



艾 瑞 咨 询

中国普惠金融行业洞察报告

部门：TMT金融组 署名：徐佳鑫

©2023 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

2013年，党的十八届三中全会将“发展普惠金融”确立为国家战略。2015年，习近平总书记主持中央深改组审议通过，国务院出台《推进普惠金融发展规划（2016-2020年）》。近几年来，各有关部门坚决贯彻落实党中央、国务院部署，将推进普惠金融高质量发展摆到更加突出的位置，着力从多方面采取措施破解普惠金融发展难题，改进普惠群体金融服务，有效促进助企纾困、乡村振兴和保障民生。

继2022年以来接连发布了《2022年中国消费金融行业研究报告》、《2022年小微融资发展与展望研究报告》、《2023年中国供应链金融数字化行业研究报告》等研究报告后，艾瑞咨询普惠金融研究团队继续聚焦普惠金融，在原有研究积累的基础上，重点关注普惠金融行业在2022年以来发生的一系列变化，推出本报告。

从结构上，本报告主要包括四个方面：首先从宏观上确立当前普惠金融所面对的市场环境，其次重点洞察普惠金融行业发展现状，接着选择了部分典型案例作为标杆研究，最后与多位行业大咖进行面对面交流，呈现专家们对于行业现状的理解及对未来趋势的预判。

从内容上，报告第二章「市场洞察：行业发展现状」分为普惠金融篇、消费金融篇、小微金融篇和供应链金融篇四个篇章，在政策环境、行业规模、商业模式、市场格局、数字渗透等方面分别展开分析，从宏观到微观层层递进，展现了当前普惠金融行业发展全貌。

概念与研究范围界定

概念：

- **普惠金融：**个人、小微企业能够获取和使用一系列合适的金融产品和服务，这些金融产品和服务对消费者而言便捷安全，对提供者而言商业可持续。不同的组织与报告对普惠金融的定义不同，由于这一定义已经包含了其他国家和国际组织对普惠金融所作定义中的很多共同要素，涵盖更为广泛，本报告以此为准。
- **普惠金融的目标：**提高金融服务的覆盖率、可得性和满意度，增强所有市场主体和广大人民群众对金融服务的获得感。

研究范围：

- 普惠金融概念所涉范围广，包含融资贷款、支付、理财、保险、证券等各种金融服务，但行业大众通常会更多地将其概念与融资业务进行关联，融资贷款业务的普惠也受到社会各界最多的讨论与关注。
- 本报告聚焦于普惠金融中的融资贷款业务，包括消费金融、小微企业融资、供应链金融（融资）等。



报告撰写

徐佳鑫

艾瑞咨询 普惠金融研究团队 负责人

[关于我们](#)

[报告咨询](#)

注：普惠金融定义来自《全球视野下的中国普惠金融：实践、经验与挑战》。

CONTENTS

目录

01 发展基础：宏观环境分析

Macro Environment

02 市场洞察：行业发展现状

Industrial Perspective

03 标杆研究：行业典型案例

Case Study

04 大咖分享：行业专家之声

Leading Insights

01/ 发展基础：宏观环境分析

Macro Environment

ABSTRACTS

摘要

宏观环境

- 多面承压，宏观经济增长中枢放缓

 - GDP实际增速中枢放缓，中国需进一步激发经济动能、平缓其下行斜率
 - 对比世界，中国保持相对平稳运行

 - 近三年中国实际GDP增速标准差低于美国、日本等世界主要发达经济体
 - 阴霾渐退，复苏与恢复成2023关键词

 - 2023年中国GDP增速预测值5%左右，高于疫情三年平均增速，但仍低于未受疫情影响时中国经济所能达到的潜在增速
-
- 经济下行压力加大，杠杆率升幅明显

 - 受三年疫情“伤痕效应”影响，虽然债务规模增速已经偏低，但经济增速的超预期下降从分母角度拉高了宏观杠杆率水平
 - 2020年债务增速显著上升带动杠杆率攀升，2021全年呈现去杠杆，2022年经济增长不及预期比债务增速低更为突出造成杠杆率抬升
 - 居民部门杠杆率相对平稳，非金融企业部门为宏观杠杆率变化作出主要贡献
-
- 伤痕效应未退，居民收入预期待恢复

 - 受疫情及整体经济周期影响，居民收入增长乏力，巨大的不确定性导致居民的谨慎性储蓄增加，消费意愿疲弱
 - 当前居民消费意愿与投资意愿显著低于疫前水平，在收入分配、要素投入、产业发展等方面的结构性改革或可提振居民信心
 - 消费疲软与成本上涨，企业经营承压

 - 营业收入、利润率与现金流“三降”，以小微为典型代表的企业经营面临严峻生存压力，帮助小微企业加快“回血”是当务之急
 - 居民储蓄难以向企业流动，22年综合PMI处荣枯线以下，经营者对宏观发展与自身经营信心不足，23年内生性增长动能修复的发力点在于消费
-
- 扩消费促内需一揽子政策措施在行动

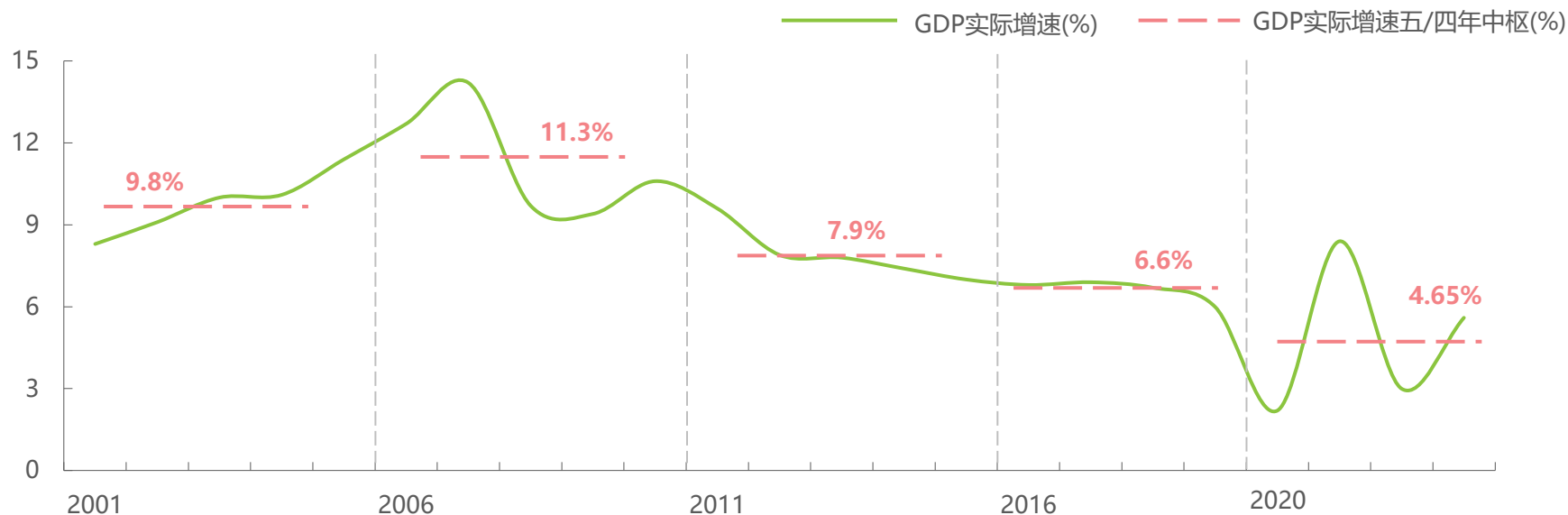
 - 国家已形成关于恢复和扩大消费的政策文件以及促进汽车等消费的一揽子政策举措，消费金融小微金融等信贷投放也将实施重要支持性作用

多面承压，宏观经济增长中枢放缓

GDP实际增速中枢放缓，中国需进一步激发经济动能、平缓其下行斜率

- 当前，全球经济增长放缓、通胀高位运行，地缘政治冲突持续，外部环境更趋复杂严峻，国内经济恢复基础尚需稳固，消费者信心尚待恢复，小微企业、个体工商户等市场主体面临较大压力，宏观经济增长多面承压。
- 一方面，2020年起爆发的新冠肺炎疫情使得全球经济经历了二战以来最严重的衰退，中国也受到了极大冲击。另一方面，从长周期观察，中国经济经历了30年的快速增长，随着我国经济总量上升，经济增长中枢出现了趋势性放缓。根据测算，2001→2005、2006→2010、2011→2015、2016→2019年间各自的GDP实际增速中枢分别为9.8%、11.3%、7.9%和6.6%。而到最近四年，在2023年中国GDP增速实现央行于今年一季度公布的预测值——5%——的情况下，2020→2023年间的增长中枢为4.65%。要实现党的二十大报告中提出的2035年要实现“人均国内生产总值达到中等发达国家水平”的远景目标，中国需要进一步激发经济动能、稳住经济增速中枢，平缓其下行斜率。

2001-2023中国GDP实际增速及其五/四年中枢



注释：2001-2022年数据来源于国家统计局，2023年数据来源于央行于2023Q1 NIFD季报公布的对中国GDP增速预测值5%；实际增速五/四年中枢为五/四年增速平均值。

来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2023.8 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

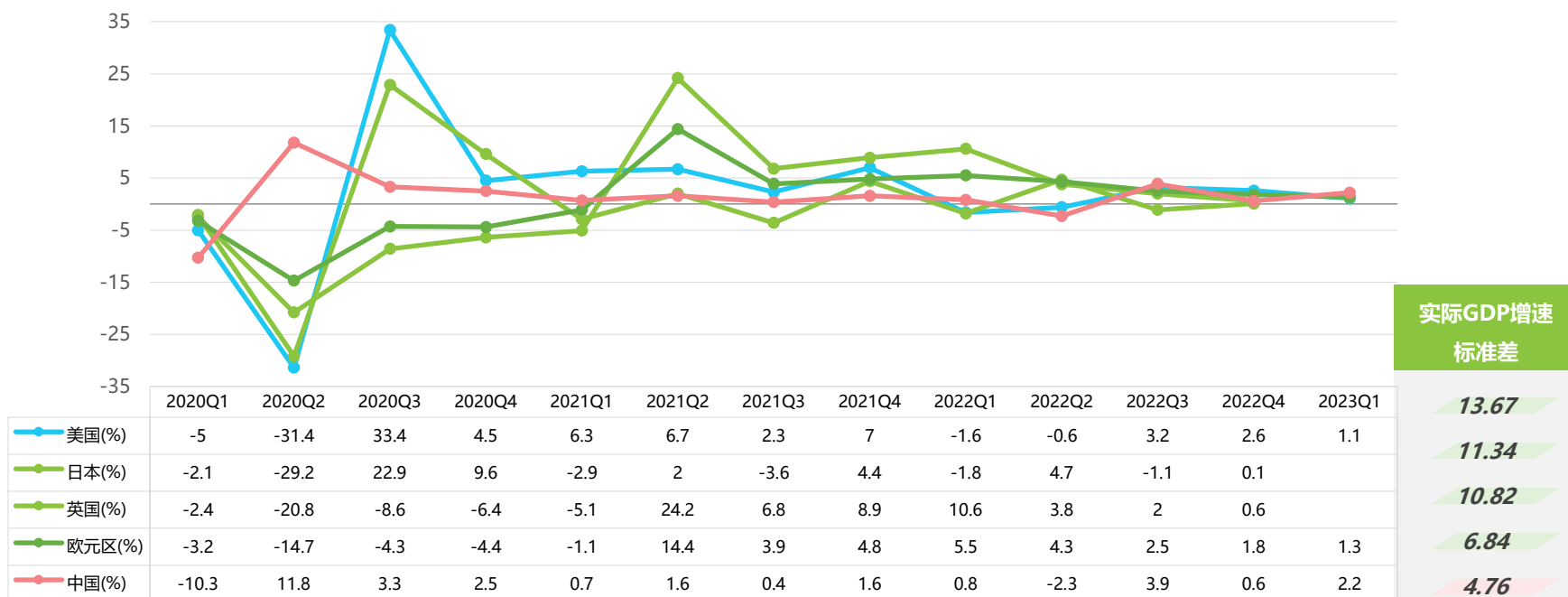
7

对比世界，中国保持相对平稳运行

近三年中国实际GDP增速标准差低于美国、日本等世界主要发达经济体

■ 面对严峻复杂的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，我国宏观政策坚持稳字当头、稳中求进，坚持科学决策和创造性应对的根本方法，通过稳健的货币政策灵活精准、合理适度、统筹推进疫情防控和经济社会发展，做好“六稳”工作、落实“六保”任务，为确保完成决胜全面建成小康社会营造了适宜的货币金融环境，也为中国宏观经济的平稳运行做出了卓越贡献。我们对比了2020年1季度以来中国及世界主要发达经济体的实际GDP增速，中国是其中波动最小的，实际GDP增速的标准差4.76，低于美国、日本、英国及欧元区的13.67、11.34、10.82、6.84。

2020Q1-2023Q1中国及世界主要发达经济体实际GDP增速



注释：不同季度发布报告中存在同一季度内数据发生更新情况，本次主要参考以下几份报告，出现数据不一致情况时以较新时间发布报告为准。

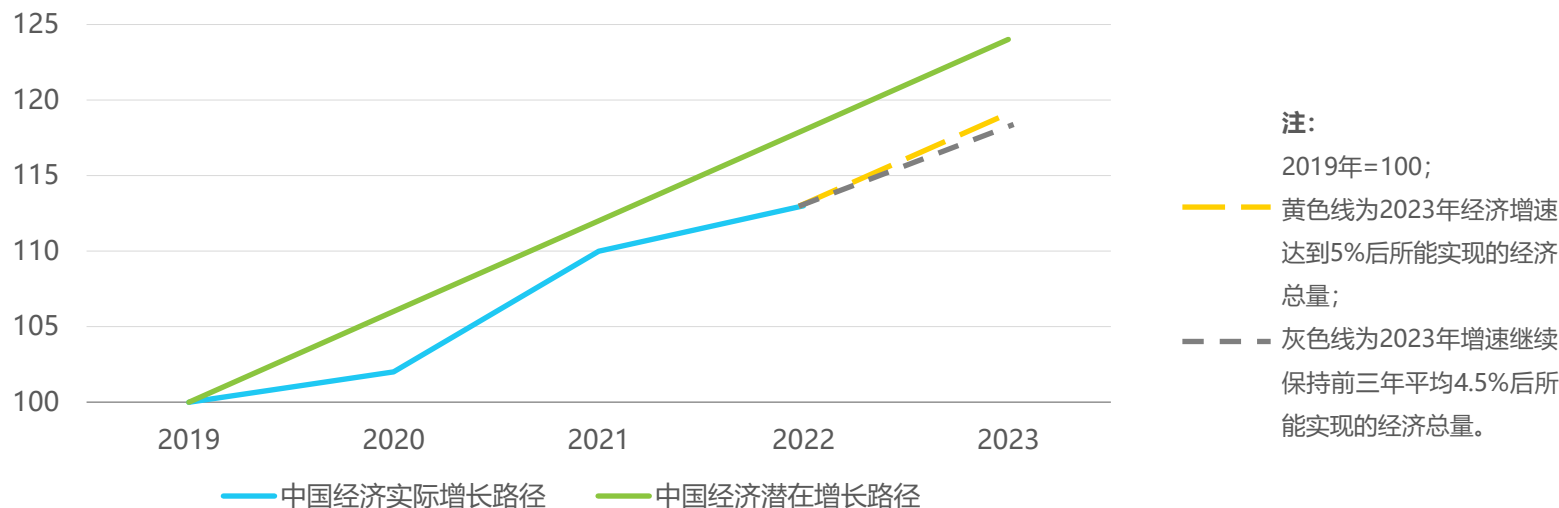
来源：2020Q4、2021Q4、2022Q4、2023Q1《中国货币政策执行报告》、艾瑞咨询研究院自主研究绘制

阴霾渐退，复苏与恢复成2023关键词

2023年中国GDP增速预测值5%左右，高于疫情三年平均增速，但仍低于未受疫情影响时中国经济所能达到的潜在增速

- 短期来看，中国经济将受到外需收缩的冲击，中长期视角看，中国经济同时面临着人口总量下降、城市化进程放缓、财政收支缺口扩大以及全球从“产业对峙”进入“相互（联盟）限制”再到“技术、资本、供应链脱钩”等问题，这些问题将会对中国经济的潜在增速产生影响，也会进一步带来其他经济和社会问题。
- **2023年，虽然面临的内外部因素不确定性影响持续，但随着全球范围内逐渐走出新冠疫情的阴霾，复苏与恢复成为2023年的关键词。**根据央行评估，综合投资、净出口增速变化以及疫情对消费的扰动将消退等因素，预计2023年中国 GDP 增速可能在5.0%左右。这一增速高于 2020—2022 年平均 4.5%的增速，但仍低于未受疫情影响时中国经济所能达到的潜在增速，适度的扩张性政策和持续激发市场活力仍相当关键。

新冠肺炎疫情冲击下中国经济实际增速与趋势间的偏离



来源：央行NIFD季报，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

经济下行压力加大,杠杆率升幅明显(1/3)

受三年疫情“伤痕效应”影响，虽然债务规模增速已经偏低，但经济增速的超预期下降从分母角度拉高了宏观杠杆率水平

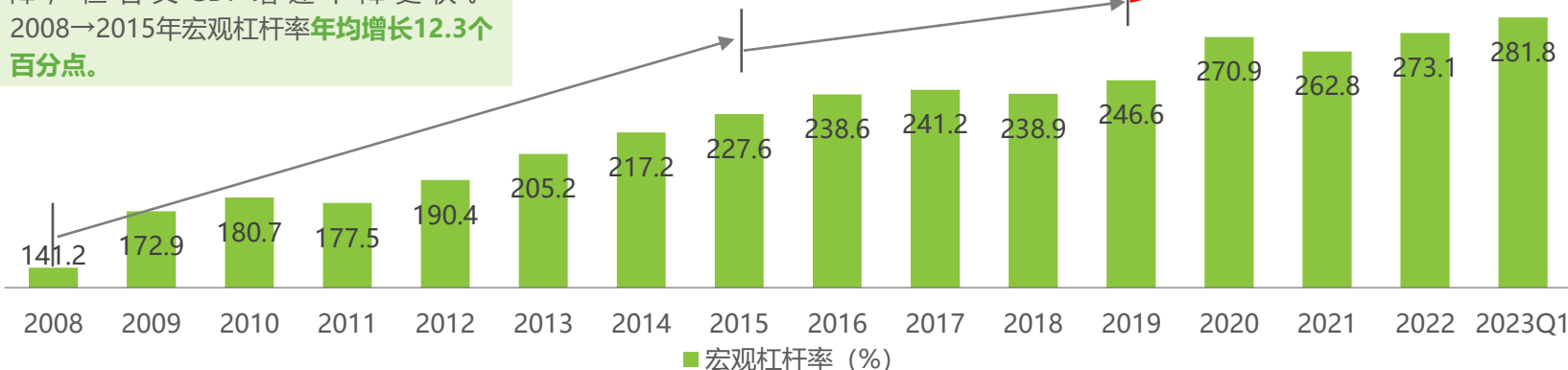
- 宏观杠杆率是一国非金融部门总债务与国内生产总值（GDP）之比，影响宏观杠杆率变化的两大因素是债务增长与经济增长，宏观杠杆率是中期经济周期变化的警戒线。自2015年底中央经济工作会议提出去杠杆任务后，2015到2019年间实体经济部门宏观杠杆率年均增长仅4.8个百分点，到2019年底“宏观杠杆率高度增长态势已经得到初步遏制”。
- 2020年在疫情冲击下，中国通过财政、货币向市场投入资金，稳定市场和恢复生产生活，货币供给增加，经济增长放缓，直接推高了宏观杠杆率。此后，虽然债务规模于2020年快速增长后增速实现回落，目前债务规模增速已经偏低，但由于经济增速的超预期下降，宏观杠杆率仍整体攀升，2023年Q1宏观杠杆率上升到了历史高位281.8%。

