



重庆金融研究报告： 改革、转型和发展

CHONGQING JINRONG YANJIU BAOGAO
GAIGE ZHUANXING HE FAZHAN

张洪铭◎编著



西南师范大学出版社
国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

重庆金融研究报告

重庆金融研究报告

重庆金融研究报告

重庆金融研究报告

重庆金融研究报告

编辑部

重庆金融研究报告： 改革、转型和发展

CHONGQING JINRONG YANJIU BAOGAO
GAIGE ZHUANXING HE FAZHAN

张洪铭◎编著

：陈国良
：付强
：陈国良
：付强

：陈国良
：付强
：陈国良
：付强

：陈国良
：付强
：陈国良
：付强



西南师范大学出版社

国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

：陈国良

图书在版编目(CIP)数据

重庆金融研究报告：改革、转型和发展 / 张洪铭编

著. — 重庆：西南师范大学出版社，2017.3

ISBN 978-7-5621-8668-7

I. ①重… II. ①张… III. ①地方金融事业—经济发展—研究报告—重庆 IV. ①F832.771.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第055503号

重庆金融研究报告：改革、转型和发展

CHONGQING JINRONG YANJIU BAOGAO GAIGE ZHUANXING HE FAZHAN

张洪铭◎编著

责任编辑：龚明星 张欢

装帧设计：汤立

排版：重庆大雅数码印刷有限公司·夏洁

出版发行：西南师范大学出版社

网址：<http://www.xscbs.com>

地址：重庆市北碚区

邮编：400715

印刷：重庆荟文印务有限公司

开本：720mm×1030mm 1/16

印张：19.75

字数：365千字

版次：2017年3月 第1版

印次：2017年3月 第1次印刷

书号：ISBN 978-7-5621-8668-7

定价：68.00元

序

《重庆金融研究报告:改革、转型和发展》是近两年来围绕重庆金融改革、转型与发展重点开展课题的研究结集,深入总结了相关领域的理论探索与实践,凸显了针对性与时代性,具有一定的学术价值和现实意义。

全书共收录课题7个,内容涉及互联网金融、消费金融、普惠金融等热点问题,如:消费金融发展模式比较研究,互联网金融本质、现状、趋势研究,商业银行推进“互联网+”普惠金融实施路径研究,农业供应链金融与重庆创新实践研究,财税金融助农政策研究,中小企业融资政策信息资源平台建设研究,农业保险发展现状研究等。本书立足于重庆金融相关领域实务,旨在助推重庆金融理解新常态、顺应新常态、引领新常态,更有效地支持供给侧结构性改革,服务实体经济,服务社会民生,防范系统性、区域性风险。

《重庆金融研究报告:改革、转型和发展》兼具理论性与实践性,一方面有利于推广金融理论、金融知识和金融发展经验,具有一定的学术价值;另一方面也有利于提高金融服务实体经济的能力,助推重庆实施五大功能区域发展战略、建设国内重要功能性金融中心和内陆金融开放高地,具有一定的现实意义。希望《重庆金融研究报告:改革、转型和发展》能够为重庆金融业发展贡献绵薄之力,衷心希望重庆金融发展得更好。

张洪铭

2017年3月

目录

CONTENTS

研究报告一 消费金融发展模式比较研究

一、消费金融概念与研究背景	3
二、我国消费金融的发展历程与总体趋势	17
三、我国消费金融的现行类别与趋势	24
四、重庆消费金融发展现状	32
五、重庆消费金融发展重点	43
六、重庆消费金融创新路径	49
七、引导消费金融良性发展的若干建议	55
附件	63

研究报告二 互联网金融本质、现状、趋势研究

一、互联网金融兴起的时代背景	91
二、互联网金融的业态及特点	100
三、国内外互联网金融发展的启示	105
四、重庆市互联网金融发展现状	113
五、重庆市互联网金融发展战略选择	126
六、重庆市互联网金融发展对策建议	131

