

ifenxi

# 爱分析 中国小微金融行业报告

2019年5月



ifenxi

爱分析

# 中国小微金融行业报告

2019年5月

# 报告编委

## 报告指导人

金建华 爱分析 创始人&CEO

## 报告执笔人

张扬 爱分析 联合创始人&首席分析师

卢施宇 爱分析 分析师

## 外部专家（按姓氏汉语拼音排序）

顾威 顺和同信 创始人& CEO

雷鹏 极速云 CEO

柳博 大数金融 董事长兼CEO

刘冬文 中和农信 总裁

孟庆丰 飞贷金融科技 联合创始人&副总裁

闵炜 泽金金服 创始人、董事长

潘攀 网金社 创新研究院院长

彭少新 积木时代 CEO

万钧 狮桥 创始人、董事长兼CEO

王德伟 东方微银 COO

杨善征 大树金融 执行副总裁兼首席产品官

杨一夫 友信金服 联合创始人

周龙 网信普惠 风控总监

## 特别鸣谢



# 报告摘要

## 供给端驱动小微金融，政策和信贷技术是两大因素

- 小微金融对应着超过3亿的庞大经济体总量。长期来看，受制于行业经营特点，小微金融渗透率不会超过30%。但目前金融渗透率不足20%，仍有很大发展空间。
- 从行业实际供需来看，小微金融是一个典型的供给端驱动行业，大量小微经济体渴望金融服务。对小微金融影响最大的两个因素是：政策和信贷技术，决定了未来小微金融得体量，以及能够覆盖的客群规模。

## 政策驱动，2020 年小微金融余额 14 万亿

- 2018年开始，“两增两控”的监管要求对中国商业银行提出了明确的小微金融增长要求。政策驱动下，小微金融年增长超过20%，2020年余额14万亿，年增长2万亿。
- 政策为行业带来巨大增量，但并不政策并不能解决服务下沉客群的问题。银行仍以原有大型企业子公司、孙公司，地方龙头等为典型客户。

## 信贷技术进步依赖云化，经营场景价值大

- 信贷技术进步，第一步应该解决数据基础设施问题。近年来不同形式的云化渗透，是小微企业经营场景和数据积累的巨大改变。
- 基于数据，反欺诈和线上获客问题解决。但小微金融流量价值低，获客需要与场景相结合，因此经营场景价值大。

## 开放银行生态服务小微金融

- 未来金融服务将成为企业经营全链条中的一项服务，要求银行将自己的能力开放到经营场景，与场景方、服务商等一道，共建小微金融开放银行生态。
- 基于信贷技术提升，与开放银行生态，未来小微金融产品会是类似“企业级信用卡”产品，将有效解决“不可能三角”问题。

# 目录

---

一. 供给侧驱动小微金融变革	8
二. 小微金融总供给增长	15
三. 信贷技术提升路径	22
四. 贷款产品创新	36
五. 小微金融开放银行生态	42
结语	45
关于爱分析	46

CHAPTER

01

# 供给侧驱动小微金融变革



# 1. 供给侧驱动小微金融变革

小微金融是典型的供给侧驱动行业，信贷投向和信贷技术进步是行业核心的两大驱动因素。目前，这两大驱动因素迎来变化，为囊括超过 3 亿经济体小微金融发展带来变革。

## 1.1 小微经济体及小微金融定义

国内对小微经济体和小微金融定义并不明确。工信部、银保监会等，各自根据实际出发点制定了不同的标准。

出于对小微实际业务场景的考虑，本报告以工信部标准为基础，将小微经济体分为三大类：第一类，小微企业和个体工商户，约 1 亿；第二类，自营劳动者，约 5,000 万；第三类，生产性农户，约 1.8 亿。

小微金融则指的是面向小微经济体的债权融资，核心是信贷服务。本报告重点关注的是单户授信 1,000 万以下的小微企业、个体工商户、自营劳动者，以及单户授信 500 万以下的生产性农户，这一口径主要参考银保监会对小微金融的最新考核指标。

图 1: 小微金融主体细分

	小微经济体	经济体细分	主体数量	融资需求
小微金融	小微企业类	小微企业	约 2,800 万	单户授信 1,000 万以下
		个体工商户	7,328 万	
	自营劳动者	自营劳动者（无工商注册）	约 5,000 万	
	生产性农户	专富农户	约 1.8 亿	单户授信 500 万以下
		普通农户		
		贫困农户		

数据来源：国家市场监督管理总局 银保监会 爱分析调研

## 1.2 小微金融存在渗透率天花板

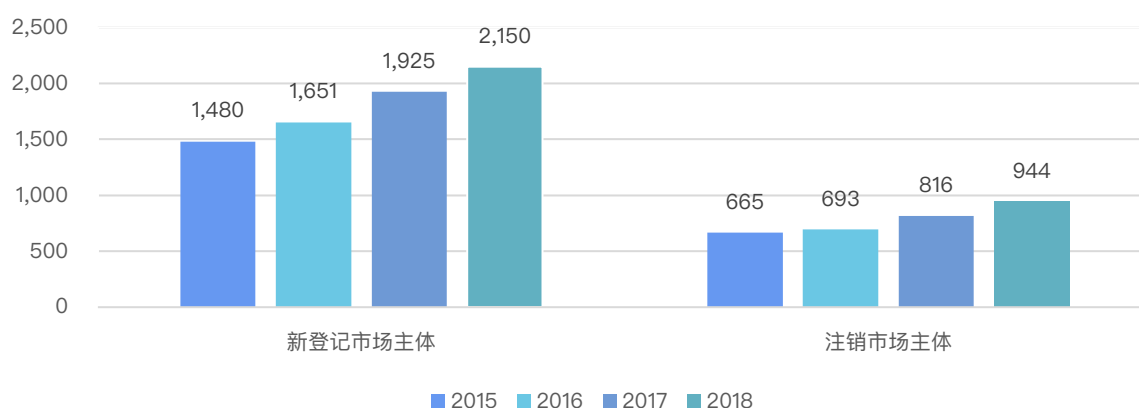
小微经济体数量众多，但经营持续性差，在经济下行周期中小微经济受冲击尤其明显。这为小微金融行业带来两大核心问题：第一，渗透率天花板低；第二，风控需要有穿越经济周期，门槛极高。



## 1.2.1 小微经济体经营稳定性差

国家市场监督管理总局统计市场主体数量，2018 年新登记市场主体 2,149 万，注销约 950 万，预计新增和注销 90%以上小微经济体。由于大量死亡企业并未注销，推测小微企业年实际死亡数字远超 1,000 万。

图 2：市场主体新增和注销情况



数据来源：国家市场监督管理总局 爱分析

央行行长易纲表示，中国中小企业的平均寿命为 3 年左右，成立 3 年后的小微企业正常营业的约占三分之一。统计数据显示中国小微企业周年开业率在 70-75%，推测中国小微企业实际年死亡率在 15-20%，50%的小微企业只能存活 2-3 年。

作为参考，美国小微金融经营稳定性略好，但经营年限同样不高。SBA 数据显示，美国小微企业周年开业率在 78-79%，50%能稳定经营 5 年以上。说明长期来看小微经济体经营稳定性提升有限，依然会保持着相对高的死亡率。

从金融服务的角度来看，信贷产品本质是风险定价，客户无法承担过高的定价，而监管对风险指标有严格考核。因此经营稳定性不高的小微经济体，能获得金融服务的客户比例存在天花板。

## 1.2.2 小微金融远未达渗透天花板

长期来看，小微企业获取金融服务的比例不会超过 30%。

央行数据：小微企业平均在成立 4 年零 4 个月后才第一次获得贷款，因为其需要证明有稳定还款能力。考虑到中国仅有 1/3 的小微企业能存活到 3 年以上，即使未来经营稳定性能有所提高，获得金融服务的小微企业比例仍然会受到 30%天花板限制。

