

CONSUMER FINANCE

THEORY

消费金融论

如何应对消费新时代和金融大变局的中国方案与全球路径

刘洋 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

CONSUMER FINANCE THEORY

消费金融论

如何应对消费新时代和金融大变局的中国方案与全球路径

—— 刘洋 著 ——



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

当前,消费已全面成为我国经济发展的第一驱动力,消费结构正在从吃、穿等生存型、价格驱动型消费,向教育、旅游等发展型和品质型消费升级,消费服务方式多元化、精准化的“消费新时代”已经到来。作为刺激、扩大和升级消费的重要工具——消费金融则进一步发展为企业、消费者常态化使用的金融服务,并上升到国家战略层面。

广义的消费金融可以认为是围绕消费的资金融通,以小额、分散、精准、高效、救急(应急)为显著特点,是消费产品服务的促销工具和金融增值手段,已有信用卡、消费贷、现金贷、消费分期、消费类资产证券化、消费信托、消费众筹、消费返还、消费责任保险等多种模式。其核心是通过“消费金融化、金融生活化”的运作,实现消费和金融两种资源在时间、空间配置上的跨越,产生便利、高效、额外收益等增值,让消费者得便宜、占实惠,让商家去库存、增收益,彻底扭转消费者与商家的传统对立、对抗关系,促进消费者、商家、金融机构真正成为互惠互利的利益共同体。

本书是原创的中国版消费金融专著,也是全国互联网消费金融奠基之作——《互联网消费金融》的理论篇,汇总了作者及中国电子商务协会消费金融专业委员会数年来研究、咨询和实践成果,力图将消费金融这个新兴金融学学科转化为白话版的理论解读、案例剖析、模式设计和工具打磨,帮助在消费金融领域的从业者、拟从业者、研究者、教学者、消费者,全面厘清消费金融的前世今生和完整内涵,回归“理论指导实践,实践反哺理论”的本义,共同拥抱300万亿元的消费金融钻石时代。

图书在版编目(CIP)数据

消费金融论 / 刘洋著. — 北京:北京大学出版社, 2018.3

ISBN 978-7-301-29252-5

I. ①消… II. ①刘… III. ①互联网络—应用—金融—研究 IV. ①F830.49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第033554号

书 名 消费金融论

XIAOFEI JINRONG LUN

著作责任者 刘 洋 著

责任编辑 吴晓月

标准书号 ISBN 978-7-301-29252-5

出版发行 北京大学出版社

地 址 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址 <http://www.pup.cn> 新浪微博: @北京大学出版社

电子信箱 pup7@pup.cn

电 话 邮购部62752015 发行部62750672 编辑部62570390

印 刷 者 北京大学印刷厂

经 销 者 新华书店

720毫米×1020毫米 16开本 24.5印张 429千字

2018年3月第1版 2018年3月第2次印刷

印 数 5001-15000册

定 价 69.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

消费金融助推中国经济转型升级

近年来，我国城乡居民的消费需求保持了较为强劲的增长势头。根据国家统计部门的数据，2016年全国社会消费品零售总额达到33.23万亿元，同比增长10.4%。2015年消费综合占GDP比例已达64%，超过“十二五”规划（45%）预期。同时，城乡居民家庭的人均可支配收入逐年增加，也为居民的消费需求和消费支出进一步增长提供了坚实基础。我国人均GDP已超过7000美元，消费结构正在从吃、穿等生存型消费向教育、旅游等发展型和品质型消费过渡，进入消费新时代。在国家促进消费的背景下，加上消费升级，使得消费金融市场迎来爆发时刻。

消费金融已经上升到国家战略，继消费金融纳入《2016年政府工作报告》后，普惠金融也纳入《2017年政府工作报告》。在2016年G20杭州峰会上，中国提交了三份有关普惠金融的重要文件——《G20数字普惠金融高级原则》《G20普惠金融指标体系（升级版）》《G20中小企业融资行动计划落实框架》。近年来，国家战略日益清晰——拥有14亿人口的巨量普惠金融市场将拥有极大发展空间并得到广泛扶持。

