

消费金融数字化进程加快 从 科技投入到科技输出

作者：刁倩蔡翔宇

王松涛

电话：13488659604

邮箱：diaoqian@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：范珊珊

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



新冠肺炎疫情导致线下消费急剧缩减，叠加居民对于未来收入不确定性预期的增加，使得处于与内需消费以及实体经济紧密相关的消费金融行业遭受冲击，而消费金融数字化进程则有所加快。

在5G、人工智能、大数据中心、物联网等金融科技的加持下，消费金融公司未来的主要竞争点或集中到线上业务。头部消费金融公司加大科技方面的投入，专利信息数量相比2019年大幅提升。而在投入方向上，智能信贷、风险管控、线上运营成为重要投入方向。同时，头部消费金融公司也开始进行科技输出，加快与银行等机构的合作，提升整个消费金融行业数字化水平。

目录

一、疫情突发推动消费金融数字化进程加快	3
二、科技投入不断加大，智能风控、线上运营成重要投入方向	4
1.2020 年以来科技投入加大	4
2.智能风控信贷、线上运营成重要投入方向	5
三、头部机构科技输出，带动行业整体数字化水平	5

图表目录

图表 1：2019-2020 年头部消费金融公司加快获取专利信息数量	4
--	---

消费金融数字化进程加快 从科技投入到科技输出

新冠肺炎疫情导致线下消费急剧缩减，叠加居民对于未来收入不确定性预期的增加，使得处于与内需消费以及实体经济紧密相关的消费金融行业遭受冲击，而消费金融数字化进程则有所加快。

在5G、人工智能、大数据中心、物联网等金融科技的加持下，消费金融公司未来的主要竞争点或集中到线上业务。头部消费金融公司加大了科技方面的投入，专利信息数量新增相比2019年大幅提升。而在投入方向上，智能信贷、风险管控、线上运营成为重要投入方向。

在金融科技能力投入不断提升的同时，头部消费金融公司开始进行科技输出，加快与银行等机构的合作，提升整个消费金融行业数字化水平。

一、疫情突发推动消费金融数字化进程加快

新冠肺炎疫情，不仅对餐饮、娱乐、教育、交运等线下消费场景造成较大影响，同时又因为企业复工复产的延期使得居民收入大大减少。国家统计局最新数据显示，2020年一季度，全国居民人均可支配收入实际下降了3.9%，全国居民人均消费支出实际下滑了12.5%，社零总额同比下降19%。

由于疫情造成大量线下消费的急剧缩减，以及居民对于未来收入不确定性预期的增加，使得处于与内需消费以及实体经济紧密相关的消费金融行业遭受冲击。一方面是获取客户渠道缩窄。许多线下交易场景原本是消费金融机构的重要获取客户渠道，但是因为疫情防控，大量线下门店长时间关闭，消费金融机构在短期内无法从线下渠道和场景获得客户。另一方面，贷款催收难度增加。疫情导致很多还款人的收入下降进而影响按期还款，同时线下催收难度也有所增加。

毋庸置疑的是，疫情对消费金融行业的影响是短期并且是阶段性的，消费仍是拉动经济发展最重要的发展引擎。目前来看，在我国及时且强有力的疫情防控下，复工复产稳步推进，内需消费正在逐渐恢复，在拉动经济中的主导作用会更加明显。消费金融也会继续在拉动内需、促进消费升级、服务实体经济中发挥重要作用，且随着消费信贷接受度的不断提高，消费金融受众面越来越广，渗透度越来越高，行业发展空间巨大，消费金融行业的长期利好不会因为疫情而变化。随着国内疫情防控形势的持续向好，前期被抑制、被冻结的消费需求得以重新释放，在疫情防控中会催生新型消费和升级消费，给消费金融行业带来了新的机遇，而且消费金融数字化进程更是在疫情突发推动中有所加快。

根据对百融云创合作机构的调查分析，疫情对各类信贷机构影响程度差异较大。疫情期间，银行等机构业务量同比下降20%左右，而消费金融公司和互联网信贷机构的业务量基本没有受到影响。可以说，数字化转型成功的机构，业务规模基本未受影响，在风控上的相应也是更加的迅捷；相对