2008-2023Q1中国实体经济部门宏观杠杆率

2020年，新冠肺炎疫情爆发冲击全球经济，债务规模于2020年快速增长后增速回落，但经济增速的超预期下降更为突出，造成了宏观杠杆率攀升，2019→2023Q1宏观杠杆率年均增长8.8个百分点。

2008→2015年是快速加杠杆阶段：为应对国际金融危机，中国启动四万亿经济刺激计划，债务出现跃升，此后一段时间呈现债务增速在开始两年出现跳升后持续下降，但名义GDP增速下降更快。2008→2015年宏观杠杆率年均增长12.3个百分点。

2016→2017年“强制”去杠杆；2018-2019年稳杠杆：2015年底中央经济工作会议提出去杠杆任务，2019年底得出结论“宏观杠杆率高度增长态势已经得到初步遏制”。2015→2019年宏观杠杆率年均增长4.8个百分点。

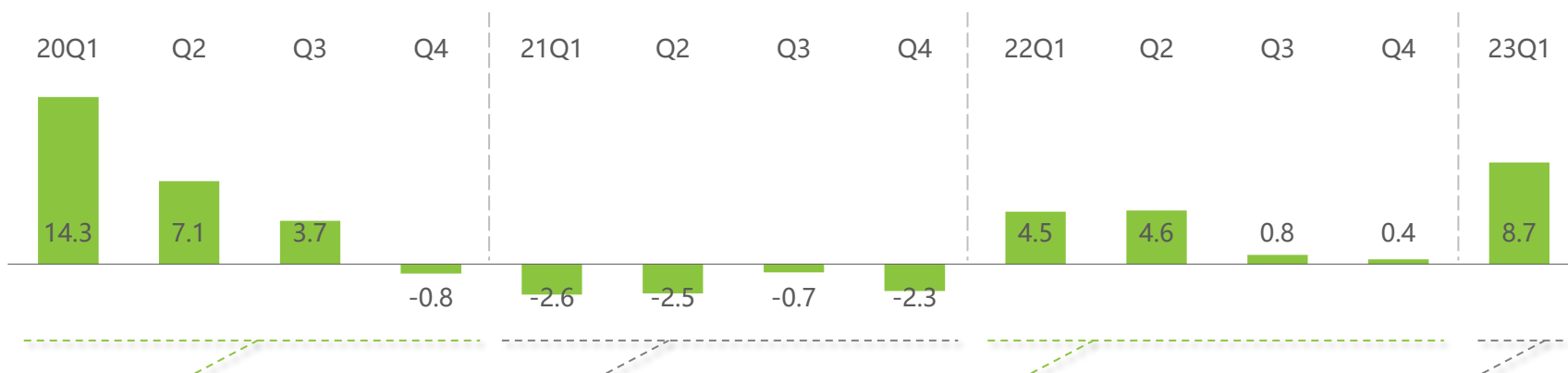


注释：国家金融与发展实验室“数据”界面与其没季度发布的宏观杠杆率季报数据略有出入但差别不大，考虑到出具报告后可能出现部分数据微调情况，我们以“数据”界面为准。
来源：国家金融与发展实验室、艾瑞咨询研究院自主研究绘制

经济下行压力加大,杠杆率升幅明显(2/3)

2020年债务增速显著上升带动杠杆率攀升，2021全年呈现去杠杆，2022年经济增长不及预期比债务增速低更为突出造成杠杆率抬升

2020Q1-2023Q1中国宏观杠杆率增速



- **2020**，宏观杠杆率**高度攀升**，一季度杠杆率增幅 13.9 个百分点，是仅低于 2009 年一季度的历史次高点，**债务增速上升和经济增速放缓**共同抬升了杠杆率水平。
- 杠杆率升幅逐季回落，四季度呈现去杠杆。

- **2021**，货币政策回归常态，且政策环境偏紧，全年呈现**去杠杆**，在经济增速不及预期情况下，**债务增速偏低**是杠杆率下降主要原因。
- Q3去杠杆效果有所减弱，主要原因是债务增速降幅超出预期，但经济增速更是滑出了潜在增长区间，大幅低于预期。

- **2022**，中国经济呈现（私人）部门资产负债表“躺平”与宏观杠杆率**攀升**的**迷思**，原因是**经济增长不及预期比债务增速低更为突出**，实体经济部门债务增速差不多是2000年以来的低点，但名义GDP增速达到了1990年以来的次低位，仅高于2020年。
- 下半年居民和企业部门受疫情影响而倾向于保守的债务扩张态度，因此杠杆率抬升主要体现在上半年。

- **2023Q1**，宏观杠杆率达到**历史新高**，但债务增长基本稳定，**GDP增速较低**是宏观杠杆率增长的主要原因。
- 根据NIFD预测，2023全年杠杆率将提升8个百分点，呈现“前高后稳”的整体趋势。

注释：国家金融与发展实验室“数据”界面与其没季度发布的宏观杠杆率季报数据略有出入但差别不大，考虑到出具报告后可能出现部分数据微调情况，我们以“数据”界面为准。
来源：国家金融与发展实验室，艾瑞咨询研究院自主研究绘制

经济下行压力加大,杠杆率升幅明显(3/3)

居民部门杠杆率相对平稳，非金融企业部门为宏观杠杆率变化作出主要贡献

居民部门：

- 2020年升幅明显，但自2020Q3开始始终较为稳定，直到23Q1再次有了升幅。
- 2020年一至三季度居民杠杆率上升速度加快，房地产市场活跃是推动居民债务增长的主因，下半年房地产交易量大幅下降且居民消费意愿不强，杠杆率开始平稳。
- 消费低迷导致短期消费贷款与居民杠杆率的负贡献，个人经营性贷款成为居民加杠杆的主要形式。

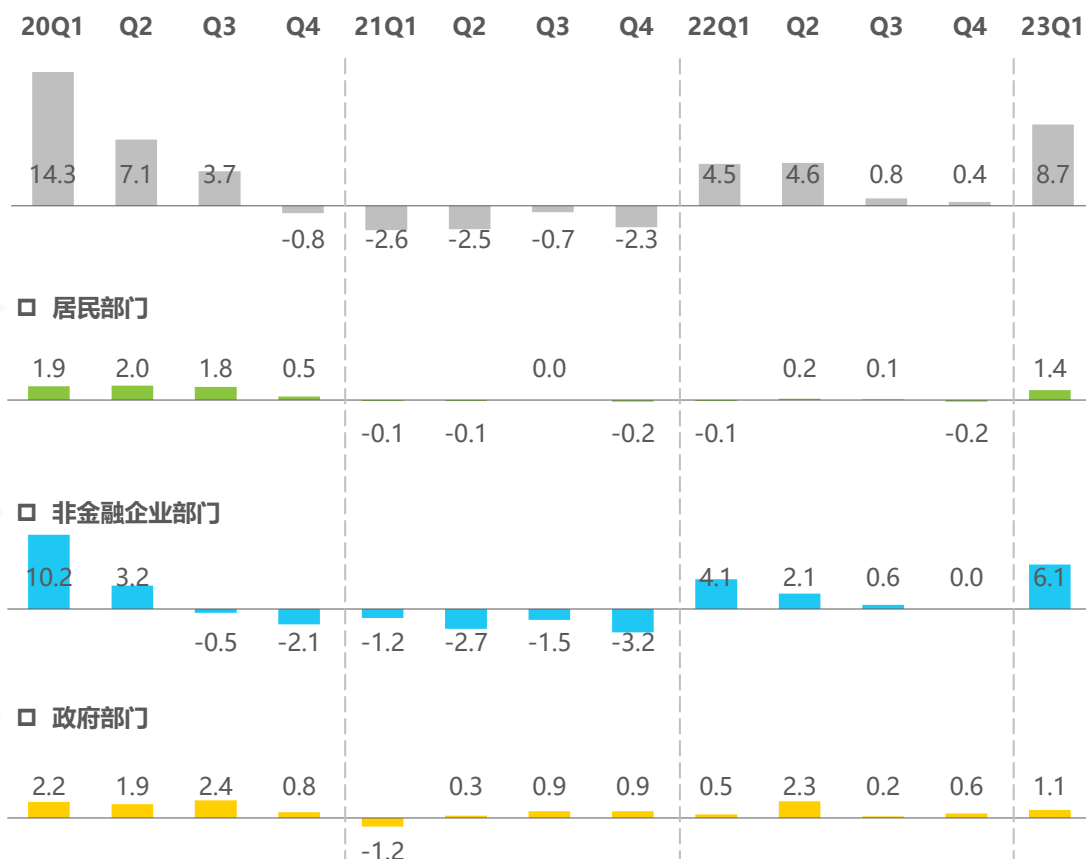
非金融企业部门：

- 2020H1大幅上升，后连续6个季度呈现去杠杆，22年杠杆率上升但逐季回落，23Q1再次攀升。
- 2020年，为应对疫情冲击、快速恢复经济增长，央行出台了多项临时的货币政策直达工具，主要用于支持抗疫企业的生产和对普惠小微企业流动性的支持，银行表内贷款保持了较高增速，非金融企业部门杠杆率高度攀升，并直接拉动了整体宏观杠杆率的上升。2021年企业投融资意愿下降，同时20年推出的权宜性信贷支持政策也基本退出，银行降低了对企业的信贷供给，全年呈现全杠杆。2022 全年信用环境较为宽松但企业投融资意愿仍然较低，上半年企业债务增长的主要因素是短期票据融资大幅增长，下半年有所缓解。

政府部门：

- 2020全年政府债务尤其是地方政府专项债增长较多，杠杆率达到有数据统计以来的历史最高水平；2021年政府债务支出受限制了政府债务的发行意愿，全年增幅低于预期；2022年财政政策较为宽松，政府杠杆率继续上升且增幅超出预期。

2020Q1-2023Q1中国宏观杠杆率增速及各部门杠杆率增速



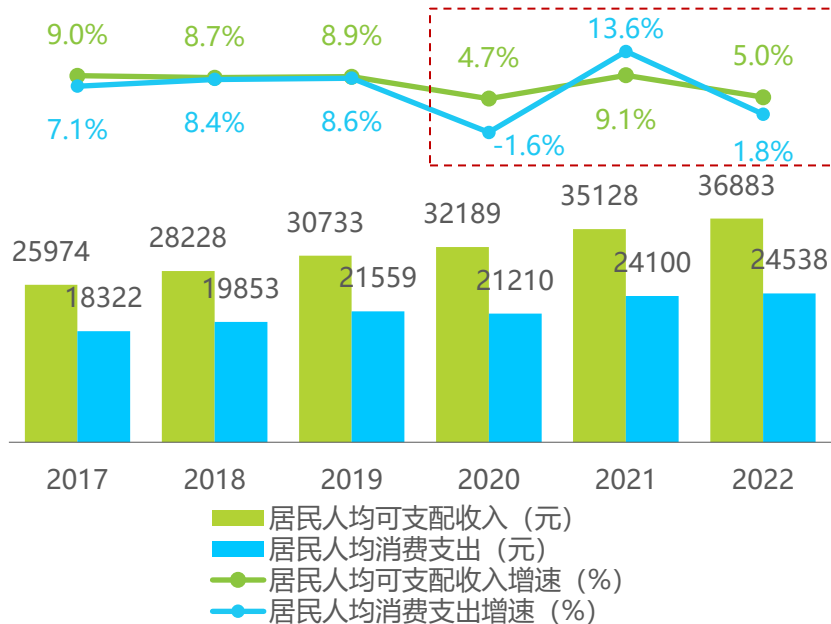
注释：国家金融与发展实验室“数据”界面与其没季度发布的宏观杠杆率季报数据略有出入但差别不大，考虑到出具报告后可能出现部分数据微调情况，我们以“数据”界面为准。
来源：国家金融与发展实验室、艾瑞咨询研究院自主研究绘制

伤痕效应未退，居民收入预期待恢复(1/2) Research 艾瑞咨询

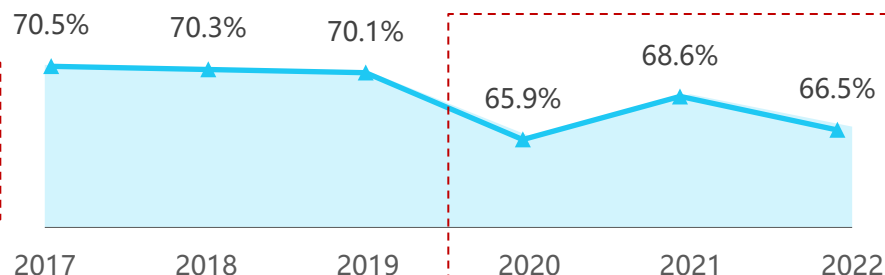
受疫情及整体经济周期影响，居民收入增长乏力，巨大的不确定性导致居民的谨慎性储蓄增加，消费意愿疲弱

□ 虽然疫情已经告一段落，但其对居民造成的“伤痕效应”并未治愈，加之中国经历了30多年的快速增长后已经进入了新的经济周期，**近两年居民部门呈现出的典型特征是：收入增长乏力，消费意愿疲弱，主动积累预防性储蓄。**从数据上看，2022年，中国居民人均可支配收入增速与人均消费支出增速分别为5.0%和1.8%，是近10年来仅次于2020年的次低位，居民人均消费率（居民人均消费支出占居民人均可支配收入的比例）也呈现一致的变化趋势。另一方面，在经历了2010→2019年的连续下降后，中国境内总储蓄率于2020年开始出现了连续上升，大量的资金沉淀在居民存款中，难以流向企业部门，消费的疲软拖累了经济表现。

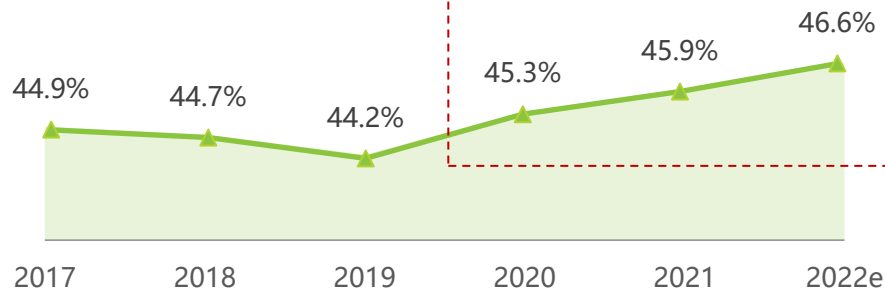
2017-2022中国居民人均可支配收入与居民人均消费支出



2017-2022中国居民人均消费率



2017-2022中国境内总储蓄率



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究绘制

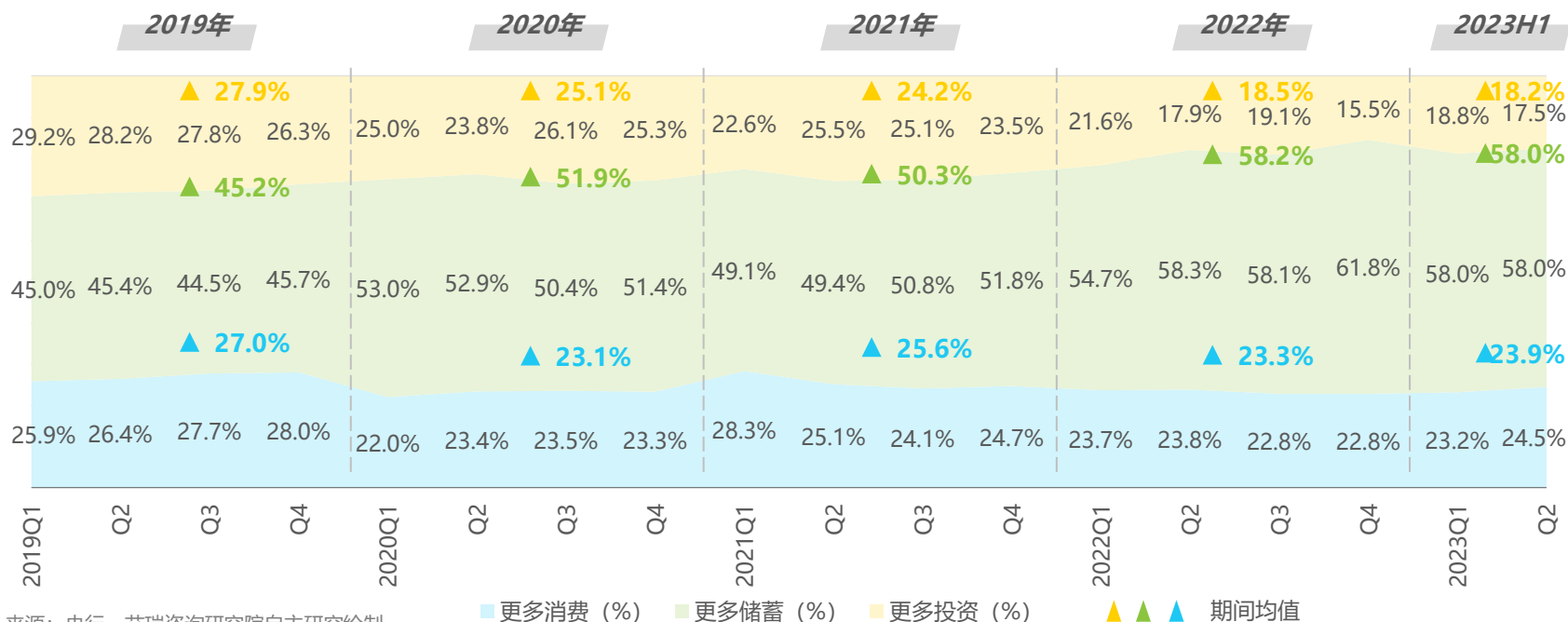
来源：国家统计局，CEIC，艾瑞咨询研究院自主研究测算与绘制

伤痕效应未退，居民收入预期待恢复(2/2) Research 艾瑞咨询

当前居民消费意愿与投资意愿显著低于疫前水平，在收入分配、要素投入、产业发展等方面的结构性改革或可提振居民信心

□ 居民除对预防性储蓄积累的倾向性增加外，对资本市场的信心也不足，根据央行对全国50个城市中的2万户城镇储户的问卷调查，2022年倾向于“更多消费”和“更多投资”的用户占比仅为23.3%和18.5%，低于2019年的27%和27.9%，“更多储蓄”的用户占比达到了历史最高的58.2%。2023上半年这一情况有所缓解，储蓄倾向下降、消费倾向上升，但变化幅度仍不明显。居民信心需要进一步被恢复。根据NIFD，**当前消费萎靡并不仅仅由疫情造成，长期的、内生性的结构性因素也是重要原因，因此需要通过结构性的改革来对症下药，如在收入分配结构方面，提高居民收入占国民收入比重；在要素投入结构方面，加快人才、科技、创新等高级生产要素投入；在产业结构方面，加快推动传统产业转型升级等。**

2019-2023H1中国城镇储户的消费、储蓄和投资意愿



来源：央行，艾瑞咨询研究院自主研究绘制

©2023.8 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

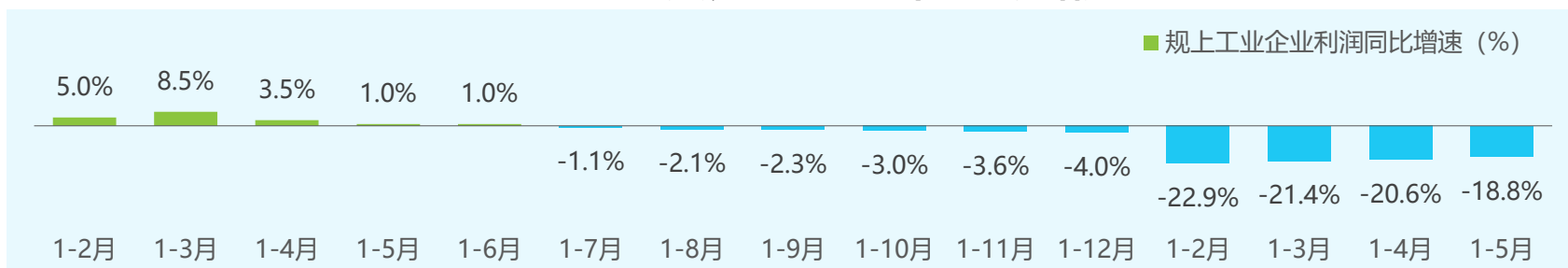
14

消费疲软与成本上涨,企业经营承压(1/2)

