

聚焦·消费金融

首家“信托系”消费金融公司问世 中信信托参与发起设立

■本报记者 闫晶莲

随着国内消费市场升级、居民消费规模和消费结构的转变，消费金融成为各类金融机构争先发展的新领域，信托公司也不例外。

近日，《证券日报》记者获悉，中信集团、中信信托与金蝶国际合资成立的中信消费金融已获银保监会审批通过。中信信托相关负责人向《证券日报》记者表示，中信消费金融的确已经获批筹建，由中信信托作为主要发起人，目前该消费金融公司尚处于初步启动阶段。

就消费金融业务情况来看，近年来多家信托公司均将消费金融列为重点发展对象。而在中信信托参与发起设立消费金融公司成功后，信托公司切入消费金融业务或将迎来“新玩法”。

“金融+科技” 打造新型消费金融公司

公开信息显示，中信消费金融注册资本为3亿元，从股权结构上来看，中信集团、中信信托、金蝶国际的持股比例分别为35.1%、34.9%、30%。中信信托相关负责人表示，此次中信消费金融的发起设立，主要是由中信信托主导进行。而据中信信托2017年年报显示，早在2017年3月20日，公司第五届董事会第十六次会议就已审议通过《关于设立消费金融公司的议案》，距今已近一年半时间。

目前，中信消费金融筹建处于初步启动阶段，人员团队正在组建当中，包括高管团队在内的招聘也



将通过市场化进行。根据市场招聘信息显示，中信消费金融首批招聘岗位包括副总经理、消费金融事业部、风险管理部、信息技术部等多个核心岗位负责人。

中信信托相关负责人指出，消费金融、消费信托等业务本质上属于服务信托，系信托业的本源业务之一。中信信托此次发起设立消费金融公司，主要是基于对消费金融市场的看好。“中信信托在消费金融方面布局较早，早在2013年就推出了中信·消费信托嘉丽泽健康度假产品系列消费信托项目，在业内首推消费信托概念。”

此外，该负责人表示，消费金融与医养、养老、影视、黄金、贵金属等方面多有结合，中信信托发起设立消费金融公司，也是希望能够完善整体业务领域。消费金融与传统信托公司的投行业务模式存在差异，

在人才队伍、系统建设、激励机制等方面均有区别，采取设立持牌消费金融公司的方式对于业务发展更为有利。

由中信集团直接持股35.1%，也是中心消费金融未来开展业务的优势之一。作为一家综合性跨国企业集团，中信集团拥有多元的业务布局。此前，中信集团曾提出“共生共享”的品牌核心地位。“通过消费金融打通产业链，通过信托平台进行资源整合，有利于实现协作效应”，上述负责人称。

另外，此次参股中信消费金融的金蝶国际也不可小觑。据介绍，作为港股上市的软件公司，金蝶国际在财务系统、互联网技术等方面具有相当优势。而在消费金融业务中，系统建设是重中之重的一环。中信信托介绍称，与金蝶国际合作能够充分发挥各自特长：金蝶国际发挥

技术优势，中信信托则在资产评估和客户资源方面具有专长。

信托公司发力主动管理 挖掘消费金融新机

公开数据显示，截至2018年5月份，获批持牌的消费金融公司已经达到了26家，厦门金美信消费金融有限公司成为首家获批的中外合资消费金融公司。而在这26家持牌消费金融公司中，“银行系”占比多达九成，信托公司则鲜少参与消费金融公司的发起设立。

不过，盘点持牌消费金融公司的股东情况来看，中信信托并非首家信托股东。《证券日报》记者查询天眼查数据发现，业内注册资本排名前列的中邮消费金融股东名单中，出现了渤海信托的身影。早在2015年中邮消费金融成立之际，渤

海信托曾出资1.1亿元成为中邮消费金融持股11%的第三大股东。不过，2017年底中邮消费金融注册资本获批增至30亿元，渤海信托并未参与该次增资，其持股比例也压缩至3.666%。

虽然持有消费金融公司股权情况罕见，但信托公司拥抱消费金融的步伐并未减慢。随着国内消费市场升级、居民消费规模和消费结构的转变，消费金融成为各类金融机构争先发展的新领域，信托公司也不例外。就业务情况来看，外贸信托、云南信托等公司均在消费金融方面发力明显。据悉，早在2008年，外贸信托就与捷信中国合作开展消费信托贷款业务，在该领域深耕时间已有十年之久。而云南信托更是将消费金融作为转型重点，通过其自主研发的“普惠星辰”系统打造消费金融业务的闭环。

