

破除“融资”属性 城投贸易业务强调合规

本报记者 石健 北京报道

“每天都在线上开会联系，有合适的就去见面对接拓展贸易业务。”最近，浙江一家城投公司贸易业务部负责人比以往忙了许多。他告诉《中国经营报》记者，“其实，公司在两年前就拓展了贸易业务，但现在市场又开始活跃起来，我们也在抓

严查“融资性”贸易

融资性贸易一直以来是国务院国资委高度监管的违规行为之一，从适度压缩、全面清理到严禁开展，监管口径不断收紧。

记者注意到，2023年2月，国资委网站政务咨询栏目中，关注度高、互动多、点击量大的问题就是“融资性贸易的具体界定标准是什么？”为此，国务院国资委的答复全文为《关于进一步排查中央企业融资性贸易业务风险的通知》（国资财管〔2017〕652号）规定，融资性贸易业务是以贸易业务为名，实为出借资金、无商业实质的违规业务。其表现形式多样，具有一定的隐蔽性，主要特征有：一是虚构贸易背景，或人为增加交易环节；二是上游供应商和下游客户均为同一实际控制人控制，或上下游之间存在特定利益关系；三是贸易标的由对方实质控制；四是直接提供资金或通过结算票据、办理保理、增信支持等方式变相提供资金。

事实上，融资性贸易一直以来是国务院国资委高度监管的违规行为之一，从适度压缩、全面清理到严禁开展，监管口径不断收紧。

2021年，国务院国资委发布《关于印发<关于加强地方国有企业债务风险管理工作的指导意见>的通知》（国资发财评规〔2021〕18号），明确“严禁融资性贸易和‘空转’‘走单’等虚假贸易业务，管住生产经营重大风险点”。

住业务机会。”不过，该负责人也同时表示，贸易业务是“双向发力”，“一边拓展新业务，一边进行自检自查，杜绝融资性贸易”。

记者注意到，目前市场存在以贸易业务为名实则开展融资性贸易的情况，业务背后引发的风险和合规问题也引发了监管及市场的注意。就在前不久，国务院国资委官

网公布了“融资性贸易的具体界定标准是什么？”一文，答复了企业及行业人士在经营贸易业务中需要注意的问题。对此，有不少业内人士认为，虚增贸易报表、名为贸易实为借贷等行为，不仅违反监管要求，更对城投长远经营产生不利因素，城投公司不应因一时之需而选择开展违规业务。

2022年，国务院国资委出台《关于推动中央企业加快司库体系建设进一步加强资金管理的意见》，明确“要严控供应链金融服务范围，严禁提供融资担保，严禁开展融资性贸易业务和虚假贸易业务”。

一位从事城投贸易合规的律师告诉记者，“融资性贸易在短期内对公司业绩有直接的提升作用，虚假贸易量的增加被计入当期营业收入，直接拉高了企业利润，因此对那些面临业绩压力但又具备资金优势的国有企业有很强的诱惑力。从目前接触的实务来看，融资性贸易有着很强的隐蔽性。比如现在城投经常涉及的钢铁贸易业务，一些城投所在地域根本就没有相关的上下游产业链，既无钢铁公司及需求公司，又无港口等物流通道，开展这类业务有为融资之嫌，可能会通过虚增贸易结构去向银行获取敞口授信资金，继而资金他用。”

融资性贸易也引发了司法机关的关注。从公布的裁判文书来看，有不少公司通过虚假背景来获取融资。披露的裁判文书显示，某城投公司与三家公司订立《产品购销合同》《担保协议》，最终引发借

款纠纷。对此，法院认为，上述公司并不关注货物本身，无真实的买卖意图，通过分别订立内容高度一致的连环买卖合同，构筑虚假交易流程，以买卖形式掩盖借贷法律关系，本意在于共同实施融资性贸易行为。

记者梳理发现，企业主营业务与贸易不关联、没有开展贸易的商业背景和需求、人为增加贸易链条、不以获得贸易利润而以赚取息差为目的、贸易业务不符合商业逻辑、同一货物流转的上下游合同高度一致或存在其他不合理内容等表现形式，均成为后续出现纠纷的原因。