**当前阶段小微企业获取金融服务比例不足 20%，距离天花板还有很大空间。**

银保监会统计普惠型小微企业贷款（包括单户授信 1000 万以下的小微企业、小微企业主和个体工商户），2017 年末贷款余额 7.69 万亿元，有贷款余额的户数为 1,268.16 万户。在政策鼓励下，这两个数字在 2018 年末增长至 9.36 万亿元和 1,723.23 万户，对应小微企业和个体工商户约 1 亿的经营主体，渗透率不足 20%。

自营劳动者和农村金融领域尚无相关统计数据，具体金融渗透率数据未知。从金融供给和基础设施成熟度角度判断，这两个领域渗透率低于小微企业和个体工商户。

未来，小微金融渗透率提升空间在于：**第一，小微金融总量有提升空间，尤其是当前已获金融服务的优质小微经济体单户授信有望提升；第二，规模庞大的个体工商户、自营劳动者和生产性农户中，仍有很多有条件获得信贷服务的客户未被满足。**

但小微金融渗透加强，既要做到正确识别企业经营风险，又要能够抵御经济周期，对信贷技术要求远高于大中型企业贷和个人消费贷。

## 1.3 小微金融信贷技术有待提升

根据《贷款通则》，按照担保类型来分，贷款分为担保贷款、信用贷款和票据贴现。由于票据本质上是一种质押品，因此在本报告中将票据贴现归入担保贷款。即按照担保类型，爱分析将小微金融分为担保贷款和信用贷款。

授信百万以上的大额信贷领域，担保贷款风控技术相对成熟，但担保贷款额度大、运营效率低，且模式难以下沉。信用贷款额度能够实现客群下沉，但反欺诈环节依赖线下人力，造成规模扩张和运营成本控制难。

因此，**要进一步提升小微企业金融渗透率，实现客群下沉，信贷技术提升必不可少，其核心是基于数据提升风控能力。**

### 1.3.1 担保贷款在大额领域能够跑通

当前阶段，担保贷款是企业金融领域跑通的普遍模式。小微金融领域，担保贷款余额占比约 70%，因为有担保或抵质押品，一定程度上锁定了还款来源，业务风险可控，抗周期能力强。

因此，对于相对大额的小微企业贷款（件均百万元以上），担保贷款风控逻辑变化不大。但放款时效性通常以周、月计算，客户体验可提升空间很大。未来依托对小微企业经营情况的判断，定价准确性上也有进一步优化空间。

**对于服务下沉客群，担保贷款贡献有限。**

第一，贷款门槛高，长尾小微经济体难以拿出符合要求的房产、存货、应收账款等抵质押品，较高的贷款授信门槛与其经营需求也不完全匹配。即使是头部小微经济体，也可能出现有资金需求，但抵押品不足的情况。

第二，担保贷款风控模式对下沉客群缺乏有效性。银行曾经尝试联保、银政分担等模式，试图服务下沉客群，但最终风险仍需有人承担，始终无法解决抵抗经济周期的问题。

例如，对缺乏抵押品的小微客群，民生银行曾经推行“联保贷”，经济上行周期中扩张迅速，但在经济下行周期中，出现联合担保的小微企业还款能力同时下滑，结果坏帐爆发遭遇巨大损失。

### 1.3.2 信用贷款服务下沉客群

从理论上讲，信用贷款下沉效果好，但当前需要解决如何有效预测小微企业经营情况及还款能力的问题。由于企业经营数据缺少有效数据源，目前主流的信用贷款反欺诈环节都是通过线下人力尽调，并综合考虑企业个人信用情况，例如 IPC 和信贷工厂模式。

**但当前阶段小微企业经营类数据缺失，造成反欺诈等环节依赖线下人力，导致信用贷款规模扩张难、运营成本控制难。**

如中和农信采用类 IPC 模式进行风控，入村营销、上门服务，信贷员、督导等在不同贷款流程中均会入村尽调，导致运营成本高、规模扩张慢。经过 20 余年运营贷款余额达到 100 亿，不良率低于 1%。但运营成本高，导致利润较薄，只有贷款发放额的 1%。

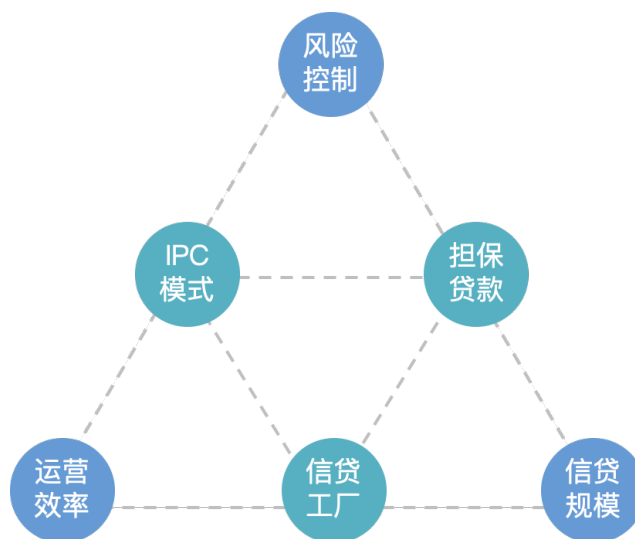
为降低对于线下人力尽调的依赖，服务银行的金融科技公司，纷纷布局小微企业领域，打造线上自动化、智能化风控流程。

2017 年，同盾即推出了针对小微企业服务的产品——同盾企业信用评估服务，并与中关村银行、江南农商行、四川农信社等达成合作。结合银行自有数据、业务渠道、产品特性等信息，同盾为金融机构定制一套线上贷款风控体系，应用于贷前准入、信用评估、授信建议、风险定价环节，辅助金融机构进行决策，协助金融机构识别早期风险。

### 1.3.3 信贷能力提升需要突破“不可能三角”

传统小微金融信贷技术存在不可能三角，即：运营效率、风险控制、信贷规模，三者不可兼得。担保贷款倾向于保证风险控制和信贷规模，牺牲了运营效率，导致需要高件均覆盖高运营成本、贷款时效性差；信用贷款，如信贷工厂模式，提升了运营效率和信贷规模，但牺牲了风险控制。

图 3：小微金融不可能三角



数据来源：爱分析

参考过去若干年的消费金融，随着大数据、云计算、AI 等基础技术的成熟，在线化、智能化是信贷技术提升的主要手段，从理论上可以突破不可能三角。

## 1.4 未来小微金融发展取决于供给端改变

小微金融行业主要驱动力来自供给，行业供给端变化集中在两方面——信贷投向和信贷技术提升。

由于小微金融风险高，收益相对低，**短期信贷投向改变主要由监管驱动**。目前阶段监管政策要求金融机构更多将信贷投向小微金融，并鼓励服务小微经济体的金融机构发展，因此小微金融贷款余额显著上涨，渗透率也有所上升。

信贷技术提升核心体现在风控能力上，**依赖数据、场景基础设施提升**，包括两方面：第一，**政府掌握的经营类数据逐步开放和完善**，如东方微银服务银行，根据税务数据开发税银贷产品；第二，**小微企业经营场景线上化逐步渗透**，如电商场景线上化完善，网商银行能够为阿里巴巴体系内客户提供纯线上的网商贷产品。

但小微金融信贷风控提升难、效果检验的周期长，核心原因是小微经济体受经济周期影响大，对信贷技术穿越经济周期的要求高，上行周期有效的风控模式未必能经受下行周期考验，风控创新失败率高。而信贷产品一旦风控失效，会付出极高的试错成本。

CHAPTER

02

## 小微金融总供给增长

## 2. 小微金融总供给增长

在小微金融的两大供给端驱动因素中，爱分析首先关注的是信贷投向变化，以及背后的政策驱动因素。从结果上来看，政策驱动小微金融总供给水平大幅提升，但政策带来的增量集中于原有小微经济体客群，对供给下沉价值不大。