另外，接入央行征信系统，建立覆盖消费金融行业的数据库，也是信托公司发力消费金融业务的重要举措之一。目前，外贸信托、中航信托、渤海信托、云南信托等公司均已接入央行征信系统，在推动消费金融业务发展的同时，更是有助于提高反欺诈能力、完善业务合规化建设。

业内人士指出，在消费金融业务中，信托公司应从“放款人”角色转变成为资金的管理者，充分运用金融工具和信托牌照优势，帮助小微金融机构盘活资产流动性、降低资金成本，拓宽终端服务商的融资渠道，以真正迎合消费者需要。具体而言，信托公司可在提供流动支持服务、资产运营服务、风险管理服务等多个方面展开布局。

消费金融“业务忙”催生“增资热” 22家消费金融公司今年注册资本提升近40%

■本报记者 徐天晓

消费金融市场的快速发展促使金融机构在该领域不断加大投入。《证券日报》记者根据国家企业信用信息公示系统统计发现，在该系统中可查到的22家持牌消费金融公司中，有6家公司今年完成增资，22家公司总注册资本近年来已经增加了近40%。

消费金融业务迎来大发展

2009年，原银监会颁布了《消费金融公司试点管理办法》，批准了4家试点消费金融公司。此后随着试点的扩大及审批的下放，消费金融公司数量迅速扩容；据银保监会披露的银行业金融机构法人名单显示，截止到今年上半年末，共有22家消费金融类银行业金融机构法人。

另外，根据公开消息，还有四家

消费金融公司：云南富银消费金融有限责任公司、冀银消费金融公司、珠海易生华通消费金融有限公司、厦门金美信消费金融有限公司已经获批筹建。在已获批的消费金融公司中，银行控股的公司占比超八成。

值得注意的是，随着多家上市银行披露中报，整体来看，各家机构旗下的消费金融业务规模增长迅速。如兴业银行旗下的兴业消费金融股份公司，截至上半年末资产总额为153.42亿元，各项贷款余额为147.85亿元。资产总额和贷款余额与去年同期相比分别增长93%、92%。此外，不同金融机构对旗下消费金融业务披露的数据不一，但业务量普遍大幅增长。

此外，据中泰证券统计，在12家公布上半年经营情况的消费金融公司中，有9家实现盈利。消费金融公司的整体盈利增长迅速；其中，公布盈利数据的消费金融公司中，招商银行旗下招联消费金融净利润为

6.04亿元，排名第一，同比增长11.65%；马上消费金融净利润为3.66亿元，排第二位，同比增长169%。

6家公司完成增资

《消费金融公司试点管理办法》对消费金融公司资本要求包括：“资本充足率不低于原银监会有关监管要求”、“同业拆入资金余额不高于资本净额的100%”、“投资余额不高于资本净额的20%”、“消费金融公司的注册资本应为一次性实缴货币资本，最低限额为3亿元人民币或等值的可自由兑换货币”等。消费金融公司近两年业绩猛增，也促使其增资需求增长。

《证券日报》记者根据国家企业信用信息公示系统对已开业的22家消费金融公司统计发现：今年以来已有6家消费金融公司完成增资，为近年来增资最为密集的一年；

其中，3月16日中邮消费金融注册资本为10亿元增至30亿元，其注册资本截至目前跃居行业第三位，注册资本增加额也位居今年第一；另外，马上消费金融注册资本在今年8月份由22.1亿元增至40亿元，增加了17.9亿元位居第二。

目前，捷信消费金融的注册资本为70亿元，在所有消费金融公司中仍位居第一位；马上消费金融以40亿元位居次位；中邮消费金融位居第三位；招联消费金融以28.59亿元居第四位。

从注册资本变动情况来看，22家开业的持牌消费金融公司，总注册资本已经由今年年初的194.29亿元增加到目前的270亿元，增幅达到39.37%。但如果将去年已经完成增资的捷信消费金融剔除后，其他21家消费金融公司今年以来总注册资本增加额已经超过了60%，可见消费金融公司增资欲望强烈。

中泰证券认为，在大量P2P平台和小贷公司退出消费金融市场之

后，行业集中度提升，恶性竞争减少，稳健经营的消费金融公司有望在长跑中胜出。

另外，消费金融的快速增长也源自商业银行对线上金融服务投入力度的加大。如招商银行表示，通过掌上生活App渠道成功办理的消费金融交易占总消费金融交易比例的48.81%。招商银行App和掌上生活App已成为本公司重要的零售经营阵地。

上述研报指出，无论是分期业务还是现金贷业务，从场景获取客户是消费金融的核心能力，一方面可有效获取目标客户，降低欺诈风险；另一方面有助于信贷产品的结构设计和定价，降低信用风险。持牌消费金融公司除了资金成本优势之外，银行股东可提供风控模型和网点客户资源支持，产业股东提供丰富的线上及线下消费场景，在此基础上加强自身运营能力及风控能力建设，消费金融业务的持续发展可期。