CONTENTS

研究报告三 商业银行推进“互联网+”普惠金融实施路径研究

一、导论	139
二、研究综述	143
三、国内外实施普惠金融的经验启示	151
四、新常态下商业银行积极探索“互联网+”普惠金融实施路径	165
五、新常态下商业银行推进“互联网+”普惠金融未来路径发展	186
六、为商业银行推进“互联网+”普惠金融营造良好环境	191

研究报告四 农业供应链金融与重庆创新实践研究

一、农业供应链金融概念体系与理论基础	199
二、农业供应链金融创新的国际经验及借鉴	208
三、重庆农业供应链金融创新实践	215
四、我国农业供应链金融创新原则与总体思路	220
五、我国农业供应链金融创新的制度建议	225

研究报告五 财税金融助农政策研究

一、重庆市农村综合改革推进情况	235
二、重庆市农村综合改革主要成效	238
三、重庆市财政助农改革和机制创新	239
四、重庆市金融助农工作创新和成效	242
五、重庆市财税金融助农思路 and 任务	246
六、重庆市财税金融助农对策建议	248

CONTENTS

研究报告六 中小企业融资政策信息资源平台建设研究

一、中小企业融资的国内外主要理论与实践综述	255
二、重庆市近年在中小企业融资政策及工作上的绩效和局限	265
三、重庆市中小企业融资政策信息分析	275
四、重庆整合与创新中小企业融资政策信息与路径	284
五、促进融资政策信息资源整合与创新的保障举措	289

研究报告七 农业保险发展现状研究

一、重庆市农业保险发展现状	293
二、重庆市农业保险发展存在的主要问题	300
三、推动重庆市农业保险发展的对策建议	302

消费金融发展模式比较研究

消费金融概念与研究背景

（一）消费金融概述

研究报告一

消费金融发展模式比较研究

消费金融是指以消费为目的，为消费者提供信贷服务的金融活动。随着经济的发展和消费观念的转变，消费金融在我国的地位日益重要。本报告旨在比较不同国家的消费金融发展模式，为我国消费金融的发展提供借鉴。

消费金融的发展模式可以从多个维度进行划分。首先，按照提供服务的主体不同，可以分为银行主导型和消费金融公司主导型。其次，按照资金来源不同，可以分为传统信贷和互联网金融。最后，按照服务对象的范围不同，可以分为普惠金融和精英金融。

在比较不同国家的消费金融发展模式时，需要关注以下几个方面：一是消费金融的普及程度，二是消费金融的利率水平，三是消费金融的还款方式，四是消费金融的监管政策。通过对这些方面的比较，可以了解不同国家消费金融发展的特点和规律。

我国消费金融的发展还处于初级阶段，面临着诸多挑战。例如，消费金融的普及程度有待提高，利率水平有待降低，还款方式有待创新，监管政策有待完善。通过借鉴国外消费金融发展的成功经验，我国可以加快消费金融的发展步伐，为实体经济提供有力的金融支持。

消费金融发展模式比较研究*

一、消费金融概念与研究背景

(一)消费金融内涵与外延

1. 消费金融的概念与内涵

(1)消费金融的概念

在我国,消费金融尚未形成独立完整的理论体系,对消费金融还没有统一的定义,概念和边界都比较模糊。在健全的消费金融体系尚未建立的背景下,显然应避免一些过于偏颇的观念,如认为消费金融只是与消费尤其是短期消费直接相关的融资活动,甚至局限于狭义的消费信贷。

不同学者分别从服务和产品等不同角度给出了相应的描述:廖理(2010)认为,消费金融是指由金融机构向消费者提供包括消费贷款在内的金融产品和金融服务。杨鹏艳(2011)认为,消费金融是指为满足个人或家庭对最终商品和服务的消费需求而提供的具有贷款、储蓄、支付结算功能的金融服务,其最终的服务对象是消费市场。消费金融的机构主体可以通过创新产品及专业服务的理念,将客户需求融入消费金融产品中,为客户寻求全方位的财务规划。因此,从消费者的角度,也可以称其为“金融消费”。杨涛(2013)认为,消费金融是指为满足个人或家庭对最终商品和服务的消费需求而提供的具有贷款、储蓄、支付结算、风险管理功能的金融服务,其最终的服务对象是消费市场,不仅包括消费者本身所面临的金融问题,还涉及市场、机构和政府与消费相关的金融技术、产品、服务、法律、监管、政策等。李燕桥(2014)对消费金融的界定倾向于广义的消费金融概念,即消费金融的涵盖范畴不仅包含消费金融产品,也应包含与消费金融发展相关的社会观念、金融环境、市场主体、制度体系等多方面内容。

