

对新时期商业银行消费金融发展策略的几点探讨

张秉媛

(南开大学经济学院,天津 300071)

摘要:新时期背景下,我国消费金融发展的速度不断提升,带动了国家经济的持续发展,但是商业银行对消费金融的发展却并不是十分完善,在发展过程中还面临诸多问题,文章对这些问题进行了总结,并提出一些新时期背景下商业银行消费金融发展的策略。

关键词:商业银行;消费金融;策略;国家经济

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.32.041

1 我国消费金融发展的现状

随着互联网的快速发展崛起,以及我国经济发展逐步步入到新常态中,我国消费信贷也迎来了爆发式的增长,经济体量日益增加。现有情况下参与消费金融行业的人员不断增多,可以将这些主体划分为三个类别,即银行金融机构、专业消费金融公司、互联网金融平台。

(1)银行业金融机构。从银行业层面来看,与消费金融有关的主要是存款类和非存款类金融机构,它们是我国消费市场中的重要参与主体。根据相关信息可知,银行业金融机构不管是普通消费贷款增速还是消费贷款总额都高于信贷总额增速,整体发展速度较快。

(2)消费金融公司。为了促进我国消费市场的发展,我国在2010年成立了四家试点消费金融公司,这些金融公司主要为中低阶层的长尾客户群提供金融服务,经过多年的发展,当前已经形成了稳定的发展体系。现有情况下我国消费金融公司已超过二十年,覆盖了各个大中城市。

(3)互联网金融平台。互联网金融平台也是消费金融发展的重要主体,其将互联网作为依托,通过云计算、大数据等技术搜集信息,在对信息进行详细分析之后开发消费金融产品。从2012年到2014年是我国互联网消费金融发展的起步阶段,后来随着互联网的快速普及,互联网消费金融业进入到了快速发展过程中,呈现出井喷式的发展速度。其中京东金融、蚂蚁金服等是互联网消费金融中较为典型的模式,品牌影响力和贷款规模等都不断提升。京东金融消费金融的主要方式为“京东金条”消费贷款、“京东白条”分期付款;蚂蚁金服的方式主要为“蚂蚁花呗”、“蚂蚁借呗”等。

2 商业银行消费金融发展中所面临的问题

虽然近年来我国商业银行也积极开发发展消费金融,在这方面投入了较大的精力和时间,但是整体来看,消费金融发展依然不是十分科学,其中还存在诸多问题。

2.1 消费金融产品单一

新时期下人们的生活水平不断提升,需求更为多元化,对消费金融产品的要求也不断提升,商业银行应当根据不同消费者的需求开发丰富的消费金融产品,以满足客户的多元化需求。但是很多商业银行在这方面做的并不好,所提供的消费金融产品大部分都是传统产品,并没有根据消费者新时代下的新需求开发消费金融产品,尤其是不注重开发服务型的消费金融产品,导致消费金融发展面临着较大的阻碍。

2.2 没有构建科学的风控体系

当前我国商业银行在发展消费金融的时候对风险审核往往依靠人民银行的征信系统,并没有构建自身的风险系统,导致风险评估不是十分精准,影响了消费金融发展的成效。现有情况下国内大部分银行都缺乏IT风险管理能力,且不同银行的能力不同、对风险管理的认识以及风险管控能力也不相同,特别是基层银行更是缺乏IT风险管理的技能。这导致银行在开展信贷审核的时候会顾虑风险而提升审核的条件,并放慢审核速度,对用户消费金融体验带来了不好的影响,阻碍了消费金融的发展步伐。此外,很多银行的审核

成本会强加于消费信贷主体成本上,这也在某种程度上降低了用户的消费信贷需求。

2.3 不注重对互联网的运用

由于我国商业银行在我国金融市场中处于主导地位中,长期以来没有与之相抗衡的主体,所以导致很多商业银行都存在“傲慢”心理,在日常发展中不注重对他人经验的吸收,相关人员的思想观念较为滞后,影响了消费金融的发展水平。如,当前很多商业银行在发展中都是采用线下模式,线上业务类型较少,且线上服务不够完善,影响了消费者的积极性。从另一方面来看,商业银行消费金融营销方式也较为单一,线下营销是主要方式,不注重运用互联网构建线上场景开展营销,导致其营销成本较高,且营销效率极为低下。

3 新时期下商业银行消费金融发展的模式

3.1 利用互联网打造全方位消费金融平台的模式

商业银行要注重对互联网技术的运用,通过先进的技术对自身的客户、渠道、品牌等优势进行整合,从金融产品、业务平台以及业务构架等多方面对消费金融业务进行创新,打造全方位的消费金融平台。第一,成立内部信用消费金融中心。如工商银行在2015年成立了个人信用消费金融中心,对个人消费贷款业务进行了整合,并开发了纯信用消费、无担保、无抵押等信贷业务。其它商业银行也可以以此为基础构建信用消费金融中心。第二,大力发展网上商城。充分运用新技术自建互联网场景,并在该场景中为客户提供消费信贷服务。第三,打造个人信用消费贷款品牌。我国人民普遍存在品牌意识,对品牌较为关注,对此商业银行要注重消费金融品牌的打造,以良好的品牌吸引客户,带动自身消费金融的持续发展。