金融快讯

信托业协会： 引导行业精准扶贫

■本报记者 邢萌

昨日，中国信托业协会在微信发文指出，要引导行业精准扶贫。

文中称，打好脱贫攻坚战是党的十九大提出的三大攻坚战之一。当前扶贫工作已经进入攻坚阶段，动员更多社会资源进入扶贫慈善领域，创新金融扶贫模式，开展可持续扶贫尤为关键。2017年，协会认真落实定点扶贫工作，引导行业深耕细作慈善信托在扶贫领域的应用，推动信托公司加大扶贫项目投入，带动更多贫困户脱贫致富。

一是协调“中国信托业公益慈善基金”提供资金帮扶。自2016年起连续5年，每年从“中国信托业公益慈善基金”捐赠70万元，用于帮扶定点扶贫对象甘肃省和政县、临洮县。

二是引导信托公司设立定点扶贫慈善信托。2017年12月份，协会会同长安信托、四川省慈善总会共同设立“中国信托业·长安慈善·四川省慈善总会·定点扶贫慈善信托”，为贫困户养殖提供保费补贴和贷款利息损失补偿，提高贫困户“造血”能力。2018年3月份，协调国投泰康信托、中航信托分别成立了“2018甘肃临洮产业扶贫慈善信托”和“中扶临洮百合百家慈善信托”，用于支持甘肃省临洮县特色百合产业发展。

三是协调贫困县的电网改造建设。通过英大信托协调国家电网甘肃省电力公司加快推进上述两县农村电网的改造升级。

据了解，中国信托业协会从2013年联合四川信托有限公司在四川省慈善总会设立的“中国信托业公益慈善基金”中，每年支出70万元，自2016年起连续5年，共350万元代表协会全部70家会员单位，用于帮扶甘肃省和政县、临洮县；除此之外，中国信托业协会还引导、协调和支持信托公司利用制度优势、自身资源禀赋设立“慈善信托”，助力精准扶贫。

蚂蚁金服 推出区块链电子处方

■本报记者 邢萌

昨日，复旦大学附属华山医院携手蚂蚁金服，推出全国首个区块链电子处方。该技术能解决医院里处方精准无误且不可篡改、复诊患者拿着处方在不遵医嘱情况下重复开药风险等多个问题。今后患者只需要点开支付宝华山医院生活号，就能把病给看了，医生远程开好处方药，患者在家坐等送药上门。

如何保证患者收到的药是准确无误的？华山医院选择了与前沿科技“握手”：携手蚂蚁金服区块链、物联网和饿了么，在处方药开出的那一刻起就开始“盖戳”，线上开药、线上配药、送药、签收药，都会被盖上一个“戳”，这些“戳”不可篡改、全程可相互印证及追溯，患者可以放心收药，而不再担心处方在流转过程中被篡改；处方的唯一性也得到保证，因为一张处方一旦盖戳已配送的“戳”后，就不能再次配药了；此外，如果出现问题，处方的物流信息全都能追溯。

医院，尤其是一线城市知名医院看病难，是持续多年的老问题。华山医院信息科副主任张琪介绍，很多初诊患者想来华山医院看病，但挂不到号，因为很多号源已经被复诊患者挂去了。而复诊患者中，大部分是慢性病患者，他们通常要长年累月地吃药，处方药一次通常只能开7天-14天的药量，以往复诊开药都得到医院排队挂号、看医生、排队取药，也很麻烦。

此次华山医院首次试水区块链电子处方，就是希望把复诊患者都引到线上看病，以提高看病效率，同时保证处方药流通安全。张琪表示，此次先以内分泌科为试点，试点成功后将在全院推广。

华山医院此次携手的蚂蚁金服，区块链技术目前处于全球领先地位，不但拥有全球最多的区块链申请技术专利，还在业内率先加速推进区块链规模化落地。

据统计，到目前蚂蚁金服区块链已经在公益溯源、商品正品溯源、跨境支付、房屋租赁溯源、电子票据溯源、公积金溯源、供应链金融等领域实现落地。

宜人贷与新网银行合作 发力数字普惠金融

本报讯 近日，宜人贷与新网银行战略合作签约。据悉，此次合作中，双方将致力于全方位、多层次的广泛合作。

根据战略合作协议内容，双方将结合广泛的应用场景，以大数据、云计算、人工智能等技术在金融科技领域的创新应用为基础，共同推动包括流量分发、数据积累与分析、营销智能化、用户触达等多个业务链条的能力共享和技术升级。