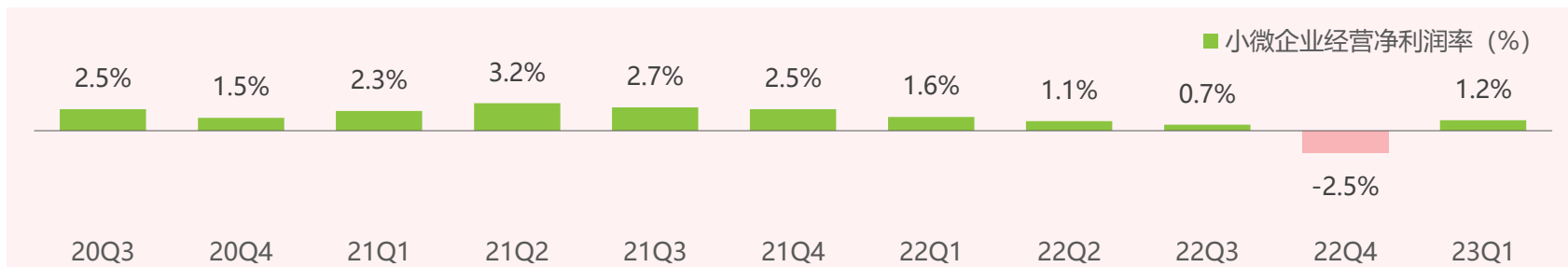
营业收入、利润率与现金流“三降”，以小微为典型代表的企业经营面临严峻生存压力，帮助小微企业加快“回血”是当务之急

- 近三年来，反复的疫情导致企业在发展过程中出现生产经营停顿、产品积压、合同违约、经营资金紧张等问题，企业营收、利润与现金流呈现同步下降趋势，不论是大中型企业还是小微企业，均面临着营收、利润率和现金流下降的问题。一方面，2022年以来，全国规模以上工业企业的利润额出现连续性同比下降现象，2023年以来同比降幅达到20%以上；另一方面，小微经营者的净利润率也在2021年第二季度以来呈现连续性下滑趋势，2022年Q4甚至达到了负值。
- 这其中，**小微企业作为国民经济的毛细血管，因此相对脆弱的承压性而受到的影响最深，在推动经济运行整体好转事，需要将广大小微企业的恢复与发展放到重要位置，帮助他们尽快“回血”。**

2022-2023年5月规上工业企业利润同比增速



2020Q3-2023Q1小微经营者净利润率



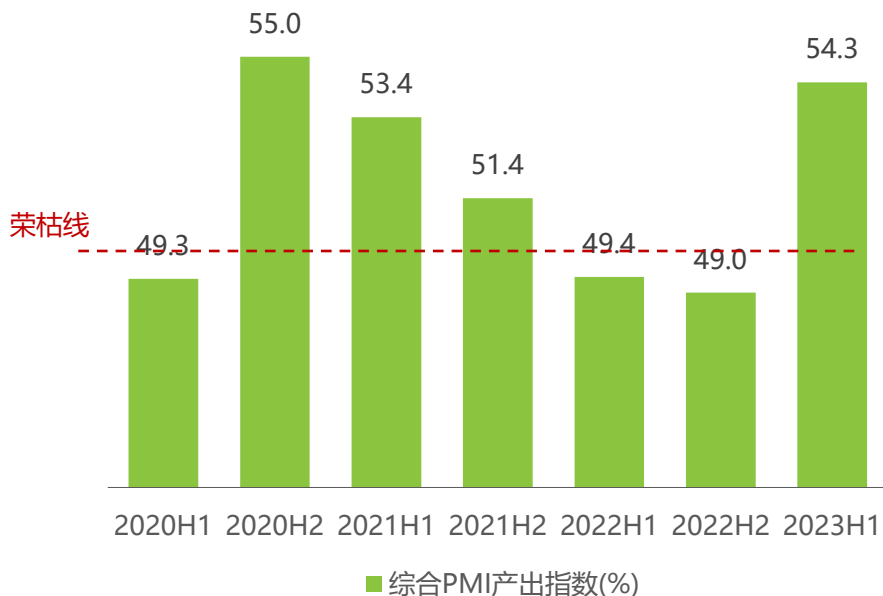
来源：国家统计局，《中国小微经营者调查》各季度报告，艾瑞咨询研究院自主研究测算绘制。

消费疲软与成本上涨,企业经营承压(2/2)

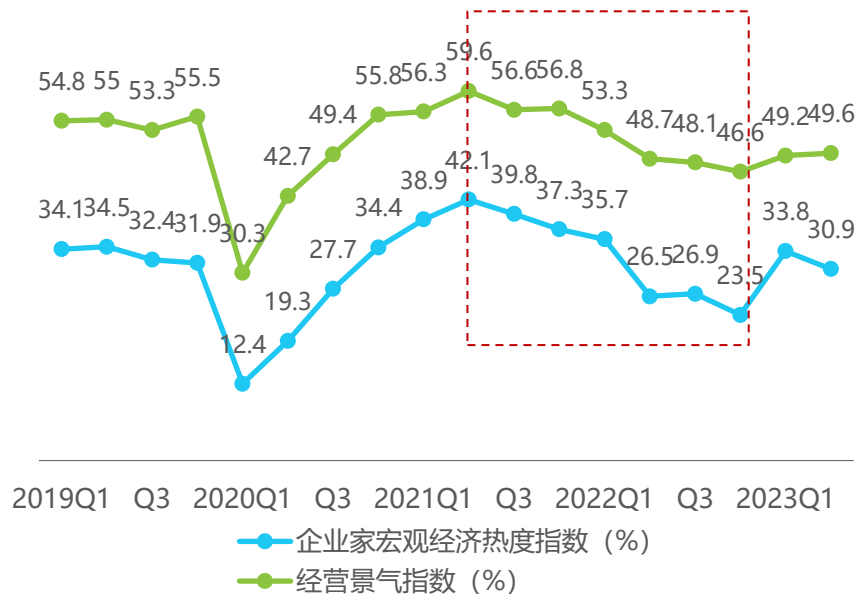
居民储蓄难以向企业流动，22年综合PMI处荣枯线以下，经营者对宏观发展与自身经营信心不足，23年内生性增长动能修复的发力点在于消费

- 由于宏观经济整体发展的不确定性，居民通过减少消费来主动积累预防性储蓄，大量的资金被闲置，对经济增长的贡献有限。另一方面，国际环境仍存在较大不确定性，产业复苏结构不平衡，特别是工业原材料价格上涨不断加大企业成本压力，企业经营者信心亦不足。
- 从数据上看，2022年全年综合PMI产出指数处于荣枯线50%以下，央行对5000户企业家的调查问卷显示了几近连续两年的对宏观经济与企业经营信心不足，直到2023年才开始有所恢复。**居民和企业预期不稳、信心不足，导致宽松的货币供应难以精准滴灌到实体经济，企业经营投融资意愿不足，进一步影响经济恢复，由于生产和投资的最终目的是消费，2023年经济内生性增长动能修复的发力点在于消费。**

2020-2023H1中国综合PMI产出指数



2019-2023Q2中国企业家宏观经济热度指数与经营景气指数



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究测算绘制。

来源：央行，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

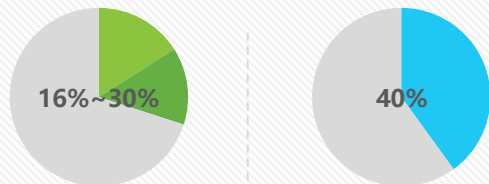
扩消费促内需一揽子政策措施在行动

国家已形成关于恢复和扩大消费的政策文件以及促进汽车等消费的一揽子政策举措，消费金融小微金融等信贷投放也将实施重要支持性作用

- 面对疫情带来的伤痕效应及整体所处经济周期，2022年以来，国家将扩大内需、促进消费放在最优先位置，接连发布多项政策鼓励居民消费，并于2022年底印发了《扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）》，给出了“十四五”时期实施扩大内需战略的主要目标：促进消费投资，内需规模实现新突破。完善分配格局，内需潜能不断释放。提升供给质量，国内需求得到更好满足。完善市场体系，激发内需取得明显成效。畅通经济循环，内需发展效率持续提升。2023年7月，国家发改委召开新闻发布会表示“前期，我们会同有关方面深入研究制约消费的当期和中长期因素问题，形成了关于恢复和扩大消费的政策文件以及促进汽车、电子产品消费的一揽子政策举措。”同时促进汽车消费、家居消费、电子产品消费等针对性政策接连发布，体现了国家大力促消费、提振经济的决心。
- 与此同时，2023年7月，国家金融监督管理举行银行业保险业2023年上半年数据发布会上介绍了2023年下半年将围绕国家政策开展工作，包括加强对恢复和扩大消费的政策支持、引导银行加大消费服务行业信贷投放、积极支持重点领域消费需求、引导金融机构立足职责定位优化金融服务等，其中重点提及了引导银行加大消费服务行业信贷投放。
- 小微金融对缓解小微企业流动性压力的重要性不容赘述；消费金融的作用是帮助用户打破资金约束、实现资金的跨期分配进而促进消费，且原银保监会从数据层面肯定了消费金融对经济的重要作用：“发挥金融对消费的促进作用，有效带动零售产销量增长。**实证测算表明，引入消费金融产品后，借款人消费金额提升16%~30%，合作商户销售额提升约40%，能够有效打破借款人当期预算约束，助力释放潜在消费需求，增强消费对经济发展的拉动作用。**”

引入消费金融产品后的效果

✓ 借款人消费金额提升： ✓ 合作商户销售额提升：



2022年以来部分国家层面促消费扩内需政策

- 2022年1月 商务部市场运行和消费促进司新闻发布会
- 2022年4月 《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》
- 2022年12月 中共中央 国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）》
- 2022年12月 商务部例行发布会：多措并举恢复和扩大消费
- 2023年7月 《关于促进汽车消费的若干措施》
- 2023年7月 《关于促进家居消费的若干措施》
- 2023年7月 《关于促进电子产品消费的若干措施》
- 2023年7月 国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》

来源：银保监会，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

02 / 市场洞察：行业发展现状

Industrial Perspective

01

普惠金融篇

ABSTRACTS

摘要

普惠金融篇

□ 普惠金融的概念与定义

- 普惠金融：个人、小微企业能够获取和使用一系列合适的金融产品和服务，这些金融产品和服务对消费者而言便捷安全，对提供者而言商业可持续
- 普惠金融贷款可简单分为消费性贷款与经营性贷款，普惠金融贷款的目标是提升贷款服务的覆盖率、可得性和满意度

□ 全口径贷款可作为普惠金融贷款规模测度

- 贷款市场以经营性贷款为主，近十年消费贷占比增长明显，但房地产市场变化及疫情冲击等造成2020年以来消费贷占比下降趋势

□ 普惠的普：中国普惠发展处世界前列

- 账户拥有及数字支付等金融基础设施较为完备，借贷参与率与资金筹集效率高于世界平均水平，从正规金融机构服务的比例显著提升

□ 普惠的惠：综合融资成本显著下降

- 利率市场化改革取得良好成效，“市场利率+央行引导→LPR→贷款利率”的传导渠道不断强化，各类主体实际贷款利率稳中有降
- 消费贷与经营贷新发放贷款加权平均利率均已显著下降，普惠的“惠”获得了阶段性成果，长期利率将继续下探

□ 政府级普惠金融综合服务平台进行时

- 数字中国建设进入全面推进新阶段，各省市政府纷纷牵头建立普惠金融综合性服务平台，政银企协同打破企业获得金融服务的信息不对称问题

□ 主要细分市场所处行业生命周期

- 业务复杂程度影响普惠金融不同细分市场的发展阶段：消费金融已步入成熟期，小微金融处成长期快速增长，供应链金融初入成长期亟待爆发

普惠金融的概念与定义 (1/2)

普惠金融：个人、小微企业能够获取和使用一系列合适的金融产品和服务，这些金融产品和服务对消费者而言便捷安全，对提供者而言商业可持续

Section 1 普惠金融的概念

- ✓ 普惠金融的概念在过去的几十年里发生了很大的变化，其在概念提出之初关注的是小额信贷及微型金融等产品和机构层面的活动，但现如今，普惠金融已经被视为国家和全球层面涵盖广泛的一个政策目标，包括了一系列产品、消费者群体、金融服务提供者、交付渠道、政府机构，以及其他利益相关方。
- ✓ 2016年初，国务院印发《推进普惠金融发展规划（2016—2020年）》，开宗明义对普惠金融给出定义：即普惠金融是指立足机会平等要求和商业可持续原则，以可负担的成本为有金融服务需求的社会各阶层和群体提供适当、有效的金融服务。小微企业、农民、城镇低收入人群、贫困人群和残疾人、老年人等特殊群体是当前我国普惠金融重点服务对象。
- ✓ 2018年，央行和世界银行集团联合发布了中国普惠金融报告：《全球视野下的中国普惠金融：实践、经验与挑战》，对普惠金融给出了一个全面的定义：个人、小微企业能够获取和使用一系列合适的金融产品和服务，这些金融产品和服务对消费者而言便捷安全，对提供者而言商业可持续。由于这一定义已经包含了其他国家和国际组织对普惠金融所作定义中的很多共同要素，涵盖更为广泛，本报告以此为准。
- ✓ 普惠金融的目标：提高金融服务的覆盖率、可得性和满意度，增强所有市场主体和广大人民群众对金融服务的获得感。

Section 2 普惠金融的业务范畴

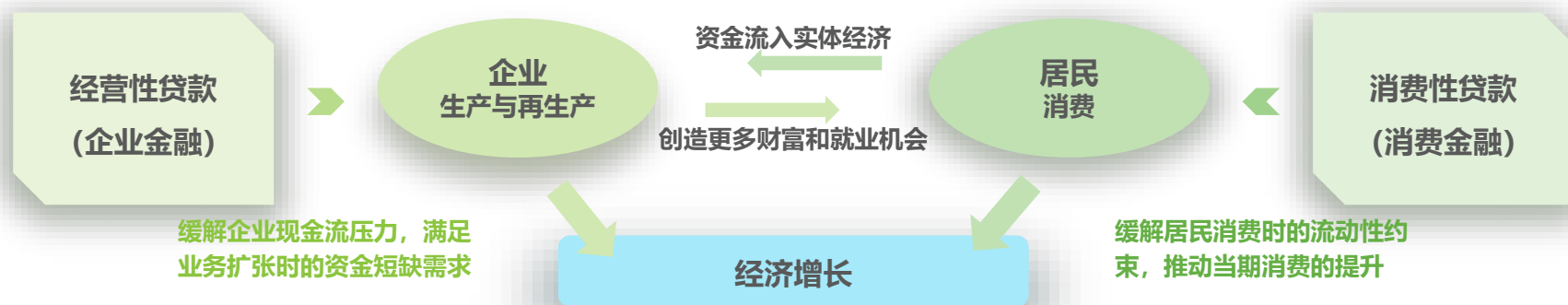
- ✓ 普惠金融概念所涉范围广，包含账户和银行卡服务、电子支付、投资理财、融资贷款、保险服务、资本市场等各种金融服务。其中，融资贷款类业务是普惠金融大范畴内最受关注的领域，行业大众通常会更多地将普惠金融的概念与融资业务进行关联，甚至有些人会直接将普惠金融等同于普惠金融贷款或普惠型小微企业贷款。本报告将聚焦普惠金融的融资类业务。

来源：央行，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

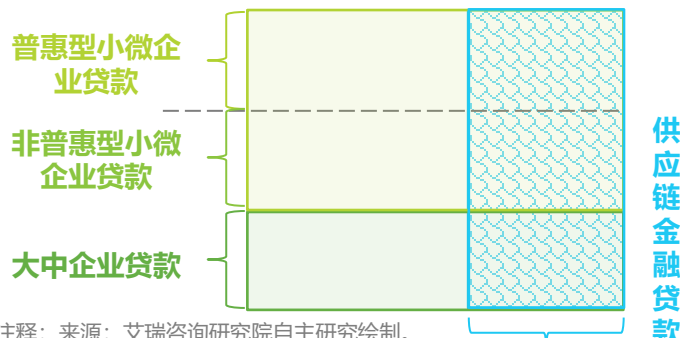
普惠金融的概念与定义 (2/2)

普惠金融贷款可简单分为消费性贷款与经营性贷款，普惠金融贷款的目标是提升贷款服务的覆盖率、可得性和满意度

- 金融贷款对于实体经济的作用：1) 消费性贷款通过缓解居民消费时的流动性约束来推动当期消费的提升，居民消费资金流入实体经济；2) 企业实现生产与再生产，经营性贷款在过程中缓解企业现金流压力、满足业务扩张时的资金短缺需求。



- 本报告聚焦于普惠金融中的融资贷款业务，包括消费金融、小微企业融资、供应链金融（融资）等，其中供应链金融由于被认为是“解决小微企业融资难问题最好的方式”，我们将其归于小微金融版块共同分析。
- 特别说明，央行对于普惠金融贷款的统计口径包括普惠型小微企业贷款、农户生产经营贷、创业担保贷款、助学贷款及脱贫人口贷款，其中普惠型小微企业贷款占绝对份额，本报告为方便分析与统一逻辑，将贷款业务简单分为经营性贷款与消费性贷款。



供应链金融可通过链上经营数据帮助金融机构服务更多中下微企业，进而提高普惠型小微企业贷款规模，提升金融服务覆盖面，同时由于供应链金融业务平均融资成本低于普通信用贷款，可以提升普惠型小微企业贷款满意度。

普惠金融贷款的目标：

- 普惠的“普”：提升覆盖率与可得性，扩大规模，服务更多下沉群体；
- 普惠的“惠”：提升满意度，用更低的价格提供更优质的服务。

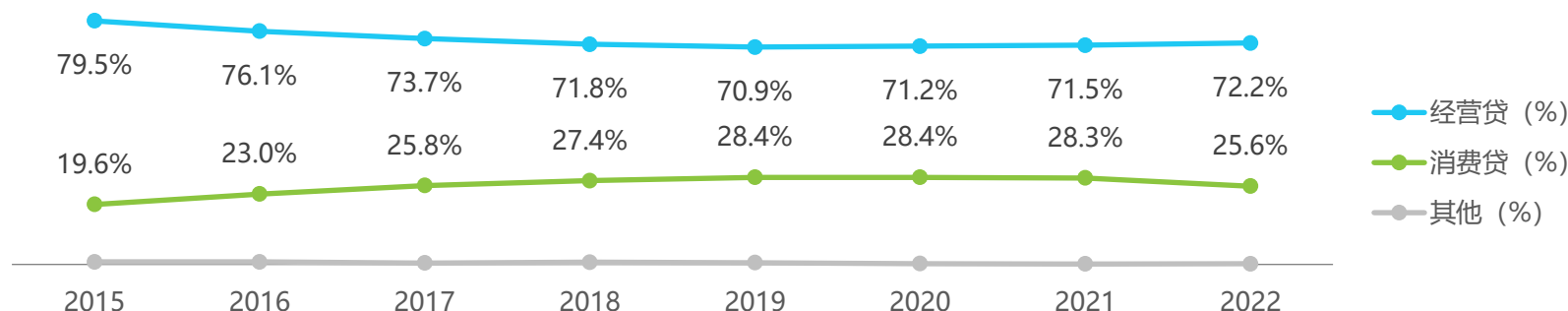
注释：来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

