

# 拒绝身边的金融风险： 消费贷，跑得稳才能跑得快

防范化解重大风险，是全面建成小康社会决胜期的三大攻坚战之一。金融安全问题既事关经济全局，也与百姓生活密不可分。尤其是这几年，各种新兴金融平台和产品层出不穷，新技术、新手段在解决需求“痛点”的同时，也带来了一些风险隐患。不少金融安全问题，都是从人们身边初露苗头，逐步积累扩大。

从我做起，了解金融知识、增强风险防范意识、培养理性的财富观，每个人就是金融风险的第一把关人。

## 方便快捷，为消费加油

“今年8月，全家准备出国旅游，当时正赶上要给孩子交英语培训费，前加起来得付七八万左右，不巧那时候手头有点紧，就想着能去贷点款。”某南京国企员工邢辉对比了银行和互联网金融平台的产品后，最终选择了利率较低的银行消费贷。

由于只是短期急用，邢辉借了1个月，额度5万元，利率是每天万分之三，算下来年利率大约在10%左右。“可能是因为我之前在银行的信用比较好，贷款审批特别快。在手机银行上申请，几个小时，5万元就到账了。”邢辉说。还款后，银行打电话要求出示消费明细，邢辉拍下缴费凭证发过去，顺利通过。

但最近贷款没那么“松”了。“这些天想申请短期消费贷，发现银行的贷前审核严了，要求提供的材料也更具体。银行工作人员称现在申请消费贷，需要层层严格审核贷款用途。”邢辉说。

除了银行之外，消费者还能从消费金融公司、电商平台、互联网分期平台和小贷公司等机构获得贷款。越来越多的年轻人开始尝试新型消费贷方式。

文溧刚从上海视觉艺术学院摄影专业毕业。当初还在电视台实习期间，文溧就有一个心愿，希望用无人机拍下家乡神农架的自然美景。在各个电商平台上比价后，文溧最后选择在某电商平台分24期购买一部大疆无人机，正好赶上平台免息活动，每期还款只要225元。

“当时我每月能拿到2000多元的实习工资，还款压力不大，这样我就不用需要向父母伸手要钱了。现在，我已经习惯用分期付款的方式购买各种电子产品，比如现在用的手机、电脑，都是通过这种方式买的。”文溧说。

近几年，消费取代投资成为经济增长的第一驱动力，背后离不开金融手段支撑。人民银行数据显示，今年1—9月，居民新增消费性短期贷款达1.49万亿元，新增总额已达去年全年的1.79倍，消费金融呈现爆发式增长态势。大到高档家具、珠宝首饰，小到数码产品、冰箱电视，各个消费领域都有相应的金融服务和产品。

“居民部门贷款包括按揭贷款和消费类贷款。这几年，居民部门融资余额快速上升，到2016年底，我国居民按揭贷款余额大约在20万亿元左右，消费类贷款余额仅为五六万亿元，按揭贷款相当于消费类贷款的4倍左右。而在美国等成熟市场，居民部门债务余额超过企业部门，居民融资余额中，按揭贷款和消费类贷款的比重相当。可以想见，未来随着消费市场和金融产品的发展、升级，消费贷还有不小的增长空间。”中国社会科学院金融研究所银行研究室主任

## 未来汽车也会“嘘寒问暖”

在未来五年，创新是引领中国发展的第一动力。在汽车领域，这场变革将被归纳为智能互联、自动驾驶、人工智能和电力驱动四个方面。前景是美好的，过程难以避免有些繁复。所有革命性技术的达成都是积少成多，量变引发质变。因而，在未来数年，将有一大批“微创新”出现在新车上。

不同于国内已经搭载在车上的驾驶助手，崭新的汽车AI具备深度学习的能力，能根据频繁出现的话题推断驾驶员的喜好。通过学习驾驶员的发音，读懂驾驶员发出的指令，记录驾驶员经常播放的歌曲，推荐相应的曲目。

崭新的汽车AI不仅装有收集外部信息的摄像头、雷达以及传感器，还装上收集驾驶员信息的摄像头。“对外”能够监测周围环境，提供驾驶辅助。“对内”通过对驾驶员表情、动作、语调、综合推断驾驶员情感和兴奋度等。当驾驶员感到疲倦时，系统引导其进入清醒状态；驾驶员感到紧张时，则引导其进入放松状态。引导的方式是多种多样的，可能是调节车内空调的温度，还可能自动启动按摩功能；又或是主动聊天。

