

助贷、汽车消费贷再遭监管严控

九部门发布融资担保补充规定

银保监会官网10月23日消息显示,近日银保监会会同国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、住房和城乡建设部、农业农村部、商务部、人民银行、市场监管总局等融资性担保业务监管部际联席会议成员单位联合印发了《关于印发融资担保公司监督管理补充规定的通知》(银保监发〔2019〕37号,以下简称《通知》)。

《通知》要求融资担保公司监督管理部门进一步规范融资担保经营行为,将未取得融资担保业务经营许可证但实际上经营融资担保业务的住房置业担保公司、信用增进公司等机构纳入监管,妥善结清不持牌机构的存量业务。

其中,《通知》明确规定,为各类放贷机构提供客户推介、信用评估等服务的机构,未经批准不得提供或变相提供融资担保服务。对于无融资担保业务经营许可证但实际上经营融资担保业务的,监督管理部门应当按照《条例》规定予以取缔,妥善结清存量业务。拟继续从事融资担保业务的,应当按照《条例》规定设立融资担保公司。

此外,未经监督管理部门批准,汽车经销商、汽车销售服务商等机构不得经营汽车消费贷款担保业务,已开展的存量业务应当妥善结清。有需要开展相关业务的,应当按照《融资担保公司监督管理条例》规定,设立融资担保公司经营相关业务。

通知强调,对存在违法违规经营、严重侵害消费者(被担保人)合法权益的融资担保公司,监督管理部门应当加大打击力度,并适时向银行业金融机构通报相关情况,共同保护消费者合法权益。

助贷监管进一步升级

助贷业务,即资金提供方通过助贷平台方的撮合,通过互联网向资金需求方发放贷款。本刊注意到,受流量成本上升、大数据行业整顿等因素影响,近来助贷的获客成本扶摇直上,助贷业务的规模收缩明显。与此同时,相关政策频繁发布,监管收紧的迹象越发明显,不少声音认为,助贷将是监管下一个整治的目标。

2017年底发布的《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》(“141号文”)指出,助贷业务应当回归本源,银行业金融机构不得接受无担保资质的第三方



机构提供增值服务以及兜底承诺等变相增信服务,并要求并保证第三方合作机构不得向借款人收取息费。

受此文件影响,助贷业务成为互联网网贷的主流。一些不具备持牌资质但实质从事融资担保业务的助贷机构,通过“保证金账户”方式变相增信。还有一些助贷平台与融资担保公司合作,向金融机构提供连带责任保证。发生违约情形时,融资担保公司履行担保责任,向金融机构进行代偿。最后由融资担保公司进行贷后催收。有些情况下,助贷机构会为融资担保公司提供反担保,则由助贷平台进行贷后催收。

而在10月23日发布的《通知》中,监管对这一类型的助贷业务进行了更严格的监管限制。

首先,《通知》将资金来源从“银行业金融机构”扩大至“各类放贷机构”,小额贷款公司等机构也被排除在外。其次,《通知》要求助贷机构必须拥有担保资质。无资质的助贷机构开展直接或变相融资担保业务不仅可能被罚款,甚至可能被“予以取缔”。

本刊注意到,除上述文件之外,近期,北京、浙江等多地密集出台政策对助贷机构进行规范。例如,日前,北京银保监局印发《关于规范银行与金融科技企业合作类业务及互联网保险业务的通知》,将辖内银行合作机构金融科技列为规范对象,重申了银行不得将授信审查、风控等核心环节外包,并严格准入管理,严查信贷资金流向。

今年1月初,浙江银保监局向各银保监分局、杭州银行、各城市商业银行杭

州分行下发了《关于加强互联网网贷和联合贷款风险控制监管提示的函》(下称《监管提示函》),明确要求辖区内城商行与民营银行不得外包核心风控环节,同时原则上只能经营省内客户。

《监管提示函》下发后,很多城商行要求我们不得再新增异地放贷业务申请,只能接受省内用户。”杭州一中助贷平台区总表示,已经有一些合作银行明确业务存量放贷业务到期后将终止业务。据其猜测,银行可能是在监管的提示下,开始逐渐压缩助贷业务的规模。

