情况下,借款者可以进行还款能力审查的豁免:①贷款者可以提供适当的借款及展期服务,帮助借款者逐渐走出“债务陷阱”;②贷款者可以提供风险较小的贷款。其次,部分州对发薪日贷款额度有严格限制,一般为借贷者月薪的10%~40%。且规定同一借贷者若有三次贷款记录后,将进入期限为30天的贷款“冷静期”。最后,美国监管方要求发薪日贷款平台至少在贷款到期三日前提醒借款人,且仅允许在客户账户有余额时才能催缴扣款,若客户到期没有按时还款,还可予以三日的宽限期。

5. 加强金融消费者权益的保护。首先,美国出台了一系列法律法规来保护用户个人信息,比如2018年《加州隐私权保护法案》与2012年《隐私权保护法案》,均赋予了消费者对公司收集和管理其个人信息更多的控制权,规范了企业收集处理数据的方式。美国联邦贸易委员会的消费者保护署是个人信息与隐私保护的重要机构,这些旨在保护消费者个人信息与隐私的各项法案中的许多条文规定了消费金融机构应当谨慎地处理个人私密信息,这对消费金融中的个人信息权和隐私权提供了一定的保护。其次,2009年美国颁布了《金融改革方案》,对消费金融引发的经济危机进行强化监管,此外新设消费者金融保护局(CFPA),以此来保护消费者与投资者免受不当金融行为的损害。其职能在于落实消费者保护法律法规,通过强化对金融产品、金融服务、金

融提供者的监管,促进市场公平竞争与消费者权益的有效保护。

(二)韩国消费金融监管

1. 修订与完善相关法律法规。受“卡债”危机影响,韩国政府决定对信用卡业务进行更加严厉的管束,从法律层面强化了对信用卡领域的监管力度。韩国当局多次修订《韩国信贷金融业法》,尤其是有关信用卡业务的条款,明确规定了信用卡交易当事人(发行机构、持卡人、特约商户)之间的权利与义务,为各大信用卡发行机构制定章程提供了法律依据,进而推进信用卡业务的有序发展。同时自2002年年末以来,为应对危机,韩国各监管机构联动,短时间内出台了一系列整治举措,重拳出击治理卡债市场乱象。

2. 规范消费金融市场公平竞争行为。韩国金融监管局出台了相关措施:①限制信用卡公司过度竞争所导致的不当发卡行为,如禁止信用卡公司提供超过年费价值的赠品吸引新客户,禁止街头及登门营销行动,要求信用卡公司确认所有新用户的身分及收入,发卡给未成年人必须获得家长同意,最近六个月内未曾使用的信用卡到期换卡需获得持卡人的书面同意等。②将信用卡应收账款属于“正常”及“关注”类别者的计提准备金提高一倍以上,以反映信用卡资产质量的恶化趋势。此外,2002年7月起银行的信用卡子公司需对未动用的信用额度提存一定比例的准备金,2003年1月起专业的信用卡公司亦同理计提。

3. 加强对预借现金(“现金贷”)业务的管理。预借现金占韩国信用卡消费的60%~65%,而同期美国市场这一数据只有12%。韩国预借现金的费率高达24%左右,且该项业务成为信用卡公司高额利润的最主要来源。因此在金融监管局的要求下,信用卡发卡机构全面下调预借现金收费标准,实行上限21%的管理水平。同时,随着预借现金比重不断上升,消费者过度举债、无力偿还,以致逾期率连年上升。因而,金融监管局规定自2002年7月起,信用卡公司的预借现金总额占资产总额的比率和预借现金总额占管理资产总额(即信用卡应收账款加上表外证券化资产)的比率,分别降至50%以下,即所谓的50/50要求。

4. 加强管理标准,细化条款。2002年11月,韩国金融监管局宣布继续加强管理标准,增加更多的细化条款。如新增规定:凡信用卡逾期率高于10%

且过去一年营运出现亏损的公司必须签署意向书,接受金融监管局的整治管理。规定信用卡发卡机构需要强化KYC(Know Your Customer,认知你客户)能力,新增信用卡持有者必须证明其具备一定的还款能力。

5. 组建金融市场稳定政策委员会,实施宏观审慎监管。财政部、金融监管局及韩国银行共同组建了金融市场稳定政策委员会,于2002年出台了“债务磋商和恢复服务”方案,以推进债务重组,应对流动性危机。主要工作内容包括:①要求信用卡公司2003年的总增资额从2.5万亿韩元提高至4.6万亿韩元;②要求银行及保险公司提供5万亿过渡贷款给信用卡ABS的投资方如信托公司等,缓解其流动性问题;③要求银行、保险公司及退休基金等公司对所持有的信用卡公司的债务进行展期,直到市场稳定;④协助信用卡公司出售不良资产,促使韩国资产管理公司(KAMCO)参与购买。促成8家银行组成债权团,向LG信用卡公司注入2万亿韩元贷款,并将到期债务展期一年。同时,韩国开发银行(KDB)以债转股形式向LG公司注资3.7万亿韩元。