## 数据上传到云端 跟着个人走

跟手机一样，未来每个汽车用户或



曾刚说，如果按照20%的增速预测，我国消费信贷的规模到2020年可超过12万亿元。

## 首付不够，消费贷来凑

助推百姓消费的同时，消费贷市场也存在参与机构众多、鱼龙混杂、对贷款人资质审核不严、贷款用途监管不到位等问题。加之借款人非理性消费和借贷，使得消费贷穿上马甲摇身变成“首付贷”“投资贷”，滋生潜在风险。

今年初，北京某文化企业职工陈静想给孩子换个学区房，突然限购政策密集出台，陈静慌了，害怕后续买房成本越来越高，谈好的卖家也觉得不能再等了，只怕房价会跌。两家一合计，决定先交房子总价的1/4房款做首付，把房子先过了户。

自己手里的房子没卖出去，还要交几百万元的房款，这么多钱从哪里来？陈静东拼西凑借了几百万，剩下的资金缺口就只能靠贷款解决。“当时向银行申请了贷款，还比较方便。银行看我此前信用记录比较好，很快给我做了一笔信用贷款，钱直接打到账户上，之后就可以自由支配了。只要能按时还款，银行应该不会过于追究这些钱怎么用吧。”陈静说，利率也还能接受，较基准利率上浮30%左右，“现在房贷还没有完全办完，到时候房贷和信用贷一起还，压力还是不小的，一个月得还4万元左右。”

陈静了解到，除了这种直接划到借款人账户上的贷款外，有些银行的贷款是借给贷人一个消费额度，需要有实际消费行为才能使用。但这并不是没有“变通”的办法，可以找商家套现出来，只要支付一定的手续费即可。

“现在银行贷款严格得多，很难贷到最高额度100万元，基本是30万元左右，而且利率也上浮很多。几个月前去问，基本上就是最低40%以上。”陈静了解到，最近开始严查消费贷资金流向，打击首付贷，银行严格控制个人消费类贷款挪用于购房。

客户群体的差异和风险控制能力的不同，也使风险更多聚集在银行以外的消费贷领域。“不同消费平台服务的人群不一样，面对的风险也不尽相同。商业银行服务的客户收入稳定，有较好的信贷记录，消费观念理性，风险相对可控。而服务学生、农民工、蓝领等‘长尾人群’的消费金融平台风险会高一些。一般情况下，平台风控能力不足，消费场景缺失，会选择用过高利率覆盖高

风险，这样做的后果就会滋生循环风险，引发多头借贷、借新还旧问题和不合适的催收手段。”交通银行发展研究部高级研究员何飞分析。

## 填补空白，保护消费者

风险不可小视，但浊流并非主流。贷款挪用、过度借贷等风险触点，并不是消费贷迅猛增长的主因。

“真正推动居民短期消费信贷规模增长的原因是，消费升级过程中，零售客户信贷需求空间逐步打开。随着居民收入水平上升，消费和支付技术提高，人们对消费金融产品需求会越来越强烈，消费贷市场和零售市场相辅相成，彼此促进。”曾刚说，当然也要关注居民部门过快加杠杆可能带来的影响。

类金融机构和非金融机构“混战”的局面要改变，从事消费贷业务的各类机构应加强监管，一视同仁，适用统一的监管标准和要求。

“很多平台的放贷资金来源不清，有多头借贷风险，这暗示了平台之间的资金流动相当频繁，监管首先要查明平台的资金来源。其次还要对单个平台的获客方式、风险控制、场景拓展深入排查，淘汰清理一批非正规的消费金融平台。并对消费贷生态链中的各个主体，包括消费贷平台本身、互联网巨头等导流平台、个人征信试点机构、第三方催收机构、第三方数据提供商等进行合法性筛查，严厉打击利益勾结及非法利益输送。”何飞说，可以借鉴国外一些经验，强化监管，加强立法和市场准入机制。特别是着重考虑准入标准、持牌经营、利率上限设定、贷款用途限定、平台退出方式等。

