

LIANHE
IDENTIFICATION
EVALUATION
IMPACT
PLAN

2025 年消费金融行业分析

联合资信 金融评级一部



联合资信评估股份有限公司
China Lianhe Credit Rating Co., Ltd.



2024 年以来，各项消费提振政策持续出台，政策提振效果显现、消费总量稳中有升等因素促进了消费金融公司资产端业务的发展，消费金融公司资产规模持续增长，头部化、分层化的趋势保持显著。2024 年以来，国家层面出台了《推动消费品以旧换新行动方案》《提振消费专项行动方案》《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》

《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》等多项政策，将消费提升至国家战略层面，明确金融资源向服务消费倾斜，并直接从需求端直接补贴消费者，政策力度持续加码，对消费金融公司信贷业务的持续发展形成一定推动作用。从业务规模看，随着信贷业务规模的持续增长，我国消费金融公司资产规模保持增长趋势，截至 2024 年末，31 家消费金融公司资产总额为 13848.59 亿元，同比增长 14.58%，整体行业规模进一步扩大；但增速较上年末有所下降，这与社会消费品零售总额增长但增速放缓、终端消费需求仍偏弱等因素有关。其中，2024 年末招联消金、蚂蚁消金和兴业消金 3 家消金公司的资产规模合计 5596.15 亿元，占上述消费金融公司总资产规模的比重超过 40%，2025 年上半年，行业内资产规模最大的三家公司略有调整，6 月末前 3 家消金公司的资产规模合计 5458.95 亿元，头部效应保持显著。

消费金融公司线上化转型提速，自主获客能力有所提升，但第三方引流模式仍占较高比重；与此同时，消费金融公司持续深化线下业务布局，线下业务以自主获客为主，短期内线上化发展仍是行业主要趋势。获客渠道方面，消费金融公司在数字化转型及线上化经营等方面实现进一步发展，同时持续探索线下渠道，但线下获客整体占比仍相对较低。根据《中国消费金融公司发展报告（2025）》（以下简称“报告”）披露数据显示，2024 年，所有消费金融公司均开展了线上业务，其中 8 家消费金融公司采取全线上方式获客，23 家消费金融公司线上第三方引流获客占比超过 50%。大部分消费金融公司线上自营渠道占比呈现上升态势，2024 年，有 28 家消费金融公司通过线上自主投放展业，其中 4 家自主投放比例超过 50%，均较 2023 年增加 1 家，22 家消费金融公司自营渠道低于 20%，较 2023 年减少 3 家，整体自主获客能力有所增强。线下获客模式主要是以直营模式或中介渠道合作来进行展业，部分银行系消费金融公司由于自身具备零售信贷的资源禀赋，倾向于选择更高比例的线下自主投放方式获客。2024 年，22 家消费金融公司通过探索线上与线下结合的方式开展普惠金融服务，开展线下业务的消费金融公司较 2023 年增加 1 家，占比超过 2/3，其中 19 家消费金融公司以线下自主投放方式获客，2 家线下自主投放业务量占比超过 50%，4 家线下自主投放方式占比有所上升。从线下第三方渠道看，9 家消费金融公司通过线下第三方渠道获客，其中 8 家该投放方式占比不超过 20%，整体来看线下业务以自主获客为主，线下第三方渠道投放占比不高。

2024 年消费金融公司不良贷款率继续下降，整体信贷资产质量相对稳定，拨备

水平充足，具有较强风险抵补能力，但考虑到经济形势仍有所承压等因素，需关注行业后续资产质量变化；消费金融公司通过银登中心转让不良贷款继续提速，不良资产处置效率有所提升。从资产质量表现看，截至 2024 年末，我国消费金融公司平均不良贷款率为 1.97%，较 2023 年末下降 0.17 个百分点，与信用风险的暴露有一定的滞后性、消费金融公司在风险防控与不良资产处置方面的力度有所加大有关，近年来行业不良率水平持续下降，整体信贷资产质量相对稳定。值得注意的是，2024 年部分披露了数据的消费金融公司整体不良贷款核销规模同比有所增加，信用成本有所上升，同时不良资产转让继续提速，截至 2024 年末，在已开业的 31 家消金公司中，已有 27 家消费金融公司开设了不良贷款转让账户，根据银登中心报告披露，2024 年末消费金融公司不良贷款转让的未偿本金成交规模为 271.20 亿元，反映出消费金融公司在不良转让市场中的参与度和活跃度提升，同时不良资产处置效率亦有所提升。从拨备水平来看，2024 年末消费金融公司拨备覆盖率 292.32%，拨备充足，具有较强的风险抵补能力。2025 年上半年，部分消费金融公司进一步通过转让、核销等手段加速不良资产处置，考虑到部分个人客户收入下降、贷后管理难度上升、部分线下大额业务风险暴露等因素，同时监管导向及助贷新规等要求进一步规范担保增信业务、提高自主风控能力，部分消费金融公司或需调整自身业务模式，需关注行业后续整体资产质量及拨备水平的变化情况。

