新网银行500多起联合贷逾期 众机构调低授信额度

本报记者 张漫游 北京报道

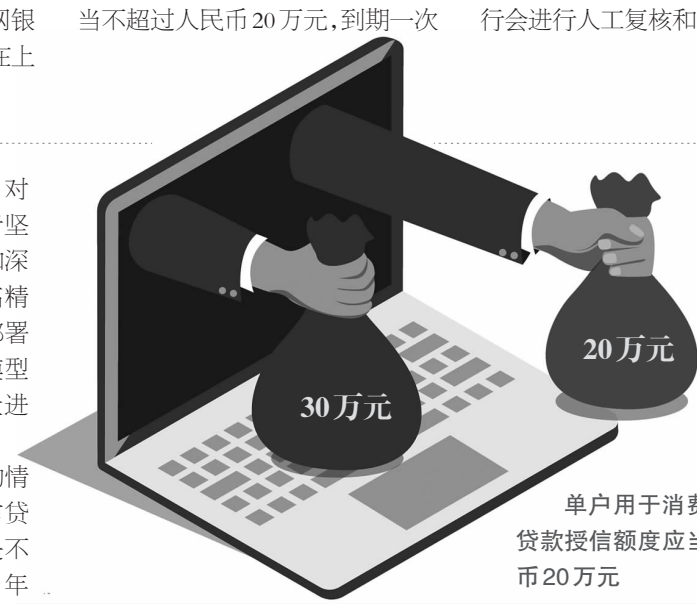
受新冠肺炎疫情影响，“无接触”金融服务得到了快速发展。然而，跨行业、跨市场的金融风险也在酝酿、滋生。

为此，2020年以来，在金融科技强监管环境下新政迭出。2020年7月发布的《商业银行互联网贷款管理暂行办法》（以下简称“《暂行办法》”）正是其中之一。《暂行办法》对银行与合作机构之间的联合贷款业务监管层进行了详细规定。

近日，裁判文书网公布了多起与联合贷款相关的金融借款合同纠纷判决书，其中自2020年6月以来547起案件的贷款人均涉及新网银行。《中国经营报》记者注意到，在上述案件中，多份判决书明确指出，借款人是通过新网银行微信公众号“好人贷”项目向新网银行及其联合贷款银行申请借款。

《暂行办法》对于消费类个人信用贷款授信设定限额，要求单户用于消费的个人信用贷款授信额度应当不超过人民币20万元，到期一次性还本的，授信期限不超过一年。新网银行在该行公众号中披露道，“好人贷”最高申请额度为50万元，且最长可借60期5年。

对此，新网银行方面透露道，目前在过渡期内，授信20万元以内的目前是机器审批，超过20万元的该行会进行人工复核和线下审批。



《商业银行互联网贷款管理暂行办法》指出，单户用于消费的个人信用贷款授信额度应当不超过人民币20万元

本报资料室/图

联合贷逾期背后

记者不完全统计发现，自2020年6月以来，在裁判文书网公布的案件中，涉及联合贷款纠纷最多的银行是新网银行，判决书数量达到547起。仅2020年12月，就公布了94起案件的裁判文书。

裁判文书内容显示，上述500多起案件的被告人均是通过联合贷款业务从新网银行获得了个人授信借款，但最终未能按照约定偿还，出现逾期纠纷。

其中，在多起案件的裁判文书中明确提到，被告人是通过新网银行的微信公众号在线“好人贷”项目向新网银行及其联合贷合作银行申请的贷款。

据悉，“好人贷”是该行主打的信贷产品之一，根据新网银行官网信息，“好人贷”是针对个人推出的一款消费类信用贷产品，无需抵押、担保。在申请“好人贷”时，新网银行方面表示，仅需要提交身份证原件、本人识别及填写职业即可。

半年多时间出现逾500起逾期案件，银行如何进行风险把控？对此，新网银行方面回应称，该行坚持“技术立行”，基于机器学习和深度学习技术，打造了全天候、高精准的智能化风控体系，开发和部署了超过10个大类的风险量化模型和风险特征指数来对客户风险进行评估。

针对上述547起逾期案件的情况，新网银行方面指出，零售信贷业务，客户基数大，出现逾期是不可避免的。该行回应称，过去4年多来，新网银行共计发放了超过1.3亿笔贷款，单2020年就发放了近3000万笔贷款，按照7个月内该行发放2000万笔贷款计算，上述547起案件占比不足十万分之三。

受新冠肺炎疫情影响，2020年消费贷的资产质量压力较大。在《暂行办法》落地半个月后，中国人民银行便紧锣密鼓地着手开展了对线上联合消费贷款的调查。

彼时，央行调查统计司向各法人银行下发了《关于开展线上联合消费贷款调查的紧急通知》，其中重点关注了银行线上联合消费贷款余额、资产质量和利率情况。

同时，为引导商业银行审慎开展与合作机构的合作，防止合作机构风险向银行传染，在《暂行办法》中，监管层已经对联合贷款进行了规范，如要求商业银行对合作机构从准入到退出建立全流程、系统性的管理机制，提升其精细化管理能力。

