

作者：刁倩 秦 灵

电话：13488659604

邮箱：diaoqian@xinhua.org

编辑：范珊珊

审核：刘 琼

官方网站：www.cnfin.com

客服热线：400-6123115



疫情下保质量稳发展，开放平台 战略升级加速 ——马上消费2020年业绩解读

近日，马上消费金融（以下简称“马上消费”）公布了2020年成绩单。2020年，马上消费交易额2047亿元，实现净收入76.04亿元，完成净利润7.12亿元，总资产524.84亿元。净收入虽然较2019年减少，但主要表现在用户侧减费让利、科技上加大研发投入，以保质量稳发展。

2020年，马上消费总资产虽相较于2019年同比下降了4.25%，在疫情下和转型升级过程中，马上消费不做大规模，而是把发展质量放在第一位。依托于自主研发的风控系统，马上消费不良率在2%-3%，基本与行业平均水平趋同。

马上消费自2019年开始推进开放平台战略，不断升级的开放平台战略让马上消费聚焦到以“自营+开放平台+金融云”为核心的数字轻资产模式运营。未来，马上消费或是一个以科技和云服务为主的综合金融机构，科技+云服务营收占比能够达到60%。

目录

一、疫情下主动减费让利，加大研发投入.....	3
二、资产规模略有收缩，把质量放在第一位.....	4
三、开放平台战略升级加速，未来科技+云服务营收占比或达 60%.....	5

图表目录

图表 1：近两年马上消费金融业绩情况.....	3
-------------------------	---

疫情下保质量稳发展，开放平台战略升级加速

—马上消费 2020 年业绩解读

近日，马上消费金融（以下简称“马上消费”）公布了2020年成绩单。2020年，马上消费交易额2047亿元，实现净收入76.04亿元，完成净利润7.12亿元，总资产524.84亿元。净收入虽然较2019年减少，但主要表现在用户侧减费让利、科技上加大研发投入，以保质量稳发展。

2020年，马上消费总资产相较2019年同比下降了4.25%，在疫情情况下和转型升级过程中马上消费不追求做大规模，而是把发展质量放在第一位。依托于自主研发的风控系统，马上消费不良率在2%-3%，基本与行业平均水平趋同。

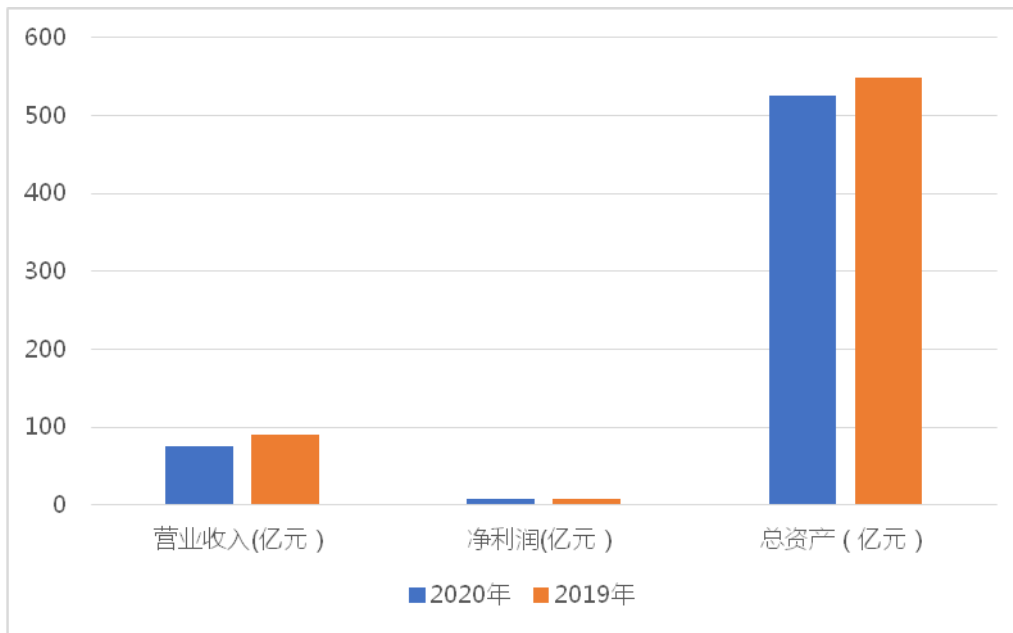
马上消费自2019年开始推进开放平台战略，不断升级的开放平台战略让马上消费聚焦到以“自营+开放平台+金融云”为核心的数字轻资产模式运营。未来，马上消费或是一个以科技和云服务为主的综合金融机构，科技+云服务营收占比能够达到60%。

