

盈利空间受挤压 资产质量存隐忧 消费金融公司日子不好过

“重构与洗牌是当前消费金融行业的关键词。行业竞争愈发激烈,对客利率一降再降,获客成本不断走高,市场风险持续攀升,都倒逼消金公司重构业务模式,重塑客户结构,将‘谋自营’作为转型重点,但这需要长期投入,以及允许一定的试错成本。”某头部消金公司人士向记者坦言。

资产荒背景下,消金公司的日子不好过。作为零售业务增利创收的重要引擎,消费金融领域成为不少商业银行与互联网贷款平台的必争之地。然而,商业银行的业务下沉与互联网贷款平台的内卷,正在削弱消金公司的竞争力。

即便是具有多重优势的头部消金公司,除了大手笔增资的蚂蚁消金,其他公司2024年上半年净利润均为负增长。业内人士表示,部分消金公司正通过缩小规模、审慎经营、压降贷款利率、优化客户结构,提升客户质量。从该行业现状来看,野蛮生长期已然过去,质量分化的拐点悄然到来。

● 本报记者 张佳琳

头部消金公司2024年上半年资产总额与净利润情况				
名称	总资产 (亿元)	总资产 同比变化	净利润 (亿元)	净利润 同比变化
蚂蚁消金	2715.95	37.79%	9.25	107.87%
招联消金	1578.01	-8.91%	17.24	-7.41%
兴业消金	726.51	-12.60%	2.77	-78.09%
中银消金	734.09	/	/	/
马上消金	698.21	3.17%	10.68	-20.65%
中邮消金	629.04	17.98%	2.38	-4.80%

数据来源/相关上市公司2024年半年报 制表/张佳琳



视觉中国图片

头部公司业绩下滑明显

“受经济形势、市场环境,以及金融行业产业结构调整等因素影响,上半年消费金融行业整体面临巨大挑战。”某头部消金公司业务负责人说。纵观2024年上半年消金公司相关财报数据,可发现持牌消金公司总体经营业绩呈收缩态势,其中头部公司业绩下滑尤为明显。

当前仅蚂蚁消金、招联消金、兴业消金、中银消金、马上消金、中邮消金资产规模在600亿元以上。除了蚂蚁消金,其余五家公司今年上半年净利润均为负增长,个别头部消金公司甚至面临巨额亏损。

资产总额方面,蚂蚁消金稳居行业头把交椅。截至2024年上半年末,蚂蚁消金资产规模2715.95亿元,同比增长37.79%。今年上半年,蚂蚁消金实现营业收入59.85亿元,实现净利润9.25亿元,同比增长107.87%。

业内人士分析称,今年上半年蚂蚁消金利润数据增幅较大,与去年增资后一次性拨备计提有关。2023年,蚂蚁消金连续两轮增资,注册资本由80亿元增至230亿元,并在去年末进行了一次性拨备计提,对当年利润数据产生较大影响,利润增长延迟到后续财报中逐步显现,今年上半年的数据已体现出这一特征。

其他头部消金公司今年上半年经营业绩均出现不同程度下滑。相较于去年同期,招联消金各方面数据均有所下滑。截至2024年上半年末,招联消金资产规模1578.01亿元,同比缩水8.91%。2024年上半年,该公司实现营业收入92.68亿元,同比下降1.05%;净利润17.24亿元,同比下降7.41%。

对于今年上半年营业收入、净利润同比双

降的情况,招联消金相关负责人向记者表示,上半年消费金融行业面临各方面挑战,作为行业头部企业,招联消金通过动态调整经营策略,以科技助力减费让利幅度提升,展现经营韧性。

同样处于第一梯队的兴业消金、中银消金、马上消金、中邮消金,今年上半年经营数据也有所下滑。截至2024年上半年末,兴业消金资产规模726.51亿元,同比缩水12.60%。2024年上半年,兴业消金实现净利润2.77亿元,同比下降超78%。截至2024年上半年末,马上消金资产规模698.21亿元,同比增长3.17%。2024年上半年,马上消金实现净利润10.68亿元,同比下降超20%。

值得注意的是,中国银行未在2024年半年报中披露中银消金上半年营业收入、净利润数据。但持有中银消金13.44%股权的上市公司陆家嘴在其2024年半年报中披露,按照权益法确认,中银消金带来4100余万元亏损。据业内人士测算,中银消金上半年净亏损超3亿元,净利润同比下降超200%。

行业僧多粥少

头部消金公司业绩承压的同时,部分腰部消金公司2024年上半年财报数据喜人。其中,宁银消金与南银法巴消金多项业绩指标同比增幅超100%。

截至2024年上半年末,宁银消金资产规模541.28亿元,同比增长193.41%;2024年上半年实现净利润1.98亿元,同比增长117.58%。截至2024年上半年末,南银法巴消金资产规模461.10亿元,同比增长超103%;2024年上半年实现净利润0.72亿元,同比增长超53%。

谈及为何部分腰部消金公司业绩增长势

头向好,素喜智研高级研究员苏筱芮认为,一方面,经营策略得当,年内在股东协同、机构合作等方面有所进步;另一方面,规模基数较小,在业绩增长、策略转向等方面较头部机构更具优势。

