招联消费金融股份有限公司2024年第三期金融债券募集说明书

发行人：　招联消费金融股份有限公司

注册地址：　深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

邮政编码：　518052

牵头主承销商/簿记管理人：　招商银行股份有限公司

联席主承销商：　兴业银行股份有限公司

招商证券股份有限公司

中国国际金融股份有限公司

中国银行股份有限公司

中信证券股份有限公司

中信建投证券股份有限公司

国泰君安证券股份有限公司

华泰证券股份有限公司

二〇二四 年 三 月

目录

目录 1
释义 2
发行人声明 5
本期债券基本事项 7
第一章 募集说明书概要 11
第二章 债券清偿顺序说明及风险提示 21
第三章 本期债券情况 33
第四章 发行人基本情况 41
第五章 发行人历史财务数据和指标 73
第六章 发行人财务结果分析 79
第七章 本期债券募集资金的使用 94
第八章 债券发行后发行人财务结构及已发行未到期的其他债券 95
第九章 发行人所在行业状况 98
第十章 发行人业务状况及在所在行业的地位分析 109
第十一章 发行人与母公司、子公司及其他投资者的投资关系 120
第十二章 发行人董事会、监事会及高层管理人员 123
第十三章 本期债券承销和发行方式 130
第十四章 本期债券涉及税务等相关问题分析 132
第十五章 本期债券信用评级情况 134
第十六章 发行人律师的法律意见 136
第十七章 本期发行有关机构 137
第十八章 备查信息 151

释义

在本募集说明书中，除非文中另有所指，下列词语具有如下含义：

招联消费金融/发行人/本公司/公司	指	招联消费金融股份有限公司
本期债券	指	招联消费金融股份有限公司2024年第三期金融债券
本期债券的发行	指	招联消费金融股份有限公司2024年第三期金融债券的发行
牵头主承销商/簿记管理人/招商银行	指	招商银行股份有限公司
联席主承销商	指	兴业银行股份有限公司、招商证券股份有限公司、中国国际金融股份有限公司、中国银行股份有限公司、中信证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、华泰证券股份有限公司
承销团	指	由牵头主承销商为本期债券组织的，由牵头主承销商、联席主承销商和其它承销团成员组成的承销团
簿记建档	指	由簿记管理人记录投资者认购数量和债券利率水平意愿的程序
发行利率	指	发行人根据簿记建档结果确定的本期债券最终票

		面利率
募集说明书/本募集说明书	指	发行人为本期债券的发行而根据有关法律法规制作的《招联消费金融股份有限公司2024年第三期金融债券募集说明书》
发行公告	指	发行人为本期债券的发行而根据有关法律法规制作的《招联消费金融股份有限公司2024年第三期金融债券发行公告》
发行文件	指	在本期债券发行过程中必需的文件、材料或其它资料及其所有修改和补充文件（包括但不限于募集说明书、发行公告）
工作日	指	中华人民共和国的商业银行的对公营业日（不包括法定节假日或休息日）
法定节假日或休息日	指	中华人民共和国的法定节假日或休息日（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾省的法定节假日或休息日）
人民银行	指	中国人民银行
原银保监会/原银监会	指	原中国银行保险监督管理委员会，即原中国银行业监督管理委员会
原深圳银保监局/原深圳银监局	指	原中国银行保险监督管理委员会深圳监管局，即原中国银行业监督管理委员会深圳监管局
有关主管机关	指	本期债券发行需获得其批准的监管机关，包括但不限于国家金融监督管理总局、中国人民银行

银行间市场	指	全国银行间债券市场
中央国债登记公司	指	中央国债登记结算有限责任公司
元	指	如无特别说明，指人民币元
存续期	指	债券起息日起至债券到期日（或赎回日）止的时间区间
最近三年及一期	指	2020 年、2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月
最近三年及一期末	指	2020 年末、2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末

本募集说明书中，部分合计数与各加总数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

发行人声明

本期债券经《中国人民银行准予行政许可决定书》（银许准予决字[2023]第 175 号）核准，招联消费金融股份有限公司拟在全国银行间债券市场公开发行招联消费金融股份有限公司 2024 年第三期金融债券。

投资者购买本期债券，应当认真阅读本文件及有关的信息披露文件，进行独立的投资判断。主管部门对本期债券发行的批准和核准，并不表明对本期债券的投资价值做出了任何评价，也不表明对本期债券的投资风险做出了任何判断。凡认购、受让并持有本期债券的投资者，均视同自愿接受本募集说明书对本期债券各项权利义务的约定。本期债券依法发行后，发行人经营变化引致的投资风险，投资者自行负责。

本募集说明书的全部内容遵循《消费金融公司试点管理办法》（中国银行业监督管理委员会令〔2013〕年第 2 号）、《全国银行间债券市场金融债券发行管理办法》（中国人民银行令〔2005〕第 1 号）、《中国人民银行、中国银行业监督管理委员会公告〔2014〕第 8 号——金融租赁公司、汽车金融公司和消费金融公司发行金融债券有关事宜》、《非银行金融机构行政许可事项实施办法》（国家金融监督管理总局令 2023 年第 3 号）和其他现行法律、法规的规定。本募集说明书旨在向投资者提供有关发行人的基本情况以及本

次发行和认购的有关资料。发行人愿就本募集说明书内容的真实性、准确性和完整性承担责任，在做出一切必要及合理的查询后，确认截至本募集说明书封面载明日期，本募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。

投资者可在本期债券发行期内到中国货币网(www.chinamoney.com.cn)、中国债券信息网（www.chinabond.com.cn）和其他指定地点或媒体查阅本募集说明书全文。

本期债券基本事项

一、本期债券基本条款

债券名称	招联消费金融股份有限公司2024年第三期金融债券
发行人	招联消费金融股份有限公司
基本发行规模	人民币18亿元（人民币1,800,000,000.00元）
超额增发权	若本期债券的实际全场申购倍数（全场申购量/基本发行规模）α≥1.4，发行人有权选择行使超额增发权，即在本期债券的基本发行规模之外，增加发行不超过人民币10亿元；若本期债券实际全场申购倍数α＜1.4，按照基本发行规模发行
债券品种	3年期固定利率品种
赎回权	发行人不得提前赎回本期债券
回售权	投资者不得提前回售本期债券
债券性质	本期债券性质为消费金融公司发行的、本金和利息的清偿顺序等同于消费金融公司一般负债、先于消费金融公司股权资本的金融债券
票面利率	本期债券采用固定利率形式，最终票面利率将通过簿记建档、集中配售的方式确定，一经确定即在债券存续期内固定不变
发行方式	本期债券由主承销商组织承销团，在全国银行间债券市场通过簿记建档方式公开发行

发行对象	全国银行间债券市场全体成员（国家法律法规禁止购买者除外）
债券面值	本期债券面值为人民币 100 元，即每一记账单位对应的债券本金为人民币 100 元
发行价格	本期债券按面值平价发行
簿记建档日	本期债券簿记建档日为 2024 年 4 月 8 日-4 月 9 日
发行期限	本期债券的发行期限为 2024 年 4 月 8 日-4 月 10 日，共 3 个工作日
缴款截止日	本期债券缴款截止日为 2024 年 4 月 10 日
起息日	本期债券自缴款截止日开始计息，起息日为 2024 年 4 月 10 日
计息期限	本期债券的计息期限自 2024 年 4 月 10 日至 2027 年 4 月 9 日
计息方式	本期债券采用单利按年计息，不计复利。本期债券的年度付息款项自付息日起不另计息，本金自兑付日起不另计息
还本付息方式	本期债券按年付息，到期一次还本，最后一期利息随本金的兑付一起支付
付息日	本期债券的付息日为存续期内每年的 4 月 10 日（如遇法定节假日或休息日，则资金支付日顺延至其后的第一个工作日，顺延期间应付利息不另计息）
兑付日	本期债券的兑付日为 2027 年 4 月 10 日（如遇法定节假日或休息日，则资金支付日顺延至其后的第一个工作日，顺

	延期间本金不另计息）
提前或递延支付	发行人不得在债券到期日前提前兑付，债券持有人也不得要求发行人在债券到期日前提前兑付。本期债券本金和利息的兑付不含递延支付条款
债券本息兑付方法	本期债券于付息日支付利息。本期债券到期时于兑付日一次性偿还本金。具体利息支付办法及本金兑付办法将按照有关规定，由发行人在主管部门指定媒体上发布的有关公告中予以披露。本期债券的付息和兑付将通过托管人办理
债券形式及托管	记账式债券，统一托管在中央国债登记结算有限责任公司
债券承销	本期债券由主承销商组织承销团以余额包销方式承销
交易流通	本期债券发行结束后，将按照全国银行间债券市场债券交易的有关规定在全国银行间债券市场交易流通
募集资金用途	本期债券募集资金主要用于补充公司中长期资金，优化公司资产负债期限结构，进一步促进发行人主营业务发展，提升普惠金融服务能力
税务提示	根据国家有关税收法律、法规的规定，投资者投资本期债券所应缴纳的税款由投资者承担
债券评级	经中诚信国际信用评级有限责任公司综合评定，发行人的主体信用级别为 AAA，本期债券信用等级为 AAA

二、本期债券发行的相关机构

牵头主承销商/簿记管理人	招商银行股份有限公司
联席主承销商	兴业银行股份有限公司、招商证券股份有限公司、中国国际金融股份有限公司、中国银行股份有限公司、中信证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、华泰证券股份有限公司
债券托管人	中央国债登记结算有限责任公司
信用评级机构	中诚信国际信用评级有限责任公司
发行人法律顾问	北京市中伦律师事务所
发行人审计机构	毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)深圳分所
	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

三、发行人法定代表人和债券发行事务负责人

发行人法定代表人	章杨清
发行人债券发行事务负责人	程先齐

第一章 募集说明书概要

本概要仅对募集说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读募集说明书全文。

一、发行人基本情况

（一）发行人概况

中文名称：招联消费金融股份有限公司

英文名称：MERCHANTS UNION CONSUMER FINANCE CO., LTD

注册地址：深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

法定代表人：章杨清

联系人：王中原

联系地址：深圳市南山区科兴科学院 A4 栋 18 楼

传真：0755-32980748

注册地址：深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

注册资本：1,000,000.00 万元人民币

邮政编码：518052

公司网址：http://www.mucfc.com

金融许可证机构编码：X0007H244030001

统一社会信用代码：91440300326650441X

经营范围：发放个人消费贷款；接受股东境内子公司及境内股东的存款；向境内金融机构借款；经批准发行金融债券；境内同业拆借；与消费金融相关的咨询、代理业务；代理销售与消费贷款相关的保险产品；固定收益类证券投资业务；经银保监会批准的其他业务。

（二）发行人历史沿革

招联消费金融系经原中国银行业监督管理委员会深圳银监局深银监复〔2015〕73号文批准在深圳成立的消费金融公司。招联消费金融由招商银行旗下招商永隆银行与中国联合网络通信有限公司携手创办，于2015年3月6日成立，注册资本为20亿元。

经公司2017年度第一届董事会第八次会议审议通过，并于2017年12月27日取得《深圳银监局关于招联消费金融有限公司变更股权和注册资本的批复》，同意公司自批复之日起6个月内将注册资本从20亿元人民币变更为人民币28.59亿元。

经公司2018年度第一届董事会第十四次会议审议通过，并于2018年12月28日取得《中国银行保险监督管理委员会深圳监管局关于招联消费金融有限公司变更股权和注册资本的批复》，同意公司自批复之日起6个月内将注册资本从人

民币28.59亿元变更为人民币38.69亿元（扣除资本公积），其中：招商银行股份有限公司出资额9.3448亿元，占比24.15%；招商永隆银行有限公司（招商银行股份有限公司全资子公司）出资额10亿元人民币，占比25.85%；中国联合网络通信有限公司出资额19.3448亿元人民币，占比50%。

经公司2021年度第一届董事会第二十九次会议审议通过，并于2021年7月28日取得《深圳银保监局关于招联消费金融有限公司变更股权的批复》，同意招商银行股份有限公司受让招商永隆银行有限公司所持公司25.85%股权，变更完成后，招商银行股份有限公司和中国联通网络通信有限公司分别持有公司50%股份。

经公司2021年第三次股东会会议审议通过，并于2021年10月19日取得《深圳银保监局关于招联消费金融有限公司变更注册资本的批复》，同意公司注册资本由38.6896亿元人民币增至100亿元人民币，招商银行股份有限公司和中国联通网络通信有限公司出资额均为50亿元人民币，持股比例均为50%。

2023年7月，经原深圳银保监局核准、深圳市市场监督管理局变更登记，公司名称由“招联消费金融有限公司”变更为“招联消费金融股份有限公司”。目前，公司已完成了全部相关工商变更手续，并取得了新的营业执照。

（三）发行人简介

招联消费金融成立于2015年3月6日，是我国第一家在《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》（CEPA）框架下成立的消费金融公司。截至本募集说明书签署日，招联消费金融实收资本人民币100亿元，股东单位2家，分别是招商银行股份有限公司（持股50.00%）、中国联合网络通信有限公司（持股50.00%）。

依托招商银行股份有限公司综合性集团金融平台优势以及中国联合网络通信有限公司的客户资源，招联消费金融股份有限公司的发展具备有利条件，竭诚向消费者提供普惠互联网金融服务。招联消费金融是自2013年9月底原银保监会宣布扩大消费金融公司试点范围后，首家获批开业的消费金融公司，也是当前国内初始注册资本最大的消费金融公司。公司持有原银保监会颁发的金融业务许可证，机构性质属于非存款类银行业金融企业，也是国内首家以“互联网金融”定位的消费金融有限公司。公司以移动互联网为依托，以股东双方拥有的巨量客户群为基础，以大数据分析为精准营销和风险控制的技术支撑，为新时代居民的消费提供兼具标准化与个性化、优质的消费金融服务，着力打造为应对互联网金融时代的战略载体，并为国内经济结构的调整和转型贡献自己的力量。

公司初期产品在设计上就已经基本实现了全线上流程操作，互联网轻型特征明显。未来将继续以“微金融，新互

联”为发展理念，在“互联网+”的时代背景下，理解新的规则，寻找新的伙伴，运用新的技术，探索新的模式，构建基于互联网的信用分期、消费信贷，努力打造全新的消费金融体验，不断提升核心竞争力。

招联消费金融紧抓国家经济转型与结构调整的战略机遇，立足行业本源，践行普惠金融，助推消费升级，业务取得稳健发展，同时较好地控制了各类风险，已跻身于消费金融公司发展第一梯队。截至 2023 年 6 月末，公司资产总额 1,732.40 亿元，股东权益 186.28 亿元，贷款余额 1,781.58 亿元，贷款规模在消费金融公司中位居前列。2023 年 1-6 月公司实现营业收入 93.66 亿元，净利润 18.62 亿元。截至 2023 年 6 月末，公司资本充足率 12.40%，不良贷款率 2.31%，拨备覆盖率 359.73%，各项指标均符合监管要求。

二、发行人历史财务数据摘要

招联消费金融最近三年及一期末资产负债表主要数据如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
发放贷款和垫款	16,435,575.11	15,467,651.55	14,160,793.87	10,240,802.58
资产总计	17,323,996.70	16,434,633.91	14,969,834.90	10,831,148.18
负债总计	15,461,147.92	14,727,950.56	13,566,070.92	9,728,384.71
股东权益合计	1,862,848.78	1,706,683.35	1,403,763.98	1,102,763.47

招联消费金融最近三年及一期利润表主要数据如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	936,555.49	1,750,106.86	1,593,324.50	1,281,633.39
营业支出[1]	717,102.84	1,366,890.97	1,239,303.44	1,041,466.03
营业利润	219,452.66	383,215.88	354,021.06	240,167.36
利润总额	219,459.19	382,931.81	354,000.17	239,562.58
净利润	186,165.43	332,919.37	306,327.56	166,792.84

招联消费金融最近三年及一期现金流量表主要数据如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量净额	661,288.19	187,755.31	-584,751.49	-548,618.86
投资活动产生的现金流量净额	-12,564.68	-25,130.33	-17,191.74	-6,809.35
筹资活动产生的现金流量净额	-773,855.61	-85,799.49	822,750.88	698,600.00
现金及现金等价物净增加额	-125,132.09	76,825.48	220,807.65	143,171.79
年末现金及现金等价物余额	417,172.81	542,304.91	465,479.43	244,671.78

招联消费金融最近三年及一期末主要监管指标如下：

指标	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
资本充足率	12.40%	11.93%	10.96%	11.82%
核心资本充足率	11.38%	10.92%	9.95%	10.82%
同业拆入资金/资本净额	47.95%	51.85%	65.66%	23.86%
资产损失准备充足率	363.14%	832.74%	987.92%	1198.27%
投资余额/资本净额	0	0	0	0
不良贷款率	2.31%	2.22%	1.83%	1.78%

[1]为保持和年报口径一致，2023 年 1-6 月营业支出为财务报表中营业支出和信用减值损失加总

指标	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
拨备覆盖率	359.73%	375.09%	443.27%	348.45%
成本收入比	11.42%	12.04%	12.48%	11.81%
资产利润率（ROA）	2.21%	2.12%	2.37%	1.66%
资本利润率（ROE）	20.86%	21.41%	24.44%	16.36%

注：募集说明书中引用的拨备为贷款本金（不含应计利息）的减值准备

三、本期债券发行概要

下述概要仅对本期债券的发行条款做扼要说明。关于本期债券发行条款的详细内容，请阅读本募集说明书“第三章本期债券情况”。

债券名称	招联消费金融股份有限公司 2024 年第三期金融债券
发行人	招联消费金融股份有限公司
基本发行规模	人民币 18 亿元（人民币 1,800,000,000.00 元）
超额增发权	若本期债券的实际全场申购倍数（全场申购量/基本发行规模）α≥1.4，发行人有权选择行使超额增发权，即在本期债券的基本发行规模之外，增加发行不超过人民币 10 亿元；若本期债券实际全场申购倍数α＜1.4，按照基本发行规模发行
债券品种	3 年期固定利率品种
赎回权	发行人不得提前赎回本期债券
回售权	投资者不得提前回售本期债券
债券性质	本期债券性质为消费金融公司发行的、本金和利息的清偿

	顺序等同于消费金融公司一般负债、先于消费金融公司股权资本的金融债券
票面利率	本期债券采用固定利率形式，最终票面利率将通过簿记建档、集中配售的方式确定，一经确定即在债券存续期内固定不变
发行方式	本期债券由主承销商组织承销团，在全国银行间债券市场通过簿记建档方式公开发行
发行对象	全国银行间债券市场全体成员（国家法律法规禁止购买者除外）
债券面值	本期债券面值为人民币 100 元，即每一记账单位对应的债券本金为人民币 100 元
发行价格	本期债券按面值平价发行
簿记建档日	本期债券簿记建档日为 2024 年 4 月 8 日-4 月 9 日
发行期限	本期债券的发行期限为 2024 年 4 月 8 日-4 月 10 日，共 3 个工作日
缴款截止日	本期债券缴款截止日为 2024 年 4 月 10 日
起息日	本期债券自缴款截止日开始计息，起息日为 2024 年 4 月 10 日
计息期限	本期债券的计息期限自 2024 年 4 月 10 日至 2027 年 4 月 9 日
计息方式	本期债券采用单利按年计息，不计复利。本期债券的年度付息款项自付息日起不另计息，本金自兑付日起不另计息

还本付息方式	本期债券按年付息，到期一次还本，最后一期利息随本金的兑付一起支付
付息日	本期债券的付息日为存续期内每年的4月10日（如遇法定节假日或休息日，则资金支付日顺延至其后的第一个工作日，顺延期间应付利息不另计息）
兑付日	本期债券的兑付日为2027年4月10日（如遇法定节假日或休息日，则资金支付日顺延至其后的第一个工作日，顺延期间本金不另计息）
提前或递延支付	发行人不得在债券到期日前提前兑付，债券持有人也不得要求发行人在债券到期日前提前兑付。本期债券本金和利息的兑付不含递延支付条款
债券本息兑付方法	本期债券于付息日支付利息。本期债券到期时于兑付日一次性偿还本金。具体利息支付办法及本金兑付办法将按照有关规定，由发行人在主管部门指定媒体上发布的有关公告中予以披露。本期债券的付息和兑付将通过托管人办理
债券形式及托管	记账式债券，统一托管在中央国债登记结算有限责任公司
债券承销	本期债券由主承销商组织承销团以余额包销方式承销
交易流通	本期债券发行结束后，将按照全国银行间债券市场债券交易的有关规定在全国银行间债券市场交易流通
募集资金用途	本期债券募集资金主要用于补充公司中长期资金，优化公司资产负债期限结构，进一步促进发行人主营业务发展，

	提升普惠金融服务能力
税务提示	根据国家有关税收法律、法规的规定，投资者投资本期债券所应缴纳的税款由投资者承担
债券评级	经中诚信国际信用评级有限责任公司综合评定，发行人的主体信用级别为 AAA，本期债券信用等级为 AAA
牵头主承销商	招商银行股份有限公司
联席主承销商	兴业银行股份有限公司、招商证券股份有限公司、中国国际金融股份有限公司、中国银行股份有限公司、中信证券股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、国泰君安证券股份有限公司、华泰证券股份有限公司

第二章 债券清偿顺序说明及风险提示

一、本期债券的清偿顺序

本期债券性质为消费金融公司发行的、本金和利息的清偿顺序等同于消费金融公司一般负债、先于消费金融公司股权资本的金融债券。

根据《中华人民共和国公司法》（中华人民共和国主席令第八号）（以下简称“《公司法》”）及其他相关法律规定，公司破产清算时，在优先清偿破产费用和共益债务，支付所欠职工工资、社会保险费用和法定补偿金、所欠税款后，与公司的其他负债具有同样的清偿顺序。