*主研人员:张洪铭、邓涛、顾晋、沈朋雁、付海、孙迎新、温智宇、黄为等。

中国银监会在《关于设立消费金融公司》的请示文件中指出：“消费金融是向各阶层消费者提供消费贷款的现代金融服务方式，在提高消费者生活水平、支持经济增长等方面发挥着积极的推动作用，在成熟市场和新兴市场均已得到广泛使用。消费金融业务有两大提供商——专业消费金融公司及传统的商业银行。”《消费金融公司试点管理办法》界定了我国消费金融公司的定义：消费金融公司是经银监会批准，在中华人民共和国境内设立的，不吸收公众存款，以小额、分散为原则，为我国境内居民个人提供以消费为目的的贷款的非银行金融机构。

消费金融是指为满足个人或家庭对最终商品和服务的消费需求而提供的具有贷款、储蓄、支付结算功能的金融服务，其最终的服务对象是消费市场。为了实现效用最大化，居民消费时既可能在当前储蓄以便留作将来消费，也可能在当前借贷来预支将来储蓄。消费金融的机构主体可以通过创新产品及专业服务的理念，将客户需求融入消费金融产品，为客户寻求全方位的财务规划。因此，从消费者的角度，也可以称其为“金融消费”。

(2)消费金融的内涵

基本的金融决策者可分为三类：个人与家庭、公司和政府（公司和政府作为资源的所有者和使用者出现），它们的金融决策分别是消费者金融（Customer Finance）、公司金融（Corporate Finance）和公共金融（Public Finance）。基于对消费金融概念的准确把握，结合以上金融决策主体，我们将消费金融的特征归纳为三点：个人与家庭是消费金融的核心参与者，享有消费金融产品和服务；各类金融机构如银行、消费金融公司、小贷公司、保险公司、信用评级机构等作为消费金融的承载实体，提供产品和服务；政府在消费金融过程中，提供有关法律、监管、税收、信用体系等基础性服务。

2. 消费金融公司业态分类及特征

(1)商业银行消费金融服务

商业银行作为金融服务综合提供商，最早具有提供消费金融服务的资质与能力，随着消费金融业务的快速发展，目前商业银行普遍将消费信贷业务从原来的总体信贷业务中独立出来，将零售业务部、个人金融部、住房贷款部、信用卡中心等部门进行了整合，专门从事和管理各类消费贷款。目前商业银行主要通过信用卡和消费贷款（含抵押消费贷款和信用消费贷款）两大产品为消费者提供消费金融服务，是目前涉及消费金融业务领域最广的金融机构。通过人民银行2015年上半年的数据可知，消费贷款占贷款总额的比重在18%~19%之间

波动,且相较于短期贷款,中长期贷款中消费贷款的量更多,所占比重也更高,这与传统消费信贷以住房、汽车等为主的现实情况相符合。统计数据表明,中国消费信贷从2013年的13万亿元增加到2015年的近17万亿元,预计到2017年中国消费信贷规模将达到27.4万亿元,消费金融潜力巨大。

表1-1 商业银行消费金融业务特征

客群覆盖	银行网点丰富,线上线下联动,综合化服务用户黏性高,拥有大量潜在优质客户
风控能力	成熟的征信、风控体系和审批模式,风控经验丰富
资金来源	吸收低成本公众存款、同业拆借和证券化,资金来源稳定充足,能够提供更长期限的消费信贷
产品类型	产品及功能丰富,在贷款金额、期限、还款方式、担保方式上创新突破,能满足客户个性化需求
存在不足	面临的监管严格,审核要求高,审核周期较长,天然排除风险偏高的用户

