

## 聊聊金融科技的 2021（二） — 消费金融篇

作者：权威 | 夏迎雨 | 李俊

当圣诞色的饰物逐渐爬上商家的窗沿，悠长的平安夜颂歌开始在空气中回荡，不知不觉间 2021 年也走到了它的尾声。

回顾这一年，疫情的阴霾仍然笼罩在人类社会的上空，大国博弈与逆全球化继续扮演着世界经济发展的暗线，如何“因时而变”、“危中取机”仍将是全行业都需要思考和探索的课题。再看金融科技赛道，“严监管”、“保稳定”的大势依旧，“精细化合规”、“牌照边界”以及“数据安全”等合规话题在这一年里带来了新一轮足以颠覆行业格局的大洗牌，行业的胜负手也在监管环境的变幻中逐渐浮现出来。

在魔幻依旧的 2021 即将与我们作别之际，我们和您一起聊聊过去这一年，厘清脉络、把握方向。在 2022 年新年钟声敲响时，让我们一同更好地出发。

消费金融市场从不缺少玩家。

从传统银行到消费金融公司，从信托公司到小额贷款公司，从助贷平台到增信机构，这十余年来，消费金融从“试水”逐渐走向“井喷”。当跑马圈地的时代悄然过去，消费金融行业也逐步进入存量整治与规范监管的时代。回首 2021 年，监管部门对于消费金融行业有哪些思考，市场对于行业有哪些反应与创新，行业发展又有哪些方面值得关注？

在本篇中，我们将与您一起聊聊监管、聊聊市场、聊聊未来方向，和您一同回顾消费金融行业所走过的 2021 年。

### 一、看监管：降低息费、控制规模、整治数据

#### （一）1 月 — 民间借贷适用范围进一步明确

在 2020 年的新民间借贷司法解释出台后，关于小贷公司是否适用 4 倍 LPR 利率上限的问题并不明确，且引发了广泛讨论。而 2021 年 1 月 1 日，最高人民法院正式施行的《关于新民间借贷司法解释适用范围问题的批复》，明确由地方金融监管部门监管的小贷公司、融资担保公司、区域性股权市场、典当行、融资租赁、商业保理、地方 AMC 等七类地方金融组织，其因从事相关金融业务引发的纠纷，不适用新民间借贷司法解释，一定程度上厘清了民间借贷利率的适用范围，地方类金融机构获得了 4 倍 LPR 借贷上限的“豁免权”。自此之后，虽然监管机关并未以正式发文的形式澄清金融机构适用的利率上限，但司法和监管实践中，年化 24% 的利率上限仍扮演着金融机构的利率天花板，且伴随着监管要

求仍有不断压降的趋势。

## （二）2月 — 互联网贷款监管补充细则出台

2021年2月19日，银保监会发布《关于进一步规范商业银行互联网贷款业务的通知》，其作为互联网贷款的监管补充细则，要求互联网贷款不得将贷前、贷中、贷后管理的关键环节外包、联合贷款出资不得低于30%、强化集中度管理、实施总量控制和限额管理、严控跨地域经营，并明确外国银行分行、信托公司、消费金融公司、汽车金融公司开展互联网贷款业务同时适用《商业银行互联网贷款管理暂行办法》及前述通知的规定。

此外，2021年2月24日，银保监会发布《关于进一步规范大学生互联网消费贷款监督管理工作的通知》，明确大学生互联网消费贷款业务的监督管理、风险控制以及风险督查等事项。

在前述基础上，地方金融监管部门也相继出台规定，如2021年5月11日，江西银保监局发布《关于转发进一步规范商业银行互联网贷款业务的通知》；2021年7月9日，重庆银保监局发布《关于进一步规范银行业金融机构互联网贷款业务的通知》，大幅强化了金融机构开展消费金融业务以及与互联网平台合作的合规要求。