要有全面完善的消费者保护法规。曾刚介绍，在美国等成熟市场，从事消费信贷的机构准入门槛比较高，涉及零售业务的监管规则比公业务更严苛。这些国家认为零售业务的服务对象对风险的鉴别能力比公司要差些，更需要保护。而我们正好相反，消费信贷市场发展比较晚，规模也不大，之前更多从保护金融机构利益出发，而忽视对贷款人的保护。未来消费贷市场不断发展，涉及人群越来越多，就更需填补空白，以法规护航我们每个人的理财生活。

“现在有些平台信息披露不充分，说的利率水平不高，但是七八八各种费用加总到一起，综合费用就很高了。”曾刚说，有些平台就是利用这种方式诱导消费者过度借贷，没有让借贷者充分意识到高利率可能对自身带来的困扰

和后果。尤其是未成年人，或者涉世不深的学生，对风险认识不清，更容易过度消费和过度借贷。

从长远看，要加快诚信社会建设与个人征信体系完善。何飞说，当前我国诚信体系建设还难以支撑信用社会的快速发展，个人征信体系落后于信贷发展，这给不法平台留了空子。监管层应联合公共部门、正规金融机构、持牌消费金融公司、大型互联网平台、个人征信试点机构、大数据公司等，共同推动数据信息共享及市场化征信体系建设，支撑消费信贷业务开展。

对于居民个人而言，应根据自身经济能力，合理借贷，控制杠杆。董希森说，一般来讲，每月还贷支出应控制在家庭收入的一半以下，最好别超过1/3。

## 【延伸阅读】 在哪儿能申请消费贷？

目前市场上从事消费金融业务的机构大致可分为四类：商业银行、银监会批准成立的消费金融公司，互联网消费金融，包括电商平台和互联网分期平台等，以及小贷公司等其他机构。

### 商业银行

商业银行从事消费金融主要通过以下三种形式：一是控股或参股消费金融公司；二是与各类电商平台合作，实现消费场景的延伸。三是自主推出信贷产品及构建电商平台。商业银行拥有极大的客户基础及海量的用户消费数据，可以通过对客户消费习惯、信用等级的分析，为其提供多样化的创新信贷产品。

### 消费金融公司

消费金融公司市场定位为传统银行的补充，主要针对中低收入人群和新兴客户群。相比银行，因为单笔授信额度小、审批快、无需抵押担保、服务灵活等特点而具有独特的优势和竞争力。

目前的消费金融公司商业模式可分为三类：一类是以线下渠道为主；一类主打线上线下电子商务模式；还有一类将自身定位为互联网金融公司。

### 互联网消费金融

随着互联网的普及，互联网与消费金融的结合更紧密，传统消费金融活动的各个环节实现了电子化、网络化、信息化，极大提升了消费金融的效率。与传统消费金融相比，互联网消费金融特点鲜明：海量数据支撑，用户体验增强，以消费场景的嵌入和渗透，弥补传统消费金融在细分领域的缺失等。

根据国家金融与发展实验室发布的报告，互联网消费金融包括以下几种具有代表性的模式：一类是电商平台的消费金融，以蚂蚁金服、京东金融、苏宁金融为代表；一类是细分市场的互联网消费金融；一类是主打分期购物互联网消费金融平台；一类是主打移动端信贷的平台。

### 其他机构

还有一些小额贷款公司也涉足了消费金融业务。以永旺集团为例，其在沈阳设立的小额贷款公司为顾客提供家电、家具等耐用消费品的分期付款服务，能够实现30分钟审批、每月固定还款额、无需信用卡或抵押担保等。

据《人民日报》

## 租赁市场鼓励政策密集出台 长租公寓的春天来了吗？

租购并举，短板在租。长期以来，我国住房租赁市场以个人出租为主，缺少规模化、市场化的机构租赁者。美国的住房租赁企业占据市场份额的比例高达30%，而我国的这一比例尚不足3%。

大约五年前，一些互联网创业者与地产中介开始将目光投向了长租公寓。随后，部分地产商也涉足这一领域。今年以来，房地产传统市场在调控之下企稳，租赁市场鼓励政策密集出台，让一些业界人士感叹，终于等到了长租公寓的春天。