### 2.1 小微金融政策考核落地

与消费金融资金端相对丰富不同，银行在小微金融资金来源中占绝对主导地位，其他参与者包括P2P、小贷、信托、产业资金等，占比较少。因为小微企业经营对借款利率敏感，资金成本成为限制其他资金端的重要原因。银行资金成本在3%以下，其他渠道则一般在8-12%，差异明显。

在消费金融领域贡献增量的P2P在小微金融行业受限还由于：第一，监管因素，100万以上的企业贷和20万以上的个人贷被监管禁止；第二，100万以下的小微金融风控技术难度很高，导致资产端为小微金融的P2P平台少。

因此，小微金融业务体量和增量主要取决于银行。而政策，则是影响银行信贷投向最重要的因素。

小微金融领域，政府向来文件密集，鼓励行业增长和和供给下沉，以更好服务实体经济，维持就业稳定。但过去无论是小微企业，还是农村经营领域，政策都没有产生足够的效果。原因在于只有纲领性和方向性的要求，缺少可执行的标准。

目前这一问题已经显著改善。2016年普惠金融顶层规划定调，之后三年小微金融监管量化标准落地并逐渐细化，并在2018年形成目前普惠型小微金融（单户授信1,000万以下的小微企业、小微企业主和个体工商户）核心“两增两控”的指标要求。

图 4：小微金融行业重要政策梳理

发布时间	颁布政策	颁布机构	政策解读
2016/1/15	推进普惠金融发展规划（2016—2020年）	国务院	明确普惠金融的总体目标，推进普惠金融考核指标落地，方向上重视新技术渗透和金融基础设施建设。
2017/5/23	大中型商业银行设立普惠金融事业部实施方案	银监会	推进大中型商业银行设立普惠金融事业部，聚焦小微企业、“三农”、创业创新群体和脱贫攻坚等领域。
2018/2/11	中国银监会办公厅关于2018年推动银行业小微企业金融服务高质量发展的通知	银保监会	首次提出对普惠型小微金融余额指标的考核要求，明确“两增两控”的量化指标；鼓励银税互动和银商合作。



2018/6/25	关于进一步深化小微企业金融服务的意见	央行、银保监会、证监会、发改委、财政部	明确具体举措，从资金支持、考核、减税、优化营商环境等多方面入手，支持小微金融发展。
2018/12/19	创设定向中期借贷便利	央行	创设 TMLF，并增加增加再贷款和再贴现额度 1,000 亿元，支持小微企业和民营企业融资。
2019/2/14	关于加强金融服务民营企业的若干意见	中共中央办公厅、国务院	缓解部分民营企业融资难融资贵问题，小微金融是其重要的组成部分。
2019/2/14	关于有效发挥政府性融资担保基金作用切实支持小微企业和“三农”发展的指导意见	国务院	鼓励政府融资担保基金服务小微金融和农村金融，扩展资金来源。
2019/3/4	中国银保监会办公厅关于 2019 年进一步提升小微企业金融服务质效的通知	银保监会	进一步调整普惠型小微金融监管“两增两控”指标，明确头部五大行余额增长 30% 的要求。

数据来源：政府信息公开 爱分析整理

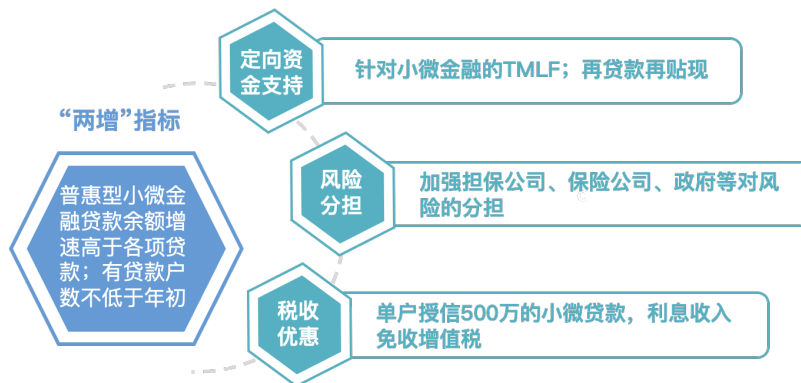
## 2.2 政策带动小微金融 2 万亿年增量

信贷增量是本轮周期小微金融政策首要关注点。宏观背景为 2017 年以来金融去杠杆，民营经济，尤其是小微经济受到巨大负面影响。而小微金融另一大难题——客群下沉，受制于风控创新周期问题，并不是本轮政策关注要点。

### 2.2.1 政策关注小微金融体量

为解决信贷增量问题，银行制定了考核投向普惠型小微金融信贷量的“两增”要求。手段上，主要是三方面的支持：第一，定向资金支持，包括针对小金融的 TMLF 和再贷款再贴现政策；第二，加大对银行的税收优惠，对于单户授信 500 万以内的小微企业及个体工商户贷款，利息收入免收增值税；第三，通过增信体系分散银行风险，推进担保公司、保险公司和政府与银行合作分担风险。

图 5：小微金融政策目标及手段



数据来源：爱分析

## 2.2.2 2020年银行小微金融余额14万亿元

“两增”要求具体指的是：普惠型小微金融贷款余额较年初增速超过各项贷款，有贷款余额的户数不低于年初，其中5大行2019年小微贷款余额要增长30%以上。

过去几年，中国各项贷款增速在始终在13%以上，2018年普惠型小微贷款余额增速21.79%。央行统计数据显示，2019年一季度末，全国普惠型小微贷款余额较年初增长16.85%。其中五大行普惠型小微贷款余额1.99万亿元，占比19.94%。

但一季度过快的增量并不会延续到全年：第一，票据融资高增存在套利，监管部门已经发文提醒；第二，开年各银行普遍存在信贷冲量情况。

预计2019年全年普惠型小微贷款增速在25%，若政策考核标准不变，2020年仍能保持20%以上增速，按此测算：2020年普惠型小微贷款余额有14万亿元，年增量在2万亿元规模，相当于头部城商行北京银行资产总额；五大行合计余额年增长至少6,000亿，单家增量超千亿，高于网商银行当前总资产规模。

图6：普惠型小微金融规模及增量



## 2.3 小微金融供给增量落在原有客群

对于小微金融供给不足问题，政策能带来巨大增量。但分情况来看，数量占比较少的头部小微经济体有充足抵押品，传统上就能够从银行获得服务；而大量的长尾小微经济体一直是金融服务无法有效渗透的群体。

但客群下沉方面并没有明确可执行的监管指标，**结果上导致了短期内小微金融客群下沉有限，贷款增量来源于传统客群和抵押贷产品。**

具体来看，“两增”指标中只对余额规模有明确增长要求，但对有余额的户数要求是“不低于”。这表明监管更倾向于对现有客群做增量贷款服务，而非大幅增加未被覆盖的长尾经营类客户。

除“两增”指标外，监管还有“两控”要求，即：对资产质量和综合成本进行合理控制，要求普惠型小微贷款不良率控制在不高于各项贷款不良率 3 个百分点以内，商业银行总体成本上减费让利。

“两控”要求决定了银行小微金融服务不能承受高风险和大范围定价。央行统计数据：普惠型小微信贷利率平均在年化 7%（未含融资手续费等），且 2018 年以来在持续下降，远低于以信用卡为代表的银行个人消费金融产品；通过助贷模式放款利率定价更高，上限可以达到 IRR 口径 24% 左右，但此类助贷合作在银行体系中占比很低。

**从额度来看，央行统计的普惠型小微金融平均余额在 50-60 万，额度很大。**

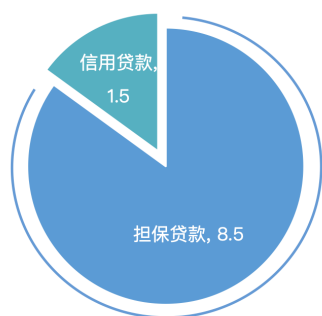
头部银行工商银行对普惠型小微金融披露较为详细，年报显示：2018 年末，小微企业贷款余额 3,216.85 亿元，客户数 30.8 万户。据此测算户均贷款余额 104.4 万。普惠型涉农贷款（单户授信 500 万及以下）情况类似，工行 2018 年户均余额 162.1 万元。

