

## 消费金融乘风行业新规

## 季为民：以媒体力量推动消费金融行业高质量发展

本报记者 何莎莎 北京报道

从淄博烧烤到贵州“村超”，再到“尔滨小土豆”带动网红城市频频出圈，加之新中式、国潮热等新的消费增长点，中国正在经历一场消费热潮。

根据国家统计局4月16日发布的数据，2024年一季度，全国居民人均消费支出7299元，比上年同期名义增长8.3%，扣除价格因素影响，实际增长8.3%。商务部相关负责人在国新办发布会上介绍我国今年一季度商务运行及工作情况时表示，一

## 规范与创新并重

提高行业准入门槛，有助于提升行业的整体质量和竞争力。

近年来，随着互联网技术的不断进步，以及消费者信贷需求的日益增长，消费金融行业迅速发展，成为金融市场一股新兴力量。

特别是自2013年以来，随着消费金融行业规模的扩容，各家从业机构在潜在客群挖掘、消费场景拓展、技术创新等方面不断发力。消费金融行业在经历了探索期、试点期、合规稳健发展期后，当前已经进入新的历史机遇期。

然而，行业的快速发展也带来一系列问题，比如风险管理不足、消费者权益保护不力等。

4月18日，由国家金融监督管理总局修订发布的《消费金融公司管理办法》（以下简称《办法》）正式实施，旨在解决行业发展中出现的各种问题，引导行业向更加规范和可持续发展的方向发展。

新的《办法》明确，要提高行业

季度国民经济实现良好开局，消费仍是拉动经济增长的主动动力。一季度我国GDP同比增长5.3%，其中最终消费支出的贡献率为73.7%，拉动GDP增长3.9个百分点。

近日，在由中国经营报社有限公司主办，中经传媒智库协办的“乘风消费金融新规 推动高质量发展”闭门沙龙中，中国社会科学院工业经济研究所副所长，中国经营报社社长、总编辑季为民指出，提振消费、释放内需无疑是当下拉动中国经济增长的主引擎，而消费金融是

准入门槛。提高主要出资人的资产、营业收入等指标标准，以及最低持股比例要求，强化主要出资人的股东责任；提高具有消费金融业务管理和风控经验出资人的持股比例，促进其更好发挥专业与风控作用；提高消费金融公司最低注册资本要求，增强风险抵御能力。

“提高行业准入门槛，有助于提升行业的整体质量和竞争力。特别是提高主要出资人的持股比例要求，增加对消费金融业务管理和风控经验出资人的持股比例等措施，能够从源头上提高消费金融公司的股东质量，压实主要股东责任。这不仅有助于提升消费金融公司的内部管理和风险控制能力，也有助于维护消费金融市场的适度竞争格局。”季为民表示。

此外，《办法》对消费者权益保护提出了更为明确的要求，在贷款

促消费、扩内需的重要工具之一。行业的健康、稳定发展对于整个经济体系有着重要意义。

“金融是国民经济的血脉，更是国家核心竞争力的重要组成部分。金融，天然应当为实体经济服务。没有健康的实体经济，金融就成了无源之水、无本之木；而离开良好的金融服务，实体经济便失去了资金支持。消费金融通过促进消费、撬动内需，间接灌溉了千行百业，同样担当着服务实体经济的重要任务。”季为民如是说。

信息披露、个人信息保护等方面提出了具体的规范，旨在保护消费者的合法权益，减少金融消费者遭遇不公正的情形。

“《办法》的发布是中国消费金融行业发展的一个重要里程碑。它不仅为行业设定了更为明确的发展路径，也为消费者提供了更为安全、透明的金融服务环境。”季为民表示。

值得注意的是，新的《办法》也为消费金融公司带来了一定的挑战。

例如，提高注册资本要求，可能会对一些中小消费金融公司造成资金压力；加强消费者权益保护的要求，也意味着消费金融公司需要投入更多的资源来改进服务流程和提升服务质量。这些挑战需要消费金融公司在规范化的前提下，寻求稳健发展并找到创新路径。

## 积极推进多方共赢

在当前信息化、数字化的时代背景下，媒体对于消费金融行业的宣传推广、风险教育、公众信任的建立具有不可替代的作用。

“其实，稳健发展、积极创新同样是媒体发展的重要任务之一。在推动消费金融行业发展过程中，财经媒体要发挥自己的作用和价值。特别是在当前信息化、数字化的时代背景下，媒体对于消费金融行业的宣传推广、风险教育、公众信任的建立具有不可替代的作用。”季为民表示。

他进一步指出，财经媒体能够通过加强对监管政策的宣传和解读，增强相关政策的透明度和公信力，促进政策的有效实施；通过对消费金融公司的经营理念、经营行为、服务质量方面的深度报道，推动企业不断提升自身的风险管理能力；通过搭建各种平台，帮助企业更好地了解消费者的需求，优化产品和服务，能进一步增进消费者、企业以及监管部门等各方之间的交流和深度合作。