一、疫情下主动减费让利，加大研发投入

4月2日，马上消费公布了2020年成绩单。截至2020年末，马上消费累计注册用户超过1.2亿，累计交易额达5463亿元，累计纳税32.88亿元；2020年交易额2047亿元，实现净收入76.04亿元，完成净利润7.12亿元，总资产524.84亿元，纳税7.85亿元。

相较于2019年业绩，2020年马上消费营收、盈利均有所下滑。马上消费董事长赵国庆在新闻发布会上指出，净收入虽然较2019年减少，但这是非常有质量的主动减少，主要表现在用户侧减费让利，在科技上加大研发投入。

图表 1：近两年马上消费金融业绩情况



来源：新华财经

2020年，马上消费实现减费让利3777万元。疫情期间，马上消费为受疫情影响用户减免息费及捐赠物资超过3777万元。不仅如此，马上消费还免费开放云呼叫中心、智能客服系统等自主技术资源，助力更多企业应对疫情危机，顺利复工复产。

作为一家科技驱动的消费金融公司，马上消费加大研发投入提升自主科技能力。赵国庆指出，尽管盈利的绝对数没有2019年高，但是研发投入比2019年多了好几亿，如果不加大研发投入，盈利可以很高。

2020年，马上消费在已有的扎实风控体系基础上，结合机器学习、AI技术，自主研发并推出了全新一代大数据智能风控平台，构建了1万+的风险审批规则、500+的风险审批模型、10万+的风险特征变量。

截至2020年底，马上消费累计申请专利256个，自主研发系统900多套，入围工信部“新一代人工智能产业创新重点任务的入围揭榜单位和项目名单”，通过国家高新技术企业认定，参与共建国家应用数学中心。

二、资产规模略有收缩，把质量放在第一位

2020年，马上消费总资产524.84亿元，相较于2019年同比下降了4.25%。赵国庆表示，我们不太想在疫情情况下和转型升级过程中做大规模，所以把质量放在第一位。总体数字我们还是满意的，数字的背后是企业各式各样内生能力的表现。

目前，马上消费的消费信贷是小额、分散的，平均合同金额是3000元，累计交易额5400多亿元，2020年交易额突破2000亿元。马上消费坚持将客单价做小，一方面是贯彻消费信贷的小额、分散原则，另一方面是给600万没有央行征信记录的用户建立了信用。

科技能力的提升为马上消费高质量发展提供了保障，公司已顺利完成1.2亿用户、平均3000元合同金额、每日几十万申请以及数百个场景连接运算的操作。由于消费金融公司主要做差异化客群，背后也是差异化定价，主要覆盖一部分传统银行所不能覆盖到的“长尾客群”。这一类客群的特点是人数较多，收入相对较低，对消费有较大的需求。**依托于自主研发的风控系统，马上消费不良率在2%-3%，也是公司追求的风险偏好，这一水平基本与行业平均水平趋同。**

整体上来看，消费金融公司面临着较大的风险压力。中国银行业协会发布的《中国消费金融公司发展报告（2020）》指出，消费金融行业平均不良率仍维持在较高的水平。《报告》指出，从风险成本的直接反应指标不良率数据来看，2019年消费金融公司平均不良贷款率为2.63%，略高于信用卡的平均不良水平，较2018年有小幅下降（下降0.11个百分点）；从不良率的中位数来看，2019年为2.03%，较2018年有小幅上升（上升0.1个百分点）。不良率的中位数与平均数相差较大，也在一定程度上反映了各家机构的风险成本的差异，部分机构的风险成本压力尤甚。

三、开放平台战略升级加速，未来科技+云服务营收占比或达60%

近年来，更多头部平台及银行入局消金，消费金融行业逐渐面临红海竞争。马上消费自2019年开始推进开放平台战略，驱动以科技、风控、智能客服等为核心的各项数字化能力，从后台走向前台，从自营走向开放。

不断升级的开放平台战略，让马上消费聚焦到以“自营+开放平台+金融云”为核心的数字轻资产模式运营，并逐渐发展成为一个科技驱动的综合性金融机构。

据了解，马上消费通过科技创新，提升消费金融业务的竞争力，使资金、资产、科技有效整合形成共赢的生态圈，并向合作伙伴持续进行技术赋能，获得轻资产收入来源。目前，马上消费科技赋能机构数量超过100家，合作金融机构超过200家，场景方200余家，覆盖消费场景百万个。

赵国庆介绍，目前马上消费“to B”服务跟几十家商业银行都有合作，**希望到今年年底开放平台所贡献的收入能够到40%，希望到明年年底开放平台跟自营业务能拉平到五五开。**

赵国庆指出，马上消费的开放平台给场景方、银行、各类机构提供综合的服务，服务收入远远超过表面息差带来的收入，这是公司追求的一个目标。表内的自营业务，在今后的占比会越来越低，长期来看将降到40%。**未来，马上消费或将成为一个以科技和云服务为主的综合金融机构，科技+云服务的营收占比能够在60%。**

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。