

解读消费金融公司管理新规:

大幅提高准入门槛 强化消费者权益保护

新华社 张斯文

为深入贯彻落实中央金融工作会议精神,进一步加强消费金融公司监管,防范金融风险,优化金融服务,促进行业高质量发展,金融监管总局近日修订发布了《消费金融公司管理办法》(以下简称《办法》),提出了提高消费金融公司准入标准、强化业务分类监管、加强消费者权益保护等方面的举措,并将于4月18日起施行。

提高最低持股比例要求, 推进有序竞争

《办法》将消费金融公司主要出资人持股比例要求,由不低于30%提高至不低于50%。

在谈及为何提高出资比例时,金融监管总局有关负责人表示,主要出于两方面考虑:一是从近年监管实践看,提高主要出资人持股比例有利于压实股东责任,增强股东参与公司经营的意愿,更好地发挥股东资源优势,促进股东积极发挥支持作用;二是有利于提高决策效率,避免由于股权相对分散而出现公司治理失效失衡的问题。

“这符合中央金融工作会议‘严格中小金融机构准入标准和监管要求’的精神,有助于从源头上保障消费金融公司股东质量,也有助于维护市场适度竞争格局。”招联首席研究员董希淼认为,准入门槛大幅度提高,牌照更“值钱”,竞争更有序,监管要求更高更严,新规或将利好头部消费金融公司。

回顾行业发展历程,2009年,原中国银监会发布《消费金融公司试点管理办

法》,首批消费金融公司成立;2013年,原中国银监会发布《消费金融公司试点管理办法(修订稿)》,成为消费金融公司的基本指引。

业内人士认为,消费金融业务长期以传统银行为主,消费金融公司试点后逐渐形成以传统银行为中心,消费金融公司、民营银行、小贷公司为补充的消费金融业务格局。经过十余年发展,消费金融公司的风险水平、业务模式均发生显著变化,现行办法难以满足对其监管需求。

金融监管总局有关负责人表示,《办法》结合消费金融公司的实际情况,进一步补充完善相关内容,加强与现行监管法规衔接。

在董希淼看来,《办法》更加与时俱进,更加适合形势发展变化,能够助推消费金融公司发挥贴近市场、灵活高效等积极作用。

优化业务范围, 加强公司治理

值得注意的是,《办法》对消费金融公司的业务范围进行了优化调整,更加专注

主责主业。一方面区分基础业务和专项业务范围,将“发放个人消费贷款”“发行非资本类债券”等7项业务纳入基础业务,将“资产证券化业务”“固定收益类证券投资业务”等2项业务纳入专项业务;另一方面取消非主业、非必要类业务,鉴于代销保险可能导致消费金融公司相关投诉纠纷增多,而且行业也基本没有开展此类业务,因此取消了“代理销售与消费贷款相关的保险产品”业务。

业内人士指出,《办法》正式明确消费金融公司可以开展资产证券化业务,进一步增强消费金融公司的资产流动性,提高整体流动性水平,对于降低消费金融公司综合融资成本具有重要意义。

此外,《办法》强调加强公司治理监管,明确了股权管理、“三会一层”、关联交易、信息披露、消费者权益保护、内外部审计和信息系统等方面监管要求。

突出强化消费者权益保护, 推进行业高质量发展

重视金融消费者权益是一个重要趋势。记者注意到,《办法》增加了“消费者权

益保护”“合作机构管理”两个专章,更加突出强化消费者权益保护。

一方面,《办法》压实消费金融公司的消保主体责任。要求将消费者权益保护纳入公司治理,建立健全消保工作机制,设立消费者权益保护委员会,健全完善消保信息披露机制、个人信息保护制度,加强消费者适当性管理。

另一方面,《办法》明确加强对合作机构的约束管理。要求消费金融公司加强合作机构名单制管理、集中度管理,对合作机构进行持续管理和评估,明确合作机构的禁止性规定,避免因合作机构特别是催收机构不规范催收侵害消费者合法权益的情形;要求消费金融公司落实催收管理主体责任,制定催收机构绩效考核与奖惩机制,依法合规开展委托催收行为,切实保护金融消费者的合法权益。

“伴随数字经济的不断深化,持牌金融机构大量运用科技手段赋能传统业务,加剧了机构层面与金融消费者层面的信息不对称。”业内人士表示,之前金融消费者能够接触到的消费金融合作场景多为线下渠道,暴露出一些问题,消费金融机构近年来开展了线上化转型,此举进一步加大对金融消费者的保护力度,有利于推动消费金融领域高质量发展。下一步,消费金融公司应更多运用金融科技,提升催收规范化和智能化水平。

“金融机构也应深化金融科技应用,提升数字消费金融创新能力和服务能力,进一步丰富消费金融产品类型,促进消费金融普惠化。”董希淼说。

黄金消费持续火热 跟风“买金”不可取

《工人日报》杨冉冉

一段时间以来,国际金价屡创新高,国内黄金消费和投资市场也热度高涨。“黄金”成了热词,“年轻人开始热衷买黄金”“银行卖金饰”屡屡登上热搜榜。买金饰,购金条,攒“金豆”,黄金消费热度持续攀升。

