

中国消费金融行业研究报告

©2022.4 iResearch Inc.

概念与研究范围界定

狭义消费金融

概念：

- 消费金融（或消费贷）是指以消费为目的的贷款服务，用来满足用户日常消费的借贷需求。
- 根据消费金融业务是否依托于场景、放贷资金是否会直接划入消费场景中，又可以将消费金融分为消费贷和现金贷。

研究范围：

- 广义消费金融包括所有以消费为目的的贷款服务，包括住房按揭贷款、汽车消费金融、一般耐用品消费和日常消费小额信贷。
- 狭义消费金融要在广义消费金融基础上去除住房按揭贷款。
- **本报告所研究对象为狭义消费金融。**



报告撰写

徐佳鑫

艾瑞咨询 普惠金融研究团队 负责人

[关于我们](#)

[报告咨询](#)

报告逻辑框架



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



行业发展概览



行业发展方式



行业趋势展望

➤ 未来发展前景

- 国民经济增长与逐步提升的居民消费水平为消费金融行业蓬勃发展提供沃土，中国狭义消费信贷渗透率已逼近美国水平。
- 双循环背景下，消费金融重要性不减，但在国家有意控制住户部门杠杆率背景下，预计未来消费金融贷款规模增速将保持与GDP、社会消费品零售总额等宏观指标增速的相对一致性。

➤ 当前发展现状

- 2021年中国互联网消费金融行业放款规模达到20.2万亿元，余额规模达到5.8万亿元。
- 传统金融机构已经初步完成了以大行为首、头部中小行紧随其后的个人消费贷款自生式互联网化，原有的持牌机构仅作为互联网金融平台资金方角色的现实已被打破，持牌金融机构的行业贡献比例已经提升到了2021年的32.9%。

➤ 发展格局

- **监管意愿：**认可互联网金融平台对中国消费金融线上化进程贡献的价值，意在形成银行为主、非银类金为辅的供给格局。
- **发展现状：**互金平台已超越银行自营消费贷，成为份额贡献率仅次于信用卡的一大主体；随互金平台的逐步持牌化与业务转型，预计未来消费金融公司将是仅次于银行的第二大消费金融供给主体。行业集中度方面，互金平台细分市场集中度继续上升，持牌机构细分市场呈相反变化趋势，行业整体集中度下降。

➤ 商业模式

- **发展现状：**自营模式对运营主体能力要求较高，助贷模式主要是在获客、风控环节具备优势者参与，以弥补资本金与杠杆率短板。2020年，助贷对互联网消费金融行业放款规模与余额规模的贡献分别达到了86.2%与74.6%，2021年有所下降。
- **监管意愿：**认可助贷的价值，一系列政策强化银行业金融机构在助贷模式中的责任与权利，意在推动平台助贷仅保留展业属性。

➤ 助贷盈利

- **监管意愿：**意在通过利率上限调整压缩信贷业务利润空间，引导消费贷用户回归持牌机构。
- **发展现状：**助贷收入来源本质为减去所承担坏账损失后的助贷技术服务费，不同风险承担方式下助贷方实际分润比例类似。利率上限下调后，将成主流的分润模式在原有成本结构与分润比例下盈利困难，有生态获客与科技优势的平台可成为幸存者。

- **趋势1：**个人征信公司加入后，互金助贷平台重要性被削弱、分润费率降低，风控服务环节可能被征信公司替代。
- **趋势2：**互联网消费金融助贷平台破局五大方向：技术向转型、持牌化发展、获客向助贷、联名信用卡、小微贷助贷
- **趋势3：**消费金融的终极状态是全场景消费贷，信用卡与互联网信用支付产品的融合将加速这一进程。

基调：中国消费金融行业发展概览

1

研析：中国消费金融行业发展方式

2

预判：中国消费金融行业发展趋势

3

01

未来发展前景：控杠杆、稳增长

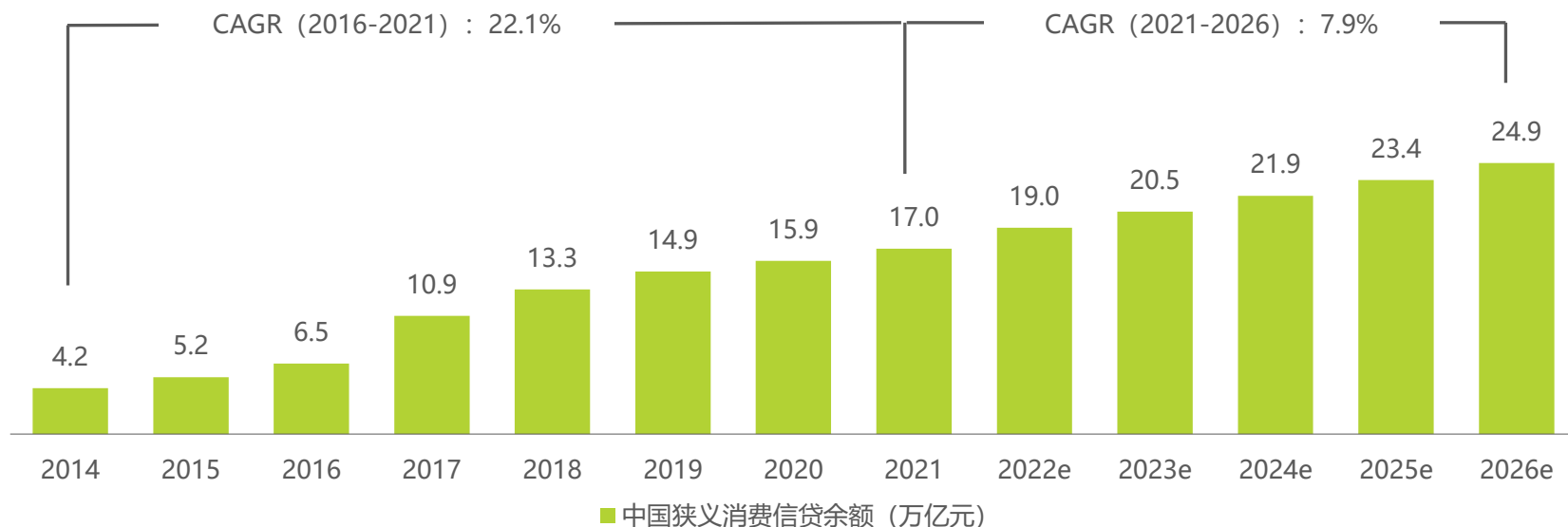
当前消费金融的发展阶段 (1/3)