全口径贷款可作为普惠金融贷款规模测度

贷款市场以经营性贷款为主，近十年消费贷占比增长明显，但房地产市场变化及疫情冲击等造成2020年以来消费贷占比下降趋势

- 通常来说，要了解一个行业的发展必不可缺的是对该行业规模的测度，但普惠金融所涉业务范围非常广，包含账户和银行卡服务、电子支付、投资理财、融资贷款、保险服务、资本市场等各种金融服务，我们无法给到一个统一的口径来衡量。而聚焦到普惠金融贷款细分市场，央行所采用的普惠金融贷款的统计口径包括普惠型小微企业贷款、农户生产经营贷、创业担保贷款、助学贷款及脱贫人口贷款，其中普惠型小微企业贷款占了绝对性份额，该口径的设立初衷是放大普惠型小微企业贷款的重要性，但这并不意味着普惠金融贷款仅包含这些，事实上本报告的讨论范围大于该口径，由于我们将在后文针对小微企业贷款进行独立分析，这里暂不采用该口径数据。事实上，由于普惠金融是一个长久的目标性概念，追求的是金融业务覆盖度、可得性和满意度的持续提升，其终极理想状态将是所有消费者和经营者均获得并满意的金融服务，所以我们可以大胆的以全口径贷款规模来作为普惠金融贷款规模的测度。根据央行统计，2022年末中国金融机构人民币境内贷款余额为219万亿元。
- 贷款结构方面，根据贷款资金目标用途，可划分为经营类贷款与消费类贷款。总体来说，中国贷款市场以经营性贷款为主，但消费贷的占比已经实现了较大的提升。1) 2015年-2020年间，中国金融机构贷款中消费贷占比逐年上升。从需求端来看，个人消费贷占比增加的原因一是因为消费升级带来的金融需求增加，二是因为个人的信用消费意识逐步提高；从供给端来看，金融机构近年增加了个人信贷产品的供给。2) 但2020年以来这一趋势发生了变化，消费贷占比出现连续下降。一方面源于政策层面为支持企业应对疫情冲击而加大的资金供给，另一方面则由于疫情、房地产市场变化等因素限制了个人消费贷款的规模增长。

2015-2022中国金融机构人民币境内贷款余额规模结构



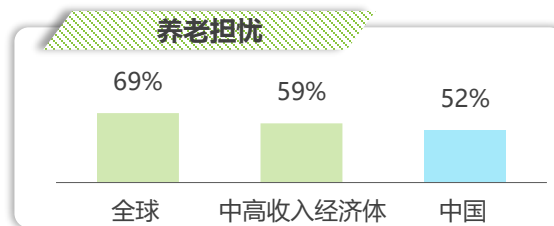
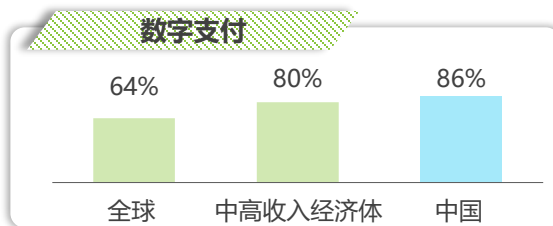
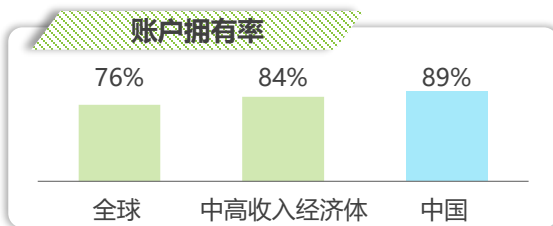
注：经营贷包括企事业单位贷款与住户部门个人经营贷，消费贷指住户部门个人消费贷，其他指非银行业金融机构贷款。

来源：央行，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

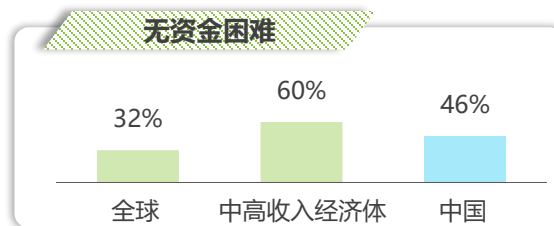
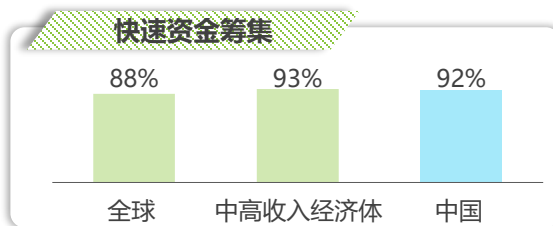
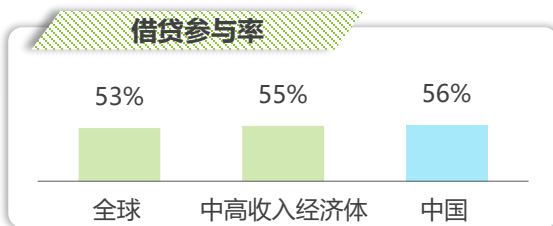
普惠的普：中国普惠发展处世界前列

账户拥有及数字支付等金融基础设施较为完备，借贷参与率与资金筹集效率高于世界平均水平，从正规金融机构服务的比例显著提升

- 近年来，中国普惠金融的理念和实践发生显著变化，包括传统金融机构和科技公司在内的各类金融服务提供者纷纷涌现，国家层面出台的一系列政策与方法也逐渐显现出了效果，中国在普惠金融方面已经取得了巨大进步。2022年6月，世界银行发布了最新全球普惠金融调查（Global Findex）数据，中国多项普惠金融指标增长明显，较多普惠金融核心指标位居中高收入经济体前列。
- **从宏观上看：**一方面，**普惠金融基础设施建设较为完备。**截至2021年末，中国居民的账户拥有率和数字支付使用率均高于了全球水平，也高于了中高收入经济体的均值；另一方面，**经济发展与社会保障显著进步为居民带来安全感提升。**中国居民在医疗、养老、教育、日常消费等方面的财务担忧均低于全球，其中对养老的担忧比例还低于中高收入经济体均值。



- **聚焦到贷款领域，中国居民的借贷参与率及快速筹集到资金的效率也获得了较大提升。**1) 截至2021年末，中国居民的借贷参与率高于全球水平，也高于中高收入经济体均值；2) 超过90%的中国居民可以在30天内筹集到应急资金，高于全球水平，与中高收入经济体平均水平接近；3) 表示不存在资金筹集困难的中国用户达60%，高于全球水平与中高收入经济体平均水平。



- 此外，**中国居民通过正规金融机构获得金融服务的比例显著提升。**数据显示，2017年中国居民通过正规金融机构储蓄和借贷的受访者比例为34%和22%，到2021年已经上升到了45%和31%。



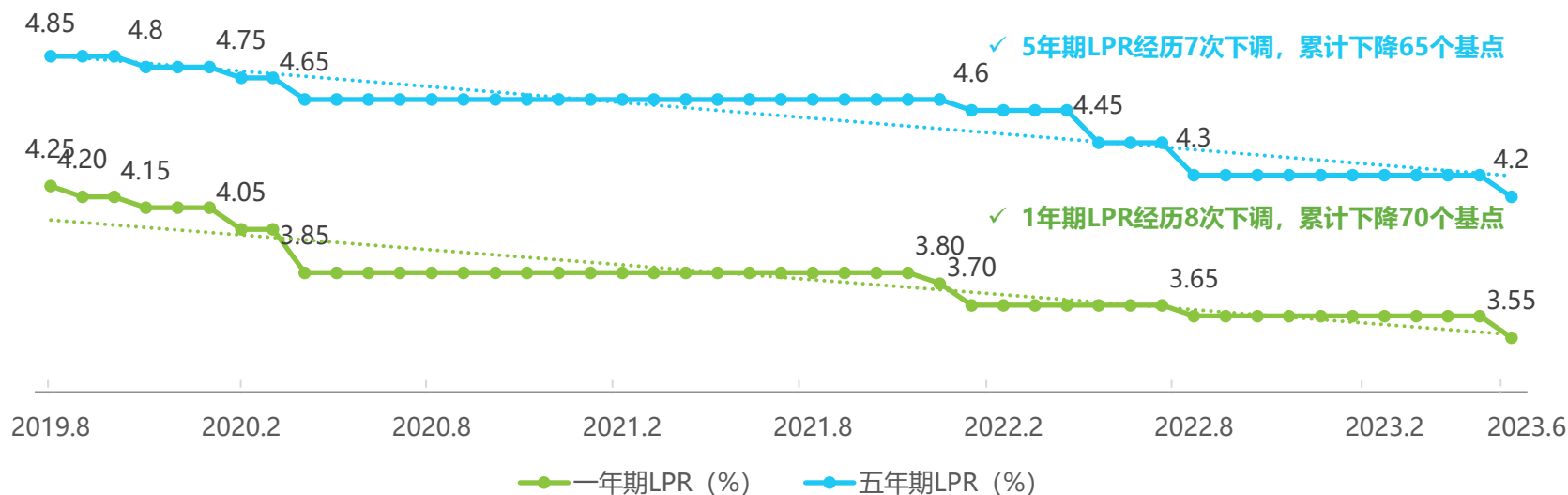
来源：《中国普惠金融指标分析报告》 艾瑞咨询研究院自主研究绘制

普惠的惠：综合融资成本显著下降 (1/2)

利率市场化改革取得良好成效，“市场利率+央行引导→LPR→贷款利率”的传导渠道不断强化，各类主体实际贷款利率稳中有降

- 利率是资金的价格，对宏观经济均衡和资源有效配置具有重要导向作用，作为反映资金稀缺程度的信号，利率的高低直接影响居民的储蓄和消费、企业的投融资决策以及进出口和国际收支。中国的金融体系以银行体系为主导，银行贷款是最主要的融资工具，因此贷款利率是中国利率体系的关键。2013年12月，央行组织发布了LPR，作为贷款定价的市场化参考指标，但运行中报价行仍主要参考贷款基准利率报价，导致原LPR市场化程度不高，运用范围也较为有限。
- 2019年8月，按照国务院部署，央行改革完善LPR形成机制，疏通货币政策传导渠道，推动降低贷款利率。经过三年多持续深化，利率市场化改革取得良好成效，“市场利率+央行引导→LPR→贷款利率”的传导渠道不断强化，各类主体实际贷款利率稳中有降。经统计，自2019年8月以来，我国1年期LPR经历了8次下调，累计下降70个基点，5年期LPR经历7次下调，累计下降65个基点。
- 另一方面，由于通胀和经济表现的差异，2022年我国采取了不同于主要发达国家的宽松的货币政策，政策利率引导市场利率下行，资金利率、信贷利率、债券利率的利率中枢基本都低于2020年水平，为实体经济复苏提供有力的金融环境。

2019年8月-2023年6月中国贷款市场报价利率LPR



来源：央行，艾瑞咨询研究院自主研究绘制

©2023.8 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

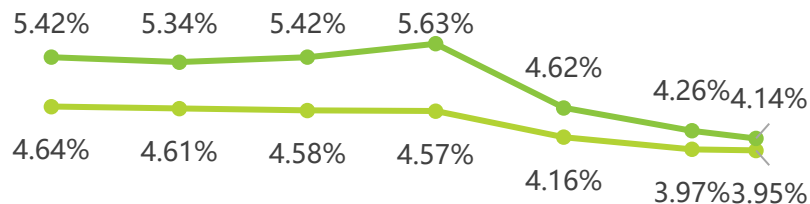
25

普惠的惠：综合融资成本显著下降 (2/2) iResearch 艾瑞咨询

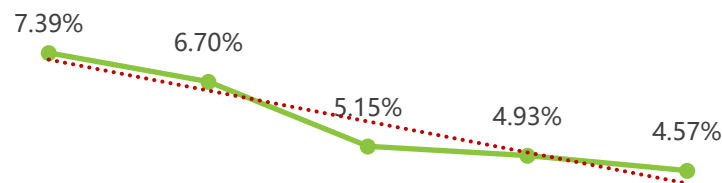
消费贷与经营贷新发放贷款加权平均利率均已有显著下降，普惠的“惠”获得了阶段性成果，长期利率将继续下探

- 受利率市场化改革及疫情以来宽松的货币政策影响，2021-2022两年间，中国消费性贷款与经营性贷款的利率都有了大幅下降，企业与居民的实际综合融资成本减少。而国家自2018年以来大力鼓励支持的普惠型小微企业贷款利率自2018年以来就始终在下降，到2023年5月新发放普惠型小微企业贷款利率已经达到了4.57%。
- 此外，狭义消费金融领域亦在通过政策引导促进居民综合融资成本下降，包括民间借贷司法保护上线、消费金融公司提供贷款综合融资成本窗口指导从36%变更为24%、信用卡贷款利率上下限取消等。
- 未来，在利率市场化机制下，预计长期利率就继续稳中有降，金融普惠性水平持续上升，

2020年6月-2023年3月新发放
贷款加权平均利率



2018年-2023年5月新发放普惠型
小微企业贷款加权平均利率



2020年6月 2020年12月 2021年6月 2021年12月 2022年6月 2022年12月

● 企业贷款加权平均利率 ● 个人住房贷款加权平均利率

2018全年 2019全年 2020全年 2021全年 2023年5月

● 普惠型小微企业贷款加权平均利率

来源：央行，艾瑞咨询研究院自主研究绘制

©2023.8 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

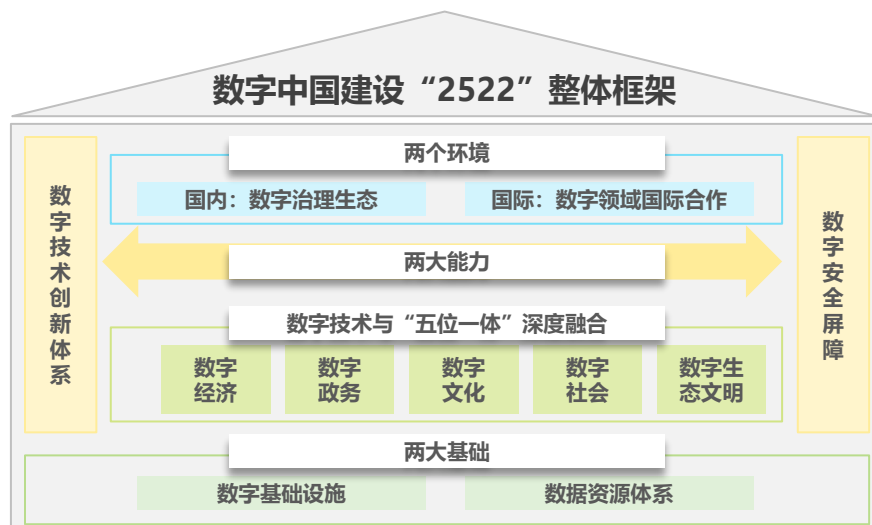
www.iresearch.com.cn

26

政府级普惠金融综合服务平台进行时

数字中国建设进入全面推进新阶段，各省市政府纷纷牵头建立普惠金融综合性服务平台，政银企协同打破企业获得金融服务的信息不对称问题

- 党的二十大报告指出，要加快建设网络强国、数字中国。建设数字中国是数字时代推进中国式现代化的重要引擎，是构筑国家竞争新优势的有力支撑。今年2月，《数字中国建设整体布局规划》公布，按照夯实基础、赋能全局、强化能力、优化环境的战略路径，明确了数字中国建设“2522”的整体框架，从党和国家事业发展全局的战略高度作出了全面部署，数字中国建设进入整体布局、全面推进的新阶段。发展数字经济也是构建现代化经济体系的重要支撑。2022年，我国数字经济规模达50.2万亿元，总量排名世界第二，占GDP的比重提升至41.5%，数字产业规模稳步增长，数字技术和实体经济融合日益深化，企业数字化转速加速推进，新的业态新的模式不断涌现，数字经济已经成本为稳增长促转型的重要引擎。
- 在此背景下，2022年以来各地政府纷纷牵头搭建普惠金融综合服务平台，这些平台通常由当地具有科技领先优势的银行或金融科技公司提供技术支持，以大数据、云计算、人工智能等为依托，帮助银行与中小微企业建立高效链接。一方面，平台以金融产品超市的方式为各银行提供产品展示，有助于中小微企业进行对比选择最适合自己的产品；另一方面，平台与各银行合作，将政府补贴、扶持政策等内容嵌入到产品中，为符合标准的中小微企业提供金融服务支持，中小微企业获得金融服务的信息不对称问题进一步得到改善。此外，随着政府级数据集团的成立运营，数据的获取、使用、流转等愈加合规化、标准化，银行等金融机构得以更高效的实现关键数据分析，提升中小微企业金融服务效率。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

部分政府级普惠金融综合服务平台

省级平台：



市级平台：



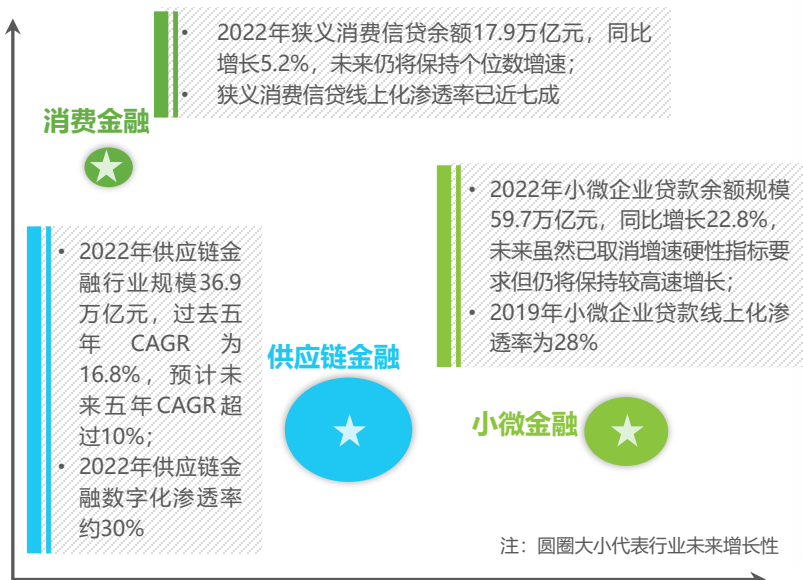
主要细分市场所处行业生命周期

业务复杂程度影响普惠金融不同细分市场的发展阶段：消费金融已步入成熟期，小微金融处成长期快速增长，供应链金融初入成长期亟待爆发

- 本报告聚焦贷款融资类业务，且主要分析消费金融、小微金融及供应链金融，消费金融服务C端消费者，而小微金融与供应链金融则面向B端企业，业务的复杂程度及互联网发展过程共同决定了三个细分市场的发展进程：消费金融已步入成熟期，小微金融处成长期快速增长，供应链金融初入成长期亟待爆发。
- 一方面，中国的互联网化兴起于消费互联网，人口红利助力消费互联网爆发式增长，目前已步入成熟稳定期，消费金融与互联网金融几乎同步发展，但产业互联网的发展刚刚开始；另一方面，消费金融业务逻辑简单、产品标准化程度高，但企业金融复杂、行业与行业间的巨大差异使得其需要更多定制化的、与行业深度融合的金融产品，但目前不论是小微金融还是供应链金融都还未能完全实现。