购金热潮

近日,延续了春节前后黄金热销的趋势,各大商场的黄金销售柜台依旧宾客满盈。记者调查发现,多家品牌金店的足金价格突破650元/克,甚至有的金饰品价格达到了660元/克。

不断升温的金价走势,却挡不住消费者的购买热情。3月16日,在北京菜市口百货商场,选购黄金的消费者络绎不绝。“来看看龙年生肖黄金首饰,送给好友刚出生的孩子。”一位正在选购金饰的消费者王女士告诉记者。

溢价相对较低的金条及金币,也受到有实物黄金投资需求的消费者青睐。“来看看小金条之类的黄金产品,考虑是否适合投资,或者作为储蓄、避险的工具也不错。”消费者彭先生正在黄金销售柜台研究金条的价格。

在网络平台上,黄金销售同样火热。多个直播间热火朝天地销售999足金产品。一些网络主播在珠宝交易中心火热代购。

中国黄金协会相关数据显示,2023年全国黄金消费量1089.69吨,同比增长

8.78%。世界黄金协会近日发布的《全球黄金需求趋势报告》显示,2023年中国国内金饰消费金额达2820亿元,创历史新高,并预测2024年黄金消费需求将保持强劲态势。

多家黄金珠宝上市公司也业绩预喜,明牌珠宝、潮宏基、萃华珠宝的业绩快报均预计2023年净利润提升,原因都提到了“受黄金行情上涨影响”。

业内人士表示,金饰产品设计上推陈出新,推动中国黄金首饰消费需求提升。一方面人们期待购买黄金饰品带来好运;另一方面,黄金作为贵金属,具有稳定的保值和增值能力,也是人们投资理财的重要选择。

需求猛增

面对不断走高的黄金价格,市场上一股“贴金调换”“买金条打金饰”的消费风潮也悄然兴起。许多消费者把旧金拿到店里,再贴点钱,翻翻行头,抑或是购买金条,拿到街边路边的打金店进行加工。

值得关注的是,越来越多的年轻人开始购买黄金。在不少年轻人眼里,买黄金成为一种储蓄和投资方式。为迎合年轻人



的喜好,各家金店争相推出克重轻、售价低、设计感更强的金饰产品,这些好看又轻巧的黄金饰品,往往不按克重计价,而是“一口价”。

除了饰品,年轻消费群体还会选择买重量只有几克的“金豆豆”“金瓜子”,同时也会在社交平台分享自己的“买金”经验。

记者搜索发现,“攒金豆”话题在小红书等社交媒体上浏览次数超过7000万次。金豆豆工艺简单、成本低、零售单价低、消费群体大等优势,使它适合网销和网购,受到年轻消费者欢迎。

Mob研究院发布的《2022年中国黄金首饰行业洞察报告》显示,5年内,青年人购置黄金的比例已从16%增长至59%。世界黄金协会发布的《黄金需求趋势报告》指出,中国的金条与金币需求从2004年的12吨增长至2022年的218吨。

市场需求增多,也带来了更多的入局者。天眼查专业版数据显示,目前我国现存黄金饰品相关企业2.4万余家,其中今年1月新增注册企业与2023年同比增长290%。

此外,银行也开始与金店“抢生意”,相比于在传统的金店购置黄金,“银行买金饰”成了不少消费者的新选择。记者调查

发现,中国建设银行、中国工商银行等多家银行均有实物金饰在售,从手镯到戒指,从金豆到项链……不仅是品类齐全,价格相较金店还更优惠,吸引了消费者的注意。

规避风险

黄金消费持续火热,随之而来的是有关的投诉与日俱增。记者在某投诉平台搜索,因为购买到“假黄金”而发起的投诉,就超过5000条。

在一些网络直播间,主播不断以“足金、国检证书、999元”等为噱头售卖相关黄金产品。有多位消费者投诉,他们在网络平台购买的“999足金”产品存在“以假充真”“掺杂掺假”等情况。

此外,还有消费者反映,他们购买过有问题的黄金饰品的一些网店,过一阵子可能就关闭了,但销售相同产品的店铺却一直层出不穷。

中消协发布的2023年全国消协组织受理投诉情况显示,黄金首饰投诉量大幅增加,“金豆”等产品实际含金量低于宣传标识等情况大量发生。

有消费者反映,将积攒的金豆送去打首饰时发现金豆纯度不足。一位黄金回收店的工作人员对记者表示,市面上很多小金豆纯度不足,店内已不再回收金豆。

业内人士表示,黄金消费虽热,但盲目囤货、跟风“买金”不可取。在选购金饰品时,需要注意品牌是否有完善的售后保障和统一的产品标准。销售平台良莠不齐,相关产品可能在质量、成色方面不够规范,应做好对商家和产品的甄别确认,注意规避风险。