

规范出台后对于银行业务发展和消费者权益保护皆有益

银行互联网贷款新规将出台

见习记者 商依琳

4月30日,银保监会网站发布了《中国银保监会2020年规章立法工作计划》。其中,《商业银行互联网贷款管理暂行办法》(以下简称《暂行办法》)最受关注,预计新办法将于本年内正式出台。

今年1月下发到多家银行的征求意见稿也和2018年11月的征求意见稿有多处不同,包括对资金使用途径、助贷机构的合作范围有所限制和对异地线上放贷、联合放贷有所放宽等。

近年来,银行互联网贷款发展迅速,但同时也存在较多问题,规范出台后对于业务发展和消费者权益都有益处。

暂行办法变化不少

银行互联网贷款业务可能被限制的消息一直颇受业内关注。这次发布的《中国银保监会2020年规章立法工作计划》中也是将年内完成制定《暂行办法》确定了下来,是监管层对此业务透露出的十分明确、清晰的积极信号。

据了解,早在2018年11月,银保监会就下发《商业银行互联网贷款管理办法(征求意见稿)》,对商业银行互联网贷款业务的定义和范畴、参与资质、发放余额、授信和风控、数据与模型、联合贷款及其额度、催收合作等多方面做详细规定,并未明确实施时间。

而2020年1月,多家银行也

是收到了《暂行办法》的征求意见稿。和2018年的征求意见稿相比,这次的《暂行办法》存在多处不同。

一是放宽了企业流动性资金贷款额度限制。《暂行办法》第5条取消了意见稿中“50万元”金额限制,只规定“商业银行应根据自身风险管理能力,参考行业经验,确定单户流动资金授信额度上限”。

但在放宽额度的同时也限制了贷款资金的使用途径,《暂行办法》第27条增加了受托支付的具体要求,即“支付对象明确且单笔支付金额超过10万元的个人贷款”“支付对象明确且单笔支付金额超过30万元的流动资金贷款”均应采取受托支付方式。这样的限制应是监管层为了防止线上贷款资金被挪作他用,减少资金违规进入股市、楼市等领域,加大对流动性资金流向控制所做的举措。

二是对单户贷款额度和期限作了限制,即单户个人信用贷款授信额度不超过30万元,个人贷款期限不超过一年。例如,招商银行“e招贷”有18期、24期甚至36期的选择,远远超过了《暂行办法》的限制时间,新规实施后都要作出调整。而对期限超过1年的流动资金互联网贷款,银行至少每年对该笔贷款对应的授信进行重新评估和审批的要求。也就是说,部分银行以前推广的一次授信、循环使用的方式在互联网贷款中是不可行的。

三是放宽对商业银行异地线上



/视觉中国

放贷限制。《暂行办法》第8条取消了地方商业银行向省外客户发放的互联网贷款余额不得超过总余额20%的具体比例和“立足当地、服务当地、不跨区域”的限制,改称“审慎开展跨注册地辖区业务”。

四是规范了助贷机构和助贷方式。《暂行办法》第55条明确要求商业银行不得接受合作机构直接和变相的风险兜底承诺,要求商业银行必须把控核心风控环节,合作机构回归为银行提供辅助性服务。即银行互联网贷款业务模式涉及与外部机构合作的,应当在互联网贷款业务规划中明确在贷款调查、授信评估、贷后管理等环节的具体合作方式,包括但不限于客户推介、风险数据、风险模型、资金支持等方面的合作。

五是松绑了联合放贷业务。

《暂行办法》不仅取消了对联合放贷双方出资比例的限制,同时取消了联合贷款余额的行内比例限制。还强调了商业银行与联合贷款机构的合作方式、收费方式、资质问题等。《暂行办法》规定,除联合贷款的合作出资方以外,商业银行不得将贷款发放、本息回收、止付等关键环节操作交由其他合作机构执行,应当要求合作机构不得以任何形式向借款人收取息费,并在书面合作协议中明确。合作机构不向用户收费,转通过商业银行获得收益,也更利于管控贷款综合成本。

新规注重消费者权益保护

除了上述变化,《暂行办法》还明确了银行互联网贷款的定义,是指商业银行运用互联网和移动通信等信息通信技术,基于风险数据和

风险模型进行交叉验证和风险管理,线上自动受理贷款申请及开展风险评估,并完成授信审批、合同签订、放款支付、贷后管理等核心业务环节操作,为符合条件的借款人提供的用于借款人消费、日常生产经营周转等的个人贷款和流动资金贷款。

