

## 摘要

随着大数据风控系统和智能商业决策系统日益成熟,互联网消费金融凭借强大的技术优势、流量优势和场景优势,交易规模不断增加,截至2020年其交易规模约达到24万亿元,同比增长率达到50%,发展成为消费金融市场主力军。互联网消费金融的快速发展提高了广大居民消费可获得性,推动了普惠金融的发展。但发展过程中问题也逐渐显露,出现了比如出资比例不合理、风险与收益机制不完善,利率偏高、消费者隐私泄露等问题,对互联网消费金融市场的稳定形成威胁。为维护金融市场稳定,监管当局与时俱进,从互联网消费金融的诞生到发展,采取动态调整的监管措施,整体来看,监管当局对互联网消费金融的监管由宽松监管转向穿透型监管,监管总体趋严,以实现金融安全与金融创新的有机平衡。

本文聚焦于互联网消费金融监管,在归纳总结我国互联网消费金融发展演变、监管脉络的基础上,选取互联网消费金融市场领军企业蚂蚁集团为案例研究对象,蚂蚁集团是我国最大的互联网消费金融平台,依靠其强大的流量、风控技术优势,截止2020年6月其促成的互联网消费金融金额达到17320亿元,促进了金融资源优化配置,推动了普惠金融的实现,但是新技术催生新风险,蚂蚁集团在发展过程中诸多风险也随之暴露。本文通过对特定案例蚂蚁集团进行分析,具体剖析蚂蚁花呗与借呗为代表互联网消费金融产品的运营流程、运营过程中面临的主要风险,进一步运用FAHP模型将风险划分为最高层、中间层和指标层三个层次,通过对互联网消费金融风险的评分反馈,对评估结果进行整理分析,得出其当前面临的五大主要风险中,按照影响权重由高到低依次为监管套利风险、流动性风险、垄断风险、操作风险、信用风险。在此基础上对监管现状进行分析,并结合FAHP模型风险评估结果,发现当前监管存在如下不足:一是缺乏明确的互联网消费金融法律法规;二是未能形成政府监管、行业自律和企业内部风险防控有机协调的多层次监管体系;三是监管手段滞后,监管职责模糊等弊端。最后本文根据风险评估结果结合监管现状,聚焦于金融监管角度,基于互联网消费金融运营流程,从贷前、贷中、贷后三个层面提出监管建议,监管建议全方位涵盖企业内部风险防控层面、行业自律层面和政府层面,为监管当局对互联网消费金融新业态进行有效监管提供参考。

本文具体提出以下监管建议:贷前监管层面:一是明确业务实质,明晰监管职责;二是建立行业信息共享平台与机制;三是完善准入制度。贷中监管层面:一是创新监管方式,加强科技监管;二是完善消费者权益安全保护机制;三是完善公司内部治理体系;最后贷后层面:一是建立长效监管机制;二是加强信息披露,建立行业而不不良名单制度;三建立全面的企业内部风险规制体系。构建一套全方位全流程的互联网消费金融市场监管体系,为规范其健康发展提供参考。

**关键词:** 蚂蚁集团; 互联网消费金融; 金融监管; FAHP 模型

## Abstract

With the growing maturity of big data risk control systems and intelligent business decision-making systems, Internet consumer finance has become a mainstay of the consumer finance market with its strong technological, traffic and scenario advantages and its transaction scale is increasing, reaching approximately RMB 24 trillion by 2020, with a year-on-year growth rate of 50%. The rapid development of Internet consumer finance has improved the accessibility of consumption to the general public and promoted the development of inclusive finance. However, problems have emerged in the process of development, such as unreasonable funding ratios, imperfect risk and return mechanisms, high interest rates and consumer privacy leaks, which threaten the stability of the Internet consumer finance market. To maintain the stability of the financial market, the regulatory authorities have kept pace with the times and adopted dynamically adjusted regulatory measures from the birth to the development of Internet consumer finance. On the whole, the regulatory authorities have shifted from lenient regulation to penetrating regulation of Internet consumer finance and tightened regulation in general in order to achieve an organic balance between financial safety and financial innovation.

This article focuses on the regulation of Internet consumer finance, and on the basis of summarising the evolution of Internet consumer finance development and the regulatory pulse in China, it selects Ant Group, the market leader in Internet consumer finance, as a case study. Ant Group is the largest Internet consumer finance platform in China, relying on its strong traffic and wind control technology advantages, and as of June 2020 the amount of Internet consumer finance it facilitated reached However, new technologies have given rise to new risks, and Ant Group has been exposed to many risks in the process of development. In this paper, we analyse the specific case of Ant Group, specifically analyse the operation process and the main risks faced during the operation of the Internet consumer finance products represented by Ant Pay and Ant Debit, further use the FAHP model to divide the risks into three levels: the top level, the middle level and the indicator level, and through the feedback of the scoring of the Internet consumer finance risks, we collate and analyse the assessment results and conclude that it is currently facing Among the five major risks, in descending order of impact weight, they are regulatory arbitrage risk, liquidity risk, monopoly risk, operational risk and credit risk. Based on the analysis of the current

regulatory situation and the risk assessment results of the FAHP model, it is found that the current regulation has the following shortcomings: firstly, there is a lack of clear laws and regulations on Internet consumer finance; secondly, a multi-level regulatory system that is not organically coordinated with government regulation, industry self-regulation and internal risk prevention and control of enterprises has not been formed; thirdly, the regulatory tools are lagging behind and the regulatory responsibilities are blurred. Finally, based on the risk assessment results and the current regulatory situation, this paper focuses on the financial regulatory perspective and proposes regulatory recommendations based on the operation process of Internet consumer finance at three levels: before, during and after lending. The regulatory recommendations cover the internal risk prevention and control level of enterprises, the industry self-regulation level and the government level, providing reference for the regulatory authorities to effectively regulate the new Internet consumer finance industry.

This paper specifically proposes the following regulatory recommendations: at the pre-lending regulatory level: firstly, to clarify the business substance and supervisory responsibilities; secondly, to establish an industry information sharing platform and mechanism; thirdly, to improve the access system. At the level of supervision during lending: firstly, to innovate supervision methods and strengthen technological supervision; secondly, to improve the safety protection mechanism of consumers' rights and interests; thirdly, to improve the internal governance system of the company; finally, at the level of post-lending: firstly, to establish a long-term supervision mechanism; secondly, to strengthen information disclosure and establish an industry and bad list system; thirdly, to establish a comprehensive internal risk regulation system of enterprises. A set of all-round and whole-process regulatory system for the Internet consumer finance market is constructed to provide a reference for regulating its healthy development.

**Key words:** Ant Group; Internet consumer finance; financial regulation; FAHP

# 目录

第 1 章 绪论.....	1
1.1 研究背景与研究意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.2 国内外研究现状.....	3
1.2.1 互联网消费金融模式及特征研究.....	3
1.2.2 互联网消费金融风险研究.....	4
1.2.3 互联网消费金融监管研究.....	5
1.2.4 文献评述.....	7
1.3 研究内容与研究方法.....	8
1.3.1 研究内容.....	8
1.3.2 研究方法.....	9
1.4 本文创新之处与不足之处.....	10
1.4.1 创新之处.....	10
1.4.2 不足之处.....	10
第 2 章 我国互联网消费金融监管概述与理论基础.....	11
2.1 互联网消费金融监管概述.....	11
2.1.1 互联网消费金融内涵界定.....	11
2.1.2 互联网消费金融特征.....	12
2.1.3 互联网消费金融演变历程.....	13
2.1.4 互联网消费金融监管脉络.....	16
2.2 互联网消费金融监管理论基础.....	16
2.2.1 金融脆弱理论.....	17
2.2.2 公共利益理论.....	17
2.2.3 穿透式监管理论.....	18
2.2.4 金融效率理论.....	18
第 3 章 蚂蚁集团互联网消费金融监管案例介绍.....	20
3.1 蚂蚁集团简介.....	20
3.1.1 蚂蚁集团发展历程.....	20
3.1.2 蚂蚁集团主营业务分析.....	22
3.2 蚂蚁集团互联网消费金融运营过程.....	24
3.2.1 蚂蚁花呗与借呗产品设计.....	25

3.2.2 客户信用评估与动态风险管理.....	26
3.2.3 贷款的核准与发放.....	27
3.2.4 贷后监测、服务与催收.....	27
3.3 蚂蚁集团互联网消费金融监管概况.....	28
<b>第 4 章 蚂蚁集团互联网消费金融监管案例分析.....</b>	<b>29</b>
4.1 蚂蚁集团互联网消费金融监管动因分析.....	29
4.1.1 监管套利风险.....	29
4.1.2 流动性风险.....	32
4.1.3 垄断风险.....	36
4.1.4 信用风险.....	38
4.1.5 操作风险.....	42
4.2 基于 FAHP 模型的蚂蚁集团互联网消费金融风险评估.....	43
4.2.1 FAHP 模型理论介绍.....	43
4.2.2 蚂蚁集团互联网消费金融风险层次划分.....	46
4.2.3 准则层对目标层的层次排序.....	47
4.2.4 各指标层对准则层的判断矩阵及权重.....	48
4.2.5 风险评估结果分析.....	50
4.3 蚂蚁集团互联网消费金融监管现状分析.....	51
4.3.1 提高贷前准入门槛.....	51
4.3.2 规范贷中运营流程.....	52
4.3.3 保障贷后借款人合法权益.....	54
4.4 蚂蚁集团互联网消费金融监管存在的问题.....	55
4.4.1 缺乏针对性的监管法律法规.....	56
4.4.2 监管结构体系单一.....	56
4.4.3 监管职责不清晰.....	57
<b>第 5 章 完善蚂蚁集团互联网消费金融监管的对策建议.....</b>	<b>58</b>
5.1 贷前监管层面.....	58
5.1.1 明确业务实质与监管职责.....	58
5.1.2 建立行业信息共享平台与机制.....	59
5.1.3 完善企业准入机制.....	59
5.2 贷中监管层面.....	59
5.2.1 创新科技监管方式.....	59
5.2.2 健全消费者权益安全保护机制.....	60
5.2.3 完善内部企业治理体系.....	60

5.3 贷后监管层面.....	61
5.3.1 构建长效监管机制.....	61
5.3.2 建立行业不良名单制度.....	61
5.3.3 健全企业内部风险规制体系.....	62
参考文献.....	63
致谢.....	67
个人简历、在学期间发表的学术论文与研究成果.....	69

# 第 1 章 绪论

## 1.1 研究背景与研究意义

### 1.1.1 研究背景

当前我国正处于经济结构优化升级的关键时期，消费和创新对经济的推动作用日益显著。近年来我国城乡居民家庭人均可支配收入增长明显，2021 年达到 35128 元，较上年增长 8.1%，居民消费能力与消费需求日益增加，消费发展成为经济增长新引擎。随着互联网技术和大数据的发展，第三方移动支付快迅速发展成为主要支付手段，至 2020 年其交易规模增加至 271 万亿元。在此基础上，互联网消费金融凭借其低门槛、方便快捷等优势，发展成为拉动居民消费和推动经济发展的重要动力，截至 2020 年我国网络零售额达 11.76 万亿元，较 2013 年增长 532%。互联网消费金融在发展初期，监管当局为鼓励创新，促进消费，对其采取了宽松监管的态度，监管环境相对较为宽松。至 2015 年互联网下消费金融迎来快速发展时期，市场交易规模突破 1183 亿元，但其受网络虚拟性、客户肥尾等特征影响，互联网消费金融行业问题频发，诸多大型互联网消费金融平台出现非法吸收公众存款、虚假宣传等问题，给广大消费者及整个金融市场带来巨大损失，连续暴雷的市场乱象行为引起监管当局重视。金融监管作为防范金融风险的有效手段，如何有效对互联网消费金融实施监管对于金融市场的稳定至关重要。自 2016 年起进入严监管阶段，2017 年互联网消费金融专项整治办和中国人民银行先后出台监管条例，将网络小额贷款和非法现金贷纳入严监管。互联网消费金融规模在监管下稳步增加，进一步激活了消费市场，但另一方面由于互联网消费金融风险的复杂性和强关联性，行业不良贷款率也日益提高，2019 年不良贷款率达到 8.65%，为维护金融稳定，平衡金融创新与金融安全，2020 年，监管当局陆续发布网络小贷新规等文件，对互联网消费金融与时俱进采取了一系列的监管措施。