二、与本期债券有关的风险及对策

（一）与本期债券有关的风险

投资者在评价和购买本期债券时，应考虑下述各项风险因素：

1、利率风险

受国民经济运行状况和国家宏观政策的影响，市场利率存在波动的不确定性。本期债券采用固定利率结构，在债券的存续期限内，不排除市场利率上升的可能，将使投资者投资本期债券的收益水平相对降低。

对策：本期债券按照市场化的簿记建档方式发行，本期

债券的利率水平已充分考虑了对利率风险的补偿。本期债券拟在发行结束后在全国银行间债券市场交易流通，本期债券流动性的增强也将在一定程度上给投资者提供管理利率风险的便利。

2、交易流动性风险

本期债券在银行间债券市场上进行交易后，在转让时存在一定的交易流动性风险，可能由于无法找到交易对象而难以将债券变现。

对策：发行人在本期债券发行中，将尽量扩大投资主体，增加债券的交易机会，促进投资者间的转让便利。此外，随着债券市场的发展，债券流通和交易的条件将会有所改善，未来的交易流动性风险将会有所降低。

3、兑付风险

如果发行人在经营管理中，受到自然环境、经济形势、国家政策和自身管理等有关因素的影响，使其经营效益恶化或流动性不足，可能影响本期债券的按期兑付，产生由违约导致的兑付风险。

对策：发行人目前经营状况良好，盈利能力较强，可以满足本期债券本息兑付的要求。发行人将进一步提高管理和运营效率，严格控制经营风险，确保业务的可持续发展，不断提升经营效益，尽可能地降低本期债券的兑付风险。最近

三年及一期末，发行人资产总额分别为 1,083.11 亿元、1,496.98 亿元、1,643.46 亿元及 1,732.40 亿元，发行人股东权益分别为 110.28 亿元、140.38 亿元、170.67 亿元及 186.28 亿元；最近三年及一期，发行人实现净利润分别为 16.68 亿元、30.63 亿元、33.29 亿元及 18.62 亿元。发行人未来将进一步拓展业务、加强管理，不断提升经营效益，减少可能的兑付风险。

4、评级风险

在本期债券存续期内，可能出现由于发行人经营情况变化，导致信用评级机构调整对本期债券本身或者发行人的信用等级，从而引起本期债券交易价格波动，使本期债券投资者的利益受到影响。

对策：发行人通过拓宽展业渠道、优化产品设计，不断发展主营业务，扩大服务覆盖面，并持续完善风险管理体系，实现了业务的稳健发展，发行人的持续经营能力得以提升。发行人良好的财务状况及盈利能力将为发行人按期支付本期债券的利息和偿还本期债券的本金提供资金保障。

（二）与发行人相关的风险

1、信用风险

发行人主要经营业务为发放个人消费贷款，存在借贷消费者无法履行还款付息义务，对发行人造成财务损失。发行

人信用风险主要受每个客户自身特性的影响，而不是客户所在的行业或国家和地区。由于发行人每个客户授信贷款规模较小，因此如存在发行人对客户的贷款集中爆发信用违约，则可能发生信用风险。最近三年及一期末，发行人不良贷款率分别为1.78%、1.83%、2.22%及2.31%；发行人资本充足率分别为11.82%、10.96%、11.93%及12.40%；拨备覆盖率分别为348.45%、443.27%、375.09%及359.73%，核心风控指标存在一定波动。

对策：发行人所承受的最大信用风险敞口为资产负债表中每项金融资产的账面金额。发行人的信用风险管理贯穿贷款生命周期的所有阶段，包括贷款政策制定和产品设计、贷款申请与审批、贷款账户管理和逾期的催收。发行人可通过制定贷款政策和设定产品特征，明确产品的贷款额度、贷款期限、目标客户特征（还款能力、个人负债比率、个人贷款上限）等要素，以有效控制风险。在信用风险分类与计量方面，本公司根据原银保监会的要求对公司信贷资产进行五级分类管理，即正常、关注、次级、可疑、损失五类，其中分类为次级、可疑和损失类的被认定为不良资产。发行人以风险为基础评估资产质量，分类方法采用核心定义、信用评级、重要情况判断与标准相结合的原则。发行人将进一步提升低风险资产占比，管控高风险存量客户，精准调控新客户准入策略，进一步加强同母公司的线上、线下合作，积极主动控

制规模增长速度，延展金融服务能力。

2、流动性风险

流动性风险是指发行人无法以合理成本及时获得充足资金，用于满足贷款业务开展以及偿付到期债务、履行其他支付义务的其他资金需求的风险。流动性风险主要是因资产和负债的金额和到期日不匹配而产生的。目前发行人融资主要依赖拆入资金，融资渠道较为单一，需关注发行人自身资金流动性管理及内控治理相关风险。此外，最近三年及一期末，发行人同业拆入占总负债的比重分别为 90.95%、87.08%、88.38%及 93.57%，占比较高且存在资产负债期限错配风险。

对策：发行人负责自身的现金管理工作，包括现金盈余的短期投资和筹借贷款以应付预计现金需求。发行人定期监控短期和长期的流动资金需求，以及是否符合借款协议的规定，以确保维持充裕的现金储备以满足短期和较长期的流动资金需求。发行人立足自身情况和阶段性市场流动性变化，不断完善流动性风险管理组织体系，优化管理手段和策略：一是建立有效的流动性资金应急补充计划。二是完善同业借款管理制度及资本应急补充计划。三是在业务运行过程中，通过对市场流动性的前瞻性判断，及时调整业务策略、资产负债政策，加大压力测试强度、强化流动性指标管理、运用资金价格杠杆等手段积极调整现金流缺口，实现对流动性风

险的事前防范、事中监测、事后控制，确保各项流动性监管指标达标。四是发行人将构建由股东存款、同业借款、同业拆借、银团贷款、资产证券化、金融债券等多种融资工具灵活运用的多元化融资体系，提高资金来源的稳定性，改善期限错配，降低流动性风险。

3、市场风险

市场风险是指利率、汇率以及其他市场因素变动而引起金融工具的价值变化，进而对未来收益或者未来现金流量可能造成潜在损失的风险。

对策：发行人面临的市场风险主要是利率风险。发行人在经营中对宏观经济形势和资金市场走势进行适时分析和预测，根据预测提前调整发行人相关资产负债的结构和期限；加强产品定价模型的分析研究，提高利率敏感性分析，建立消费信贷产品的定价机制，降低因利率变动而引起的风险。此外，发行人对利率敏感资产负债的重定价期限缺口实施定期监控，对利率风险进行管理。

4、主要参与机构之间关联关系所产生的风险

招联消费金融（作为发行人）为招商银行（作为本期债券的牵头主承销商、簿记管理人）的合营公司。截至本募集说明书签署日，招商银行持有招联消费金融合计50%的股份，

为招联消费金融的股东。招联消费金融聘请招商银行作为本期债券的牵头主承销商和簿记管理人构成关联交易。

对策：上述关联交易属于两家机构日常业务经营中的合理交易，遵循一般商业原则，且以不优于对非关联方同类交易的条件进行，交易条件公平、公开、公允。同时，上述关联交易符合监管部门相关法规要求及招联消费金融、招商银行内部制度的相关规定，不存在损害投资人利益的情况。

5、未来资本性支出风险

2018 年发行人取得深圳市桂湾片区土地使用权，2023 年 6 月末无形资产为 11.62 亿元，公司兴建新办公楼招联大厦，2022 年 12 月招联大厦已完成结构封顶，目前在进行幕墙和室内装修工程施工，项目预计 2023 年底竣工。

对策：发行人最近三年及一期营业收入分别为 128.16 亿元、159.33 亿元、175.01 亿元及 93.66 亿元，净利润分别为 16.68 亿元、30.63 亿元、33.29 亿元及 18.62 亿元。发行人营业收入及净利润保持稳定增长，可支持未来兴建招联大厦的资本性支出计划。此外，发行所取得的土地使用权位于深圳市前海片区，地理位置较好，无形资产质量相对较好。

6、操作风险

操作风险指由不完善或有问题的内部程序、员工和信息

科技系统，以及外部事件，可能给发行人造成直接或间接的损失。

对策：发行人不断健全和完善与公司业务复杂程度相匹配的操作风险管理体系，对操作风险管理的组织架构、职责分工、工具方法、系统建设进行全面规划。结合业务实践，通过不断修订相关管理制度、优化业务流程、完善业务管理信息系统、加强员工培训和员工行为动态监测以及强化事后监督等途径，对于发现的操作风险隐患，及时整改，增强全体员工操作风险认识水平，提高操作风险管理意识，促进各级机构业务经营依法合规，防控操作风险的发生，为公司业务经营发展提供健康的运营环境。同时，发行人使用信息管理系统提升操作风险的管理手段，最大限度地降低操作风险、减少损失。

7、信息技术风险

信息技术风险是指软硬件故障，公共通信网络、供电系统中断，自然灾害等突发事件对信息系统的影响，可能给发行人造成直接或间接的损失。

对策：发行人高度重视信息科技风险管理，全面落实信息科技监管要求，在公司全面风险管理框架指导下，建立了信息科技风险组织体系，制定了信息安全管理政策规范及技术标准，构建全面的信息安全保护体系，积极完善信息科技

风险组织架构，充分运用信息科技风险管理工具，营造信息科技风险管理氛围，多措并举加强信息科技风险管理。

8、合规经营风险

2020 年 10 月 22 日，原银保监会消费者权益保护局发布《关于招联消费金融公司侵害消费者合法权益的通报》，指出发行人存在夸大及误导宣传，未向客户提供实质性服务而不当收取费用、对合作商管控不力，催收管理不到位等问题。2022 年 1 月，原银保监会对发行人作出行政处罚决定，处罚事由包括营销宣传、收费、产品定价、合作商户风险管理、表外风险敞口、催收、消保审计和消保投诉。

对策：上述通报及处罚相关事项均源于 2019 年原银保监会对公司开展的检查，公司在现场检查过程中即立查立改，针对发现的问题逐项制定整改方案和具体措施，切实提高消保合规管理水平，2020 年公司已按监管要求完成了全部整改工作，并按要求及时报告监管机构。目前公司经营一切正常，业务稳定，发展状况良好。

（三）政策风险与法律风险

1、货币政策变动风险

货币政策的变动及调控方式的调整将对发行人的经营活动产生直接影响。近年来，人民银行在实施货币政策过程中，对货币政策调控方式进行了全方位改革，但由于货币政

策的调控作用是双向的，如果发行人的经营不能根据货币政策变动趋势进行适当调整，货币政策变动将对发行人运作和经营效益产生不确定性影响。

对策：发行人积极跟踪和研究货币政策调整的因素，把握经济政策、金融政策和货币政策的变动规律，调整业务发展思路及方向，合理调整信贷投放政策，积极优化信贷结构，科学地进行资产负债比例管理。同时，发行人将加强对宏观经济形势、利率走势的分析预测，按照市场情况变化，灵活调整流动性储备和资金头寸结构。此外，发行人将加强对资金运营的成本管理与风险控制，从而降低货币政策变动对发行人经营产生的不利影响。

2、金融监管政策变动风险

政策风险主要指国家针对消费金融公司所实施的政策向不利于发行人的方向变动的风险，具体包括行业监管政策、会计政策、税收征管等一系列政策。监管对互联网金融强势整改，行业政策密集出台，作为持牌金融机构，消费金融公司机遇和挑战并存。在竞争加剧、监管趋严的背景下，消费金融公司需注重自身风控能力建设、合规经营、规范发展。

对策：一方面，发行人按监管部门要求，在董事会授权范围内开展经营，保持与监管部门的经常性沟通；另一方面，发行人积极研究、判断政策变化趋势，切实落实监管要求，

不断建立和完善符合监管要求的公司治理机制，提高应变能力，提前做好应变准备。

3、法律风险

发行人在经营管理过程中面临着不同的法律风险，包括因不完善、不正确的法律意见、文件而造成同预计情况相比资产价值下降或负债加大的风险，现有法律可能无法解决与消费金融公司有关的法律问题的风险，与消费金融公司相关法律有可能发生变化，以及发行人制定的有关政策和规程不能被员工和机构正确运用和遵守的风险等。

对策：发行人设有合规审计部，负责处理发行人涉及法律事务方面的工作，并且根据业务发展需要不时聘请专职律师为发行人提供专项法律服务。结合监管动态和经营管理工作重点，加强业务法律合规分析、审查、预警和评估，为消费金融业务开展提供法律支持，充分揭示其中可能存在的法律风险点并提出解决措施，处置和化解不良资产，并不断进行修改完善公司的业务合同文本，从而切实保障公司利益，最大程度降低法律风险。

（四）竞争风险

随着中国经济结构调整进程加速，消费金融行业也在不断发展。伴随着多家消费金融公司的设立，消费金融行业同业竞争日趋激烈；同时，商业银行不断下沉服务重心，大力

发展消费贷款业务，相关经营主体亦以多样化的形式参与到消费金融行业中，发行人的服务客群存在较大的共债风险。

对策：发行人将充分利用已有的核心竞争力，不断提高核心业务的发展速度和资产质量，强化行业趋势前瞻性研判，盯准目标市场，持续做深做透主营产品。发行人还将不断进行股东资源整合，完善公司治理结构，优化组织结构体系，建立科学的决策体系、健全的内部控制机制和完善的风险管理体制，全面提升发行人的经营管理水平，增强同业竞争力，实现经营业绩的持续增长。

第三章 本期债券情况

一、主要发行条款

债券名称	招联消费金融股份有限公司2024年第三期金融债券
发行人	招联消费金融股份有限公司
基本发行规模	人民币18亿元（人民币1,800,000,000.00元）
超额增发权	若本期债券的实际全场申购倍数（全场申购量/基本发行规模）α≥1.4，发行人有权选择行使超额增发权，即在本期债券的基本发行规模之外，增加发行不超过人民币10亿元；若本期债券实际全场申购倍数α＜1.4，按照基本发行规模发行
债券品种	3年期固定利率品种
赎回权	发行人不得提前赎回本期债券
回售权	投资者不得提前回售本期债券
债券性质	本期债券性质为消费金融公司发行的、本金和利息的清偿顺序等同于消费金融公司一般负债、先于消费金融公司股权资本的金融债券
票面利率	本期债券采用固定利率形式，最终票面利率将通过簿记建档、集中配售的方式确定，一经确定即在债券存续期内固定不变
发行方式	本期债券由主承销商组织承销团，在全国银行间债券市场通过簿记建档方式公开发行
发行对象	全国银行间债券市场全体成员（国家法律法规禁止购买者除外）

债券面值	本期债券面值为人民币 100 元，即每一记账单位对应的债券本金为人民币 100 元
发行价格	本期债券按面值平价发行
簿记建档日	本期债券簿记建档日为 2024 年 4 月 8 日-4 月 9 日
发行期限	本期债券的发行期限为 2024 年 4 月 8 日-4 月 10 日，共 3 个工作日
缴款截止日	本期债券缴款截止日为 2024 年 4 月 10 日
起息日	本期债券自缴款截止日开始计息，起息日为 2024 年 4 月 10 日
计息期限	本期债券的计息期限自 2024 年 4 月 10 日至 2027 年 4 月 9 日
计息方式	本期债券采用单利按年计息，不计复利。本期债券的年度付息款项自付息日起不另计息，本金自兑付日起不另计息
还本付息方式	本期债券按年付息，到期一次还本，最后一期利息随本金的兑付一起支付
付息日	本期债券的付息日为存续期内每年的 4 月 10 日（如遇法定节假日或休息日，则资金支付日顺延至其后的第一个工作日，顺延期间应付利息不另计息）
兑付日	本期债券的兑付日为 2027 年 4 月 10 日（如遇法定节假日或休息日，则资金支付日顺延至其后的第一个工作日，顺延期间本金不另计息）
提前或递延支付	发行人不得在债券到期日前提前兑付，债券持有人也不得要求发行人在债券到期日前提前兑付。本期债券本金和利息的

	兑付不含递延支付条款
债券本息兑付方法	本期债券于付息日支付利息。本期债券到期时于兑付日一次性偿还本金。具体利息支付办法及本金兑付办法将按照有关规定，由发行人在主管部门指定媒体上发布的有关公告中予以披露。本期债券的付息和兑付将通过托管人办理
债券形式及托管	记账式债券，统一托管在中央国债登记结算有限责任公司
债券承销	本期债券由主承销商组织承销团以余额包销方式承销
交易流通	本期债券发行结束后，将按照全国银行间债券市场债券交易的有关规定在全国银行间债券市场交易流通
募集资金用途	本期债券募集资金主要用于补充公司中长期资金，优化公司资产负债期限结构，进一步促进发行人主营业务发展，提升普惠金融服务能力
税务提示	根据国家有关税收法律、法规的规定，投资者投资本期债券所应缴纳的税款由投资者承担
债券评级	经中诚信国际信用评级有限责任公司综合评定，发行人的主体信用级别为 AAA，本期债券信用等级为 AAA
牵头主承销商	招商银行股份有限公司
联席主承销商	兴业银行股份有限公司 招商证券股份有限公司 中国国际金融股份有限公司 中国银行股份有限公司

	中信证券股份有限公司 中信建投证券股份有限公司 国泰君安证券股份有限公司 华泰证券股份有限公司

二、认购与托管

（一）本期债券采用簿记建档方式发行。承销团成员在发行期内可向其他投资者分销本期债券；

（二）本期债券最小认购金额为人民币 1,000 万元，且必须是人民币 1,000 万元的整数倍；

（三）本期债券形式为实名制记账式，投资者认购的本期债券在其于中央国债登记公司开立的托管账户中托管记载；

（四）本期债券发行结束后，由牵头主承销商向中央国债登记公司统一办理本期债券的登记托管工作；

（五）投资者办理认购、登记和托管手续时，不需缴纳任何附加费用。在办理登记和托管手续时，须遵循债券托管机构的有关规定；

（六）若上述有关债券认购与托管之规定与任何现行或不时修订、颁布的法律、法规、中央国债登记公司有关规定

产生任何冲突或抵触，应以该等现行或不时修订、颁布的法律、法规、中央国债登记公司的有关规定为准。

三、发行人的声明和保证

发行人作为本期债券的发行人向投资者声明并保证如下：

（一）发行人是根据中国法律合法成立并有效存续的消费金融公司，具有经营发行人企业法人营业执照中规定的业务的资格，并且拥有充分的权力、权利和授权拥有资产和经营其业务；

（二）发行人有充分的权力、权利和授权从事本募集说明书规定的发债行为，并已采取本期债券发行所必需的法人行为和其他行为；

（三）本募集说明书在经有关主管机关批准后，一经向公众投资者正式披露，即视为发行人就本期债券的发行向公众投资者发出了要约邀请；

（四）发行人发行本期债券或履行本期债券项下的任何义务或行使发行人在本期债券项下的任何权利将不会与适用于发行人的任何法律、法规、条例、判决、命令、授权、协议或义务相抵触，或如果存在相抵触的情况，发行人已经取得有关监管机构和/或主管部门的有效豁免，并且这些豁免根据中国法律合法、有效，并可以强制执行；

（五）发行人已经按照监管机关、主管部门和其他有关机构的要求，按时将所有的报告、决议、申报单或其他要求递交的文件以适当的形式向其递交、登记或备案；

（六）本募集说明书所引用的财务报表是按中国适用法律、法规和条例以及会计准则编制的，该财务报表在所有重大方面均完整、真实、公正地反映了发行人在有关会计期间结束时的财务状况以及在该会计期间的业绩；

（七）本期债券在存续期间将遵循监管部门相关监管政策调整的各项要求；

（八）发行人向投资者提供的全部资料在一切重大方面是真实和准确的；

（九）发行人向投资者声明和保证，就本期债券发行期内当时存在的事实和情况而言，上述各项声明和保证均是真实和准确的。

四、投资者的认购承诺

投资者在认购本期债券时应作出如下承诺：

（一）投资者在评价和购买本期债券时已充分了解并认真考虑了本期债券的各项风险因素；

（二）投资者接受发行公告和募集说明书对本期债券项下权利义务的所有规定并接受其约束；

（三）本期债券的发行人依有关法律、法规的规定发生合法变更，在经有关主管部门批准后并依法就该等变更进行信息披露时，投资者同意并接受这种变更；

（四）本期债券发行完成后，发行人根据日后业务经营的需要并经有关审批部门批准后，可能继续增发新的与本期偿还顺序相同的金融债券，而无需征得本期债券投资者的同意；

（五）本期债券的存续期限内，若发行人将其在本期债券项下的债务转让给新债务人，则在下列各项条件全部满足的前提下，投资者在此不可撤销地事先同意并接受该等债务转让：

1、本期债券发行与公开交易的审批部门同意本期债券项下的债务转让；

2、就新债务人承继本期债券项下的债务，有资格的评级机构对本期债券出具不次于原债券信用级别的评级报告；

3、原债务人与新债务人取得必要的内部授权后正式签署债务转让协议，新债务人承诺将按照本期债券原定条款和条件履行债务。

五、本期债券信息披露事宜

发行人将按照监管机关和主管部门的要求，真实、准确、

充分、及时地对本期债券有关的信息予以披露，主要包括定期报告披露、债券跟踪信用评级报告披露、付息及兑付公告披露、重大事件披露。

（一）定期报告披露：本期债券存续期间，发行人将于每年4月30日前向投资者披露年度报告，年度报告应包括发行人上一年度的经营情况说明、经注册会计师审计的财务报告以及涉及的重大诉讼事项等内容。