利率、风险要求、贷款额度等方面均表明：统计指标落地 2 年以来，小微金融总体客群与主要产品没有显著变化。**大中型企业子公司、地方龙头企业等银行原有覆盖“小微”客群，有资产抵押或还款来源证明的担保贷款，仍然是核心增量。**

而能够服务下沉客群的信用贷款增量低。央行《2017 年中国普惠金融指标分析报告》指出：截至 2017 年末，农户信用贷款比例为 15.01%；小微企业信用贷款比例为 13.72%。**按此测算，当前 10 万亿元的普惠小微金融市场规模中，信用贷款约占 1.5 万亿元；未来两年 4 万亿元的增量市场中，信用贷款贡献 6,000 亿元。**

图 7：小微金融信用贷款占比

单位：万亿元



数据来源：中国人民银行，爱分析测算

## 2.4 未来银行小微金融客群分化

政策最终要落地到具体银行，给银行实际业务开展带来影响。不同梯队的银行存在资源和能力差异：五大行资源优势强大，国企、央企是其主要服务的客群，服务下沉的小微经济体并非五大行所擅长；而城商行、农商行、农信社等渠道下沉，地方企业、小微企业、农户等是其主要的经营客群。

图 8：银行机构及核心客群



数据来源：爱分析

鉴于实际情况，监管政策对银行小微金融进行差异化考核：五大行和股份制等大中型银行承担规模增长和科技创新任务，其中五大行普惠型小微金融合计年余额增长至少 6,000 亿，并要求大中型银行结合互联网、大数据等，“探索全流程线上贷款服务模式”；城商行、农商行等地缘性银行承担客群下沉任务，要求“继续下沉经营和管理服务重心”。

长期来看，下沉客群在当前定义的小微金融中带来增量小。对于件均在 10-20 万的微型企业和个体工商户，百万级在贷客户增长才达成 1,000 亿余额增量。

因此，客群下沉对于小微资产规模在数千亿的五大行价值低，其要实现千亿以上的贷款余额年增量，核心在于开拓现有客群和担保贷款产品价值，如增加抵押品范围，提升抵押贷款的抵押成数。而创新主要集中在信贷流程在线化、外部反欺诈数据引入等方面。

典型案例如建设银行探索全流程线上融资模式“小微快贷”，依据资产情况、税务信息、抵押品等维度授信。2017 年新增客户超过 14 万，放款 1,466 亿元。

而对于总资产规模在千亿以下的城商行、农商行等地缘性银行，资源禀赋差，客群下沉带来的价值大。但服务下沉客群，需要在模式创新走到大中型银行之前，要求很高。

长期来看，银行服务小微金融路径分化：五大行、股份制等大中型银行服务小微金融头部客户为主，如大型企业的子公司、孙公司等，创新集中在担保贷款领域；而农商行、城商行等地缘性银行则要努力实现客群下沉，更好服务如微型企业、个体工商户、经营性农户等客群，创新集中在信用贷款领域。

CHAPTER

03

# 信贷技术提升路径

### 3 信贷技术提升路径

政策影响作用于短期，而信贷技术提升决定了小微金融长期供给端变化，塑造未来产业链格局。从大趋势来看，小微金融信贷技术提升在于线上化，首先要解决反欺诈问题，依赖基础数据的积累。

#### 3.1 信贷技术提升首先解决反欺诈环节

按流程，信贷可以拆解为获客、反欺诈、授信定价、贷后管理四个环节，其中前三个环节是信贷技术的核心。

消费金融业务是信贷创新第一波渗透的领域，通过信贷流程线上化解决了消费金融向全人群扩展的问题。从消费金融领域可以归纳出信贷技术提升路径：首先，个人消费、社交等场景逐步线上化，带来大量、多维度的个人数据；

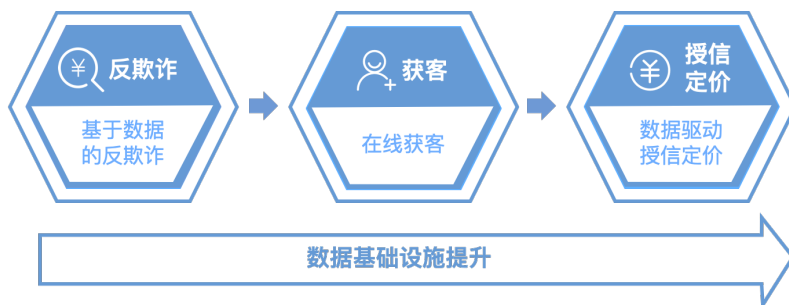
其次，基于数据，反欺诈环节得到突破。其中第三方欺诈通过活体识别等手段可以被很好解决，而识别第一方欺诈难度高，要通过多维度的数据，如历史信用情况、负债比例、多头借贷、社交信息等，综合判断客户欺诈风险；

欺诈问题解决之后，消费金融行业不再需要通过线下人工反欺诈，通过线上渠道获客成为可能。随着用户画像愈加精准，获客的成本下降、效率提升。于是消费金融公司通过各类线上场景和流量获客，迅速扩张规模；

最后，授信环节提升在线化渗透率，基于规则的授信、定价模型向量化模型转换，使得额度、定价更为精准。

目前，小额消费贷和信用卡等已经能够实现从获客到授信，全流程纯线上操作，且正在向大额消费贷渗透。

图 9：信贷技术提升路径



数据来源：爱分析



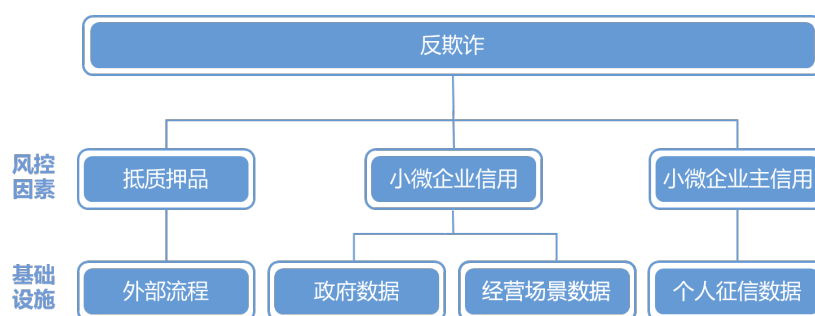
小微金融信贷技术提升路径相似，但目前小微金融总体上仍然没有在第一步骤的反欺诈环节完全实现突破，这是由于小微经济体经营相关数据缺失或可信度低。因此，突破反欺诈环节需要用风控逻辑变化或数据基础设施问题解决。

### 3.2 小微金融反欺诈综合三方面因素

从小微金融风控角度来看，金融机构主要考虑三方面因素：**第一，抵质押品等还款能力证明；第二，小微企业主信用；第三，小微企业信用。**信贷产品中会综合考虑三方面，但往往侧重其一或两个方面。

例如，抵押贷反欺诈主要考察抵押品真实性，授信环节主要考虑抵押品价值，综合小微企业和企业主信用确定抵押成数。

图 10：小微金融反欺诈提升因素



数据来源：爱分析

从线上化提升角度来看，**抵质押品因素改变难度大。**因为反欺诈需要对抵质押品存在和价值进行验证，其能够线上化不取决于金融机构，而取决于外部信息线上化、开放程度以及政策等多种因素。如，房抵贷在线化改变点核心取决于国土局出证方式和流程。