蚂蚁集团作为我国主要互联网消费金融平台，利用强大的大数据征信系统和风控系统极大的提升了消费信贷规模，凭借其普惠性、高效便捷性、低交易成本性等特征，成为促进消费的有效渠道，截至 2020 年 6 月底，其实现消费贷余额超过 1.732 万亿，为超过 5 亿用户提供费信贷，至此消费信贷成为其最重要的利润增长项目之一。依靠强大的金融商业生态系统，蚂蚁集团业务范围覆盖至支付、微贷、理财和保险等众多领域，金融牌照类型涵盖银行、网络小贷、消费金融、

基金、保险、证券、第三方支付七大领域，发展成为互联网金融巨头，但是由于互联网平台的网络效应与规模效应，产生了诸如数据垄断与支付垄断风险、监管套利风险、消费者隐私泄露等风险，对金融市场的稳定形成威胁，引起监管当局高度重视，从蚂蚁集团发展初期到成为互联网消费金融市场巨头，监管当局与时俱进，从宽松监管到进行穿透式重点监管，以实现金融安全与金融创新之间的平衡。2020年11月2日网络小贷新规出台，对网络小贷业务进行规范监管，同年11月3日蚂蚁集团宣告推迟上市，并在监管当局的指导下成立整改小组进行业务调整，2021年4月蚂蚁集团再次被约谈，同日蚂蚁集团公布明确整改行动及后续计划。

### 1.1.2 研究意义

现有研究集中于互联网消费金融风险、资产证券化等层面，而本文聚焦于金融监管，以经典案例蚂蚁集团为切入点，从金融监管视角提出互联网消费金融的监管应与其风险特征相适应，实现金融创新与金融安全的有机平衡的监管目标，为监管当局有效监管以互联网消费金融为代表的金融新业态提供参考。

本文理论价值如下：

第一，有助于丰富监管理论的内涵。本文通过梳理提炼互联网消费金融监管现状及风险特征，深入剖析互联网消费金融监管动因，据此形成一套完整、多层次的互联网消费金融监管理论体系，创新性的提出互联网消费金融监管的主要目标，是实现金融创新与金融安全的有机协调发展，丰富了互联网消费金融监管的内涵。

第二，有助于呈现互联网消费金融监管趋势。本文通过搜集文献资料、梳理监管当局互联网消费金融监管政策，概括提炼出互联网消费金融的发展演变，发现监管当局对互联网消费金融监管主要采取动态调整的监管措施，监管呈现出与时俱进的特征，为互联网消费金融未来监管提供良好的现实基础。

本文应用价值如下：

第一，有助于提出我国互联网消费金融监管改革的有效措施。以互联网消费金融的发展特征与风险特征为现实依据，构建完整的监管体系框架，并以典型案例蚂蚁集团的互联网消费金融监管进行剖析，运用 FAHP 模型对其风险进行评估，在此基础上建立贯穿借贷全过程的多层次多主体的监管模式，为互联网消费金融监管改革提供有效参考。

第二，有助于为监管当局维护金融市场的安全、促进互联网消费金融规范化发展提供参考。蚂蚁集团作为互联网消费金融平台典型代表，其面临的风险有行业共性和代表性。本文基于蚂蚁集团推迟上市事件，结合现有互联网消费金融行

业存在的监管缺失和监管套利等问题,以蚂蚁集团为研究对象,剖析其运营流程,进而分析其互联网消费金融在发展过程中存在的风险及监管现状,并在此基础上进一步运用 FAHP 模型结合当前的监管现状的不足,提出完善互联网消费金融监管的建议,为监管当局对互联网消费金融实行有效监管提供参考。

## 1.2 国内外研究现状

### 1.2.1 互联网消费金融模式及特征研究

互联网消费金融内涵研究方面,学界集中于起源、功能、目标等方向进行研究。从起源看,消费金融内涵源于消费与储蓄生命周期理论 (Modigliani, 1954)<sup>[1]</sup>。20 世纪 60 年代,消费金融被定义为消费者为实现消费需求和效益最大化,运用所持现存和未来资产 (Merton, 1969)<sup>[2]</sup>。从基本功能角度看,消费金融主要可满足消费者支付、信贷和储蓄等基本需求 (Yohe, 1979)<sup>[3]</sup>。我国学者对消费金融做出如下定义,主要指以满足消费需求为基础,为其提供相应的消费贷款等服务 (廖理、王江, 2010)<sup>[4]</sup>。消费金融企业凭借良好的风控制度和服务效率,相比以银行为代表的金融机构有着更高更稳定的利润率 (Cattle, 2004)<sup>[5]</sup>。互联网应随国家宏观经济的发展进行调节,加强业务建设 (Robert, 1988)<sup>[6]</sup>。基于良好的政策环境和市场环境,各主体开始探索消费市场,2013 年以来,众多类型的互联网消费金融平台产生 (陈波, 2021)<sup>[7]</sup>。大数据、云计算的发展,降低了信用风险,互联网金融快速发展 (谢平, 2012)<sup>[8]</sup>。互联网消费金融以互联网为交易媒介,为个人提供小额、短期消费信贷 (鄂春林, 2018)<sup>[9]</sup>。

互联网消费金融的分类模式方面,学术界主要集中于从平台和业务性质等方面进行研究。从参与主体来看,可将互联网消费金融主要分为两大类,一是传统金融机构互联网化,二是互联网企业的消费金融化 (程雪军, 2019)<sup>[10]</sup>。互联网消费金融的发展与互联网技术进步密切相关,根据其交易规模和发展程度,主要分为三个阶段,交易规模与发展程度逐年提高 (冯科、何理, 2016)<sup>[11]</sup>。从产业链角度,互联网消费金融分为六种模式,每一种模式均基于互联网技术为不同层次消费者提供消费信贷服务 (邵腾伟、吕秀梅, 2017)<sup>[12]</sup>。

互联网消费金融的特征方面,学术界集中于从其优势与不足两方面进行研究。从优势来看,互联网消费金融的发展与互联网技术和大数据发展息息相关,后者的不断创新促进了前者的发展 (史强, 2015)<sup>[13]</sup>。互联网技术与消费金融的结合改变了传统消费模式,增强了金融普惠性,促进了居民消费水平的提高 (王巧巧等, 2018)<sup>[14]</sup>。有利于提升消费水平和优化消费结构 (张永丽、徐腊梅, 2019)<sup>[15]</sup>。在互联网技术的支撑下,互联网消费金融运营流程主要通过线上完成,呈现出高

效、快捷、低成本等特征（周斌等，2017）<sup>[16]</sup>。互联网消费金融缓解了信息不对称风险，提高了消费可能性，有效降低了交易成本（Campbell，2006）<sup>[17]</sup>。互联网消费金融通过资源配置，促进了资本流动和消费升级（王平、王琴梅，2018）<sup>[18]</sup>。通过运用 GMM 模型，研究发现互联网消费金融对消费的影响呈现出区域差异性，不同地区的居民受其影响程度不一样（马德功 等，2017）<sup>[19]</sup>。第三方支付市场的发展，为消费提供了强的消费场景，通过误差修正模型发现互联网消费金融可促进消费（崔海燕，2017）<sup>[20]</sup>。互联网消费金融对不同群体影响程度不一样，互联网的普及，促进了农村地区年轻人的消费可获得性（贺达、顾江，2018）<sup>[21]</sup>。通过运用 VAR 模型进行实证，互联网消费金融的发展优化了消费结构，提高了享受型消费比例（赵保国、盖念，2020）<sup>[22]</sup>。按照不同区域进行划分，互联网消费金融对东中部和农村的影响更为明显，就收入水平来看，低收入群体受其影响更为明显，更大程度上促进了低收入群体的消费升级（孙成昊、谢太峰，2020）<sup>[23]</sup>。

### 1.2.2 互联网消费金融风险研究

互联网消费金融风险内涵及产生原因方面。贷款利率或者贷款门槛的提高，在一定程度上会对借款者形成较大制约，导致企业较高的违约风险（Stiglitz & Weiss，1981）<sup>[24]</sup>。通过建立分析模型，基于对企业的信用评级系统与信贷关系进行分析，提出信贷模型（Gordy,2003）<sup>[25]</sup>。互联网平台信息数据的泄露、系统程序的崩溃均有可能引起互联网消费金融风险（Greenstein. M,2013）<sup>[26]</sup>。互联网借贷平台可能由于借款者的信用下滑、财务不佳等原因导致信用风险（Freedman,2008）<sup>[27]</sup>。信用卡持有者一般选择分月进行偿还，而非一次性全额偿还，通过对自己的偿债能力高估，此外，多数消费者选择在经济颓颓靡时偿还借款，而在经济繁荣时期进行借贷（Ganner & Elliehausen,2013）<sup>[28]</sup>。2009 年调查发现，信用卡法案的出台使得高风险消费者转向消费金融公司进行借款（Gregory,2018）<sup>[29]</sup>。为降低信用风险，应加快法规制定和信息披露，对监管机构进行授权，披露信用评分和资质，并采用模型计量信用违约的几率（Buckley & Jeremiah,2017）<sup>[30]</sup>。加强行业监管，建立行业信息共享机制，发挥互联网消费金融行业的自我监管功能，以降低违约风险，促进行业合规经营（PR Newswire,2016）<sup>[31]</sup>。互联网技术的变革，促进了互联网金融向数字金融的转变，算法和技术风险随之产生，也有可能产生操作风险向信用风险的转变（丁晓蔚，2021）<sup>[32]</sup>。

互联网消费金融风险特征方面。从金融本质而言，互联网消费金融风险具有内生性，风险产生与信贷模式密切相关（李真，2014）<sup>[33]</sup>。我国互联网消费金融主要存在风险防范不规范、征信体系建设滞后和消费消费观念不当等不足，加剧

了互联网消费金融风险（尹一军，2016）<sup>[34]</sup>。在信息化网络时代，互联网消费金融依靠互联网技术快速扩张，对其风险监管应采用综合模式（史强，2015）<sup>[35]</sup>。通过在全国范围内进行问卷调查，对借款者的年龄、学历、金额、违约情况进行调查分析，显示互联网金融中，欺诈风险为主要风险，因此相应的监管法规应进一步完善（尹振涛等，2020）<sup>[36]</sup>。不同互联网金融环境下，借贷期限将对信贷风险、利率水平产生影响，随着借贷期限的增加，期限错配风险将得以缓和，因此要完善信息披露，选择合适的贷款期限（胡金焱、水兵兵，2020）<sup>[37]</sup>。金融可得性优化了资源配置和市场收益，而发展普惠金融可从根本上解决网络传销等非法活动，有利于防范金融风险，保护投资者利益（梁平汉、江鸿泽，2020）<sup>[38]</sup>。互联网金融作为一种新业态，呈现出互联网和金融双重特性，存在风控难，治理问题突出等问题，应秉持发展经济与防控风险为目标，建立新金融生态（胡海峰、王禹丹，2109）<sup>[39]</sup>。通过 Probit 模型进行了实证研究，在偏激的政策和宽松监管环境下，非理性消费信贷规模的增加，在一定程度上产生泡沫危机，容易引发系统性风险，稳定的经济环境可在一定程度上抑制风险（祝元荣、杨筱姝，2021）<sup>[40]</sup>。互联网消费金融的互联网特性，使其产生了监管套利，消费者权益保护被侵犯等问题（程雪军，2020）<sup>[41]</sup>。互联网消费金融当前存在诸如，信用风险、管理滞后、资金期限错配导致的流动性风险等，因此消费者应提升风险识别能力，金融机构应提升流动性水平，加强人才培养，减小运营风险（林博，2019）<sup>[42]</sup>。采用系统广义矩估计方法，得出互联网消费金融与传统金融机构之间存在明显替代关系，且替代程度随银行规模不同而有所差异，一般而言，规模与其风险承担能力成正相关（赵保国、薛骊阳，2019）<sup>[43]</sup>。