（二）债券跟踪信用评级报告披露：本期债券存续期内，发行人将于每年7月31日前披露评级机构出具的债券跟踪信用评级报告。

（三）付息及兑付公告披露：本期债券存续期内，发行人将于每次付息日前2个工作日公布付息公告，最后一次付息暨兑付日前5个工作日公布兑付公告。

因特殊原因，发行人无法按时披露以上（一）、（二）、（三）信息的，应向投资者披露延期公告说明。

（四）重大事件披露：对影响发行人履行债务的重大事件，发行人将及时向主管部门和监管机构报告该事件有关情况，并按照其指定的方式向投资者进行披露。

第四章 发行人基本情况

一、发行人基本情况

（一）发行人概况

中文名称：招联消费金融股份有限公司

英文名称：MERCHANTS UNION CONSUMER FINANCE CO., LTD

注册地址：深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

法定代表人：章杨清

联系人：王中原

联系地址：深圳市南山区科兴科学院 A4 栋 18 楼

传真：0755-32980748

注册资本：1,000,000.00 万元人民币

联系电话：0755-32980790

邮政编码：518052

公司网址：http://www.mucfc.com

金融许可证机构编码：X0007H244030001

统一社会信用代码：91440300326650441X

经营范围：发放个人消费贷款；接受股东境内子公司及境内股东的存款；向境内金融机构借款；经批准发行金融债券；境内同业拆借；与消费金融相关的咨询、代理业务；代理销售与消费贷款相关的保险产品；固定收益类证券投资业务；经银保监会批准的其他业务。

（二）发行人历史沿革

招联消费金融系经原中国银行业监督管理委员会深圳银监局深银监复〔2015〕73 号文批准在深圳成立的消费金融公司。招联消费金融由招商银行旗下招商永隆银行与中国联合网络通信有限公司携手创办，于 2015 年 3 月 6 日成立，注册资本为 20 亿元。

经公司 2017 年度第一届董事会第八次会议审议通过，并于 2017 年 12 月 27 日取得《深圳银监局关于招联消费金融有限公司变更股权和注册资本的批复》，同意公司自批复之日起 6 个月内将注册资本从 20 亿元人民币变更为人民币 28.59 亿元。

经公司 2018 年度第一届董事会第十四次会议审议通过，并于 2018 年 12 月 28 日取得《中国银行保险监督管理委员会深圳监管局关于招联消费金融有限公司变更股权和注册资本的批复》，同意公司自批复之日起 6 个月内将注册资本从人民币 28.59 亿元变更为人民币 38.69 亿元（扣除资本公

积），其中：招商银行股份有限公司出资额 9.3448 亿元，占比 24.15%；招商永隆银行有限公司（招商银行股份有限公司全资子公司）出资额 10 亿元人民币，占比 25.85%；中国联合网络通信有限公司出资额 19.3448 亿元人民币，占比 50%。

经公司 2021 年度第一届董事会第二十九次会议审议通过，并于 2021 年 7 月 28 日取得《深圳银保监局关于招联消费金融有限公司变更股权的批复》，同意招商银行股份有限公司受让招商永隆银行有限公司所持公司 25.85%股权，变更完成后，招商银行股份有限公司和中国联通网络通信有限公司分别持有公司 50%股份。

经公司 2021 年第三次股东会会议审议通过，并于 2021 年 10 月 19 日取得《深圳银保监局关于招联消费金融有限公司变更注册资本的批复》，同意公司注册资本由 38.6896 亿元人民币增至 100 亿元人民币，招商银行股份有限公司和中国联通网络通信有限公司出资额均为 50 亿元人民币，持股比例均为 50%。

2023 年 7 月，经原深圳银保监局核准、深圳市市场监督管理局变更登记，公司名称由“招联消费金融有限公司”变更为“招联消费金融股份有限公司”。目前，公司已完成了全部相关工商变更手续，并取得了新的营业执照。

二、发行人经营状况及业务发展情况

（一）发行人简介

招联消费金融成立于2015年3月6日，是我国第一家在《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》（CEPA）框架下成立的消费金融公司。截至本募集说明书签署日，招联消费金融实收资本人民币100亿元，股东单位2家，分别是招商银行股份有限公司（持股50.00%）和中国联合网络通信有限公司（持股50.00%）。

依托招商银行股份有限公司综合性集团金融平台优势以及中国联合网络通信有限公司的客户资源，招联消费金融股份有限公司的发展具备有利条件，竭诚向消费者提供普惠互联网金融服务。招联消费金融是自2013年9月底原银保监会宣布扩大消费金融公司试点范围后，首家获批开业的消费金融公司，也是当前国内初始注册资本最大的消费金融公司。公司持有原银保监会颁发的金融业务许可证，机构性质属于非存款类银行业金融企业，也是国内首家以“互联网金融”定位的消费金融有限公司。公司以移动互联网为依托，以股东双方拥有的巨量客户群为基础，以大数据分析为精准营销和风险控制的技术支撑，为新时代居民的消费提供兼具标准化与个性化、优质的消费金融服务，着力打造为应对互联网金融时代的战略载体，并为国内经济结构的调整和转型

贡献自己的力量。

公司初期产品在设计上就已经基本实现了全线上流程操作，互联网轻型特征明显。未来将继续以“微金融，新互联”为发展理念，在“互联网+”的时代背景下，理解新的规则，寻找新的伙伴，运用新的技术，探索新的模式，构建基于互联网的信用分期、消费信贷，努力打造全新的消费金融体验，不断提升核心竞争力。

（二）发行人业务经营概况

1、主要产品介绍

按照《消费金融公司试点管理办法》的规定，发行人的主营业务为：向个人客户发放以小额、分散为特点的个人消费贷款。发行人旗下拥有“好期贷”和“信用付”两大产品体系。

“好期贷”是招联消费金融旗下的互联网现金借贷产品，可以在招联消费金融 APP、微信公众号以及各类合作方的线上渠道进行申请；该产品申请、借款、还款均可在线上完成，且无需抵押、担保等增信措施，仅凭个人信用即可获取相应的授信额度，最高授信额度可达 20 万元，最长借款期限为 36 个月；同时该产品可以 7*24 小时随时借款，实时到账，并且支持放款到主流银行卡。

“信用付”是招联消费金融旗下的互联网信用支付产品，

为客户提供快速、安全、便捷的互联网信用消费方式，可通过在线申请、即时审批，享受最长 40 天免息和最长 24 期分期的付款服务。

2、盈利模式介绍

发行人的收入来源主要为利息收入，即公司通过自有资金及银行借款等融资手段获得资金后，向个人客户发放个人消费贷款，并依据贷款合同约定，向客户定期收取贷款利息收入。

3、近三年业务发展情况

开业以来，发行人立足行业本源，谋求差异化经营，逐步形成有自身特色的发展模式、管理机制和消费金融产品，已具有较强的市场竞争力和品牌影响力。

（1）业务稳健发展，规模、效益持续提升

最近三年及一期末，发行人资产总额分别为 1,083.11 亿元、1,496.98 亿元、1,643.46 亿元及 1,732.40 亿元，年复合增长率为 20.67%；贷款余额分别为 1,091.82 亿元和 1,527.73 亿元、1,676.07 亿元及 1,781.58 亿元，年复合增长率为 21.64%；最近三年及一期末，发行人资本充足率分别为 11.82%、10.96%、11.93%及 12.40%，主要指标均符合监管要求；不良贷款率分别为 1.78%、1.83%、2.22%及 2.31%，资产质量保持优良；拨备覆盖率分别为 348.45%、443.27%、375.09%

及 359.73%，抵御风险能力持续增强。最近三年及一期，发行人净利润 16.68 亿元、30.63 亿元、33.29 亿元及 18.62 亿元，逐年增长；股东权益由 2020 年末的 110.28 亿元增加到 2023 年 6 月末的 186.28 亿元。

（2）互联网轻型特征明显，产品结构不断完善

发行人初期产品在设计上就已经基本实现了全线上流程操作，互联网轻型特征明显。未来将继续以“微金融，新互联”为发展理念，在“互联网+”的时代背景下，理解新的规则，寻找新的伙伴，运用新的技术，探索新的模式，构建基于互联网的信用分期、消费信贷，努力打造全新的消费金融体验，不断提升核心竞争力。

不同于同业普遍以线下渠道开展经营的模式，发行人在战略上明确地将自身定位为“互联网消费金融公司”。公司将积极探索金融产品与互联网的整合，充分结合互联网的特点进行产品开发、渠道建设、客户金融需求的发现和引导，建设基于大数据的风控模式，建立基于“云”的统一服务架构。

（3）基础管理全面加强，合规水平进一步提升

公司作为消费金融公司，按照贷款民事法律法规、银行业监管规定等制定公司各类管理制度并开展业务。为规范建设公司制度体系，公司根据银行业监管规定划分了 14 个业务大域，对公司制度实行分类分级管理，公司现有制度文件

两百余项，已覆盖公司主要业务及管理活动。为高效管理公司制度，公司搭建了制度流程管理系统，实现制度架构及各项制度的可视化展示，动态更新维护制度体系。为规范公司各类制度立项起草、审核发布、修订废止等管理流程，公司制定了《制度管理办法》，该办法明确规定公司每年初组织各部门检视现有制度的有效性，根据外部法律及监管环境的变化、公司经营情况及内部管理的变化，编制制度立改废计划，由合规部门督促各部门落实；同时规定在制度起草、审核发布阶段，建立部门合规员及合规部门两级审核机制，部门合规员负责制度初审，部门合规员初审后提交至合规部门进行复审，合规人员负责对制度内容的合规性、与上级同级制度协调一致性及形式规范性进行审核，确保制度内容的合法规范。为落实公司各项业务及管理制度要求，公司建立了流程体系，与制度体系实现相互映射，并与 OA 等各类办公、业务系统操作流程进行匹配，落实制度流程化、流程系统化的管理要求；同时通过二道防线合规部门、风险部门开展合规自查、操作风险检查，三道防线审计部门内部审计以及外部监管检查等方式检视和发现公司业务和管理工作需完善的事项，督促各部门合规履职。

（4）品牌形象逐步树立，社会认可度不断提升

发行人作为一家权威的消费金融公司，在业界具有一定知名度与美誉度，在社会上享有良好的口碑。自创立以来，

发行人的品牌形象逐渐树立，在各项社会评比中获得众多荣誉及奖项。

2022 年至今，在各大行业论坛和相关主流媒体主办的评奖之中，招联消费金融屡获佳绩：

2022 年 8 月，招联荣获《银行家》杂志颁发的“2022 中国金融创新奖-十佳普惠金融科技创新奖”。

2022 年 9 月，由零壹财经主办的 2022 年第四届中国零售金融峰会通过线上方式举办，招联消费金融入选“2022 年消费金融最佳品牌 TOP 20”榜单。

2022 年 11 月，北京青年报发布“2022 北青财星榜”，招联消费金融荣获“金牌普惠金融奖”。

2022 年 11 月，深圳市地方金融监督管理局发布《市地方金融监管局关于 2021 年度深圳市金融创新奖获奖项目的公示》，招联消费金融“有事惠商量”消费金融客户普惠经营模式创新荣获特色奖项目三等奖，招联“AI 智能品控体系保障合规催收”项目荣获贡献奖项目优秀奖。

2022 年 12 月，由《深圳特区报》主办的“第十六届金融风云榜——金榕树奖”荣誉榜单正式揭晓，招联消费金融荣获“年度普惠金融典范奖”。

2022 年 12 月，由凤凰网广东主办的“新征程再起航·2022 深圳金融星光”颁奖盛典圆满举行，招联消费金融荣获“2022 新市民金融服务奖”。

2022 年 12 月，由上海报业集团指导，财联社主办的 2022 财联社第五届投资峰会在上海成功举办，招联消费金融荣获“年度最具 ESG 价值奖项”。

2023 年 1 月，招联消费金融作为成员单位与中国联通集团申报的“图数据库防欺诈系统”项目，入选工信部“2022 年防范治理电信网络诈骗试点项目”。

2023 年 2 月，招联消费金融荣获深圳市南山区政府颁发的“金融业贡献十强企业”和“纳税十强企业”双项荣誉。

2023 年 5 月，招联消费金融入选“第二十届深圳知名品牌”。

2023 年 5 月，2022 年度广东省重点商标保护名录正式发布公告，招联消费金融“U 及图形”成功进入重点商标保护名录。

2023 年 1 月，消金界推出 2022 年度公司风云榜，其中，招联消费金融荣获“年度消费金融公司·科技先锋”奖。

2023 年 2 月，深圳特区报举行第十六届金融风云榜“金榕树奖”颁奖仪式，招联消费金融荣获普惠金融典范奖。

2023 年 5 月，德本咨询、eNet 研究院、互联网周刊联合发布了“2023 年消费金融品牌 TOP50 榜单”，招联消费金融稳居榜首，入选产品为“好期贷”。

（三）主营业务相关分布特征

根据发行人统计，招联消费金融近两年相关借款人地区、用途等放款分布情况及截至2023年6月末贷款发放金额分布情况分别如下：

近两年及一期招联消费金融借款人用途分布

单位：万元

用途	2023年1-6月		2022年		2021年	
	贷款余额	余额占比	贷款余额	余额占比	贷款余额	余额占比
家具家居	1,700,153.03	9.54%	1,581,342.23	9.43%	1,651,892.36	10.81%
家用电器	1,423,165.88	7.99%	1,330,136.84	7.94%	1,407,863.26	9.22%
装修	2,626,551.76	14.74%	2,645,072.09	15.78%	2,993,464.54	19.59%
旅游	1,286,410.42	7.22%	1,102,856.99	6.58%	1,198,811.33	7.85%
手机数码	1,178,040.96	6.61%	1,078,597.80	6.44%	1,105,111.87	7.23%
婚庆	689,528.58	3.87%	793,501.48	4.73%	825,952.41	5.41%
教育	1,338,046.34	7.51%	1,577,246.74	9.41%	1,657,339.15	10.85%
租房	894,728.53	5.02%	1,046,510.18	6.24%	1,050,289.73	6.87%
健康医疗	1,058,420.56	5.94%	1,225,772.27	7.31%	1,236,116.63	8.09%
日常消费	5,083,984.41	28.54%	4,011,088.78	23.93%	1,966,265.67	12.87%
通信充值	384,431.41	2.16%	297,911.56	1.78%	183,203.14	1.20%
其他	152,304.41	0.85%	70,627.74	0.42%	1,020.43	0.01%
合计	17,815,766.29	100.00%	16,760,664.69	100.00%	15,277,330.52	100.00%

近两年及一期招联消费金融借款人地区分布

单位：万元

地区	2023年1-6月		2022年		2021年	
	贷款余额	余额占比	贷款余额	余额占比	贷款余额	余额占比
广东	1,436,213.08	8.1%	1,431,351.14	8.54%	1,474,456.60	9.65%
浙江	630,140.84	3.5%	628,315.59	3.75%	644,449.20	4.22%
福建	1,059,887.63	5.9%	1,034,021.00	6.17%	929,272.05	6.08%
江苏	1,035,890.11	5.8%	1,003,422.20	5.99%	956,678.07	6.26%
河南	1,505,172.71	8.4%	1,404,135.97	8.38%	1,125,747.49	7.37%
山东	871,177.65	4.9%	814,847.56	4.86%	781,745.50	5.12%
湖北	1,122,218.30	6.3%	1,064,500.36	6.35%	932,270.09	6.10%
四川	1,041,210.42	5.8%	977,084.47	5.83%	884,929.52	5.79%

广西	555,188.02	3.1%	544,541.03	3.25%	575,587.19	3.77%
湖南	964,031.59	5.4%	924,392.36	5.52%	880,325.47	5.76%
安徽	929,025.91	5.2%	870,507.15	5.19%	781,308.23	5.11%
河北	624,322.30	3.5%	551,867.92	3.29%	469,917.87	3.08%
陕西	544,359.23	3.1%	513,392.27	3.06%	493,378.70	3.23%
辽宁	460,301.07	2.6%	408,309.89	2.44%	339,479.82	2.22%
江西	758,541.53	4.3%	726,228.44	4.33%	679,250.17	4.45%
北京	205,872.77	1.2%	184,969.10	1.10%	155,206.30	1.02%
山西	523,163.35	2.9%	467,449.67	2.79%	375,244.61	2.46%
云南	378,472.14	2.1%	349,751.52	2.09%	315,245.76	2.06%
贵州	479,759.86	2.7%	447,935.62	2.67%	398,598.39	2.61%
黑龙江	494,094.95	2.8%	444,213.85	2.65%	392,543.93	2.57%
吉林	369,706.74	2.1%	328,079.11	1.96%	281,931.06	1.85%
内蒙古	405,948.05	2.3%	362,830.69	2.16%	318,151.35	2.08%
甘肃	361,907.27	2.0%	320,360.27	1.91%	259,038.08	1.70%
海南	98,592.70	0.6%	96,480.83	0.58%	93,225.12	0.61%
上海	253,089.37	1.4%	227,421.18	1.36%	200,250.79	1.31%
天津	126,008.21	0.7%	117,080.22	0.70%	107,238.57	0.70%
宁夏	104,855.66	0.6%	92,453.56	0.55%	78,682.74	0.52%
重庆	303,486.03	1.7%	284,704.69	1.70%	255,026.37	1.67%
新疆	121,494.25	0.7%	99,616.63	0.59%	71,178.25	0.47%
青海	44,395.02	0.2%	35,237.59	0.21%	23,997.78	0.16%
西藏	7,239.53	0.0%	5,162.81	0.03%	2,975.44	0.02%
总计	17,815,766.29	100.0%	16,760,664.69	100.00%	15,277,330.52	100.00%

截至 2023 年 6 月末招联消费金融的贷款余额分布结构

单位：万元

区间（元）	贷款余额	余额占比
(0,5000]	3,900,427.00	21.9%
(5000,10000]	2,248,617.95	12.6%
(10000,20000]	2,505,754.34	14.1%
(20000,40000]	2,709,256.96	15.2%
(40000,200000]	6,451,710.04	36.2%
合计	17,815,766.29	100.0%

客群主要定位银行等传统金融机构覆盖不到的人群，通过一定程度上客户信用下沉和提高风险识别能力与银行等传统金融机构形成错位竞争，满足更广泛的消费金融需求。

以年轻人群为主，40 岁以下占比接近 70%。

三、发行人历史财务数据

有关发行人的具体财务情况，请阅读本募集说明书“第六章发行人财务状况分析”。

四、发行人治理结构

（一）治理情况概述

招联消费金融按照相关法律法规及公司章程，制定了完备、科学的股东大会、董事会及监事会等议事规则，确保股东大会、董事会、监事会及高级管理层各司其职、各尽其责、有效协调。公司董事会成员 8 名，监事会成员 3 名，高级管理人员 5 名（总经理 1 名、常务副总经理 1 名、副总经理 1 名、公司总监 1 名、公司首席信息官 1 名）。公司董事会切实履行职责，部署落实股东会的各项重大决议，对高级管理层进行监督；公司高级管理层积极贯彻国家政策和金融监管要求，具体落实董事会下达的各项计划任务；公司监事会严格监督公司经营管理、财务状况、风险管理和内部控制情况，对董事会、高级管理层的履职进行监督，形成了健全的相互制衡机制。

1、股东大会

公司设股东大会，股东大会由全体股东组成，股东大会是公司的最高权力机构，行使下列职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；

（2）选举、罢免和更换董事，决定有关董事的报酬事项；

（3）选举、罢免和更换由股东代表出任的监事，决定有关监事的报酬事项；

（4）审议批准董事会的报告；

（5）审议批准监事会的报告；

（6）审议批准公司的年度财务预算方案，决算方案；

（7）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（8）对公司增加或者减少认缴注册资本作出决议；

（9）对发行公司债券作出决议；

（10）对股东向股东以外的人转让出资作出决议；

（11）对公司合并、分立、变更公司形式、解散和清算等事项作出决议；

（12）制定和修改公司章程；

（13）对公司的对外担保作出决议；

（14）对公司上市作出决议；

（15）审议批准股东大会、董事会和监事会议事规则；

（16）审议批准股权激励计划方案；

（17）依照法律规定对收购本公司股权作出决议；

（18）对聘用或解聘为公司财务报告进行定期法定审计的会计师事务所作出决议；

（19）审议批准法律法规、监管规定或者公司章程规定的应当由股东大会决定的其他事项。

2、董事会

公司设董事会，对股东大会负责，行使下列职权：

（1）召集股东大会会议，并向股东大会报告工作；

（2）执行股东大会的决议；

（3）制订增加或者减少注册资本、发行债券或者其他证券及上市的方案；

（4）制订公司重大收购、收购本公司股权或者合并、分立、变更公司组织形式、解散方案；

（5）审议批准高级管理层年度工作报告等重要报告；

（6）决定公司的经营计划和投资方案；

（7）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；

（8）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（9）审议批准公司的基本规章制度和机构设置方案；

（10）依照法律法规、监管规定及公司章程，审议批准公司对外投资、重大资产购置、重大资产处置与核销、资产抵押、重大关联交易、数据治理重大事项、分支机构设立等事项；

（11）制定公司发展战略并监督战略实施；

（12）制定公司资本规划，承担资本或偿付能力管理最终责任；

（13）制定公司风险容忍度、风险管理和内部控制政策，承担全面风险管理的最终责任；

（14）负责公司信息披露，并对会计和财务报告的真实性、准确性、完整性和及时性承担最终责任；

（15）定期评估并完善公司治理；

（16）制订章程修改方案，制订股东大会议事规则、董事会议事规则，审议批准董事会专门委员会工作规则；

（17）提请股东会聘用或者解聘为公司提供审计服务的会计师事务所，其中为公司财务报告进行定期法定审计的会计师事务所应提请股东大会审议决定聘用或解聘；

（18）维护金融消费者和其他利益相关者合法权益；

（19）建立公司与股东特别是主要股东之间利益冲突的识别、审查和管理机制；

（20）承担股东事务的管理责任；

（21）决定公司总经理的任免及薪酬，并根据总经理的提名决定聘任或者解聘公司副总经理及其他高级管理人员、财务负责人，并决定其报酬、奖惩事项，监督高级管理层履行职责；