因为消费金融行业的发展，**小微企业主个人信用维度相对成熟。**但在小微金融领域，企业主个人信用维度反欺诈有效性相对弱，需要综合考虑企业经营和抵押品；

**小微企业信用是小微金融关注核心，依赖企业经营类数据积累。**目前，对于小微金融有价值的数数据一部分沉淀在各个政府部门，如央行征信中心、税务部门、工商部门、电力部门等；另一部分则存在于经营场景中，如交易、招采、纳税、公司内部管理等场景。

因此，小微企业经营数据积累有两条路径：**第一，政府数据的打通和开放，**从结果数据预测小微企业真实经营状况；**第二，企业经营、管理相关场景的云化，**进而掌握多维度动态经营信息。

### 3.3 政府数据覆盖度完善

小微金融领域，政府是重要数据源，理论上数据可以涵盖几乎所有小微经济体各类经营相关数据，包括水、电、交通、税务等不同维度数据，能还原各类企业生产经营活动。

这些数据分布在政府不同部门，如实现政府数据的打通和开放，将对建立小微企业经营画像带来帮助。

例如，泰隆银行“三品三表”风控模式，“三表”即是通过水表、电表、燃气表，来还原小微企业经营情况。但受限于政府数据源开放程度低，泰隆银行需要线下人员入户抄表以完成数据收集。

单一政府数据源开放已经能为小微金融创新带来帮助。税务数据是近年最大的改变。2015 年以来顶层政策推广银税互动，即银行可以调取小微企业纳税数据，使得银税互动类贷款产品快速落地，2017 年末小微企业银税互动贷款余额已有 1,703 亿，贷款户数 8.9 万户。

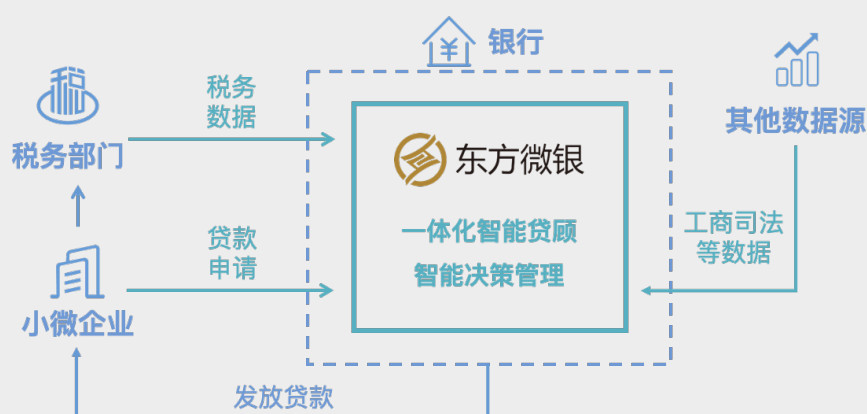
## 东方微银：以税务数据助力银行小微金融业务

东方微银致力于小微企业税务数据的解读与金融化应用，通过企业税务数据与银行金融服务的有效对接，向银行提供围绕税务数据为核心的一体化线上信贷及风控解决方案。

自 2015 年初成立以来，东方微银以北京为中心，辐射全国，已经服务了中国光大银行、厦门国际银行、重庆银行、桂林银行、齐鲁银行、长沙银行、西安银行、东莞农村商业银行、大连农商银行、张家港农商银行、温州银行、顺德农村商业银行、广西北部湾银行等全国多家银行。

之所以能够与多家银行开展信贷业务联合运营，在于东方微银拥有一套纯线上的信贷解决方案，实现企业、金融机构、政府三方信息的高效互联互通。因此能够大幅降低信贷业务中的人工干预，提升银行小微信贷技术，从而实现客户下沉。

图 11：东方微银业务流程



数据来源：东方微银

典型案例是东方微银和桂林银行推出的线上信贷产品“乐税贷”，根据客户纳税数据进行贷款额度核定，从而实现线上全流程自动化服务模式。

“乐税贷”借助大数据，将企业纳税数据和企业信用有机结合，拥有“大数据、税务、金融”三重基因，将纳税信用“折现”成银行贷款，为稳定经营、依法纳税的小微企业提供“无抵押、免担保”的线上自助贷款服务，最高可享受 400 万元贷款额度。

截至 2019 年 1 月，“乐税贷”累计放款超过 9 亿元，服务小微企业 1 万多户。

未来，东方微银将继续在夯实数据的应用解读能力、金融产品设计能力、风控能力、智能化系统能力四大能力的基础上，为主流金融机构进行科技加持，对全国范围的小微企业实现服务全覆盖。

政府数据源存在三个显著问题：第一，考虑到信息安全，政府数据对外开放程度低，仅有工商信息、判决信息等价值相对低的数据对外开放，税务数据查询仅对银行开放；第二，政府内部数据打通程度低，各部委、各地方政府之间数据未实现共享；第三，政府数据鲜活程度偏低，对金融风控存在时效性问题。

长期来看，尽管有社会信用体系建设的顶层要求，但具体落地执行缺少规划和时间要求，因此政府数据对外开放进程缓慢。

### 3.4 经营场景云化想象空间大

随着小微企业交易场景和日常经营场景逐渐云化，小微企业经营场景数据正在逐渐丰富，基于此，小微金融有望解决客群风控下沉问题。

未来，场景云化对于小微金融获客上创新价值大。各垂直领域 SaaS 服务商，将和大型核心企业一道，成为小微金融重要获客手段。

#### 3.4.1 小微经营场景数据积累依赖云化渗透

企业日常经营、管理相关数据的鲜活程度高，真实性好，对于还原、预测小微企业经营状况的时效性和价值度更高。因此，经营数据应用于金融风控的价值度比政府数据更高。如依据小微企业与核心企业交易数据，可以设计线上化的供应链金融产品。

小微经营场景数据存在的最大问题是：**数据样本量少，覆盖维度低**。未来，小微经营场景数据提升有赖于云化程度提升，主要参与方为各垂直领域的企业云服务商。

征信类公司直接解决经营场景数据源均未有跑通案例，如某征信公司，曾尝试直接与核心企业、B2B 平台等合作建立供应链管理平台，最终由于无法有效渗透而放弃。

从渗透路径来看，**企业云服务率先渗透的是大型企业内部**，小微企业内部经营管理云化程度低。目前改变的点在于：第一，云服务渗透正从大型企业的内部云化，**进化到企业间协同管理**，使得小微企业部分交易场景实现在线化，如 SRM 领域的企企通，服务大型企业的采购场景，获取到上游小微供应商的部分经营数据；

第二，**部分细分领域，小微企业云服务公司已经验证了自身商业模式，成为行业标杆**。如零售云领域的有赞，财税云领域的慧算账、云帐房等。

## 整合全周期多场景价值，狮桥助力商用车普惠金融

狮桥是中国领军商用车智慧服务平台，业务以车贷金融、车后服务、整车干线物流为核心。

整合商用车全周期多场景价值是狮桥的根基。基于场景价值，狮桥解决了小微金融风控难题，同时衍生出创新产品，面向中国 3,000 万卡车司机提供普惠金融服务。

截至 2018 年末，狮桥累计为 14 万卡车司机/车主提供了融资支持服务，贷款金融超过 450 亿元，成为行业内支持实体经济、践行普惠金融的表率。

图 12：狮桥战略



数据来源：狮桥

在狮桥，IT 团队超过 300 人，借助人工智能和大数据等先进技术，开发出了以“狮桥在线”、“狮桥有货”为代表的 APP 矩阵，覆盖贷前申请、贷后管理以及物流货运项目管理等全经营场景。

通过 APP 矩阵，卡车司机的全经营场景都可以实现在线化，真正做到线上大数据风控。比如，结合 LBS 数据，卡车司机的加油、过路、维修、货运动线一览无余，这些经营数据都将作为“狮桥分”信用打分的参考。