### 1.2.3 互联网消费金融监管研究

互联网消费金融监管动因方面。金融监管与金融创新之间的错位，容易导致系统性风险（Kim & koo，2013）<sup>[44]</sup>。通过对美国和英国的网络借贷平台进行分析，借入资金和贷出资金的速度都与借款人信用状况相关，融资速度与借款人信用状况成正相关（Gonzalez,2014）<sup>[45]</sup>。一般而言，融资额度越高，融资的可获得性越强，时间越短（Galak，2011）<sup>[46]</sup>。对借款者的借贷历史进行建模，可预测借款者违约可能性，降低违约封风险（Guo et al., 2016）<sup>[47]</sup>。由于存在信息不对称，因此监管者通常是自利而忽略了维护社会福利（Boot &Thakor，1993）<sup>[48]</sup>。从博弈论角度看，金融监管和金融创新处于动态博弈过程（Kane，1981）<sup>[49]</sup>。在适度的金融监管下，有利于推动金融创新发展（Finnerty，1992）<sup>[50]</sup>。政府监管作为一种制度规范，是为了维护相关利益集团的利益而非社会公众利益（Stigler，1971）<sup>[51]</sup>。

我国互联网消费金融监管现状方面。我国加入世贸组织后，现行监管体系问题突出，监管方面存在缺位、协调性差和监管失衡等问题，提出从两个视角建立统一的金融监管机构，负责监管政策的制定和实施（钱小安，2002）<sup>[52]</sup>。金融体系自身的脆弱性，其风险的外溢性和信息不对称更为严重，通过线性模型和纳什均衡解，对金融体系的外溢性特征、不确定性和信息不对称性与金融监管的关系进行实证分析（郑超愚 等，2000）<sup>[53]</sup>。运用主成分分析法，对金融监管进行量化、分析与评估（叶永刚、张培，2009）<sup>[54]</sup>。本质上看，互联网消费金融仍是金融的一种表现，对其监管应根据其业务的特殊性、风险特征和经营模式的差异，监管有异于传统金融机构监管，坚持原则导向监管，实现金融监管的主体地方化（李有星，2014）<sup>[55]</sup>。互联网消费金融占据消费金融行业主体地位，导致传统企业受到冲击，出现恶性竞争，风险高企等风险，提出从法律监管、供给性结构改革等方面进行改革，促进互联网消费金融行业良性竞争（程雪军，2022）<sup>[56]</sup>。在厘清互联网金融产品形态与法律结构的基础上，廓清基于互联网平台展开的借贷行为属性，明确其适用的法律，区分直接融资和间接融资，有针对性的进行监管（黄韬，2017）<sup>[57]</sup>。互联网金融既需要创新又要防范过度创新，两者之间呈现交替上升的关系，通过研究得出创新与监管之间的博弈的最终目标应该是实现双赢（宋洋 等，2018）<sup>[58]</sup>。对于以金融科技为背景的消费金融监管，应把握好监管沙盒的作用，认识到只能适度使用该方法，一方面监管沙盒体现了监管方式向合作监管的转变，另一方面也应意识到局限性，不能大规模解决突破性创新问题（廖凡，2019）<sup>[59]</sup>。互联网消费金融平台作为一种全新的金融业态，以往单一的监管方式难以适应，需以平台特征为基础，建立平台治理模式，实现由机构监管向功能监管与行为监管的方式的转变，建立协同治理机制（夏蜀，2019）<sup>[60]</sup>。

互联网消费金融监管体系构建方面。根据互联网金融的特征和风险，对业务形式穿透，规范违法实质行为，建立长效互联网消费金融监管机制，秉持适当性与必要性原则，以正当手段，保证目标与方式的合理性，将监管贯穿贷款全流程，实施实质性的穿透监管（许恋天，2019）<sup>[61]</sup>。互联网金融发展的同时，应注重对各市场主体权益保护工作，尤其是消费者层面，提出宏观层面要明确保护消费者的合法权益是监管的主要目标，中观层面提出要建立专业消费者保护机构，微观层面提出完善互联网消费金融消费者权益，明确互联网消费金融在廓清互联网金融本质的基础上，从这三个层面构建全方位的消费者保护机制（袁远，2019）<sup>[62]</sup>。互联网消费金融作为金融科技的重要表现形式，对金融市场与服务产生重大影响，监管当局对其应实施包容审慎监管，树立适应性监管思维，将功能监管、厘清中央和地方监管权益，构建风险全覆盖的监管体系，同时应以科技为手段，实行科技监管，以应对金融创新带来的风险（廖凡，2019）<sup>[63]</sup>。互联网消费金融为主的

网络信贷，推动了消费的可获得性和普惠金融的实现，作为金融创新的产物，监管与创新处于博弈状态，监管应把握好安全与创新的关系，重视监管的原则性、开放性和包容性，从调整监管方式、完善法律和征信体系等方面进行具体监管(李时琼，2019)<sup>[64]</sup>。对消费者权益保护应从短期和中长期两个维度展开，提出短期内强化巩固相关保护措施，优先保证互联网消费金融市场的平稳运行，中长期来看应着重发展质量，构建综合性消费者权益保护机制(潘青，2020)<sup>[65]</sup>。共享经济下，互联网金融是受其影响较大，为实现共享经济渗透下的合规发展，提出在把握时代机遇的前提下，对其实施有效监管(邱书园等，2021)<sup>[66]</sup>。为防控以大科技为基础的平台扩张带来的风险，应在把握其风险特殊性的基础上廓清对其监管的边界与尺度，加快中国本土版监管沙盒的构建，构建长效监管机制(胡滨等，2021)<sup>[67]</sup>。金融科技提高了金融效率，但同时其存在的风险隐患对金融规范化发展带来挑战，为确保经济平稳运行，应创新监管理念，建立政府监管与科技监管相融合的监管框架(方意等，2021)<sup>[68]</sup>。严监管政策可通过识别企业金融化为中介变量的传导机制，抑制企业金融化行为，减轻了风险，进而提高资产配置效率，因而监管当局应贯彻严监管政策，适度抑制企业金融化行为，规范实体经济发展，提高市场化水平(马亚明、杨兰，2022)<sup>[69]</sup>。对互联网消费金融行业出现的新型风险，应通过风险和业务实质，构建长效监管机制，从市场准入标准机制、信息披露和风险预警等方面进行完善监管机制(宋寒亮，2022)<sup>[70]</sup>。以P2P网络借贷行业为例，建立包括多方市场主体在内的博弈模型，提出建立统一信用标准，减轻信息不对称带来的信用违约风险，并从市场准入、运营和退出全流程制定相应监管政策(俞林等，2015)<sup>[71]</sup>。互联网消费金融具有的创新性和风险性，监管应协调这两大特征，基于激励相容理论，对其实施包容性监管，在明确监管底线和可包容范围的基础上构建互联网消费金融创新性与风险性协调机制(唐文娟、汤珊珊，2022)<sup>[72]</sup>。

#### 1.2.4 文献评述

国内外现有研究集中于阐述互联网金融的内涵，以及从金融科技的角度分析互联网金融的风险，为本文撰写提供了思想理论基础。但缺少结合具体案例将互联网金融的风险特性与监管相结合的研究，缺少对完整监管框架建立的研究。本文将突破现有不足，选取互联网金融这一新业态，深入分析互联网金融风险特性与监管模式的逻辑关系，并结合互联网金融经典案例——蚂蚁集团，在剖析其互联网金融运营模式基础之上，运用FAHP模型，对其风险进行评估，分析当前监管的不足之处，构建贯穿贷前、贷中和贷后全流程，涵盖政府监管、企业内部风险防控、行业自律三位一体的互联网金融监

管体系，进一步深化我国互联网消费金融监管理论，为我国互联网消费金融监管改革提供参考借鉴。

## 1.3 研究内容与研究方法

### 1.3.1 研究内容

本文聚焦于蚂蚁集团互联网消费金融监管，通过梳理互联网消费金融的监管脉络与风险特征，分析其监管动因，进一步运用 FAHP 模型对风险进行评估，从消费信贷全流程，提出涵盖多主体的监管改进建议。本文具体由以下五部分构成。

第一章为绪论。从理论与现实两方面交代本文的研究背景与意义，并从互联网消费金融内涵及模式、风险、监管现状三个方面进行国内外研究动态的梳理，在此基础上提出本文的创新和不足之处。

第二章为理论部分。根据互联网消费金融风险特征和监管脉络，提出了互联网消费金融监管的三个理论基础，为后文提出互监管动因、监管目标和完善监管的对策建议奠定理论基础。

第三章为案例介绍部分。以行业巨头蚂蚁集团的互联网消费金融为案例研究主体，对蚂蚁集团的发展历程、业务概况、互联网消费金融运营流程及监管概况进行介绍，为后文深入分析蚂蚁集团互联网消费金融监管奠定基础。

第四章为案例分析部分。在前文研究基础上，首先分析蚂蚁集团互联网消费金融监管的动因，即其面临的五大主要风险，并对风险形成的具体原因进行深入剖析。其次，进一步运用 FAHP 模型，通过互联网消费金融领域的专家对互联网消费金融的五大主要风险及其影响因素进行评估，最终得到当前面临的主要风险及其影响因素的权重。再次，对蚂蚁集团互联网消费金融业务借贷全流程的监管现状进行分析，初步发现当前监管存在的不足之处，为后文提出针对性的监管建议奠定现实基础。最后，根据 FAHP 模型得出的风险重要程度结果及当前互联网消费金融监管的现状，分析当前监管存在的主要问题。

第五章为政策建议部分。根据前文得出的风险重要程度结果及当前互联网消费金融监管的现状，分析当前监管存在的不足，构建贯穿消费信贷全流程监管为逻辑，形成政府监管、行业自律、企业内部风险防控三者有机协调的多层次监管体系。