（22）决定其他法律法规、公司章程规定需要董事会审议的以及其他董事会认为需要审议的事项。

3、总经理及其他高级管理层人员

公司设立高级管理层。总经理领导公司高级管理层，行

使董事会授予的各项职责。总经理应当并有权领导高级管理层履行下列职责：

（1）组织实施公司日常经营、行政及财务的管理工作，组织实施董事会决议以及董事会设立的各专门委员会所通过的决定；

（2）组织实施公司年度经营计划和投资方案；

（3）在董事会授权权限内批准有关资金运用及资产处置；

（4）组织拟订公司内部管理机构设置方案；

（5）组织拟订公司的基本管理制度和具体规章；

（6）组织拟订公司员工薪酬制度和福利保障方案；

（7）提请聘任或者解聘公司副总经理及其他公司高级管理人员、财务负责人；

（8）聘任或者解聘除应由董事会聘任或者解聘以外的工作人员；

（9）按照国家法规和公司管理制度，组织对员工的考核、评议，并决定薪酬、奖惩、升降级等；

（10）在董事会授权的范围内，代表公司处理对外事务；

（11）中国法律法规、本章程以及董事会赋予的其他权力。

5、监事会

公司设监事会，监事会行使下列职权：

（1）可以列席董事会会议，并对董事会决议事项提出质询或者建议；

（2）按时参加监事会会议，对监事会决议事项进行充分审查，独立、专业、客观发表意见，在审慎判断的基础上独立作出表决；

（3）对监事会决议承担责任；

（4）积极参加公司和监管机构等组织的培训，了解监事的权利和义务，熟悉有关法律法规，持续具备履行职责所需的专业知识和能力；

（5）对公司负有忠实、勤勉义务，尽职、审慎履行职责，并保证有足够的时间和精力履职；

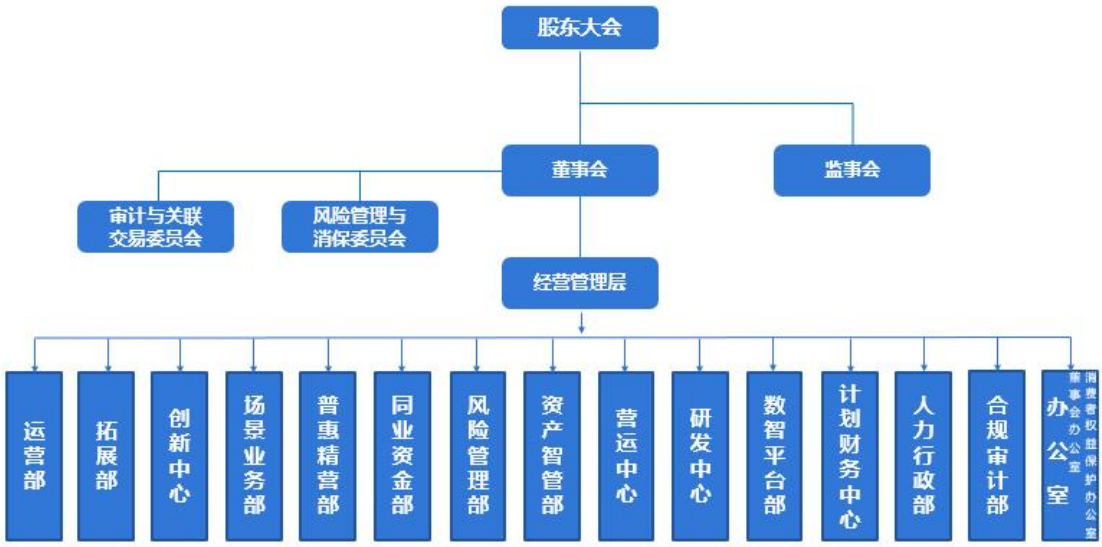
（6）监事应当积极参加监事会组织的监督检查活动，有权依法进行独立调查、取证，实事求是提出问题和监督意见；

（7）遵守法律法规、监管规定和公司章程。

（二）组织结构

组织结构方面，招联消费金融追求扁平、高效的组织架构体系，依据公司经营管理职能分工，采取了集约的直线职能制组织结构，设立了贯穿业务及支持保障工作的前、中、后台部门。其中前台部门负责各条线获客、业务创新与拓展、消费分期场景的建设、股东方业务合作、APP 等自营渠道建设、各类业务运营；中台部门负责公司风险管理体系建设、

金融科技能力建设以及集约化的客服与催收能力建设；后台部门负责公司人财物的资源支持以及合规消保等工作。公司经营管理层及员工队伍大多有金融、互联网从业背景，接受过较为严谨的业务拓展和风险管理培训，实务经验丰富，经营理念稳健统一，有利于公司各项战略在各个层面的良好执行。



（三）发行人董事会、监事会及高层管理人员

详见本募集说明书“第十二章 发行人董事会、监事会及高级管理人员”。

（四）员工情况

截至 2023 年 6 月末，公司共有员工 1,417 人，其中，本科及以上学历占比 99.8%。

五、发行人风险管理情况

发行人从事的金融业务使其面临各种类型的风险。发行

人持续进行风险识别与评估，以监控各类风险。发行人业务经营中主要面临信用风险、流动性风险、市场风险及操作风险等。

发行人根据法律法规和监管要求，在吸收借鉴招商银行风险管理的先进经验和成熟技术的同时，结合消费信贷业务实践，构筑了符合公司特点的涵盖全公司各项业务、管理活动及各类重大风险的全面风险管理体系。

发行人从事风险管理的目标是持续追求质量、效益与规模的均衡发展，强调业务规模、盈利与风险承担的匹配，不因对利润的追求而牺牲风险底线，在可接受的风险水平内保持公司盈利能力的稳定性和持续性，保持符合监管要求和规划目标的资本充足水平。基于该风险管理目标，发行人风险管理的基本策略是“主动管理”，风险管理尽早参与公司相关经营决策，在业务设计时有预见性地支撑公司规避重大风险，设立适当的风险承受底线，并依托各类有效手段及时可靠地将风险控制在限定的范围之内，推动公司实现稳健和可持续发展。目前发行人风险管理组织架构如下：

招联消费金融已设立有效且符合自身业务的风险管理组织架构，董事会对公司风险管理承担最终责任，其下设的风险管理与消费者权益保护委员会对公司的总体风险管理进行监督，确保公司对各类风险实施有效的管理；公司高级

管理层下设有风险合规暨反洗钱管理委员会，系内部负责风险管理及内部控制事项的决策机构；公司设置风险管理部负责制订、执行各项风险管理政策，并牵头风险管理日常工作。

招联消费金融已建立职能独立、风险制衡、三道防线各负其责的风险管理框架，并执行覆盖全公司范围的风险管理政策和流程，确保公司质量、效益与规模的均衡发展，强调业务规模、盈利与风险承担的匹配。公司制定了风险管理政策，设定适当的风险可接受水平并设计相应的内部控制程序，定期核查风险管理政策及有关的内部控制系统。同时，公司的内部审计部门定期或随机检查内部控制系统的执行是否符合风险管理政策。

在风险管理制度建设方面，公司根据外部法律及监管要求，结合公司战略规划、经营目标及内部管理实际，对风险管理的不同方面制定或修订了具体的管理制度和操作规程，包括《全面风险管理政策》《信用风险管理制度》《操作风险管理政策》《欺诈风险管理办法》《大额交易和可疑交易管理办法》《不良资产核销实施细则》等覆盖主要业务及管理活动的多项制度，并定期开展制度梳理和后评价工作，重点填补制度空白，适时修订制度规范，不断完善制度建设。

在贷前、贷中、征信、反欺诈、模型、催收等风险管理方面，招联消费金融搭建并持续完善了基于互联网大数据深

度挖掘的“风云”风控系统，“风云”风控系统包括“云策”、“云信”、“云智”、“云识”、“云盾”、“云象”、“云挽”七大模块。其根据客户不同风险、不同场景进行智能分级、自动校验、模型评分，短短几秒内建立客户风险画像，几分钟内评估用户的资质，对欺诈、伪冒、套现等行为进行有效拦截。业务层面，公司明确了贷前、贷中、催收管理方案。贷前阶段，公司通过通用类模块、评分应用类模块、共债管理模块、风险等级评估模块、额度模块，根据不同产品、不同渠道和不同客群的风险特征，借助互联网大数据征信和风险量化技术，建立了差异化和精细化的授信审批策略，实现了授信申请的自动化审批，并根据风险的动态变化进行策略的快速迭代，有效防范新客户的信用风险。贷中阶段，公司依托客户的基础信息、内部行为信息、借还款行为信息、辅以外部征信等数据搭建客户风险评级体系、还款能力模型及稳定性模型的三维评估体系，对存量客户进行调额、管控等风险调节措施，持续优化存量客户资产结构。催收方面，公司设立了专业催收的武汉职场、深圳职场，形成了电话催收+人工智能催收的模式，同时借助司法途径，形成了调解、法诉、互联网仲裁等多元化的清收方式，并不断优化催收策略，兼顾催收效率和成本控制。

（一）信用风险管理

信用风险是指发行人因借款人或交易对手无法履行到

期合同约定的义务而承担的风险。对于发行人，信用风险主要存在于信贷业务之中。招联消费金融目前的业务结构以消费贷款类业务为主。

资产质量方面，招联消费金融在脱期法的基础上结合特定风险因素从严对贷款进行五级风险分类管理，分为正常类、关注类、次级类、可疑类、损失类。最近三年及一期末，公司关注类贷款比率分别为 0.43%、1.69%、2.34%及 1.46%，不良贷款率分别为 1.78%、1.83%、2.22%及 2.31%。

逾期贷款方面，最近三年及一期末，招联消费金融的逾期贷款金额分别为 30.86 亿元、52.81 亿元、67.29 亿元及 66.89 亿元，逾期贷款规模处于合理范围。

2020 年，公司修订了《不良资产核销实施细则》，优化核销相关工作的部门分工，依法依规开展不良资产处置工作。最近三年及一期，公司分别核销不良贷款 75.41 亿元、54.00 亿元、103.52 亿元和 56.43 亿元。

综合来看，招联消费金融的信用风险整体可控，资产质量处于较优水平，能够支撑公司持续经营、稳定发展。

（二）流动性风险管理

流动性风险是指无法以合理成本及时获得充足资金以偿付到期债务、履行其他支付义务的风险。流动性风险主要是因资产和负债的金额和到期日不匹配而产生的。

公司建立了完整的流动性风险管理体系，包括日常流动性管理体系与流动性资金应急补充计划。

1、公司制定了《招联消费金融股份有限公司流动性管理办法》，明确流动性风险管理治理结构、管理策略、政策程序及风险监控指标等，实现对流动性风险的事前防范、事中监测、事后控制，确保各项流动性监管指标达标。公司自2015年3月成立至今，未发生过流动性风险事件。

公司的流动性风险管理措施包括：通过监控未来现金流来实现日常资金管理；监控资产流动性比率以符合内部和监管要求；管理负债到期日的集中程度；与银行签订协议以建立应急预案。

同业资金部是公司流动性风险管理的日常操作部门，具体负责落实流动性管理的相关政策，公司自主开发了资金管理系统，实现了日常资金管理工作的信息化、流程化，资金流动性预测分析已取得了较好的水平，各业务部门是公司流动性风险管理的参与部门，主要负责定期向同业资金部报送资金投放计划。

公司良好的财务状况和充足的流动性是公司流动性风险管理的保障。截至2023年6月末，发行人资产总计1,732.40亿元，负债总计1,546.11亿元。发放贷款和垫款余额为1,643.56亿元，发放前经过严格信用分析和风险控制，风险

较低，资产质量良好。流动性风险监管指标方面，最近三年及一期末，招联消费金融的流动性比例分别为 91.18%、85.74%、201.31%及 106.39%，处于较好水平。

从资产负债期限匹配情况来看，招联消费金融的资产主要投放于一年内到期的消费贷款，负债主要来源于期限在一年左右的拆入资金，公司资产负缺口主要集中于 3 个月到 1 年。

另一方面，公司努力拓展融资渠道，截至 2023 年 6 月末，发行人已经获得 261 家金融机构授信，授信总额度为 3192.11 亿元，其中公司股东招商银行给予招联消费金融 270 亿元的同业授信。未来招联消费金融将继续推动银行授信业务的发展。若本期金融债券发行成功，将为发行人提供一定的中长期资金，有益于增加发行人资产负债期限结构的匹配性。

2、流动性资金应急补充计划

公司建立有效的流动性资金应急补充计划，主要从以下方面做了部署：

（1）协调公司相关部门，不断完善资金需求预测系统，尽可能提前并准确的获取下阶段的资金需求，提前做好融资安排，从源头上减少发生流动性紧急事件发生的概率。

（2）不断拓展融资渠道。截至 2023 年 6 月末，公司已获批 261 家金融机构 3192.11 亿元同业授信额度，授信储备

充足，能满足流动性的日常管理需要。同时公司已于2018年4月加入全国银行间拆借市场，截至2023年6月末，公司拆借额度100亿元。公司可及时从线上拆入资金，满足临时性的流动性需要。

（3）加强股东方的协同。根据公司章程规定，当公司出现支付困难时，股东方可另行协商给予流动性支持。公司目前已获股东招商银行270亿元同业授信额度，另一股东联通集团也可通过联通财务公司对公司提供流动性应急支持。

（4）控制贷款投放节奏。若出现流动性风险信号，公司可自主调节放款节奏，实现资金的净回笼。

（三）市场风险管理

市场风险是指利率、汇率以及其他市场因素变动而引起金融工具的价值变化，进而对未来收益或者未来现金流量可能造成潜在损失的风险。

招联消费金融的市场风险主要为利率风险。公司的固定利率和浮动利率的带息金融工具分别使公司面临公允价值利率风险及现金流量利率风险。公司根据市场环境来决定固定利率与浮动利率工具的比例并通过定期审阅与监察维持适当的固定和浮动利率工具组合。

发行人在经营中对宏观经济形势和资金市场走势进行适时分析和预测，根据预测提前调整发行人相关资产负债的

结构和期限；加强产品定价模型的分析研究，提高利率敏感性分析，建立消费信贷产品的定价机制，降低因利率变动而引起的风险。此外，发行人对利率敏感资产负债的重定价期限缺口实施定期监控，对利率风险进行管理。

（四）操作风险管理

操作风险指由于内部程序、员工、信息科技系统存在问题以及外部事件给发行人造成损失的风险，包括法律风险。

招联消费金融操作风险管理的战略目标是建立健全操作风险管理体系，强调业务规模、效益与操作风险承受度的匹配。使用国内外先进的工具和方法，对公司操作风险进行统一全面管理；最大程度压降操作风险水平，降低操作风险损失，削减操作风险隐患，培育操作风险文化，提升操作风险意识，加固操作风险防范能力，维护客户利益、公司价值和市场形象，并满足操作风险管理的监管要求。公司各部门对操作风险均负有管理责任，操作风险管理贯穿于公司经营管理过程中的每一个环节、每一项业务、每一个系统。

欺诈风险管理方面，通过与客户相关的多个维度数据，对消费金融产品申请、交易、修改等全场景下的各类欺诈风险进行实时监测和评估，并根据风险评估情况进行对应的风险处置。同时通过监测及预警、案件调查回归等，发现产品、渠道、流程、工具等涉及的风险点并针对性地进行风险分级

处理，以防范、控制和化解欺诈风险，做到充分地识别欺诈风险、妥善地处置风险，追求收益与风险匹配，成本与风险平衡。

外包风险管理方面，通过建立覆盖准入、合作、暂停、中止、退出、淘汰的全流程风险管理机制，保障外包作业质量严格符合公司制度要求及合同约定的标准，确保不因外包而降低对客户的服务质量与效率。同时，通过对不同类型、不同风险等级的外包商定期开展不同侧重点的现场与非现场检查，以降低因外部事件给公司带来的操作风险。

业务连续性管理方面，通过定期开展业务影响分析，及时且动态地识别公司重要业务与重要系统，对其制定专门的应急预案并开展对应的应急演练。结合风险评估工作，审慎确定关键资源约束及相关威胁，通过制定针对性的管理机制，不断提升公司运营韧性，以尽最大努力降低运营中断事件的发生概率及影响。

信息科技风险方面，通过建立有效的信息科技风险管理机制，提高公司信息技术使用水平，推动业务创新，增强公司核心竞争力和可持续发展能力。通过加强相关制度建设和流程工具应用，有效地识别、评估、监测、控制各项业务所承担的信息科技风险；重视信息安全宣导和风险文化建设，通过多种形式提高人才队伍的专业技能和风险意识。

（五）合规风险管理

合规风险是指因没有遵循法律、法规、准则及相关监管政策而可能遭受法律制裁、监管处罚、重大财务损失和声誉损失的风险。

合规风险管理由合规部门牵头管理，公司建立了涵盖事前、事中、事后的合规风险管理机制，事前将合规风险防控环节前置，新产品/新业务上线前均提前交由合规人员进行合规审核，及时识别合规风险；事中做好合规风险自查及检查工作；事后开展考核评价及问责工作，强化约束机制。此外，公司重视合规宣导，通过合规故事会、合规小贴士、合规考试等多种方式促使员工提升合规意识，持续进行合规文化建设。

（六）舆情风险管理

由办公室牵头管理，公司对声誉风险高度重视，专项制定声誉风险管理制度，加强声誉风险管理。对于发生的重大投诉及舆情，公司均认真搜集整理，并针对来源及成因进行分析研究。同时，也加强完善了公司各部门间的协调联动机制，确保重大投诉及舆情发生时能够第一时间定位来源，查明起因，拿出对策，有效地管理了公司的声誉风险。

（七）资本应急补充计划

1、公司资本充足率符合监管要求。最近三年及一期末，

公司资本充足率分别为 11.82%、10.96%、11.93%和 12.40%、核心一级资本充足率分别为 10.82%、9.95%、10.92%和 11.38%，均符合相关监管指标要求。

2、股东方大力支持，资本实力稳步提升。股东方明确公司利润留存，支持公司业务持续发展。根据业务规划，公司已于 2017 年底、2018 年底和 2021 年 10 月份增资三次，增资后注册资本增至 100 亿元。资本实力稳步提升。同时，公司章程规定，当公司经营失败导致损失侵蚀资本时，各股东方另行协商及时补足资本金。

3、长期规划与日常管理相结合，确保资本充足。公司建立资本充足率检视制度，定期检视资本充足情况。在年度预算编制过程中，公司将资本充足率作为重要约束条件，业务预算规模不得超过资本充足率规定上限，并且在 3 年滚动预算过程中加入资本充足率约束指标，以便及早发现问题，提前规划。同时，公司积极完善资本管理机制建设，2021 年 1 月董事会风险委审议通过《招联消费金融股份有限公司资本管理办法》，明确了公司资本管理目标、原则、职责分工、应急预案等，确定了资本充足率的三年管理目标、并设置了预警线。

未来根据资本的充足程度，公司可采取包括不限于发行二级资本债、资产证券化、控制业务规模增速、股东增资等

方式，确保各时点资本充足率符合监管要求，保持稳健合理的资本充足率水平。

六、发行人资本情况

（一）资本结构

单位：亿元

项目	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
实收资本	100.00	100.00	100.00	38.69
盈余公积	12.22	12.22	8.89	5.83
一般风险准备	/	/	/	/
未分配利润	74.06	58.45	31.49	52.45
核心一级资本净额	184.37	168.37	137.80	110.25
一级资本净额	184.37	168.37	137.80	110.25
资本净额	200.80	183.83	151.86	120.48
加权风险资产总额	1,619.66	1,541.33	1,385.29	1,019.27
核心一级资本充足率	11.38%	10.92%	9.95%	10.82%
一级资本充足率	11.38%	10.92%	9.95%	10.82%
资本充足率	12.40%	11.93%	10.96%	11.82%

（二）资本充足率变动趋势分析

最近三年及一期，公司资本充足率分别为 11.82%、10.96%、11.93%和 12.40%、核心一级资本充足率分别为 10.82%、9.95%、10.92%和 11.38%，均符合相关监管指标要求。公司 2021 年资本充足率有所下降，主要原因是：2021 年下半年贷款规模起量，资产增速超过资本增速。

公司秉持高质量发展理念要义，未放宽对风险控制的要求，近三年及一期末公司贷款不良贷款率分别为 1.78%、

1.83%、2.22%和 2.31%；拨备覆盖率从 2020 年末的 348.45%上升至 2023 年 6 月末的 359.73%，风险抵御能力充足，经营稳健性增强。

未来根据资本的充足程度，公司可采取包括不限于发行二级资本债、资产证券化、控制业务规模增速、股东增资等方式，确保各时点资本充足率符合监管要求，保持稳健合理的资本充足率水平。

（三）资本风险管理措施

1、股东方的大力支持。考虑到业务发展对资本消耗，股东方明确公司利润留存在公司，用于补充资本、支持公司业务发展；公司成立以来，股东方已多次向公司增资，资本实力进一步提升。

2、完善资本管理机制建设。公司在资本内生增长的管理目标下，积极完善资本管理机制建设。2021 年 1 月董事会风险委审议通过《招联消费金融股份有限公司资本管理办法》，明确了公司资本管理目标、原则、职责分工、应急预案等，确定了资本充足率的三年管理目标、并设置了预警线。

3、多样化的资本补充工具。视资本充足率下降程度，公司可采取包括不限于发行二级资本债、资产证券化、控制业务规模增速、股东增资等方式，确保资本充足率处于合理水平。

第五章 发行人历史财务数据和指标

一、发行人历史财务数据和指标编制标准

发行人聘请毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所依据中国注册会计师审计准则对发行人2020年12月31日、2021年12月31日的资产负债表，2020年度、2021年度的利润表、股东权益变动表和现金流量表以及财务报表附注进行了审计，并对上述报表出具了标准无保留意见的审计报告。