图 13：狮桥覆盖全经营场景的 APP 矩阵

产 品	使用者	功 能
 狮桥商家	经销商	实时查询购车人“狮桥分”及购车项目进度
 狮桥在线	司机	集拿去用、保险、有好车、狮桥有货等功能，支持在线还款，全方位打造多元化商用车智慧服务平台
 狮桥助手	客户经理	提供业务在线报单、查询、管理等功能
 狮桥有货	司机和承包商	在线接单、派单、车辆管理维护、加油结算、账单查询
 狮桥运力	物流货主	在线下单、跟踪运单、支付及账单查询管理
 狮桥CRM	内部员工管理	集在线BI数据、OA业务办理、客户关系管理等一体
 狮桥车队	合作加油站	帮助司机自动完成加油记账，并由狮桥与加油站直接结算，免去司机车队现金结算麻烦
 卡盟货主	物流货主	在线下单、制单、派单、无车承运、资金垫付、后市场、帮找等专业服务
 狮桥二手车	买卖双方	二手商用车拍卖平台

数据来源：狮桥

除了线上覆盖经营场景，狮桥也通过超千人的一线团队，线下深度触达卡车司机经营场景。

狮桥副总裁朱涛表示，“狮桥建设了强大的线下风控能力，通过7年深耕商用车金融服务市场，积累了丰富的针对众多细分物流和客运行业的风险形态的宝贵认知，通过1000多名一线团队，深入到我们的客户生态圈内，了解每一个客户，了解他们的业务和社交关系网络。也受益于多方大数据的丰富和移动AI技术的成熟，我们把行业洞察加入到线上数据模型体系，通过线上+线下的风控模式，在风险可控的基础上实现快速高效运营。”

借助线上+线下的场景风控能力，狮桥的贷款不良率始终表现出色。根据《狮桥集团社会责任报告》显示，狮桥的不良率已降低至1%以下。



此外，基于全经营场景的覆盖能力，狮桥建立了“平台化”战略，通过金融风控能力、二手车专业评估检测能力、车队智能管理能力的对外输出，持续为客户、合作伙伴、行业赋能。

为司机车主，狮桥提供买车无忧、养车不愁的整体解决方案；为车企经销商，狮桥提供业务管理、客户引流等综合解决方案；为物流货主，狮桥提供高效安全、提质增效的智慧物流解决方案；为金融机构，狮桥提供渠道下沉、风控能力输出等领先的联结产融解决方案。

狮桥董事长万钧表示，“狮桥坚持以‘真租赁’模式践行普惠金融服务实体经济，既来自于狮桥‘为商用车而生’的使命和愿景，也取决于狮桥模式所积累的禀赋资源和深耕多年的技术能力所带来的领先优势，狮桥为小微企业、农民、城镇低收入人群、贫困人群在获取生产资料——商用车及后期运营、维保、物流、退出等环节，提供专业、高效、低成本的资金和服务支持，这也是我们擅长且他们需要、更是“授人以渔”可持续发展的事。”

目前，云化提升所带来的经营场景数据积累主要体现在单一维度，金融变现尚处于尝试阶段。未来，随着云化程度的逐步提升，数据将从单点式、少量企业覆盖向多维度、全量覆盖发展。

### 3.4.2 农村是线上化渗透最后价值洼地

与企业 and 个体工商户等领域已经有云化渗透不同，**农村经营场景目前渗透率尚未到达爆发点。**

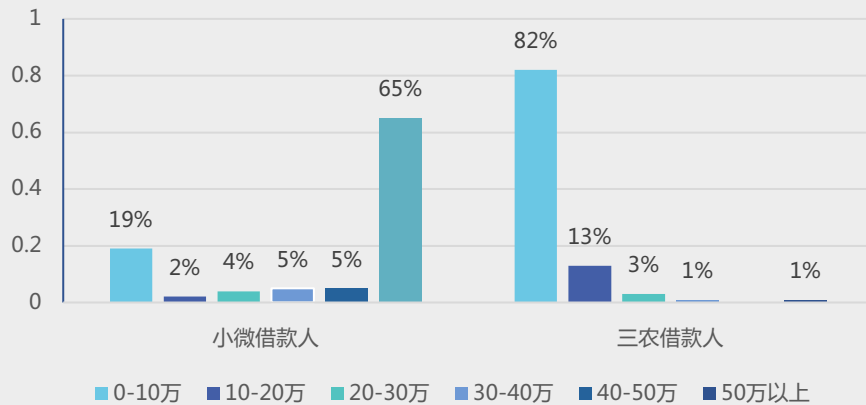
交易场景上，阿里巴巴等曾尝试农村电商，但最终下沉失败；移动支付、码商等在小微零售业的成功案例，也未能完全下沉到农村领域，原因是电子支付尚未随之普及。央行统计数据显示，2017 年底，农村地区使用电子支付成年人比例 66.51%，远低于全国同期 76.9%的比例。

经营管理场景上，农业生产基本处在完全依赖人力管理阶段，云化路漫漫。**未来可期的技术是 IoT 与 5G 普及，将对于农业场景云化大有裨益。**

## 以“类 IPC 技术”服务下沉客群的积木时代

积木时代为积木拼图旗下的小微金融业务板块，为三四线城镇的小微企业主、个体工商户和农村种植养殖户等下沉经营类客群提供信贷服务。2014 年 12 月成立以来，累计服务信贷规模超过 30 亿元。

图 14：积木时代客群收入分布



数据来源：爱分析

小微领域，积木时代主要服务年收入 50 万以上的客群；农村领域，则主要服务年收入 10 万以下的下沉客群。对于这两类人群，积木时代有针对性地推出了小微信贷服务“企业贷”和三农信贷服务“阡陌贷”，其中，“企业贷”主要适用于持续经营满 6 个月的企业或个体工商户的实际借款人，“阡陌贷”适用于从事农村种植、养殖业并持续经营满 2 年的客户。

这一领域中，由于数据基础设施不完善，风控一向是国内金融行业没有解决好的问题。他山之石，可以攻玉。积木时代借鉴国际上行之有效的 IPC 模式，并针对国内实际情况进行本地化改良，将实地尽调与线上数据分析结合起来做风控：

一方面，吸收了在线下收集信贷强、弱相关数据、信息交叉验证的精髓；另一方面，发挥新金融公司在数据和量化模型方面的优势，获取服务对象更全面的行为数据，进行还款意愿和还款能力的评估。

积木时代将之称为“类 IPC 模式”，针对一系列可以量化的指标，前置的大数据筛查大致可以过滤掉 20% 的不良客户，剩下的部分才有可能到人工尽调，最后的整体通过率大概有 30%—40%。当前，积木时代开发的小微及涉农的不良率持续控制在 1% 以下。

未来，积木时代将持续探索数字化普惠金融服务在农村地区的经验和路径，将更多先进技术手段引进三四线城镇及农村地区，同时积极寻求与农商行、城商行等传统金融机构在内的多元化合作，打造可持续发展的小微信贷服务平台。

### 3.5 获客创新基于场景而非流量

解决反欺诈问题基础之上，小微金融获客创新有望爆发，但线上获客模式与消费金融会有所不同。

消费金融领域，风控底层逻辑类似，流量对于获客价值大，因此诞生了融 360 等公司。但流量对小微金融价值低，核心原因风控逻辑与经营行业、地域等直接相关，因此流量获客转化率低、成本高。

**经营场景对小微金融获客价值大。**传统上银行依靠核心企业资源获取大量小微企业客户，原因在于核心企业掌握真实交易信息，并能够触达并转化小微企业。

未来，各个垂直领域 SaaS 服务商价值类似：能够有效触达小微企业，并掌握其真实经营数据，能够在经营场景中嵌入金融服务。由于触达便利，转化效果会更好。

这一逻辑在部分在线化程度高的经营场景中已经跑通，典型案例如跨境支付领域，PingPong 能够掌握跨境小微卖家的经营流水、海关申报信息等关键经营信息，基于此设计信用贷款产品“光年”，通过白名单方式授信。产品日利率万分之 3.3，2018 年前 11 个月放款 16 亿元。