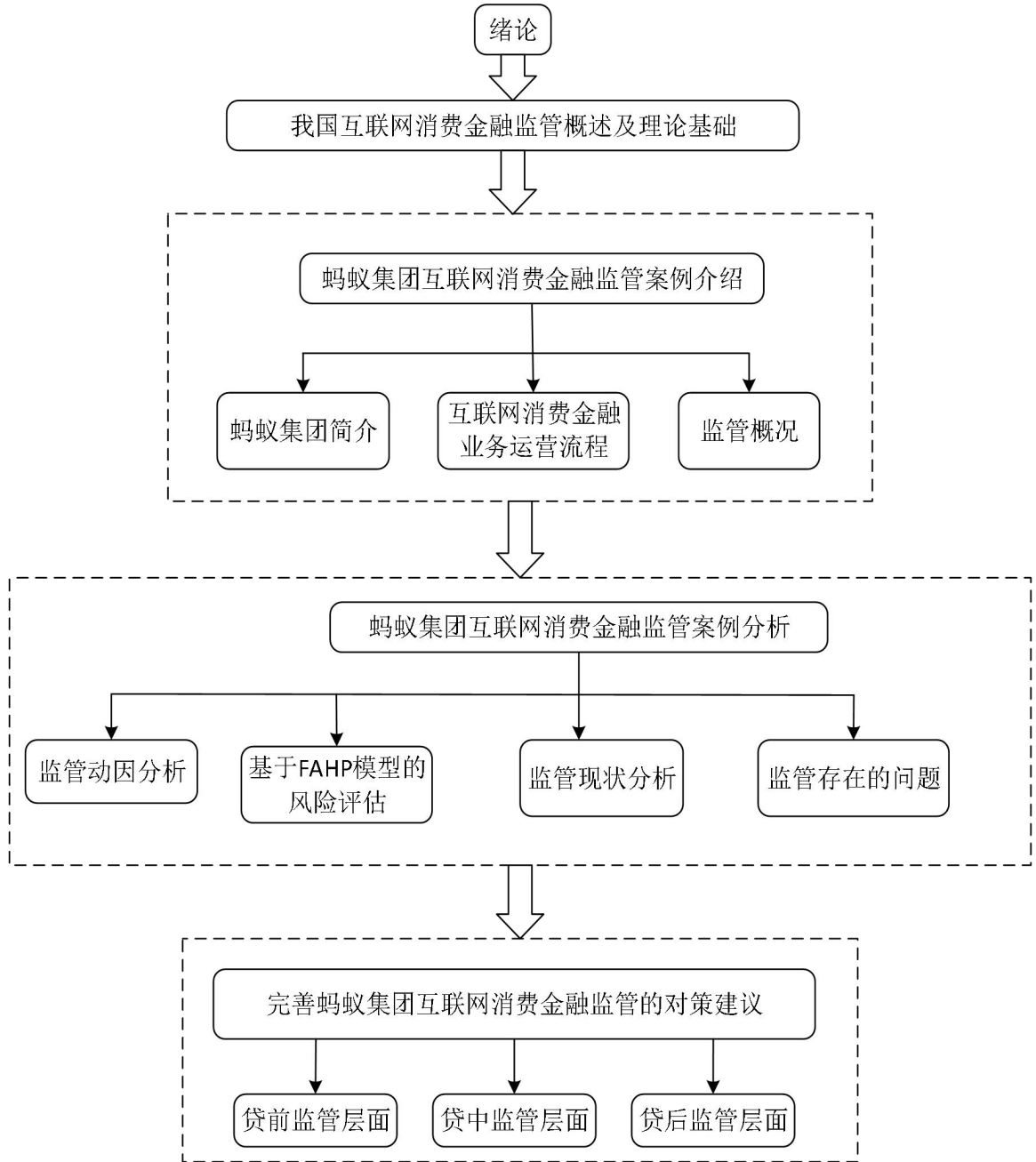


图 1-1 本文技术路线图

### 1.3.2 研究方法

通过大量阅读文献资料，本文主要采取以下方法完成写作：

第一，文献梳理法。本文通过、总结梳理国内外关于互联网消费金融的前沿研究成果、经典案例和理论成果，归纳提炼出本文的研究思路，进而奠定整篇文章的研究可行性和理论基础。

第二，案例分析法。本文通过对蚂蚁集团互联网消费金融运营流程、面临的主要风险及监管现状进行分析，运用 FAHP 模型通过该领域的专家对风险及其影

响因素进行评估，最终得到当前面临的主要风险的权重，根据各风险因素的影响程度，为后文提出监管对策建议提供方向指导。进一步提出贯穿消费信贷全过程的政府监管、行业自律、企业内部风险防控三者有机协调的互联网消费金融监管体系。

第三，模型分析法。为提出更具针对性的监管建议，本文采用 FAHP 模型将风险进行量化，更加清晰呈现当前蚂蚁集团互联网消费金融的风险特征，结合监管现状、产品运营流程和风险因素影响程度，以小见大，创新性提出贯穿贷前、贷中和贷后全流程，涵盖政府监管、行业自律和企业内部风险防控多方位的监管体系，明确我国互联网消费金融监管方向。

## 1.4 本文创新之处与不足之处

### 1.4.1 创新之处

第一，学术界对于互联网消费金融的研究集中于从风险角度进行学术研究。本文将互联网消费金融的风险与监管结合起来，并结合具体案例，以我国互联网消费金融巨头蚂蚁集团为研究对象，对其互联网消费金融产品蚂蚁花呗和借呗的运营流程进行深入分析，剖析其在运营过程中存在的主要风险，并进一步运用 FAHP 模型，将各风险具体分为三个层次，将风险进行量化，让互联网消费金融行业与监管当局全面关注风险的基础上，将全面监管与重点监管相结合，更好的实现监管目标，使得论文的研究更加直观。

第二，本文以实现金融安全与金融创新动态平衡为监管目标，结合当前我国对互联网消费金融实施穿透式的严监管的背景下，聚焦于从监管的角度提出风险防控的现实必要性，并在此基础上构建政府监管、行业自律、企业内部风险防控三者有机结合的全方位全流程的互联网消费金融监管体系。

### 1.4.2 不足之处

第一，由于互联网消费金融等主体业务范围广，风险复杂，互联网消费金融相关数据获取难度大，在运用 FAHP 模型进行风险评估时，以此得出的结论的客观性和适用性还有待提高。

第二，由于互联网消费金融主要依靠大数据及大风控，面临经济周期的变化风险具有不确定性，因而监管政策是动态调整的。受这些因素的影响，本文的结论可能与实际情况的变化有所偏离。

## 第 2 章 我国互联网消费金融监管概述与理论基础

### 2.1 互联网消费金融监管概述

#### 2.1.1 互联网消费金融内涵界定

新常态背景下，消费发展为经济增长新引擎，中央经济工作会议多次强调，消费是连通经济社会各环节的重要纽带，在我国经济稳健发展的背景之下，如何更大程度释放消费对经济的促进作用，加快经济结构升级，成为未来发展的重要趋势。消费金融的产生与发展进一步的降低了消费门槛和流动性约束，并为消费者提供新的消费理念与模式选择。随着互联网技术的创新与应用，互联网深度融合至消费金融运营过程中，大大增加了消费金融产品的种类，提高了消费金融产品的服务效率，降低了消费门槛，延伸了消费的可获得性，另一方面促进了消费金融市场的创新与竞争。本文将互联网消费金融定义为基于大数据风控系统，为借款人提供以消费为目的的消费信贷。根据其在不同时期表现出的特征，本文在阅读相关文献的基础上将互联网消费金融划分为以下几类：

一是传统商业银行主导的互联网消费金融。商业银行凭借其完善的风控系统，其互联网消费金融业务主要服务于征信水平较高的高净值客群，主要代表有中国建设银行与中国银行。二是传统消费金融公司主导型。为应对金融科技的冲击，巩固市场地位，传统消费金融机构积极创新，进行业务转型，进军互联网消费金融市场。三是以蚂蚁花呗等为典型的电子商务主导型。这类电子商务平台依靠强大的流量与消费场景，为消费者在互联网消费平台进行消费时提供消费贷款。第四类是垂直分期平台，这类平台主要依靠分期消费刺激消费，为客户提供消费信贷，目前来看随着消费者消费理念的转换，这类平台市场发展空间较大。第五类是以网络借贷平台为主导。这类平台原本是发挥信息中介的功能，但后期其业务性质变化，产生了诸多平台暴雷事件。

表 2-1 互联网消费金融的分类

	传统银行主导型	消费金融公司主导型	新兴电子商务平台主导型	垂直分期平台主导型	网络借贷平台主导型
典型代表	建行、工行	捷信、中原	蚂蚁花呗、京东白条	分期乐	人人贷
监管主体	中国银保监会	中国银保监会	金融监督管理局	金融监督管理局	金融监督管理局
优势	资金成本低、风控能力强、覆盖面广	审核程序简单、额度更高	获客成本低、风控能力突出	服务精细化，涵盖领域广	审核速度快
劣势	精细化程度低、服务门槛高	风控能力和资金充足度较差	平台垄断明显	缺乏金融牌照	产品同质化严重，资金成本较高

资料来源：根据公开资料整理

表 2-2 传统消费金融与互联网消费金融比较

	传统消费金融	互联网消费金融
覆盖人群	覆盖于有高额消费需求的高净值客户为主。	客群覆盖广泛，包括白领和其他工薪阶层。
获客渠道	依靠传统产品进行线下推广。	客户主动进行线上申请为主。
产品设计	以信用卡消费贷款为主，有固定的还款方式与日期。	产品丰富，还款方式灵活。
服务质量	用户处于被动状态，参与感少。	客户选择性大，资金处理方式多样化，客户参与体验程度较强。
风险控制	依靠人民银行征信系统，服务门槛较高，难以满足其他客户的需求。	以互联网技术为基础，利用大数据风控系统对客户的浏览足迹进行算法计算。

资料来源：根据公开资料整理

### 2.1.2 互联网消费金融特征

通过对互联网消费金融的内涵厘定及与传统消费金融的比较，互联网消费金融呈现出以下优势特征：

第一，客户群范围广泛，实现客户下沉。传统消费金融主要基于客户良好的信用基础，主要客群对象为具有良好征信状况的客户，客户呈现出高净值、违约率低的特征，大数据等互联网技术的发展，提高了客户征信识别水平，客户链条进一步延伸，覆盖至信用状况呈现长尾特征的消费者，推动了普惠金融的实现。消费场景来看，互联网消费金融凭借其方便快捷性从线下转换至线上，消费场景更加多样化，覆盖至生活各个方面。

第二，贷款速度快捷，审批流程便捷。互联网消费金融依靠着强大的大数据计算和算法等技术，对消费者的浏览足迹进行分析，进而形成对消费者的综合信用评分。以蚂蚁集团为例，其通过智能商业决策系统，能够更加快速高效的对消费者的贷款申请进行审批。其次，互联网消费金融的贷款呈现出小额、高频率的特征，互联网消费金融高效的信贷审批可以达到秒批的效果。

第三，无需抵押担保，互联网消费金融效率更高。相比于传统消费金融依赖于对借款者的信用状况进行严格审核，在提供抵押的前提下，来判断是否进行借贷。互联网消费金融则是依靠大数据风控系统，运用追踪技术形成综合信用评分，而无需抵押，进一步的提高了互联网消费金融的效率，增强了消费者体验。

互联网消费金融犹如一把双刃剑，由于其具有金融内生脆弱性等特征，加之其作为新时期的产物，具有互联网+金融+消费的三重性，因而其呈现的风险更加的多样化和复杂化，具体来看其风险呈现出以下几点特征。

第一，风险传染性强。首先，互联网消费金融市场的客群主要为征信状况参差不齐的消费者，客户下沉明显，风险容易在客户之间传播开来。其次，互联网消费金融市场的发展，市场主体纷纷进入互联网消费金融市场，作为连接消费者、商户、资金提供商的主体，互联网消费金融市场的健康发展将影响到其他主体，其外部性导致风险传染性高。

第二，风险的危害性较大。首先互联网消费金融的产生发展虽有效的满足了居民消费，但由于互联网消费金融服务的范围广，涉及消费者、金融机构和相关企业。此外，其提供的产品种类多，包括消费、教育和医疗等，市场规模日益庞大，当风险暴露之时，风险的波及范围广，危害性大，若不及时采取措施进行有效监管，容易引发系统性金融危机，给各主体和金融市场的稳定带来冲击。

第三，风险的传播速度快。互联网消费金融以互联网和大数据为基础而发展，互联网技术升级一方面提供多元化的消费场景，提高消费体验，另一方面，网络的虚拟性和强关联性等特性，使得风险的传播速度更快。