2005年联合国提出的“普惠金融”是指以可负担的成本为有金融服务需求的社会各阶层和群体提供适当、有效的金融服务。普惠金融包括消费金融、社区金融、供应链金融等服务公众、小微企业的金融服务模式，以小额、分散、精准、高效、救急（应急）为显著特点，孕育出小贷公司、消费金融公司、融资租赁公司、网络小贷公司等新型金融市场主体，而消费金融则是其中的主要业态。

值得关注的是，银行等传统金融机构“懂金融而不懂消费”，零售、食品、旅游、教育等消费企业“懂消费而不懂金融”，电商、互联网金融机构“懂互联网而不懂消费金融”，以及消费者对消费金融普遍认知不足，从业人员素养参差不齐、消费金融观念缺失等一系列问题对消费金融的快速规范发展带来了挑战。

本书是刘洋研究员继《互联网消费金融》之后的又一力作，提出了消费金融

的完整定义和内涵。他认为，消费金融围绕消费价值链条的资金和资本融通，改变了货款两清的传统商品交易方式，成为商品服务促销的工具和消费资金增值的手段，是消费金融化、金融生活化的生动体现，将金融从“华尔街精英游戏”转变为服务大众的普惠金融，并在消费主权意识驱动下，构筑商家、金融机构、消费者等多方共赢、共享利益的共同体，激活 14 亿中国人的小康型消费潜力，从而刺激、扩大和升级消费。

同时，本书也进一步厘清了消费金融和中国特色社会主义市场经济的关系，总结了消费金融创新实践案例，设计了不同业态的消费金融运营创新的解决方案。

作为源自中国、普惠公众的原创消费经济和金融学思想，本书突出问题导向、需求导向、战略导向和创新导向，重在理论结合实践，把消费金融这个新体系讲透、讲好、讲精，让读者学有所悟、学有所用、学即能用。同时，也能为相关政府部门制定相关公共政策提供决策参考，为后续的消费金融问题研究提供理论借鉴，为大专院校、培训机构开展相关教育培训提供参考教材。

习近平总书记强调：供给侧结构性改革，重点是解放和发展社会生产力，用改革的办法推进结构调整，减少无效和低端供给，扩大有效和中高端供给，增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高全要素生产率。可以看出，在中国经济进入新时代高质量发展阶段的大环境下，我国经济转型升级将从投资拉动逐步向消费主导转型，消费金融成为刺激、扩大和升级消费的重要引擎。根据中国电子商务协会消费金融专业委员会的调研和测算，消费金融的资金融通规模高达百万亿元。以上这些数据表明：消费金融市场蛋糕足够大，目前总体处于探索培育阶段，因而，其理论支撑和理论创新尤为重要。

可以说，消费金融已成为中国经济转型升级的“创新风口”，希望有更多学者能够关注和参与该领域的研究探索，更多企业在实践中创新商业模式，助力消费金融研究实践普惠更多公众，也为全球消费经济和金融学理论创新提供中国版思想和解决方案。

中国电子商务协会会长 宋玲
中国互联网金融研究院院长

用本土原创的经济学金融学思想 解决消费升级和消费金融可持续高效发展问题

近年来，我国城乡居民的消费需求保持了较为强劲的增长势头。2017年一季度，最终消费综合对我国国内生产总值(GDP)增长的贡献率达77.2%，社会消费品零售总额同比增长10.0%，这意味着消费已全面成为我国经济增长的第一驱动力。值得注意的是，消费结构正在从吃、穿等生存型消费向教育、旅游等发展型和品质型消费新时代过渡。作为刺激、扩大和升级消费的重要工具——消费金融，则进一步上升到国家战略和企业、消费者常态化使用的金融服务。