传统的机构，业务规模受影响较大，对风险的应对比较滞后。究其原因，主要是因为数字化方面已提前布局并积累了深厚数字技术能力的企业，形成较为成熟的线上化服务和线上化办公能力，这种全面数字化能力成功经受住了疫情考验，并且明显展现出强大的应对危机能力和生存能力。

从宏观背景看，以新一代信息技术为核心的科技革命正加速演进，而顺应这个趋势的关键在于大力发展数字经济，通过数字化转型从供给侧为实现经济高质量发展提供有效途径。落实到微观层面上，此次新冠肺炎疫情加速催化了这一数字化进化的进程，云办公、线上营销、远程服务、非接触商业服务等系统地应对疫情带来的挑战发挥了巨大作用。国家发改委高技术司司长伍浩表示，新冠肺炎疫情让我们更加认识到了信息技术深度融合与数字化转型所带来的巨大效益，大数据、远程医疗、电子商务、移动支付等为疫情防控和复工复产发挥了巨大作用。在疫情这一黑天鹅事件的冲击下，消费金融行业的数字化转型步伐将大大加快。

二、科技投入不断加大，智能风控、线上运营成重要投入方向

新冠肺炎疫情的突发使得传统模式迎来挑战，各行各业都加快了数字化转型进程，金融科技发展提速，也建立起了金融科技作为技术赋能的交易模式的基础。对于消费金融企业来说，科技注入的色彩愈发彰显。

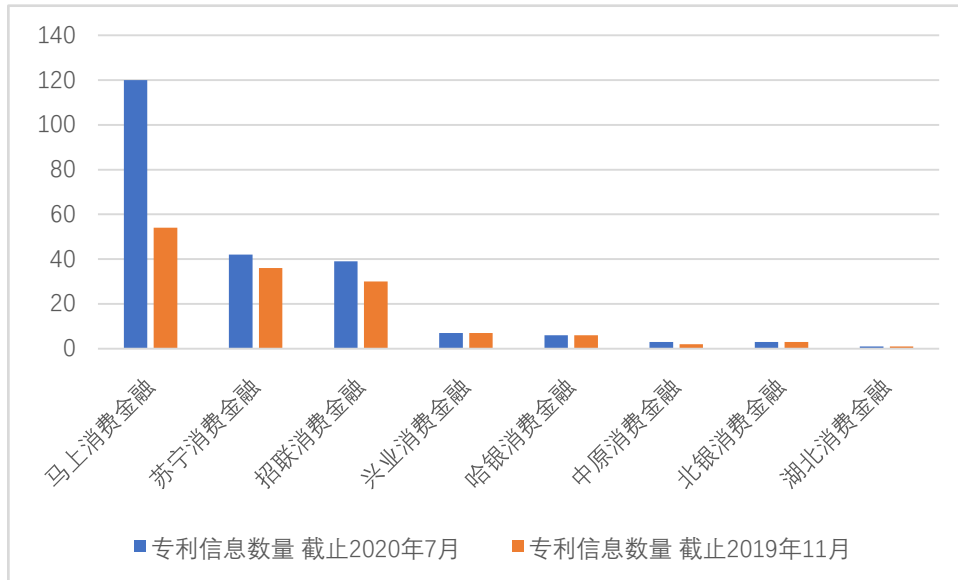
1. 2020年以来科技投入加大

在经历了前几年的爆发式增长后，消费金融行业正在逐步回归理性——从各公司陆续发布的2019年业绩报告来看，头部公司增速趋于平滑，二、三梯队利润空间开始收窄，消费金融行业或将进入下半场。为了探索差异化的发展路径，越来越多的消费金融公司开始发力信息化、数字化、智能化，培养自建场景、渠道合作、风险控制、用户体验，以及科技支撑的能力，在金融科技创新上逐渐向银行和互联网巨头靠拢。

通过抗击疫情，以及5G、人工智能、大数据中心、物联网等技术在金融领域的应用，消费金融公司在未来的主要竞争点可能会集中到线上业务。而线上业务中所涉及的自主获客能力、智能风控能力，以及数字运营能力都是中小型消费金融公司实现差异化发展和弯道超车的关键。