### 2.1.3 互联网消费金融演变历程

2009年消费金融公司试点以来，随着技术创新与消费增长，消费金融模式

不断创新。2014年以来，我国互联网消费金融经历了由爆发式增长到逐步放缓增速的阶段，其发展规模、速度与国内宏观经济形势，如货币政策和财政政策息息相关。2014年至2015年，为降低经济成本，激发市场经济活力，我国多次进行降息降准，这一利好政策为消费金融的发展创造了宽松的宏观环境。2016年以来，受房地产行业暴雷事件的影响，国家对于房贷政策趋严，消费者开始转变消费方式和贷款方式，极大的推动了互联网消费金融市场规模的增长，截至2017年达到4.38万亿元，同比增长超过900%。2018年以来，受国内外局势影响，国外贸易形势的变化和国内宏观政策收紧，消费发展成为促进经济发展的新引擎，2019年消费对经济的贡献率接近60%。2020年以来，受新冠疫情影响，我国经济增长放缓，消费进一步成为经济增长的持续动力，截至2020年互联网消费金融放贷规模达到31万亿元。

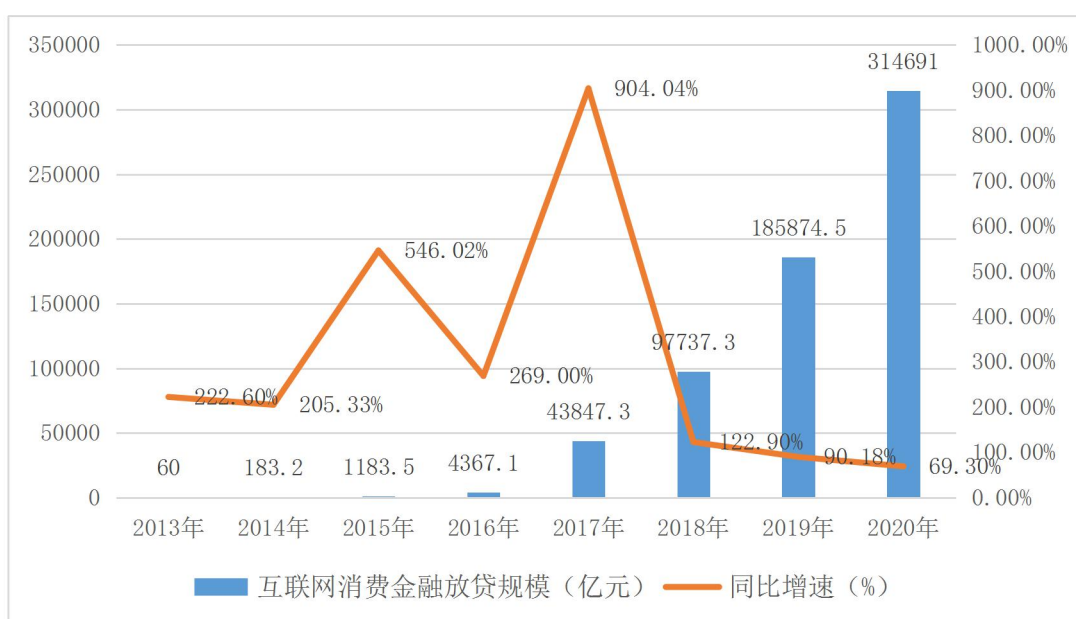


图 2-1 互联网消费金融放贷规模及同比增速 (2013-2020)

数据来源：wind

互联网消费金融从诞生到实现飞跃式发展，不断创新，发展为消费金融市场主要力量，驱动了消费金融在客户洞察、产品设计、服务运营、数据事实在线、风险管理等方面与互联网深度融合。根据互联网消费金融的发展特征，本文将其发展具体分为以下几个阶段：

第一阶段：探索发展阶段（2009年至2012年）。2009年7月，随着消费金融公司试点成功，金融市场主体开始探索新的利润增长点，积极开拓互联网消费金融业务。根据中国人民银行统计，2009年至2012年我国消费信贷规模增长了

超过 88%，这一时期我国互联网消费金融还处于初步发展时期，2012 年交易规模为 6.8 亿元，整体交易规模较小。

第二阶段：市场启动阶段（2013 年至 2015 年）。2013 年以来我国互联网技术不断升级，互联网在消费金融领域的运用更加深入，各主体更大范围内开展互联网消费金融业务，产生了诸如蚂蚁花呗等平台，2015 年花呗交易规模达到 800 亿元，2015 年互联网消费金融市场规模达到 18 万亿元，有力的促进了居民消费、扩大内需。

第三阶段：高速发展时期（2016 年至 2017 年）。2016 年以来，随着大数据风控系统的发展，凭借高效、便捷等优势特征，互联网消费金融以高速增长态势发展成为互联网消费金融市场的主力军。2019 年交易规模达到 9983.4 亿元，同年花呗消费贷款规模超过 9000 亿元。

第四阶段：主导市场阶段（2018 年至今）。2018 年前后，陆续出现消费信贷平台暴雷事件，监管当局出台相关文件以规范引导行业健康发展，互联网消费金融凭借其高效便捷性、低交易成本等特征仍然保持持续的增长，2018 年交易规模超过 9 万亿元，较 2014 年增长 370%，预计到 2023 年交易规模将达到 50 万亿元。但问题也随着暴露，由于存在着信息不对称等原因，互联网消费金融市场的不良贷款率也逐年上升，2018 年不良贷款率达到 8%，较 2012 年上升了将近 8%

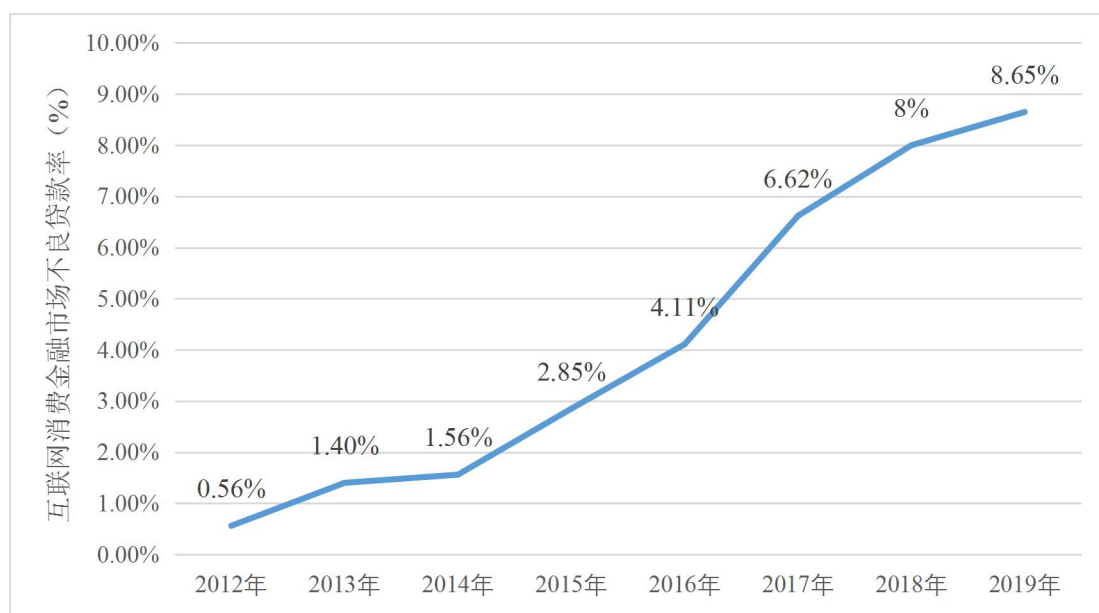


图 2-2 我国互联网消费金融市场不良贷款率 (%) (2012-2019)

数据来源：中国银保监会，wind 数据库

#### 2.1.4 互联网消费金融监管脉络

互联网消费金融是数字经济的重要创新，有力的促进了居民消费，同时诸多类型风险也逐渐显现，对金融安全造成威胁，为实现金融安全与金融创新的有机协调，监管当局与时俱进，采取了一系列的监管措施。本文以前文对互联网消费金融发展演变梳理的基础上，对应的将互联网消费金融的监管划分为以下几个阶段。

**第一阶段：宽松监管阶段（2009年至2012年）。**这一时期互联网消费金融作为一种金融新形态，处于探索萌芽期，为激发消费市场活力，鼓励金融创新，这一时期的监管政策主要以宽松监管政策为主，监管手段较为单一，未能有效平衡金融监管与金融创新。

**第二阶段：原则性监管阶段（2013年至2015年）。**互联网消费金融进入启动阶段后，各类资质参差不齐的金融主体进入该领域，信贷交易规模急剧增长，各平台陆续出现假借贷款、违规建立资金池等问题，数据显示，仅2014年上半年平均每月有将近九家平台出现问题，且呈现增加的趋势。为维护金融市场的稳定，保障广大消费者的权益，以中国人民银行为代表的监管当局发布一系列监管政策，对互联网消费金融具体业务进行了规范性指导，监管当局逐步确立了依法、适度、分类、协同和创新为原则的监管模式。

**第三阶段：审慎监管阶段（2016年至2017年）。**2015年以来的市场乱象引起了监管当局的密切重视，至此监管进入审慎严监管阶段，2016年银监局对出台监管政策，进一步规范网络借贷平台。2017年中国互联网金融协会成立，这对互联网消费金融的发展有着重要意义。2017年下半年，监管当局持续加强监管，出台了一系列监管政策，整顿网络小贷平台，规范行业发展，对网络小贷的资质进行严格监管，受监管政策影响，互联网消费金融放贷规模增长增速下降。

**第四阶段：穿透式监管阶段（2018至今）。**随着居民消费需求增长，我国互联网消费金融市场持续发展，满足了消费需求，但存留的诸多问题仍未从根本上解决，且新的潜在风险对金融稳定构成威胁，2018年国务院出台《关于完善消费体制机制，激发居民消费潜力的若干意见》，进一步规范消费贷。2020年银保监会对小贷公司的业务范围、出资比例、贷款金额、资本金要求进行规范，进一步拓宽金融市场的融资渠道，多渠道补充资本金，提高互联网消费金融企业抵抗风险的能力，监管呈现穿透式监管特征。

## 2.2 互联网消费金融监管理论基础

在互联网技术发展和监管当局与时俱进的监管下，互联网消费金融得以创新

性发展，金融监管应以实现金融创新与金融稳定的动态平衡为监管目标，而监管理论基础主要回答了在明确监管目标的基础上，恰当的互联网消费金融监管的必要性。本文基于实现金融安全与金融创新的平衡为监管目标，从金融脆弱理论、公共利益理论、穿透式监管理论和金融效率理论进行互联网消费金融监管理论体系的搭建。

### 2.2.1 金融脆弱理论

20 世纪 30 年代金融管制理念开始进入金融领域，由于金融机构脆弱性的固定性和内生性，易导致金融机构的信贷风险形成周期性的危机影响。因此，Minsky 及相关学者认为，在银行追求效益最大化的过程中，业务风险显现，如不加以有效监督易导致系统性风险，影响金融市场稳定，因而学者们提出要进行有效监管，规范经营业务。具体来看，金融市场脆弱性的主要原因如下：第一，准备金制度不完善，准备金是防范金融风险重要方式，不完善的准备金制度将导致流动性紧张。第二，金融资产占主导，资产类型单一，各主体之间的关系网络影响密切。第三，对于市场参与者而言，金融产品的流动性可有效抵抗经济萧条来带的风险。

互联网消费金融作为金融创新的典型表现，具有高杠杆、高负债的特点，加上互联网消费金融具有网络聚集性，各交易主体利益联系密切，风险易在各主体之间广泛传播，表现出金融的内在脆弱性，若不及时对其采取监管措施，实施有效监管，将对金融市场的稳定产生消极影响，因而监管当局应对其实施相适应的监管。