在上述547起案件中，披露了10家与新网银行有联合贷款业务合作的银行及一家消费金融公司，针对双方是如何进行权责划分、风险防控的问题，新网银行方面回应称，该行和其他合作行严格按照办法规定，独立对所出资的贷款进行风险评估和授信审批，并对贷后管理承担主体责任。

互联网贷款监督检查力度加大

从2020年监管层的监管措施不难发现，银行借助金融科技赋能的众多业务正面临强监管趋势。在2020年年底，银保监会再次强调，将抓好《暂行办法》的贯彻落实，加大监督检查力度。

《暂行办法》给予了2年过渡期，即按照“新老划断”原则设置过渡期，过渡期为《暂行办法》实施之日起2年。过渡期内，商业银行对照《暂行办法》制定整改方案并有序实施，不符合《暂行办法》规定的业务逐步有序压降。

同时，《暂行办法》为了防控互联网贷款风险，还明确互联网贷款小额、短期的原则，对消费类个人信用贷款授信设定限额，规定“单户用于消费的个人信用贷款授信额度应当不超过人民币20万元，到期一次性还本的，授信期限不超过一年”。

记者注意到，截至发稿，在申请“好人贷”时，新网银行方面表示最高申请额度为50万元，且最长可借60期5年。

对此，新网银行方面表示，由于授信额度调整会涉及大规模的系统迭代，也会涉及客户沟通工作，需要一定时间，目前在过渡期内，该行已经按照监管要求进行了合规整改，授信20万元以内的目前是机器审批，但是超过20万元的该行会进行人工复核和线下审批。

不过，记者注意到，目前已经有银行对联合贷款业务进行了整改。

如在2020年12月，微众银行已经根据《暂行办法》将微粒贷产品个人消费贷款授信最高额度调整至20万元。

某地方银行人士亦告诉记者，该行的联合贷目前单笔贷款额度已经降至20万元以内，期限也进行了调整。“现在联合贷的合作基本都是《暂行办法》出台之前的，此后就没有新增合作了。出于风控的考虑和《暂行办法》的要求，一些新的合作渠道都让我行的风控部门否决了，主要是根据监管新规的要求，针对渠道的审核更严格了。”

某城商行互金部人士称，《暂行办法》落地后，该行对于联合贷已经暂停了新增，目前正在加速自有贷款产品的研发及推广。“对于互联网产品的变动主要体现在风控方面，主要是提升了客户评级。同时，我们对传统贷款产品进行数字化改造，通过增加产品品类，稀释聚焦几个产品伴随的连续性风险。”

上述地方银行人士亦向记者透露道，该行也在加大力度推广自研产品，他坦言，该行自营的贷款产品中，房抵贷类的产品发展得还可以，但消费贷产品落地成效欠佳。“在消费贷领域我们拿不到优质客户，如果授信完贷款收不回来也麻烦。”该人士如是说。

上海试点数字人民币测试 “硬钱包”支付模式引关注

本报记者 郝亚娟 张荣旺 上海报道

近日，数字人民币在上海同仁医院开展试点测试。与此前不同的是，此次数字人民币试点采取智能可视卡的形式，通过“硬钱包”实现支付，无须借助手机。

中国（上海）自贸区研究院、浦东改发院金融研究室主任刘斌告诉《中国经营报》记者，相比其他方案，此次测试的智能可视卡满足老年人和特定群体的需求，除了智能手机端的硬件钱包之外，需要有多种其他硬件钱包方案存在，未来数字人民币在上海的试点范围和场景将更加丰富和多元。

脱离手机的“硬钱包”

日前，数字人民币在上海同仁医院开展试点测试。从显示的信息来看，数字人民币“硬钱包”卡片右上角配有水墨屏窗口，可以显示消费金额、卡片余额、支付次数等信息。

这是继深圳、苏州手机扫码、碰一碰支付之后，数字人民币首次实现脱离手机的“硬钱包”支付模式。

“智能可视卡与其他方案相比，一是主要集中在线下交易场景，比如此次是在上海的同仁医院完成交易；二是使用基于智能卡的硬件钱包，而且具备可视功能，可以实时显示钱包内的数字人民币余额，非常便捷；三是满足了一批老年人和特定群体的需求，除了智能手机端的硬件钱包之外，需要有多种其他硬件钱包方案存在，以满足各类群体对数字人民币的需求，比如老年人可能不方便使用智能手机，就可以使用这种智能可视卡。”刘斌告诉记者。