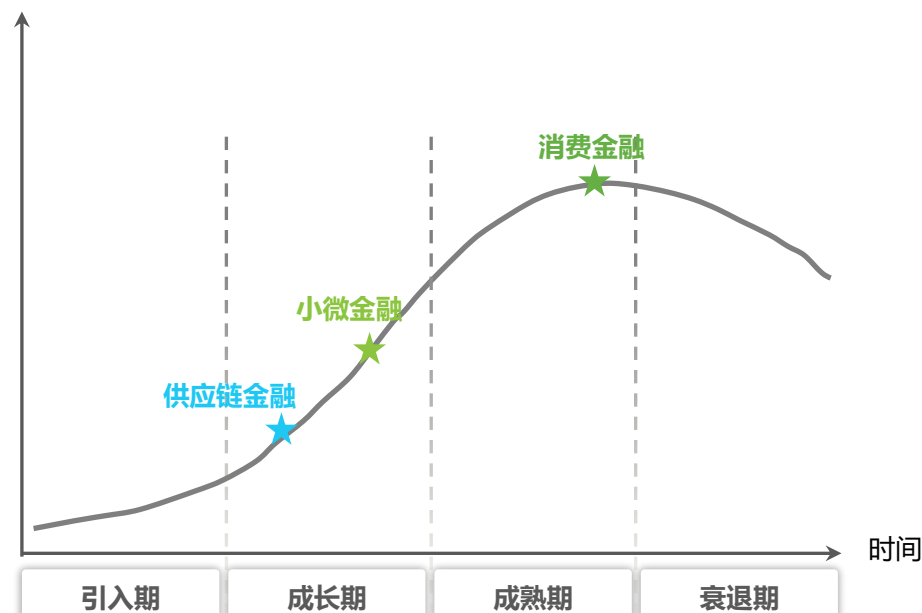
中国普惠金融主要细分市场发展现状对比

科技渗透率



中国普惠金融主要细分场所处生命周期

行业成熟度



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

当下行业规模

引入期

成长期

成熟期

衰退期

02

消费金融篇

ABSTRACTS

摘要

消费金融篇

■ 政策环境

□ 居民部门杠杆率或将进一步攀升

- 为刺激并恢复消费，居民部门杠杆率控制出现转折信号，监管意在通过消费性贷款来适当加杠杆，但整体杠杆率仍将处于合理水平

□ 消金公司将承担更多功能性使命

- 扩大对“新市民”提供消费金融服务的使命将更多由消金公司承担；消金公司纳入央行统计后监管方式与范围将逐渐与商业银行保持一致

□ 平台企业金融业务进入常态化监管阶段

- 互联网贷款与征信断直连大限已至，14家平台合规整改完成正待验收，其他平台企业将吸收同业经验继续行业整改进程但会获得一定过渡期

■ 行业规模

□ 狭义消费信贷规模不及预期，渗透率失真

- 疫情影响于第三年达到最值，22年狭义消费信贷余额规模增速不及预期，但更低增速的社消零售总额从数据层面拉高了狭义消费信贷渗透率

□ 居民借贷行为收缩但还款压力继续增加

- 收入-借贷比指标可从流动性角度体现居民还款压力大小；当前可支配收入水平下居民还款压力增高，需尽快提高收入水平来恢复居民借贷意愿

■ 市场格局

□ 银行为主非银类金为辅的格局基本形成

- 金监局成立，金融控股公司等非银机构被正式纳入其监管体系，银行为主、非银类金为辅的信贷供给格局与监管格局均已基本形成

□ 互金助贷减少而银行自营兴起

- 2022年互金平台重心在于合规整改与存量维稳，对狭义消费信贷规模增长呈反向拖拽，银行自营消费贷放量上涨实现份额首超互金平台

ABSTRACTS 摘要

消费金融篇

■ 数字渗透

□ 互联网消费金融行业规模增速达到新低

- 因各主体产品久期差异及余额的累计效应，行业放款增速首次低于余额，行业核心驱动力由互金平台转为传统金融机构的互联网化已成事实

□ 狭义消费信贷线上化渗透率异动下降

- 互金平台积极参与下，狭义消费信贷线上化渗透率已近七成，但22年互金平台缩量造成狭义消费信贷线上增量不足线上渗透率反而下降

■ 商业模式

□ 助贷对互联网消费金融贡献率继续下降

- 互金平台整改、持牌机构数字化水平上升与零售业务结构化转型等造成2022年助贷规模首次下降，未来规模将恢复上升但贡献率会继续缩减

□ 合规整改后助贷业务更趋市场化

- 银行风控自主性提高造成平台助贷业务推荐通过率下降，风控审慎标准差异造成合作金融机构的服务用户资质出现分层

■ 互金格局

□ 互金平台份额正向其他主体迁移

- 持牌金融机构对互联网消费金融行业规模的贡献率反超互金平台到54%

□ 互金平台与持牌机构集中度呈相反趋势

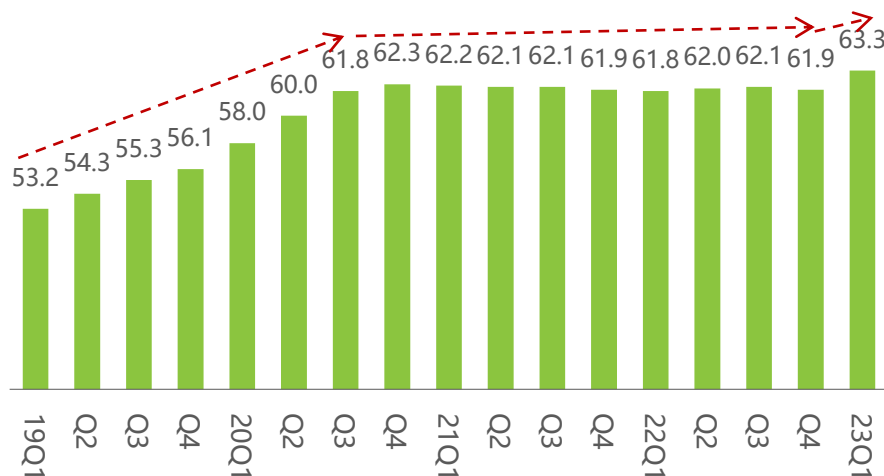
- 短期内单一持牌机构业务难对行业CR10产生质的影响，头部平台业务恢复后市场集中度将恢复上升，但行业整体集中度的长期趋势仍下降

居民部门杠杆率或将进一步攀升

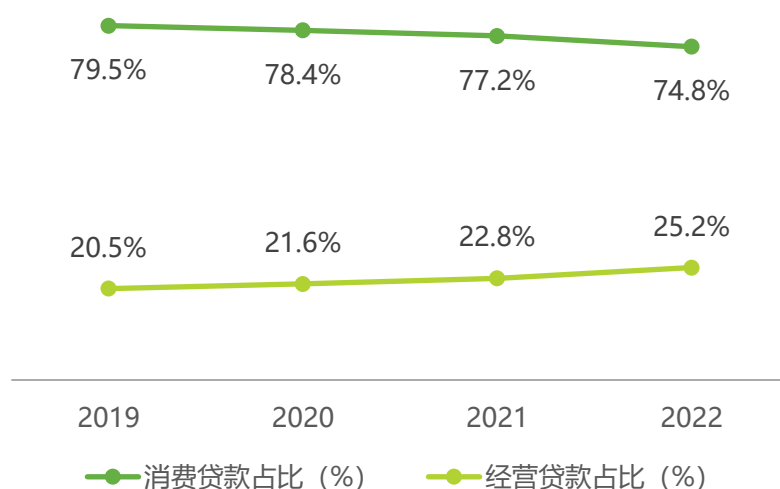
为刺激并恢复消费，居民部门杠杆率控制出现转折信号，监管意在通过消费性贷款来适当加杠杆，但整体杠杆率仍将处于合理水平

- 2008年以来，我国居民部门贷款余额持续上升，居民部门杠杆率的快速上涨引起了国家和社会各界的高度重视，2020年Q4，我国居民部门宏观杠杆率到达了历史高位62.3%，虽然剔除经营性债务后实际杠杆率在国际上处于正常水平，但监管还是明确提出“要高度警惕居民杠杆率过快上升的透支效应和潜在风险，不宜依赖消费金融扩大消费”。此后，**受房地产交易量大幅下降、居民消费意愿不强等影响，2021-2022年间住户部门居民杠杆率始终比较平稳，而且由于消费低迷，个人经营性贷款成为了居民加杠杆的主要形式，近几年居民部门贷款中消费贷款占比持续下降而经营贷款持续上升**，到2022年末，经营性贷款占比已经达到了25.2%。
- 2023年7月31日，《国务院办公厅转发国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知》提到“**更注重以真实消费行为为基础，推动合理增加消费信贷**。在加强征信体系建设的基础上，合理优化小额消费信贷和信用卡利率、还款期限、授信额度。”**这里体现一个转折，即监管意在适当通过消费性贷款来刺激消费，未来中国居民部门宏观杠杆率可能会进一步攀升，且消费性贷款在其中的贡献会回升。不过，随着消费的恢复与GDP增加，居民部门杠杆率整体仍将处于合理水平区间。**

2019-2023Q1中国居民部门宏观杠杆率



2019-2023Q1中国居民部门贷款结构



注：居民部门贷款结构为基于金融机构人民币境内贷款余额数据计算得到。

来源：国家金融与发展实验室、央行、艾瑞咨询研究院自主研究绘制

消金公司将承担更多功能性使命

扩大对“新市民”提供消费金融服务的使命将更多由消金公司承担；消金公司纳入央行统计后监管方式与范围将逐渐与商业银行保持一致

□ 消费金融公司是经原银保监会批准的唯一以向居民提供消费为目的贷款的非银行金融机构，作为商业银行的补充，其在消费金融领域承担着更多功能性使命。

一、“新市民”成为刺激与消费的重要关注群体，扩大对“新市民”提供消费金融服务的使命将更多由消费金融公司承担。

- 2022年3月，原银保监与央行联合发布《关于加强新市民金融服务工作的通知》，“新市民”群体受到关注，同月银保监会非银部发表文章《引领消费金融公司规范有序发展》，特别提出了消费金融公司在“新市民”金融服务方面所作出的贡献。
- 诚然，在消费金融领域，消费金融公司的定位本身就是作为商业银行消费金融业务的补充，其目标用户更多是在商业银行无法获得审批授信的“次优”用户，而“新市民”群体的画像与其高度重合，可以肯定，在接下来刺激与恢复消费的很长一段周期内，“新市民”的消费与消费金融服务重要性被关注与提升，消费金融公司将在这一过程中承担更多使命。

- 2022年3月 中国银保监会 中国人民银行《关于加强新市民金融服务工作的通知》
 - 扩大金融产品和服务供给，促进新市民创业就业，包括“加强对新市民创业的信贷支持”“加大对吸纳新市民就业较多小微企业的金融支持力度”等。
- 2022年3月 银保监会非银部发表文章《引领消费金融公司规范有序发展》
 - 1) 肯定了消费金融公司自设立之初以来在促进消费增长、填补中低收入人群金融服务空白、发挥消费对经济增长的拉动作用等方面取得的良好成效，指出了消费金融公司在获客、资金、风控、精细化管理等方面面临的挑战。2) 明确提出2022年以来，消费金融行业积极顺应服务新市民的政策导向，针对新市民开发174个专属信贷产品，30家消费金融公司累计向新市民发放消费贷款1652.22亿元。

二、监管对消费金融公司的重视度进一步提升，未来消费金融公司的监管方式与程度将越来越与商业银行保持一致。

- 2022年12月，银保监会发布《银行保险机构公司治理监管评估办法》，消费金融公司首次被纳入《银行保险机构公司治理监管评估办法》监管范围。2023年2月，央行在2023年1月金融统计数据报告中宣布将消费金融公司纳入金融统计范围。一系列操作体现了监管层对消费金融公司的愈加重视，未来针对消费金融公司的监管力度与范围也将进一步加大，包括此前已经公布的商业银行互联网贷款业务的一系列相关政策也适用于消费金融公司业务，可以肯定的是未来消费金融公司的监管方式与范围将越来越与商业银行保持一致。
- 2022年12月 银保监会《银行保险机构公司治理监管评估办法》
 - 将原评估办法中的评估对象商业银行和商业保险公司，扩大至农村合作银行、金融资产管理公司、金融租赁公司、企业集团财务公司、汽车金融公司、消费金融公司及货币经纪公司等。消费金融公司首次被纳入《银行保险机构公司治理监管评估办法》监管范围
- 2023年2月 央行《2023年1月金融统计数据报告》
 - 自2023年1月起，人民银行将消费金融公司、理财公司和金融资产投资公司等三类银行业非存款类金融机构纳入金融统计范围。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

平台企业金融业务进入常态化监管阶段

互联网贷款与征信断直连大限已至，14家平台合规整改完成正待验收，其他平台企业将吸收同业经验继续行业整改进程但会获得一定过渡期

- 2021年以来，蚂蚁集团等14家网络平台针对持牌经营、个人征信“断直连”、金融消费者保护等方面展开合规整改，经历了主动积极完成合规整改和被动应对疫情影响的“阵痛”，2022年7月央行、国家金融监督管理总局、证监会共同发布新闻表示“**目前平台企业金融业务存在的大部分突出问题已完成整改。金融管理部门工作重点从推动平台企业金融业务的集中整改转入常态化监管。**”当前14家平台正待监管方验收。

平台企业金融业务整改发展历程

- 2020年11月-2021年4月 • 蚂蚁集团在上市叫停后三次被监管约谈要求整改，蚂蚁集团成立整改工作组，全面落实整改要求。
- 2021年4月 • 央行、银保监会等多金融管理部门就金融业务持牌经营、依法合规开展个人征信业务、强化金融消费者保护机制等议题联合约谈腾讯、京东金融、360数科和字节跳动等13家网络平台机构，要求被约谈企业对照问题全面深入开展自查、制定整改方案。
- 2021年7月 • 央行征信管理局下发通知要求13家网络平台机构实现个人信息与金融机构全面“断直连”。
- 2021年9月 • 《征信业务管理办法》规定“金融机构不得与未取得合法个人征信业务资质的市场机构开展商业合作获取个人征信服务”，从法规层面将个人信息“断直连”升级成为面向整体金融业的政策要求，同时允许暂未取得征信业务资质但实质从事征信业务的市场机构在2023年6月底前完成整改。
- 2022年7月 • 《关于加强商业银行互联网贷款业务管理提升金融服务质效的通知》发布，进一步细化明确商业银行贷款管理和自主风控要求，推动商业银行和合作机构规范开展业务合作，促进互联网贷款业务高质量发展。同时将包括“断直连”在内的存量业务整改期限统一延长至2023年6月30日。
- 2023年1月 • 央行举行新闻发布会表示“2020年11月以来，金融管理部门指导督促蚂蚁集团等14家大型平台企业的一些突出问题扎实开展整改，目前已基本完成整改。平台企业金融业务的常态化监管框架也已初步形成。”
- 2023年2月 • 央行召开2023年金融市场工作会议，总结2022年金融市场和信贷政策工作，并安排部署2023年重点工作，会议再次定调平台企业金融整改问题，明确2023年“要推进大型平台企业金融业务全面完成整改，加强常态化监管，支持平台企业健康规范发展”。
- 2023年7月 • 央行、国家金融监督管理总局、证监会共同发布新闻表示，目前平台企业金融业务存在的大部分突出问题已完成整改。金融管理部门工作重点从推动平台企业金融业务的集中整改转入常态化监管。

- 2023年7月，由中国互金协会牵头、蚂蚁科技等5家头部公司共同参与撰写的《中国互联网助贷业务发展研究报告》发布，作为行业内首份针对助贷业务的自律性文件，报告一方面厘清了互联网助贷业务的边界及定义、肯定了助贷业务模式的价值与意义，并详细梳理了我国互联网助贷业务的发展历程、业务模式、存在价值、风险挑战及国内外经验，对同业提出了务实可行的政策建议，为后续深入研究解决助贷业务痛点难点问题奠定了基础。

- 另一方面，报告在整改大限结束的时间节点下发布，也释放了14家平台整改工作基本完成，将会把过去总结的经验归纳成册、为行业内其他平台企业的合规整改提供参考与引导的信号，预计行业内其他平台将会紧跟其后、在平台企业金融业务常态化监管的背景下展开合规整改。不过，在宏观恢复与提振经济的背景下，预计监管层会给行业一定的过渡期。

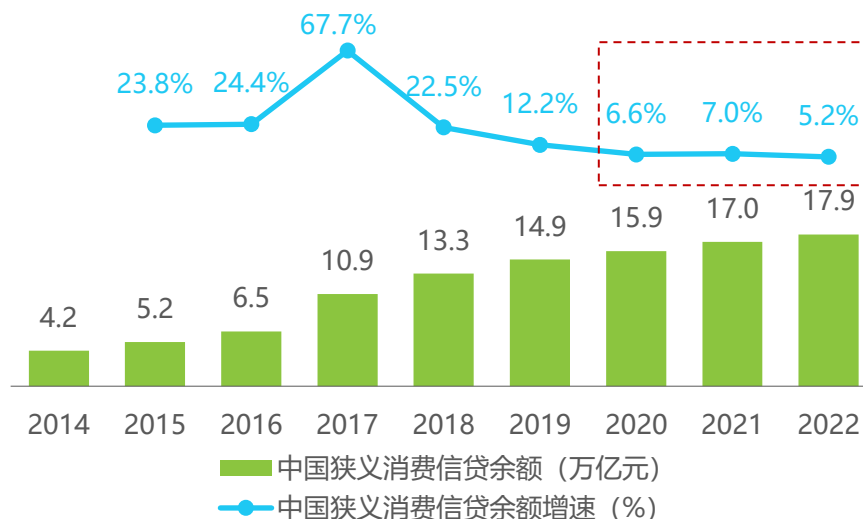
来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算。

狭义消费信贷规模不及预期，渗透率失真 iResearch 艾瑞咨询

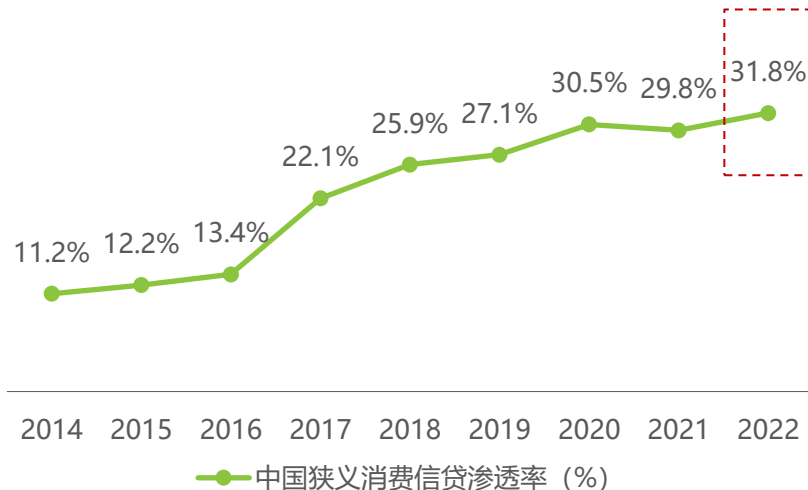
疫情影响于第三年达到最值，22年狭义消费信贷余额规模增速不及预期，但更低增速的社消零售总额从数据层面拉高了狭义消费信贷渗透率

- “双循环”格局下，消费是扩大内需、拉动经济的关键引擎，疫情后“伤痕效应”未褪进一步强化了快速恢复消费的重要性。消费金融作为支持居民消费和实体经济的助推器，其健康有序发展将关乎国家战略的落地成效。**十载匆匆，我国消费金融经历了爆发式增长，2022年我国狭义消费信贷规模接近18万亿。**但纵观历史数据变化，近三年行业规模增速均为个位数，原因在于：1) 我国居民杠杆率快速上升，监管明确提出“要高度警惕居民杠杆率过快上升的透支效应和潜在风险，不宜依赖消费金融扩大消费”；2) 作为行业重要驱动力的互联网金融平台合规整改加速，规模增长受限；3) **新冠疫情的影响于2022年进一步加深，居民还款能力下降且对未来预期比较悲观，借贷行为收缩，因此2022年狭义消费信贷余额规模不及预期**（此前我们预测2022年底规模将达19万亿）。
- 与此同时，**2022年狭义消费信贷渗透率达到了31.8%，却远远超出了预期**（此前我们预测2022年底渗透率仍不足30%），主要原因在于22年居民消费疲软，社消零售总额几乎没有增长，造成狭义消费信贷渗透率从数据层面实现了跃升，**但该异常数据并不能得出我们22年居民狭义消费信贷渗透快速变深的结论。**