目前我国采用的消费金融模式主要是从西方发达国家引进的消费贷款，虽然降低了消费者一次性购物成本，起到一定的刺激消费作用，但是消费贷款只是消费行为的时空转移，属于提前消费，并没有实质上增加消费。同时，普通消费者以工资性收入为主，考虑到消费者还需要支付贷款利息等额外成本，在消费者总体消费支出不变的情况下，消费贷款反而还削弱了消费者的实际消费能力。同时，消费者的提前消费行为，会造成“寅吃卯粮”的现象，在运营过程中如若出现许多“次级消费贷款者”无力及时还贷，甚至完全不能还贷，金融机构将会出现财政状况恶化的风险。近年来现金贷高利贷化、校园裸贷、暴力催收、金融欺诈等乱象频发就是明证。

另外，金融机构通过消费金融服务刺激和扩大消费，如果仅仅局限在利息等收益，除了面对逾期不良风险，还失去了消费产品服务的利润二次分配机会，没有将商品服务与金融服务协同，造成盈利模式单一，竞争惨烈。

究其原因，在于我国的主流经济学、金融学理论思想基本上沿袭西方发达国家20世纪90年代以前的相关市场经济理论，但是中国有着特殊的国情、经济环境、市场特点，用传统的西方经济学、金融学理论思想体系不能完全解决中国问题，满足中国的现实发展需求。

当前，中国依然严重缺乏真正引领世界和人类未来的原创性思想，而原创性

思想恰恰是一个国家、企业、个人的最重要竞争力。二战以前的德国是世界最具创新精神的国家，当时诺贝尔科学奖超过 70% 都被德国科学家获得。二战后，美国成为诺贝尔奖垄断国家。图灵奖基本被美国人全部垄断。犹太人占全球人口的千分之二，却拿走全部诺贝尔奖的 27%。美国贝尔实验室 100 多年来取得的科技突破和重大创新超过世界上的大部分国家。而中国仍然有相当一部分企业依靠廉价劳动力，并付出环境污染、资源消耗的代价来给发达国家打工，核心和关键技术的对外依存度高达 50%~60%（发达国家低于 30%）。同样，我国原创的经济学、金融学思想也不多，在主流价值观和思想工具上受制于西方发达国家。

随着市场经济的不断发展，人们进一步深刻地认识到：消费者才是市场竞争的最终决定性力量。因为消费者既是市场的主人，又是给经济发展注入新的资本动力的源泉。因此，谁能赢得更多的消费者，谁就能拥有更大的市场份额和资本注入，消费资本由此而生。

传统的经济学理论认为：推动经济发展的只有一种资本，即货币资本。但人们通过对市场经济发展史的研究，尤其是对最近 200 多年的市场经济的研究，逐渐认识到：完整的市场经济的资本构成应包括货币资本、生产资本、知识资本、消费资本和创意资本等组成部分，而不是单一的或者唯一的货币资本，是多重资本共同推动着市场经济呈现螺旋式发展。

《消费金融论》是刘洋研究员继《互联网消费金融》《实战理财：让你的财富滚起来》等著作之后的又一普惠金融类专著。本书从仅仅研究消费贷款这一狭义消费金融领域跳出来，着力研究信用卡、消费贷、现金贷、消费分期、消费类资产证券化、消费信托、消费众筹、消费返还、消费责任保险等广义消费金融范畴，符合消费金融多样化、精准化、创新化、互联网化的发展趋势。

习近平总书记在哲学社会科学工作座谈会上提出，构建中国特色哲学社会科学，要体现继承性、民族性，原创性、时代性，系统性、专业性。希望能有更多学者、企业、消费者关注消费资本、消费金融等普惠公众的原创经济学金融学思想，通过理论与实践的创新探索，助力中华民族的伟大复兴，也为全球经济发展提供思想动力。