监管在金融方面的规范步步趋紧,再次说明监管之前强调多次的“持牌经营”这一硬性要求越发明确。

汽车消费贷乱象受整治

除助贷业务之外,其中第一部分第三条与汽车金融行业息息相关,明确指出需要获得融资担保许可才可以开展汽车消费贷款业务以及相关业务。

汽车金融行业乱象由来已久,此前奔驰女车主维权事件中的汽车金融服务费的收取规范就曾引发社会广泛讨论。还有多位消费者向本刊反映,自己在汽车供应商那里明明办的是“汽车分期贷款”,却摇身一变成了“融资租赁”,加入各种服务费之后,利率比原来高出不少。

据界面新闻报道,全国乘用车联席会秘书长崔东树表示:“此次保监会发布的《通知》是规范化监管行为。尤其是汽车金融,过去两年发展态势过度火爆,许多汽车网络销售公司推出的分期

放款方式,就类似于消费贷款,甚至是融资租赁模式,实际上会导致很多问题,《通知》的发布对某些不规范的、以销售为名义的贷款或融资租赁产品起到规范作用。”

前早用好车负责人黄成伟在汽车金融行业具有十多年的从业经历,他进一步分析指出,这些公司做的是名义担保的业务,表面上为银行的业务提供担保,但是因为没实缴资本,很多都是“皮包公司”,一旦真正的出现大规模风险,根本没有实力履行担保责任,只是倒闭了事。此次银保监会发布《通知》,这类公司要么转型非金融业务,要么注册或收购融资担保公司,按照监管要求开展业务。

而按照2017年监管部门发布的相关政策,融资担保公司必须实缴资本(不能低于政策规定的最低注册资金),融资担保业务总额不能超过实缴资本的十倍,即十倍杠杠。这样这类公司不再只是提供名义担保,而能够有一定资金实力承担担保责任,降低金融机构的系统性风险。

另外,尽管少部分汽车经销商、汽车销售服务商可能会引入外部担保公司进行业务合作,在放贷过程中担保公司通过收取担保费或息差来获得利润。银行放款后,担保公司的利润即可入账,不论借款人后期是否按时还款,担保公司的利润已提前实现。所以即便客户出现逾期,承担风险的还是汽车经销商、汽车销售服务商等公司。这次银保监会明确要求开展汽车消费贷款担保业务必须自己设立融资担保公司,就填补了上述存在的风险漏洞。

麻袋研究院认为,《通知》的出台,一方面对于融资担保行业的整肃构成利好,而另一方面,则会进一步加速头部助贷机构对融担牌照的布局。

值得注意的是,融资担保牌照的申请难度并不小,具有一定的资质要求。资深互联网金融观察者毕研广认为,文件出台后,市场对于融资担保牌照的需求或将有所上升,将直接带动融担牌照的价格向上浮动,融资担保牌照的审批也有可能收紧。

据悉,目前,各地融资担保机构基本已经停办,一般只有国企或上市公司资质才能拿到。例如,广州最高峰时有近百家融资担保机构,目前只剩下30余家融资担保机构。

消费贷款需求攀升 多家消费金融ABS集中发行

进入10月份以来,各金融机构发行ABS的热情开始高涨。公开信息显示,360金融、苏宁、滴滴、蚂蚁金服、京东等均传出旗下金融公司即将发行ABS或已递交ABS募资申请的消息。

据了解,受现金贷遭遇强监管影响,近两年消费金融ABS产品发行量下滑明显。数据显示,2019年1~9月,消费金融ABS共发行51单产品,发行规模为1450.52亿元,较2018年同期发行数量减少16单,规模同比下降23.78%。有报告指出,预计四季度消费金融ABS发行量或将有所增长,这主要是四季度“双十一”等电商企业大促活动较多,消费贷款需求攀升的带动作用。

多家公司密集发行ABS

10月16日,360金融首笔深交所消费金融ABS产品“天琪-360金融1期资产支持专项计划”今日于深交所正式挂牌,发行规模5亿元。

据悉,此次360金融发行的ABS,是2019年第一季度获得的深交所50亿储架发行额度的一部分,本期发行规模为5亿元,基础资产为向通过360借条申请并风控审核通过的借款人所发放的个人消费贷款。

而持牌消费金融公司马上消费金融的首期资产证券化项目也即将发行。消息显示,“安逸花2019年第一期个人消费贷款资产支持证券”已经完成了发行前的相关准备工作,多家机构踴