从绝对值来看,宁银消金、南银法巴消金等公司在资产规模、营业收入等方面较头部消金公司有着不小差距。消金行业头部集中度相对明显。据平安证券研报测算,截至2023年末,资产规模最大的5家消金公司资产合计占比超过行业总规模的50%。

“现在消金行业僧多粥少,头部消金公司往往占据着技术与资源等方面优势,行业马太效应明显。头部消金公司压力都这么大,其他消金公司日子更不好过。”某尾部消金公司人士向记者表示。

据记者多方调研,在资产荒持续背景下,越来越多玩家入局消金行业,使得该领域盈利空间、资产质量持续承压。

从产品端来看,消费贷是消金公司的主打产品。消金公司的客群定位是覆盖传统商业银行难以广泛涉及的长尾客户,贷款年化利率为7%至20%。相较传统商业银行,多数消金公司的产品策略是小而快:户均贷款规模更小,放款速度更快。

然而,商业银行持续下沉与互联网贷款平台的竞相入局,不断削弱消金公司的竞争力。对于银行而言,在对公业务存在瓶颈、个人住房贷款有所缩减的背景下,部分银行迫切希望通过低价方式在零售市场打开局面,多家银行消费贷利率已跌破3%。

对于互联网贷款平台而言,可以利用金融营销实现流量变现以增加收入,还可增强用户黏性,获得更高的用户留存率。在小而快策略

上,互联网贷款平台优势同样明显。

“LPR持续下调,银行消费贷、各路网贷都在卷利率,我们也不得不调降产品定价。今年以来息差缩窄,行业进入红海竞争状态。资金成本较高、获客效率偏低、运营成本较高的消金公司肯定受影响大。”业内人士告诉记者。

盈利空间受挤压的同时,资产质量的下滑也是摆在消金公司面前的重要课题。“从不良率角度来看,绝大多数消金公司2023年末不良贷款率同比都有所提高,长尾客户受到经济波动的影响更大,导致资产质量有所波动。”平安证券研报分析称。

业务转型谋自营

获客是消金公司的核心业务之一,目前主要有线上线下两种方式。无论是哪种方式,获客成本持续走高都是业内人士向记者反映的重点问题。

银行系消金公司往往可以利用股东网点优势在线下获客,用小而快的现金贷产品触达客户,聚焦线下重资产业务模式的消金公司通常拥有期限更长、笔均金额更大的贷款,但同时存在更高获客成本。

从线上获客方式来看,建设自有私域流量和对接公域流量是消金公司目前主流做法。私域流量依靠自有APP的流量曝光或者股东的品牌优势,公域流量则来源于各大互联网平台。除少数头部消金公司能够借助股东品牌优势实现一定的自主获客能力外,大多数消金公司会通过第三方互联网平台引流获客。

“第三方渠道的使用会推高运营成本,平台给你放得位置越靠前,获客效果越好,但这是随机的。此外,从第三方平台引流来的用户黏性不

高,容易被其他平台吸走。有时候,第三方平台引流来的用户贷款形成的利润与引流的成本相差不多。”某消金公司业务负责人告诉记者。

业内人士表示,消金公司受宏观环境影响较大,外部获客成本持续走高,使得部分消金公司难以通过第三方渠道引流实现盈利。在多重压力下,多数消金公司将“谋自营”作为转型重点。

“部分消金公司正在借助股东的技术、流量等优势,加强数字化转型和自营能力建设,打造差异化的金融服务,拓展线上消费场景,尽可能留住活跃用户,保持客户池稳定增长。而这些涉及场景、风控、运营体系等自主能力的建设,需要消金公司长期投入,以及允许一定的试错成本。”业内人士说。

野蛮生长期已过,行业洗牌将持续。某银行系消金公司人士表示,消金行业经过快速扩张,已经从业绩分化走向质量分化。如何精准把控各个环节成本,最大程度减少价值流失,显著提升运营效率等关键要素,将在极大程度上决定消金公司能否实现可持续发展。

马上消金副总经理孙磊认为,目前整个金融行业都经历着增速放缓的阵痛期。一方面,经过多年的快速发展,行业已触及发展瓶颈,供给过剩,同时缺乏新的增长点;另一方面,大型银行转型零售业务,通过低利率吸引高端客户,有的进一步下沉客群,挤压中小金融机构、互联网金融平台的竞争空间。寻求高质量发展道路已成为行业共识,实现客户、数据、技术、消费者权益保护等领域的协同合作是破局关键。

专家认为,在当前严峻的获客压力之下,消费金融公司在高度重视市场推广的同时,应将焦点置于用户质量提升方面,平衡获客成本与潜在风险之间的关系,持续强化合规管理,在精细化发展之路上稳步迈进。

车车科技张磊解码新能源车险:“险企喊亏”三年内有有望破解

● 本报记者 薛瑾

国务院日前印发的《关于加强监管防范风险推动保险业高质量发展的若干意见》提出,以新能源汽车商业保险为重点,深化车险综合改革。近两年,新能源车险屡次成为社会热议的话题,“车主喊贵,险企喊亏”现象是新能源车险领域亟待破解的头号难题。