市场风向、政策信号到底是如何转变的？“放了长线”的长租公寓真能“钓到大鱼”吗？租赁市场发展还将面临哪些挑战？让我们一道为“春天”把把脉。

## 入场者不断增加

我国排名前30位的房地产商中，已有1/3以上涉足长租公寓。

“以前我们就是三块业务：地产开发、商业运营、物业服务，去年开始试水长租公寓，今年长租公寓正式成为我们的主营业务。”龙湖集团有关负责人告诉记者，截至10月底，龙湖已在14座城市布局了冠寓项目，预计年内开业房间数达1.5万间以上。万科、佳兆业、中骏置业……据统计，我国排名前30位的房地产商中，已有1/3以上涉足长租公寓。每家企业似乎都雄心勃勃，规模至少“5万间起”。曾经习惯赚快钱的房地产商为何进军新市场、做起长线生意？外部环境的转变是主要动因。

一来，传统开发迎来了“天花板”。同样一块地，用于建房销售，周期短、融资易、回款快；用于自持出租，回款周期长、占压大量资金。“在市场高增长的‘黄金时代’，住宅开发销售更有利可图，房地产商更倾向于‘拿地、建房、回款、再拿地’。但现在新房市场规模已经遇到了‘天花板’，只要有微利、能持续，就是细水长流的好生意，租赁业务即属此类。”清华大学房地产研究所所长刘洪玉说。

二来，土地使用有了“硬杠杠”。为转变“轻租重售”局面，不少城市在土地拍卖时开始加入全部或部分“自持”的条款，要求自持地块所建住房或“多租少售”、“只租不售”。

三来，住房制度将告别“独木桥”。在租购并举、租购同权的导向之下，围绕长租公寓的政策红利还将持续释放。从内部看，开发商做长租公寓也有其理性考量。“冠寓是应时而生的产品，我们并非房子卖不动了才做租赁。”龙湖集团有关负责人表示，开发商做长租公寓可减轻车熟路，无论是获取项目、规划设计、融资建设，还是装修改造、营销推广，对龙湖来说都不陌生，我们力争到2020年租金收入超过20亿元。”也有开发商期待着租赁与销售形成互补，比如可将公寓租户导入购房。

传统开发商之外，市场上还存在大量专门从事租赁的新兴企业，比如独立创业的魔方、YOU+等，又如由链家推出的自如。和其他企业主打集中式公寓不同，自如主打分散式房源。他们通过APP委托及链家渠道开发房源，与房东签订长期合同后，视房屋状况的不同进行统一改造，然后通过租房平台对外出租。此外，国有企业也有望逐渐成为长租公寓的新生力量乃至主力军。

## 谈盈利为时尚早

整个长租公寓市场仍处于前期投入期，短时间回本不容易。

套内面积17平方米、挑高3米多，沙发、餐椅、衣柜、双人床布设得淡雅清新，电视机、空调等电器一应俱全……北京劲松泊寓的一套大开间洋溢着青春气息。这套公寓半年起租，最长一年，月租6000元，比邻近小区60平方米一居室5500元的月租略高，但不用交中介费，租客还能免费使用阅读区等公共空间。

记者走访多家公寓后发现，排除促销优惠等因素，长租公寓本身确实有其独特优势。比如房源真实、价格透明、合同清晰、租期稳定、遇到问题能快速处理等；又如房屋通过装修改造后品质大为提高，即便是老旧小区中的分散式房源，其“一方小天地”也更符合年轻人的口味。

不过，长租公寓要想持续向好，关键在于赢得可观的回报，这就得好好算算账——

支出一端最大头的，无疑是支付给产权拥有者的房租支出。万科推出的泊寓项目中，有些房源为万科自持，另一些则需项目团队去市场上拿房。这类项目的月租支出，一般会占月收益的七成以上。“广州、深圳相对还好，按月计算，每平方米的拿房成本为85—95元；北京、上海则‘奇货可居’，成本在4—5元/日/平方米。”北京泊寓公司助理总经理金羽说，特大城市普通住宅库存率极低，集中式长租公寓一般得选择商住用房，“获取房源时，我们还要面临餐饮、月子中心、培训机构、私立医院等业态

据新华网

的竞争。”

另一个大头是改造装修。既然要长租，房屋寿命就不能太短，设备也不能更换过勤。泊寓在改造装修时，参照了万科精装商品房的标准执行，即便能倚仗集团采购的便利，改造成本也不低，约在2000元/平方米左右。

