



围猎“数字肥羊”

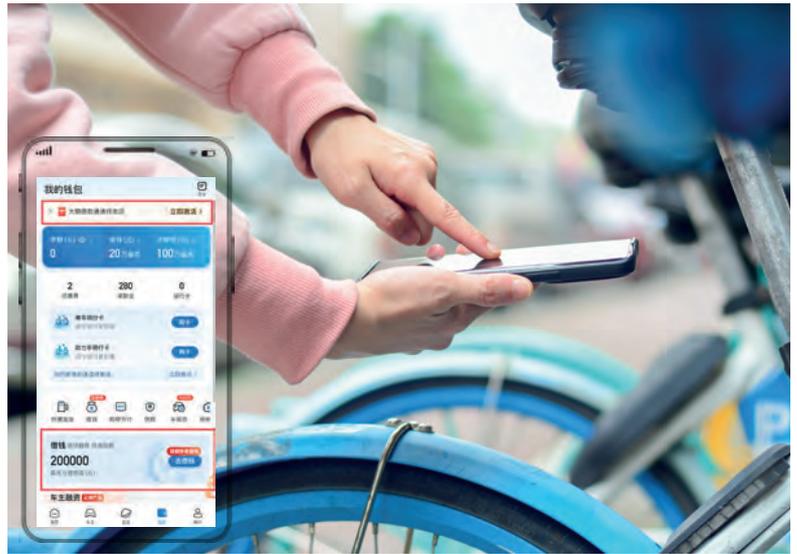
李楠进一步详细剖析了这一“烧钱获客—垄断变现”的商业逻辑。“这些互联网平台最初通过烧钱补贴的方式吸引用户，形成网络效应。一旦用户规模达到临界点，平台就形成了垄断地位。但问题在于，单纯依靠信息服务收费，根本无法覆盖前期巨额的烧钱成本。那么，如何变现？放贷因其高回报率，就成了一种‘完美’的盈利方式。”

2021年4月，人民银行、银保监会、证监会、外汇局等金融管理部门先后联合监管约谈了14家从事金融业务的网络平台，主要问题就是在支付场景嵌入小微贷和消费贷，将借贷包装为便捷支付手段，诱导用户使用。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为，在变现方式上，不是所有App都能推出自营借贷产品，主要分为两种模式：一种是平台自有金融牌照，直接放贷赚取利差，平台利用自身掌握的用户消费数据、行为数据，进行精准授信，赚取利息和分期手续费。“正规消费贷的年化利率通常在15%至24%之间，扣除资金成本和运营成本，利润率可达30%以上。”陈音江表示。

另一种是助贷合作二次导流，模式更“轻巧”。对于美图秀秀、哈啰单车等无金融牌照的平台，只需与银行、持牌消金公司合作，负责引流即可。平台将用户导流给金融机构，按“点击量”“放款额”分成，通常能抽取贷款利息的30%至50%。哈啰的“臻有钱”就是典型的助贷模式，合作伙伴包括中原消费金融、晋商消费金融等。

李楠指出，“目前大部分助贷模式有非常大问题，核心问题是这些助贷机构或小贷公司利用自己或相关平台引流，拿着合作单位（往往是中小银行）的资金放贷，几乎不承担贷款的本金，却决定给谁放贷，放多少贷，收多少利息。这是典型的‘道德风险’，即贷款决策人不承担坏账风险，却能赚取利息，那么他们显然没有动机去审查借款人的还款能力，控制信用风险，却有无限的动机尽可能快地放出尽可能多的贷款，最终导致捕食



对于哈啰单车等无金融牌照的平台，只需与银行、持牌消金公司合作，负责引流即可。

性放贷”。

这种“无本万利”的商业模式构成了利润基石。企业的财报数据直接印证了这一点：2025年上半年，携程旗下的小贷公司净利润飙涨132.58%，净赚4429万元。

这些利润中不乏“监管套利”，因为这些机构做着与商业银行一样的放贷业务，却没有像商业银行一样受到应有的监管以控制其风险。这也是为什么金融监管部门要求小贷公司放贷的自有资金必须超过30%，要求助贷机构不得进行实际放贷决策。

而“风险外包、利润留存”的模式，正是导致消费贷野蛮生长的本质原因。李楠还表示，平台往往利用那套比你更懂你的算法，让借钱变得“难以抗拒”。

曾供职于多家互联网公司金融部门的算法工程师透露：“你刷短视频时弹出的免息广告，收到‘恭喜获得专属额度’的短信，甚至点外卖时跳出来的可提现红包，都不是偶然。这背后是一套复杂的模型。简单描述我的工作，就是判断发多少钱红包，更容易让你借钱。”

“我们不知道屏幕对面网民的具体姓名，但我们知道用户ID背后的行为轨迹。”该工程师进一步解释说，平台可以通过消费的频次、品类和金额，推算出大致的收支状况。一旦算法判定你可能“缺钱”，推送便会启动。