

# 动辄 500% 的超高利率 现金贷还是“陷阱贷”?

## 转型成效显著 前三季度四大上市险企净利润突破千亿元

■ 王淑娟



信息认证费、风控服务费等总共 96.95 元,实际到账金额仅为 903.05 元。这样算下来,综合借贷年利率竟高达 505%。

更受诟病的是现金贷平台收取的高额逾期滞纳金。记者在“钱站”上看到,有一款“现金侠”的产品,逾期 1 天要收取滞纳金 20 元,也就是说一笔 1000 元的借款,只要逾期 50 天还款金额就要翻倍。

上海百良律师事务所主任王冰指出,除了收取高额利息和滞纳金,部分现金贷平台还对逾期借款人采取暴力催收手段。此外,记者采访发现,有的现金贷平台完全无视消费者权益保护,用户信息泄露严重。

### 服务无征信记录人群 潜藏金融风险

据星合资本对 20 多万名已借款客户的相关数据进行分析,近 40% 的现金贷用户月收入在 5000 元以下,主要为 20 岁到 30 岁、

相对低学历的年轻群体,这些小额资金除了用于消费外,还用于临时交话费、缴税、资金周转等急用场景。

区域分布上,借款人超过万人的省份有 5 个,广东省以 3.5 万名借款人遥遥领先,浙江、江苏、福建、四川四省的用户数均超过 1 万人。

星合资本董事长郭宇航指出,银行的风控基于央行征信,但是中国有 6 亿人没有征信记录。而且目前月收入在 5000 元以下的网民中,至少 2.4 亿人没有信用卡,他们全都是现金贷的潜在用户。

然而,这部分借贷人群的特点,也注定了现金贷潜藏金融风险。百股金融发布的报告显示,56.5% 的客户申请现金贷次数大于 2 次,其中申请 2 到 5 次的客户比例最高,达到 36.7%。申请多次借款的客户中,在多家机构申请借款的人数占比达 49.4%。

招银前海金融的报告指出,多头借贷用户的信贷逾期风险是普通用户的 3 到 4 倍,贷款申请者每多申请一家机构,违约的概率

就上升 20%。一旦经济下行压力加大,当行业出现大面积的多头借贷和过度授信时,也有可能成为爆发债务危机的导火索。

“现金贷属于消费贷的一种,有一定市场基础,但同时也要加强监管。”上海大学科技金融研究所副所长孟添说。

### 疏堵结合 让现金贷运行在阳光下

针对现金贷规模扩张迅猛,央行金融市场司司长纪志宏 10 月 28 日表示,下一步将按照实质重于形式的原则,实施穿透式监管。

“采取疏堵并举等措施,加强对现金贷的整治,已经迫在眉睫。”中国人民大学重阳金融研究院高级研究员董希淼指出,一方面,对于经营失序、管理混乱的现金贷平台,未能按照规定通过备案的,要采取措施坚决予以退出。与此同时,金融监管部门还要加强与公安、法院等部门合作,对诱骗诈骗、违规放贷、非法催债的,由司法机关及时介入,形成高压态势。

加强监管之外,郭宇航认为,终结现金贷乱象的办法之一就是让这一金融产品在阳光下运行,进行持牌管理。

业内人士建议,建立准入制度,在工商登记环节明确现金贷的主体资格和经营范围要求,确立行业从业者的合法地位;建立适当的行业规范,对贷款利率、多头借贷、滚动续贷等突出问题进行限制。

苏宁金融研究院特约研究员江翰认为,现在信用卡服务无法覆盖所有消费人群,而 80 后、90 后又习惯借贷消费、分期偿还,因此现金贷的管控关键点要放在消费场景上,加强对消费者购买流程和贷款用途的跟踪。

A 股四大上市险企的三季报已经全部出炉。据统计,前三季度中国人寿、中国平安、中国太保、新华保险共实现归属于母公司净利润 1091.11 亿元,同比上半年大幅增长 67%,相当于日赚约 4 亿元。在保险业回归保障本质的大环境下,四大上市险企前三季度的靓丽业绩意味着,经历阵痛后,保险业结构转型已经显现出成效。

具体来看,中国平安前三季度归属于母公司股东净利润 663.18 亿元,同比增长 17.4%;中国人寿前三季度归属于母公司股东的净利润为 268.25 亿元,同比大幅增长 98.3%;第三是中国太保集团前三季度共计实现净利润 109.26 亿元,同比增长 23.8%;新华保险前三季度实现净利润 50.42 亿元,同比实现正增长,增幅达到 5.3%,成功“转负为正”。

