

“双11”消费金融战场转移：自营商城崛起

本报记者 李晖 北京报道

疫情后的第一个“双11”购物节，在促销战线拉长以及带货模式翻新的带动下，各大电商平台成交量不出意外地再创新高。

作为保障商家和刺激买家的

电商系营销降温 金融机构探索自营

一些金融机构也开始将更多精力放在自营商城上。

“双11”前一周，金融科技领域风云突变。巨头临门踏空、监管政策骤严，使得今年购物节信贷支持的声量明显减小。

不过尽管信贷支持的声量减少，信贷的投入力度却并未因此缩水。临时提额、分期免息等常用的消费金融工具仍然是各大电商平台的标配。

在2019年的“双11”活动中，蚂蚁花呗曾一度取消账期限制，推出了支持“一人多个账户开通花呗”的功能，借呗则推出“玩游戏积攒借呗免息天数”活动，大规模释放流动性。相比之下，今年花呗并未选择过于出位的打法，主要通过“花呗享”“额度快充”和“借呗再分期”推动使用率。

与刻意低调形成对比的是，信用支付几乎已经承载了“双11”电商巨头的最重要的支付入口。“双11”零点30分左右，记者发现，支付宝滚动条一度提示，“花呗额度暂时不更新，借呗放款可能出现延迟。”根据天猫数据：11月11日0点26秒，订单创建峰值达到58.3万笔/秒。

京东数科方面数据显示，11月11日00:00-01:00，支付峰值同比增长150%。

可以作为参照的是，根据网联

分期场景、消费态度面临反思

一位金融主管部门工作人员向记者表示，收入才是还款的根源，经济下行的压力最终会从企业传导到个人。

值得注意的是，“双11”消费信贷狂欢的同时，短时段内大量流量涌入，使得优质客户和羊毛党、黑产并存，给电商平台和金融机构带来了IT、风控等一系列挑战。

据记者了解，在此前多年的“双11”中，由于资产优质性，存在一些机构为大促调整风控标准和模型的情况，额度提高或者规定过审率并不鲜见。不过，在经济增速下行和疫情冲击的大环境下，不同平台的风控能力存在较大差异，照猫画虎式的提额、放水是否存在潜在风险也需要警惕。

金融科技公司在发力消费金融领域时，往往会推出“花借组合”，花是消费分期，借是消费信贷。通常“花”比“借”需要更复杂的场景、生态和风控要求。“双11”期间，“借”类资产并不会太明

利器，多种消费分期和信贷产品斗法一直是“双11”期间的名场面。在今年特殊的市场气氛和监管风向下，主战场的金融科技巨头虽然未减少信贷产品投入，但在营销、传播上火力大减。

在非主战场的领域，一些变化也在悄然发生。“今年‘双11’我

公布的数据：11月1日0时至24时，网联平台共处理资金类跨机构网络支付交易204.23亿笔，金额14.10万亿元，同比增长37.34%，处理最高交易并发量超9.35万笔/秒。

需要注意的是，订单创建峰值不能简单理解为交易峰值。上海支付行业资深人士告诉记者：由于一次成功的交易链路较为复杂，订单支付创建后可能通过花呗、余额宝等“体内”支付方式，也可能通过银行卡快捷支付，后者需要经过网联清算环节。交易的信息流和资金流并不能完全同步。

但可以明确的是，通过将更多交易转入花呗、白条等信用支付通道的方式，一方面有助于大流量节点的交易成功率，一方面也能刺激更多购买行为。据支付宝去年公布的数据显示，开通花呗分期的商品平均销售额同比增长超90%。

据蚂蚁集团此前提供数据：今年“双11”，蚂蚁花呗预计联合40多家金融机构授信加码，对包括2000万商品及服务进行分期免息支持。京东数科方面透露：京东金融除提供24期免息、百万体验金外，也联合12家头部银行发放了总价值过亿元的优惠券。苏宁金融方面数据则显示：其联合了超过20家主流银行，推出全场3期~24期免息。

们没有与阿里、京东这些平台进行资金合作，主要围绕自营商城，做些客户让利。”一位头部持牌消费金融公司的高管向《中国经营报》记者透露。

消费信贷在“双11”的这场购物狂欢中功不可没，各种“免息分期”“临时提额”等金融工具作为



尽管信贷支持的声量减少，信贷的投入力度却并未因此缩水。临时提额、分期免息等常用的消费金融工具仍然是各大电商平台的标配。 本报资料室/图

记者注意到，明星3C产品例如iPhone12的6期、12期及24期免息几乎成为了银行自营商城和电商平台的标配。

一位电商平台内部人士向记者表示：24期免息可以快速加快高定价商品流转，优化供应链，并在长达两年的时间与用户“关联”，此后亦可以进一步在客群中筛选出分期产品和现金类信贷产品的种子用户。