而商业银行线下进行贷款调查、风险评估和授信后,借款人在线上进行贷款申请及后续操作的贷款;商业银行以借款人持有的房屋等资产为抵押物发放的贷款和中国银行保险监督管理委员会规定的其他类型的贷款都不属于银行互联网贷款。

业内人士认为,《暂行办法》征求意见稿指导意义极为重要,有利于商业银行互联网贷款业务的合规性发展。

同时,《暂行办法》对于消费者的权益保护也是十分注重。《暂行办法》第9条、第16条、第30条、第31条多强调金融消费者权益保护,特别对金融消费者知情权做了详细规定。总结来说,《暂行办法》要求银行切实承担借款人数据保护的主体责任;加强借款人隐私数据保护;构建独立的业务咨询和投诉处理渠道;确保互联网借款人享有不低于线下贷款业务的相应业务。可见,新规更加重视金融用户的知情权和自主选择权,在平衡金融服务便捷和安全性方面超过2018年的版本,完善了双向互动机制,进一步保护了信息完整性。

银行发力“五五购物节” 金融促进消费提质扩容

正逢“五五购物节”,上海各大行业、各大商圈齐齐发力,全力打响上海“四大品牌”,着力提振消费信心,强力释放消费需求,不断促进消费提质扩容。

如今,人们的生活与金融行为息息相关,金融关系到百姓居家生活、柴米油盐,金融机构面对的是普罗大众,背后承载的是万家欢乐。作为以金融服务为本的国有大型银行,建行上海分行积极响应市政府的大型活动,主动发挥的能力担当,汇集各方力量,为购物节的成功举办创造良好的金融环境和个性化金融产品。

携老字号激发商业活力

在《关于提振消费信心强力释放消费需求的若干措施》(以下简称《若干措施》)中,明确提到深化老字号“一品、一策、一方案”,增强本土品牌竞争活力。“五五购物节”中,不少老字号零售企业正在筹划重磅促销,激发传统老字号的商业活力。

作为上海购物的代表性景点,南京路是上海的必逛之地,也是上海老字号的集结地。此次“五五购物节”建行携手南京路新世界城、永安百货、时装公司、市百一店等,推出满1000元立减100元(或满500元立减55元)优惠。与吴良材、茂昌、老庙黄金等老字号品牌,推出满1000元立减100元(或满10000元立减300元)优惠。与泰康食品、真老房等沪上知名食品店,以及开开集团下老字号龙凤旗

袍、亨生西服等品牌,开展建行“龙支付”最高减50元优惠。

事实上,建行一直关注着上海老字号的建设和打造,寻找金融与老字号的触点和火花。建行表示,购物节包含吃住行游购娱等诸多消费场景,并通过“龙支付”、刷卡满减活动及建行消费券发放的形式广泛触达更多市民,全力促进消费回补和老字号的潜力释放。

多元产品触发消费潜力

汽车消费是各方面都高度关注的领域,涉及千家万户,对每一个普通市民而言,购车都是家庭消费中一笔不小的开支。

数据表明,如今已经有越来越多的市民在购车中选择“汽车分期”,建行理财师表示,“汽车消费对于一般家庭来说是一笔不小的开支,购车分期能让客户提前拥有爱车,不因个人的预算限制而减少对品牌及车型的选择。”

不仅如此,在“五五购物节”的汽车消费方面,建行为车主客户提供车生活一揽子金融服务,服务涵盖车牌、用车、购车所有消费。针对一年中标的车主客户,提供最高30万,每月0.27%的低费率方案,并联动沪上知名购车集团例如永达、东昌等,各集团纷纷拿出特价车、底价车、售后礼包等,让利于民,促进汽车消费。

不久前,地处“宜山路装修装饰一条街”的建行网点转型成为上海建行首家家居主题网点。与传统银行网点不同,该网点设立了各种

家具样板房,让来到网点的客户惊呼“简直像是回到家了一样”。网点的自主终端系统可以为客户提供定制攻略,帮助客户更快选择需要办理的业务,网点还设立了沙龙专区,定期举办一些小型的家装沙龙,有装潢公司的专业人员为需要装修的客户答疑解惑。

