

中新经纬客户端12月5日电近日，设在央行的互联网金融风险专项整治工作领导小组办公室与设在银监会的P2P网贷风险专项整治工作领导小组办公室联合发布《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》(下简称《通知》)，直指“现金贷”无序增长，利率畸高的问题，提出“暂停发放无特定场景依托、无指定用途的网络小额贷款”的要求。

这是否意味着对于网络小额借款“一刀切”，在整治高利贷、暴力催收、多头借贷乱象的同时，也让正当的信用消费需求被错杀？

对此，中央财经大学金融法研究所所长黄震表示，《通知》中对现金贷监管的要求并没有如网上传言那样“一刀切”，而是采取疏堵结合、宽严相济、标本兼治、对症下药的一系列措施，意在使其更好地为区域经济、实体经济服务。

事实上，此次新规的整治对象是“无交易场景依托、无指定资金用途、无客户群体限定、无抵押”的现金贷，而市面上也有许多依托场景、低利率，严格风控，合规运营的信用消费产品。

公开资料显示，2013年10月，乐信旗下分期乐商城上线，推出了第一款与电商场景结合的信用消费产品。此后，2014年2月，京东推出京东白条；2015年4月，蚂蚁“花呗”上线；同年5月，苏宁推出“任性付”；12月，唯品会的“唯品花”上线，此后，去哪儿网也在自己的平台中嵌入了“拿去花”，线上消费场景匹配信用产品逐渐成为标配。这些产品的年化利率大都在18%上下，且消费体验方便快捷，因而广受用户认可。

恒丰银行研究院执行院长董希淼表示，此次监管明确针对“四无”现金贷公司，而此类有电商消费场景依托的信用消费产品并不在此次监管范围内，所受影响不大。

也就是说，方兴未艾的中国消费金融行业有望重新回归“场景为王”的正途：没有场景依托、依靠高收益覆盖高风险的“现金贷”行将末路，而蚂蚁、京东、乐信等这类依托消费场景构建互联网消费金融生态平台的价值或将被重估。

中国互联网金融协会会长李东荣此前也在演讲中说，在创新与监管的追赶游戏中，金融创新总是走在前边，但监管不能落后太远；要注意坚持掌握好金融创新与金融监管的平衡点，实现监管、创新，再监管、再创新的动态博弈和良性循环。