教授，博导

北京师范大学政府管理研究院院长、浙江师范大学经济与管理学院院长 唐任伍
中国电子商务协会消费金融专业委员会特聘经济学家

消费金融钻石时代孕育中国版消费金融学

近年来，消费在国民经济“三驾马车”中异军突起，成为经济转型升级的主要动力，2015年消费占GDP比例已达64%，超过“十二五”规划（45%）预期，2016年消费占GDP比例超过了70%。作为刺激、扩大、升级消费的重要工具——消费金融，进入《2016年政府工作报告》等多份国家战略政策文件。

目前我国采用的消费金融模式主要是从西方发达国家引进的消费贷款，我们将之称为狭义的消费金融，具有单笔授信额度小、审批速度相对企业贷较快、无须大额抵押担保、服务方式灵活、贷款期限相对企业贷较短、降低消费者一次性购物成本、满足消费者紧迫性刚性消费需求等特点，主要起到刺激消费的作用。但是普通公众以工资性收入为主，可能因为增加了利息、手续费等消费成本，反而抑制、削弱了总消费能力，出现“寅吃卯粮”式提前消费，甚至出现校园裸贷、金融欺诈、现金贷高利贷化等乱象。而席卷全球已达十年的金融危机就是源于2007年的美国次贷危机^①，诱因恰恰是美国房贷危机导致市场崩盘，是消费金融异化造成的恶果。可以说，消费金融安全已经上升到国家金融安全的高度。

广义的消费金融可以认为是围绕消费价值链条的资金和资本融通，以小额、分散、精准、高效、救急（应急）为显著特点，是消费产品服务的促销工具和金融增值手段，核心是通过“消费金融化、金融生活化”运作，实现消费和金融两种资源跨越时间、空间配置，从而产生便利、高效、额外收益等增值，让消费者得便宜占实惠，让商家去库存增收益，彻底扭转消费者与商家的传统对立对抗关系，使他们真正成为互惠互利的利益共同体，使快乐生产、快乐消费不再是奢求。

^① 次贷危机：又称次级房贷危机，也译为次债危机。它是指一场发生在美国，因次级抵押贷款机构破产、投资基金被迫关闭、股市剧烈震荡引起的金融风暴，并致使全球主要金融市场出现流动性不足危机。

随着移动互联网、大数据、云计算、VR、区块链、人工智能等“互联网+”新技术、新应用的颠覆性变革，一部手机、一个微信公众号、一个APP就能运作和管理海量商品和金融资源。至此，互联网消费金融的生产力得到完美释放，迎来300万亿美元的蓝海市场，银行、消费金融公司、电商、消费企业、互联网金融机构、保险等一大批企业纷纷涌入，形成了信用卡、消费贷、现金贷、消费分期、消费类资产证券化、消费信托、消费众筹、消费返还、消费责任保险等多种消费金融服务模式。可以说，“消费金融+”将无处不在，一个人从出生、上学、恋爱、结婚、旅行、买房、买车、装修、买家电等的成长全周期消费都能被消费金融覆盖。

习近平总书记在主持中共中央政治局第四十次集体学习时强调，要把防控金融风险放到更加重要的位置，牢牢守住不发生系统性风险底线，采取一系列措施加强金融监管，防范和化解金融风险，维护金融安全和稳定。回顾近期监管层密集出台的政策措施，进一步表明要扭转金融“脱实向虚”趋势，严防加杠杆炒作和交叉性风险，减少资金在金融领域空转套利，引导其进入实体经济。

本书是原创的中国版消费金融专著，也是全国首部互联网消费金融普及版畅销专著——《互联网消费金融》（北京大学出版社）的理论篇。本书汇总了作者及中国电子商务协会消费金融专业委员会学者数年来的研究、咨询和实践成果，力图将消费金融这个新兴金融学和前沿学科转化为白话版的理论解读、案例剖析、模式设计，让更多读者尤其是普通公众能够看得懂、看得下去，并从中获得有价值的信息，回归“理论指导实践，实践反哺理论”的本义。