CHAPTER

04

# 贷款产品创新

## 4 贷款产品创新

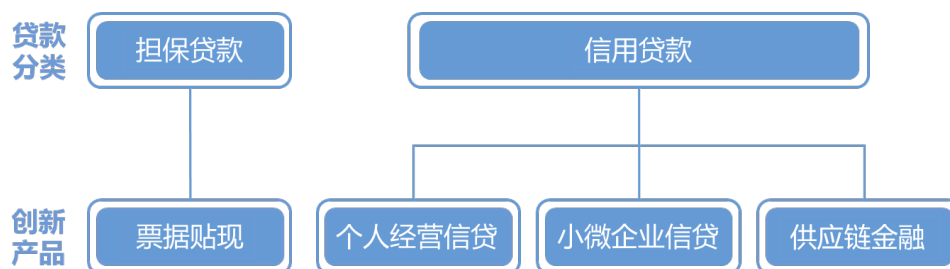
小微金融领域，为解决反欺诈问题，以担保或抵押品、小微企业主信用和小微企业信用某一维度为核心，均有创新形态产品出现。其中供应链金融和个人经营信贷，是创新的主力。

展望未来，为解决单一维度创新面临的瓶颈，小微金融风控需要走向多维度融合，并深入产经营场景。

### 4.1 产品创新领域分析

小微金融当前核心需要解决的是反欺诈问题，因此产品创新核心围绕担保或抵押品、小微企业主信用和小微企业信用这三大风控因素，优化反欺诈环节。

图 15：小微金融产品创新领域



数据来源：爱分析

担保贷款领域，反欺诈创新受限于抵质押品本身的线上化进程。这其中，票据贴现领域反欺诈率先实现线上化，因为政策推动 ECDS（电子商业汇票系统）建立，实现电票取代传统纸质票据，票据背书转让和验真只需接入 ECDS，导致线上交易和线上贴现兴起。

信用贷款领域，由于消费金融发展带来的个人征信基础设施成熟，个人经营信贷模式创新爆发。典型案例是平安银行的新一贷产品，以小微企业主个人信用为核心，通过信贷工厂模式进行风控。10 年经历完整经济周期考验，2018 年用于个人消费和经营的贷款合计放款额突破 1,100 亿，余额突破 1,500 亿。

此外，基于政府数据的开放和经营场景在线化带来的数据提升，小微企业信贷和供应链金融产品创新同样迎来曙光。

网金社是供应链金融领域典型创新案例，横跨多个供应链场景，既服务航天航空科技、光电科技、装备制造以及建筑工程等产业供应链金融领域，也服务 TMC 等服务业供应链金融。

图 16：网金社服务的供应链领域及产品特点

领域	建工领域	航天科工领域	企业商旅领域	物流领域
上游	材料设备供应商	材料设备供应商	航司/OTA	车队/司机
核心企业	建筑施工企业	航天科工企业	TMC 机构	物流企业
下游	地产企业	航空制造装备企业	差旅需求企业	货主企业
产品	供 e 动	供 e 动	TMC 产品	库融/商用车融租/油卡产品
管理特点	小额分散/跨区域高流转频率/票据行为分析		超小额分散/差旅行为复杂/高回款频率/企业经营分析	库存价值判断/企业运营效率分析/反欺诈

数据来源：网金社

此外，网金社还对外输出三潭智能供应链金融管理系统，根据产业链的特征，实现产业内金融业务场景的线上化、智能化，提供包括金融管理效率、场景及资产验真、风险评估模型等一系列解决方案。利用金融科技手段赋能参与该领域的小微企业、金融机构、担保公司以及保理公司等。

## 4.2 产品创新趋势

从价值最大化角度出发，不同类型的产品创新需要解决的问题不同。

### 4.2.1 担保贷款要丰富风控维度

传统上，担保贷款风控中会考虑企业主和企业经营情况，但依赖线下尽调和有限的规则进行反欺诈和授信。在抵质押品线上化仍未有明确路径的当下，提升相对企业和企业主信用数据在反欺诈环节的应用比例，对其流程线上化价值高。

若能通过企业信用或企业主信用将风控前置，对其中的优质客户便能实现线上获客和提前部分放款。

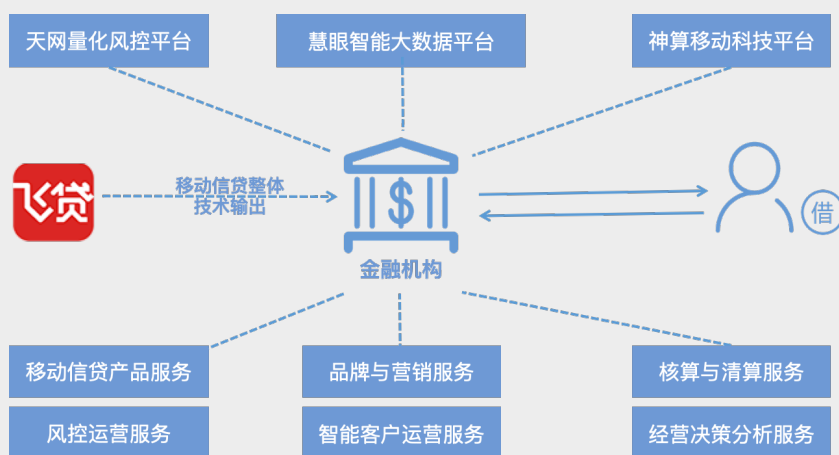


## 产品、风控创新，飞贷金融科技助力银行经营贷

飞贷金融科技，移动信贷整体技术解决商。9 年小微金融服务行业运营经验，沉淀了独特的产品、科技、风控等能力，多次引领小微金融风控技术创新。

2018 年 8 月，飞贷金融科技面向小微企业客群研发上线了中国首个全流程线上化处理的经营贷产品，为小微企业提供了“随借随还、按日计息、当天放款、抵押高达 8 成、额度高达千万的大额融资产品”，并面向金融机构进行经营贷技术输出。

图 17：飞贷金融科技商业模式



数据来源：飞贷金融科技

创新产品设计背后，是飞贷金融科技对房贷业务风险评估的创新措施，即“人、房、企”三维评估体系，与传统模式下相比风险评估的维度更加丰富。飞贷金融科技打造的线上经营贷，不仅依托对“房”的判断，更创新性的添加了房产白名单评估机制，使得房子评判的纬度更加丰富。

除此之外，还结合了对“人”和“企业”的相关评估维度，通过大数据验证客户的整体风险状况，不仅大幅提升了风控的效率与准确度，更加提升了客户对产品的良好体验度。

基于风险评估维度的突破，飞贷金融科技经营贷已在接近二十个城市开展此业务。在技术输出方面，2019 年已有三家金融机构与飞贷金融科技做系统的创新建设。其中，某金融机构在飞贷金融科技技术的支持下，试运行当月即实现了过亿元的业务规模。

未来，飞贷金融科技会持续深化数字小微金融服务，加大对移动信贷整体技术的研发投入，服务更多以中小银行为主的金融机构客群，助力合作金融机构移动信贷转型升级。

## 4.2.2 供应链金融要真正转向信用贷款

传统上，供应链金融本质是担保贷款，风控上基于债权和物权作为基本保障。在这一过程中，银行往往还会需要核心企业进行担保，造成企业配合意愿低。

从信用风险角度考虑，依托单一核心企业进行授信风险集中。一旦核心企业经营状况出现严重问题，将导致整个供应链金融链条发生大范围违约。从流程角度考虑，供应链金融涉及参与方多、流程繁琐，造成运营成本和操作风险高。

**企业经营场景在线化能为供应链金融带来改变。**

首先，随着企业间协同深入，核心企业与链属企业交易数据逐步在线化，因此供应链金融能够实现流程在线化，部分解决运营效率和操作风险问题，并使得供给向大型核心企业的小微链属企业下沉。根据调研，目前供应链金融的创新型企业，如大树金融、泽金金服等，其创新价值主要在金融业务流程在线化。