发行人聘请安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）依据中国注册会计师审计准则对发行人2022年12月31日的资产负债表，2022年度的利润表、股东权益变动表和现金流量表以及财务报表附注进行了审计，并对上述报表出具了标准无保留意见的审计报告。以下2020年财务数据来自于2021年度审计报告的比较数据或据其计算得出，2021年财务数据来自于2022年度审计报告的比较数据或据其计算得出，2022年财务数据来自于2022年度审计报告。发行人2023年1-6月财务数据未经审计或审阅。

二、发行人主要财务指标

资产情况、盈利情况及主要监管指标情况表

单位：万元

项目	2023年6月末	2022年末	2021年末	2020年末

项目	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
总资产	17,323,996.70	16,434,633.91	14,969,834.90	10,831,148.18
所有者权益	1,862,848.78	1,706,683.35	1,403,763.98	1,102,763.47
营业收入	936,555.49	1,750,106.86	1,593,324.50	1,281,633.39
营业支出	717,102.84	1,366,890.97	1,239,303.44	1,041,466.03
营业利润	219,452.66	383,215.88	354,021.06	240,167.36
净利润	186,165.43	332,919.37	306,327.56	166,792.84
资本充足率	12.40%	11.93%	10.96%	11.82%
同业拆入资金/资本净额	47.95%	51.85%	65.66%	23.86%
资产损失准备充足率	363.14%	832.74%	987.92%	1,198.27%
投资余额/资本净额	-	-	-	-
不良贷款率	2.31%	2.22%	1.83%	1.78%

三、发行人历史财务数据

（一）资产负债表

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
资产：				
现金	-	-	-	0.03
存放同业款项	417,354.80	542,589.71	465,667.22	244,904.80
应收利息	-	-	-	93,431.60
发放贷款和垫款	16,435,575.11	15,467,651.55	14,160,793.87	10,240,802.58
固定资产	1,369.35	1,735.21	1,791.11	1,342.56
使用权资产	5,991.93	7,098.44	9,580.86	-
在建工程	71,532.40	64,609.70	30,259.30	15,770.32
无形资产	116,173.11	117,747.77	121,157.58	124,227.86
递延所得税资产	204,981.92	193,270.15	165,596.22	87,626.35

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
其他资产	71,018.08	39,931.38	14,988.73	23,042.12
资产合计	**17,323,996.70**	**16,434,633.91**	**14,969,834.90**	**10,831,148.18**
负债：				
拆入资金	14,466,609.66	13,016,277.03	11,813,880.43	8,847,700.00
应付利息	-	-	-	100,452.90
应付债券	860,154.61	1,583,172.39	1,582,136.16	698,971.79
租赁负债	6,339.05	7,503.90	9,843.29	-
应付职工薪酬	25,582.82	24,780.66	18,670.14	17,597.73
应交税费	42,633.91	47,562.15	102,223.89	34,495.50
其他负债	59,827.88	48,654.42	39,317.01	29,166.78
负债合计	**15,461,147.92**	**14,727,950.56**	**13,566,070.92**	**9,728,384.71**
股东权益：				
实收资本	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	386,896.00
资本公积	-	-	-	133,104.00
盈余公积	122,201.03	122,201.03	88,909.09	58,276.33
未分配利润	740,647.76	584,482.32	314,854.89	524,487.14
所有者权益合计	**1,862,848.78**	**1,706,683.35**	**1,403,763.98**	**1,102,763.47**
负债和所有者权益合计	**17,323,996.70**	**16,434,633.91**	**14,969,834.90**	**10,831,148.18**

（二）利润表

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	**936,555.49**	**1,750,106.86**	**1,593,324.50**	**1,281,633.39**
利息净收入	976,929.16	1,790,419.57	1,623,165.08	1,265,132.13
利息收入	1,192,280.60	2,207,907.16	2,078,616.35	1,571,006.29
利息支出	215,351.44	417,487.59	455,451.27	305,874.16
手续费及佣金净收入	-42,224.77	-46,454.58	-36,618.09	15,361.57

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
手续费及佣金收入	26,094.38	47,249.24	58,868.66	94,056.52
手续费及佣金支出	68,319.15	93,703.82	95,486.75	78,694.95
其他业务收入	0.48	-	-	-
其他收益	1,850.63	6,141.86	6,777.51	1,139.69
营业支出	**717,102.84**	**1,366,890.97**	**1,239,303.44**	**1,041,466.03**
业务及管理费	106,707.73	210,628.07	198,883.52	151,268.40
信用减值损失[2]	600,841.47	1,138,336.93	1,025,281.92	878,490.14
税金及附加	9,553.64	17,925.98	15,137.99	11,707.48
其他业务支出	-	-		-
营业利润	**219,452.66**	**383,215.88**	**354,021.06**	**240,167.36**
加：营业外收入	6.53	36.95	33.15	20.82
减：营业外支出	0.00	321.02	54.03	625.59
利润总额	**219,459.19**	**382,931.81**	**354,000.17**	**239,562.58**
减：所得税费用	33,293.76	50,012.44	47,672.62	72,769.74
净利润	**186,165.43**	**332,919.37**	**306,327.56**	**166,792.84**
综合收益总额	**186,165.43**	**332,919.37**	**306,327.56**	**166,792.84**

（三）现金流量表

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量：				
收取利息、手续费及佣金的现金	1,296,250.01	2,390,195.66	2,241,247.84	1,760,356.07
向其他金融机构拆入资金净增加额	1,471,200.00	1,259,500.00	2,810,400.00	749,204.00
收到其他与经营活动有关的现金	2,068.28	5,797.75	7,139.57	1,260.50
经营活动现金流入小计	**2,769,518.30**	**3,655,493.41**	**5,058,787.41**	**2,510,820.57**
客户贷款和垫款净增加额	1,583,453.40	2,458,337.64	4,807,956.47	2,296,499.64

[2] 2021 年起，公司执行新会计准则采用预期信用减值模型，对应信用减值损失科目，因此 2020 年资产减值损失转为信用减值损失

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
支付利息、手续费及佣金的现金	290,674.71	520,511.93	443,548.98	398,215.18
支付给职工以及为职工支付的现金	50,201.02	88,060.20	77,056.45	64,739.49
支付的各项税费	126,471.76	275,538.64	191,609.60	193,645.61
支付的其他与经营活动有关的现金	57,429.21	125,289.70	123,367.40	106,339.51
经营活动现金流出小计	**2,108,230.10**	**3,467,738.10**	**5,643,538.90**	**3,059,439.43**
经营活动产生的现金流量净额	**661,288.19**	**187,755.31**	**-584,751.49**	**-548,618.86**
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	--
取得投资收益收到的现金	-	-	-	--
投资活动现金流入小计	-	-	-	--
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	12,564.68	25,130.33	17,191.74	6,809.35
投资支付的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**12,564.68**	**25,130.33**	**17,191.74**	**6,809.35**
投资活动产生的现金流量净额	**-12,564.68**	**-25,130.33**	**-17,191.74**	**-6,809.35**
筹资活动产生的现金流量：				
发行债券收到的现金	-	-	848,660.00	698,600.00
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	**848,660.00**	**698,600.00**
偿付债券利息支付的现金	700,000.00	52,153.00	22,700.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	72,014.00	30,000.00	-	-
偿还租赁负债支付的现金	1,841.61	3,646.49	3,209.12	
筹资活动现金流出小计	**773,855.61**	**85,799.49**	**25,909.12**	-
筹资活动产生的现金流量净额	**-773,855.61**	**-85,799.49**	**822,750.88**	**698,600.00**
现金及现金等价物净增加额	**-125,132.09**	**76,825.48**	**220,807.65**	**143,171.79**
加：期初现金和现金等价物余额	542,304.91	465,479.43	244,671.78	101,499.99
期末现金和现金等价物余额	**417,172.81**	**542,304.91**	**465,479.43**	**244,671.78**

四、发行人重大诉讼说明

自成立至今，公司未发生对经营活动产生重大影响的诉讼仲裁事项。

第六章 发行人财务结果分析

一、财务结果分析概要

招联消费金融开业以来，立足行业本源，践行普惠金融，稳健经营，积极进取，认真贯彻落实国家宏观政策和金融监管要求，各项业务持续、协调、健康发展，资产质量保持稳定，取得了良好的经营成果。

（一）资产负债规模稳健增长

截至 2023 年 6 月末，发行人资产总额达到 1,732.40 亿元，较年初增长 5.40%；负债总额 1,546.11 亿元，较年初增长 4.97%。公司各项资产、负债业务平稳健康发展。

（二）盈利能力不断增强

2020 年度、2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-6 月，发行人分别实现营业收入 128.16 亿元、159.33 亿元、175.01 亿元和 93.66 亿元，实现利润总额 23.96 亿元、35.40 亿元、38.29 亿元和 21.95 亿元，实现净利润 16.68 亿元、30.63 亿元、33.29 亿元和 18.62 亿元。最近三年呈现逐年增强的趋势。

（三）资产质量保持稳定

截至 2023 年 6 月末，发行人不良贷款率为 2.31%，流动性资产整体质量良好；2023 年 6 月末拨贷比达 8.31%，拨备覆盖率达 359.73%。发行人资产质量保持稳定，拨备计提充

足。

（四）资本实力和抗风险能力持续增强

2020 年末、2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末，发行人资本充足率分别为 11.82%、10.96%、11.93%和 12.40%，报告期内基本保持稳定，符合监管要求；发行人最近一次增资在 2021 年 10 月 21 日，增资后公司注册资本增加至 100 亿。资本实力的持续增强，提高了发行人的经营能力和抗风险能力。2020 年末、2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末发行人拨备覆盖率分别为 348.45%、443.27%、375.09%和 359.73%，资产损失准备计提充足。

指标	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
资本充足率	12.40%	11.93%	10.96%	11.82%
同业拆入资金/资本净额	47.95%	51.85%	65.66%	23.86%
拨备覆盖率	359.73%	375.09%	443.27%	348.45%
投资余额/资本净额	0	0	0	0
不良贷款率	2.31%	2.22%	1.83%	1.78%

二、主要资产负债表项目分析

（一）资产状况总体分析

发行人最近三年及一期末资产结构

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
资产：				

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
现金	-	-	-	0.03
存放同业款项	417,354.80	542,589.71	465,667.22	244,904.80
应收利息	-	-	-	93,431.6
发放贷款和垫款	16,435,575.11	15,467,651.55	14,160,793.87	10,240,802.58
固定资产	1,369.35	1,735.21	1,791.11	1,342.56
使用权资产	5,991.93	7,098.44	9,580.86	-
在建工程	71,532.40	64,609.70	30,259.30	15,770.32
无形资产	116,173.11	117,747.77	121,157.58	124,227.86
递延所得税资产	204,981.92	193,270.15	165,596.22	87,626.35
其他资产	71,018.08	39,931.38	14,988.73	23,042.12
资产合计	**17,323,996.70**	**16,434,633.91**	**14,969,834.90**	**10,831,148.18**

发行人的主营业务为发放个人消费贷款，因此，最近三年末发行人资产构成主要为发放贷款和垫款，在发行人总资产中的占比均超过 90%。

公司资产还包括存放同业款项、固定资产、使用权资产、在建工程、无形资产和其他资产等，伴随公司业务规模扩大，相应资产规模大多有所增加。

1、发行人资产增速趋于平稳

近年来，随着业务规模的扩大，发行人的资产规模也大幅增长，截至 2020 年末、2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末，发行人资产总额分别为 1,083.11 亿元、1,496.98 亿元、1,643.46 亿元和 1,732.40 亿元，分别较上年增长 38.21%、9.79%和 5.41%。增速逐年下降，主要原因包括：

（1）市场原因。2015-2017 年，消费金融行业高速发展，全国性市场逐步形成。2015 年，国务院常务会议决定，将消费金融公司试点从 16 个城市扩大至全国，同时放开消费金融市场准入，鼓励符合条件的民间资本、国内外银行金融机构和互联网企业发起设立消费金融公司。随着一系列利好政策的出台，消费金融行业逐步进入高速发展阶段。2015 年公司正式成立，2016、2017 年总资产增速分别为：781.14%、153.29%。

最近三年，受到外部经济环境、获客步伐放缓、新增获客成本较高，利率上限约束等因素影响，消费金融公司整体增速有所放缓。

总体来看，公司资产增速与消金行业发展趋势保持一致，2021 年至今，资产增速有所放缓。

（2）全线上经营模式助力资产规模快速增长。公司于 2015 年至 2020 年，秉承全线上模式，依托移动互联网及大数据风控，通过线上渠道规模化获客，资产规模快速增长。2021 年以来，经过前期的高速发展，当前公司整体资产及用户增长速度已趋于稳定。

2、存放同业款项有所波动

2020-2022 年末及 2023 年 6 月末，发行人存放同业款项波动较大，分别为 24.49 亿元、46.57 亿元、54.26 亿元和 41.74

亿元。公司近三年存放同业款项逐年上升，2023 年 6 月存放同业款项有所下降。

3、发放贷款增速有所放缓

2021-2022 年末及 2023 年 6 月末，发行人总资产增速分别为 38.21%、9.79%和 5.41%，同期发放贷款增速分别为 38.28%、9.23%和 6.26%，增速整体呈下降趋势。主要原因包括：

（1）基数效应。公司成立初期规模较小，在基数效应下，公司发放贷款的增速呈现前高后低的趋势。

（2）市场情况。2017 年以来，监管部门陆续出台多项监管政策，整顿行业乱象，在一定程度上抑制互联网消费金融的野蛮增长，推动消费金融行业进入合规发展之路；同时，随着新持牌消费金融公司的大量加入，行业竞争日趋激烈，消费金融公司整体增速有所放缓。公司发放贷款增速逐步向行业整体增长趋势靠拢。

（3）发放贷款未来变化趋势。公司会坚持服务真正有消费需求的用户，不过度放贷，支持用户合理消费，不断提升用户经营与大数据风控能力。基于此策略，同时参考我国短期消费信贷余额增长趋势，预测公司发放贷款增速及总资产增速将会保持平稳。

（二）负债状况总体分析

发行人最近三年及一期末负债结构

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
拆入资金	14,466,609.66	93.57%	13,016,277.03	88.38%	11,813,880.43	87.08%	8,847,700.00	90.95%
应付利息	-	-	-	-	-	-	100,452.90	1.03%
应付债券	860,154.61	5.56%	1,583,172.39	10.75%	1,582,136.16	11.66%	698,971.79	7.18%
租赁负债	6,339.05	0.04%	7,503.90	0.05%	9,843.29	0.07%	-	-
应付职工薪酬	25,582.82	0.17%	24,780.66	0.17%	18,670.14	0.14%	17,597.73	0.18%
应交税费	42,633.91	0.28%	47,562.15	0.32%	102,223.89	0.75%	34,495.50	0.35%
其他负债	59,827.88	0.39%	48,654.42	0.33%	39,317.01	0.29%	29,166.78	0.30%
负债合计	15,461,147.92	100.00%	14,727,950.56	100.00%	13,566,070.92	100.00%	9,728,384.71	100.00%

近年来，在信贷业务的快速发展影响下，发行人加大融资力度，负债规模逐渐增长。截至 2020 年末、2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末，发行人负债总额分别为 972.84 亿元、1,356.61 亿元、1,472.80 亿元和 1,546.11 亿元，分别较上年增长 39.45%、8.56%和 4.98%。总体而言，发行人负债规模与资产规模增幅基本保持一致。

发行人负债结构中，银行拆入资金是最主要的负债来源，2023 年 6 月末占比达到 93.57%。2023 年 6 月末公司应付债券占比达到 5.56%。此外，公司负债还包括应付职工薪酬、

应交税费、租赁负债、其他负债。此四项主要随着公司业务发展水平相应变化。

综上所述，随着业务的发展，发行人资金需求增幅明显，拆入资金融资力度显著上升，负债结构有待进一步优化。

三、主要利润表项目分析

2020 年、2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，发行人营业收入分别为 128.16 亿元、159.33 亿元、175.01 亿元和 93.66 亿元，呈现出较好的增长趋势。随着资产规模的快速增长和经营规模的迅速扩大，发行人近年来营业收入增长迅速。收入构成中，近三年及一期利息净收入占营业收入比例均达到 90%以上。发行人利润的显著增长主要得益于利息收入的大幅增长。发行人最近三年的利息净收入年复合增长率达到 18.96%，利息净收入的迅速增长主要是由于随着公司业务的增长，公司贷款余额大幅增长，近三年公司贷款余额的年复合增长率达到 21.64%。

发行人最近三年及一期主要经营成果指标

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	936,555.49	1,750,106.86	1,593,324.50	1,281,633.39
营业支出	717,102.84	1,366,890.97	1,239,303.44	1,041,466.03
营业利润	219,452.66	383,215.88	354,021.06	240,167.36
利润总额	219,459.19	382,931.81	354,000.17	239,562.58
净利润	186,165.43	332,919.37	306,327.56	166,792.84

（一）营业收入及构成变动趋势分析

发行人最近三年及一期营业收入构成情况

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
利息净收入	976,929.16	1,790,419.57	1,623,165.08	1,265,132.13
手续费及佣金净收入	-42,224.77	-46,454.58	-36,618.09	15,361.57
其他收益	1,850.63	6,141.86	6,777.51	1,139.69
营业收入合计	**936,555.49**	**1,750,106.86**	**1,593,324.50**	**1,281,633.39**

从收入结构来看，利息净收入是发行人营业收入的主要组成部分。

（二）营业支出及构成变动趋势分析

发行人最近三年及一期营业支出构成情况

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
业务及管理费	106,707.73	14.88%	210,628.07	15.41%	198,883.52	16.05%	151,268.40	14.52%
信用减值损失	600,841.47	83.79%	1,138,336.93	83.28%	1,025,281.92	82.73%	878,490.14	84.35%
税金及附加	9,553.64	1.33%	17,925.98	1.31%	15,137.99	1.22%	11,707.48	1.12%
营业支出合计	**717,102.84**	**100.00%**	**1,366,890.97**	**100%**	**1,239,303.44**	**100%**	**1,041,466.03**	**100.00%**

公司的支出随着经营规模的扩大和收入的迅速增长相应增加。2020 年、2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月，公司

营业支出分别为104.15亿元、123.93亿元、136.69亿元和71.71亿元。发行人的主要营业支出来自业务及管理费、信用减值损失和税金及附加。

其中，最近三年及一期业务及管理费占营业支出的比例有所波动。业务及管理费主要核算人工成本和运营成本，具体包括研发及员工成本及外包服务费，与发行人主营线上个人消费贷款、依托线上展业的业务模式相匹配。

2020年、2021年、2022年及2023年1-6月，发行人信用减值损失分别为87.85亿元、102.53亿元、113.83亿元和60.08亿元，占营业支出的比例分别为84.35%、82.73%、83.28%和83.79%，最近三年及最新一期均高于80%，主要随着公司资产规模大幅提升而相应计提足额的拨备，确保风险抵补能力充足。

发行人最近三年及一期信用减值损失构成情况

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
存放同业款项	38.77	47.68	45.71	-
发放贷款及其他（注）	600,802.70	1,138,289.25	1,025,236.21	878,490.14
合计	600,841.47	1,138,336.93	1,025,281.92	878,490.14

注：发放贷款及其他包括发放贷款本金、全部利息及其他资产

总体来看，公司营业支出的上升与营业收入的变动趋势一致，且随着公司业务规模的进一步扩大，规模效应逐步显现，相关费用得以摊薄。此外，公司通过提高人均产能和管理效率严控成本和开支。

（三）利润形成及变化趋势分析

随着业务规模的扩大，公司收入大幅增长，使得公司连续三年及一期均实现盈利，且利润处于较高水平。2020 年度、2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月，公司营业利润为 24.02 亿元、35.40 亿元、38.32 亿元和 21.95 亿元，呈现逐年上升态势。同时，公司净利润也实现了大幅增长，2020 年度、2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月的净利润分别为 16.68 亿元、30.63 亿元、33.29 亿元和 18.62 亿元。

四、主要现金流量表项目分析

发行人最近三年及一期现金流

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量净额	661,288.19	187,755.31	-584,751.49	-548,618.86
投资活动产生的现金流量净额	-12,564.68	-25,130.33	-17,191.74	-6,809.35
筹资活动产生的现金流量净额	-773,855.61	-85,799.49	822,750.88	698,600.00
现金及现金等价物净增加额	-125,132.09	76,825.48	220,807.65	143,171.79
年末现金及现金等价物余额	417,172.81	542,304.91	465,479.43	244,671.78

（一）经营活动现金流量分析

发行人经营活动产生的现金流入主要来自收取利息、手续费及佣金的现金、向其他金融机构拆入资金净增加额及收到其他与经营活动有关的现金等。

发行人最近三年及一期经营活动现金流入构成情况

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量：				
收取利息、手续费及佣金的现金	1,296,250.01	2,390,195.66	2,241,247.84	1,760,356.07
向其他金融机构拆入资金净增加额	1,471,200.00	1,259,500.00	2,810,400.00	749,204.00
收到其他与经营活动有关的现金	2,068.28	5,797.75	7,139.57	1,260.50
经营活动现金流入小计	**2,769,518.30**	**3,655,493.41**	**5,058,787.41**	**2,510,820.57**

发行人经营活动产生的现金流出主要为客户贷款和垫款净增加额，主要是由于发行人业务规模迅速扩张所致。

（二）投资活动现金流量分析

发行人 2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年 1-6 月均没有投资活动现金流入。

发行人投资活动产生的现金流出主要是投资支付的现金以及购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金。