本书主要包括以下内容。

一是提出了狭义消费金融、广义消费金融的基本内涵、核心价值、历史沿革、主要模式和典型案例，构建了消费金融的理论框架，进一步为理论研究和实践创新提供基本素材。

二是解读了改革开放以来中国消费经济的发展历程，总结了当前中国经济和消费新时代的主要特点，尤其解释了刺激、扩大和升级消费背后的政策、市场和消费者驱动，以及蕴含的消费金融价值和机遇。

三是系统梳理了古今中外消费金融的创新案例和研究成果，为读者展示了完整的消费金融画像和图谱。

四是庖丁解牛式地剖析了信用卡、消费贷、现金贷、消费分期、消费类资产

证券化、消费信托、消费众筹、消费返还、消费责任保险等九大消费金融主流模式，以及银行、消费金融公司、电商、消费企业、互联网金融公司等不同企业运作消费金融的典型案例。

五是从构筑金融机构、商家、消费者利益共同体和基于消费的共享经济新机制的角度，提出了如何运作消费金融的产品、品牌、营销、团队、风控等关键领域。

六是从消费金融、消费者（消费商）、消费心理、消费资本等角度，提出了刺激、升级和扩大消费的多个实施路径和商业模式，期望为我国乃至更广泛的国家地区提供消费经济健康持续发展的借鉴参考。

理论是实践的先导，思想是力量的源泉。中华民族要实现伟大复兴离不开中国特色社会主义理论创新，同样，中国经济若想实现全面复兴，也需要经济理论创新。当前，中国依然严重缺乏真正引领世界和人类未来的原创性经济学思想，而中国主流的经济学、金融学思想多为西方舶来品，但是西方经济学思想至今不能根治周期性爆发的全球经济危机。显然，中国有着特殊的国情、经济环境、市场特点，完全应用传统的西方金融体系不能解决中国的消费金融问题。

英国作家狄更斯提到，这是一个最好的时代，也是最坏的时代。当今时代是一个大变局、大变革、大调整的时代，中国正经历着人类历史上最宏大的社会主义市场经济实践创新，为理论创新、思想创新提供了坚实基础、强大动力、良好环境和广阔空间。

本书旨在通过国内知名消费金融专家构建理论体系、解读实践案例、设计创新模式的方式，帮助消费金融的从业者、拟从业者、研究者、教学者、消费者及本书的读者，全面厘清消费金融的前世今生和完整内涵，拥抱 300 万亿元的消费金融钻石时代。

建议各位读者将本书和《互联网消费金融》两本书结合在一起阅读，以便更好地掌握、理解和应用消费金融原创理论和案例借鉴。

特别说明的是，本书案例是作者及编写人员通过第三方的线上线下调研、资料搜集整理后进行的专业分析，观点仅代表作者本人，其目的是研究消费金融。本书其他编写人员还有黎川、王艳珍、孙淞、郭勇、李冲、邓超明、杨美琼、李明明、杨飞。

本书在编写过程中，还参考借鉴了一些学者、专家、机构的研究、实践成

果，在此表示真诚感谢。请相关版权所有人与我们联系（邮箱：158950711@qq.com），以便致奉谢意和薄酬。如有争议内容，也请有关人员及时与我们联系，以便在今后再版时调整。