跃认购,将在10月份择机发行。据悉,这期ABS发行规模为20.9亿元。

此外,有消息称,苏宁消费金融已将首期ABS产品提交监管审批,预计发行时间在11月左右。不过,目前尚不清楚苏宁消金此次发行ABS的规模。

除持牌消费金融机构之外,一些小贷公司和电商平台也纷纷开始行动,为即将到来电商大战做好资金准备。

有消息称,苏宁金服全资子公司苏宁小贷将发行一支名为“苏宁2019-X”的ABS产品,发行规模为80亿元。滴滴也以旗下重庆西岸小额贷款有限公司作为发行人向上交所提交了一单名为“滴滴1-10期滴水贷资产支持专项计划”的ABS募资申请,计划募资30亿元。

淘宝、京东两大电商巨头自然也不会缺席。据FinX科技统计,近日,两大主角蚂蚁和京东密集向交易所提交多单ABS募资申请,募资总额达750亿规模。其中,蚂蚁花呗提交4单ABS产品,借呗提交1单,合计募资规模560亿;京东白条提交3单,合计募资规模190亿。

据市场分析报告数据统计,2019年1~9月,消费金融ABS共发行51单产品,发行规模为1450.52亿元,较2018年同期发行数量减少16单,规模同比下降23.78%。

报告指出,受现金贷产品遭遇强监管影响,近两年我国消费金融ABS产品发行量下滑明显。而进入今年四季

度多家公司密集发行ABS,主要是受“双十一”等电商企业大促影响。目前,我国居民消费观念超前,以大学生为例的新生消费力量习惯通过网上借贷平台、银行信用卡投资等超前消费。同时,个人信贷的不断发展和消费场景的不断延伸为消费金融ABS提供了充足和丰富的基础资产。四季度受双十一电商大促等因素提振,预计居民对消费贷款需求将继续增长,相关主体对消费金融ABS产品的融资需求进一步增长。

融资成本有所抬升

一直以来,发行消费金融ABS都是消费金融公司解决资金问题的重要渠道。据《2018年中国消费金融市场发展报告》显示,消费金融同业拆借资金成本约为3%至5%,银行间ABS资金成本约为4%至6%,交易所ABS成本5%至8%,银行助贷成本约为7%至9%。

而有业内人士指出,今年以来,消费金融ABS市场情况变得复杂,无场景类资产继续受到严格限制,消费金融公司的ABS的融资成本有所抬升。这与消费金融不良率升高有关。

银行是国内最早提供消费金融的机构,“互联网化”则提升了消费金融的发展节奏,目前商业银行形成了信用卡加消费贷“两条腿”走路的消费金融模式。2019年中报显示,多家银行消费金融产品数据并不乐观。数据显示,截至2019年6月,建行个人消费贷为1.45%,较去年末上升0.35个百分点;农行消费

贷不良率上升0.22个百分点。中国人民银行发布的2019年第二季度支付业务统计数据显示,信用卡逾期半年未偿信贷总额838.84亿元,占信用卡应偿信贷余额的1.17%,占比较上季度末上升0.02个百分点。

“2018年以来,现金贷、互联网消费贷、P2P等市场放贷主体日益增多,债务风险不断聚集,市场共债客群资产质量波动明显,此类风险有向信用卡行业传导的趋势”。中信银行中报这样写到。同时,部分借款人收入稳定性的变化,导致其还款能力和还款意愿有所降低,这直接导致了消费贷不良率的上升。

但从消费金融ABS发行热度来看,共债风险并未影响市场主体的参与热情。实际上,从财报来看,一些消费金融公司凭借消费贷取得了不俗的业绩。业内人士称,消费类贷款在信贷资产中的收益普遍较高,即使资金成本有所上升,也能获得较好的利润增长。

国家金融与发展实验室发布的《2019年中国消费金融发展报告》指出,消费金融市场还存在一定的空白,结构性失衡的问题是当下我国消费金融发展的一个“痛点”。具体来看,对比发达国家80%以上成年人可从银行获得消费金融服务,我国仅有40%的成年人可以获得传统金融机构服务,“长尾客户”市场仍有空间,尤其是在消费升级背景下,市场机构仍有较大的空间探索红利。