3.2 消费金融公司模式

商业银行可以成立消费金融公司以提升消费金融的发展水平,当前已经有一些银行采用了这种模式,取得了不错的成效,其中中国银行是四大行中首个采用这种模式的银行。中国银行在成立中银消费金融公司的同时也对消费金融业务发展提升了重视度,推出多种消费金融产品并借助于互联网技术为客户全程提供在线信用消费贷款服务,此外还发展了信用卡消费金融产品,业务涉及到租车、装修等诸多方面,提升了消费金融的发展效果。其它商业银行也要吸引其经验,结合自身的实际情况成立消费金融公司,并创新消费金融业务,助推消费金融领域的深化发展。

3.3 信用卡与消费贷款业务重叠发展模式

在该种模式下,银行消费金融被分为两个层面的内容,即信用卡、个人消费金融,这两个部门的业务有所重叠,不仅存在一定的竞争也存在一定的合作,相互影响和推进。当前交通银行、建设银行、农业银行等都对这一模式进行了运用。建行是较早发展消费信贷业务的,当前其主要推出的是“快贷”品牌的消费贷款,客户范围是住房贷款客户、在本行有金融资产的客户、公积金客户等。其消费信贷平台为信用卡业务,信用卡中心独立负责这一业务,且其消费信贷业务与信用卡业务之间存在一定的竞争,依据客户具体的消费行为、信用记录等突出规模化、年轻化等特征,并发展分期付款业务。

4 新时期下商业银行消费金融发展的策略

4.1 开发多样化的消费金融产品

由于当前人们的需求更为多样化,所以商业银行也应当开发多样化的消费金融产品,要对客户群体进行划分,根据不同的客户群体开发针对性的消费金融产品,以提升发展的有效性。这就需要利用先进的技术对自身的客户信息进行整合,并对现有的金融产品进行分析,对市场其它银行的金融产品进行调查,通过综合分析制定消费金融产品库或者产品目录,为更好地开发消费金融产品做好基础工作。比如,可以根据消费者的需求开发教育培训、出境旅游等方面的消费金融产品,还要为客户提供更多的信贷选择机会,如采用一年分期、三年分期等分期方式,在把控风险的基础上还可以让客户自主输入分期时间。

4.2 构建完善的风控体系

商业银行本身经营的就是风险,所以不管是日常其它业务的发展还是消费金融业务发展都需要提升风控意识,构建科学的风控体系。由于消费金融业务具有一定的复杂性,涉及到贷款有关的事项,所以更需要做好风险管理工作。第一,要构建风险识别和监管体系。要结合自身当前消费信贷业务的实际情况构建风险识别体系,注重对消费信贷客户的跟踪和监管,详细分析客户情况,及时对风险进行识别并做出处理。第二,积极培育消费金融有关的人才,以专业的人才为消费金融业务发展助力,并以专业眼光识别风险,提升风险管控的有效性。第三,构建风险预警体系。风险预警体系是帮助商业银行降低风险的重要体系,商业银行应当提前针对于不同的消费信贷客户构建风险模型,选择风险指标,并设定对应的标准,一旦客户情况超出标准,那么系统会自主发出警示,而银行根据警示分析情

况,做好风险防控。

4.3 提升自身对互联网的运用水平

互联网已经成为人们生活中不可或缺的一部分,商业银行在发展消费金融的过程中也应当积极对互联网进行运用,如可以构建有关的 APP,并在其中加入一些社交功能,为用户更好地运用 APP 提供便利,则强粘性。还可以借助于人工智能技术开发消费金融自动化服务,使用户有更高的体验,增强参与消费金融的积极性。还可以通过微信、微博等加强自身与客户的互动,并运用这些方法对消费金融产品进行营销等,如可以针对于每一种消费金融产品设计一些微视频,将这些视频上传到互联网中,消费者可以随时对其进行观看,对消费金融产品进行细致了解,以决定是否购买产品。互联网是商业银行持续发展的重要动力,行业银行应当重视对互联网的运用,以互联网手段为消费金融发展助力。

参考文献

- [1]马晓铮.互联网金融时代商业银行消费金融业务的发展路径研究[J].现代盐化工,2020,47(02):85-86.
- [2]赵保国,薛骊阳.互联网消费金融对中国上市商业银行风险承担的影响研究[J].中央财经大学学报,2019(04):37-48.
- [3]陈昌义,孟安燕,朱守苗.商业银行战略转型的重要方向:消费金融[J].西南金融,2018(03):10-15.
- [4]陈笛,徐梦婷.商业银行消费金融信贷产品营销模式探讨[J].时代金融,2018(05):111-112.