“即便是有业务关联，也要看货物是否存在真实流转。”采访中，一位从事贸易业务的公司负责人告诉记者，此前，其所在公司曾与相关公司开展过贸易业务。“因为我们开展的业务都是大宗贸易，涉及的体量超过千吨，不可能一次结清贸易货物。不过，在打款之后，对方仅以一次的交割货物凭据来作为收货证明。因为没有真实的货物流转，最终只能通过司法程序来解决争议。”记者注意到，类似这种场景大部分被法院认定为名为买卖实为借贷的融资交易。

塑造真实场景

区分正常的贸易活动和融资性贸易的关键，是从交易实质出发，探究交易各方的真实意图，结合贸易背景、特点、交易各方情况等进行系统性的识别与判断，甄别交易实质是否围绕贸易行为而真实展开。

采访中，亦有城投公司负责人直言，“我们肯定要在日常开展业务中，审慎开展贸易业务，确定企业开展贸易业务的商业背景、合理性和从事贸易业务的可行性、依据。然而，由于贸易业务的特殊性，我们在开展业务中难免出现垫付资金、无连续货物流转的情况，且其呈现的特点与融资性贸易很相像。因此，如何区分两者的差异，是我们很关注的问题，我们需要‘补课’的内容也不少。”

记者与该负责人沟通得知，该城投公司从事的贸易业务为矿石供应链业务，业务环节为向上游采矿场支付保证金，然后进行提货等环节。接着，该城投公司会向下游公司销售矿石，由下游分期提取货物，并给予一定的结算和支付账期。从公司的业务模式来看，的确存在融资性贸易的特征，比如无连续性的货物流等。

为此，有业内人士分析认为，“供应链企业在贸易链中，虽然保证金形成资金垫付，但只要是基于获取贸易利润而为，且符合行业惯例，不宜仅因存在资金垫付认定为融资性贸易。所以，并非需要满足全部特征才是融资性贸易，也不是满足个别特征就应该被认定为融资性贸易。区分正常的贸易活动和融资性贸易的关键，是从交易实质出

融资性贸易的主要特征

融资性贸易的主要特征	
1	虚构贸易背景，或人为增加交易环节。
2	上游供应商和下游客户均为同一实际控制人控制，或上下游之间存在特定利益关系。
3	贸易标的由对方实质控制。
4	直接提供资金或通过结算票据、办理保理、增信支持等方式变相提供资金。

资料来源：国资委官网

发，探究交易各方的真实意图，结合贸易背景、特点、交易各方面情况等进行系统性的识别与判断，甄别交易实质是否围绕贸易行为而真实展开。”

除了建立完善的财务体制之外，目前有不少城投公司通过数字化打造风控体系。采访中，山东一家城投公司负责人告诉记者，公司去年便上线了ERP系统。“ERP系统即资金、信息等进行一体化管理，尤其是针对贸易合同流程进行全覆盖管理，合同管理、客户信用管理、库存管理、资金管理、物流管理等关键环节实现IT控制。同时，在建立基础系统框架上，增设合同履约监控、价格汇率跟踪、保证金收取监督、市场价格对称、超期库存监管、个人客户等模块，强化管控力度。对接第三方企业信用公示系统，穿透式核查上下游客户关系，进行预警提示。”

值得注意的是，“投、融、建、管、营”一体化，这种城投转型模式已经被越来越多的城投公司所认可。上述负责人表示，其实，ERP管理系统应用过程，就是公司实现数字化转型的过程。“投资阶段要科学决策，投资后进行动态监控，全过程资金协同，最终实现利润清晰预测，将有利于公司发展提质增效。”