6. 成立“坏账银行”,积极处理个人信用坏账问题。2004年5月,韩国政府成立了一家信用恢复支援银行,负责处理个人信用债务问题,负债者在交纳3%的滞付债务本金后,即被恢复正常信用地位,然后逐步偿还所有债务,并享受一定的免息待遇。“坏账银行”保护了信用破产者的权益,维持了社会稳定。

四、我国互联网消费金融发展的监管建议

(一)宏观层面

1. 构建“双峰+”的监管体系,避免宏观风险问题。中国银行保险监督管理委员会主要负责其发放牌照的商业银行、消费金融公司等金融机构的监管;中国人民银行主要负责对接其征信业务的金融机构;地方金融监管局、金融办主要负责网络小额贷款公司、小额贷款公司、P2P网络借贷平台公司等。而我国互联网消费金融并未构建完善、统一的监管体系,对此,笔者建议可以如此构建我国互联网消费金融的统一监管体系:①中国人民银行实施宏观审慎监管(MPA),防范互联网消费金融的过快发展可能引发的系统性风险;②中国银行保险监督管理委员会作为具体监管机构,实施微观审慎监管,对具体的互联网消费金融业务实施监管;③针对目前我国金融消费者权益的损害问题以及保护不力的问题,我

国可以借鉴美国消费金融的监管经验,建立消费者金融保护局。

2. 对互联网消费金融业务实施功能性、穿透式监管,防范市场乱象。目前,市场上出现了众多的消费金融机构从事类似的互联网消费金融业务,由于各消费金融机构的监管机构不统一、监管力度不统一,导致了市场乱象的发生,严重影响了市场秩序。对此,我国应该对互联网消费金融业务实施功能性、穿透式监管,只要各类消费金融机构从事的是相同的互联网消费金融业务,都应该由统一的监管机构比如由中国银行保险监督管理委员会实施监管,以避免市场乱象以及监管套利问题。

3. 加快推进中国特色个人征信体系建设,增强互联网消费金融的科技监管。尽管我国诚信社会建设取得了较大成就,但距离支撑信用社会发展依然存在很大距离。无论是美国还是韩国,消费金融行业的长远发展都离不开征信体系的建设。数据信息基础设施是硬件,信用体系建设是基于完善的基础设施完成的。

(1)建立有中国特色的个人征信体系。可以借鉴美国“市场主导型”的征信模式与日本“会员制”征信模式的基础上,开创“以央行为基础,多元化征信主体并存,依据金融科技手段,个人征信与企业征信协同发展”的模式。通过金融科技手段,积极支持多元化征信尤其是民营征信机构的发展,形成与央行征信的有效补充机制。

(2)打通征信共享机制,有效解决“数据孤岛”问题。目前,我国征信共享机制并未有效打通,数据开放程度低,信息的条块分割和部门垄断问题严重,许多信息分散在不同的部门与公司,信息透明度较低,数据孤岛问题严重。对此,可通过将各类消费金融业务相关数据,如非银行金融机构消费类贷款、网络贷款、小额贷款等信息有机整合起来,纳入征信体系统一管理,并健全数据共享机制;充分利用数据分析等金融科技手段,建立有效的个人信用评价机制,提高信息整合优化能力。

(3)建立有效的失信惩戒机制,加强惩罚力度。针对目前我国互联网消费金融行业的失信成本低、违约风险高等问题,应建立有效的失信惩罚机制,比如限制其高端消费与奢侈出行、上失信人名单等方式,从财务、舆论、道德等方面提高失信者的失信成本。此外,伴随着我国互联网消费金融业务的数据化、信息化与智能化,还需要增强科技监管能力,以

积极应对互联网消费金融的金融科技深化。

4. 加强互联消费金融法律规范的制定与完善,谨防监管缺失、监管套利问题。目前我国互联网消费金融法律法规供给严重不足,难以满足蓬勃发展的互联网消费金融行业需求,对此国家需要加快出台针对互联网消费金融的专项法律:①准入监管。实施消费金融行业负面清单与市场准入机制。在当前防范系统性风险的大背景下,需要稳字当头,目前互联网消费金融行业“多头崛起”,参与主体参差不齐,监管不一,存在着监管缺失与套利的问题,对此可以借鉴同为亚洲国家——日本的监管经验,采取准入监管方式,严格互联网消费金融市场准入,从源头防范系统性风险的产生。②底线监管。明确互联网消费金融行业的利率及费用问题。针对当前我国关于互联网消费金融的利率、费用等没有明确的“上位法”规定,仅有最高人民法院较为模糊的司法解释,对此国家需要加快出台关于互联网消费金融利率与费用的规定,以“法定”的形式促进行业的有法可依、有法必依。③综合监管。除了需要加强法律法规的制定,还需要修订完善互联网消费金融的规章制度以及行业自律性规范,实现法律、规章、规范等综合性监管,从法律环境上改善互联网消费金融的发展“土壤”。④从运动式、行政式监管向柔性民主式监管转换。⑤采取“监管沙盒”等创新型监管模式,平衡创新发展与风险防范的关系。互联网消费金融作为一个新兴行业,具有巨大的发展潜力,代表着时代的先进生产力,既不能因为监管过度而导致创新不足,也不能因监管不力诱发行业风险,需要平衡互联网消费金融的创新发展与监管之间的动态发展。

