



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

# 消费金融成“双11”大赢家

## 助贷平台面临资金荒

2684亿。今年“双11”，天猫全球狂欢节销售量再一次创下了新纪录。京东的表现也不赖，取得了和天猫几乎齐肩的成绩——2044亿。

在这庞大的数据背后，除了银行卡支付、信用卡支付，还包含了大量花呗、借呗、微粒贷和京东白条支付的用户。2019年天猫、京东两大电商平台在“双11”大促期间均突破2000亿元，其中消费分期的功劳不小。

可以看到，“双11”开始前几周，花呗、白条们就已经开始为用户提升“双11”专属的临时额度，苏宁金融、百度有钱花、360借条等也都针对“双11”推出了各种优惠活动。技术进步带来了商业变革，也推动着消费金融的浪潮汹涌前进。只是，随着监管趋严，在消费金融巨头们赚的盆满钵满的同时，身份尴尬的助贷公司却面临着“无米下锅”的窘境。

### 助力“双11”创新高

开场仅仅01:03:59，2019天猫“双11”全球狂欢节成交额超1000亿元。2018年达到同一成交额用时1小时47分26秒。当天16:31:12，成交额超2135亿元，超越2018年天猫双11全天成交额纪录。

截至11月11日22:59:59，“11.11”

京东全球好物节”累计下单金额超2044亿元，较2018年11.11实现大幅超越。这也是继今年年中“6·18”十六周年庆”累计下单金额创下2015亿元之后创下新的纪录。

亮眼的数字似乎也足以让那些经济疲软无人消费的说法瞬间打脸。细看新消费背后的强大动能，可以看到新金融，再具体点说，是消费金融的魅影。

据了解，“双11”开始前几周，花呗、白条们就已经开始为用户提升“双11”专属的临时额度。京东数科公布的数据显示，11月11日第1个小时，京东支付峰值同比达到327%，白条交易额实现10秒破亿。

此外，今年天猫“双11”，从贷款备货到分期卖货，金融工具渗透到了商家经营的方方面面。据了解，8月至11月初，网商银行向300万商家提供了3000亿的资金支持，同比增长50%，15万名商家借款超过100次。天猫“双11”期间，超过800万商品开通了花呗分期免息，最长免息期达到24期。家居、游戏等消费场景还有花呗“双11”专享额度。

“我们一直强调内需、科技、全球化，从科技层面今年做足了工夫。”11月11日，蚂蚁金服董事长兼CEO井贤栋表示，除了网商银行帮助大家提前备货，今年不一样的地方在于，“本店

支持花呗”成了流行语。数据显示，使用了网商贷的商家比没有使用的商家销售增速至少快了50%。天猫“双11”期间，开通花呗分期的商品，平均销售额同比增长超过90%。

据京东数科方面介绍，今年9月初，京东供应链金融开始全面助力京东零售生态商户备战“双11”，为商户提供融资便利。截至目前，京东数科供应链金融累计服务30万家中小微企业和70万个个体商户，历史累计放款量达6000亿。

除了这两家披露具体数据的电商龙头外，苏宁金融、百度有钱花、360借条等也都针对“双11”推出了各种优惠活动，如“任性付”打出了“免息”特权，无抵押、免担保、0首付，提供爆款产品6期、24期免息。苏宁金融数据显示，11月0时至24时，苏宁任性付24期分期投放量同比增长498%。

这场数字经济消费狂欢节中，消费金融对整个消费狂欢的作用可见一斑。“双11”，这个原本是“光棍节”的日子，已经和“黑色星期五”一样，成了消费狂欢节。

### 助贷平台面临资金荒

金融机构+电商平台联合打造的新金融战况火热，蚂蚁、京东、苏宁等

赚的盆满钵满，这时消费金融中的另一类玩家——助贷公司却面临着“无米下锅”的窘境。

准确来说，这些公司没有放贷资质，而是将自身的流量、“科技”与传统金融机构的资金相结合，帮助其实现放贷。除了电商平台之外，互联网公司放贷已成常态。对于“双11”这个一年一度的超级流量，助贷公司当然必须得蹭一蹭。

实际上，在现金贷、教育培训贷、美容贷等场景相继遭遇监管打击的现状下，“双11”期间暴涨的优质消费金融资产，已成兵家必争之地。

“在‘双11’前，我们原先与多家中小银行谈妥，由后者临时增加助贷资金扩大消费信贷投放量，以便我们更大范畴获客与提升业务量，但没想到近日多个地方金融监管部门出台文件要求当地银行严控资金流向助贷机构，这些银行只好临时撤资。”一家助贷机构负责人表示。