一位信用卡研究人员则透露：这种方式虽然银行并不赚钱，但可以保持存量卡至少2年的活跃度。而电商平台亦可通过分期产品，获得用户围绕借贷行为的数据，稳赚不赔。

有所默契的是，在监管对

撬动消费者购买力的超级杠杆，见证了新零售与新金融共同崛起的过程。不过，在对大促模式“审美疲劳”以及市场对“过度授信、诱导性贷款”的关注升温之下，作为助攻“双11”“流动性”的金融产品，其未来的定位和走向变化也值得思索。



尽管信贷支持的声量减少，信贷的投入力度却并未因此缩水。临时提额、分期免息等常用的消费金融工具仍然是各大电商平台的标配。 本报资料室/图

合贷作出更加严格要求的背景下，今年无论第一梯队的电商系金融科技公司还是相关合作银行，对支持“双11”的消费信贷规模、增长幅度等均讳莫如深。

而在此背景下，一些金融机构也试图摆脱简单的“资金通道”的角色，开始将更多精力放在自营商城上。

除了前述头部消费金融公司，一家北方持牌消费金融公司高管向记者透露：今年“双11”主要联合合作银行面向下沉市场的“白户”做免息贷款体验，商城免息分期。“线上有些存量场景，低价给银行促活，线下和银行联合开发，银行出商户资源，消费金融公司出科技和风控，帮助银行开发下沉市场的场景资源。”

装修贷变身经营贷

消费金融公司提供的大额消费信贷资金，已经不再仅仅被用于消费场景。以消费需求申请贷款后，将资金用于还贷、还债，甚至民间借贷、炒股的行为越来越多。

根据不完全统计，2020年来，裁判文书网已经公布了三十起持牌消费金融大额现金贷款资金被挪用至购房购车、民间借贷、公司经营生意周转、炒股以及偿还个人债务等用途的案例。

在一份关于民间借贷纠纷的民事判决书中，上诉人李娜(化名)诉称，前夫与郑军(化名)以归还房屋二次抵押贷款为名制造流水，套取锦程消费金融40万元贷款资金。李娜本人对借款既不知情，也未签字，更未得到任何资金，被套路背负18万元借款债务。

根据上诉人李娜陈述，此前因为与前夫做生意需资金周转，曾在一家消费金融公司办理了18万元房屋二次抵押贷款。

据郑军称，2019年4月，李娜前夫找到郑军表示因扩大经营希望再次借款。而郑军告知李娜前夫，若希望再次借款，必须先还清前一笔消费金融公司那笔18万元的房

消费金融频现挪用风险 大额消费信贷管理受挑战

本报记者 郑瑜 张荣旺 北京报道

消费金融公司提供的大额消费信贷正在成为挪用信贷资金客户眼中的“香饽饽”。

“想做一笔房产二押清空房贷，目前在和锦程消费金融的人洽谈。还有哪些消费金融做房抵押的审核比较宽松？”在信用卡论坛上，用户小王(化名)如此向网友征集意见中。

《中国经营报》记者在调查中了解到，除了希望还清网贷的用户，还有一波经营着生意继续周转的人也在盯上消费金融公司的房抵押与大额纯信用现金贷款。“想要申请大额信用现金贷款，以家庭

装修贷变身经营贷

消费金融公司提供的大额消费信贷资金，已经不再仅仅被用于消费场景。以消费需求申请贷款后，将资金用于还贷、还债，甚至民间借贷、炒股的行为越来越多。

根据不完全统计，2020年来，裁判文书网已经公布了三十起持牌消费金融大额现金贷款资金被挪用至购房购车、民间借贷、公司经营生意周转、炒股以及偿还个人债务等用途的案例。

在一份关于民间借贷纠纷的民事判决书中，上诉人李娜(化名)诉称，前夫与郑军(化名)以归还房屋二次抵押贷款为名制造流水，套取锦程消费金融40万元贷款资金。李娜本人对借款既不知情，也未签字，更未得到任何资金，被套路背负18万元借款债务。

根据上诉人李娜陈述，此前因为与前夫做生意需资金周转，曾在一家消费金融公司办理了18万元房屋二次抵押贷款。

据郑军称，2019年4月，李娜前夫找到郑军表示因扩大经营希望再次借款。而郑军告知李娜前夫，若希望再次借款，必须先还清前一笔消费金融公司那笔18万元的房

考验精细化运营能力

在过去几年间，消费金融公司因贷后管理不到位，未采取有效方式跟踪检查贷款资金使用而收到监管罚单时有发生。

曾有因贷后管理不当导致资金流向证券市场而被处罚的消费金融公司向记者透露，受罚原因就是提供最高申请额度20万元的现金贷款产品监管不到位。

与《中国普惠金融创新报告》认为消费金融公司通过提供额度小、门槛低的金融产品以提升中低收入者的消费能力，坚持场景化方向相反的是，在实际操作中，有消费金融公司还主张客户可以与直系亲属、合伙人抵押房产或凭借实体经营满1年有车有房等资质证明申请消费贷，以《消费金融公司试点管理办法》(以下简称《办法》)规定的每人20万元顶格额度叠加，一次性发放给包括本人在内的几位亲属账户，共计40万元~80万元贷款。

