



曾刚，国家金融与发展实验室银行研究中心主任，中国社会科学院金融所银行研究室主任，中国社会科学院中小银行研究基地主任、研究员。主要研究方向为货币金融理论、银行理论与实践，主要著作有《欧元与国际货币竞争》、《货币理论与货币政策》、《货币经济学手册》、《风险管理》、《货币错配——新兴市场国家危机的考察》、《中国商业银行发展战略研究》、《货币流量分析——理论框架及对几个问题的考察》、《西方国家经济社会变迁》等。

“现金贷”的问题与治理

文 / 曾刚

问题“现金贷”与正常的消费金融之间有着本质的差别，却因为问题“现金贷”仿用分期付款“马甲”，使民众甚至传媒将二者混淆，并对有益的消费金融产生负面的影响。

近年来，以互联网为媒介，门槛低、额度小、放款快的“现金贷”业务在我国发展迅速，尤其是在学生、蓝领等人群中，该业务得到了迅速推广。据市场信息机构统计，目前小额现金贷平台已上千家，活跃用户约为3000万人，行业规模也达到千亿以上级别。2017年10月18日，主攻“现金贷”的趣店集团在纽交所上市，再次激发了资本市场对此类互联网金融企业的期待。不过，也应该看到的是，“现金贷”业务本身仍不成熟。过去一段时暴露出不少的问题，在当下金融强监管的背景下，行业前景存在较大的不确定性。

存在的问题

随着业务的爆发式增长，少数平台在“现金贷”开展中存在商业模式不健全、从业人员水平参差等问题，甚至出现了“裸条”、电话骚扰等恶性催债事件，造成了恶劣的社会影响。2017年4月，国家网贷整治办将“现金贷”纳入互联网金融风险专项整治工作，对问题“现金贷”业务开展清理整顿。从实践情况看，存在问题的“现金贷”具有以下特点：

一是利率畸高。“现金贷”产品利率普遍高于我国民间借贷合法利率范围。有市场信息机构披露，市场上超过90%的现金贷产品都是高收益产品，平均年化利率高达150%。此轮摸排整顿中发现，部分现金贷产品利率畸高甚至高达598%。这些产品实质上都是以“现金贷”之名行“高利贷”之实。

二是催债手段恶劣。问题“现金贷”引发社会广泛关注的重要原因，是因为媒体曝出现金贷平台的“裸条”、电话骚扰等恶性催债事件。借贷人逾期后被平台收取高额罚金或被迫在平台“借新还旧”“利滚利”，导致负债成倍增长。在丧失偿还能力后，遭平台黄、暴手段催收，最后酿成悲剧事件。

三是恶意借贷。问题“现金贷”甚至以诱骗消费为引子，吸引、刺激涉世未深、无充足经济来源的学生借贷消费，导致缺乏足够金融常识和自控能力的学生或其他借款主体，因为一两笔与其经济能力不匹配的消费而深陷“现金贷”泥潭。

问题的根源与影响

一是商业模式违背金融规律，缺乏可持续性。风险控制是金融活动稳健长久的基石。对于正常的借贷活动而言，风险控制强调防患于未然，至少须考虑对借贷人偿债能力的审慎评估、对自身资金配置和流动性的管理等基础内容。然而，这种金融风控的基本考量对问题“现金贷”产品而言是基本不存在的，“现金贷”迅速“风靡”的一大原因是放贷“不挑人”。比如“裸条”贷的典型模式即是社交群里跟放贷代表接头，提交裸照和基本信息，即可获得贷款。贷款对象选择粗放等原因，使得问题现金贷的坏账率非常高，有关方面估计行业坏账率普遍在 20% 以上。

对于必将暴露的风险，问题“现金贷”平台的“控制”对策是选择暴利、暴力和诱骗——只有惊人的暴利，才可能覆盖随意放贷导致的坏账；暴利不合乎常理、国家法律，无法通过法律寻求保障，因此只能通过不合法的黄、暴手段寻求私力救济；如此不正常的借贷逻辑只能吸引不考虑责任和后果的劣质客户，因此需要通过诱骗的方式开拓客源。显而易见，背弃正常金融风控逻辑的问题“现金贷”，选择的是一种以非正常途径为支撑的商业模式，其理念和手段与社会基本价值以及法律环境相悖离，不具有可持续性。

二是利用互联网，放大少数问题“现金贷”影响的范围。问题“现金贷”以“恶”为支撑的商业模式与传统高利贷存在相似之处，然而问题“现金贷”比传统高利贷更恶劣，这主要因为问题“现金贷”普遍借助了互联网。相比传统高利贷，“现金贷”营销成本更低、对象更广，营销范围也突破了传统高利贷有效运作的地域障碍。同时，这

不管是监管部门还是网贷平台，都不应寄希望于通过不定期整顿来杜绝高利贷性质的问题“现金贷”，监管制度上的完善才是关键

也使得对问题“现金贷”的监管更具有复杂性。

三是可能对正常的、有益的互联网消费金融产生负面影响。除了对借款人和社会公序良俗的伤害，问题“现金贷”还产生了一种非常恶劣的外溢影响——对有益的互联网消费金融及生活方式产生了扭曲。

一些问题“现金贷”在营销时包装了消费金融的外衣，如对大学生洗脑、诱骗其参加“有助于就业、成功”的职业培训或“低价”购买与其经济能力不匹配的奢侈品、电子产品，并提供利率畸高的所谓“分期贷”，从而使其卷入问题“现金贷”泥淖。这种骗局中，仿用了消费金融中常见的分期付款形式，但内里实质却是高利贷。

合乎国家政策和法律基准的消费金融，应该是对交易各方都有益的：对于消费者而言，在对未来收入预期稳定的前提下，在未来分期偿还眼前的消费账单，不仅可以缓解眼前的现金流压力，还可以因为提前享受或是相对更长久地享受而增进消费效益；对于生产和流动环节而言，消费金融通过开发消费者购买力刺激了消费者的购买欲，整体上会为厂家带来更多订单、加快商家的销售效率；对于金融机构而言，消费金融需求旺盛，为金融机构相关业务带来了广阔市场和可观营收，相对小额、短期的贷款也有助金融机构达到较高资金使用效率。与消费金融相反，问题“现金贷”在消费场景中非但没有达到三方效益增进、共赢，甚至还不同程度地加剧了消费者、厂商或贷款方的资金压力。很明显，问题“现金贷”正常的消费金融之间有着本质的差别，却因为问题“现金贷”仿用分期付款“马甲”，使民众甚至传媒将二者混淆，并对有益的消费金融产生负面的影响。

2017 年 4 月，银监会印发《中国银监会关于银行业风险防控工作的指导意见》（以下简称《指导意见》），当中首次点名“现金贷”，对出借人资金来源、业务营销方式、利率红线和催收问题都提出了具体要求，并要求全行业做好“现金贷”业务活动的清理整顿工作。响应《指导意见》要求，各地方金融主管部门陆续开始摸排问题“现金贷”平台，一些社会影响恶劣的问题“现金贷”得到了有效遏止。

当然，不管是监管部门还是网贷平台，都不应寄希望于通过不定期整顿来杜绝高利贷性质的问题“现金贷”，监管制度上的完善才是关键。预计在国务院金融稳定发展委员会领导下，针对互联网金融的监管制度将日益完善，地方金融监管部门也将“守土有责”，不断强化对“现金贷”等互联网金融的监管力度，以此确保“现金贷”由“恶”向“善”，成为消费金融真正有益的组成部分。④