就在几天前的11月9日，人民银行上海分行下发了《关于做好配合打击惩治“套路贷”加大消费金融业务创新的通知》，明确指出严防信贷资金流向“助贷平台”。《通知》鼓励商业银行加快产品创新，改进服务和管理模式。规范开展消费信贷业务，严控资金流向各类“助贷平台”，对已爆出问题的信贷业务严格落实整改要求。



银保监会首席风险官、新闻发言人肖远企近日在媒体沟通会上就“助贷”业务表示，监管部门一直密切关注银行与第三方机构、金融科技平台的资金、技术等合作；一方面持开放态度，允许银行业务经营有创新；另一方面，银保监会也密切关注“助贷”业务的潜在风险，比如科技安全风险、KYC风险、信誉风险等。肖远企强调，不管是什么业务，银行必须将核心业务掌握在自己手中，比如合规、风控等。

据上述助贷机构人士表示，所幸在“双11”之前，公司找到了两家信托公司签订了临时合作协议，获得了3—5亿元资金用于“双11”当天的消费信贷投放。

据了解，为了争夺“双11”消费信贷贷大市场蛋糕，不少助贷机构都出

现了上述问题。“这导致一些龙头消费金融公司在‘双11’期间赚的盆满钵满，而我们可能饿死。”一家体量较小的助贷机构负责人直言。而错过“双11”之后，原有的合作金融机构很有可能以监管趋严为由继续压缩助贷业务规模。

业内律师指出，从《通知》对于助贷业务整体影响来看，银行出于风险把控及法律合规的要求，将对与助贷平台合作的存量信贷业务进行全面排查、清理和整顿，进一步收紧与助贷平台的合作，尤其对于中小规模的助贷平台来说，后续与银行等金融机构的合作空间将进一步被压缩。监管后续是否会进一步就“助贷平台”和“助贷业务”的范围与认定给予明确指引，值得密切关注。

(金融)

# 金融科技塑造银行零售转型新面貌

近年来，在供给侧结构性改革持续深化、金融去杠杆有效推进、实体经济特别是小微企业受各种市场变化影响较大的背景下，零售领域转型成为银行转型的方向之一。

零售银行业务，一般指个人客户和小微企业客户的资产负债业务及相关金融服务。在业界看来，银行向零售转型，是回归本源的表现。“资产负债表扩张受限，银行主动向零售领域转型，既有助于稳定自身利润增长，也有利于更好地服务大众、服务实体经济。”

与此同时，金融科技正在重塑着传统银行的业务形态，人工智能、5G、区块链等新技术的出现，直接触发了银行从内而外的变革。二者的碰撞，让银行零售转型呈现出新面貌。

### 转型零售

#### 银行回归本源

从2019年3季度上市银行年报来看，部分银行3季度报告期间零售营业收入增长明显。深耕零售领域成为其寻找新增长点的重要抓手。

监管整治金融乱象、资管新规落地等政策的变化，让银行竞争的主战场重新回到了零售领域，逐渐回归本源。包括大众、小微企业在内的金融服务对象，也让这一转型方向更加符合金融服务实体经济的政策导向。

在业界看来，除上述外部驱动力量之外，银行转型零售也包含了强劲的内部驱动机制。银保监会国际咨询委员会委员、中国工商银行原行长杨凯生表示，银行业其实一直是对技术创新和社

会进步非常敏感的一个行业，历史上每次重大科技变革总会深刻地反映在金融业、银行业的发展轨迹之中。根据IDC数据，2018年银行业IT投资规模达到1121亿元，同比增长10.55%。近年来金融科技的应用也为银行向零售业务转型打下技术基础。

据行业人士介绍，零售银行业务的一般模式为低风险、低收益，目前市场下行，小微企业风险显著提高，实际上这和银行低风险的偏好是冲突的。因此，对于银行来说，稳健的转型仍然是在数字化和金融科技的应用下，以零售金融为切入点，优化业务流程，提升业务效率，扩大零售端的产能。

### 科技赋能

#### 银行零售的三大转变

“金融业正在经历变革，完善和促进中国金融发展，重在变字。”上海交大上海高级金融学院执行理事屠光绍如此表示。

以人工智能、大数据、云计算、物联网等为代表的新兴技术与金融业务深度融合，正在重塑银行的业务形态和服务模式。金融科技也给零售银行领域带来新的增长空间。总的来看，银行零售业务的发展正呈现以下三大转变。

一是银行通过数字化应用开展零售业务。在这方面做的比较好的有工商银行、招商银行、平安银行等。在工行的网点，服务基本实现自助化，给用户的体验颇佳。作为较早布局零售业务转型的银行，在零售转型的过程中，推出了口袋银行、口袋财务和行e通三

