

“割肉”补价差,经营贷续贷高峰期的阵痛

5年期LPR报价已经连续7个月保持不变,但是房贷利率却节节走低。贝壳研究院1月22日发布的一份报告显示,2024年开年,部分二、三线城市继续下调首套房贷利率,截至1月中旬,中国百城中已有60城首套房贷利率进入“3时代”。房贷利率下跌背后,房价的调整仍在继续中。

根据国家统计局的数据,2023年12月份,全国各线城市房价环比均呈现下跌状态,且二手住宅销售价格也在110个月出现了首次环比全部降价。房价下跌还产生了其他副作用,由于房抵贷进入续贷高峰期,抵押物价格下跌的情况下,银行或需要抵押人补充新的抵押物或者补充差价。

60城首套房贷利率步入“3时代”

中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布,2024年1月22日贷款市场报价利率(LPR)为:1年期LPR为3.45%,5年期以上LPR为4.2%,均与上月持平。当日公布的数据显示,中国贷款市场报价利率(LPR)已连续5个月不变,其中,房贷利率参考的5年期以上LPR已连续7个月未做调整。虽然5年期以上的LPR报价坚挺,但是各地主流房贷利率仍在逐步下调。

贝壳研究院监测显示,2024年1月中国百城首套主流房贷利率平均为3.84%,较上月降低2个基点;二套主流房贷利率平均为4.41%,与上月持平。1月首、二套主流房贷利率较2023年同期分别回落26个和50个基点。

二、三线城市首套房贷利率均已进入“3时代”。2024年1月一线城市首、二套房贷利率分别为4.13%、4.54%,均与上月持平;二线城市首套房贷利率降低2个基点至3.86%,三、四线城市首套房贷利率降低2个基点至3.82%;二线和三、四线城市二套房贷利率均维持上月水平。

贝壳研究院指出,2024年1月,有9个城市首套房贷利率下降,主要为二线和三、四线城市,下降幅度在5个至30个基点之间。其中,嘉兴、廊坊、徐州首套房贷利率下降30个基点,东莞、佛山、呼和浩特下降20个基点,南京下降10个基点。

据该机构统计,1月份新增8个城市首套房贷利率首次降至4%以内。截至2024年1月中旬,百城中60城首套房贷利率已进入“3时代”。

贝壳研究院认为,2024年开年,部分二、三线城市大幅下调首套房贷利率,结合前期已经落地的“认房不认贷”和降首付政策,有助于降低购房门槛和贷款成本,进一步促进购房需求释放。这对于2024年的楼市修复将发挥积极作用。

续贷高峰期的新烦恼

房价下跌也带来了一系列其他问题。买房人唐力(化名)告诉记者,由于经营贷要三年做一次续贷,他这次可能要补大约100万元的差价。“我是2021年5月份高位买了一套房子,当时的房贷利率也比较高,为5.25%。为了节约,通过中介置换成了经营贷。当时贷款大概600万元,现在房价调整比较明显,评估价相比此前大概下降了2成,银行可能需要我们补交100万元左右的差价。手头暂时没有这么多的现金,准备把老家的一套房子卖了,补上这块差额。”唐力说。

类似于唐力这种情况的购房人并不在少数,记者了解到,目前经营贷多数的贷款周期都是在10年,贷款期限比房贷明显要短。2020年到2021年国内房价出现一波快速上涨,为了能够抢到心仪的房源,不少购房人承担了较高的购房利率,彼时LPR加点是常态。为了能够节约高额的利息,不少



购房人通过中介将房贷转换成经营贷。

不过事情总是有利有弊,进入2022年之后,随着调控政策加码,房地产市场进入调整期,各地房价都出现了明显下跌。贷款人在享受低利率的同时,续贷进入高峰期,新一轮资产评估或让贷款人需要承担补“价差”的阵痛。