### 2.2.2 公共利益理论

金融市场的脆弱性决定了要对其进行规范管理，若放任其发展将会影响市场效率和金融稳定。而公共管制有助于调节社会公平，是规范金融机构经营的重要手段。监管当局对金融机构进行适度的干预，对于维护金融市场稳定，优化资源配置具有重要意义。公共利益理论主要是指监管立足于社会公众的整体利益，为解决信息不对称、行业垄断带来的问题，出台相应的监管政策对其进行适当的干预，纠正市场乱象行为。具体原因如下，第一，金融机构的垄断行为会导致市场资源配置效率低下，损害消费者利益，进而影响金融稳定。因此，应通过运用监管手段解决垄断带来的问题，维护社会公众的利益。第二，金融行为的外部效应易直接或间接对相关非核心利益主体产生不利影响。第三，各交易主体之间的信息不对称，金融市场是一个不完全的市场，易产生道德风险等问题，进而导致市场失灵，且失灵程度与这两种风险在一定程度上成正相关。

互联网消费金融业务整个交易流程连接多个主体，公共利益强调监管当局立足维护公共利益，运用行政监管手段，通过出台监管政策，对风险进行全面的监管，从而提高整个互联网消费金融行业的运行效率，促进整个行业的稳定发展。

### 2.2.3 穿透式监管理论

传统金融监管主张审慎监管、功能监管等模式，主要强调对金融机构清偿力的监管，而互联网消费金融作为一种金融新业态，行业特征明显，边界模糊，风险具有特殊性与复杂性，在传统监管模式下易产生监管套利等问题。2016年10月13日，国务院公布《互联网金融风险专项整治工作实施方案》，强调对于互联网金融领域的主要风险，实施穿透式监管模式，穿透式监管一般秉持以下原则：第一，坚持实质重于形式的原则。在认清业务本质的基础上，对业务的全流程进行有效监管，穿透式监管下，将互联网消费金融业务的贷前资金来源、贷中运营流程及贷后资金流向有效联结，有效避免传统监管模式下的监管套利问题，以更有效的实现金融监管目标。穿透式监管基于功能监管思路，在明确监管主体与监管规则的前提下，对金融产品进行多层次的渗透式监管，有效化解监管盲区。第二，坚持金融监管与金融创新相结合原则。在厘清互联网消费金融业务实质的基础上实施正当手段，适当有序使用穿透式监管手段，达到促进金融创新与防范金融风险的协调发展。第三，坚持各方利益均衡原则。金融业务涉及众多利益主体，为平衡政府监管职责、金融企业经营权益和消费者个人权益三者之间的利益，应及时衡量穿透式监管形成的各方利益变动，适时采取措施进行利益调整，并引入多方监管力量，形成政府监管、行业自律和企业内部风险防控三者有机协调的监管体系。

### 2.2.4 金融效率理论

金融监管的目标先后经历了维护公共利益论、金融安全论等阶段，但这些监管目标均过于单一，部分学者认为金融监管无法平衡监管金融安全与金融效率，认为二者存在必然的替代关系。从美国金融监管脉络来看，1999年其出台《现代金融服务法案》，以法规的形式明确金融监管的目标是实现金融安全与金融效率的动态平衡。从经济学角度来看，即在金融监管的目标下，实现金融效率最大化，提高金融资源配置效率，达到帕累托平衡，但金融效率的实现需满足严苛的条件，而金融市场风险的复杂性导致这些条件难以实现，进一步导致市场资源配置效率低下，对此监管当局应采取金融深化政策，有效平衡金融创新与金融安全，实现金融市场高效稳定发展。

互联网消费金融市场是金融市场的重要组成部分,对于金融市场的平稳运行影响重大,因而对于互联网消费金融的监管应该在防范风险的基础上,鼓励创新进而促进金融资源的优化配置,经济学角度来看,风险与收益具有替代性,以金融效率为基础的监管理论有别于一味强调金融稳定或仅强调金融发展的监管理论,其通过创新性的发展,辩证的处理金融监管与金融发展的关系,强调基于互联网消费金融风险特征,有针对性改进监管方式,规范其运营模式。当前我国互联网消费金融监管改革进入深水区,明确监管目标意义重大,在确保金融稳定的前提下充分提高金融效率,优化资源配置,提高互联网消费金融市场抵抗风险的能力。

## 第 3 章 蚂蚁集团互联网消费金融监管案例介绍

### 3.1 蚂蚁集团简介

#### 3.1.1 蚂蚁集团发展历程

2004 年蚂蚁集团诞生，在电商行业发展之初，信用问题成为消费者和商家之间顺利开展业务的关键，支付宝的产生缓解了这一问题，在支付宝高流量、广场景的优势下，蚂蚁集团日益壮大，依靠科技创新发展成为我国数字支付与数字金融的领军企业，截至 2020 年上半年，其支付交易总规模达到 118 万亿元，支付宝服务的用户和商家分别突破 10 亿和 8000 万，在数字支付领域占据主导地位。

随着我国经济结构的转型，消费成为经济增长的新引擎，消费贷款的需求急剧增加，成为互联网金融企业的重要利润增长点，但由于传统金融机构对消费者的信贷审批严格，诸多下沉客户无法顺利从金融机构获得贷款，而蚂蚁集团依靠其强大的大数据风控系统和智能商业决策系统，采取联合贷款的方式，与金融机构合作，大力发展消费金融业务，推动金融市场数字化。联合贷款模式下，蚂蚁集团依靠广覆盖的用户和强大的流量优势，运用风控技术进行客户筛选，为传统金融机构提供技术支持和风险管控方案。至此，蚂蚁集团集聚技术、资金、流量等多方优势，建立起了多样化的商业生态系统。

根据蚂蚁集团招股说明书公布的数据来看，2017 年至 2020 年上半年，蚂蚁集团的业务规模持续增长并保持较高的盈利水平，其营业收入由 654 亿元增长至 725.28 亿元，实现了高速增长，成功跻身 2020 年胡润全球独角兽榜蚂蚁集团位居首位，并计划 A+H 股同步上市，然而 2020 年 11 月 2 日，就在蚂蚁集团准备挂牌上市的前三天，银保监会发布网络小贷管理办法，对网络小贷的准入、业务、退出机制等进行了全方位的规范，监管部门将网络小贷纳入严格杠杆率监管，监管政策逐渐趋严。同日，监管当局联合约谈蚂蚁集团。次日，由于金融监管环境的变化，蚂蚁集团宣布推迟上市。2021 年 4 月 12 日，蚂蚁集团再次被监管部门约谈，着重对蚂蚁集团的整改进程和互联网消费金融行业的监管趋势做出政策指导。

表 3-1 蚂蚁集团发展历程

时间	事件
2004 年	支付宝正式成立
2009 年	支付宝推出手机客户端
2010 年	首推线上保险
2011 年	支付宝获得支付牌照，7 月推出二维码支付
2012 年	支付宝获得支付牌照
2013 年	余额宝推出
2014 年	网商银行获得批复；花呗推出
2016 年	蚂蚁森林上线
2017 年	蚂蚁聚宝升级为蚂蚁财富，且推出财富号
2018 年	蚂蚁链 Bass 平台和相互宝上线
2019 年	阿里巴巴集团取得 33% 股份
2020 年	更名为蚂蚁科技集团股份有限公司，启动上市计划
2020 年 11 月 3 日	蚂蚁集团推迟上市

资料来源：作者根据公开资料整理

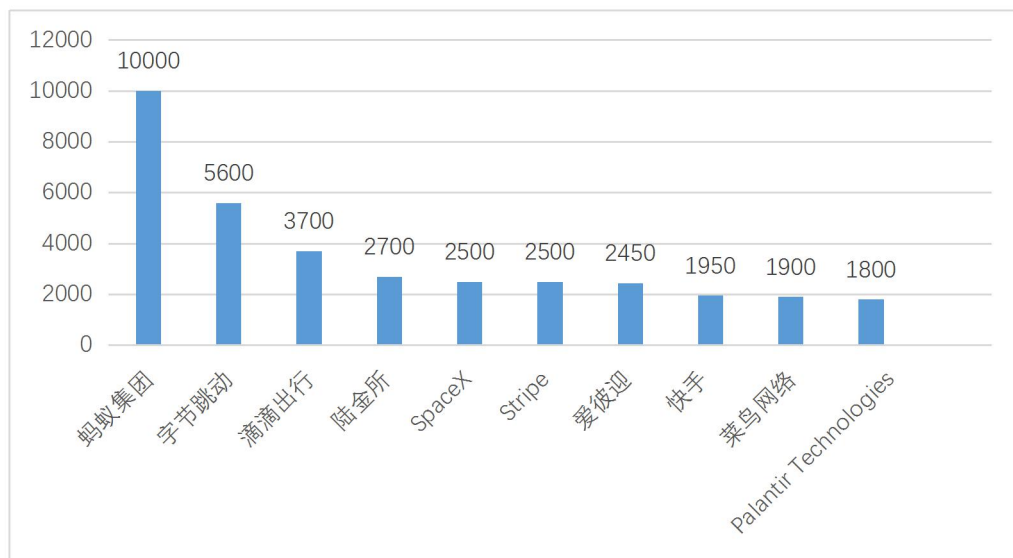


图 3-1 2020 年胡润全球独角兽榜 (单位: 亿元) ①

资料来源：胡润研究院

① 全球独角兽榜是胡润研究院发布的全球成立于 2000 年之后，价值 10 亿美元以上的非上市公司榜单。

### 3.1.2 蚂蚁集团主营业务分析

蚂蚁集团依靠强大的科技创新推动了金融市场的数字化水平和金融服务水平，其主营业务为以互联网为基础的借贷、保险和理财，其主要收入来源为数字支付和金融科技平台，其数字支付以支付宝和集分宝为代表；创新业务及其他板块的代表产品为蚂蚁金融云和蚂蚁区块链，数字金融科技平台板块具体包括小微贷款业务的代表产品包括蚂蚁花呗和借呗，理财业务代表产品包括蚂蚁财富、天弘基金、余额宝，征信业务代表产品包括芝麻信用，保险业务代表产品包括相互宝、国泰产险、众安在线，其他业务包括众筹、保理、担保、私募、金控。

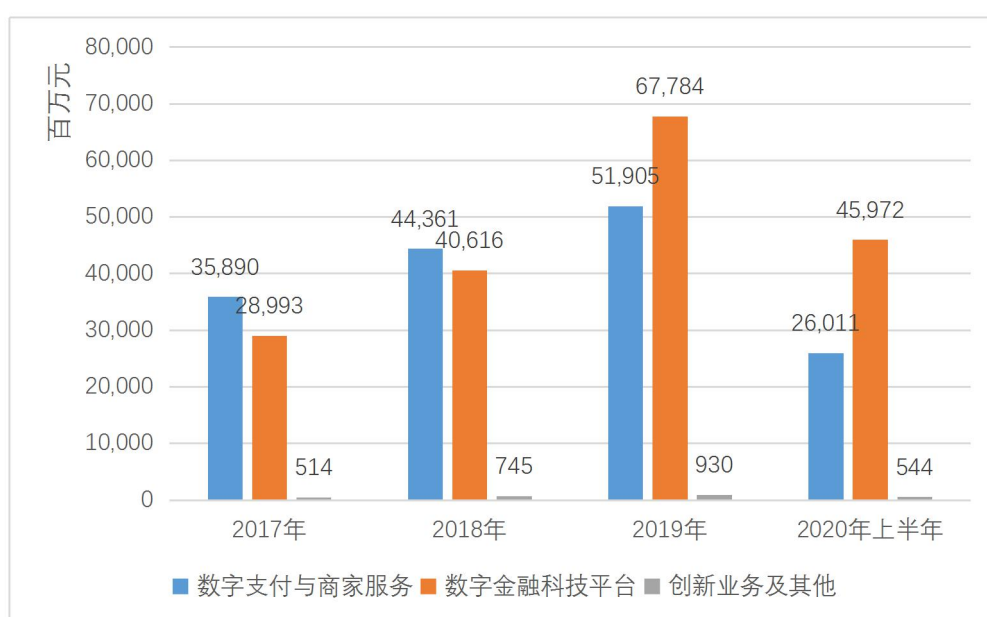


图 3-2 蚂蚁集团主营业务业务收入构成 单位：百万元

数据来源：蚂蚁集团招股说明书

#### 3.1.2.1 数字支付与商家服务

作为全球领域领先的数字支付服务商，蚂蚁集团的客户覆盖全球范围内的各个市场主体。个人交易方面，主要是为个人提供转账、分期消费、信用卡还款等业务。商业交易方面，主要是为商家提供高效高质的金融服务，进一步协助商家的收款业务，并凭借其强大的技术优势为商家提供诸如拓宽客户渠道、维护客户运营服务，依靠收取一定比例的交易服务费为收入来源，除此之外，随着消费者、商家和其他交易主体的交易规模的扩大，将促进其交易规模和服务水平的提升。