## （三）3月 — 互联网存款受限，不得违规吸存

在规范贷款业务的同时，监管也加大了对银行存款业务的管理力度，整顿不规范的互联网存款、结构性存款等存款创新产品和高息产品。如1月13日，银保监会和央行联合印发《关于规范商业银行通过互联网开展个人存款业务有关事项的通知》，明确商业银行通过互联网开展存款业务应当严格执行存款计结息规则和市场利率定价自律机制相关规定，商业银行不得通过非自营网络平台开展定期存款和定活两便存款业务，已开展的存量业务到期自然结清。3月23日，银保监会发布《商业银行负债质量管理办法》，进一步要求商业银行应当严格执行存款利率和计结息管理及规范吸收存款行为等有关规定，不得采取违规返利吸存、通过第三方中介吸存、延迟支付吸存、以贷转存吸存、提前支取靠档计息等违规手段吸收和虚增存款。商业银行通过互联网吸收存款的，应当遵守相关监管规定。至此，风靡一时的“互联网存款”业务也渐渐跌落风口。

## （四）全年 — 贷款利率展示规范与LPR“首降”

2021年3月31日，央行发布《中国人民银行关于明示贷款年化利率的公告》，明确所有从事贷款业务的机构均应遵守（包括持牌放贷机构与为贷款业务提供广告或展示平台的互联网平台）相关规定，所有贷款产品应当以明显的方式向借款人展示年化利率（如单利或IRR复利计算），在息费计算中使用“复利魔法”的空间进一步被压缩。

而就在12月20日，一年期LPR时隔20个月首次下调，2021年最后一期贷款市场报价利率以“降息”定格，对民间借贷4倍LPR的利率上限也会带来直接影响（在此之前约为15.4%，现为15.2%）。

## （五）全年 — 数据保护与征信监管不断加强

数据在互联网场景下的消费金融业务中起着至关重要的作用，无论是贷前的风控审核、贷中实时监测还是贷后管理，均离不开对用户数据与风控信息等的使用。

作为数据行业的变革之年，8月20日《个人信息保护法》出台，吹响了个人信息保护的冲锋号，正式对个人信息处理的规则、个人信息处理者的义务等内容做了明确的界定；9月30日央行发布《征信业务管理办法》，涵盖了征信业务的边界、展业原则、信用信息的处理及全流程合规要求，对征信机

构做了系统性的规制并明确了非持牌机构的过渡期；11月14日国家网信办发布《网络数据安全条例（征求意见稿）》，拟从行政法规层面对《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》进行补充，并规定了一系列严格的“新要求”，如果正式实施，也将对风控服务行业带来重大影响。（对于风控数据与征信行业的分析回顾，请见我们后续的“征信与风控服务篇”）

## （六）全年 — 消保监管升级，通报整改常态化

在金融消费者保护方面，2021年中监管强度也在不断加码，多家金融机构因存在不到位情形而被点名。息费设置过高推高消费者融资成本、催收管理不到位、营销宣传夸大误导、告知义务履行不充分、消费者权益保护机制不完善、部分消保职能落实不到位，成为了本年度中监管机关在消保领域所关注的重点。

## 二、看市场：牌照变动、平台整治、业务规范

回顾2021年消费金融行业的市场动向，虽有新玩家入场，牌照数量有所增加，但对于存量机构的监管整改和精细化合规仍是年度主旋律。

### （一）消费金融公司牌照格局变化

2021年中，多家消费金融公司陆续获批筹建/开业，一度暂缓的牌照发放工作逐步恢复，消费金融公司牌照数量持续扩容。此外，围绕消费金融公司的股权并购交易也在2021年中持续稳定开展，年内出现了多起消费金融公司变更股权/控制权的案例，相关的行政审批流程大多能够得到高效透明的处理。

### （二）互联网平台整治活动大幕开启

2021年4月29日，四大金融管理部门联合对部分从事金融业务的网络平台进行监管约谈，由此揭开了“互联网平台整治”的大幕。“金融持牌经营”“支付回归本源”“打破信息垄断”“完善公司治理”“强化金融消保”等一系列要求被正式摆上台面。消费金融行业也自此彻底告别了政策红利期，积极全面地提升合规水平、完善业务模式成为了消费金融行业从业者持续展业的重要前提和功课。

### （三）消费金融的场景进一步受到限制

对于爆雷风险集中、客户投诉集中的敏感行业和场景，监管亦进一步收紧了对应行业场景的监管口径。2021年7月，据公开渠道报道，监管对于小额贷款公司经营的教育贷、医美贷等产品经营情况进行摸底，同时期部分小额贷款公司接到上海证券交易所、深圳证券交易所的窗口指导，要求暂停开展教育贷与医美贷ABS业务。