由于时间仓促，本书错漏之处在所难免，希望各位读者及时给予反馈。我们也非常愿意与读者就消费金融发展的各项话题进行交流探讨。

刘 洋

第 1 章	刺激、扩大和升级消费：中国经济稳中求进的压舱石 // 1
	第 1 节 防控系统性金融危机 ——近期中国经济形势和消费经济判断 // 2
	第 2 节 改革开放以来消费经济的五次大变局回顾 // 9
	第 3 节 近年来国家刺激、扩大和升级消费的重点政策解读 // 12
第 2 章	消费金融的主要内涵和独特价值 // 14
	第 1 节 关于普惠金融的解析 // 15
	第 2 节 关于狭义消费金融的论述 // 17
	第 3 节 关于广义消费金融的论述 // 27
	第 4 节 消费金融发展对我国经济转型升级和供给侧结构性改革的重要价值 // 45
第 3 章	世界消费金融发展史论纲 // 52
	第 1 节 消费金融史编撰的主要原则 // 53
	第 2 节 发达国家消费金融发展历程 // 54
	第 3 节 发展中国家消费金融发展历程 // 87
	第 4 节 中国消费金融发展历程 // 92

- 第4章 | 百花齐放：国内消费金融机构大盘点 // 100
- 第1节 老兵不老：银行消费金融业务全面逆袭 // 101
 - 第2节 新玩家进场：消费金融公司以“国家队”形象入局 // 122
 - 第3节 非银机构的贷款牌照梦：网络小贷公司横空出世 // 146
 - 第4节 极度竞争和极度增长：电商公司以控制消费来跨界融合消费金融 // 160
 - 第5节 “朋友圈”的熟人经济：腾讯打造社交型消费金融 // 178
 - 第6节 穿透式严管背后的救命稻草：P2P网贷转型消费金融 // 182
 - 第7节 各领风骚：更多企业抢滩消费金融 // 196
- 第5章 | 信用卡：消费金融的巨无霸式长效品种 // 198
- 第1节 中国信用卡发卡30年历程回顾 // 199
 - 第2节 我国信用卡发展现状及用户消费行为分析 // 200
 - 第3节 “互联网+”时代我国信用卡转型发展趋势 // 204
- 第6章 | 消费贷：利率市场化叠加消费场景化的消费金融“明星业态” // 209
- 第1节 房贷：圆中国普通家庭住房梦 // 210
 - 第2节 场景化：消费贷普及品质型生活 // 212
 - 第3节 从红海中拓展微创新：消费贷产品开发策略 // 217
- 第7章 | 消费分期：商品促销去库存的有效营销手段 // 222
- 第1节 消费贷款和消费分期的主要区别 // 223
 - 第2节 消费分期产品开发策略 // 224
- 第8章 | 现金贷：打开潘多拉盒子的天使与魔鬼 // 226
- 第1节 现金贷的主要优势和发展动因 // 227
 - 第2节 风险高发多发：现金贷纳入互联网金融监管范畴 // 233
 - 第3节 精准+合规：现金贷产品开发与运作的胜机 // 239

- 第 9 章 消费金融资产证券化：破解资金荒、资产荒的良药 // 243
- 第 1 节 消费金融资产证券化发行主体和监管主体 // 245
 - 第 2 节 消费金融资产证券化典型案例及运作机制 // 250
 - 第 3 节 消费金融资产证券化面临的主要风险 // 254
 - 第 4 节 消费金融资产证券化的主要趋势和优化建议 // 258
- 第 10 章 消费信托：消费 + 理财的复合型运作 // 261
- 第 1 节 潜在的独角兽：信托公司参与消费金融的主要模式 // 262
 - 第 2 节 消费信托相较于众筹、团购的比较优势 // 268
 - 第 3 节 消费信托存在的主要问题和创新对策 // 269
- 第 11 章 消费众筹：在生产端汇聚消费者的力量 // 274
- 第 1 节 消费众筹的主要内涵和特点 // 275
 - 第 2 节 深耕用户消费资源：消费众筹的典型案例 // 278
 - 第 3 节 道路崎岖：消费众筹面临的主要风险 // 280
 - 第 4 节 量力而为：消费众筹运作升级建议 // 282
- 第 12 章 消费返还：消费资本化驱动消费价值链二次分配 // 285
- 第 1 节 常用的促销工具：消费返还的主要类型 // 286
 - 第 2 节 消费资本化：消费者与商家构建利益共同体 // 290
 - 第 3 节 消费商：企业新的营销创收者 // 296
 - 第 4 节 消费积分：互联网时代消费返还的关键凭证 // 298
- 第 13 章 消费责任保险：筑牢消费者主权的最后藩篱 // 306
- 第 1 节 产品质量责任保险：消费者低成本维权工具 // 307
 - 第 2 节 消费贷款信用保险：治理老赖的“文斗”手段 // 309