特别是在面对金融消费者时，财经媒体要提高公众对于消费金融的认知度和接受度，帮助公众更好地理解和使用消费金融服务。同时也要增强公众的风险防范意识，引导消费者理性借贷，避免盲目跟风 and 过度消费，从而维护金融市场的稳定。此外，财经媒体还要履行舆论监督的社会责任，对行业的不良现象和问题进行纠偏。具体来看，财经媒体可以从以下几个方面发挥作用，推动消费金融行业高



中国社会科学院工业经济研究所副所长，中国经营报社社长、总编辑季为民 本报资料室/图

质量发展。首先，要加强媒体和消费金融行业的沟通与合作，深入了解行业的发展现状和未来趋势，与行业专家、机构代表、消费者保持密切的交流合作，确保报道的客观性、准确性、权威性以及前瞻性。

其次，积极创新报道方式和内容。利用各种前沿的互联网技术以及短视频、直播等多种形式，创作更多符合消费者需求的内容，提高消费金融知识的普及率和影响力。

最后，要加强自律，坚守职业道德。在做行业报道时，一定要客观公正，避免炒作和误导。对于可能存在的风险和问题，要及

## 中伦律所刘新宇：机构急需梳理各环节合规边界

本报记者 李晖 北京报道

国家金融监督管理总局修订发布的《消费金融公司管理办法》（以下简称《办法》）已于4月18日起正式施行，消费金融行业新一轮的重塑发展进程拉开了帷幕。

## 行业准入门槛全面提高

消费金融行业的业务模式和风险特征在多年的发展过程中已发生显著变化，但《消费金融公司试点管理办法》自2013年修订以来至今已十余年未更新。

在刘新宇看来，在此背景下出台的《办法》，最显著的特点之一体现在准入门槛的全面提升。在对入局者提出较高要求的同时，也基本摒弃了不良玩家入局的可能性。

记者注意到，3月以来，包括长银五八消费金融、宁银消费金

融已开展新一轮增资；而招联消费金融、中银消费金融、建信消费金融等机构则进行了一系列高管调整，这都反映出实践中各家从业机构对《办法》要求的迅速响应。除准入门槛外，《办法》在业务经营的更细维度对消费金融机构亦有着重要的规范意义。

面对《办法》形成的全新监管指标和合规义务，消费金融机构该如何因应调整？

根据《办法》要求，消费金融公司注册资本不低于100亿元人民币，且不低于100亿元人民币。此外，《办法》还要求消费金融公司注册资本不低于100亿元人民币，且不低于100亿元人民币。

根据《办法》要求，消费金融公司注册资本不低于100亿元人民币，且不低于100亿元人民币。

## 消费者权益保护合规更细化

另外值得注意的是，此次《办法》在消费者保护方面的着墨不少，消费者保护义务的权重进一步提高。

具体来说，《办法》不仅对消费金融机构自身提出了诸多要求，还从加强合作机构管理、压实主体责任等方面提出更为细致的合规要求，包括但不限于：合作机构名单制、分类管理等，需建立完整有效的合作机构准入机制，确保合作事项合规、按照适度分散原则选择合作机构等。这些合作机构包括与消费金融公司在营销获客、共同放贷、支付结算、风险分担、信息科技、逾期清收等方面开展合作的各类机构。

“比如，营销获客涉及互联网流量平台、各大门户；共同放贷涉及具备放贷资质的金融机构，如商业银行、小额贷款公司等；支付结算涉及具有支付结算资质的商业银行、第三方支付机构等；风险分担涉及融资担保公司、保险公司等

增信机构；信息科技涉及各类互联网信息技术科技公司；逾期清收则涉及催收机构、律师事务所等。每一类合作机构的资质和管理问题都需要引起消费金融机构的重视。”刘新宇表示。

在刘新宇看来，《办法》强调对消费者权益的保护，既能促使消费金融公司加强内部管理，规范经营行为，提高服务质量；也有利于维护金融市场秩序稳定，防止因信息不对称、不正当竞争等导致的市场失序，有效降低因误解或误导产生的金融风险。

刘新宇进一步指出，在保护消费者权益的具体要求上，《办法》首先强调了体系建设的重要性，要从董事会层面体现出重视，设立消费者权益保护委员会；其次是做好适当性管理工作，要求消费金融机构按照规定开展贷前审查，运用信息科技手段提升客户画像精准度，审慎评估消费者收入水平和偿债能

力；而在信息披露方面，则要求消费金融机构必须公开透明地披露贷款关键信息，如年化利率、费率、还款方式等。

特别是在收费管理方面，《办法》中明确了消费金融机构及其各类合作机构可向消费者收取费用的具体类型，要求各主体必须考虑拟收取费用与贷款之间是否具备相关性。而对于如何理解“贷款成本应包括利息及与贷款直接相关的各类费用”中的“与贷款直接相关的各类费用”这一业务难点，刘新宇透露，目前业内也存在争议，尚未达成一致意见，亟待监管部门进一步厘清解释。