根据资料显示，新网银行是全国第三家、中西部首家基于互联网模式运行的民营银行，目前以来累计服务了超过1600万用户，累计发放贷款超过1000亿元。

宜人贷首席执行官官方以函表示：数字经济时代，迎来实现普惠金融的新契机。

目前在金融科技发展的大格局中，原来的各自为战被共享和融合的共识弥合，这样的趋势使得机构间合作变得必要且必然，结合双方资源优势进行的合作链条重构与新角色分工，在服务场景、客户群体、服务深度等领域进行创新，将使得数字普惠金融呈现更多的可能性。如果说金融科技的生产是数字普惠金融的开端，那么在金融科技生态中各要素的融合，则意味着数字普惠金融进入新的发展阶段。（李冰）

本刊主编 徐天晓 责编 王宁 制作 袁景
E-mail: xrtbjrj@126.com

保险消费者去年人均保单 2.89 张 已婚人群比单身更愿意买保险

■本报记者 苏向泉

2018年9月13日，中国太保携手普华永道发布《中国保险消费者白皮书》(下称“白皮书”)，该白皮书以中国太保超过1.23亿名的全量客户数据为样本。白皮书显示，保险消费者去年人均保单2.89张，已婚人群比单身更愿意买保险，但消费者保险观念仍停留在为本人投保阶段。

男性保险消费者超六成

白皮书以医疗、意外、重疾、寿险、养老、教育、财富、车险、家财九大保障领域全景式的保险保障体系为分析框架，以保障保障范围、组合、水平、成本支出、性别、地域、个体及家庭特征为参数，从总量和结构等不同维度，刻画中国保险消费者特征。

白皮书显示，男性为保险主要消费客群，消费者中男性客户占比达60.8%，女性占比为39.2%；女性保险

意识在过去七年里有了一定提升，消费者中女性占比提升了2.4个百分点，但仍低于男性的21.6个百分点。

从年龄来看，80后保险意识更强，是消费者主力军。2017年保险消费者中，31岁-40岁的客户占比最高，为29.7%。

从投保角度来看，消费者保险观念仍停留在为本人投保为主，女性较男性更关注子女保障。整体而言，消费者为本人购买保险的比例为76.1%；其次倾向于为子女购买；女性客户比男性客户更愿意为子女购买保险。

引人注意的是，中国保险消费者中，已婚有子女的消费者占比最高，高达78%；其次为单身，占比为13%。此外，已婚有子女的家庭通常风险意识更强，尤其是年龄在30岁至40岁的消费者，保险意识更强，更愿意花钱购置保单。随着经济的发展，整体人均保费支出也随之上升，尤其是教育险保费增加迅速，反映了父母对子女更愿意进行经济投入。

2017 年人均保单 2.89 张

从保险消费者保单持有及保费支出情况来看，中国保险消费者中，2017年持有保单的消费者占比达到64%，比2010年上升19个百分点。人均持有保单从2010年的1.96张，增长至2017年的2.89张。

此外，各年龄阶段的消费者第一张保单都首选意外险，年轻人和老年人次选医疗险，中年人首选寿险。保费方面，教育险人均保费最高，养老次之，第三位是财富管理。

对此白皮书提到，随着社会发展，交通越来越便利，但由此引发的交通事故数量，涉及的人员伤亡数量风险触目惊心，给消费者敲响了警钟，消费者对出行安全越来越重视，故在首次购买保险时更倾向意外险。

从近几年热门的医疗险来看，2017年医疗险消费者占比超过一半，相较2010年上升24个百分点。此外，医疗险以短期消费者为主，个人

购买医疗险的意识增强，2010年-2017年，个人客户占比不断上升，2017年个人客户占比超过90%。此外，医疗险总体以男性消费者为主，男性更关注一年期以下及短期医疗险，25岁-50岁为购买医疗险的主力军，医疗险投保人和被保险人50岁以上占比均呈现逐年上升的趋势。

从重疾险来看，消费者关注健康保障，重疾险消费者占比明显提升，尤其是2016年和2017年占比提升更为明显；截至2017年，重疾险客户占所有客户比重的9.1%。但总体来看，重疾险保障水平偏低，发展空间大，重疾险长期险人均保额为23万元，短期险人均保额为4万元，与重疾医疗费用需求相比偏低。此外，重疾险尚未成为公司为员工投保的主要保障，仍以个人投保为主。

从保险密度来看，我国保险需求整体呈上升趋势，但与发达国家相比，保险需求仍未得到彻底、有效的释放。保险消费者人数、人均保费支出、人均保单数等都表现出明显的地