未来随着企业云化程度深入，小微企业经营数据维度将从交易数据，向财税、HRM、CRM等多维度数据拓展。

**届时对于供应链小微企业经营画像判断将更为准确，风控将从原本基于债权、货权的担保贷款逻辑，向真正基于现金流、物流的信用贷款逻辑转变，并有望降低对单一核心企业的依赖。**

如美团目前只掌握餐饮商户外卖、以及部分流水数据，无法形成商户完整经营数据闭环。但若未来能够补充餐饮企业日常采购等数据，供应链金融业务将更加顺畅。

## 4.2.3 经营信贷要解决授信定价难题

对于经营信贷来说，由于缺少抵质押品标定，授信额度和定价确定难。若杠杆率过高，则将导致风险问题；若授信门槛过低，则不符合企业经营资金需求。

目前普遍解决的方案有两种：第一，通过保险公司、担保公司等第三方或保单、资产证明等第三方增信；第二，通过线下尽调了解企业真实经营情况，以确定其未来还款能力。

根据爱分析调研，经营信贷普遍存在增信现象和线下尽调团队。如大数金融，尽管获客基于渠道，反欺诈、授信模型基于线上数据，但依然有超过 100 的线下风控团队。

## 4.2.4 三大风控因素走向融合

长期来看，随着数据基础设施的逐步完善。不论是担保贷款还是信用贷款，逻辑上都会逐步回归小微企业经营预测本身。而抵质押品、企业主信用和企业信用三大因素走向融合，成为企业未来还款能力预测本身的一部分。

CHAPTER

05

# 小微金融开放银行生态

## 5. 小微金融开放银行生态

风控技术和产品创新将对小微金融产业链产生深远影响。由于小微金融创新需要深入经营场景而银行又无力建设经营生态，因此银行需要将自身金融能力封装成产品向经营场景开放，与各类服务商一起形成开放银行生态。

### 5.1 小微金融能力要需要向经营生态开放

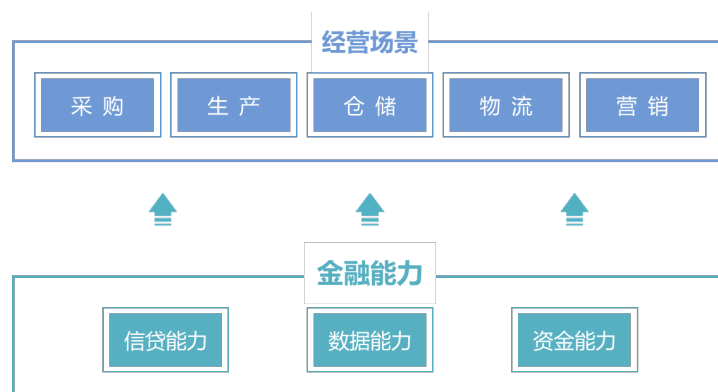
小微金融创新离不开对小微企业经营数据的发掘与经营场景理解能力，未来风控和获客都将与场景密切结合。从小微企业角度来看，金融服务生态化也能更好满足其经营需求。因此，小微金融未来将融入经营生态，开放银行逐渐成为主流形态。

消费金融领域，开放银行的生态化趋势已经显现，如招商银行、平安银行等均构建了强大的消费生态圈，前者以信用卡为依托建立零售生态圈；后者则依托平安集团，在车、房、健康等几大消费领域建设生态圈。

消费金融领域典型开放银行生态特点：由大型银行占生态主导地位，将各类供应商、技术服务商等纳入自己的体系中，平安、招行均属于此类。

而小微金融生态则不同，小微企业分布在工业、农业、物流、医疗等各大产业链中，银行没有能力构建完整的经营生态。因此，银行要将金融能力封装，根据需求嵌入经营生态圈，金融服务将被纳入经营生态，成为其中的一部分。

图 18：金融能力向经营场景开放



数据来源：爱分析

## 5.2 开放银行生态包括三类参与者

小微金融开放银行需要具备三个层次能力：底层是资金，包括能够获取的资金量和资金成本两个维度；上层是数据，包括政府数据和经营场景类数据等；中间则是信贷技术，指的是获客、反欺诈、授信定价的全流程能力。

三个层次中，信贷能力是核心，涉及到如何基于不同行业、不同维度的数据，设计合适的风控规则和授信模型，封装成金融产品，以服务小微经济体。

基于三个层次，小微金融开放银行包括由上至下三类参与方：数据及场景方，主要是政府和企业经营场景方，以及为其提供数据服务的公司；创新型服务商，模式上既包括同盾科技、天创信用等提供反欺诈、模型服务等的风控服务商，也包括飞贷、大数金融等提供信贷全流程能力的服务商；资金方，核心是银行，也包括 P2P 等。

图 19：小微金融开放银行图谱



数据来源：爱分析

需要注意的是，这三类主体之间并不一定有明显界限，往往一家公司会涉及 2-3 个层次，例如供应链核心企业或数据服务商可能自建金融服务；银行自身既是资金端，又具备信贷技术和场景理解能力。

但总体来讲，因为小微金融行业复杂，场景流程多变，银行没有能力打通各类产业链。因此，银行和不同经营场景间，能解决数据源问题，以及依据数据构建信贷全流程能力的服务商不可或缺，解决单一环节问题的风控服务商则需要有能力向全流程延伸。

### 5.3 未来开放银行模式展望

受限于基础设施成熟度问题，目前小微金融领域可参考的开放银行案例很少，成熟度不高。参考消费金融以及电商、航旅等相对成熟的小微金融生态，爱分析认为未来小微领域开放银行未来各方能力要求包括：

第一，对数据及场景方，需要有能够提供覆盖全场景的真实经营数据，以及可供验证的票据、押品等风控验证方式；

第二，开放银行和创新型服务商需要有依据场景方提供的数据，以及各类经营相关的外部数据，建立有效的风控规则和授信模型，以联合建模或 API 对接等形式封装到经营场景中，实现基于数据的全流程自动化风控和授信、定价调整。

基于这两点能力，产品形态将类似于消费金融中的信用卡，不再需要人工单笔审核与授信，小微企业按需求支取和使用。因此，能够有效突破当前阶段普遍性的“不可能三角”。

## 结语

供给侧改革是小微金融发展的主旋律，政策推动和信贷技术进步正在重塑行业格局：政策推动小微金融余额快速增长；信贷技术进步则有助于降低融资成本，解决客群下沉问题。

当前阶段，小微金融信贷技术仍未突破反欺诈环节，原因是企业经营相关的数据基础设施差。为解决这一问题，需要数据基础设施在抵质押品、小微企业信用以及小微企业主信用三方面同步提升。

展望未来，企业经营场景在小微金融领域愈发重要，银行需要开放自身能力，借助服务商的力量，将金融服务融入经营生态中，打造小微金融领域的“开放银行”。



## 关于爱分析

爱分析 ifenxi 是一家专注于科技创新领域的研究机构，通过判断技术应用及行业发展趋势，以公司价值研究为内核，服务于企业决策者和机构投资者。爱分析重点关注技术和数据创新，以及由此带来的商业模式、行业与市场以及产业链变革机会，覆盖领域包括金融、企业服务、教育、汽车、零售、房产、医疗及工业等。

截至当前，爱分析已调研以上领域优质企业超过 2500 家，涵盖一、二级市场，并撰写超过百份榜单及行业报告，系统积累了各行业及公司研究方法和评价体系，建立起了广泛、专业的影响力。同时，爱分析已服务众多客户，包括各行业标杆公司、上市公司及主流一二级机构投资者。

## 法律声明

此报告为爱分析制作，报告中文字、图片、表格著作权为爱分析所有，部分文字、图片、表格采集于公开信息，著作权为原著者所有。未经爱分析事先书面明文批准，任何组织和个人不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其它人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被爱分析认为可靠，但爱分析不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成投资建议，报告内容仅供参考。爱分析不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。

北京爱分析科技有限公司 2019 版权所有。保留一切权利。

如欲了解更多爱分析精彩洞见，请关注我们的微信公众号



@爱分析科技有限公司 2019 版权所有



ifenxi

专业，洞见未来！