发行人最近三年及一期投资活动现金流构成情况

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	--
取得投资收益收到的现金	-	-	-	--
投资活动现金流入小计	-	-	-	--
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	12,564.68	25,130.33	17,191.74	6,809.35
投资支付的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**12,564.68**	**25,130.33**	**17,191.74**	**6,809.35**
投资活动产生的现金流量净额	**-12,564.68**	**-25,130.33**	**-17,191.74**	**-6,809.35**

（三）筹资活动现金流量分析

最近三年及一期，发行人筹资活动产生的现金流入主要来自发行金融债券导致的现金增加。2020 年发行三期合计 70 亿元金融债券，2021 年发行五期合计 85 亿元金融债券。

发行人 2023 年 1-6 月偿还到期金融债券 70 亿元。公司发行的金融债券还本付息方式均为按年付息，到期一次还本，因此导致 2023 年 1-6 月筹资活动现金流出较大。

发行人最近三年及一期筹资活动现金流构成情况

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
筹资活动产生的现金流量：				
发行债券收到的现金	-	-	848,660.00	698,600.00
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	**848,660.00**	**698,600.00**
偿付债券利息支付的现金	700,000.00	52,153.00	22,700.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现	72,014.00	30,000.00	-	-

金				
偿还租赁负债支付的现金	1,841.61	3,646.49	3,209.12	-
筹资活动现金流出小计	**773,855.61**	**85,799.49**	**25,909.12**	**-**
筹资活动产生的现金流量净额	**-773,855.61**	**-85,799.49**	**822,750.88**	**698,600.00**

五、不良贷款及损失准备计提情况

（一）五级分类不良贷款结果

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
正常	17,144,500.97	96.23%	15,996,658.50	95.44%	14,739,391.58	96.48%	10,677,070.41	97.79%
关注	259,579.82	1.46%	391,473.36	2.34%	258,725.25	1.69%	46,739.18	0.43%
小计	**17,404,080.79**	**97.69%**	**16,388,131.86**	**97.78%**	**14,998,116.83**	**98.17%**	**10,723,809.59**	**98.22%**
次级	9.12	0.00%	98,657.94	0.59%	82,516.63	0.54%	171,351.67	1.57%
可疑	20,481.90	0.11%	272,862.12	1.63%	194,418.14	1.27%	20,599.37	0.19%
损失	391,194.48	2.20%	1,012.77	0.01%	2,278.92	0.01%	2,460.92	0.02%
小计	**411,685.50**	**2.31%**	**372,532.83**	**2.22%**	**279,213.69**	**1.83%**	**194,411.96**	**1.78%**
各项贷款合计	**17,815,766.29**	**100.00%**	**16,760,664.69**	**100.00%**	**15,277,330.52**	**100.00%**	**10,918,221.55**	**100.00%**

2020 年末、2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末，发行人不良贷款率分别为 1.78%、1.83%、2.22%及 2.31%。报告期内，发行人持续严格控制信贷风险，不断完善风险管理制度体系并提高风险管理水平，不良率持续低于行业平均水平，整体风险可控。

（二）贷款损失准备计提情况

2020 年末、2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末发行人拨备覆盖率分别为 348.45%、443.27%、375.09%和 359.73%，拨备计提充足，风险抵补能力较强。

单位：亿元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
不良贷款	41.17	37.25	27.92	19.44
信用减值损失	60.08	113.83	102.53	87.85
拨备覆盖率	359.73%	375.09%	443.27%	348.45%

六、主要监管指标

指标类别	指标	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
风险水平类					
流动性风险	流动性比例	106.39%	201.31%	85.74%	91.18%
信用风险	不良贷款率	2.31%	2.22%	1.83%	1.78%
风险抵补类					
盈利能力	成本收入比	11.42%	12.04%	12.48%	11.81%
	资产利润率	2.21%	2.12%	2.37%	1.66%
	资本利润率	20.86%	21.41%	24.44%	16.36%
准备金充足程度	拨贷比	8.31%	8.34%	8.10%	6.26%
	拨备覆盖率	359.73%	375.09%	443.27%	348.45%
	资产损失准备充足率	363.14%	832.74%	987.92%	1,198.27%
	资本充足率	12.40%	11.93%	10.96%	11.82%
	一级资本充足率	11.38%	10.92%	9.95%	10.82%
	核心一级资本充足率	11.38%	10.92%	9.95%	10.82%
消费金融公司专项指标	资本充足率	12.40%	11.93%	10.96%	11.82%
	资产损失准备充足率	363.14%	832.74%	987.92%	1198.27%

	同业拆入资金余额占资本净额比例	47.95%	51.85%	65.66%	23.86%
	投资余额占资本净额比例	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

第七章 本期债券募集资金的使用

本期债券募集资金用途符合国家法律法规及政策要求，主要用于补充公司中长期资金，优化公司资产负债期限结构，进一步促进发行人主营业务发展，提升普惠金融服务能力。

第八章 已发行未到期的其他债券

一、本期债券发行后发行人的财务结构

本期债券发行完成后，将引起发行人资产负债结构和资本充足率的变化，发行人的资本充足率和资产负债率变动如下表：

1、财务数据的基准日为2023年6月30日；

2、假设本期债券实际发行金额为人民币28亿元；

3、假设本期债券在2023年6月30日前完成发行和清算；

4、模拟值1假设发行资金运用形成的资产风险加权系数为零，模拟值2假设发行资金运用形成的资产风险加权系数为100%。

单位：亿元

指标	2023年6月30日 实际值	模拟值1	模拟值2
总资产	1,732.40	1760.40	1760.40
总负债	1,546.11	1,574.11	1,574.11
核心一级资本净额	184.37	184.37	184.37
一级资本净额	184.37	184.37	184.37
资本净额	200.80	200.80	200.80
信用风险加权资产	1330.59	1330.59	1358.59
市场风险加权资产	0	0	0
操作风险加权资产	289.07	289.07	289.07

指标	2023 年 6 月 30 日 实际值	模拟值 1	模拟值 2
校准前风险加权资产合计	1619.66	1619.66	1647.66
应用资本底线及校准后的风险加权资产合计	1619.66	1619.66	1647.66
核心一级资本充足率	11.38%	11.38%	11.19%
一级资本充足率	11.38%	11.38%	11.19%
资本充足率	12.40%	12.40%	12.19%
资产负债率	89.25%	89.42%	89.42%

通过模拟结果可知，在上述假设条件下，本期债券发行后，若发行资金运用形成的资产风险加权系数小于 100%，则发行人的核心一级资本充足率在 11.19%-11.38%间，均在监管要求的 7.5%之上。发行人的资本充足率在 12.19%-12.40%间，均在监管要求的 10.5%之上。

截至 2023 年 6 月 30 日，公司资产负债率为 89.25%。在本期债券发行 28 亿元以后，公司资产负债率将增加至 89.42%。

作为非银行金融机构，通过拆入资金等负债形式获取资金是消费金融公司经营消费信贷业务的重要特点，因此其资产负债率通常高于一般工商企业，发行债券对于发行人更多的是出于再融资的需要，因此对资产负债结构影响不大。同时，发行人亦将根据经营环境和发展目标与策略不断调整资产负债结构，因此，按照动态分析，发行人资产负债结构不会因此产生显著变化。

金融债券发行作为主动负债工具，在为公司业务发展吸收资金的同时也赋予公司主动调整负债结构的自主权，在资产与负债的期限匹配、长短期负债结构的调整等方面增加更多弹性。

二、已发行未到期的其他债券

债券简称	类型	金额	起息日	到期日	期限	利率	状态
21 招联消费金融债 01	金融债	18 亿	2021-4-8	2024-4-8	3 年	3.70%	存续中
21 招联消费金融债 02	金融债	18 亿	2021-5-18	2024-5-18	3 年	3.55%	存续中
21 招联消费金融债 03	金融债	18 亿	2021-6-16	2024-6-16	3 年	3.68%	存续中
21 招联消费金融债 04	金融债	16 亿	2021-8-6	2024-8-6	3 年	3.14%	存续中
21 招联消费金融债 05	金融债	15 亿	2021-10-15	2024-10-15	3 年	3.41%	存续中
24 招联消费金融债 01	金融债	18 亿	2024-2-28	2027-2-28	3 年	2.55%	存续中
24 招联消费金融债 02	金融债	18 亿	2024-3-18	2027-3-18	3 年	2.50%	存续中

第九章 发行人所在行业状况

一、消费金融市场环境

（一）国内生产总值逐年增长

2022 年，我国国民经济总体运行平稳，全年国内生产总值 1,210,207 亿元，比上年增长 3.0%。其中，第一产业增加值 88,345 亿元，比上年增长 4.1%；第二产业增加值 483,164 亿元，增长 3.8%；第三产业增加值 638,698 亿元，增长 2.3%。

（二）人均可支配收入稳定增长

2022 年，全国居民人均可支配收入 36,883 元，比上年名义增长 5.0%，扣除价格因素，实际增长 2.9%。分城乡看，城镇居民人均可支配收入 49,283 元，增长（以下如无特别说明，均为同比名义增长）3.9%，扣除价格因素，实际增长 1.9%；农村居民人均可支配收入 20,133 元，增长 6.3%，扣除价格因素，实际增长 4.2%。

整体社会的收入增长预期较为稳定，有利于形成较为稳定的消费金融需求。

（三）社会消费品零售总额呈上升趋势

2022 年，社会消费品零售总额达到 44 万亿元，与 2021 年基本持平。其中，新型消费发展态势较好，实物商品网上零售额增长 6.2%，占社会零售总额比重进一步提升，达到 27.2%。实体零售保持增长，限额以上零售业实体店商品零售额增长 1%，消费场景不断拓展，消费体验不断提升。

整体来看，我国经济、居民可支配收入、社会消费品零售总额近几年保持增长趋势。国内消费金融所面临的宏观经济环境较好，市场支撑较强。

二、我国消费金融行业发展历程及政策变化

（一）我国消费金融行业发展历程

1、缓慢起步阶段（1985-2008）

1985 年，中国银行发行国内首张信用卡“中银卡”，标志着我国消费金融业务正式开启。起步阶段消费金融产品主要由商业银行和汽车金融公司提供。银行消费信贷主要服务于央行征信体系覆盖的高净值、高收入人群，产品以信用卡和汽车贷为主，审核手续比较严格。持牌汽车金融公司则主要提供汽车信贷产品。该阶段提供的消费金融产品相对有限，服务人群也以央行征信体系覆盖的人群为主。

2、初步试点阶段（2009-2014）

为解决商业银行对个人信贷需求覆盖不足的问题，2009 年原银监会发布《消费金融公司试点管理办法》，在政策层面鼓励发展消费金融业务，在北京、上海、成都、天津、四个城市启动消费金融公司试点审批程序，2010 年，分别由北京银行、中国银行、成都银行和捷信集团发起设立的北银消费金融公司、中银消费金融公司、四川锦程消费金融公司和捷信消费金融公司等首批四家试点消费金融公司正式挂牌。

2013 年，原银监会发布《消费金融公司试点管理办法（修

订稿）》（银监会2013年第2号令），提出扩大消费金融公司试点，新增沈阳、南京、杭州、合肥、泉州、武汉、广州、重庆、西安、青岛等10个城市参与试点工作，香港和澳门的金融机构可在广东试点设立消费金融公司，至此，加上2009年放开试点的4个城市，共在全国16个城市放开消费金融试点。随后，各地相继成立了海尔消费金融、兴业消费金融、苏宁消费金融、招联消费金融、湖北消费金融、马上消费金融、中邮消费金融等7家消费金融公司。

3、高速发展阶段（2015-2017）

随着互联网经济的快速发展和金融环境的不断完善，大型电商、支付平台、P2P平台等细分领域平台等纷纷布局消费金融，市场参与主体日益丰富。

2015年，国务院常务会议决定，将消费金融公司试点从16个城市扩大至全国，同时放开消费金融市场准入，鼓励符合条件的民间资本、国内外银行金融机构和互联网企业发起设立消费金融公司。

4、规范发展阶段（2017-至今）

2017年，先后出台《关于进一步加强校园网贷整治工作的通知》（银监发〔2016〕47号）、《关于立即暂停批设网络小额贷款公司的通知》、《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》落实监管政策，整顿行业乱象，在一定程度上抑制互联网消费金融的野蛮增长，规范行业发展，推动消费金融行

业进入合规发展之路。

截至2023年6月末，我国持牌消费金融公司共31家。前期监管出台多项涉及互联网贷款的规定，互联网机构申设持牌消金的需求提升。2020年批复筹建的5家消费金融公司中，有3家主要股东具备互联网背景，2021年以来建信消费金融有限公司成为唯一成立的1家消费金融公司。

（二）消费金融行业政策变化

从我国消费金融行业政策发展路径来看，国家不断出台政策，推动行业的健康持续发展。一是明确了与商业银行的错位竞争、互补发展的行业定位；二是逐步放开市场准入，试点范围、参与主体、融资渠道、产品类型不断拓宽；三是清理整顿行业乱象，督促建立良好的市场环境，规范行业健康发展。

消费金融相关政策梳理

时间	政策名称	发布机构	影响
2009年	《消费金融公司试点管理办法》	原银监会	首轮4家消费金融公司正式成立
2013年	《消费金融公司试点管理办法（修订稿）》（银监会2013年第2号令）	原银监会	新增持牌消费金融公司试点城市10个
2015年	《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》银发〔2015〕221号	央行、工信部等十部门	鼓励互联网金融创新；拓宽从业机构融资渠道，鼓励民间资本进入
2016年	《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》	央行、原银监会	推动实现线上贷款业务；鼓励银行业金融机构创新消费信贷抵质押模式；鼓励汽车金融公司业务产品创新
2017年	《关于进一步加强校园贷规范管理工作的通知》	原银监会、教育部、人社部	暂停新发校园网贷业务标的，要求校园贷公司推出并整改

时间	政策名称	发布机构	影响
2017 年	《关于立即暂停批设网络小额贷款公司的通知》	互金专项整治办	暂停审批网络小贷牌照，互联网小贷牌照进入存量时代
2017 年	《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》	互金专项整治办、P2P 网贷风险专项整治小组	取缔无场景的“现金贷”；三个“禁止”限制资金来源；控制银行对网贷平台资金的发放
2018 年	《关于进一步做好信贷工作提升服务实体经济质效的通知》	原银保监会	鼓励大力发展普惠金融；积极发展消费金融，增强消费对经济的拉动作用
2018 年	《关于完善促进消费体制机制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》	中共中央、国务院	提出要顺应居民消费升级趋势，切实满足基本消费；促进实物消费不断提档升级；推进服务消费提质扩容；引导培育新消费模式
2018 年	《完善促进消费体制机制实施方案（2018—2020 年）》	国务院	进一步放宽服务消费领域市场准入；完善服务标准、信用体系建设
2019 年	《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》	国家发改委	提出六个方面 24 项措施促进消费，如加强引导支持、带动新消费；扩大优质产品和服务供给，更好满足高品质消费需求；完善体系，进一步优化消费市场环境
2020 年	《中国银保监会办公厅关于促进消费金融公司和汽车金融公司增强可持续发展能力、提升金融服务质效的通知》	原银保监会	拨备覆盖率监管要求从 150%降至 130%；支持开展信贷资产收益权转让业务；支持发行二级资本债补充资本
2020 年	《网络小额贷款业务管理暂行办法（征求意见稿）》	原银保监会、人民银行	将网络小贷机构的经营杠杆、业务杠杆纳入统一监管，遵循“对同类业务、同类主体一视同仁”的原则
2021 年	《关于新民间借贷司法解释适用范围问题的批复》	最高人民法院	进一步明确金融机构不适用 4 倍 LPR 的定价
2021 年	《央行四季度货币政策报告-专栏 4 合理评估居民部门债务风险》	人民银行	旨在支持消费金融行业合理有序发展，未来政策端还将进一步强化
2022 年	《关于进一步加强消费金融公司和汽车金融公司投诉问题整治的通知》	原银保监会	进一步规范消费金融公司和汽车金融公司的行为
2023 年	《消费金融公司管理办法（征求意见稿）》	国家金融监督管理总局	对消费金融公司业务范围进行了优化调整，提高了主要出资人最低持股比例要求，规定消费金融公司担保增信业务余额不得超过全部贷款余额的 50%，要求

时间	政策名称	发布机构	影响
			消费金融公司杠杆率不得低于4%，更加突出强化消费者权益保护

三、我国消费金融行业现状

（一）行业规模增速放缓

截至2022年末，消费金融公司服务客户人数突破3亿人次，达到3.38亿人次，同比增长18.4%；资产规模及贷款余额双双突破8,000亿元，分别为8,844亿元和8,349亿元，同比增长均为17.5%。

（二）主要参与机构

依据是否持有业务牌照及持有牌照的不同，我国消费金融参与主体可以分为银行、持牌消费金融公司、互联网消费金融平台及其他等。

项目	银行	持牌消费金融公司	互联网消费金融平台	其他
机构类型	商业银行	持牌消费金融公司	大型电商、支付平台、新兴互联网消费金融平台	汽车金融公司、线下小贷、P2P
业务牌照	商业银行牌照	消费金融公司牌照	网络小贷牌照	汽车金融公司牌照、区域小贷牌照、无牌照
金融产品	1）信用卡（分期赊购、预付现金）；2）汽车贷；3）小额消费贷；4）直销银行消费贷	1）信用消费贷；2）抵押消费贷；	1）商品分期、账单分期(大型电商和支付平台）；2）商品分期、消费贷、信用卡代偿(新兴互联网消费金融平台)	1）车贷；2）线下消费贷；3）P2P
覆盖场景	信用卡分期为主，车贷、小额消费贷为辅，覆盖各类场景	数码产品、教育、装修、旅游、学车、租房、婚庆等各类生活场景	各类互联网消费场景、分期消费场景、信用卡代偿等新兴消费场景	汽车、价格高昂的实物消费品、耐用消费品等场景
目标客户	央行征信覆盖用	央行征信+长尾人群	互联网长尾客户	细分、垂直场景

项目	银行	持牌消费金融公司	互联网消费金融平台	其他
	户			用户；线下客户
产品特征	授信额度大、审批时间长、大多需到网点办理	授信额度小、审批速度快、无需抵押担保、还款方式灵活	授信额度小、审批速度快、无需抵押担保、还款方式灵活	-

（三）贷款的期限结构情况

消费金融公司贷款发放期限普遍相对较短。2022 年相较往年出现贷款期限上升的趋势。有 22 家消费金融公司 2022 年发放贷款的加权平均合同期限少于 1 年，数量与 2021 年持平。其中，加权平均合同期限小于等于 6 个月的有 2 家机构，6-9 个月的有 3 家机构，9-12 个月的有 17 家机构，占比超过一半；12-18 个月的有 5 家机构；大于 18 个月的有 3 家机构。可见，消费金融公司发放贷款期限主要集中在 9-12 个月，并有一定的上升趋势。

（四）业务模式及盈利能力

1、业务模式

目前，消费金融市场产品种类众多，根据展业模式的不同可将消费金融业务划分为持牌模式、电商/分期平台、助贷模式、P2P 等 4 种展业模式。其中，持牌模式的参与者主要为银行、消费金融公司、汽车金融公司、互联网小贷公司、信托公司、保理公司和租赁公司等，其业务开展依托于牌照的支持；电商/分期平台依托于线上消费场景，为消费者提供商品赊销服务，形成消费分期应收账款，典型企业如阿里小贷、京东金融等；助贷模式系指一些企业与金融机构合作开

展消费金融业务，为金融机构提供从获客直至贷后管理的全链条服务；P2P 平台模式系指撮合资金方与资产方，即借、贷双方的平台模式，服务平台从中收取平台服务费。

业务模式	参与主体	盈利模式
持牌模式	银行、消费金融公司、汽车金融公司、互联网小贷公司、信托公司、保理公司和租赁公司	利息、手续费、服务费
电商/分期平台	大型电商、支付平台	分期手续费、利息
助贷模式	互联网金融平台	服务费、咨询费
P2P	网贷平台	平台服务费

2、盈利能力

供给端来看，融资渠道及资金成本分化明显。中国消费信贷产品提供者主要包括商业银行（含信用卡、个人消费贷款等产品）、持牌消费金融公司、互联网消费金融等。根据易观及恒大研究院统计，各参与机构获得资金成本不同，其中银行资金成本最低，持牌消费金融公司资金成本居中，在非银参与主体中具备一定资金优势。

参与主体	融资渠道	资金成本
银行	银行存款、股东自有资金、同业拆借、债务融资工具（如资产证券化、金融债、永续债等）	2.25%-5%
持牌消费金融公司	股东自有资金、同业拆借、债务融资工具	5%-7%
互联网金融平台	自有资金、资产证券化（部分机构）	5%-9%
P2P	自有资金、P2P 投资	7%-12.5%

数据来源：© Analysys 易观

（五）面临的问题与挑战

1、消费金融法律制度仍待完善

现有法律制度（比如银行法、保险法、证券法等）都主要是基于传统金融业务，对传统消费金融业务采纳的是机构监管而不是行为监管。目前法律对消费金融的电子合同有效

性确认、交易者身份认证、个人信息保护、资金监管、个人征信与使用等问题上都还没有做出明确规定。消费金融尤其是互联网消费金融的法律制度规定还是不够完善，不利于整个消费金融行业的稳定发展。

2、个人征信体系建设仍处于初级阶段

对比欧美等发达国家拥有的成熟且覆盖全面的征信体系，我国个人信用体系建设尚处在初级阶段。个体信用意识比较薄弱，且未对违约的后果引起充分关注。央行征信中心作为全国最大、最权威、最官方的征信机构，将传统信贷数据牢牢掌握在手中，提供社会化、标准化、全局化的产品。非持牌机构作为征信市场的新兴参与体，逐步利用自己的数据优势切入征信产品或应用等环节，逐步推动市场化征信体系的完善。