据了解，智能可视卡亦是数字人民币测试的方案之一。移动支付网分析师佘云峰表示，可视卡并不只有“硬钱包”方案，同时也支持“软钱包”，即不将数字人民币存储在卡片本地中，只通过卡片绑定数字钱包账户，数字人民币仍然存储于服务器。卡片通过蓝牙方式与智能手机进行交互，固定时间内同步账户信息。这种形式的可视卡实际上是与APP中的数字人民币账户为同一个，账户信息需要在一定时间内进行同步，卡片除了蓝牙与智能手机交互同步数据之外，还可以在消费时向受理终端上传信息进行账户同步，并显示交易信息和余额。

西南财经大学金融学院数字经济研究中心主任陈文告诉记者，数字人民币发行没有约定技术路线，软钱包、硬钱包都是选择，尤其是在离线支付情形下硬钱包的意义突出。

在此次试点中，邮储银行也参与其中。陈文表示，数字人民币采取“中央银行-商业银行”双级投放机制，商业银行是不可或缺的一环，但数字人民币的运营是由商业银行主导运营，同步必要的合规数据至央行，还是商业银行定位为渠道，央行主导数字人民币的数据运营权，目前仍不确定。

不过，从测试到大范围投入，还涉及整个数字人民币生态体系的改造。在刘斌看来，数字人民币涉及的链条和环节众多，对网络安全和技术要求比较高，因此，需要相关部门具备较高的技术能力，防止出现网络安全事件，能确保数字人民币系统365天、24小时全天候运行；同时，还要加快法律和制度配套，目前支持数字人民币大范围应用的法律和制度体系还处于探索阶段，未来与数字人民币相关的大多数法律法规要进行完善。

跨境支付引猜想

根据此前公开的信息，央行的数字货币试点是“4+1”，即先行在深圳、苏州、雄安新区、成都及未来的冬奥场景进行内部封闭试点测试，其中并未有涉及跨境的内容。据财新网报道，数字人民币将迎来第二批新试点，将新增上海、长沙、海南、青岛、大连、西安六地试点。

值得一提的是，上海发布的“十四五”规划建议也提出，积极争取数字货币运用试点，加快推进上海金融科技中心建设，构建连通全球的数字化金融基础设施，提高金融风险防范能力。

数字货币的跨境应用能否成为上海的突破点？中国金融学会会长、中国人民银行原行长周小川在2020上海金融论坛上提出，如果使用央行数字货币完成跨境交易，支付的同时可以实时完成兑换。而这背后其实是基于当前大幅提升的通讯设施、信息获取和处理能力。这样实现跨境交易的好处是风险可控，由于经常项目基本都是小额，还有数字代码判别商户，而智能合约又能再加一把安全锁；从结算角度来看，央行和商业银行都可以处理汇率风险；而且很符合亚洲、新兴市场的实际需要。

周小川认为，这一数字货币的跨境零售系统建成后，跨境汇款等也不存在太大技术上的问题，可以在风险、成本可控的情况下，通过进一步创新实现，“可以说，利用交易瞬间所具有的信息获取能力和信息处理能力，我们可以在支付系统现代化和跨境支付便利化方面做更多的工作。不仅与现有的体制更好衔接，也更有适应能力、方案灵活性，适应未来金融格局变化的需要”。

争抢渠道和场景 银行信用卡揽客“套路”多

本报记者 秦玉芳 广州报道

近日有部分信用卡客户透露，在机场被工作人员营销办理航空会员，实际上办理的却是银行联名信用卡；也频频有客户质疑，未经本人同意，甚至没有填写任何信息资料的情况下，就收到银行办卡成功的通知。

业内分析认为，自2020年新冠疫情发生后，银行信用卡业务增长压力加剧，传统正常模式难以为继的情况下，各家信用卡在重新进行客群及营销策略定位，通过联名卡等合作方式挖掘细分客群市场是未来趋势，但渠道合作的合规管理仍待同步提升；同时，基于细分客群市场刚需的高端权益已成为信用卡竞争的主攻方向，各银行也纷纷加大对合作渠道的二次布局，加大数据挖掘领域合作，以更好地了解细分客群需求，提升产品的权益设计能力。

办航空会员竟是办信用卡

2020年12月份以来，多地机场出现以引导客户办理航空会员的名义，实则办理联名信用卡的情况。

李女士向《中国经营报》记者透露，2020年12月份其在上海机场候机时，被某航空公司工作人员问及是否要办理该公司会员，在乘机积分等权益吸引下，其现场向工作人员提供了联系电话、身份证、收入情况等个人信息，以申请会员。“办理过程中，我感觉不太像航空公司会员，更像办理信用卡，于是我就向工作人员进行求证，对方才告知是银行和该航空公司的联名信用卡。如果我没有明确追问，当时的场景下根本不知道我是在办理信用卡，业务人员一直是以办理航空公司会员的名义在跟我沟通的。”