### （四）息费控制扩展到对合作平台的收费管控

2021年6月以来，部分地区窗口指导辖内消费金融公司设定24%红线，要求其个人贷款利率全面控制在24%（IRR口径）以内，并设置一定过渡期。在2021年7月8日银保监会召开的例行新闻发布会上，监管人士指出，“大型互联网平台向金融机构收取导客引流费或者信息服务费，推高了融资成本”，“减费让利既要在银行这端，同时要加大对大型互联网平台等市场主体在收费方面的监管力度”。重庆银保监局在7月份还进一步提出，银行业金融机构需按约定支付服务费用，会同合作机构“按照其经营成本合理确定费用水平，不得直接与贷款金额、贷款利率、收入、利润等指标挂钩”。

由此可见，监管已经从原来单纯要求“合作机构不得向C端借款人直接收费”逐渐演化成“合作平台向金融机构收取费用需具有合理性，不得与收益简单挂钩”，以响应保护消费者权益、降低融资成

本、助力实体经济发展的政策导向。

### 三、看未来：持牌经营、消保重点、差异风控

回顾过去这一年，“消费金融政策红利吃尽”已经是全行业的普遍共识，依赖高费率覆盖坏账的“弱风控放量模式”已经很难再有生存空间。规范持牌经营、深耕场景和风控能力、注重消费者保护、严控息费成本成为了参与行业竞争的重要前提。

以此为出发点，我们认为 2022 年度内消费金融行业的监管导向将主要呈现如下趋势：

#### （一）持牌经营是获取金融收益的大前提

近几年来，“持牌参与金融业务”已是金融行业监管的头号法则，而对于“持牌经营”的理解，监管机关的态度在过往几年中经历了三个层次的变化和收紧。

第一层次，最浅层的持牌，即“放贷需持牌”——实际发放贷款资金的主体，需要持有具备放贷功能的牌照。

此后，2015 年“现金贷”业务泛滥，监管机关对于“持牌经营”的理解升级为“收费需持牌”，除非具备“保险”、“融资担保”等特殊资质，互联网平台在信贷业务中不得向用户收费。

2021 年，消费金融合规工作不断深入，监管机关进一步形成了“获利需持牌”的监管理念，即仅提供科技服务的互联网平台不得向金融机构收取与融资金额、利息收入直接挂钩的费用，否则仍然存在“以科技服务之名获取金融利益之实”的嫌疑。

在三重收紧之下，2022 年起，“持牌”的意义将比往年更为重要。如果在商业上存在获取金融收益的意图，金融牌照将成为业务模式和分成方式设计的关键。

#### （二）个人信息保护与金融消费者保护能力决定业务下限

在 2021 年个人信息保护领域监管规定频发、金融消费者权益保护领域监管频频发话或通报的背景下，个人信息保护与金融消费者权益保护仍将是消费金融领域监管工作的重点。

从业机构应有针对性地对自身业务及产品进行合规自查，重点关注业务全流程的个人信息保护落地，以及贷前、贷中、贷后的消费者权益保护事项（包括但不限于格式条款、信息披露、充分授权、合规催收等）。

在消费金融行业已经全面步入“精细化合规”的 2022 年，是否具备成熟的“个保”能力和“消保”能力将为从业机构的业务能力设定下限，只有在这两项工作能够得到切实开展的前提下，从业机构才真正具备立足市场和长期展业的空间。

#### （三）差异化的风控能力决定业务上限

在消费金融的 2022 年，下沉人群、提高费率覆盖坏账的打法已很难有稳定的获利空间。强监管下，是否真正具备差异化的风控能力将是从业机构占得先机的关键所在。

差异化的风控能力从何而来，我们认为答案并不唯一，真正的硬科技风控算法及建模能力可以作为一项，优质的天然流量与客户沉淀可以作为一项，真实的消费场景也可以作为一项。

对从业机构而言，风控能力上的精专与差异在哪里，未来的业务上限也就大致在哪里。

## 特别声明

汉坤律师事务所编写《汉坤法律评述》的目的仅为帮助客户及时了解中国或其他相关司法管辖区法律及实务的最新动态和发展，仅供参考，不应被视为任何意义上的法律意见或法律依据。

如您对本期《汉坤法律评述》内容有任何问题或建议，请与汉坤律师事务所以下人员联系：

### 权威

电话： +86 21 6080 0946

Email: [wei.quan@hankunlaw.com](mailto:wei.quan@hankunlaw.com)