注:表格由课题组整理。

(2)持牌消费金融公司

持牌消费金融公司是指依据银监会2009年颁布的《消费金融公司试点管理办法》及随后出台的一系列监管文件,由市场法人依法发起,经银监会审批成立的消费金融公司。持牌消费金融公司作为专业的消费金融服务提供商,向借款人发放以消费为目的(不包括购买房屋和汽车)的贷款,与商业银行的目标客户群是错位的竞争关系。截至2015年9月末,全行业资产规模达到510亿元,贷款余额460亿元,服务客户数560余万户,各项业务数据指标快速增长。

表1-2 持牌消费金融公司业务特征

服务模式	模式一:与商户开展消费金融合作,将消费金融的申请、使用环节嵌入到消费环境,贷款资金直接支付给提供商品或服务的商户
	模式二:消费者直接向公司申请贷款,审核完成后贷款资金直接发放至消费者银行账户
客户群体	客户以年轻群体居多,收入处于中低阶层,客户增长迅速,与商业银行的目标客户群是错位竞争关系

续表

自身优势	优势一:小额化,目前银监会规定的上限为20万元,实际则是消费金融贷款笔数多,资金量小
	优势二:大众化,消费金融公司对系统性风险的管控要求与银行有差异,有更高风险容忍度,面向广大普通群众提供金融服务
	优势三:便捷性,消费金融公司的专业性和业务的单一性,使得公司能够专注围绕消费者需要定制业务流程,在客户申请、用款体验上强调方便快捷,效率和便利性占优势
资金来源	消费金融公司的资金主要来自股东的注册增资,其他来源包括同业拆借、银行借款和发行金融债券,目前其他渠道融资成本较高且渠道不通畅
风险控制	消费金融公司目标客户群风险更高,从业经验短,风险控制能力有待检验

注:表格由课题组整理。

从股东背景来看,可以分为银行系和产业系两大类。二者因为股东背景和优势的不同,在消费金融业务开展过程中,业务的侧重点也有所不同。

银行系:银行系涉足消费金融领域主要是为了完善自身消费信贷层次建设,达到扩大市场份额的目的。银行本身虽然拥有巨大的渠道优势和客户优势,但是面临严格的监管,其产品不能覆盖风险较高的中低层次用户,银行可以利用控股消费金融公司,基于自身渠道优势继续开拓新的市场领域,有利于实现范围经济。目前银行系消费金融公司如下表:

表1-3 银行系消费金融公司

消费金融公司	注册地	是否银行系
北银消费金融有限公司	北京	是(北京银行)
中银消费金融有限公司	上海	是(中国银行)
四川锦程消费金融有限责任公司	四川	是(成都银行)
招联消费金融有限公司	广东	是(招商银行)
兴业消费金融股份公司	福建	是(兴业银行)
湖北消费金融股份有限公司	湖北	是(湖北银行)
杭银消费金融股份有限公司	浙江	是(杭州银行)
中邮消费金融有限公司	广东	是(中国邮政储蓄银行)
徽银消费金融有限公司	安徽	是(徽商银行)

注:表格由课题组整理。

产业系:产业系金融公司涉足消费金融领域的原因之一在于需要发掘新的业绩增长点。通过以低息信贷的方式刺激消费者消费意愿,不但可以降低本身及经销商库存压力,提升营业利润,同时能够获取消费者行为数据,分析其需求变化,以需定产、产融结合。产业系消费金融公司如下表:

表1-4 产业系消费金融公司

消费金融公司	注册地	是否银行系
捷信消费金融有限公司	天津	否
海尔消费金融有限公司	山东	否
苏宁消费金融有限公司	江苏	否
马上消费金融股份有限公司	重庆	否