“目前经营贷的利率集中在3.3%到3.6%之间,相比房贷利率还是具有一定优惠,如果相比高峰时期的房贷利率则这种优惠更加明显。此前还是有不少购房人选择将房贷转经营贷,主要基于三方面考虑,第一是经营贷的利率更加优惠,贷款额度高的话,一年可以省下好几万,甚至几十万;第二可以先息后本,减轻前面几年的还贷压力;第三则是可以突破住房按揭贷款对购买二套房,支付高额外付款的限制。”一家房产中介的负责人对记者表示。

不过需要说明的是,经营贷的贷款主体必须是法人,而不是个人,因此需要贷款人有营业执照。此前为了能够获得更便宜的经营贷,不少中介游走在灰色地带。购房人通过中介办理一般会产生两个费用,一是购房的垫资费利息,1万元的借款利息

一般一日是3到5元;二是中介服务费,即提供必要的手续,将房贷置换成经营贷,这个费用不同地区大相径庭。

某股份行广州分行的一位负责人表示,该行的经营贷利息大概在3.45%左右,目前有两种,一种是三年一续贷,贷款周期在10年,此前只用还利息,不用还本金,到期后连本带息付清。还有一种的贷款期限也是10年,5年一续贷,但是需要每年还贷款额的5%本金,每个月还利息,最后连本带息还清。上述两种贷款模式,都需要在中途续贷,续贷同时要重新对资产进行评估,如果资产价格出现下降,就会要求贷款人补上差额。“理论上如果房贷下降幅度比较大,就会出现比较大的差额需要填补,但一般都会给予一定的期限进行宽限,不会一次性要求全部补上。”他说。

该股份行的负责人认为,有两类人在新一轮的续贷评估中可能面临较大的压力,一是房价下跌幅度较大地区的贷款人;第二则是贷款金额较高的贷款人。“从目前来看,一线城市核心地区的风险不大,但是二三线城市可能存在一定的压力。”

供稿:《21世纪经济报道》叶麦穗/文

网贷营销存四大隐患 监管、行业自律双双出手

进入2024年后,贷款网络营销业务再度受到关注。1月22日,记者从中国互联网金融协会(以下简称“协会”)处独家获悉,当前贷款网络营销业务仍然存在不良率走高、不当营销、催收业务多次转包等问题。

同时,协会提出了系列自律举措,表明将尽快建立贷款网络营销自律管理工作机制和框架,加强对该业务的全链条自律管理,促进行业高质量发展。而更早一点,各地监管部门在不法贷款中介、短信营销、催收方面,也已经提出了针对性举措。

四大问题

“正规平台,快速到账”“年化利率低至xx,抢到就是赚到”“你好,我是xx银行信贷中心业务员,现有一款低息贷款”……近两年来,这样的营销广告在消费者的日常生活中并不少见,让不少用户深受其扰,也扰乱了金融市场秩序。

从记者过往的调查来看,围绕贷款网络营销业务,从贷前营销到贷后催收,仍存在大量侵害金融消费者合法权益的乱象。不法贷款中介冒用金融机构名义,不仅反复营销打扰,在贷款过程中还存在AB贷、砍头息等情况;部分贷款平台年化利率标识不清,以低利率诱导用户后却有多种名目费用推高实际贷款成本;受金融机构委托的第三方催收机构暴力催收,“爆通讯录”等违规形式同样广泛存在。

1月22日,记者自协会处独家获悉,经摸排调研,当前贷款网络营销业务仍然存在一系列问题。

具体包括:一是不良率走高,借款人存在超前

消费、过度借贷、多头借贷甚至蓄意骗贷等行为,在经济下行压力下,债务人的信用风险和欺诈风险进一步加剧,极易引致风险传导、扩散。二是营销端行业数据统计监测机制欠缺,无法掌握行业整体情况并对其进行风险监测和预警。三是贷款利率仍处高位,互联网平台“变相兜底”、不当营销等问题依然存在。四是互联网平台催收外包情况普遍存在,催收业务多次转包时有发生,暴力催收、不当催收、个人信息泄露等问题频发、反催收黑产活动猖獗。这些问题扰乱了金融秩序和社会稳定,不利于消费金融行业高质量发展。