支出多头，收入则相对简单——租金。有人认为，长租公寓抬高了租房价格，但在经营者看来并非如此：一来，租金高低是与居民收入水平相对而言的，租户会根据自身财力选择栖身之地；二来，长租公寓外还有大量分散房源，租户可以用脚投票。“在纽约、香港、伦敦，租金占收入的比例超过了50%，而在北京、上海，这一比例尚在30%左右。”链家研究院院长杨现领表示。

入住率的高低，同样事关长租公寓营收状况。据金羽介绍，从全国看，泊寓的入住率至少在90%以上，有些店铺长年达到100%，“除非轮换的时候才会有空房间。”

总体而言，整个长租公寓市场仍处于前期投入期，谈盈利还为时尚早。“我们今年运营到了第六年，才在北京实现了微利，算上其他城市的话，从全国看还属于投入期。”北京自如公司总经理熊林表示，他们更加看重未来，“庞大的需求将产生万亿级的市场。”

“随着居住观念的升级和市场的调整，租金回报率会日渐乐观。”杨现领判断，集中式长租公寓的租期一般为10到15年，通常的回本周期是5到6年，如果运营得好，3到4年就可以开始盈利了。

## 均衡发展最重要

融资渠道与体制机制还需健全完善，要避免盲目扩张、一哄而起。

长租公寓要能长久，既取决于各个项目单体的经营情况，也受制于竞争格局、融资渠道、体制机制等外部环境的制约。

上海200多家，深圳100多家……入场者的增多，撬动起长租公寓行业的变迁：存量物业价格被抬高，成本逐步上升；一些品牌受到追捧，另一些小型公寓却持续出现客源不足。“随着政策利好的释放，资金的进入、房企的转型，长租公寓在今年有点从匀速转向‘跳跃式’发展的意味。”杨现领提醒，在供给加快的同时，需求释放速度却很稳定，“未来应当保持均衡稳定的发展。”

当然，从业者也不乏风险意识。“在这个行业，盲目扩张会非常危险，一定要有定力。”熊林表示，虽然长租公寓看上去很“轻”，但服务却很“重”，现在自如每个月增加1万套房源，相当于多管理一个大中型的小区，服务一定得跟上。”

从长远看，长租公寓既非暴利行业，又需大量持续投入，融资就显得十分重要。

“和开发商不同，许多租赁运营机构手中没有房产这一核心资产，很难从银行拿到贷款。”刘洪玉表示，要让长租公寓获得金融扶持，就必须创新融资方式。政府有关文件也曾提出，支持符合条件的住房租赁企业发行债券、不动产证券化产品。目前，这类探索正在稳步推进。8月下旬，自如发行了租房市场首单房屋租金分期类ABS（不动产证券化），首期发行规模5亿元。此前，魔方公寓也已发行了公寓行业资产证券化产品。虽然“手无一间房”，但通过将租房分期消费贷款或未来的租金收益作为底层资产来获取融资，将使租赁机构的“本钱”更足。

此外，下一步，我国还将稳步推进房地产投资信托基金试点。

从外部来看，“身份不明”也一直制约着长租公寓的发展——在工商注册时，有的被登记为物业服务，还有的被登记为生活服务，商业用房出租，由此也带来了监管的不确定性。

比如税收。去年，国务院出台相关文件，明确给予住房租赁企业税收优惠，对房地产中介机构提供住房租赁经纪代理服务适用6%的增值税税率，一举减轻了税收负担——在此之前，按照房地产出租业来算税率为11%。即便如此，较少主动交税的个人出租仍比机构出租有着不小优势。

据介绍，机构出租房屋所纳种包括房产税、增值税、企业所得税，整体税率在17%左右。有企业建议，将企业房产税由从价计征改为从租计征，即把税收基数从全部的租金收入降为租金差额，减轻企业负担，扶持住房租赁。

又如消防。经营过程中物业用途类似住宅，经营行为又类似商业，导致目前各地对长租公寓的消防验收标准不一，有的参照住宅，有的参照商务办公，有的参照酒店，还有的归为“出租屋”不用验收。企业建议，应尽快出台专门针对长租公寓的消防验收标准。

目前，国家层面也已提出，各地要梳理新建、改建租赁住房项目立项、规划、建设、竣工验收、运营管理等规范性文件。

据《人民日报》