3、持牌机构数量有限，难以形成有效竞争

当前我国消费金融政策对设立主体资格方面的规定严格，导致银行成为满足设立条件的少有主体。截至 2023 年 6 月末，全国仅有 31 家持牌消费金融公司，其中银行系仍是消费金融机构主力军。但是设立主体有限化，无法形成有效的竞争，缺乏消费金融产品创新的动力。

4、资金成本问题凸显，行业利差收窄

我国消费金融公司虽然资金来源渠道较多，包括接收股东境内子公司及境内股东的存款、向境内金融机构借款、

发行金融债券、ABS、境内同业拆借等，但是依然存在资金可得性受限与成本高的问题。

从消费金融公司实际选择的融资渠道可以发现，消费金融公司行业的债券以及资产证券化发行量远不及其他行业。2021 年至今仅有 4 家公司发行金融债券，占消费金融公司数量的近十分之一；10 家公司发行 ABS，占消费金融公司数量的三分之一，资金可得性受限。

自 2009 年消费金融公司试点以来，无论从中债国债到期收益率还是 SHIBOR 利率来看，我国资金成本利率总体处于上涨区间。此外，由于消费金融监管趋于严化，2020 年 8 月 20 日，最高人民法院发布新修订的《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》（以下简称《规定》），《规定》将民间借贷利率的司法保护上限由 24%下降至 4 倍 LPR（以最新 LPR 计算，为 14.2%）。民间借贷利率司法保护上限降低，消费金融公司在考虑到法律风险的前提下会主动下调利率。当成本利率不断上涨，但贷款利率上限受控，消费金融公司行业利差收窄。

5、消费金融场景暴雷频现，同质化严重

一方面，服务性消费场景频频爆雷。商品性消费场景中，实物商品为一次性交付，消费分期的风险主要来源于消费者，而在服务性分期中，场景方的风险不容忽视。原因无他，服务的提供是个长期的过程，短则几日、长则几个月甚至一年，

费用则以分期的形式提前一次性支付。后续若场景方的服务中断，如培训机构跑路、公寓机构倒闭等，消费者的权益受损，直接影响其还款能力和还款意愿。

另一方面，各大消费金融公司纷纷布局线上商城、教育、医美、家居、3C 数码等场景，产品同质化严重，无法实现差异化。竞争转而从场景之争变成了流量之争，更多的公司将精力放在了如何吸引流量上，而不是精细化场景，做出差异化的产品。

四、我国消费金融行业未来发展趋势

（一）消费金融公司牌照价值提升

消费金融公司多倍杠杆特征，有助于融资规模扩张，牌照价值将有望凸显。

（二）资金来源更加多元化

除同业拆借和同业借款外，未来消费金融公司或将提升债券融资比重，通过发行资产证券化产品降低资金成本，同时通过发行二级资本债或上市补充外源资本，保证资本充足率满足监管要求。

（三）业务经营趋于规范，风控能力提升

强监管背景下，未来消费金融公司将持续推进风控体系建设，加强贷前、贷中、贷后的风险识别及风险处置，保证合理的信贷业务风险收益比。

第十章 发行人业务状况及在所在行业的地位分析

一、发行人业务状况

（一）基本介绍

招联消费金融是由招商银行旗下招商永隆银行与中国联合网络通信有限公司共同组建的一家消费金融企业，公司注册于深圳前海，是我国第一家在《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》（CEPA）框架下成立的消费金融公司。注册资本38.69亿元，2015年3月18日开始试营业。原深圳银监局在2016年工作会议上，将招联消费金融作为运用大数据、云计算等新兴信息技术，为客户提供全方位金融服务，探索普惠金融发展新路径的示范企业。公司持有原银保监会颁发的金融业务许可证，机构性质属于非存款类银行业金融企业，也是国内首家以“互联网金融”定位的消费金融有限公司。

截至2023年6月末，公司拥有注册客户约22,592万户，累计发放款12,541亿元；资产总额1,732.40亿元，负债总额1,546.11亿元，所有者权益186.28亿元，2023年1-6月，发行人累计实现营业净收入93.66亿元，净利润18.62亿元；贷款余额1,781.58亿元，不良贷款率2.31%，拨备覆盖率359.73%。

本着“普惠使命、创新驱动、核心能力、极致体验”的

战略目标，招联金融逐步形成了注重体验的多场景产品设计能力、高效实时的风险控制能力、快速响应的 IT 能力、基于“四化”的营运服务能力和专业化的运营能力等五个方面的核心能力。目前，招联金融已全面覆盖购物、旅游、教育、装修等众多消费场景，服务数千万客户，业务覆盖全国 30 多个省市。

（二）主要产品情况

招联金融旗下拥有“好期贷”和“信用付”两大产品体系，以线上模式为主、兼具 O2O 模式，嵌入到购物、旅游、装修、教育培训和医疗美容等各类消费场景中，无抵押、无担保，凭个人信用申请，借款与还款全部在网上完成，流程简洁，审批快捷，客户体验好，极大满足了中低收入人群差异化的消费金融需求。

“好期贷”是招联金融旗下的互联网现金借贷产品，在招联金融 APP、微信公众号以及各类合作方线上渠道均可申请；产品申请、借款、还款全部可在网上完成，无抵押、无担保、纯凭个人信用获取额度，支持 7*24 小时随时借款，实时到账，支持放款到主流银行卡；最高额度 20 万，最长借款期限 36 个月。其中细分为为普通客户推出的“信用贷”，循环额度，额度 3 年有效。还有针对优质白领推出的循环额度“白领贷”产品，较信用贷有更优惠的价格。针对优质客户

的临时周转需求还推出了一次性大额产品“大期贷”产品，额度一次性有效，有效期 1 个月。

“信用付”是招联金融旗下的互联网信用支付产品，为用户提供快速、安全、便捷的互联网信用消费方式，可实现在线申请，即时审批，“先消费，后还款”，享受最长 40 天免息和最长 24 期的分期付款服务。目前主要在招联金融自有电商平台以及合作商户消费场景中申请使用。信用付根据应用场景不同，演化出大额专项贷款产品以及通用消费贷款产品两个分类。大额专项产品如教育贷、美容贷、装修贷等，与场景深度结合，可以一次性给予较大额度。通用消费贷款产品是无场景区分的通用消费额度，目前主要在招联商城和招联“分期花”进行使用。信用付下“分期花”是招联金融最新打造的虚拟信用卡产品，通过与银行机构合作，将招联金融通用消费贷款额度与银行二类账户关联，在消费时完成招联额度的扣减，最终实现客户在接受微信、支付宝和银联闪付的线上、线下商户使用招联额度消费。招联“分期花”突破了消费场景的限制，降低客户招联额度的使用门槛。

截至 2023 年 6 月末，招联消费金融贷款余额按照产品分类情况如下表所示：

单位：万元

产品分类	笔数	笔数占比	贷款余额	余额占比
好期贷	25,712,176	18.27%	10,809,702.20	60.67%

信用付	114,992,961	81.73%	7,006,064.09	39.33%
合计	140,705,137	100.00%	17,815,766.29	100.00%

（三）发展战略

招联消费金融是在国内金融市场化改革深入推进和互联网金融蓬勃发展的背景下成立的，以移动互联网为依托，以股东双方拥有的巨量客户群为基础，以大数据分析为精准营销和风险控制的技术支撑，为新时代居民的消费提供兼具标准化与个性化、优质的消费金融服务，着力打造为应对互联网金融时代的战略载体，并为国内经济结构的调整和转型贡献自己的力量。

公司初期产品在设计上就已经基本实现了全线上流程操作，互联网轻型特征明显。未来将继续以“微金融，新互联”为发展理念，在“互联网+”的时代背景下，理解新的规则，寻找新的伙伴，运用新的技术，探索新的模式，构建基于互联网的信用分期、消费信贷，努力打造全新的消费金融体验，不断提升核心竞争力。

（四）未来中长期规划

公司将“普惠使命、创新驱动、核心能力、极致体验”作为未来长期发展战略，并将其贯穿于公司业务的各个方面。在该长期战略下，为应对国内外市场形势变化，根据公司董事会的相关要求，多次召开办公会和专题会，就发展节奏、

风险管控等进行专题研究，明确业务发展要转入高质量增长，实现风险管理精细化、经营管理体系化，实现规模、效益、质量的平衡。

下一步，公司将保持战略定力，在稳固既有优势基础上持续优化业务管理与产品结构，围绕服务居民消费升级目标，扩大消费金融服务覆盖面，仍将坚持“小额、分散”原则，通过进一步吸收转化母公司及其他外部优质资源，切入更多的优质消费场景，严控共债风险等多重手段，严控准入风险，不断优化资产结构及质量，为稳健经营构建更坚实的基础，切实发挥消费增长对实体经济的推动作用。

二、发行人所在行业地位及优势分析

截至 2023 年 6 月末，我国持牌消费金融公司共 31 家。作为银行系的消费金融公司，发行人坚守并发挥自身源于传统银行的专业风控优势和股东背景优势，同时借力通信股东背景的客户资源优势，在此基础上积极借鉴互联网的思维和技术重塑体制机制、革新业务模式，逐步形成有自身特色的发展模式、管理机制和消费金融产品，已具有较强的市场竞争力和品牌影响力。在股东实力及背景、融资渠道及成本、经营业绩、风险管理、资产质量、人才优势及品牌信誉等方面，招联消费金融公司在当前的消费金融公司中具有独特的优势。

（一）股东背景强大，集团优势显著

从股东背景来看，招联消费金融的股东为招商银行、中国联通。截至2022年末，招商银行已在全国设有143家分行及1,756家支行，2家分行级专营机构（信用卡中心和资金营运中心），2,695家自助银行，5,855台自助设备，12,511台可视设备，在香港设有香港分行；在美国设有纽约分行和代表处；在英国设有伦敦分行；在新加坡设有新加坡分行；在卢森堡设有卢森堡分行；在台北设有代表处；在澳大利亚设有悉尼分行。招商银行聚焦移动优先策略，拥抱金融科技(Fintech)，经过多年创新发展，招商银行部分业务领域已成为国内商业银行的标杆，连续多年获得境内外权威媒体评选的“中国最佳零售银行”“中国最佳私人银行”“中国最佳交易银行”等殊荣。

中国联合网络通信有限公司于2009年1月6日在原中国网通和原中国联通的基础上合并组建而成，在国内31个省（自治区、直辖市）和境外多个国家和地区设有分支机构，是中国唯一一家在纽约、香港、上海三地同时上市的股份制电信运营企业，连续多年入选“世界500强企业”。中国联通拥有覆盖全国、通达世界的现代通信网络，积极推进固定网络和移动网络的宽带化，为广大用户提供全方位、高品质信息服务通道。

招联消费金融兼具传统银行和互联网信息技术企业的背景，招商银行具有庞大的零售业务客群、国内最领先的信用卡业务经验，联通有大量的客户基础、渠道和数据并通过联通支付有限公司持有“第三方支付牌照”。

股东背景实力强大，在低成本资金获取、风控体系建设、高素质队伍培养、联合获客推介以及品牌影响力等方面对招联消费金融形成全方位支持。

（二）融资渠道丰富，资金成本可控

资金可得性与资金成本是决定消费信贷业务发展规模与客群对象、盈利能力的关键性因素。招联消费金融借助母行招商银行强大的综合实力与品牌声誉，在逐步完善多渠道融资体系同时，在同业借款、发行债券等主体信用融资工具上也具备一定的资金成本优势。截至 2023 年 6 月末，发行人已经获得 261 家金融机构授信，授信总额度为 3,192.11 亿元。公司充足的资金来源有助于保障业务发展的可持续性，相对可控的融资成本则带来更为宽幅的客群筛选区间，提高了业务经营的灵活性，且在同一定价水平下，资金成本越低，则息差收益越高，利润增速更快，有助于增强公司发展后劲。

（三）商业模式持续，经营业绩良好

公司成立以来，业务规模不断扩大，近三年及一期连续盈利。最近三年及一期末，发行人资产总额分别为 1,083.11

亿元、1,496.98 亿元、1,643.46 亿元和 1,732.40 亿元，年复合增长率为 20.67%；发行人净利润 16.68 亿元、30.63 亿元及、33.29 亿元及 18.62 亿元。公司结合外部环境及自身优势，已逐步形成适应于公司稳健发展的可持续商业模式，实现了良好的业绩表现，并积累了一定规模且质量稳定的信贷资产。整体盈利能力保持同业较高水平。

（四）内部管理完善，资产质量稳健

在内控制度完善方面，强化制度建设，做好制度立改废梳理；加强业务合规管控，打造合规防火墙，保持合规审核环节前置机制；加强合规培训，开展多个合规风险排查；统筹消费者权益保护工作，完成金融知识普及月等多项活动；加强内部审计，开展采购管理、资金管理、不良资产核销、营销费用、征信管理、消费者权益保护、投诉管理等审计系列专项审计。

在内部流程及业务优化方面，加快结构优化，加强产品结构优化、客户结构优化、融资结构优化；强化场景建设，完善自营获客体系，加强股东业务协同，积极拓展外部场景，实施有效品牌营销。持续提升核心能力，积极打造多元化的产品能力，提升专业化的运营能力，打造终极化的研发能力，拓展多层次的风控能力，加强四化运营能力以及加强智能化的催收能力；加强基础管理，全力打造创新氛围，及时优化

组织机构，搭建高效财务体系，加强员工队伍建设，坚持合规发展。

截至 2023 年 6 月末，公司贷款余额为 1,781.58 亿元，贷款不良率为 2.31%。拨备计提充足，2023 年 6 月末拨备覆盖率为 359.73%，资本充足率为 12.40%，风险抵补能力较强。

（五）人员管理严格，人才优势突出

招联消费金融董事会、监事会及中层管理人员中有较大比例来自招商银行，且人员的金融从业时间较长、风险管理经验丰富，促使公司建立起审慎经营、立足长远发展的企业文化以及与资本实力及经营能力相当、符合业务规律及市场环境的长期发展战略。相对科学严谨的产品体系与风控政策，将促使公司主动依法合规开展业务，保持主营业务的稳健发展。

与此同时，招联消费金融董事会、监事会及中层管理人员中有部分来自中国联通，对于信息技术的接触较为深入，且掌握一定渠道资源及数据资料。

公司凭借品牌优势对人才的吸引力较强，加之部分员工来自加准入严格的银行体系，决定了公司人员的综合素质较高，尤其是前端展业队伍以及催收人员的基本素质较为良好、实务经验较为丰富，有助于更好地控制贷款业务的道德风险与信用风险。

（六）社会信誉优异，品牌优势彰显

凭借良好的业绩、规范的管理和持续的创新，发行人市场影响力和品牌知名度明显提升。在业务发展过程中，招联消费金融收获了多项业内殊荣。2022 年至今发行人获得过的主要奖项包括：

政府、监管类奖项：

2022 年 9 月，由零壹财经主办的 2022 年第四届中国零售金融峰会通过线上方式举办，招联消费金融入选“2022 年消费金融最佳品牌 TOP20”榜单。

2022 年 11 月，北京青年报发布“2022 北青财星榜”，招联消费金融荣获“金牌普惠金融奖”。

2022 年 11 月，深圳市地方金融监督管理局发布《市地方金融监管局关于 2021 年度深圳市金融创新奖获奖项目的公示》，招联消费金融“有事惠商量”消费金融客户普惠经营模式创新荣获特色奖项目三等奖，招联“AI 智能品控体系保障合规催收”项目荣获贡献奖项目优秀奖。

2022 年 12 月，由《深圳特区报》主办的“第十六届金融风云榜——金榕树奖”荣誉榜单正式揭晓，招联消费金融荣获“年度普惠金融典范奖”。

2022 年 12 月，由凤凰网广东主办的“新征程再起航·2022 深圳金融星光”颁奖盛典圆满举行，招联消费金融荣获“2022 新市民金融服务奖”。

2022 年 12 月，由上海报业集团指导，财联社主办的 2022 财联社第五届投资峰会在上海成功举办，招联消费金融荣获“年度最具 ESG 价值奖项”。

2023 年 1 月，招联消费金融作为成员单位与中国联通集团申报的“图数据库防欺诈系统”项目，入选工信部“2022 年防范治理电信网络诈骗试点项目”。

2023 年 2 月，招联消费金融荣获深圳市南山区政府颁发的“金融业贡献十强企业”和“纳税十强企业”双项荣誉。

2023 年 5 月，招联消费金融入选“第二十届深圳知名品牌”。

2023 年 5 月，2022 年度广东省重点商标保护名录正式发布公告，招联消费金融“U 及图形”成功进入重点商标保护名录。

2023 年 1 月，消金界推出 2022 年度公司风云榜，其中，招联消费金融荣获“年度消费金融公司 • 科技先锋”奖。

2023 年 2 月，深圳特区报举行第十六届金融风云榜“金榕树奖”颁奖仪式，招联消费金融荣获普惠金融典范奖。

2023 年 5 月，德本咨询、eNet 研究院、互联网周刊联合发布了“2023 年消费金融品牌 TOP50 榜单”，招联稳居榜首，入选产品为“好期贷”。

第十一章 发行人与母公司、子公司及其他投资者的投资关系

一、发行人与母公司的关系

（一）持股情况

截至本募集说明书签署日，发行人股东情况如下：

序号	股东名称	出资额（百万元）	持股比例
1	中国联合网络通信有限公司	5,000.00	50.00%
2	招商银行股份有限公司	5,000.00	50.00%
合计		**10,000.00**	**100.00%**

（二）主要股东情况

截至本募集说明书签署日，发行人股东为中国联合网络通信有限公司和招商银行股份有限公司，持股比例各 50.00%。发行人主要股东情况如下：

1、中国联合网络通信有限公司

中国联合网络通信有限公司（以下简称“中国联通”）于 2009 年 1 月 6 日在原中国网通和原中国联通的基础上合并组建而成，主要经营中国大陆 31 个省(自治区、直辖市)的固定和移动语音业务、数据通信业务、固网宽带业务和各类电信增值业务等。中国联通本部及分公司为电信运营主体，下属子公司在中国联通整体战略下，提供其他电信相关服务，包括通信终端销售、网络建设及维护、信息及系统集成、互

联网及互联网电信增值业务、信息咨询、勘察设计及咨询服务、电信客户服务、通信配件销售等。

中国联通拥有覆盖全国、通达世界的现代通信网络，积极推进固定网络和移动网络的宽带化，为广大用户提供全方位、高品质信息服务通道。截至 2022 年末，中国联通总资产 6,350.69 亿元，实现营业收入 3,498.00 亿元，实现营业利润 183.72 亿元，归属于母公司所有者的净利润 148.60 亿元。中国联通是中国唯一一家在纽约、香港、上海三地同时上市的股份制电信运营企业，连续多年入选“世界 500 强企业”。

2、招商银行股份有限公司

招商银行股份有限公司于 1987 年成立于中国改革开放的最前沿——深圳蛇口，是中国境内第一家完全由企业法人持股的股份制商业银行，也是国家从体制外推动银行业改革的第一家试点银行。招商银行由驻港央企招商局集团有限公司创办。2002 年 4 月 9 日上市于上交所主板（股票代码：600036.SH），目前注册资本 252.20 亿元；2006 年 9 月 22 日在香港联交所上市。截至 2022 年末，招商银行资产总额 10.14 万亿元，负债总额 9.18 万亿元，实现营业收入 3,447.83 亿元，实现净利润 1,392.94 亿元，不良贷款率 0.96%，拨备覆盖率 450.79%。

截至报告期末，招商银行在中国境内设有 143 家分行及

1,756 家支行，2 家分行级专营机构（信用卡中心和资金营运中心），2,695 家自助银行，5,855 台现金自助设备，12,511 台可视设备；在香港设有香港分行；在美国设有纽约分行和代表处；在英国设有伦敦分行；在新加坡设有新加坡分行；在卢森堡设有卢森堡分行；在台北设有代表处；在澳大利亚设有悉尼分行。此外，招商银行还在境内全资拥有招银租赁、招银理财，控股招商基金，持有招商信诺和招联消费金融各 50%股权；在香港全资控股招商永隆银行和招银国际，是一家拥有商业银行、金融租赁、基金管理、人寿保险、境外投行等金融牌照的银行集团。

招商银行聚焦移动优先策略，拥抱金融科技(Fintech)，经过多年创新发展，招商银行部分业务领域已成为国内商业银行的标杆，连续多年获得境内外权威媒体评选的“中国最佳零售银行”“中国最佳私人银行”“中国最佳交易银行”等殊荣。

二、发行人与子公司的关系

截至本募集说明书签署日，发行人无下属子公司。

三、对联营公司的投资

截至本募集说明书签署日，发行人不存在对联营公司的投资。

第十二章 发行人董事会、监事会及高层管理人员

截至2023年6月30日，发行人董事会、监事会及高级管理人员情况如下所示：

一、发行人董事

姓名	职务	性别
刘烈宏	董事长	男
王　良	董事	男
杨庆友	董事	男
彭家文	董事	男
姜爱华	董事	女
徐明杰	董事	男
章杨清	董事	男
李　翀	董事	男

1、刘烈宏 董事长

刘烈宏，男，研究生，管理学博士，中共党员。曾任信息产业部电子第二研究所所长、党委书记，中国电子科技集团副总经理、党组成员，中国电子信息产业发展研究院院长兼北京赛迪信息产业集团公司总裁，中国电子信息产业集团有限公司董事、总经理、党组副书记，中国电子科技集团有限公司董事、总经理、党组副书记，中央网络安全和信息化委员会办公室副主任、国家互联网信息办公室副主任，工业和信息化部党组成员、副部长。第十二届全国政协委员。现