实质性乐观的社会现状为中国消费金融行业发展提供沃土

近年来，中国国民经济持续高速增长，为居民生活水平的提升奠定了基础，也使得居民对未来生活水平抱有乐观期待，逐步提升的居民消费水平为消费金融行业的蓬勃发展提供了沃土。从狭义消费信贷余额规模上看，这一指标已经从2014年的4.2万亿上升到2021年末的17万亿，年复合增长率达22.1%。

未来，在消费作为推动GDP增长“三驾马车”中的主力驱动这一基本趋势保持不变的前提下，国内消费环境逐渐丰富，消费场景多元化和消费产品升级化也将继续刺激居民消费，中国狭义消费信贷余额将继续保持增长态势。预计未来几年，中国狭义消费信贷余额规模将以7.9%的年复合增长率增速持续增长，到2026年将接近25万亿。

2014-2026年中国狭义消费信贷余额



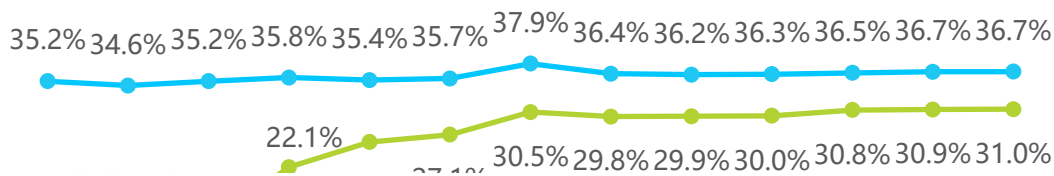
注释：狭义消费信贷余额是指居民不包含房贷的消费信贷余额，包括由银行、消费金融公司、汽车消费金融公司、小贷公司及各类互联网消费金融机构提供的消费信贷余额。
来源：中国人民银行、国家统计局、CNABS、wind、专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究测算。

当前消费金融的发展阶段 (2/3)

实际渗透与居民意识间存在断层，中国消金渗透率已接近美国

与欧美等发达国家相比，我国金融基础要薄弱许多，但正是我国金融市场尚未成熟这一特点给予了我国金融科技快速发展的土壤，近几年互联网金融和金融科技在中国的爆发式成长加速了中国消费金融市场的发展，并逐渐缩短了我国与发达国家之间的差距。传统意义上认为，中国国内整体的信贷行为比较保守，所以中国金融行业尤其在个人信贷端始终存在不可逾越的发展瓶颈。但实际上，美国从1960年的22.1%增长到2021年的36.4%，61年时间增长了14.3%。但**中国从2014年的11.2%增长到2021年的29.8%，短短7年的时间增长了18.6%，已经逼近美国现有水平**，我国与美国普惠金融进程之间的差距已经越来越小。同时，考虑到中国国情和民间借贷的活跃性，中国狭义消费信贷实际渗透率高于当前数据水平，**中国与美国的实际差距更小**。未来几年内，在金融供给侧结构性改革的大背景下，随宏观经济对消费的持续促进、科技水平的进步、征信系统的不断完善和居民信贷意识的进一步觉醒，中国消费金融行业规模与渗透率将进一步上升。但消费金融渗透率的上升是有限的，虽然在一定程度上消费金融可帮助用户打破资金约束、实现资金的跨期分配进而促进消费，但这种促进作用并非持续存在，随消费金融渗透率的逐步上升，一旦杠杆率超出临界点，消费金融反而对消费产生挤出效应，因此**从长期看，在渗透率达到一定程度后，中国狭义消费信贷渗透率将进入类似美国的在一定范围内波动的发展阶段。**

2014-2026年中美狭义消费信贷渗透率



消费贷对消费的刺激作用：

- ✓ 消费贷在一定程度上对消费行为具备正向促进作用
- ✓ 超过杠杆率后消费贷反向挤出消费行为

消费



挤出

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_41135