大APP，也受到了比较好的市场反馈。

据了解，目前招行96%的金融业务都可以在APP上完成。“小招理财顾问”“在线财务规划”等工具用文字、图像、语音多种模式交互，向客户输出财富管理方案。就是在被一些银行看作是摆设的手机银行APP上，招行实现了全行70%以上的理财投资销售。

二是银行通过打造开放银行连接场景开展零售业务。随着生活方式的转变，大众对金融服务浸入式体验需求日益强烈，随时随地满足客户的需求，已成为银行零售转型的目标。对此，工商银行、建设银行等打造出的新一代的核心系统，能够通过开放银行触及更多场景，更好地连接用户。

具体来说，通过技术的升级，银行通过搭建开放银行系统和业务架构，将服务体系通过API、SDK的方式输出给场景方，合作方将银行结构部署到自己的渠道。比如，工行发布智慧银行生态系统ECOS，将金融服务无缝嵌入到ETC通行、教育缴费、企业财务管理等生产生活场景。

三是银行与金融科技平台合作开展零售业务。对于更多科技基础和人才支持较弱的城商行和中小银行来说，借助金融科技公司在大数据、人工智能等技术能力的快速发展，与其深度合作推进零售业务转型是常见的作法。

一位银行研究员表示，新增资产投放的精细化管理，寻求差异化定价，将是银行业在转型零售中降低息差下滑的关键。这说明了零售业务开展中提高产品营销效率的重要性。众所周知，银行的金融产品营销一直被高成本、低转化率所困。近日举办的2019年第十届财新峰会“金融服务业的下一‘风口

”专题讨论环节中，金融科技公司在任买科技创始人张帆在发言中指出，金融科技运用数据运营能力、贴近金融机构的智能算法优化，为中小金融机构提供一站式的金融产品营销解决方案。据了解，任买科技旗下的百川推客，是一个一站式智能营销推广平台，基于任买科技的O2O营销、智能信息聚合及精细化场景运营能力，百川推客能为银行提供多元化、定制化的创新金融科技赋能解决方案，还为银行新品测试和爆品打造提供了一个创新的渠道和途径。

百川推客首创的B2A2C模式，融合了金融机构、商业机构、代理人和个人消费者，通过线上线下多重资源整合，有效打通了全国服务营销体系，将金融机构的产品与个人消费者和中小微企业相连接，实现为金融机构提供更精准、优质的客源推荐服务。上线仅3个月，百川推客的交易额破亿。目前百川推客已与20多家金融机构合作，线上获客、线下城市合伙人服务的模式也吸引着更多代理人加入，已突破百万人。据张帆介绍，金融机构选择任买科技，正是看中了任买的金融科技实力和资产服务能力。近日，光大院信託还联合任买科技成功发行了首个医美分期集合信托计划。

可以看到，金融科技正不断激发着银行在零售业务呈现出新的面貌，实现了服务从“千篇一律”到“私人定制”的优化升级，从而推动零售金融的转型发展。“人类社会科学技术进步是不会停滞的，银行业的转型和发展也不会止步。”正如杨凯生所说，科技发展赋能于金融，正让金融越来越贴近社会生活，让大众切实受益。(朱文)

近日，中国银联下发《关于开展收单机构信用卡违规代还专项规范工作的通知》，要求各收单机构立即关停信用卡违规代还业务。

通知称，信用卡违规代还的特点包括但不限于特定应用程序、移动支付APP利用信用卡账单日和还款日时间差，通过违规存储持卡人支付关键信息、系统自动化发起虚构交易、以较小的金额进行特定或不定期循环还款，此种违规业务极易引发持卡人支付信息泄露、资金损失等风险，甚至引起恶性案件。收单机构应立即展开内部自查清理并上报。

通知要求，从11月18日到29日，收单机构一要全面自查整改。收单机构应从外包服务机构合作、商户管理、交易监控等各环节排查是否存在信用卡违规代还业务，对于发现信用卡违规代还业务的，应立即关停。二要报送违规信息。自查发现自身存在信用卡违规代还业务的，收单机构应填写自查报送表报送秘书处，报送信息包括外包服务机构的名称、地址、法人、营业执照和软件APP的名称、交易规模等。对于存在应报未报违规代还业务的收单机构，一经秘书处发现将采取严厉处置措施。三要建立长效机制。收单机构应加强业务合规学习，建立长效机制。在外包服务机构管理、商户真实性管理等方面从开展业务，避免出现类似违规问题。

通知强调，中国银联已建立信用卡违规代还的侦测模型，并通过大数据搜索、举报投诉等多种渠道开展监测。自2019年12月2日起，收单机构仍存在信用卡违规代还业务的，一经发现，将根据银联业务规则对其从重处置。

# 银联发文整治信用卡违规代还业务

套现乱象将受严厉打击

(经科)