海通证券分析师孙婷指出,中国人寿前三季度净利润同比增长 98.3%,其中第三季度单季净利润同比大增 365.5%,原因在于投资收益增加、退保与赔付支出减少、准备金多提的规模减少。

在“保险姓保”的价值引领下,近一年来保险企业一直在进行结构调整,如今转型成效显著,利润进入上升期。从三季报中可以看出,长期保障型业务和代理人产能的提升,已经成为上市险企深化价值转型的重要抓手。

以三季度净利润增速“转负为正”的新华保险为例,数据显示,前三季度个险和银保渠道的趸交业务较去年同期分别减少了 5.68 亿元和 198.78 亿元,同比下降 25.1% 和 99.8%。与趸交业务大幅降低形成对比的是,个险、银保渠道首年期交保费同比分别增长 35.7% 和 27.6%,其中十年期及以上上期交保费分别增长 46.8% 和 287.7%,续期拉动的发展模式已初见雏形。

中国人寿同样继续加快期交业务发展,首年期交和续期拉动效应也在逐步显现。数据显示,中国人寿前三季度首年期交保费首次突破千亿元大关,实现保费收入 1020.66 亿元,同比增长 19.1%;十年期及以上首年期交保费实现 574.80 亿元,同比增长 24.3%;续期保费达 2457.52 亿元,同比增长 32.6%。

值得关注的是,尽管前三季度上市险企业绩表现抢眼,但保险业“134 号文”自 10 月份起开始正式实施,能帮助险企快速捞金的快速返还原型保险产品受到限制后,是否会影响到四季度险企的保费增速以及明年的开门红?

对此,东吴证券分析师丁文韬认为,上市险企对政策反应充分,新规目前来看影响有限,保障性需求的爆发将会持续,寿险业务价值的增长仍将延续。

平安寿险在三季报中表示,于今年 10 月份上市了一批符合监管要求的升级产品,并将在第四季度做好新旧产品切换,重点推动长期保障型产品,为 2018 年业务发展打下坚实基础。

“134 号文”影响较小,预计 2018 年一季度新单保费仍将正增长。”孙婷说,上市险企的代理人数量与素质均有明显提升,强大的队伍销售能力可以支持产品切换,可推动新单保费稳健增长。

## 新疆: 电子商务助力精准扶贫

凭借这两年电子商务“扶摇直上”发展态势,新疆不断提升电商扶贫质量和实效,有力推进精准扶贫脱贫,促进贫困地区经济社会发展。记者 10 月 28 日在新疆电子商务工作推进会上了解到,目前,新疆有国家级和自治区级电商进农村综合示范县 55 个,其中中央投入财政资金 7.2 亿元,在新疆建起 36 个国家级电商进农村综合示范县。据不完全统计,2015 年至今,这些国家级电商综合示范县农产品网销额达 19.59 亿元,农村网销额达 13.04 亿元。

新疆维吾尔自治区商务厅厅长、自治区对外开放领导小组办公室主任戎军介绍,通过大力实施电商扶贫战略,新疆 22 个国家级扶贫开发重点县被列入国家级电子商务进农村综合示范县,2015 年以来,这些示范县累计培训人数突破 13.96 万人次,带动就业 6.3 万多人,其中贫困人口 1.2 万多人。

新疆提出,今后将加快推动现有税收、创业就业等政策向电子商务领域倾斜,未来 3 年,自治区财政将每年拿出 5000 万元用于支持电子商务发展。(潘莹)

# 黄土地上收获新希望 ——山西运城市发展特色农业见闻

■ 王飞航

黄河滚滚,中条巍巍,山西运城地处晋陕豫黄河“金三角”地区,这里有燧祖蚕蚕、后稷稼穡、舜耕历山的传说,是中华农耕文明的发祥地之一。

近年来,运城市面向市场积极调整农业产业结构,除了原有的粮棉之外,大力发展苹果、酥梨、冬枣等特色产品,增加农民收入,解决了农业效益低下的问题,走出一条内陆地区农业高效优质的新路。