2014-2022年中国狭义消费信贷余额及增速



2014-2022年中国狭义消费信贷渗透率



注释：1. 狭义消费信贷余额是指居民不包含房贷的消费信贷余额，包括由银行、消费金融公司、汽车消费金融公司、小贷公司及各类互联网消费金融机构提供的消费信贷余额。中国狭义消费信贷余额中减除了信用卡免息部分余额。3. 中国狭义消费信贷余额渗透率=中国狭义消费信贷余额/中国社会消费品零售总额。

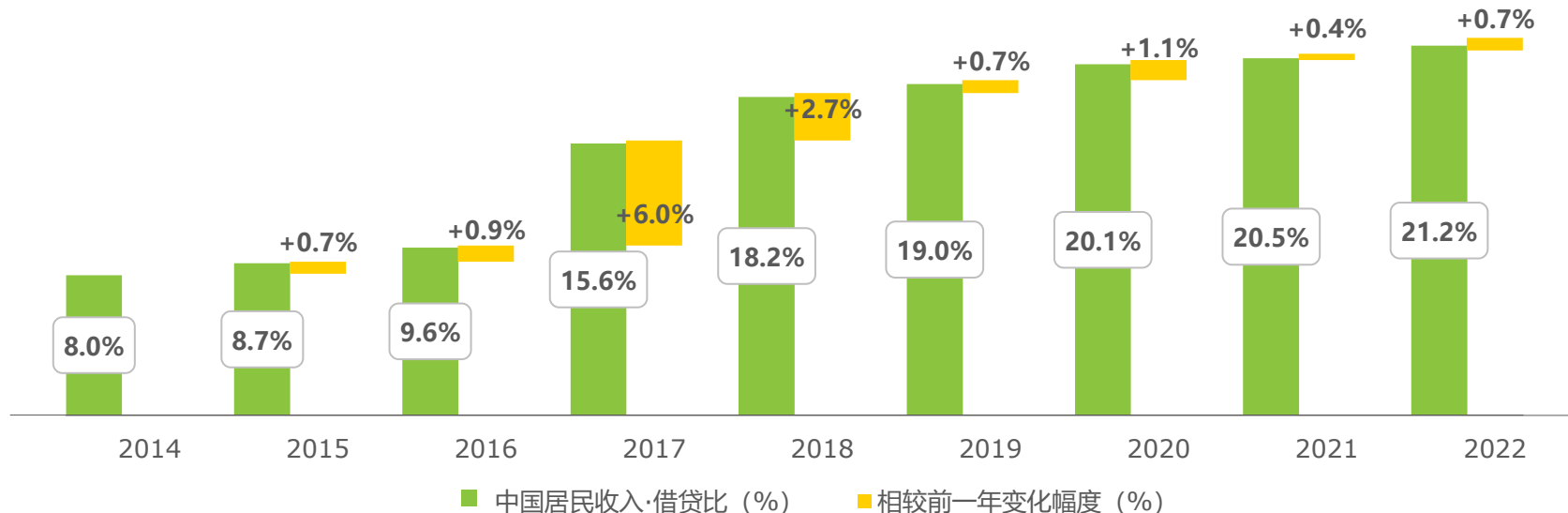
来源：中国人民银行、国家统计局、CNAPS、wind、东方财富、艾瑞咨询研究院自主研究测算

居民借贷行为收缩但还款压力继续增加

收入·借贷比指标可从流动性角度体现居民还款压力大小；当前可支配收入水平下居民还款压力增高，需尽快提高收入水平来恢复居民借贷意愿

- 狭义消费信贷渗透率体现了居民在消费行为中所采用借贷的比率，但由于分子贷款余额是存量概念而分母社消零售总额是当年发生量概念，使得渗透率数据容易在非常规情况下（如新冠疫情）出现异常进而失真，因此，我们需要通过一个可避免该情况的指标去进行辅助判断。居民可支配收入一般是指居民用于最终消费支出和储蓄的总和，其与贷款余额一样属于存量概念，类似一个有进有出的“蓄水池”，因此我们采用了“收入·借贷比”指标，当某年收入·借贷比为a%时，说明居民可支配收入水平中有a%是被待偿还贷款约束了流动性的，也就是居民当前可支配收入水平下所承载的借贷压力。
- 虽然2022年狭义消费信贷余额规模不及预期、增速进入历史低位，但当年居民收入·借贷比达到了21.2%，相比前一年增加了0.7个百分点，与疫情前的2019年增幅一致，这说明，虽然居民借贷行为有所收缩，但由于收入受影响，居民实际还款压力反而继续增加了，这也是居民消费率下降、储蓄率上升、借贷意愿下降的原因之一，较高的还款压力可能会进一步影响居民借贷行为，在恢复消费的大背景下，居民需要尽快恢复收入水平来缓解还款压力下的流动性约束，进而逐步恢复居民借贷意愿。

2014-2022中国居民收入·借贷比



来源：国家统计局、艾瑞咨询研究院自主研究测算。

银行为主非银类金为辅的格局基本形成

金监局成立，金融控股公司等非银机构被正式纳入其监管体系，银行为主、非银类金为辅的信贷供给格局与监管格局均已基本形成

- 根据持有牌照类型的不同，消费金融服务供给方主要分为商业银行、汽车金融公司、消费金融公司和小贷公司，不同类型机构定位不同、提供消费金融服务与产品类型也各不相同。此外，互联网金融平台也成为中国消费金融业务最重要的参与方之一，虽其并非持牌金融机构，但借助其流量与技术优势，通过控股或参股网络小贷公司甚至消费金融公司，成为中国消费金融行业无法忽视的一个重要主体类型。
- 过去的经验告诉我们，监管层面认可互金平台对行业线上化进程贡献，但不完全受原有监管体系约束使其有社会\经济\金融风险的可能。为防范互联网金融快速发展过程中所暴露的风险，就必须采取一定措施对业务风险进行规范，而将互金纳入原有监管体系是性价比最高的一种方式。
- 2022年，中国狭义消费信贷余额中，银行信用卡、银行自营消费贷及民营银行的管理贷款余额占比达71%，包括互金平台、消费金融公司在内的非银、类金机构份额为29%，可以说监管期望形成的银行为主，非银、类金为辅的信贷供给格局已经形成。

2022年狭义消费信贷余额各类主体贡献份额



- 作为互联网消费金融最主要的参与者，互金平台因非持牌金融机构，多通过与传统银行、民营银行、消费金融公司等持牌机构合作来开展业务，因此其展业过程中会受到合作机构及其监管机构的监督，随着互联网贷款领域政策法规的持续完善，互金平台已经基本被间接地纳入了监管体系。
- 2023年5月，在原银保监会基础上组建的国家金融监管总局正式揭牌，除负责银行和保险业的监管外，还负责除证券业之外的其他金融业的监管，包括金融控股公司、金融消费者保护和投资者保护等。可以预见的是，未来，互金机构将成为国家金融监管总局的重点关注对象之一，总局将通过多样化方式逐步实现对其的穿透式监管，进而实现直接地完全纳入监管体系，银行为主、非银、类金为辅的监管格局也基本形成。

注释：1) 其他包括汽车金融公司、小贷公司和ABS。2) 2021年，蚂蚁金服业务逐步迁移至蚂蚁消费金融主体，到2022年末，业务迁移已经基本完成，但由于蚂蚁具有更为明显的互联网平台基因且与行业格局的历史数据保持一致，我们特别地仍将蚂蚁消费金融归类为互金平台，下同。

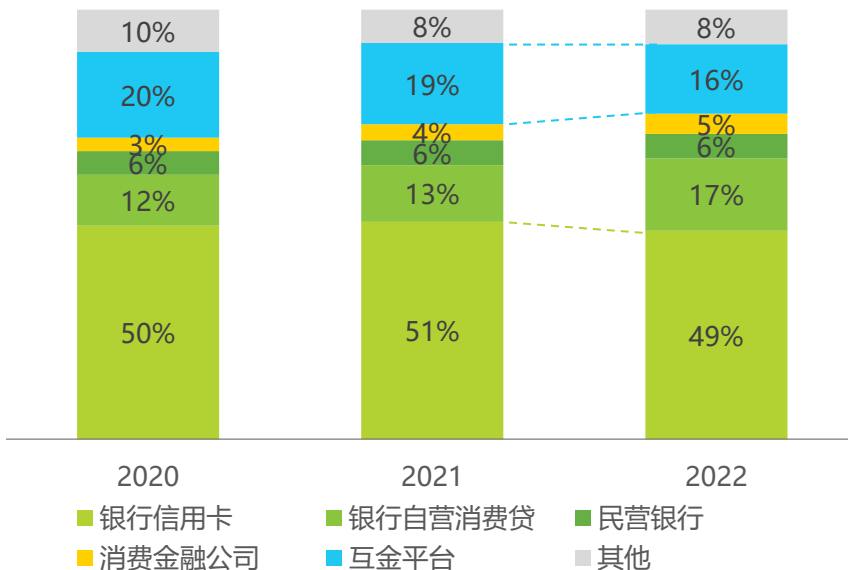
来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算

互金助贷减少而银行自营兴起

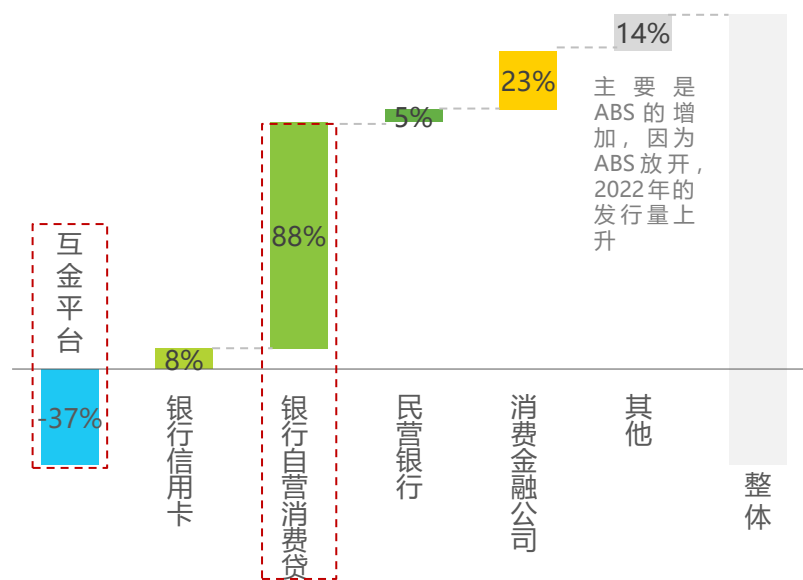
2022年互金平台重心在于合规整改与存量维稳，对狭义消费信贷规模增长呈反向拖拽，银行自营消费贷放量上涨实现份额首超互金平台

□ 2022年，在支持恢复和扩大消费的背景下，以及个人房贷业务的增长不及预期，银行零售业务端转型加速，在自营消费贷和个人经营贷方面发力，银行自营消费贷的市场份额达到17%，相比2021年增加了4个百分点，且由于互金平台囿于合规整改与稳定业务风险，2022年市场份额下降到了16%，银行自营消费贷在近几年的市场份额首次超过了互金平台。具体地，2022年各类市场主体对狭义消费信贷余额的增加值贡献中，**银行自营消费贷正向拉动，贡献率达到88%，为各类主体贡献之最**，而与之相反，**互金平台成为唯一一个对狭义消费信贷规模呈反向拖拽效应的主体类型**。

2020-2022年中国狭义消费信贷余额
各类主体贡献份额



2022年各类主体对狭义消费信贷余额
增加值的拉动贡献率



注释：1) 2021年，蚂蚁金服业务逐步迁移至蚂蚁消费金融主体，到2022年末，业务迁移已经基本完成，但由于蚂蚁具有更为明显的互联网平台基因且为与行业格局的历史数据保持一致，我们特别地仍将蚂蚁消费金融归类为互金平台，下同。2) 2022年各类主体对狭义消费信贷余额增加值的拉动贡献率=2022年各类主体规模相比2021年的增加值÷2022年狭义消费信贷余额规模相比2021年的增加值。

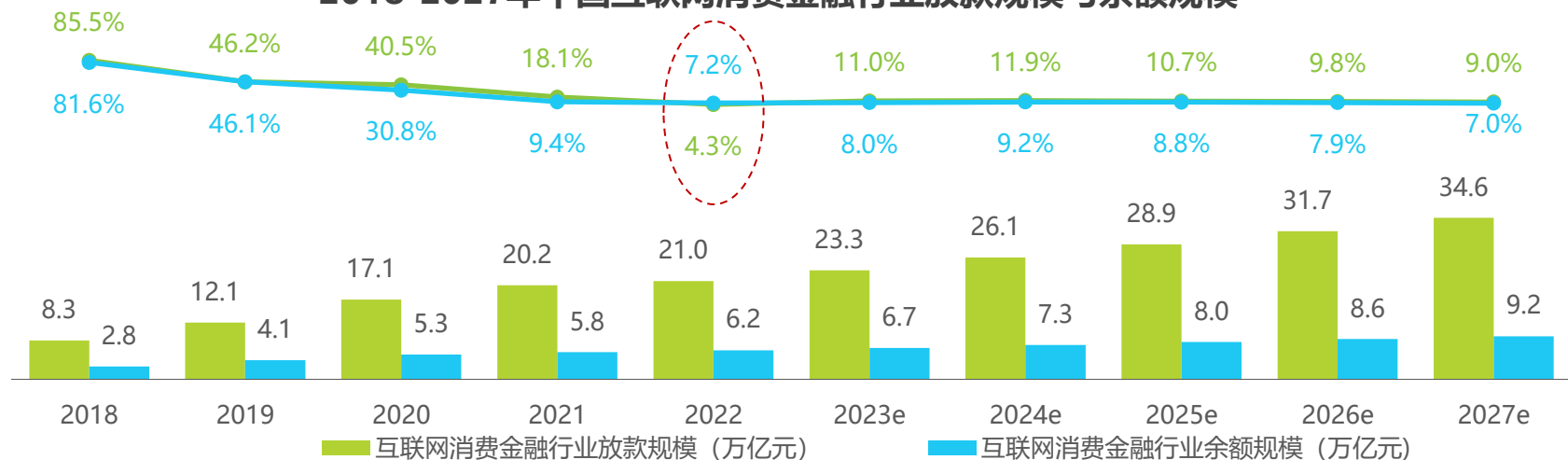
来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算

互联网消费金融行业规模增速达到新低

因各主体产品久期差异及余额的累计效应，行业放款增速首次低于余额，行业核心驱动力由互金平台转为传统金融机构的互联网化已成事实

- 2013年以来，互金得到快速发展，多项政策出台支持消费金融业务的发展，各类型市场参与方角力互联网消费金融领域，行业规模迅速增长，互联网消费金融行业放款规模与余额规模均以几百甚至几千的增速在增长，到2018年增速仍然超过80%。2021年以来，受各类因素影响，中国互联网消费金融规模增速开始加速收敛。尤其到2022年，疫情的冲击与行业整改大限最大程度地掣肘了互金平台方面的互联网消费金融规模增加。根据测算，**2022年中国互联网消费金融行业放款规模21万亿元，余额规模6.2万亿元，同比增速分别为4.3%与7.2%，增速数据达到新低。**
- 另一个比较异常的点是，2022年互联网消费金融放款规模增速首次低于了余额规模增速，这主要是因为持牌金融机构消费贷的平均久期低于互金平台，且放款规模为当年发生值而余额规模是存量数据指标具有累计效应。此前我们在《2022年中国消费金融行业研究报告》中提到，**“未来中国的互联网消费金融行业规模主要驱动力将不再是互金平台，而是以传统金融机构为主、持牌化互金机构为辅的持牌金融机构的互联网化。”**经过2022年持牌机构与互金平台相对份额的数据验证，**这一观点已成事实。**
- 未来，随着互联网金融平台合规整改完成和行业政策法规的进一步完善，以及支持恢复和扩大消费的大背景，预计行业整体尤其是互金平台的业务增速将逐步恢复。

2018-2027年中国互联网消费金融行业放款规模与余额规模



来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算

互联网消费金融行业放款规模 (万亿元)

互联网消费金融行业余额规模 (万亿元)

互联网消费金融行业放款规模yoy (%)

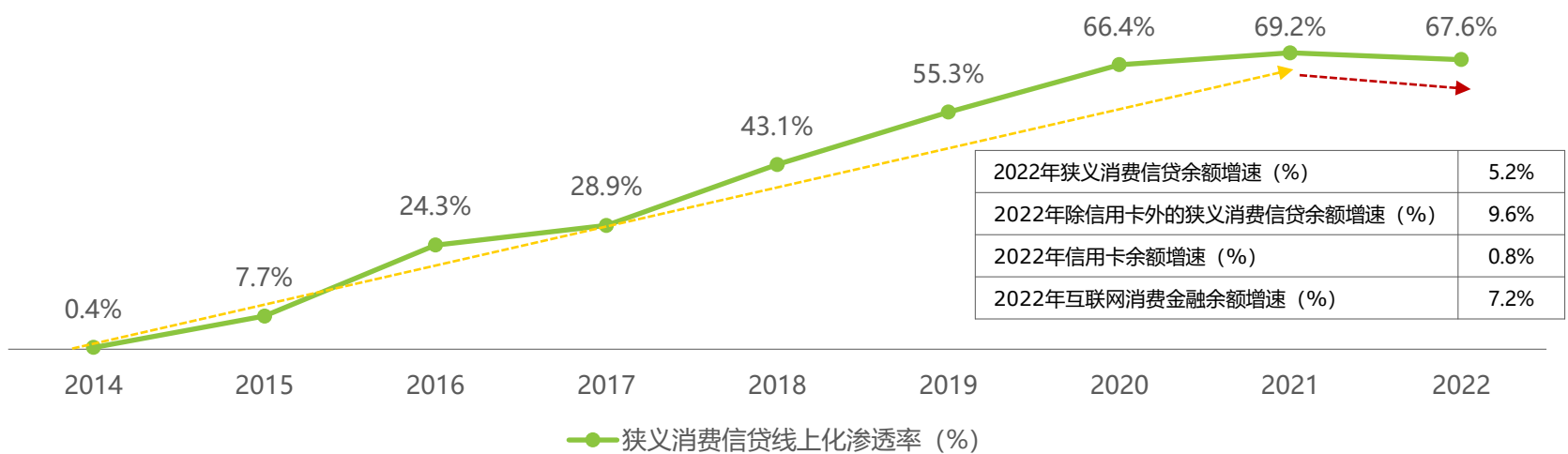
互联网消费金融行业余额规模yoy (%)