- 第 14 章 | 拥抱 300 万亿元蓝海市场：消费金融“胜”经 // 313
- 第 1 节 比照标杆和学习标杆：2017 消费金融领军企业盘点 // 314
 - 第 2 节 消费金融化，金融生活化：消费金融战略规划 // 329
 - 第 3 节 从网点思维到互联网思维：金融科技在消费金融中的应用 // 345
 - 第 4 节 风控也是核心竞争力：消费金融全过程风险管理 // 353
 - 第 5 节 如何批量获客与交叉营销：全网精准整合营销 // 362
 - 第 6 节 从合格到完美：消费金融机构自信型卓越团队建设 // 372

结语 300 万亿元消费金融蓝海市场需要新时代中国方案 // 375

参考文献 // 377

刺激、扩大和升级消费：
中国经济稳中求进的压舱石

随着中国成为全球第二大经济体，2016年消费综合占GDP的比例超过70%，绝对数值上基本达到中等发达国家水平，消费成为拉动中国经济发展的主要引擎。过去老百姓收入不高、社会保障不健全，造成储蓄率高、消费不振，多依靠行政手段刺激、扩大消费，而现在已经转变为互联网化、社区化、社群化、图层化、定制化为鲜明特征的消费升级新时代。14亿国人正在全国乃至全世界“买买买”，消费模式也从传统的生存型、简单化消费升级为发展型、服务型、品质型等消费，例如，休闲、保健、旅游、文化、信息、教育等新型幸福产业消费呈现爆发式增长，社会主流的消费模式由传统的理性保守消费转变为提前消费、信用消费，消费金融的发展迎来了历史性的机遇。

习近平总书记强调，让消费和服务业成为中国经济增长的主要动力。李克强总理在《2017年政府工作报告》中提出，消费在经济增长中发挥主要拉动作用。可以认为，随着中国经济发展企稳回暖，居民收入持续增长，消费结构不断优化，居民消费还将继续发挥中国经济稳中求进和供给侧结构性改革的压舱石作用。

第1节 防控系统性金融危机

——近期中国经济形势和消费经济判断

2017年4月25日,习近平总书记在中共中央政治局第四十次集体学习时强调,要把防控金融风险放到更加重要的位置,牢牢守住不发生系统性风险底线,采取一系列措施加强金融监管,防范和化解金融风险,维护金融安全和稳定。回顾近期监管层密集出台的政策措施,进一步表明要扭转金融“脱实向虚”趋势,严防加杠杆炒作和交叉性风险,减少资金在金融领域空转套利,引导其进入实体经济。

金融活,经济活;金融稳,经济稳。而金融乱,则经济危。消费金融同样难以独善其身。例如,最近火热的现金贷引起广泛争议,高利贷从中小微企业全面迁移到中低收入年轻人群体中,“高利贷”“暴力催收”“骗贷黑产”“信息滥用”“裸条借贷”等极端事件被曝出后,潜伏在其背后的“校园贷”“现金贷”等业务引发监管层关注。2017年4月10日,银监会下发了《关于银行业风险防控工作的指导意见》,北京、深圳、东莞等地陆续叫停了现金贷业务。消费金融也不是一方净土,甚至与传统金融业务相比,更是乱象频出,特别是其关系普通民众的日常消费与有限的消费支出,一旦发生系统性风险,很有可能地动山摇。



图 1-1 2017 年中央经济工作会议改革部署要点