注:表格由课题组整理。

(3)互联网类企业消费金融

互联网消费金融类企业是指以互联网为依托,利用互联网开展消费金融业务的金融企业。互联网类企业消费金融分为两类:第一类,电商消费金融,依托于电子商务平台而设立的一类信用卡产品,该产品可用于购买平台商家产品,如蚂蚁花呗、京东白条、车猫网等;第二类,定位于特殊群体的互联网分期购物平台,定位于大学生、白领等特殊目标群体,向其提供分期购物、取现、O2O商户交易等服务,主要消费场景仍然为电商平台,具体如分期乐、斑马王国、孩分期等。互联网类企业消费金融业务是我国消费金融业务中总体增长速度最快的部分,但是互联网消费金融类企业目前并未像其他消费金融公司一样被纳入到银监会的监管体系,其合法性来源于互联网金融监管条例,存在一定的政策不确定性。

①电商消费金融特征

电商消费金融依托自身消费场景,用户在电商消费平台提出信贷消费申请,电商消费金融公司审核用户申请后,用户就可以直接享受产品和服务。电商消费金融的优势在于消费场景易于搭建,电商依托自身消费渠道,小额便利借贷能够快速实现交易。其特征有:一是借助于线上消费场景,凭借电商平台优势,为线上购物用户提供消费信贷,凭借其积累的海量消费数据,为消费者提供精准的消费信贷服务;二是电商消费金融体验好、竞争力强,电商消费金融公司凭借大数据,利用数据挖掘和精准的风控模型实现几乎零成本的客户授信评估,实时授信,提供类似银行信用卡的免息期;三是电商金融作为互联网金融战略的一个重要组成部分,互联网金融公司往往提供理财、支付、征信等整体的金

融服务,在其他整体业务带动下具有很强的用户黏性。

②互联网分期购物平台特征

互联网分期购物平台主要针对特殊的群体,比如大学生、年轻白领等。分期购物平台并不拥有自己的消费场景,通过与其他消费平台合作,分期购物平台为客户提供消费信贷,消费平台为客户提供产品服务。因为没有搭建消费平台,分期购物公司将更多精力放在了产品的提供上,更具精细化,也避免了消费场景过于单一的不足,抢占消费金融支付端口未来可能会有很大的潜力。但由于平台目标人群缺乏稳定收入,分期购物平台在坏账率、征信数据获取、客户群体延续性等方面均面临挑战。

(4)传统金融类企业消费金融

①汽车金融公司

汽车金融公司是依据我国《汽车金融公司管理办法》,经银监会批准设立的,为中国境内汽车购买者及销售者提供金融服务的非银行金融机构。在我国的现行法律体制下,普通的消费金融公司不能开展房贷和车贷消费金融服务,因此目前我国能够提供汽车消费金融服务的仅有汽车金融公司和银行,汽车金融公司都由上游的汽车厂商发起设立。截至2015年12月,我国已有23家汽车金融公司,市场规模1600亿~2000亿元,预计到2020年汽车市场金融渗透率将达到50%,市场规模将达到1.8万亿元,汽车金融公司贡献的利润平均将占其母

表1-5 汽车金融公司

序号	企业名称	成立时间	股权构成
1	上汽通用汽车金融有限责任公司	2004年	中外合资
2	大众汽车金融(中国)有限公司	2004年	外商独资
3	丰田汽车金融(中国)有限公司	2005年	外商独资
4	福特汽车金融(中国)有限公司	2005年	外商独资
5	戴姆勒-克莱斯勒汽车金融(中国)有限公司	2005年	外商独资
6	东风标致雪铁龙汽车金融有限公司	2006年	中外合资
7	沃尔沃汽车金融(中国)有限公司	2006年	外商独资
8	东风日产汽车金融有限公司	2007年	中外合资

续表

序号	企业名称	成立时间	股权结构
9	菲亚特汽车金融有限公司	2007年	外商独资
10	奇瑞徽银汽车金融有限公司	2009年	奇瑞汽车+徽商银行
11	宝马汽车金融(中国)有限公司	2010年	外商独资
12	三一汽车金融有限公司	2010年	三一集团+湖南省信托+华菱钢铁
13	广汽汇理汽车金融有限公司	2010年	广汽集团+东方汇理
14	一汽汽车金融有限公司	2011年	一汽财务+吉林银行
15	北京现代汽车金融有限公司	2012年	中外合资
16	重庆汽车金融有限公司	2012年	庆铃汽车+渝富资产管理+重庆农村商银行
17	瑞福德汽车金融有限公司	2013年	江淮汽车+桑坦德消费金融
18	天津长城滨银汽车金融有限公司	2013年	长城汽车+天津滨海农村商业银行
19	山东豪沃汽车金融有限公司	2015年	中国重汽
20	吉致汽车金融有限公司	2015年	吉利汽车
21	华晨东亚汽车金融有限公司	2015年	华晨汽车
22	上海东正汽车金融有限公司	2015年	东风汽车
23	比亚迪汽车金融有限公司	2015年	比亚迪汽车