某股份银行信用卡中心市场部人士告诉记者，疫情后复工复产以来，各家银行都在加紧信用卡渠道的发力，尤其是电商、娱乐等线上平台和客流量大的机场、高铁等线下场景渠道。“2020年下半年，我们银行就在主攻大型国际机场的场景，通过联名卡的合作形式，将合作方的资源更深入地挖掘，尽可能地拓展高端客户群办卡业务。”

上述股份银行信用卡中心市场部人士透露，在机场要设置专门的银行信用卡营销点很难，因此有些银行会借助联动合作的航空公司渠道，通过航空公司在现场的工作人员搜集客户申卡意愿，然后转交给相应的银行业务经理进一步处理。“这种形式操作中存在一些合规问题，也可能会误导客户。”

不仅航空联合发卡渠道，近来一些线上第三方平台与银行信用卡的获客合作也越来越深入，形式也更加多元化，甚至频频出现客户质疑被诱导办卡的情况。

王先生透露，其于2020年12月中旬接到银行的短信通知，显示此前通过美团外卖申请的信用卡已审批并制作完成，将于三天内给他邮寄。“但实际上我根本就没有申请这张卡的任何印象，也没有提交过任何个人信息及资料。”

“后来银行业务人员告诉我，银行跟美团是有联动合作的，我在使用美团APP过程中点击了相关的信用卡申请链接，提交了办卡申请，尽管没有填详细的个人申卡资料，但是银行通过美团及银行掌握的大数据信息比较全面的情况下，就可以进行审核办理。我绑定美团只是要在美团点外卖，而不是用美团开信用卡，起码这种通过第三方平台办理的信用卡，应该有一个通知确认的环节才合理。”王先生表示。

除“被套路”办理信用卡外，信用卡年费收取方面的投诉近来也有明显上升趋势。

某银行信用卡用户郭女士向记者表示，办理信用卡前，推销的客户经理再三确认过没有年费，但用了几个月后，最近突然被扣了一笔800元的年费。

记者从黑猫投诉等互联网投诉平台初步统计发现，自2020年12月至2021年1月8日就有数十项信用卡年费问题的投诉。

某银行信用卡客户经理向记者透露，现在对客户比较有吸引力的卡基本都是权益相对高一些的卡种，这种卡一般都有年费要求，或者有刷够一定金额、次数才能免年费的要求，为了完成新增发卡的考核业绩，有的业务经理可能会隐瞒年费等关键信息以诱导客户办卡。

细分客群产品权益设计

新增发卡压力上升，是导致信用卡获客及办理业务投诉增加的重要原因。

上述某银行信用卡客户经理表示，2020年疫情对新增发卡量影响很大，下半年业绩考核压力更大，尤其是在季末、年末等重要考核节点。

上述股份银行信用卡中心市场部人士也透露，现在大部分信用卡目标人群都有一张或者多张信用卡，办卡意愿普遍不高，要新增发卡越来越难，急需新的拓展渠道；但基于前几年的快速布局，现在能找的新渠道有限，只能通过原有渠道深挖掘和新建场景提升获客能力。

联名卡渠道开发成为银行信用卡业务新一轮扩张的杀手锏。资深信用卡专家董峥表示，联名卡最大的作用是细分客群，可以针对细分的场景或特定人群进行针对性的产品设计，是现在银行挖掘细分客群比较青睐的一种业务模式。

公开资料显示，仅2020年11月至今，就有十余家银行推出联名信用卡，如美团、B站等平台尤受银行青睐。

不过在董峥看来，目前联名卡渠道的开发仍存在问题，如业务联动的管理存在诸多漏洞、渠道合作方的场景资源没有得以深入开掘等。上述投诉中涉及的办理航空公司会员变成办理信用卡等问题也都是渠道合作业务管理问题的体现。他认为，下一步银行信用卡业务还需要进一步深耕突破。

提升权益设计能力是银行信用卡做好联名卡、深入挖掘细分市场的核心。董峥认为，疫情后，各银行都在对信用卡业务进行重新定位，尤其对其目标客群，细分客群市场已经成为信用卡市场竞争的未来趋势；借助大数据、云计算等信息技术手段，银行能更精准地为客户画像，了解细分客群的刚性需求，并通过针对性的权益设计满足其刚性需求。“要做好细分市场，实际上就是权益设计。”

上述股份制银行信用卡中心市场部人士透露，目前各家实施的策略都不一样，其所在银行最近推广的高级信用卡比较多，主要是配套的权益和服务相对更多、更高端、更加个性化，是基于银行对客户日常消费生活习惯的数据分析后进行的定制化权益、服务设计。“目前我们正在对渠道合作商进行二次布局，在原有合作基础上更进一步，加强数据分析挖掘等方面合作力度，更好了解细分客群需求，以此指导加快产品设计。”