谈及各类违规行为的危害,消费金融行业资深观察人士苏筱芮表示,一是网络渠道跨地域的特性可能使得风险外溢;二是数字化发展有可能加剧机构与金融消费者之间的信息不对称,从而使得金融消费者自身的权益面临更大风险;三是可能跨行业甚至涉及到违法犯罪,例如,贷款短信的泛滥背后曾有过非法买卖公民个人信息的大案,而非催收活动的背后也曾出现过涉及到黑恶势力的大案。

星图金融研究院副院长薛洪言则分析称,互联网贷款领域围绕客户营销和催收方面的乱象由来已久,这两年在监管的强力治理下取得了积极成效。但最近一年,随着经济下行,优质资产紧缺催生了违规营销抬头,客群的不断下沉让高利率问题再次浮出水面。不良率的攀升则同步带来了违规催收和客诉纠纷的上升,而催收强度的增大又带来了反催收联盟的乱象,使得互联网贷款领域的消费者权益保护再次变得严峻和复杂起来,需要高度重视,以避免产生不良次生影响。

双向约束

针对网络贷款各环节的乱象,整治工作近期正在逐步进行中。就在2023年末,上海市市场监管局对一家贷款中介机构开出30万元罚单,并责令其停止违法行为。经查,该公司在2023年4—7月,当事人为了快速获取意向客户和提升业绩,使用第三方短信平台以多家银行名义向上海地区手机用户群发营销短信,并从中收取佣金。而被冒名的银行与其均没有合作关系或者特定联系。

2024年1月8日,国家金融监督管理总局福建监管局等多部门共同发布了《关于规范辖区贷款营销短信的通知》,明确提出贷款营销机构开展短信营销的内容不得超过金融管理部门许可的金融业务范围,并建立短信营销号码白名单制度、内控管理机制,旨在进一步规范辖区的贷款营销短信行为,切实压缩不法贷款中介生存空间。

记者从知情人士处了解到,目前业内对福建营销短信的前述要求整体处于“试点”观望中,如果实施效果好,后续有望对全国其他省市形成参考,以此对短信营销形成有力约束。

不仅如此,国家金融监督管理总局浙江监管局在1月17日针对互联网贷款催收提出了工作意见,严格规范各金融机构催收行为。在加强外包催收穿透管理方面,各机构应审慎选择外包催收机构,对外包催收机构进行准入前评估,并对其进行常态化考核。催收过程中,应要求催收人员表明所代表的贷款人名称、使用文明礼貌用语等。

除了监管出手打击外,在网络贷款合规经营的

过程中,市场从业机构的“自律”也是重要一环。对于前述问题,协会近期对从业机构自律管理角度提出了工作意见和建议。

例如,在自律框架方面,组织研制相关自律管理规范,全面规范放贷机构和互联网平台关于营销宣传内容、营销宣传行为和营销合作内容,明确统计监测、信息披露、评估评议、备案等自律管理要求;在信息披露方面,针对“年化利率明示”等环节强化自律管理;在备案管理方面,研究建立对互联网平台贷款营销类移动互联网应用程序的备案管理制度,把好贷款营销互联网入口关,引导从业机构合规审慎经营。

苏筱芮表示,网络贷款领域曾经历过野蛮生长阶段,经过一系列顶层制度的颁布后,行业乱象已大幅收敛,但伴随着数字经济的繁荣发展,网络贷款乱象或转入地下,或搭上了“科技”之风,使得目前行业面临的情况比往日更为复杂。

“围绕网络营销,当前监管、自律双向出手能够进一步严密合规防护网,前者能够使得市场明确预期,哪些能做、哪些不能做;而后者则给予了市场参与主体及时发现及解决问题的机会,有利于发挥机构自身的主观能动性,便于早发现、早治理、早整改。”结合近期监管部门与协会的双向动作,苏筱芮总结道。薛洪言进一步强调,近期针对各项违规行为的整治,是结合不同经济周期背景下的行为特点做针对性调整。消费者权益保护是金融业务人民性的体现,也是金融高质量发展实体经济的要求,打击侵犯消费者权益行为应该常抓不懈。

据《北京商报》廖蒙/文

讲文明 树新风 公益广告

积极参与垃圾分类 共同呵护绿色家园