(二)微观层面

1. 加大场景消费金融的发展力度,助推实体经济发展,谨防现金贷风险。互联网消费金融行业需要回归行业本质,正本清源,助推实体经济发展。针对“现金贷”的过度发展,既要充分肯定“现金贷”在一定程度上满足了消费者之消费金融需求的积极作用,也要谨防无场景支持、无指定用途、无抵押担保的“现金贷”加大行业风险的消极作用。对此,我国要在传统消费金融产品体系上,不断探索更多的消费场景,专注于细分场景开发与市场挖掘,加大在农村场景、蓝领场景、养老场景、教育场景、旅游场景、房产后市场场景(租房、装修等)、汽车后市场场景等领域的产品创新,加大场景消费金融发展的力度,从而助推实体经济稳健发展。

2. 加强互联网消费金融的风控能力建设,完善全面风险管理。互联网消费金融主要为商业银行等传统金融机构无法触及的个人用户提供消费金融服务,其主要客户是缺乏中国人民银行征信、中低收入的“长尾”利基人群,具有单笔授信额度小、审批速度快、无须抵押担保、服务方式灵活、贷款期限短等特点。正因如此,与传统金融机构相比,互联网消费金融公司具有明显的两面性特征:一方面是创新能力强,发展速度快,服务方式多样,用户体验好,展业获客能力强;另一方面是行业发展速度快,风险较大,尤其是“现金贷”的无场景消费贷款,一旦形成不良贷款后,后续催收比较困难。

互联网消费金融行业要想获得更好的发展,务必要加强风险控制能力建设,具备良好的风险识别和防范能力。以机器学习、大数据为代表的风险控制技术,以及线上、线下相结合的审核体系是互联网消费金融健康发展的重要保证^[3]。通过技术、文化、模式的创新,建立与完善由识别、评估、应对、监察和披露体系而构成的全面风险管理体系^[16],不断降低不良贷款率与坏账率,互联网消费金融才能走上可持续发展之路。

3. 完善互联网消费金融公司信息公开机制,保护金融消费者合法权益。互联网消费金融的核心是消费者金融,其落脚点是消费者。具体来看,一是互联网消费金融公司应充分尊重消费者的知情权和自主选择权,完善其信息公开机制,履行告知义务,在了解消费者风险偏好及承受能力后提供与其真实需求和风险承受能力相符合的产品及服务。二是互联网消费金融公司应充分尊重消费者的个人金融信息安全权,采取有效措施加强对个人金融信息的保护,确保信息安全,在经消费者授权或同意的情况下,收集消费者个人信息或向第三方提供消费者个人信息,保护消费者的信息安全权益。三是互联网消费金融公司应建立完善的金融消费者投诉受理、处理机制,切实维护金融消费者对金融机构侵害其权益的行为向金融机构投诉、提出赔偿请求和获得合理赔偿的权利。

主要参考文献:

- [1] 王江,廖理,张金宝. 消费金融研究综述[J]. 经济研究,2010(s1):5~29.
 - [2] 王勇. 通过发展消费金融扩大居民消费需求[J]. 经济学动态,2012(8):75~78.
 - [3] 黄林,董文翰. 互联网消费金融:现状、问题与政策建议[J]. 现代管理科学,2018(8):67~69.
 - [4] 孟安燕. 消费金融发展现状、问题和对策[J]. 浙江金融,2018(1):24~30.
 - [5] 孙国峰. 中国消费金融的现状、展望与政策建议[J]. 金融评论,2018(2):3~8.
 - [6] 鄂春林. 互联网消费金融:发展趋势、挑战与对策[J]. 南方金融,2018(3):85~92.
 - [7] 张荣. 我国互联网消费金融发展困境与路径探寻[J]. 技术经济与管理研究,2017(1):76~80.
 - [8] 许文彬,王希平. 消费金融公司的发展、模式及对我国的启示[J]. 国际金融研究,2010(6):47~54.
 - [9] 赵建斌. 国外消费金融公司发展经验及对我国的启示[J]. 华北金融,2014(12):66~68.
 - [10] 刘肖原. 我国社会信用体系建设问题研究[M]. 北京:知识产权出版社,2015:148~149.
 - [11] 柏亮. 消费金融年度发展报告2018[M]. 北京:中国经济出版社,2018:1.
 - [12] 程雪军,厉克奥博. 论消费信贷、经济周期与法律规制[J]. 互联网金融法律评论,2017(4):33~52,266.
 - [13] 杨才勇等. 互联网消费金融:模式与实践[M]. 北京:电子工业出版社,2016:7.
 - [14] 程雪军. 从国际经验看消费信贷监管[J]. 银行家,2018(10):134~136.
 - [15] 胡滨. 中国金融监管报告(2018)[M]. 北京:社会科学文献出版社,2018:208~209.
 - [16] 程雪军. 论我国场景消费金融发展与风险防范[J]. 金融与经济,2018(9):9~17.
- 作者单位:1.上海交通大学凯原法学院,上海200030;
2.中国社会科学院金融研究所,北京100028