

面对正在崛起的消费金融市场，银行加快掘金步伐。记者从广发银行[微博]获悉，去年该行个人消费信贷（信用卡融资除外）新增放款额同比增长超过200%。

为更深入全面了解客户需求，近日广发银行联合国际知名调研机构，开展了“中国个人消费性贷款调研”。调研显示，超过八成的中小额消费（3万元以内）通过信用卡进行交易支付。随着国人财富管理观念的成熟，借钱不再仅为应急，“周转性信贷需求”日益增加。多元格局银行仍唱主角

据介绍，此次调研覆盖北京、沈阳、上海、宁波、广州、深圳、成都、武汉等城市，采访了超过1600位、年龄介于18-55岁之间的不同职业者。

调研指出，从2007年广东试点消费金融机构至今，我国消费金融已形成以银行为核心，互联网个人消费信贷、线下消费金融机构及小额信贷机构为辅的多元化消费金融业态。90%以上的个人客户在需要消费性贷款时选择银行。银行凭借严谨的风控体系，强大的产品服务创新能力，在信贷额、客户数上占据绝对优势，在个人消费信贷市场发挥中流砥柱作用。

数据显示，大部分个人客户的消费信贷额在20万元以内，需求最集中的分布于2-10万元区间。超过八成的中小额消费（3万元以内）通过信用卡进行交易支付，超过七成客户在消费金额超过一万元时曾用过或者考虑使用银行信用卡分期付款。在10万元以上的消费信贷领域，银行优势更为明显。在消费信贷需求10-50万的区间，绝大部分个人客户表示会选择银行无抵押消费信贷满足资金周转需求。

据调研，个人客户选择消费信贷产品时，首先考虑以下三个因素：审批放款速度、利息水平和信贷额度。七成客户希望能在一周内拿到贷款，而3-20万单笔信贷金额可满足80%以上消费信用贷款客户的需求。同时，互联网模式成为高效信贷审批平台的最佳选择。77%的个人客户首选网络渠道获取消费信贷产品信息，而偏好网络信贷申请方式的客户比例正在急剧增加。

广发银行2014年底推出了国内首个可受理所有个人客户信贷申请的互联网贷款产品——“E秒贷”，全面落地互联网+个人信贷策略。推出一年来，已有超过15万客户完成预审批。闭环式服务模式兴起

传统观念上，个人客户借钱就是为了应急。而调研发现，随着国人财富管理观念的成熟，信贷正成为个人客户整体投资规划中的一个部分，“周转性信贷需求”日益增加。

调研数据显示，57%的消费信贷潜在客户申请贷款的主要动机是“保持手头资金流动性及利用效率”，而因“应急性使用”进行借贷的潜在消费信贷客户比重为33%。

这一趋势在35岁以上客户组别以及中高收入消费组别更为明显。此类客户通常对理财有全面规划，希望获得一定的信贷额度，当他们规划大宗消费、子女留学、房屋装修和养老规划时可灵活使用信贷工具，提升整体资金利用效率。因此，信贷+理财的闭环式综合金融产品开始兴起。

广发银行总行零售信贷业务部总经理陈春文指出：“我们发现越来越多客户利用消费信贷产品是为了提升家庭资产利用效率，更好协调消费和投资的关系。因此，我们在把信贷产品融入财富管理整体概念中，根据客户特点，为客户提供信贷、理财、现金管理相结合的专业产品。场景式信贷需求增长迅猛

调研数据显示，未来一年最可能引发消费信贷需求的最主要消费项目头三位分别为：旅游、装修家电及电子产品购买。这些信贷需求通常伴随着明确的购买行为产生。因此，场景式信贷产品成为争夺个人消费信贷市场份额利器，金融机构纷纷采用异业结盟方式进行产品创新和营销。

陈春文认为：“消费信贷的一大特性就是消费需求与信贷需求几乎同步产生，高度对应，尤其在中小额消费信贷方面更是如此。广发银行不断加强与各行业的领军企业合作，推出更贴近客户消费需求的产品。例如在旅游领域，广发银行联手途牛推出旅游信贷产品，让客户享受到专属优惠和便捷的信贷服务。日后广发银行将继续拓展合作领域，推出更多场景式消费信贷产品。”