狭义消费信贷线上化渗透率异动下降

互金平台积极参与下，狭义消费信贷线上化渗透率已近七成，但22年互金平台缩量造成狭义消费信贷线上增量不足线上渗透率反而下降

- 互金平台为中国消费金融业务成熟度和线上化进程所作出的贡献毋庸置疑。包括P2P在内的互联网金融在中国的兴起和调整，在政策的引导下，对中国金融行业整体产生了重要且积极的作用，最主要体现在传统金融机构的电子化程度和对外的开放性层面。这二者相结合给了互联网金融行业真正向金融科技转型的市场空间，在寒冬中技术型企业得以继续生存，并成为未来金融进一步智能化不可或缺的参与者。另一方面，互联网金融改变并提升了中国居民用户对借贷行为的认知与接受度，极大程度上加快了中国消费金融的发展进程、提升了中国消费金融的线上化渗透率，也为银行等传统金融机构的业务线上化进程提供了参考依据。根据艾瑞测算，**中国狭义消费信贷线上化渗透率已经从2014年的0.4%提升到了2021年的69.4%，狭义消费信贷线上化渗透率已近七成。**
- 但是，**2022年狭义消费信贷线上化渗透率为67.6%，渗透率数据首次出现了异动下降，这主要是因为2022年互联网消费金融余额规模增速低于除信用卡外的狭义消费信贷余额规模增速**，这进一步说明，2022年狭义消费信贷余额规模增加的主要驱动力是持牌金融机构而非互金平台，而对于以银行为主的持牌金融机构，其除个人小额贷款外的狭义消费信贷仍以线下模式为主，如车贷、装修贷、教育贷等。

2014-2022年中国狭义消费信贷线上化渗透率



注释：狭义消费信贷线上化渗透率=中国互联网消费金融余额规模/（中国狭义消费信贷余额-信用卡余额）。由于在统计互联网消费金融余额规模时，未将信用卡余额统计在内，为保持分子分母一致性，以使线上化渗透率更有意义，我们将狭义消费信贷余额中的信用卡余额做了相应扣除。

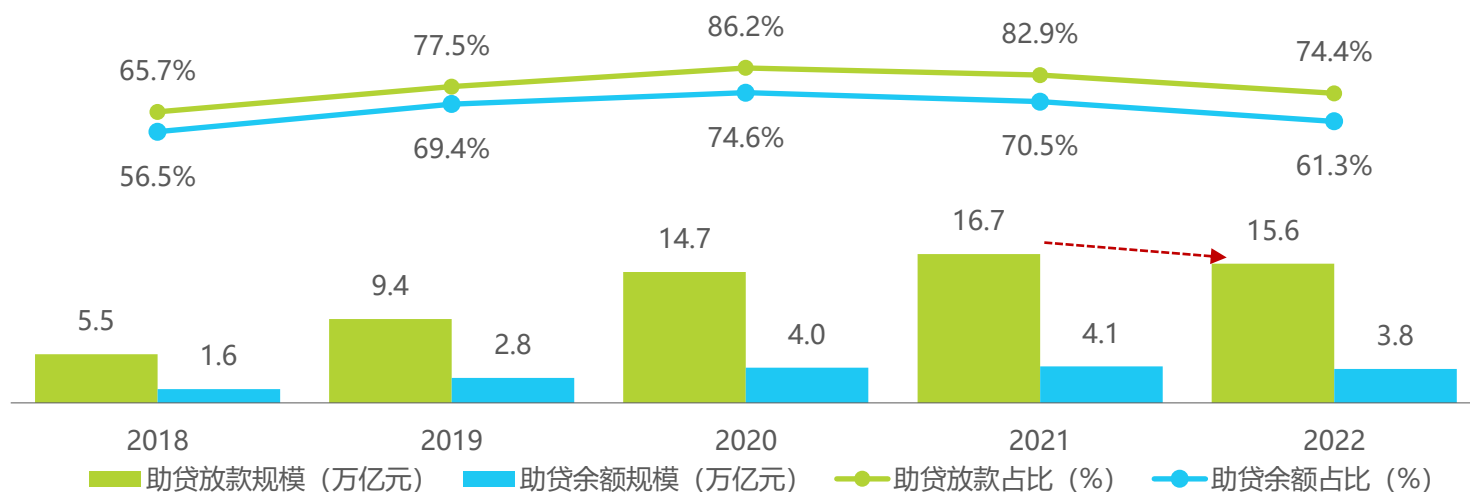
来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算

助贷对互联网金融贡献率继续下降

互金平台整改、持牌机构数字化水平上升与零售业务结构化转型等造成2022年助贷规模首次下降，未来规模将恢复上升但贡献率会继续缩减

- 消费金融业务的主要环节包括获客、风控、放款、贷后管理四个部分，随着消费金融业务流程中各环节职责的分工细化，助贷模式应运而生，这一模式也帮助互金平台打破了其自身不具备放贷资质或杠杆率限制规模增长的掣肘。自助贷概念兴起，其伴随着甚至可以说主要驱动着互联网消费金融行业规模的增长，2020年，助贷对互联网消费金融行业放款规模与余额规模的贡献分别达到了86.2%与74.6%，模式占比达到历史顶峰。
- 2020年底蚂蚁IPO事件之后，监管对助贷业务风险空前关注、政策要求明显偏严，互金平台在包括“断直连”、属地化管理、联合贷出资比例、银行互联网贷款规模限制等方面在内的合规整改进程加速，而同时以银行为典型代表的持牌金融机构自生式互联网化程度逐步升高，零售业务结构化转型加速，多种因素下，互联网消费金融助贷比例下降、自营比例上升，2022年行业助贷规模出现了首次下降。
- 未来，随着互金平台整改验收逐步完成和银行为主、非银类金为辅的监管格局的进一步完善，我们预计助贷业务规模将会恢复上升，但其对互联网消费金融行业规模的贡献率将会继续下降直到50%以下。

2018-2022年中国互联网消费金融行业助贷规模及占比



注释：助贷与自营模式的具体对比请参考艾瑞《2022年消费金融行业研究报告》。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算。

©2023.8 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

41

合规整改后助贷业务更趋市场化

银行风控自主性提高造成平台助贷业务推荐通过率下降，风控审慎标准差异造成合作金融机构的服务用户资质出现分层

- 2020年5-7月，《商业银行互联网贷款管理暂行办法》征求意见稿与正式文件相继发布，在“助贷2.0”的基础上，**对银行开展助贷业务的要求从放款、风控环节延伸到了其必须参与到贷后管理环节，并对风控、放款、贷后管理等各个环节均做出更为明确而具体的要求【助贷3.0】**，同时将对商业银行的管控要求延伸到银行业金融机构；2021年12月《关于进一步规范商业银行互联网贷款业务的通知》中对银行业金融机构开展互联网贷款、助贷业务的业务规模、合作机构规模等均做出限额；2022年7月发布的《关于加强商业银行互联网贷款业务管理提升金融服务质效的通知》进一步细化明确商业银行贷款管理和自主风控要求。
- 除蚂蚁集团外，13家平台合规整改的重心是个人征信“断直连”及互联网贷款管理办法中涉及的一系列要求，“断直连”短期主要影响平台数据采集成本，互联网贷款相关政策则影响了平台的具体的业务模式与规模收益：

某头部平台助贷业务合作机构审批通过率

>90%

<85%

以前

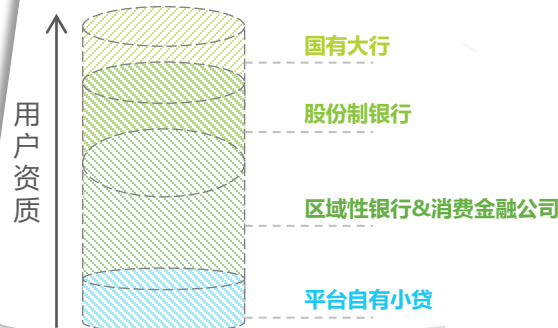
现在

- ✓ **影响1：**随合作银行风控自主性的提升，助贷平台向银行等合作金融机构推荐借款用户的**资产通过率下降**，某头部平台2022年以前合作机构审批通过率始终在90%以上但2023年上半年平均不到85%；
- ✓ **影响2：**属地化限制及单一合作机构的规模限额要求等使平台不得不减少与部分区域性银行的合作，**转而寻求属地化限制少且资产规模较高的股份制银行合作**，但股份制银行在与平台谈合作时话语权较高，在一定程度上影响了助贷平台的利益。此外，与不受属地化限制的**互联网银行合作也成为行业新趋势**。

- ✓ **影响3：**过去兜底模式的助贷业务中，平台与各银行的合作基本无差异，但其实不同银行的风控能力及风险审慎要求不同，全国性银行与区域性银行的风控能力差异也较大，**风险审慎要求越高的银行其审批通过率会越低，而未通过审批的用户会被平台转而推荐给其他风险审慎水平相对低的银行**。随着平台合作金融机构的数量与类型增多及银行风控自主性的提升，**未来自然而然会出现不同类型银行所服务的用户平均信用资质的分层现象**，如国有大行服务最优的一批用户，股份行次之，区域性银行与消费金融公司再次之，平台自有小贷公司通过自营业务为剩余用户提供放款服务。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算。

市场化后平台助贷业务用户背后
合作金融机构资质分层

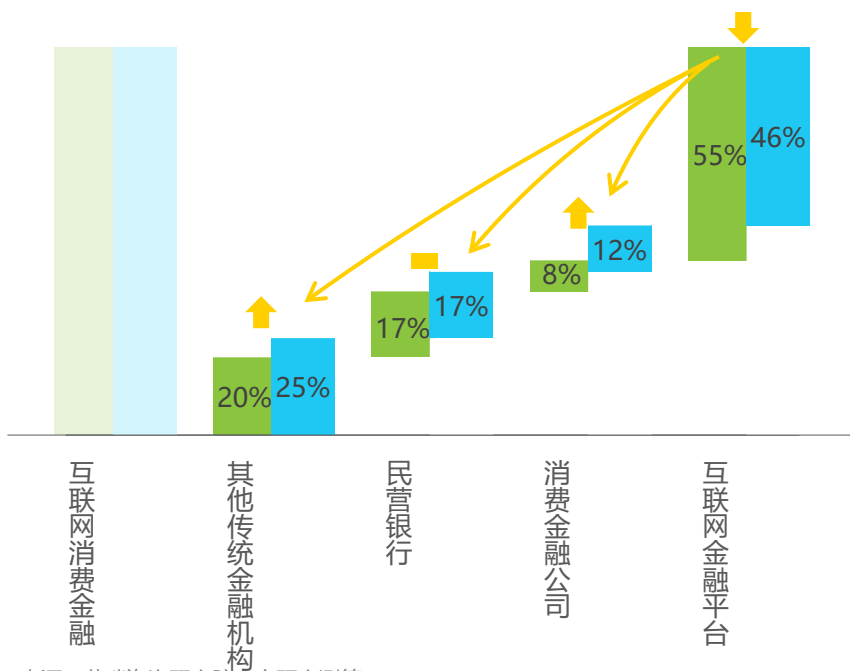


互金平台份额正向其他主体迁移

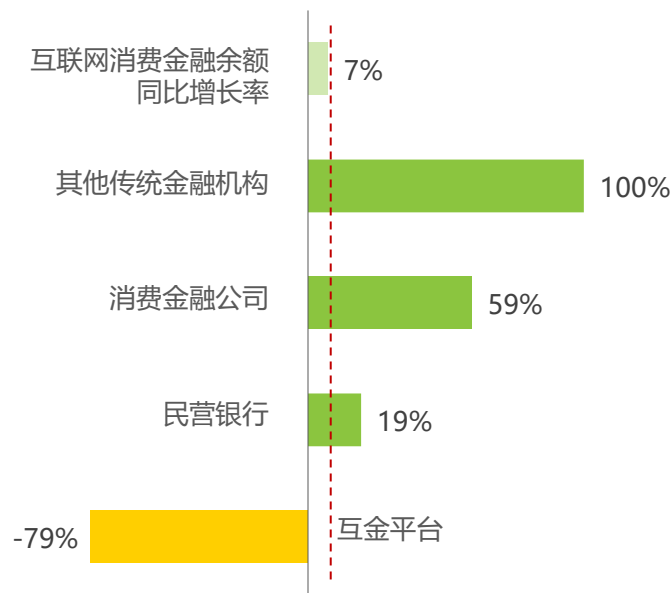
持牌金融机构对互联网消费金融行业规模的贡献率反超互金平台到54%

- 正如艾瑞咨询《2022年互联网消费金融行业研究报告》中预测的一样，互金平台的市场份额正在通过各种方式向传统银行、民营银行、消费金融公司等传统金融机构迁移，互金平台在互联网消费金融中的市场份额已经由2021年的55%下降到了2022年的46%，**以银行为代表的持牌金融机构对互联网消费金融行业规模的贡献率反超互金平台达到了54%**，行业核心驱动力由互金平台转为传统金融机构的互联网化已成事实。
- 具体地，2022年各类市场主体对互联网消费金融余额增加值的贡献中，消费金融公司与民营银行分别为59%和19%，而**以银行为主的其他传统金融机构达到了100%**。

2021-2022年中国互联网消费金融市场份额



2022年各类主体对互联网消费金融余额增加值的拉动贡献率



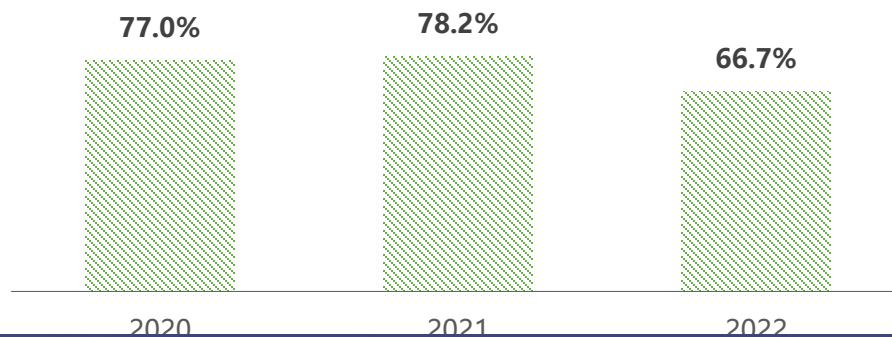
来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算。

互金平台与持牌机构集中度呈相反趋势

短期内单一持牌机构业务难对行业CR10产生质的影响，头部平台业务恢复后市场集中度将恢复上升，但行业整体集中度的长期趋势仍下降

- 2022年，互金平台缩量的同时持牌机构增量，行业核心驱动力由互金平台转为传统金融机构的互联网化已成事实，**以银行为代表的持牌金融机构对互联网消费金融行业规模的贡献率反超互金平台达到了54%。**
- 市场集中度方面，受2017年底“141号文”严监管靴子落地影响，包括P2P平台在内的大量长尾机构退出市场，头部平台快速凭借流量优势建立与金融机构的合作，18、19两年恰恰是头部机构规模爆发增长长期，行业集中度大幅上升。2020年，商业银行互联网贷款管理办法征求意见稿与正式文件相继颁布，多家互金平台被监管约谈后启动整改，在针对互联网消费金融监管框架日益明晰的情况下，头部平台机构继续发力，中尾部平台进一步出清，2020、2021年的互联网消费金融放款规模CR10进一步上升，分别为77%和78.2%。
- 虽然持牌金融机构在增量，但由于参与机构众多，单一的某机构的互联网消费贷业务难以对行业CR10产生质的影响，**正常情况下2022年行业CR10应该继续上升**，但由于蚂蚁的市场份额较高，且其在2022年收缩，造成2022年CR10下降。**未来，随着蚂蚁消费金融业务逐步恢复，预计2024年互联网消费金融CR10将会回升。**
- 未来，受监管环境变化与利率上限下调等因素影响，互联网金融平台行业参与者将进一步出清，预计互金平台互联网消费金融细分市场的行业集中度将继续上升。而随着传统金融机构消费金融业务线上化渗透率的继续提升，以及更多当前处中尾部的商业银行、消费金融公司业务规模增长，预计持牌金融机构互联网消费金融细分市场的行业集中度将下降。**互金平台细分市场与持牌机构细分市场的行业集中度呈现相反变化趋势，而由于持牌金融机构对互联网消费金融行业规模贡献度的上升，行业整体集中度长期趋势将是下降的。**

2020-2022年中国互联网消费金融放款规模CR10



来源：艾瑞咨询研究院自主研究测算。

©2023.8 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

44

03

小微金融篇

ABSTRACTS

摘要

小微金融篇

■ 政策环境

□ 政策转变释放行业转向高质量发展信号

- 多措并举促进普惠型小微企业贷款量增、面扩、价降，但取“两增两控”要求已取消，行业将迈向高质量发展阶段

□ 引导资金流入市场薄弱环节

- 对科技型企业、微型企业等市场主体给予资源倾斜，引导资金流入市场薄弱环节，促进实体经济数字化转型与提质增效

■ 行业规模

□ 普惠型小微企业贷款占比已超四成

- 小微企业贷款持续实现量增、面扩、价降，首贷、续贷和信用贷款推进力度持续加大，普惠型占小微企业贷款的比例正逐步接近阈值

□ 小微融资存在供给结构性失衡问题

- 2022年末银行对小微企业贷款服务的覆盖比例相比2017年已翻倍，普惠效果显著，但目前仍有约一半小微企业未能获得贷款支持

■ 市场格局

□ 国有大行与农村金融机构是小微主力

- 国有大行充分发挥头雁效应带领行业高速增长，其在通过逐步下沉实现规模增长的过程中主要抢占了农村金融机构的市场份额

□ 优质个体工商户需求已被银行渗透

- 个体工商户所得贷款与其对市场主体的贡献呈“倒三七”格局，普惠初有成效，但资质“次优”的个体工商户仍未被覆盖

□ 金融科技平台助力银行进一步下沉

- 小微企业贷款市场供给格局分层，银行所服务的优质部分有限，金融科技平台通过助贷合作延长了银行服务的地域范围与人群范围

ABSTRACTS

摘要

小微金融篇

■ 商业模式

□ 普惠的实现需要找到可衡量风险的数据

- 风控数字化是解决小微融资供给规模不足与供给结构性失衡问题的关键，数字化关键在于找到可线上获取、能很好衡量企业风险的数据

□ 税票数据具备绝对领先优势

- 税票信息在规模化、数据真实度及与风控关联度方面具备优势，银税贷与发票贷是目前实现解决风控效果与风控成本难兼顾问题的最优选择

□ 供应链金融将成小微融资业务新破局点

- 政府大力支持供应链金融业务发展，银行自身也倾向通过增加风险表现更优的供应链金融业务比例来控制整体不良

■ 数字渗透

□ 普惠小微贷款科技渗透率达四成

- 贷款科技渗透率与企业规模负相关，小微企业贷款科技渗透的深化需要贷款供给主体的数字化水平提升与信用贷款业务比例的增加

■ 行业痛点

□ 小微企业借贷意愿与还款信心不足

- 下行的经济环境影响小微企业贷款需求指数，借贷行为过度审慎，未来企业投融资信心会随着居民消费的提振而恢复

政策转变释放行业转向高质量发展信号

多措并举促进普惠型小微企业贷款量增、面扩、价降，但取“两增两控”要求已取消，行业将迈向高质量发展阶段

一、多项结构性小微金融货币政策工具支持，精准定位扶持小微企业发展，推动普惠型小微企业贷款量增、面扩、价降。

- 2018年以来，国家大力推动普惠型小微企业贷款供给。2020年以来受疫情冲击，监管部门进一步推出了多种结构性货币政策工具，包括支农再贷款工具、支小再贷款工具和再贴现工具等针对扶持三农与小微的长期性工具，和普惠小微贷款支持工具、碳减排支持工具、科技创新再贷款、交通物流专项再贷款等特定细分领域精准信贷投放的阶段性工具等，多措并举助力小微企业纾困、巩固经济恢复基础。
- 2022年，央行宣布自2022年1月1日起，实施普惠小微企业贷款延期支持工具和普惠小微企业信用贷款支持计划两项直达工具接续转换，**两项直达工具的接续转换有利于金融机构与客户市场化自主协商延续到期贷款，同时积极挖掘新的融资需求，引导金融机构扩大小微企业和个体工商户融资，增强持续服务能力，促进普惠小微贷款进一步增量、降价、扩面。**