上海汉盛律师事务所高级合伙人李玉玲律师表示，虽然从形式上来说，上述做法并未突破每位借款人贷款余额20万元的限额；但是从本质上来说，是否合规仍有待商榷。若持牌消费金融公司仅仅考虑住房抵押而不考虑借款人的实际还款能力(比如固定收入及其他收入等)，同时为同一套房屋抵押授信多人，这实际上超过了产权人的风险承受能力。

若产权人的亲属无法偿还贷款，产权人又已经将住房二次抵押，其还款能力大打折扣，违反了《办法》中不应超出借款人还款能力的规定。此外，合作商户的道德风险、欺诈风险、商品纠纷等导致的客户拒绝还款风险等问题较多，这使得消费金融公司对该类产品推广积极性不高，特别是医美分期、教育分期。”王诗强分析道。

值得一提的是，过去在医美分期、教育分期、租房分期屡屡踩雷的晋商消费金融，于11月11日正式公告对现金贷款产品信用钱包品牌名称进行升级。该产品具有“授信额度高、无担保、无抵押、最高20万元、授信周期长”等特点。

根据晋商消费金融官网显示，其目前大致分为线上场景类消费贷及现金类贷款，以及线下大额类消费贷款。

对于如何实现大额现金贷款有效的贷后管理以及如何平衡风险与收益，做到兼顾普惠与场景化，记者向上述消费金融公司发出采访函，截至发稿，暂未收到回应。

不过，有消费金融公司高管向记者指出，小额线上业务相比大额、线下业务更考验精细化运营能力。要坚持小额普惠的方向，对于数字化管理要求极高。“若无精细化管理的能力，将会出现大问题。”

贷款业务重创净利 新鸿基旗下小贷遭国资“抛弃”

本报记者 蒋牧云 张荣旺 上海 北京报道

近日，上海浦东新区亚联财小额贷款有限公司(以下简称“浦东亚联财小贷”)15%的股份在上海联合产权交易所挂牌。根据公

国资股东离场

根据交易所的信息，浦东亚联财成立于2012年12月，注册资本2亿元，属于大型国有参股企业。此次上海陆家嘴转让15%股权的价格为2993.40万元，属于平价转让。财务数据显示，浦东亚联财2020年上半年营收242.81万元，净利润亏损9.71万元。如果其下半年仍维持这一水平，则与2019年全年3888.06万元的营收，以及840.33万元的净利润相去甚远。

关于浦东亚联财在2020年的财务数据为何会出现如此巨大的变化，亚联财并未回应。但根据新鸿基公司的半年报，其中表示，由于新冠疫情中内

告，此次小贷公司的股份与亚联财信息咨询(上海)有限公司15%股权捆绑转让。上述股份均属于上海陆家嘴金融发展有限公司(以下简称“上海陆家嘴”)。

关于为何要将小贷股权转让，以及目前是否有洽谈中的股

地实施了封闭，使得经济以及经营环境困难，其中亚联财内地业务同样受到影响，收入减少以及减值亏损净额增加，使得内地业务产生亏损。

此次国资股东离场后，后续买家究竟是谁仍然未知。不过，国资背景的股东之于小贷公司究竟意味着什么？对此苏宁金融研究院高级研究员黄大智告诉记者，小贷公司由于杠杆的限制较大，市场地位“尴尬”，其融资一直比较困难。特别是小贷行业刚刚起步时，杠杆大约在0.5倍左右，对国资背景的股东非常青睐。

拥有国资的背景相当于有很

好的信用背书，在融资时有较大优势。同时，国资主体通常有更为充裕的资金，入股后小贷公司的资金实力也有一定提升。此外，部分国资企业有实体经济的背景，对小贷公司的客户资源更有帮助。

事实上，浦东亚联财在成立之初还是引起了市场的关注。2012年时，由于其股东为香港上市公司新鸿基公司旗下成员，浦东亚联财也就为上海首个外资小贷公司。而亚联财旗下控股众多小贷公司，新鸿基公司在内地地区的消金业务就主要依托这些小贷主体。

此外，新鸿基公司还与名

事实上，新鸿基公司作为老牌香港金融机构，其在内地的消金业务大多依托亚联财旗下的小贷公司进行，如今失去国资股东，又在近期迎来网贷新规，一系列背景之下，其境内业务究竟何去何从？

响亮的新鸿基地产有一定渊源。记者了解到，1963年，冯景禧与郭得胜、李兆基三人成立了新鸿基企业有限公司。1972年，新鸿基企业以新鸿基地产名义上市，成为香港最大地产发展商之一。

不过，新鸿基地产上市前的1969年底，冯景禧将手上大部分的股份卖出，独自成立专做证券的新鸿基证券有限公司以及新鸿基财务公司，于1983年在香港联交所上市。如今的新鸿基公司主要通过旗下的亚洲联合财务有限公司，以及光大新鸿基有限公司展业，主要服务包括消费金融、按揭贷款、投资管理等等。

下转 B8