“主题网点是我们线下的部分,针对家装消费,建行将线上线下齐步走”,建行家装主题网点的客户经理介绍道,“购物节的‘线上家装节’汇集各类头部装企最大优惠,聚通五大优惠一省到底、百安居六期免手续费、境远主材低至三折,让客户足不出户云端逛展。”

金融科技提升购物体验

“龙支付”是中国建设银行运用互联网思维、打造金融生态系统、围绕客户体验推出的统一支付品牌,也是同业首个融合多技术、覆盖全场景的全新支付产品组合。如今,建行“龙支付”上海客户数已超340万户,亦是建行积极践行人行打造移动支付便民工程、大力推广移动支付业务的有力举措。针对“五五购物节”提出的“五大消费”和“三大经济”核心,建行将依托“龙支付”的产品优势,联合如南京东路、徐家汇、静安寺、陆家嘴、北外滩等,重点商场如新世界城、新世界大丸、太平洋、汇金、久光、正大广场、白玉兰广场、中庚漫游城等,开展线上线下一体化惠民活动。在上海部分商场以及热风品牌连锁店消费,使用“龙支付”消费可享最高

50元立减优惠;在i百联、天天果园、喜马拉雅等平台下单可享“龙支付”更多专属优惠,共同发出声音,助力申城复工复产。

除了个人客户端,建行免费为“龙支付”商户提供拳头产品——聚合支付。顾名思义,聚合支付是指个人消费者通过银行端app、支付宝和微信渠道均可完成支付体验。此种支付模式既扩大消费者受众面,也顺应了市场发展潮流。对商户而言,建行聚合支付具有手续费优惠,清算资金可实现快捷入账等特点。考虑到连锁餐饮企业员工流动性大的特点,建行上海市分行主动对接各家店铺,上门为店员提供手把手的培训,确保每一位店员都知晓购物节活动及熟练使用支付工具,全力保障消费者权益和商户利益。

依托金融科技的力量,建行手机银行特惠商户平台以及建行“龙支付”微信公众号平台,可为政府企业定制和派发优惠券,针对上海地区手机银行上千万活跃用户,做好“千人千面”引流,通过后台大数据实现商户、客户、银行多方共赢的局面。

在新兴消费与餐饮消费方面,建行充分发挥线上渠道的优势开展惠民促销活动。在新兴消费方面,以建行卡·约惠魔都——“惠”享购物季为主题,开展满50元减10元的支付宝绑建行卡活动。活动范围辐射人民广场、徐家汇等著名商圈,触达上海来福士、凯德晶萃LuOne、凯德七宝、凯德闵行、凯德星贸等凯

德华东五大商场内知名品牌、大众消费等店铺,覆盖各层次、全品类。除此之外,还为1000多万上海建行手机银行用户推出了“指尖享优惠,吃喝玩乐购”系列活动,用户只需登录中国建设银行APP——悦享生活——约惠魔都板块即可享受外卖、视听、出游、充值等各类优惠,集合了饿了么、花加、携程等行业龙头企业,为客户带来了一大波福利。在善融商务平台,推出了爱心援疆馆,通过线上消费助力湖北,与爱同行。近期还全新上线“双品网购节”活动,可享受龙支付满减、购物抽奖和品牌商铺领券等福利。餐饮消费方面,联合口碑平台聚焦上海餐饮业,以建行卡·约惠魔都——“惠”享美食季为主题,开展满50元最高减20元的支付宝绑建行卡活动。活动覆盖口碑平台的上海地区各个美食商户,开启线上支付、线下买单双渠道优惠,丰富“五五购物节”的餐饮消费形式。

在上海这座极具魅力的消费之都,建行上海市分行在集全行优势发挥大行担当为商户赋能的同时,通过系列优惠政策及活动方案的进一步优化落地,在抗击疫情及提振消费信心的特殊时期,尽最大限度促进消费回补和潜力释放,为市政府打造最潮、最划算的购物盛宴和消费狂欢,成为“上海购物”品牌的标志性活动贡献建行智慧和力量。在未来,建行上海市分行也会紧跟上海市政府步伐,积极响应市政府号召,与商家通力合作,为消费者带来更多实惠,让“上海购物”嗨起来。