针对下一阶段投资人如何布局消费金融公司，刘新宇建议，由于《办法》对设立出资的准入门槛显著提升，投资人作出设立/投资的决策成本更高。伴随着强化公司治理、压实股东责任要求的强化，叠加行业马太效应进一步加剧，投

布局消费金融时也更需谨慎，特别是主要股东短期内无法转让股权，需配合履行的各项股东义务方面，均需引起重视。如何在遵守政策要求的同时优化服务，提升竞争力，将是消费金融机构未来发展的关键。

道，有助于降低消费金融机构的融资成本。”

而在公司治理方面，《办法》也从整体治理架构和机制、股东义务等治理主体、薪酬管理和关联交易信息披露等方面，对消费金融机构提出更高的要求。刘新宇认为，消费金融机构需要重点关注并落实《办法》中对机构信用风险、流动性风险、操作风险、信息科技风险、声誉风险、授信领域相关风险以及贷后管理风险等各方风险的管理和防范。

资人入局更应权衡利弊。

而从合规重点看，除前述已提及内容，刘新宇认为：合作机构管理、消费贷款利率、监管指标落实以及消费者权益保护中的个人信息保护、催收管理等都需要消费金融机构特别关注。

在他看来，近年来相关消费金融机构被监管处罚的案例及原因中，也可以看到行业的合规薄弱环节与监管重点。比如，消费金融机构常见的合规问题包括：营销宣传存在夸大误导，告知义务履行不充分；产品定价管理不规范，个别服务定价不合理；学生贷款管理不规范，执行存在偏差；合作商管理制度不健全，管控不严；联合贷款管理不规范，存在监管套利行为；催收管理不到位，存在不合规催收；消费者权益保护体制机制不完善，部分职能未落实到位；贷前审查不审慎、对委外催收合作机构管理不审慎等。

## 消费金融行业的存量与增量将往何处去？

本报记者 郑瑜 北京报道

消费金融不仅为新市民提供适当、有效、可负担的金融服务，还在填补金融服务空白、改善生活质量、提高消费能力等新市民金融需求方面发挥了重要作用，为多层次、多元化的金融服务体系贡献了力量。

日前，《消费金融公司管理办法》（以下简称《办法》）正式实施。新规落地，将对消费金融行业带来哪些影响？对于身处行业之中的各家机构意味着什么？为了更加深入了解行业未来发展，《中国经营报》记者采访了中国政法大学互联网金融法律研究院院长李爱君。

在李爱君看来，此次新规是通过前期试点总结了实践经验，在过去《消费金融公司试点管理办法》的基础进行全面的修订。“《办法》中提高主要出资人的资产、营业收入等指标标准，以及最低持股比例要求，提高具有消费金融业务管理和风控经验出资人的持股比例，提高消费金融公司最低注册资本要求。这些都是为了强化主要出资人的股东责任，促进其更好发挥专业与风控作用，从而进一步增强消费金融公司风险抵御能力。”

“提高准入标准背后是对股东治理决策权的集中，股东管理决策权过于分散无法达到风险控制的目的。利用股东的加大责任，可以达到对消费者利益保护的最大化。”李爱君认为。

谈及公司治理，李爱君表示，本次《办法》同样对全面贯彻健康科学的治理体系提出了要求。比如，《办法》中提到要加强公司治理监管，全面贯彻近年来出台的关于公司治理、股东股

权、关联交易和信息披露等方面监管法规和制度要求，结合消费金融公司组织形式、股权结构等特点，明确了党的建设、“三会一层”（股东会、董事会、监事会、高级管理层）、股东义务、薪酬管理、关联交易、信息披露等方面的监管要求。

“《办法》其实是有机衔接了近年来监管部门关于公司治理方面的法律法规和制度要求，从《公司法》以及有关公司治理的各项法规和制度层面来理解，金融行业专业性强，即便现代监管技术日趋成熟，金融机构内部各种问题依然具有一定隐蔽性。为了减少实质性监管的压力，首先从公司的治理结构入手，不仅是一个很好的选择，同时也是当前各国进行金融监管的主流思路。”李爱君进一步解释道。

可以看到《办法》增加了“消费者权益保护”“合作机构管理”两个专章，更加突出强化消费者权益保护。一方面，压实消费金融公司的消费者保护主体责任；另一方面，加强对合作机构的约束管理。

“但是金融机构不应该把金融消费者权益保护视作一项义务，而应该是一种更好履行社会责任的方式。”李爱君表示，“在风险教育过程中，一方面消费者可以更好了解到金融产品、金融服务、金融机构运行规则；另一方面方便金融机构向消费者进行充分的风险提示，这不仅有助于增强品牌的知名度，更有助于增强客户对于消费金融机构的信赖度以及黏性。如此一来，在践行金融消费者权益保护过程中，机构也可以获得客户更多的信任，从而建立正向沟通渠道，减少客户投诉的产生，更好地保护消费者的权益。”