消费金融渐变：头部公司增长放缓 行业目光齐聚普惠

本报记者 郑瑜 北京报道

经过多年发展，作为普惠金融代表之一的新型金融机构——

消费金融公司正在迎来新一波的发展机遇。

日前，多家消费金融公司相继披露2022年业绩报告。从数据

来看，消费金融行业不断分化，各种新变化也在悄然发生。

多位业内人士告诉《中国经营报》记者，消费金融公司在

行业竞争之下正在不断显现出头部效应。此外，资金端与资产端的运营能力也是影响消费金融公司座次变化的重要因素

之一。

有行业高管对记者表示，在利率压降、银行客群下沉背景下，如何从获客等方面节约成本

是所有消费金融公司面临的问题。但可以预见的是，头部消费金融公司的领先优势在未来一段时间内仍将十分明显。

增速分化

从最新的业绩报告来看，头部消费金融公司虽然保持了增长态势，但其增速都有所放缓。

数据显示，2022年，作为业内头部招联消费金融有限公司（以下简称“招联消费金融”）和兴业消费金融股份公司（以下简称“兴业消费金融”）营业收入分别为175.01亿元、101.15亿元，同比增长9.84%和20.55%。相比2021年均有所放缓。其中招联消费金融营业收入、净利润以及总资产同比增速均已下降到个位数。

横向对比来看，兴业银行（601166.SH）2022年年报显示，其子公司兴业消费金融2022年度新增服务客户数超200万户，完成消费信贷投放637亿元，贷款余额较上年增长29%。

根据公开数据，马上消费金融股份有限公司（以下简称“马上消费”）保持了两个指标的双位数增长。2022年全年实现净收入135.30亿元，同比增长14.48%，净利润17.88亿元，同比增长29.34%。截至2022年12月末，马上消费总资产665.10亿元，净资产为97.92亿元。

招联消费金融方面告诉记者，2022年，整体经济环境与疫情形势复杂多变，招联消费金融主动前瞻风险，适时把握发展节奏，不断调整优资产结构，持续修炼核心能力，加强精益管理与股东协同，提升风范抵御能力，实现了规模、效益、质量的均衡发展。

可以看到的是，在本次业绩亮相中，腰部公司表现同样不俗。

中原银行（01216.HK）2022年年报披露了合营公司河南中原消费金融股份有限公司（以下简称“中原消费金融”）的业绩情况。年报显示，2022年，中原银行分占中原消费金融公司持续经营业务产生的收益为1.64亿元，2021年同期为9926.5万元。以中原银行持股49.25%计算，2022年，中原消费金融利润为3.33亿元，较2021年的2.02亿元同比增长65%。

中原消费金融方面表示，公司坚持以人民为中心，积极响应国家政策，主动让利于民，风控体系及获客模型都需要优化调整，因此将面对更大的挑战，需进一步开拓新场景、全力提高精细化运营水平以降低获客和运营成本。可以看到的是，在2019年、2020年、2021年，中原消费金融分别实现净利润0.61亿元、1.26亿元、2.01亿元。

对于近年来业绩稳定增长的原因，中原消费金融方面表示，自成立以来，中原消费金融打造了行业领先的自营产品体系，结合行业内不断涌现的流量业务场景，充分利用自研的大数据人工智能模型联合构建获客模型，建立360度精准营销体系，为不同职业、不同需求的客户群体推出相应的产品。针对小微企业、个体工商户等群体，中原消费金融推出了主打线下大额的柚卡APP，通过专属客户服务有效连接市场需求和服务供给，提升客户需求满足能力和服务效率。

股东光环重要性愈显

在发展过程中，股东背景的重要性也越发凸显。

比如开业不到三年的北京阳光消费金融股份有限公司（以下简称“阳光消费金融”）2022年已实现1.35亿元的净利润，同比增速25%。天眼查显示，阳光消费金融第一大股东为全国性股份制商业银行光大银行（601818.SH），持股比例为60%。

而作为成立至今已有七年的老牌消费金融公司，以区域性的股份制商业银行晋商银行（02558.HK）作为大股东的晋商消费金融股份有限公司（以下简称“晋商消费金融”）在2022年营业收入与净利润同比增速均为负增长，净利润仅0.52亿元，同比增速

为-14.73%，营业收入4.28亿元，同比增速为-22.25%。

阳光消费金融相关负责人告诉记者，作为光大银行布局消费金融板块的重要战略单元，阳光消费金融积极联动光大手机银行、光大信用卡、云缴费，通过拒量回捞、补充额度等服务满足域内长尾客群的信贷需求，与母行共建共享手机银行生态圈，为实现光大银行“打造一流财富管理银行”的战略目标贡献力量。