任第二十届中央候补委员，中国联合网络通信集团有限公司董事长、党组书记。

2、王良 副董事长

王良，男，中国人民大学硕士研究生学历，高级经济师。现任招商银行执行董事、党委书记、行长。1995 年 6 月加入招商银行，历任招商银行北京分行行长助理、副行长、行长，2012 年 6 月任招商银行总行行长助理兼任北京分行行长，2013 年 11 月不再兼任招商银行北京分行行长，2015 年 1 月任招商银行副行长，2016 年 11 月至 2019 年 4 月兼任招商银行董事会秘书，2019 年 4 月至 2023 年 2 月兼任招商银行财务负责人，2021 年 8 月起任招商银行常务副行长兼任董事会秘书、公司秘书及香港上市相关事宜之授权代表，2022 年 4 月 18 日起全面主持招商银行工作，2022 年 6 月 15 日起任招商银行行长。兼任中国支付清算协会副会长、中国银行业协会中间业务专业委员会第四届主任、中国金融会计学会第六届常务理事。

3、 杨庆友 董事

杨庆友，男，大学本科，理学学士，中共党员。曾任中国联通青岛市分公司总经理、党委书记，中国联通山东省分公司副总经理、党委委员，中国联通广东省分公司副总经理、党委委员，中国联通吉林省分公司总经理、党委书记。现任中国联通集团公司市场部总经理。

4、彭家文 董事

彭家文，男，中南财经大学国民经济计划专业本科学历，高级经济师。曾任招商银行总行计划财务部总经理助理、副总经理，总行零售综合管理部副总经理、总经理，总行零售金融总部副总经理、副总裁、副总裁兼总行零售信贷部总经理，郑州分行行长，总行资产负债管理部总经理，2023 年 2 月起任招商银行行长助理。兼任招商银行财务负责人、董事会秘书、总行资产负债管理部总经理。

5、姜爱华 董事

姜爱华，女，厦门大学工商管理硕士，正高级会计师，中共党员。曾任大唐电信科技股份有限公司财务部总经理、总裁助理、董事，北京首信股份有限公司财务部总经理，中国网通集团国际通信有限公司总裁助理，中国网络通信集团公司财务部副总经理、财务共享中心总经理，联通运营公司财务共享中心总经理，中国联通网络通信股份有限公司财务负责人。兼任联通资本投资控股有限公司及联通创新创业投资有限公司董事，联通在线信息科技有限公司监事会主席。

6、徐明杰 董事

徐明杰，男，厦门大学工商管理硕士。曾任招商银行深圳蛇口支行行长助理，招商银行深圳分行授信审批部总经理、信用风险管理部总经理，招商银行总行公司金融产品部总经理助理、总行投资银行部副总经理、总行授信执行部总经理

兼总行授信执行部审批中心总经理。现任招商银行总行风险管理部总经理。

7、章杨清 董事

章杨清，男，研究生，工学硕士，高级工程师。曾任招商银行信息技术部总经理助理、副总经理，深圳市融博信息技术有限公司总经理，杭州招银融博科技有限公司执行董事、总经理，深圳市联招科技有限公司总经理、法定代表人。深圳市第七届政协委员。现任招联党委书记，执行董事、总经理，法定代表人。兼任中国银行业协会第二届消费金融专委会主任、深圳市港澳经济研究会副会长。

8、 李翀 董事

李翀，男，研究生，工商管理博士，高级会计师。曾任信息产业部清算司综合处处长、通信清算中心主任，中国网通（集团）有限公司财务部副总经理、总经理，中国联通网络公司副总经理兼财务部总经理，中国联通国际业务部总经理、国际公司董事长等职务。现任公司董事、常务副总经理。

二、发行人监事

发行人监事

姓名	职务	性别
柳尧杰	监事会主席	男
曹　建	监事	男

梁万山	监事	男

1、 柳尧杰 监事会主席

柳尧杰，男，同济大学工商管理硕士，高级会计师。曾任中国联通山东省分公司总会计师、副总经理、党委委员，中国联通山西省分公司党委书记、总经理。现任联通资本投资控股有限公司/联通创新创业投资有限公司（资本运营部）总经理、董事。

2、 曹建 监事

曹建，男，中国人民银行总行金融研究所国际金融专业硕士研究生，中国注册会计师协会非执业会员。2003 年 8 月加入招商银行，历任招商银行总行审计部总经理助理、副总经理，2021 年 11 月至 2023 年 3 月任招商银行总行审计部深圳分部总经理。现任招商银行总行审计部总经理，兼任招银理财有限责任公司监事。

3、 梁万山 监事

梁万山，男，大学本科。1995 年至 2016 年在招商银行工作，曾任招商银行总行信息技术部资深一级工程师。现任公司研发中心 DMO。

三、发行人高级管理人员

姓名	职务	性别
章杨清	总经理	男
李翀	常务副总经理	男

周春梅	副总经理	女
赵小玉	公司总监	女
王耀南	公司首席信息官	男

1、 章杨清 总经理

章杨清，男，研究生，工学硕士，高级工程师。曾任招商银行信息技术部总经理助理、副总经理，深圳市融博信息技术有限公司总经理，杭州招银融博科技有限公司执行董事、总经理，深圳市联招科技有限公司总经理、法定代表人。深圳市第七届政协委员。现任招联党委书记，执行董事、总经理，法定代表人。兼任中国银行业协会第二届消费金融专委会主任、深圳市港澳经济研究会副会长。

2、 李翀 常务副总经理

李翀，男，研究生，工商管理博士，高级会计师。曾任信息产业部清算司综合处处长、通信清算中心主任，中国网通（集团）有限公司财务部副总经理、总经理，中国联通网络公司副总经理兼财务部总经理，中国联通国际业务部总经理、国际公司董事长等职务。现任公司董事、常务副总经理。

3、 周春梅 副总经理

周春梅，女，研究生，管理学硕士，高级经济师。曾任中国人民银行深圳中心支行主任科员，深圳银监局国有银行监管处处长、办公室主任。现任公司副总经理。

4、 赵小玉 公司总监

赵小玉，女，大学本科，工学学士。曾任中信银行深圳分行零售部副总经理、中信银行信用卡中心风险管理部总经理。现任公司风险总监。

5、 王耀南 公司首席信息官

王耀南，男，大学本科，工学学士。曾任深圳紫金技术有限公司工程师，深圳融博信息技术有限公司（招行软件中心）高级经理；招联消费金融股份有限公司基础研发部总监、产品一部总监、产品研发部总经理、研发中心总经理。现任公司首席信息官。

第十三章 本期债券承销和发行方式

一、本期债券的承销方式

本期债券由主承销商组织承销团以余额包销方式承销。

二、本期债券的发行方式

本期债券由主承销商组织承销团，拟通过簿记建档、集中配售的方式在全国银行间债券市场面向机构投资者公开发行。

三、本期债券的认购办法

（一）本期债券采用簿记建档方式发行。承销团成员在发行期内可向其他投资者分销本期债券；

（二）本期债券最小认购金额为人民币1,000万元，且必须是人民币1,000万元的整数倍；

（三）本期债券形式为实名制记账式，投资者认购的本期债券在其于中央国债登记公司开立的托管账户中托管记载；

（四）本期债券发行结束后，由牵头主承销商向中央国债登记公司统一办理本期债券的登记托管工作；

（五）投资者办理认购、登记和托管手续时，不需缴纳任何附加费用。在办理登记和托管手续时，须遵循债券托管

机构的有关规定；

（六）若上述有关债券认购与托管之规定与任何现行或不时修订、颁布的法律、法规、中央国债登记公司有关规定产生任何冲突或抵触，应以该等现行或不时修订、颁布的法律、法规、中央国债登记公司的有关规定为准。

第十四章 本期债券涉及税务等相关问题分析

本期债券的持有人应遵守我国有关税务方面的法律、法规。本税务分析是依据我国现行的税务法律、法规及国家税务总局有关规范性文件的规定做出的。如果相关的法律、法规发生变更，本税务分析中所提及的税务事项将按变更后的法律法规执行。

下列说明不构成对投资者的法律或税务建议，也不涉及投资本期债券可能出现的税务后果。投资者如果准备购买本期债券，并且投资者又属于按照法律、法规的规定需要遵守特别税务规定的投资者，发行人建议投资者应向其专业顾问咨询有关的税务责任。

一、增值税

根据财政部和国家税务总局下发的《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号），自 2016 年 5 月 1 日起，金融债券的利息收入需要缴纳增值税。根据《营业税改征增值税试点过渡政策的规定》，涉及下列情形的，免征增值税：1、合格境外投资者（QFII）委托境内公司在我国从事证券买卖业务；2、证券投资基金（封闭式证券投资基金、开放式证券投资基金）管理人运用基金买卖股票、债券；3、个人从事金融商品转让业务。

二、所得税

根据2008年1月1日起执行的《中华人民共和国企业所得税法》及其它相关的法律、法规，一般企业投资者来源于债券的利息所得应缴纳企业所得税。企业应将当期应收取的债券利息计入当期收入，核算当期损益后缴纳企业所得税。

三、印花税

根据2022年7月1日开始施行的《中华人民共和国印花税法》，在我国境内书立应税凭证、进行证券交易的单位和个人，为印花税的纳税人，应当依照《中华人民共和国印花税法》规定缴纳印花税。《中华人民共和国印花税法》所称证券交易，是指转让在依法设立的证券交易所、国务院批准的其他全国性证券交易场所交易的股票和以股票为基础的存托凭证。对于本期债券在银行间市场进行的交易，尚无明确规定应对其征收印花税。发行人无法预测国家是否或将会于何时决定对本期债券交易征收印花税，也无法预测将会适用税率的水平。

第十五章 本期债券信用评级情况

一、评级观点摘要

中诚信国际评级有限责任公司(以下简称“中诚信国际”)评定招联消费金融股份有限公司主体信用等级为AAA,评级展望为稳定。评定其拟发行的2024年第三期金融债券的信用等级为AAA。

中诚信国际肯定了招联消费金融股份有限公司较强的股东支持、逐步提升的资本实力、持续增长的业务规模、较强的盈利能力等正面因素对公司整体经营和信用水平的支撑作用；同时，中诚信国际关注到，政策及竞争环境存在不确定性、外部环境冲击对公司资产质量形成挑战、业务规模快速扩张对人才、技术和风险控制等方面提出更高要求等因素对公司经营及信用状况形成的影响。

(一) 信用优势

1、 作为招商银行股份有限公司及中国联合网络通信有限公司联合发起设立的持牌消费金融公司，在业务发展中获得股东方在品牌、渠道、资金、风险管理等方面的大力支持。

2、受益于利润留存，公司资本实力逐步提升，有效支撑了业务的持续发展。

3、生息资产的较快增长推动公司净营业收入持续提升，整体盈利能力较强。

(二) 信用挑战

1、金融监管政策及行业竞争环境存在不确定性，公司战略推进效果仍需持续观察。

2、国内经济总体下行叠加外部环境的冲击，公司不良贷款规模持续攀升，公司资产质量面临一定挑战。

3、业务规模的快速扩张及业务种类的增加对人才、技术和风险控制等方面提出更高要求。

二、有关持续跟踪评级安排的说明

根据国际惯例和主管部门的要求，中诚信国际将在本期债券的存续期内对其每年进行跟踪评级。

中诚信国际将在本期债券的存续期内对其风险程度进行全程跟踪监测。中诚信国际将密切关注发行人公布的季度报告、年度报告及相关信息。如发行人发生可能影响信用等级的重大事件，应及时通知中诚信国际，并提供相关资料，中诚信国际将就该事项进行实地调查或电话访谈，及时对该事项进行分析，确定是否要对信用等级进行调整，并根据监管要求进行披露。

第十六章 发行人律师的法律意见

北京市中伦律师事务所接受招联消费金融的委托，作为发行人发行本期债券的专项法律顾问，就本期债券发行事宜出具法律意见书，主要结论如下：

发行人具备发行本期金融债券的主体资格，《募集说明书》内容符合相关法律、行政法规和规范性文件的要求，募集资金用途不违反相关法律法规的规定。参与本期金融债券发行的评级机构和承销商均具备从事金融债券相关业务的法定资格。

发行人发行本期金融债券已取得股东会决议同意，并已取得中国人民银行的许可，根据北京市中伦律师事务所律师审查的材料，符合《中华人民共和国公司法》《全国银行间债券市场金融债券发行管理办法》和《非银行金融机构行政许可事项实施办法》（国家金融监督管理总局令2023年第3号）的规定，不存在对本期金融债券发行构成重大影响的法律障碍。

第十七章 本期发行有关机构

一、发行人

法定名称：招联消费金融股份有限公司

注册地址：深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）

法定代表人：章杨清

联系人：王中原

联系地址：深圳市科技园科兴科学园 A4 栋 18 楼

联系电话：0755-32980748

传真：0755-32980600

二、牵头主承销商及簿记管理人

法定名称：招商银行股份有限公司

注册地址：深圳市福田区深南大道 7088 号招商银行大厦

法定代表人：缪建民

联系人：罗莹莹、马岩、孙瑜阳

联系地址：深圳市福田区莲花街道深南大道 2016 号招

商银行深圳分行大厦

联 系 电 话 ： 0755-88026159 、 0755-88023829 、 0755-88023715

传真：0755-88023001

三、联席主承销商

1.兴业银行股份有限公司

注册地址：福建省福州市台江区江滨中大道 398 号兴业银行大厦

法定代表人：吕家进

联系人：孟婷婷

联系地址：深圳市福田区 4013 号兴业银行大厦 11 楼

电话：0755-82989192

传真：0755-83026526

2.招商证券股份有限公司

注册地址：深圳市福田区福田街道福华一路 111 号

法定代表人：霍达

联系人：李晓冰、徐思、陶然、胡梦涵

联系地址：深圳市福田区福田街道福华一路 111 号

电话：0755-83081492

传真：0755-83081361

3.中国国际金融股份有限公司

注册地址：北京市建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层

法定代表人：陈亮

联系人：李彬楠、高书、祝境延、何惟、陈旭阳、罗晨、徐雅妮、芦昭燃、牛楚韵

联系地址：北京市建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层

联系电话：010-65061166

传真：010-65051156

4.中国银行股份有限公司

注册地址：北京市西城区复兴门内大街 1 号

法定代表人：葛海蛟

联系人：张舜、贾亦豪

联系地址：北京市西城区复兴门内大街 1 号

电话：010-66595482、0755-22333868

传真：010-66591737

5.中信证券股份有限公司

注册地址：广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

法定代表人：张佑君

联系人：王宏峰、宋佳佳、陈天涯、李巍、吴林

联系地址：广东省深圳市福田区中心三路 8 号中信证券大厦 18 层

传真：0755-23835201

6.中信建投证券股份有限公司

注册地址：北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼

法定代表人：王常青

联系人：耿华、房蓓蓓、肖云、刘昊、闫欣远、张恒源

联系地址：北京市朝阳区景辉街 16 号院 1 号楼泰康集团大厦 9 层

联系电话：010-56052077

传真：010-56160130

7.国泰君安证券股份有限公司

注册地址：中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

法定代表人：朱健

联系人：徐磊、孙妙月、吴磊、顾巍、李弘宇、文箫、刘璇华

联系地址：上海市静安区新闸路 669 弄博华广场 33 楼

联系电话：021-38031881

传真：021-68815200

8.华泰证券股份有限公司

注册地址：南京市江东中路 228 号

法定代表人：张伟

联系人：袁英斐

联系地址：北京市西城区丰铭国际大厦 A 座 6 层

联系电话：021-38966551

传真：021-38966500

四、承销团成员

1.重庆农村商业银行股份有限公司

注册地址：重庆市江北区金沙门路 36 号

法定代表人：谢文辉

联系人：黄亚希

联系地址：重庆市江北区金沙门路 36 号

联系电话：023-61110389

2.国信证券股份有限公司

注册地址：深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦十六层至二十六层

法定代表人：张纳沙

联系人：熊康婕

联系地址：上海市浦东西区民生路 1199 号证大五道口

广场 1 号楼 12 层

联系电话：021-60375482

3.第一创业证券股份有限公司

注册地址：深圳市福田区福华一路 115 号投行大厦 20 楼

法定代表人：吴礼顺

联系人：陈国源

联系地址：广东省深圳市福田区福华一路 115 号投行大厦 17 楼

联系电话：0755-2383865

4.申港证券股份有限公司

注册地址：中国（上海） 自由贸易试验区世纪大道 1589 号长泰国际金融大厦 16/22/23 楼

法定代表人：邵亚良

联系人：周金龙

联系地址：深圳市福田区莲花路新世界文博中心 39 楼

联系电话： 0755-82586787

5. 民生证券股份有限公司

注册地址： 中国（上海） 自由贸易试验区浦明路 8 号

法定代表人：景忠

联系人：张璐璐

联系地址：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 19 层

联系电话：010-85127686

6.珠海华润银行股份有限公司

注册地址：广东省珠海市吉大九洲大道东 1346 号

法定代表人：宗少俊

联系人：宾川

联系地址：广东省深圳市南山区梦海大道与金谷南一街交汇处西北角华润前海大厦 A 座 48 楼

联系电话：0755-86607009

7.平安证券股份有限公司

注册地址：深圳市福田区福田街道益田路 5023 号平安

金融中心 B 座第 22-25 层

法定代表人：何之江

联系人：刘芳

联系地址：深圳市福田区益田路 5023 号平安金融中心 B 座第 22 层

联系电话：010-56800330

8.申万宏源证券有限公司

注册地址：上海市徐汇区长乐路 989 号 45 层

法定代表人：杨玉成

联系人：周欣

联系地址：北京市西城区太平桥大街 19 号

联系电话：010-88013586

9 .兴业证券股份有限公司

注册地址：福建省福州市鼓楼区湖东路 268 号

法定代表人：杨华辉

联系人： 肖雄一

联系地址：上海市浦东新区长柳路 36 号

联系电话：13811166091

10.东北证券股份有限公司

注册地址：长春市生态大街 6666 号

法定代表人：李福春

联系人：高文

联系地址：北京市西城区锦什坊街 28 号恒奥中心 D 座 7 层

联系电话：010-63210824

11.广发证券股份有限公司

注册地址：广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室

法定代表人：林传辉

联系人：邹勇威

联系地址：北京市西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 9 层

联系电话：020-66338888

12.富邦华一银行有限公司

注册地址：中国（上海） 自由贸易试验区世纪大道 1168 号 A 座 101 室、18 楼、19 楼及 20 楼

法定代表人：马立新

联系人：吴怡青

联系地址：中国（上海） 自由贸易试验区世纪大道 1168 号 A 座 19 楼

联系电话：021-20619833

13.中国邮政储蓄银行股份有限公司

注册地址：北京市西城区金融大街 3 号

法定代表人：刘建军

联系人：尹天泽

联系地址：北京市西城区阜成门外大街 410 号

联系电话：010-68858154

14.长沙银行股份有限公司

注册地址：湖南省长沙市岳麓区滨江路 53 号楷林商务中心 B 座 28 楼

法定代表人：赵小中

联系人：刘冰

联系地址：湖南省长沙市岳麓区滨江路 53 号楷林商务中心 B 座

联系电话：0731-82110320

五、会计师事务所

1.毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所

注册地址：深圳市南山区粤海街道科苑南路 2666 号中国华润大厦 14 层及第 15 层 01 单元

经办注册会计师：奚霞、刘西茜

法定代表人：陈子民

联系人：奚霞

联系地址：深圳市南山区粤海街道科苑南路 2666 号中国华润大厦 14 层

联系电话：0755-25473460

邮政编码：518052

2.安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

注册地址：北京市东城区东长安街 1 号东方广场安永大楼 17 层

执行事务合伙人：毛鞍宁

联系人：何明智

联系地址：广州市天河区珠江东路 13 号安永大厦 18 层

联系电话：020-28381125

传真：020-28812618

六、律师事务所

法定名称：北京市中伦律师事务所

注册地址：北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心南塔 22-31 层

法定代表人：张学兵

联系人：游晓、王红娟

联系地址：广东省深圳市福田区益田路 5033 号平安金

融中心 A 座 57/58/59 层

联系电话：0755-33256918

传真：0755-33206888

邮政编码：518000

七、债券评级机构

名称：中诚信国际信用评级有限责任公司

注册地址：北京市东城区南竹竿胡同 2 号 1 幢 60101

法定代表人：闫衍

联系人：王瑞、高萌露、张传玺

联系地址：北京市东城区朝阳门内大街南竹杆胡同 2 号银河 SOHO5 号楼

联系电话：010-66428877

传真：010-66426100

邮政编码：100010

第十八章 备查信息

一、备查文件

1、《中国人民银行准予行政许可决定书》（银许准予决字〔2023〕第175号）；

2、本期债券信用评级报告及跟踪评级安排；

3、本期债券法律意见书；

4、本期债券批准发行的内部决议；

5、招联消费金融股份有限公司2024年第三期金融债券募集说明书；

6、发行人2020-2022年度经审计的财务报告及2023年1-6月未经审计或审阅的财务报表；

7、其他与本次发行有关的重要文件。

二、查询地址

投资者可以在本期债券发行期限内工作日的办公时间，到发行人联系地址查阅本募集说明书及上述备查文件。

三、查询网址

投资人可以在本期债券发行期限内到下列互联网网址查阅《招联消费金融股份有限公司 2024 年第三期金融债券发行公告》、《招联消费金融股份有限公司 2024 年第三期金融债券募集说明书》：

http://www.chinabond.com.cn

http://www.chinamoney.com.cn

如对本募集说明书或上述备查文件有任何疑问，可以咨询发行人或主承销商。

（本页无正文，为《招联消费金融股份有限公司 2024 年第三期金融债券募集说明书》之盖章页）

招联消费金融股份有限公司

2024 年 3 月 7 日