消费金融公司负债端资金融入对同业借款渠道依赖程度仍较高，2024 年以来行业金融债券发行达历史新高，中长期资金来源有所拓宽，但整体融资渠道仍较为单一，融资成本持续下降。截至 2024 年末，消费金融公司融资余额为 11954.39 亿元，较上年末增长 15.79%，增速有所下降，与资产规模增长基本匹配；同业借款仍然为消费金融公司资金融入的主要渠道，2024 年末占比为 80.05%，其他占比相对较高的融资渠道包括股东存款（占比为 8.78%）和金融债融资（占比为 4.51%），主要是金融监管总局取消了消费金融公司等非银行金融机构发行非资本性债券审批后，2024 年以来消费金融公司债券发行活跃度明显提升所致，当年持牌消费金融公司共发行 33 笔金融债券，规模共计 524 亿元，为历史最高，以 3 年期为主，一定程度上拓宽了消费金融公司的中长期资金来源，考虑到融资成本、期限匹配等因素，消费金融公司发行 1 年期金融债券的数量亦有所增加。资产证券化产品方面，2024 年以来，随着消费信贷规模的增长，消费金融公司发行资产证券化产品规模也有所增长，当年有 7 家消费金融公司发行资产证券化产品，规模为 201.76 亿元。另外，部分消费金融公司对资金需求量较大，故通过银登中心资产流转的方式进行融资，银团贷款因其准入门槛相对较低、操作流程更为便捷，亦获得多家消费金融公司青睐，但目前占比不高。融资成本方面，受益于政策支持及市场流动性优化等因素，消费金融公司融资成本进一步降低，2024 年大部分消费金融公司加权融资成本率在 3%（含）以下，有 1 家加权融

资成本率低于 2.5%，仅有 2 家超过 4%。

2024 年以来，大部分消费金融公司实现营收和利润的双增长，但部分头部机构业绩表现相对疲弱，中腰部机构业绩增速突出，利润表现分化的现象进一步凸显，财政贴息政策、融资成本降低等因素或能够对消费金融公司未来盈利水平形成一定支撑，但综合定价水平下行或也使得未来利润增长面临一定考验；资本补充较为依赖增资扩股，行业资本金规模持续扩大，但业务发展对资本的消耗较快，整体资本充足水平有所下降。2024 年，大部分消费金融公司营业收入、净利润水平实现增长，但头部机构受制于规模天花板、资产质量承压、风险控制成本增加等因素，营收和利润水平普遍有所下降；中腰部机构凭借低基数红利、股东资源等优势实现逆势增长，整体盈利能力较强，盈利表现分化趋于明显。2025 年以来，从部分披露了初步数据的消费金融公司来看，大多数消费金融公司营收、净利实现双增长，头部集中的效应突出，部分中腰部机构延续上年表现，利润增速较快，财政贴息政策、融资成本降低等因素或将对消费金融公司未来盈利水平形成一定支撑。利率定价方面，根据报告数据显示，由于市场环境变化及监管政策调整，2024 年消费金融公司的整体利率水平呈下降趋势，23 家消费金融公司综合定价同比下降，22 家消费金融公司加权平均贷款利率有所下降，资产端平均收益水平下降或使得部分消费金融公司未来盈利增长面临一定考验。

资本管理方面，近年来，消费金融公司的资本补充主要依赖增资扩股，2024 年有 3 家消费金融公司响应《消费金融公司管理办法》新规要求，累计增加注册资本 10.29 亿元¹，另有多家消费金融公司披露增资计划，行业资本金规模持续扩大，为业务扩展及合规稳健经营奠定了较好基础。从资本充足水平来看，近年来业务增长过程中，消费金融公司对资本的消耗有所加大，2024 年增资规模较上年有所减少，截至 2024 年末，消费金融公司的资本充足率为 13.04%，资本充足水平有所下降。

监管政策层面，消费金融领域监管政策明确消费金融公司评级标准，支持消费金融公司扩大金融供给，并助力头部机构扩大市场份额，整体来看利于消费金融行业贷款规模的持续增长、风险控制体系的逐步完善以及合规稳健化的发展。2024 年 12 月，国家金融监管总局修订发布《消费金融公司监管评级办法》，增加“合作机构管理”“消费者权益保护”两个评级要素，提高评级颗粒度，优化监管评级级次设置，对消费金融公司区分基础业务和专项业务，有利于完善消费金融公司风险监管体系，加速行业合规建设与洗牌。2025 年 4 月，国家金融监督管理总局发布《关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》，要求商业银行总行需建立并公示合作机构白名单，仅限名单内机构开展助贷业务，此后，多家消费金融公司披露第三

¹ 2024 年，有 1 家消费金融公司因重组计划而减资，减资规模为 20 亿元。

方合作机构名单，对助贷合作机构的准入和后续常态化管理会更加规范，同时助贷机构可能面临一定的行业洗牌，也有助于消费金融公司更好地管理合作机构风险。2025年6月，中国人民银行等六部门联合印发《关于金融支持提振和扩大消费的指导意见》，重点支持商品消费、服务消费和新型消费，定向支持汽车/家电以旧换新，创新文旅、教育、医疗分期产品，鼓励消费金融公司开发符合各类消费场景需求的金融产品，并支持消费金融公司发行金融债券、降低融资成本，扩大消费信贷规模，有助于消费金融公司场景和产品体系的逐步完善以及信贷业务的可持续发展。2025年9月，财政部印发《个人消费贷款财政贴息政策实施方案》，对单笔≤5万元的家用汽车、养老生育、教育培训、文化旅游、家居家装、电子产品、健康医疗等重点领域消费给予1%年化贴息，>5万元的重点领域（养老/医疗等）同享补贴，覆盖国有大行、头部消费金融公司，预计能够刺激居民消费信贷需求，同时降低资金成本，贴息政策驱动下贷款需求或向头部消费金融公司集中，尾部机构生存压力加大，或也将使得行业分化进一步加剧。

联系人

投资人服务 010-85172818-8088 investorservice@lhratings.com

免责声明

本研究报告著作权为联合资信评估股份有限公司（以下简称“联合资信”）所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“联合资信评估股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本研究报告的，联合资信将保留向其追究法律责任的权利。

本研究报告中的信息均来源于公开资料，联合资信对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本研究报告所载的资料、意见及推测仅反映联合资信于发布本研究报告当期的判断，仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的的要约或邀请。

在任何情况下，本研究报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。联合资信对使用本研究报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。