对此,车车科技平台车车科技董事长张磊近日对记者表示,难题的根源可以归结为高出险率和高赔付率造成险企综合成本率居高不下。由于边际效应、存量市场增加和保险公司定价能力提升,预计三年内新能源车险承保亏损问题会得到改善,行业将趋近盈亏平衡线。保险公司通过积累更多数据,利用这些数据实现数字化闭环,定价将更加精准。

从亏损到盈利预计需三年

目前,在新能源车险领域,“车主喊贵,险企喊亏”这一问题有待破解。

“这个问题的根源可以归结为两个主要因素:高出险率和高赔付率。”张磊说,新能源汽车出险率高与其加速度性能、车主普遍较为年轻有一定关系。对保险公司来说,新能源汽车平均赔款较多。“这不仅仅是因为零部件维修成

“由于边际效应、存量市场的增加和保险公司定价能力的提升,三年内新能源车险的承保亏损问题有望得到改善。同时,科技手段能够帮助中小保险公司控制风险,让其赔付率和承保利润得以优化。”

本高昂,更在于这些车辆往往具有较高精密度和集成度,提高了维修成本。”张磊表示,很多新能源汽车成为巨大的智能终端,集成了大量的智能化功能,对其风险判断和定价逻辑与传统燃油车完全不同。对于保险公司而言,准确定价和预判事故风险变得尤为困难,而这种不确定性导致了整个行业亏损加剧。

不过,张磊也表示,从长期来看,新能源车

险最终一定会回归到综合成本可控范围。“随着社会化修理能力提升、维修技术成熟,以及配件供应链完善,赔付成本将逐渐下降。随着新能源汽车保有量增加,不同车型的配件可以通用,维修成本的边际效应在递减。保险公司通过积累更多数据,并利用这些数据实现数字化闭环,定价将更加精准,并能够更好地反映车辆的差异化水平。”

“预计三年后,新能源车险将迎来一个盈利的时代。”张磊表示,由于边际效应、存量市场的增加和保险公司定价能力的提升,三年内新能源车险的承保亏损问题有望得到改善,行业综合成本率将回到100%左右,也就是盈亏平衡线附近。同时,科技手段能够帮助中小保险公司控制风险,让其赔付率和承保利润得以优化,从而提升整个行业的健康发展水平。

未来发展的三大关键点

“去年,中国的新能源汽车销量达950万辆。2024年,我们预计这一数字将突破1500万辆。”张磊说,与整个车险的“大盘子”相比,新能源车险的增长更为显著。

去年,新能源车险市场规模首次突破1000亿元,张磊表示,在总计8000亿元的市场中,新能源车险占比显著提升,与2022年相比,新能源

车险规模增长了85%。预计未来三年内,新能源车险市场规模将超2000亿元,占整体车险市场比例也将升至25%-30%。

“车险无疑是中国财产险公司最主要的险种,而新能源车险更是成为各大财产险公司争夺的焦点。这一市场潜力巨大,是一个蓝海市场。”张磊说。

在张磊看来,中国的新能源车险未来有三个关键词。第一个是“嵌入式车险”。未来的车险可能不再只是一个单独的金融产品,而是深度嵌入到车企的整体服务包中,成为车主体验的一部分。第二个是“数据+AI驱动的定价”。通过车机数据与AI技术结合,未来的车险定价将呈现千人千面的特点。通过分析车主的驾驶行为数据,保险公司可以提供更精准的保费定价。第三个是“长期价值”。车险不仅是车企售后服务的重要收入来源,更是成为车主全生命周期价值管理中的重要组成部分。通过提供长期保险服务,车企能够在消费者购买车辆后,持续参与其后续的用车体验,进一步提升用户黏性和品牌价值。

依托数据优势车企积极入局

在未来新能源车险的生态中,车企将扮演不可替代的角色。

“目前,约80%的车企已经开始通过总对总方式管理保险业务,旨在通过数据集成、精准定价以及数字化、智能化的用户投保界面和线上理赔流程,减少用户的保险支出并提升用户满意度。”张磊说,得益于车企越来越多的参与,车车科技二季度新能源车险保单和保费规模均实现翻倍。

在张磊看来,车企在未来的车险市场中将扮演越来越重要的角色。这种趋势可以归纳为车企将成为车险的主要“入口”。“未来三年内,车企有望成为主要保险销售渠道之一。车企通过数字化平台的渗透,将进一步巩固其在车险市场中的地位。”张磊说。

同时,车企也在探索掌握更多投保和理赔的主动权,越来越多的车企选择谋求保险业务牌照。张磊表示,车机数据是实现更精准定价的关键。“车企直接参与保险业务,这不仅能帮助车企增加售后收入,还能增强对保险和理赔流程的控制,提升客户体验。”

“拥有财险牌照车企的优势在于拥有车机数据,能够更精确地区分好车主和高赔付率车主,这为它提供了更好的定价依据。”张磊说,“车企的行驶数据、驾驶行为数据共享,可以让保险公司拥有多元化定价模型,让不同风险级别的车主享受到合理的保费。”