我们整理了各消费金融公司在专利信息方面的数据量，可以看出头部消费金融公司加大了科技方面的投入，专利信息数量在2020年大幅度提升。其中，马上消费金融、苏宁消费金融、招联消费金融等头部消金公司专利获取量相比2019年多增了1倍多、16.7%、30%。

图表 1：2019-2020 年头部消费金融公司加快获取专利信息数量



来源：天眼查、新华财经研报中心整理

2. 智能风控信贷、线上运营成重要投入方向

近年来，消费金融行业内的优质客户已被开发殆尽，市场发展进入到存量博弈阶段。而突发的新冠肺炎疫情，更增加了新客户挖掘的难度以及存量客户的还款难度，导致消费金融公司风险管控难度加大。但是随着消费金融机构加快数字化转型，运用金融科技力量使得风险管控更为便捷。

传统风控以人工审核为主，依靠专家经验、内部资料、央行征信资料，以及客户提交的资料来进行风控，难以准确的把握客户资质，局限性不断显现。而各消费金融机构通过不断投入科技力量，运用金融科技力量进行风险控制。根据壹零智库报告显示，目前已有7家消费金融公司通过自行研发，开发出自己的智能信贷系统，主要涉及人工智能和大数据两项技术，应用场景覆盖智能支付、信用评分、智能催收、智能客服、风险管理、反欺诈识别等。

而由于疫情影响，消费金融行业被迫转战线上，线上运营成为重要投入方向之一。一方面，消费金融机构通过APP、电子邮箱、客服电话、微信公众号等线上服务渠道，引导客户优先使用线上平台办理业务；另一方面，很多消费金融机构开始借助人工智能、云平台、信息安全等相关金融科技的力量来加强整个线上运营、在线办公能力。

重庆市重点扶持的金融科技公司马上消费金融，在疫情期间“一马当先”，快速切换全业务链条的远程线上化办公模式，不到48小时即完成呼叫中心远程办公全部部署，确保服务不断线，有力拉动了线上消费。

三、头部机构科技输出，带动行业整体数字化水平

消费金融行业对科技的投入，一方面是来源于金融科技本身的发展、消费金融业务的成长；另

一方面，也来自于互联网金融整顿中消费金融行业中非持牌机构转型的需求。自2017年底现金贷新政发布后，“转型”成了消费金融行业的热词，其中转型为服务B端机构做金融科技输出的企业越来越多。

目前，有多家互联网巨头对外输出已有金融科技成果，推动消费金融行业整体数字化水平提升。互联网BATJ纷纷表示未来只做tech（技术），帮助金融机构做好fin（金融）。其中，蚂蚁金服除了常规的风控技术服务以外，还可以提供支付结算服务；京东金融能提供校园生态、地址画像服务；度小满金融能提供智能客服。

而对于持牌消费金融公司和小贷公司来说，其金融科技积累更具优势，这在于他们自身主营业务与个人信贷直接挂钩，也在征信数据、风控系统和决策模型上具有先天优势。他们沉淀了用户数据、交易数据，并能快速识别各类别风险。

消金公司与银行合作是优势互补。除了较大规模的国有行和商业银行外，更多的城商行、农商行、农信社等由于技术储备、资金实力、人才机制等各方面限制，导致金融科技发展缓慢。而头部消费金融公司比如马上消费金融、招联消费金融等，已开始帮助银行等机构更快速有效输出个性化信贷解决方案，推动消金行业整体数字化水平提升。

马上金融科技实力不容小觑，其入围“2020中国人工智能商业落地价值潜力100强榜单”，是重庆市唯一获得国家高新技术企业认证金融机构，入围工信部“新一代人工智能产业创新重点任务榜单”，两项课题获中国银保监会科技风险管理课题研究一类成果奖。马上金融以开放平台模式对外输出数字化技术服务，助力重庆金融同业、实体零售、中小微企业加快数字化转型。

基于在金融领域积累的金融科技能力和互联网运营业务实践，借助人工智能的身份识别、智能客服及区块链平台等技术，马上消费金融与三峡银行在零售金融、大数据风控、智能客服等方面探索合作，助力三峡人寿打造互联网金融业务系统架构、客户管理体系、互联网营销解决方案等。截至目前，与马上消费金融合作的金融机构超过200家，合作场景超过200个，合作商户超过100万家。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。