### 面向市场调优结构 让农民“土中掘金”

运城是山西省的农业大市。棉花、小麦产量分别占全省的 90% 和 55%,但运城的农民人均纯收入却一度排在全省倒数第三。

“稳定提高农民收入,不是简单地转移农民进城打工,根本出路在于面向市场调优结构、发展特色农业,提升农产品的价值和效益。”运城市副市长乔登州说。

一幅幅现代化温室大棚果实满枝,一片片经济林作物绿荫如盖……金秋十月,正是收获的时节,穿行于运城市的乡村田野间,人们可以感受到这里潜心发展特色农业所展现的巨大潜力。

在万荣县王显乡偏店村,眼前是连成一片的苹果林,农民们正在果园里忙碌着摘果子。苹果树并不高,上面长满了果实,把一颗苹果放进嘴里咬上一口,又脆又甜。

偏店村 67 岁的村民刘贵平说:“过去我种小麦棉花,一年到头饿不着,但也挣不下俩钱,日子过得紧巴巴。前些年在村里合作社的带领下,改种苹果,现在 5 亩果园一年纯收入超过 4 万元,亩均纯收入从不到千元摇身变成 8000 多元。”

运城市果业发展中心主任靳国全说,运城地处苹果黄金地带和黄土高原优质水果产区,有着发展果业得天独厚的自



然禀赋。经过连续多年的更新品种、调整结构,目前运城市水果种植面积达到 330 万亩,总产量 60 多亿公斤。

### 水果“出洋” 助推特色农业提档升级

农业品牌,过去一直是运城农业的短板。小而杂、散而弱,导致不少特色资源禀赋未能带来相匹配的经济效益。近年来,运城市一手抓果品提质增效,一手抓国际国内市场开拓,大力推进果业供给侧结构性改革。

盐湖区郭丰村建科农副产品专业合作社负责人郭增科说:“我们这里是国家级出口酥梨示范区,凭借着良好的资源基础,他们合作社的酥梨品质受到了国内外客商的一致认可,势头看好,每亩梨树收入 1 万元以上。”

在临猗县万保果品种植销售专业合作社,果农王万保正筹划着把自己的品牌打入德国、法国等国际高端市场。在过去,向果园要高产是王万保的目标,但是高产后收益却不尽如人意,“果贱伤农”时有发生。

“要想在市场中站稳脚,就得提升品质,做出口,赚高端市场的外汇。以苹果为例,出口比我们国内市场价每公斤要高 1 元左右。”王万保说。

截至目前,运城市已拥有水果出口企业 14 家,苹果、梨、桃外、樱桃、柿子、枣等出口备案水果品种 10 多个,水果已出口到

美国、澳大利亚、新加坡、巴西、俄罗斯、乌克兰等全球 37 个国家和地区。

乔登州说,国际市场给农产品带来了出口机遇,也为农业发展带来了动能,许多企业纷纷通过技术创新、产品革新扩大出口,推动运城农业进一步调结构、转方式。

### 农业与旅游共鸣 打造“美丽经济”

每年 3 月下旬到 4 月中旬,运城当地几百万亩的杏花、桃花、油菜花等竞相开放,万紫千红的场面十分壮观。靳国全说:“作为晋陕豫黄河金三角地区的中心城市,运城市承东启西、贯通南北、辐射中原,区位优势明显。依托这些优势,运城要把农业与二、三产业紧密结合,发展出旅游农业、观光农业、休闲农业等新的农业门类,把农业的生产过程、生产场景都变成旅游资源。”

在运城,传统农业正蝶变为观光农业,成为助农增收的“美丽经济”。10 月下旬,记者来到盐湖区赤社村的会荣水果工场,负责人丁会荣正带着技术员在草莓大棚里查看草莓幼苗的生长情况。

“我们做的就是纯天然的富硒水果,销路很好。这么几棚草莓根本不愁卖,到了采摘季,60 元一斤的高价也挡不住市民采摘的热情。”丁会荣说,“现在我们这个水果工场正在成为集体采摘、观光旅游、集约生产、农产品深加工、品牌营销、培训教育为一体的综合性农业园区。”

乔登州说,国家对农业扶持力度的不断加大,为运城发展设施农业、休闲农业、观光农业、生态农业提供了广阔空间,运城市将着力打造“春赏花、夏游园、秋卖果、冬产菇”的全产业链融合发展模式,并建设高标准农业示范园,培育发展一批繁荣农村、富裕农民的新产业新业态,构筑现代特色农业发展的新格局。

便民服务热线: 028-69959066, 地址: 红星路二段 70 号四川报业集团 3 楼 310A

四川博纳文化传播广告有限公司 成都分公司 代理机构: 四川博纳文化传播广告有限公司