谈及未来发展时，上述相关负责人告诉记者，2023年是公司达成第二阶段“五年树品牌”战略目标的开局之年，阳光消费金融将坚持长期主义，聚焦内核锻造，将自身转型发展融入服务国家扩

大内需战略，把握消费金融发展机遇，助力推动消费升级，更好地服务实体经济和民生福祉。

招联消费金融方面也表示，在股东中国联通的指导下，招联消费金融积极履行作为央企金融的使命责任，借助股东网点覆盖广泛的优势扩大消费金融服务范围，有效解决了部分地区无金融网点及服务的问题。此外，招联消费金融联合股东构建的纯线上授信+线下交付的金融合约分期产品，以较为轻便的方式使超过百万客户体验到实惠、规范的5G换机等消费升级服务，有力拉动了通信等智能生活、智能终端消费需求。截至2022年末，招联消费金融业务

累计覆盖全国30个省（自治区、直辖市）的20多个联网实体渠道网点，为更多客户提供了消费金融服务。

中原消费金融方面同样告诉记者，其与大股东中原银行积极协同，不断完善金融服务体系，在中原银行APP中上线了“提钱花”，并定期在中原银行微信公众号中发布用户运营活动，助力获客及转化。除此之外，在线下业务方面，中原消费金融将依托中原银行在河南省内丰富的网点资源，与各地分行积极协同拓展业务，形成线上、线下一体化发展的服务体系，推动金融服务迭代升级，更好把普惠金融落到实处。

扩大普惠程度成为重点

中国银保监会非银部近日发表的文章《引领消费金融公司规范有序发展》中提到，截至2022年末，全国已开业30家消费金融公司的资产总额8844.41亿元，负债总额7847.23亿元，所有者权益997.18亿元。2022年，消费金融公司累计发放线上贷款2.47万亿元，占全部贷款的比例为96.17%。

记者从阳光消费金融获悉，阳光消费金融在2021年实现扭亏之后，公司业务重心主要在，秉承“三向善”价值主张（科技向善、产品向善、消费向善），聚焦普惠客群，提供小额、高频、分散的消费信贷产品与服务，助力金融消费者达成美好生活的同时，增强了金融服务的广泛性、公平性、可得

性。作为国有控股金融企业，阳光消费金融以支持实体服务民生的切实举措，践行金融政治性、人民性。“比如，充分挖潜消费金融对经济的促进作用，将业务重心锚定为推进普惠金融的高质量发展，并努力提升客户在信贷服务中的获得感、幸福感、安全感。阳光消费金融聚焦如新市民等垂直消费场景，以客户为中心，加大数字化转型投入，改善智能化服务水平，赋能客户经营，全面提升客户体验。”上述相关负责人表示。

谈及2022年业绩增幅时，上述相关负责人对记者表示，盈利方面，2022年下半年，阳光消费金融积极响应《商业银行互联网贷款管理暂行办法》，压降所有联合

贷产品规模至一级资本净额的25%以下，并于同期主动减费让利，下调利率，深化“普惠”，使得下半年与上半年存在净利润差距。纵观2020年开业以来，阳光消费金融净利润逐年上涨，业务发展稳中有进，公司经营稳健合规，实现了规模、效益、质量的协调发展。

与此同时，多家消费金融公司也都提出了对于下一阶段扩大普惠的展望。

马上消费董事长赵国庆表示，“2023年，马上消费笃定高质量发展步伐，稳中求进。随着经济形势逐渐回升，马上消费将进一步夯实核心竞争力，加大科技研发，引进科技人才，扩大普惠程

度和乡村振兴帮扶力度，在新发展格局中展现新作为，释放发展活力。”

中原消费金融方面介绍，针对快递小哥、外卖骑手、网约车司机、建筑工人等新就业形态群体，中原消费金融除了主打线上以小额、分散为原则的中原消费金融APP之外，还在普惠通APP上线了H5全流程普惠金融产品，打通普惠金融的“最后一公里”。同时，中原消费金融坚持全流程运营客户，提升客户转化价值。中原消费金融通过持续完善客户旅程地图，洞察客户习惯与金融需求，创新产品及服务优化客户体验，提升客群转化留存率和生命周期价值。”