蚂蚁集团凭借丰富的交易场景、用户体验和全方位的商家服务水平，数字支付和商家服务的规模和盈利水平持续上升，从支付宝的活跃用户和商家来看，2020年上半年，其规模分别达到 7.1 亿和 8000 万户。此外，其通过生活服务号

和小程序，服务领域拓展至金融与生活服务，推动其获得更多的客户流量，促进其支付能力的提升。从具体数据来看，蚂蚁集团在双十一时期的支付频率达到 49 万次每秒，其支付效率远超其他同规模的数字支付服务商，2020 年上半年其支付率也遥遥领先，支付成功率接近 100%。

### 3.1.2.2 数字金融科技平台

近年来，在我国经济结构的调整的大背景下，数字金融科技平台在蚂蚁集团主营业务收入中的权重逐年提升，成为最主要的收入增长点之一，蚂蚁集团通过全覆盖的金融生态圈，为消费者提供多样化的服务，具体来看数字金融科技平台主要包括三个方面：

第一，微贷科技平台。我国居民消费需求大，但是居民整体信贷渗透率较低，据统计我国 2019 年仍有接近 76% 的成年消费者未使用信用卡服务，同期消费信贷所占现金和存款的比重仅为 14%，整体来看，我国居民居民消费的潜力巨大，在此背景下，以蚂蚁集团为主的互联网消费金融企业抓住机遇，秉持普惠金融理念，为下沉客户提供信贷服务，实现客群广覆盖，满足消费信贷需求，2020 年我国消费贷款规模超过 16 万亿元，同比增长约 23%，其中线上消费贷占比接近 50%，互联网消费金融发展成为消费信贷的主要方式，预计到 2024 年将达到 17 万亿元。另一方面，小微经营信贷发展潜力同样巨大，2020 年我国中小微企业营业收入占比达 63%，经济贡献明显，成为经济发展有重要引擎，但由于小微企业存在抵押担保水平低下，抵抗风险弱等弊端，使得其融资贷款问题严重，数据显示，2019 年小微经营者贷款余额占企业贷款总额比重为 32%，蚂蚁集团凭借强大的流量优势和规模优势，大力发展经营微贷业务，客户通过蚂蚁集团平台发起贷款，蚂蚁集团凭借高效的信贷审批程序，进行客户资质的筛选，合作的金融机构进而进行进一步的贷款决策和贷款发放，这一过程中蚂蚁集团主要是通过向合作的金融机构收取手续费的方式获取收入来源。据有关平台预计，到 2024 小微经营者贷款将突破 20 万亿元，在线贷款余额将突破 12 万亿元。

第二，理财科技平台。为实现资源的优化配置，蚂蚁集团与相关的资产管理公司合作，为客户提供低门槛、操作简单高效的理财渠道。蚂蚁集团利用其强大的金融生态圈和流量规模优势，运用人工智能算法，对客户的风进行评估以此为基础为客户提供风险水平相当、选择多样化、富有创新性的理财产品。

第三，保险科技平台方面。当前我国居民保险观念进一步提升，依靠大数据为技术背景的数字化保险产品蓬勃发展，这一背景下，以蚂蚁集团为典型的诸多金融科技平台依靠其技术优势，与保险公司进行合作，为客户提供形式多元化的产品，亦创新性的依据客户的需求，联合保险公司为客户提供个性化定制保

险产品，此外保险的种类众多，覆盖财产险、健康险、寿险等，使得诸多风险得到保障，其中代表产品有相互保、众安在线等。保险科技平台的收入来源主要是通过其促成的保费收取技术服务费，目前蚂蚁集团发展成为我国规模最大的线上保险服务平台。

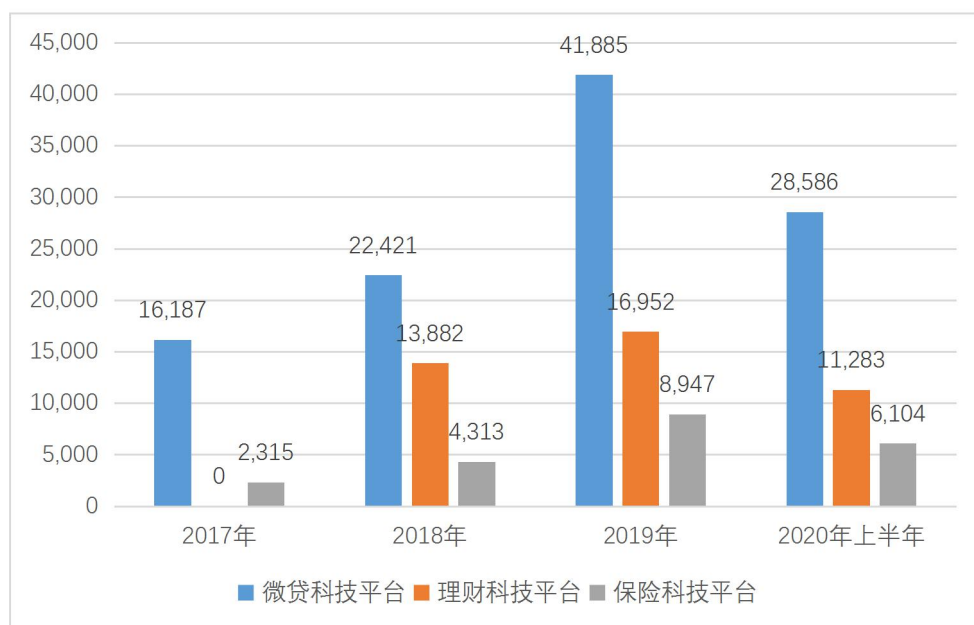


图 3-3 蚂蚁集团数字金融科技平台收入情况（2017-2020 年上半年） 单位：百万元

数据来源：蚂蚁集团招股说明书

### 3.1.2.3 创新业务及其他

蚂蚁集团依靠其技术优势，在数字支付和数字金融科技平台维持稳定增长的同时积极开拓创新业务，通过提供创新技术和支持服务，丰富收入结构。创新业务主要代表为基于蚂蚁链进行创新服务，取得收入。此外，通过向阿里巴巴集团提供行政支持服务获取收入，蚂蚁集团的创新业务蓬勃发展，成为全球领域的领先者。例如蚂蚁集团形成的蚂蚁链引领区块链技术的升级，2017 年至 2020 年上半年，以蚂蚁链为基础相关的区块链专利数量居全球榜首，广泛应用于超过 50 多个的商业场景、用户场景，为跨境支付、供应链金融的发展提供技术支持。

## 3.2 蚂蚁集团互联网消费金融运营过程

通过前文分析可知，基于经济结构的转型升级，蚂蚁集团的微贷业务保持高速增长，成长为其最主要的收入来源，据统计 2020 年上半年，其微贷业务收入达到 287 亿元，同比增长接近 40%，利润占比达到 53%，消费贷款占集团整体信贷余额的比重达到 80%以上，微贷业务对公司的利润增长发挥着重要作用，助力

蚂蚁集团发展成为我国最大的线上消费信贷服务商。具体来看，蚂蚁集团互联网消费金融业务的运营过程复杂，主要包括互联网消费金融产品的设计、智能商业决策系统、动态信贷风险管理、核准、发放贷款、检测服务及催收等流程，下文将简要的对互联网消费金融产品的运营流程进行分析。

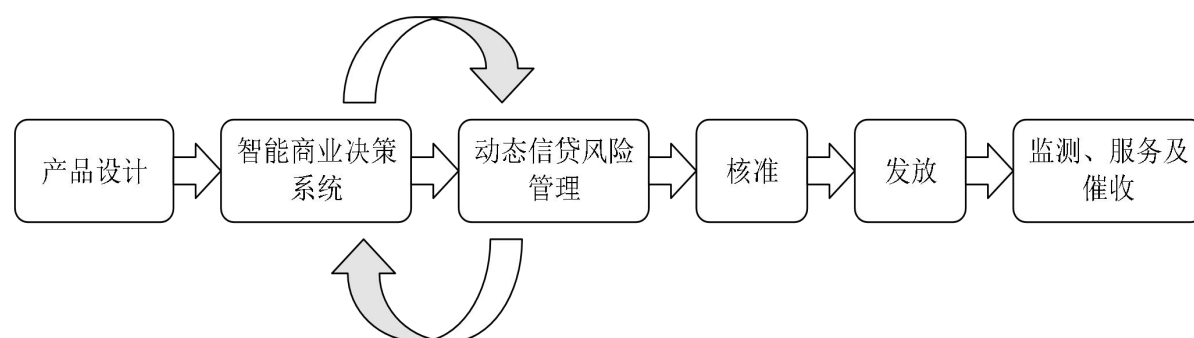


图 3-4 蚂蚁集团互联网消费金融产品运营过程

资料来源：蚂蚁集团招股说明书

### 3.2.1 蚂蚁花呗与借呗产品设计

2014 和 2015 年上线的花呗和借呗是蚂蚁开展互联网消费金融业务的端口，花呗和借呗的产生有效满足了广大消费者的消费贷款需求，截至 2020 年上半年，花呗用户规模达到 5 亿，发展成为我国最大的线上消费借贷平台。

花呗作为我国首批定位普通消费者的数字线上消费借贷平台，凭借其高效、便捷、门槛低等特征，自产生以来便广受欢迎，至今以发展成为广大消费者最主要的线上支付工具之一。花呗形成了一套完整的信用评估体系，蚂蚁集团通过对消费者的线上足迹进行跟踪计算，根据其消费习惯、还款记录动态调整其额度。利息层面来看，40 天内按时按量还款予以免息，消费者在选择花呗支付时，可开通自动还款功能，也可自己提前申请还款，也可选择分期还款，据统计花呗的年化利率大概为 15% 左右，用户平均余额在两万左右。

借呗作为一款短期消费借贷产品，对于信用记录良好的用户，在有大额贷款需求时，可通过线上申请获得，其功能类型现金贷款，客户申请成功后，会将资金划入其绑定的银行账户中，借呗的最低贷款额度为 1000 元，可根据实际情况选择提前或分期还款，其年利率大约为 20%。

表 3-2 花呗、借呗主要特征

产品特征	花呗	借呗
使用场景	绝大部分可使用支付宝付款的线上、线下消费场景	现金贷
放贷主体	重庆蚂蚁小微小贷	重庆蚂蚁商诚
最低信用额度	20 元	1000 元
免息期	最高 40 天	无
利率定价	①延期还款：逾期金额日利率多为 0.05%， ②账单分期：费率与银行信用卡接近 ③交易分期：消费时直接分期，每月手续费率与银行信用卡分期接近	日利率 0.02%-0.06% APR 年利率 7.3%-21.9%（日利率 0.04%居多）