注:表格由课题组整理。

②小贷公司消费信贷

小贷公司是指由自然人、企业法人与其他社会组织投资设立,不吸收公众存款,经营小额贷款业务的有限责任公司或股份有限公司。当其小额贷款业务扩展至个人消费领域时,就实质上进入了消费金融业务领域。小贷公司进入个人消费信贷领域主要采取与商户合作的形式,从具体操作来看,既可以采用直接向消费者发放基于消费场景的消费贷款,也可以提供基于消费的分期业务。

(二)研究背景概述

1. 我国经济正经历转型升级

在全球经济疲软的大背景下,我国经济进入新常态,2015年经济增速放缓至6.9%,宏观经济呈现出稳中趋缓的态势,我国经济正经历转型升级。

(1)经济转型的内涵

从2014年至今,我国正经历增速放缓、结构调整、动力转换的经济转型阵痛期。经济转型是指一种经济运行状态转向另一种经济运行状态,是经济增长方式的转变,是现存经济制度向更合理、更完善经济制度转型的过程,也是从某种经济结构向另一种经济结构过渡的过程。在这个过程中支柱产业逐渐变换,国民经济体制和结构发生一个由量变到质变的过程。

经历多年高速发展,我国经济传统竞争优势逐步丧失,潜在增长率下滑趋势明显,同时面临全球经济疲软的挑战,经济从高速增长转变为中高速增长。随之,过去对经济发展速度的要求转变为了对经济发展质量的要求,提倡结构更优、效率更高,更加注重产业结构调整 and 消费结构改善,重点放在工业化、城镇化、农业现代化与资源环境等的冲突。因此,过去依靠投资、要素投入驱动的经济发展模式必须彻底改变,转换经济增长动力成为经济转型的核心内容,以激活社会微观经济主体创新活力,实现创新驱动。

(2)经济转型的特征

我国经济转型呈现出四个特征:第一,新常态下,在经济转型过程中,一系列结构失衡的问题变得更加现实、迫切和直接,行业产业面临的各种困难将贯穿整个经济增长动力转换的过程,调整过程中的短暂动力缺失也对经济和个体带来冲击,政府更需要在改革、发展、稳定之间谨慎平衡;第二,在宏观经济下滑、通货紧缩初显的背景下,为避免经济失速,各级政府稳增长的选择与经济转型的长期政策往往存在冲突,短期经济稳定和长期改革的矛盾将更加突出;第三,宏观政策调整的局限性越来越大,宏观政策的传导效率降低,政策的余量缩小,更精准的产业政策和微观政策创新将在经济转型中成为常态;第四,改革创新活跃,新旧交替明显,政府为市场配置资源创造条件的一系列改革创新开始试错、修改、再尝试,直至逐步完善。落后和过剩产业被清退,新兴产业不断涌现,创新创业活跃度将更加明显。

(3)经济转型的分类

按转型的状态划分,经济转型可分为体制转型和结构转型。体制转型是指从高度集中的计划再分配经济体制向市场经济体制转型。体制转型的目的是在一段时间内完成制度创新。结构转型是指从农业的、乡村的、封闭的传统社会向工业的、城镇的、开放的现代社会转型。结构转型的目的是实现经济增长方式的转变,从而在转型过程中改变一个国家和地区在世界和区域经济体系中的地位。经济结构包括产业结构、技术结构、市场结构、供求结构、企业组织结构和区域布局结构等。因此,结构转型又包括产业结构调整、技术结构调整、产