资料来源：根据公开资料整理

### 3.2.2 客户信用评估与动态风险管理

第一，建立客户信息评估体系。数字经济时代，关键数据成为企业最为核心竞争力之一，蚂蚁集团凭借以大数据为基础的风控系统，通过对消费者进行深入的跟踪调查，获得对消费者的信用评估报告，并根据客户的消费行为做出动态调整，以此为基础来确定客户的信贷额度和相关产品的可获得性程度，具体以花呗为例，通过对借款人的消费习惯、偏好和动机等进行追踪，运用大数据计算形成相应的信用评分，每个客户形成一个动态变化的芝麻信用分数。此外，通过与商业银行等传统金融机构的合作，了解客户信贷状况和需求的变化，助力金融机构对客户的风识别，进而提高客户与银行的合作可能性，为客户提供合适的信贷产品。

表 3-3 芝麻信用分评价信息分布

类型	具体描述
个人信息	性别、年龄、职业等
消费偏好	消费场景、消费金额
资金状况	信用卡数量、银行卡种类、平均额度
社交信息	平均活跃时长、粉丝数量
违约历史	是否有违约交易、欺诈行为等不良记录
信用资质	是否有逾期还款记录、是否为恶意用户

资料来源：支付宝芝麻信用服务协议

第二，建立动态风险管理机制。在信用评估体系形成的基础上，蚂蚁集团通过各个参数对客户的风层次进行划分，蚂蚁集团通过运用大数据风控系统形成特定的授信、审批制度，使得不同类型的风险适用不同的策略。以花呗为例，客户在使用花呗进行消费的整个过程中，蚂蚁集团通过对客户在多元化金融生态系统中的足迹进行全流程追踪，通过其消费和还款记录形成综合的信用评估进行动态调整。整体而言，蚂蚁集团的风险管理机制是基于其强大的大数据风控系统，以客户多维度画像、信用记录等为考量因素，对客户在蚂蚁集团的全金融生态链进行综合、精准的评价，形成动态化的评估体系，进而实现了信贷全流程的智能化风险管理体系。

### 3.2.3 贷款的核准与发放

风险评估作为金融机构的核心能力之一，监管当局明确规定不得将这一流程进行外包。蚂蚁集团互联网消费贷款的流程中，蚂蚁集团通过与金融机构合作提高信贷效率，其中蚂蚁集团以其动态风险管理为优势，根据客户的信用等级、消费记录，运用信贷评估模型，在客户提出贷款申请之后进行筛选，并将筛选信息提供给银行，而银行再根据客户的资信状况进行综合独立评估，以此来确定是否通过该笔信贷申请，蚂蚁集团与传统银行的强强联合，迸发出强大的金融新活力。据统计蚂蚁集团已经与超过 100 家的金融机构达成合作，发挥各自的优势，极大的促进了消费信贷规模的增长，2019 年其微贷科技平台促进的信贷总额增速超过 77%，2020 年实现信贷总额超过 2 万亿元，其中与金融机构合作形成的信贷总额占比达到 98.32%，成为蚂蚁集团互联网消费金融业务的主要资金来源，其中银行将该信贷业务计入资产负债表内，而蚂蚁集团则计入表外。

### 3.2.4 贷后监测、服务与催收

信用贷款促成之后，蚂蚁集团为消费者提供贷后的监测、服务与催收。消费者在成功通过花呗或者借呗进行支付之后，蚂蚁集团通过其智能化监测系统对客户进行贷后管理。首先在花呗还款到期日之前，系统通过短信或者系统消息提示等形式对客户进行还款提醒，借款人可根据自身实际情况选择提前还款、到期按时还款、自动还款或分期还款等多种还款方式。若根据借款合同，消费者产生逾期划款，蚂蚁集团根据合同规定，有权从消费者的支付宝账户或者相关银行卡中进行扣款，并根据逾期时间的长短来确定贷后催收流程。蚂蚁集团的贷后催收主依靠人工智能或者人工电话进行提醒，对于通过上述方式催收仍不还款者，将委托第三方催收机构催收。

### 3.3 蚂蚁集团互联网消费金融监管概况

回顾蚂蚁集团互联网消费金融发展历程，其成长为互联网消费金融市场的独角兽，监管的引导起着关键作用：2003年支付宝诞生，进一步缓解了信息不对称带来的问题，支付宝的壮大给传统金融机构带来了挑战，金融对于第三方支付平台的合规性产生质疑，为鼓励创新支持新业态的发展，监管当局在2011年后才发放首张支付牌照。在支付宝基础上2013年余额宝诞生，监管当局亦是对其采取了包容的态度，引导其健康发展，2014年数字经济进一步发展，二维码支付快速占领支付市场，监管当局在充分考虑其安全性与合规性之后，对其亦采取了开放包容的监管态度。再到后来花呗和借呗的产生，蚂蚁集团的商业模式由自营贷款到联合贷款，监管当局秉持着鼓励创新的态度，推动了互联网消费金融市场的迅速发展。但蚂蚁集团互联网消费金融犹如一把双刃剑，在快速发展的同时，受网络虚拟性及客户长尾效应影响，产生了诸如监管套利、消费者隐私泄露等问题，同时其联合贷和助贷的运营模式也存在着较大的风险隐患，影响互联网消费金融的健康发展。2020年10月网络小贷新规的出台，对互联网消费金融市场的规范发展起着指导性的作用，进一步明确了互联网消费金融企业的经营范围、监管要求等内容，进一步规范互联网消费金融平台发展，因监管环境变化，2020年11月蚂蚁集团推迟上市进行整改。我国互联网消费金融业务的双重特殊性，加之其风险的复杂性，要求监管当局对其实施与之发展相适应的监管。

## 第 4 章 蚂蚁集团互联网消费金融监管案例分析

### 4.1 蚂蚁集团互联网消费金融监管动因分析

蚂蚁集团发展成为互联网消费金融行业代表，一方面有力推动了普惠金融的发展，但问题也逐渐暴露，产生了诸多类型的风险，而这些风险也成为监管当局对其实施与时俱进监管的动因，接下来本文将对蚂蚁集团互联网消费金融监管的动因进行具体分析。

#### 4.1.1 监管套利风险

##### 4.1.1.1 表外信贷，非对称监管风险

联合贷款模式下，蚂蚁集团凭借强大的流量优势、数据优势、场景优势和风控优势实现了全面参与联合贷款中的审批、风险管理、支用及还款等环节。打破了传统信贷的桎梏，提升了信贷效率，对蚂蚁集团和传统的金融机构作用显著。首先，促进了消费信贷，降低了不良贷款率；其次，突破了金融杠杆的限制，获取了丰厚的利润。最后，联合贷款模式拓宽了中小金融机构的资金供给渠道。但是联合贷款模式下，蚂蚁集团与金融机构之间存在的风险与收益机制的不完善，导致风险逐渐显现，而对我国传统的监管体系提出了挑战。

我国目前的金融监管体系是基于巴塞尔协议建立起来的，主要聚焦于金融机构的资产负债表内容，而联合贷款模式下，蚂蚁集团主要凭借其强大的风控技术和流量优势，与众多传统金融机构进行合作，据统计蚂蚁集团已与 100 余家金融机构达成合作协议，整个联合贷款的运营流程如图 4-1 所示，首先由消费者根据其需求向蚂蚁集团提出借贷申请，蚂蚁集团通过其对用户建立起来的画像，运用大数据风控模型，对借款者的资质和风险进行初步的筛选，然后将合格的初筛客户推送至金融机构，金融机构对该批客户进行二次信贷资质的审核，通过审核后对其发放资金，最后蚂蚁集团继续履行贷后监测和服务的职能。通过梳理整个借贷流程，我们可以明显的看出蚂蚁集团通过信贷分工，进入信贷体系内，在整个过程中充当着关键性作用，主要提供风控技术和客流量，但是其出资比例极少，一般不超过 2%，以少量的出资比例获取将近 30% 的利润，并将整个流程置于资产负债表之外，而我国目前的监管体系对于表外监管存在空白，导致形成非对称监管风险。对于传统金融机构而言，其在整个信用创造过程中主要充当资金的提供者，此外由于以蚂蚁集团为平台的消费借贷具有小额、分散、客户资质参差的特

征，传统金融机构对于借款者的资质审核、贷后的监测存在审核不充分、监测不及时弊端，因而出现部分金融机构将这一核心任务外包给互联网平台的现象，导致金融市场混乱。

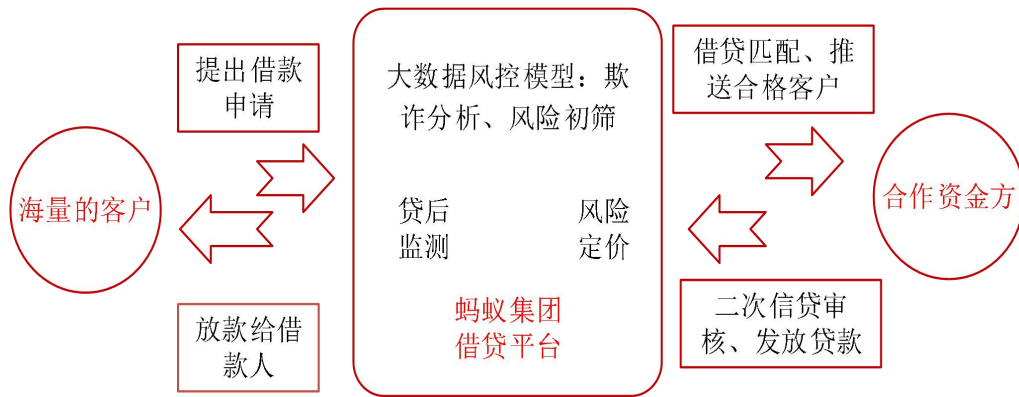


图 4-1 蚂蚁集团互联网消费金融产品运营流程

资料来源：根据公开资料绘制

#### 4.1.1.2 模糊经营属性，监管套利风险

企业的性质应该以业务实质为标准进行归类，蚂蚁集团虽一直强调其为科技公司，但是通过分析其主营业务收入结构及利润来源，2020 年上半年，数字金融科技平台的收入占比达到 63.4%，微贷科技平台占比接近 40%，成为最重要的收入来源之一。从利润贡献角度来看，2020 年上半年微贷业务占利润总额的比重为超过一半，因此从经营业务的实质来看，无论蚂蚁集团如何强调自己姓“科”而非姓“金”，也不能改变它涉足金融的事实，尽管科技提高了金融的便捷性和普惠性，促进了社会资源的高效配置，但对风险的防控是金融可持续发展的命脉，如若一味的追求速度与规模，无视监管，极容易导致系统性风险。数字经济时代下，金融风险日益复杂，在新技术、新风险下催生的新金融监管，从鼓励创新转向严格监管。

在互联网经济背景下，蚂蚁集团的经营业务范围广泛而复杂，多以混业经营为主要特征，并以数据和信息为联系纽带，各业务之间形成共享机制，模糊产业属性，加剧了风险的传染，风险外溢更为迅速，从经济学角度看，互联网巨头既发挥金融中介功能，为金融市场的资金供求双方提供相应的金融基础设施，又作为市场供给者提供相应的金融生态系统软件和硬件。这一双重功能，表明以蚂蚁集团为代表的互联网消费金融大型平台，具有市场供给者和私人治理的双重属性，凭借数据优势和规模优势处于市场支配地位，弱化监管当局的公共监管，导致监管不足，甚至监管套利行为。此外，从经营的地域范围看，蚂蚁集团互联网消费

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/897064022104006030>