二、继续支持普惠型小微企业贷款供给增加成本降低，但取消“两增两控”要求，普惠型小微企业服务迈向高质量发展阶段。

- 2023年4月，原银保监会发布《关于2023年加力提升小微企业金融服务质量的通知》，释放出两个转变信号：一是监管部门自2017年以来首次没有对普惠小微贷款提出规模与户数增长的要求，而是要求“继续保持增量扩面态势”；二是不再要求“降低利率”而是要做到“贷款利率总体保持平稳，推动小微企业综合融资成本逐步降低”。
- 可以看见，**中国普惠型小微企业贷款服务在经历了连续五年的全速冲刺后，在覆盖率、可得性、满意度等方面已经达到了一定水平，单方面侧重规模增长的行业阶段已经过去，监管下一步的目标是引导行业走向追求规模、质量、效益平衡的高质量发展阶段。**

三、对小微企业贷款行业风险给予更高容忍度，为不良资产处置等环节提供更多便利。

- 2022年6月，央行印发《关于推动建立金融服务小微企业敢贷愿贷能贷会贷长效机制的通知》，首次直接把“敢贷愿贷能贷会贷”写到通知的标题里，加大政策力度；11月，《关于进一步加大对小微企业贷款延期还本付息支持力度的通知》明确延期贷款正常计息，免收罚息。各银行业金融机构要坚持实质性风险判断，不单独因疫情因素下调贷款风险分类，不影响征信记录，并完善贷款延期还本付息相关免责规定；2023年7月，《非银行金融机构行政许可事项实施办法（征求意见稿）》，简化了债券发行和部分人员任职资格审批程序，取消非银机构发行非资本类债券审批、金融资产管理公司财务部门和内审部门负责人任职资格核准事项，改为事后报告制。
- **一系列政策说明监管对小微企业面临的困境给予了充分的理解，不仅放宽了对于小微企业贷款风险的容忍度，也为AMC等贷后资产处置链条给予了更多便利，引导行业高效有序发展。**

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

引导资金流入市场薄弱环节

对科技型企业、微型企业等市场主体给予资源倾斜，引导资金流入市场薄弱环节，促进实体经济数字化转型与提质增效

一、对“专精特新”“小巨人”等科技型企业给予更多支持，鼓励科技创新，助力实体经济数字化转型。

- 2021年中央政治局会议将培育“专精特新”企业上升为国家战略，北交所的开设即为对“专精特新”企业在直接融资方式上关键政策支持。2022年10月，“支持专精特新企业发展”写进了二十大报告。
- 在数字中国战略大背景和制造业数字化转型关键阶段，“专精特新”“小巨人”等科技型企业承担着提升我国行业创新、产品升级、品牌建设能力等重要使命，也将是未来长期政策的导向重点。
- 2022年4月6日，国务院常务会议提出，支持重点领域和薄弱环节融资，设立科技创新和普惠养老两项专项再贷款，28日，央行设立科技创新再贷款，**通过科技创新再贷款向金融机构提供低成本资金，引导金融机构在自主决策、自担风险的前提下，向科技企业发放贷款，撬动社会资金促进科技创新。**

二、对个体工商户等微型主体给予更多关注与支持，修复加固市场最薄弱环节。

- 2021年4月，原银保监会**首次针对个体工商户的贷款户数与贷款发放规模实施披露**，此后连续多次公布数据，**个体工商户群体贷款服务的关注度被进一步放大**。2023年7-8月，多部门接连发布多项针对个体工商户、单户授信低于100万等小额贷款用户的税费优惠政策延续到2027年。
- **个体工商户作为中国小微企业中最薄弱的一个环节，数量多、体质差，又由于税票数据不完善而更难以获得银行信贷支持，在中国普惠型小微企业贷款服务走向高质量发展的过程中是无法被忽视的一环，监管层将对个体工商户等极微型主体的更多关注和降费减税等资源倾斜。**

三、大力推动通过供应链金融的方式提升对中小微企业的信贷支持，促进金融与实体经济的有机融合与双向共进。

- 2020年以来，国家发布各项政策支持供应链金融发展，并鼓励央企国企等企业践行社会责任，支持链上企业供应链金融服务。2023年8月，国家金融监管总局等五部门发文，鼓励银行业金融机构通过应收账款、订单融资等方式加大对产业链上游中小微企业信贷支持，持续提升中小微企业融资便利度和可得性，加大金融支持中小微企业专精特新发展力度。”

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

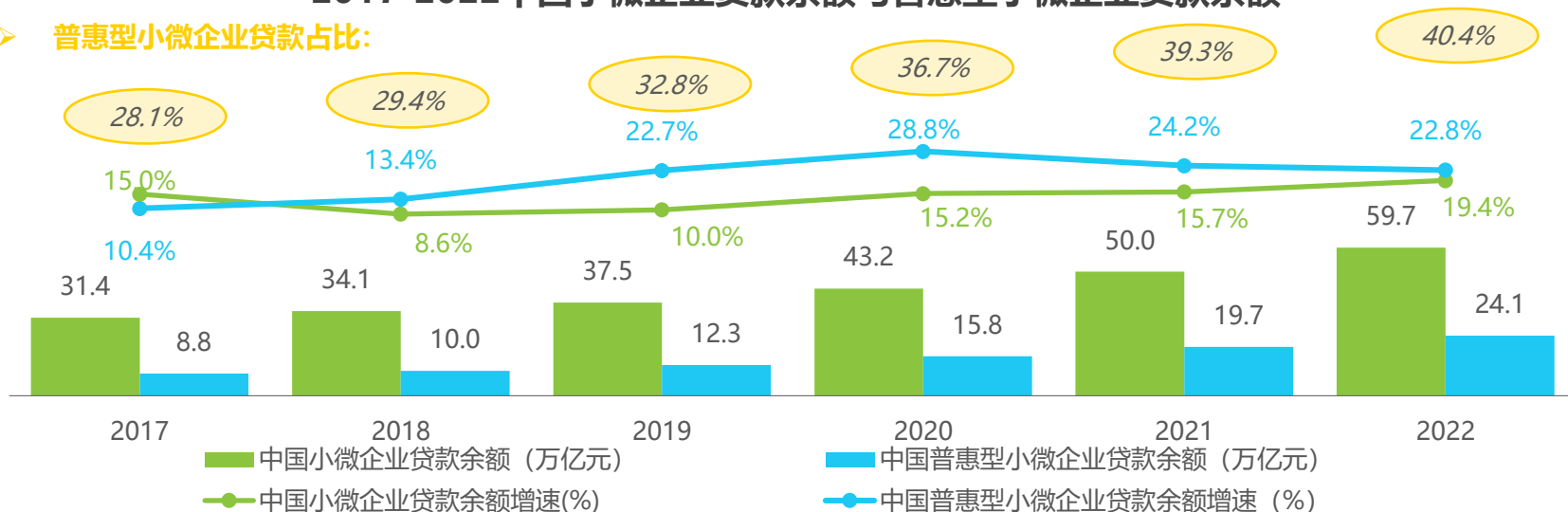
普惠型小微企业贷款占比已超四成

小微企业贷款持续实现量增、面扩、价降，首贷、续贷和信用贷款推进力度持续加大，普惠型占小微企业贷款的比例正逐步接近阈值

- 2018年，银监会发布《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》，着力缓解小微企业金融服务供给不充分、结构不均衡的问题，引导银行业小微企业金融服务由高速增长转向高质量发展，引导银行业金融机构加强对普惠金融重点领域的支持，聚焦小微企业中的相对薄弱群体，在银行业普惠金融重点领域贷款统计指标体系的基础上，以普惠型小微企业贷款为考核重点，努力实现“两增两控”目标。受到各方重点支撑，**中国普惠型小微企业贷款余额从2017年的8.8万亿增长到了2022年的24.1万亿，普惠型小微企业贷款占小微企业贷款余额的比例也从28.1%上升到了40.4%。**
- 比较特别的是，2020-2022年间，中国小微企业贷款规模持续上升但普惠型小微企业贷款增速在下降，普惠型小微贷占小微企业贷款规模的比例升幅明显下降，一方面缘于疫情影响下更脆弱的普惠型小微企业生产经营难度更大、还款信心不足导致了借款意愿的下降，另一方面，2022年3月政府工作报告取消了对普惠型小微企业贷款增速的硬性指标要求在一定程度上减轻了银行的压力。此外，**经过了五年的全力冲刺，中国普惠型小微企业贷款已经有了相对充分的补充，其占小微企业贷款的比例正在逐步接近阈值（小微与普惠小微贷款均处于充分满足情况下的占比）。**

2017-2022中国小微企业贷款余额与普惠型小微企业贷款余额

普惠型小微企业贷款占比：



注释：普惠型小微企业贷款余额规模包括银保监会披露的银行业金融机构提供的普惠型小微企业贷款规模及未被统计在内的小贷公司为小微企业提供的贷款规模，后同。

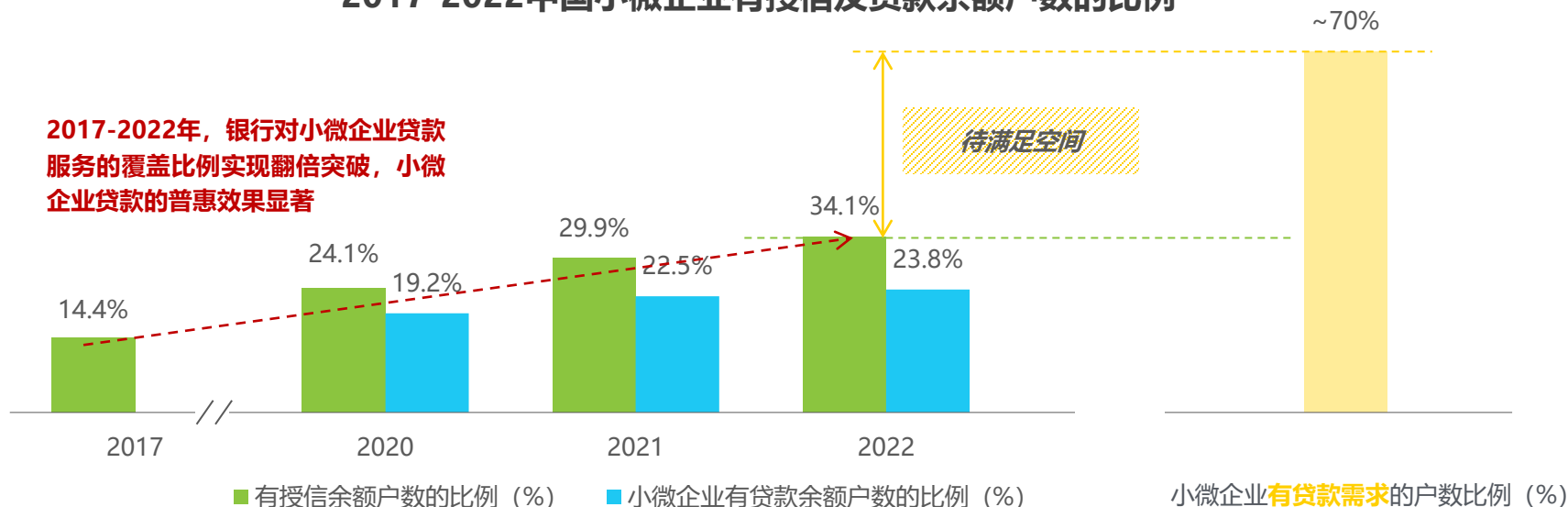
来源：中国政府网，中国人民银行，中国银行业协会，银保监会，艾瑞数据建模，艾瑞研究院自主研究测算。

小微融资存在供给结构性失衡问题

2022年末银行对小微企业贷款服务的覆盖比例相比2017年已翻倍，普惠效果显著，但目前仍有约一半小微企业未能获得贷款支持

- 中国小微企业融资难、融资贵的比较对象是大型企业的融资情况，具体体现在小微企业对经济的贡献与其获得的金融支持不匹配。从经济的贡献上看，小微企业贡献的最终产品和服务价值占GDP的比例约60%、纳税占国家税收总额的比例约50%，以及70%以上的技术创新和80%以上的城镇劳动就业。但从小微企业获得的金融支持上来看：**截至2022年末，中国小微企业贷款占企业贷款余额的比例为42.8%，单户授信1000万元以下的普惠型小微企业贷款余额规模占小微企业贷款的比例40.4%，小微所获贷款供给与其对经济的贡献规模不匹配。**
- 另一方面，调研得出，中国小微企业贷款中有约70%有贷款需求，但**截至2022年末，中国小微企业中有授信余额和贷款余额户数的比例分别仅为34.1%和23.8%，虽然这一数据相比2017年末已经有了翻倍的增长**，我们无法忽视过去几年中国小微企业贷款的普惠性上的成果，但也必须正视小微企业贷款群体覆盖度还不到一半、仍有大量小微企业未能获得小微信贷支持的现状。

2017-2022中国小微企业有授信及贷款余额户数的比例



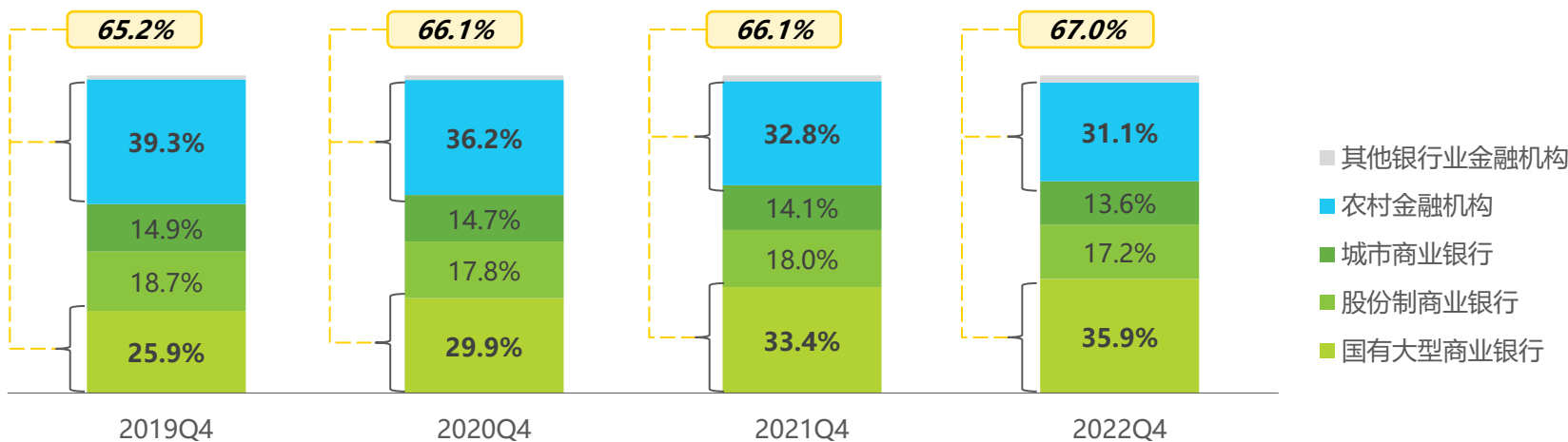
来源：央行、银保监会、国家工商总局，艾瑞研究院自主研究测算。

国有大行与农村金融机构是小微主力

国有大行充分发挥头雁效应带领行业高速增长，其在通过逐步下沉实现规模增长的过程中主要抢占了农村金融机构的市场份额

- 商业银行作为我国最重要的金融机构，承担着完成金融普惠性目标的重要使命。由于小微企业普遍成立时间短、各方面能力相对较差，其**很难通过债券融资、股权融资等直接融资的方式获取资金支持**，**银行间接融资是小微企业最重要的融资渠道**。2019年以来，政府工作报告对国有大行普惠小微企业贷款持续做出量化增速要求，要求贷款规模同比增速不低于30%，2020年一度到达了40%，因此国有大行在近几年充分发挥“头雁”作用，带领全行业实现普惠型小微企业贷款高速增长，且**国有大行的市场供给份额逐年上升，自2019年末的25.9%上升到了2022年末的35.9%**。
- 从银行业金融机构普惠型小微企业贷款规模结构上看，**大型商业银行与农村金融机构是普惠型小微企业融资的主要贡献方**，国有大型商业银行雄厚的资金实力与资源能力使其当之无愧的成为市场最重要的主体之一，而农村金融机构由于数量众多、分散各地，具备小微企业本地化扩展与调研优势，也为大量分散在各地的小微企业提供了资金支持。根据统计，**2019年-2022年间，国有大行与农村金融机构的市场份额均在65%-67%之间，整体上波动不大**。但内部结构而言，相比股份制银行与城商行，**全国性大行与农村金融机构均具备网点下沉优势，因此在全国性大行努力实现规模增长的同时势必出现了业务的下沉，下沉过程中其借由资金优势抢占了农村金融机构的部分用户**。当然，在市场竞争过程中，农村金融机构需要通过更下沉来扩展业务，共同实现业务的下沉、小微融资服务的普惠性。

2019-2022年末中国银行业金融机构普惠型小微企业贷款规模结构



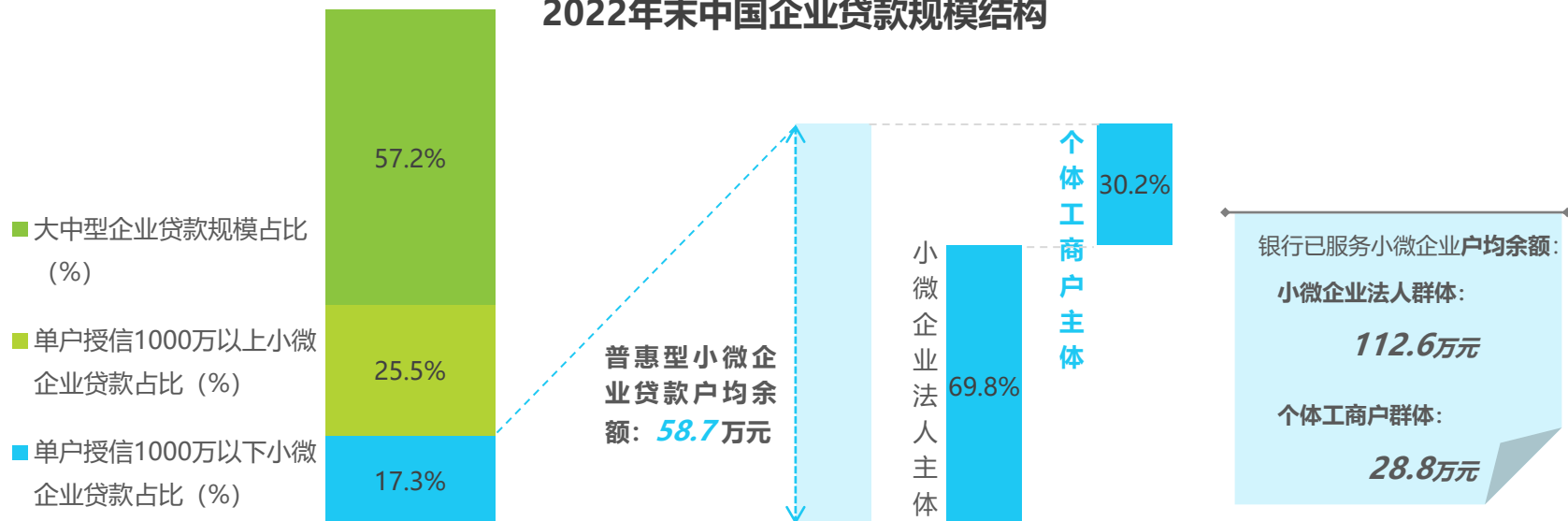
来源：银保监会，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

优质个体工商户需求已被银行渗透

个体工商户所得贷款与其对市场主体的贡献呈“倒三七”格局，普惠初有成效，但资质“次优”的个体工商户仍未被覆盖

- 小微企业是国民经济增长的重要驱动力，在全国实有各类市场主体中占据绝对数量优势。多年以来，小微企业占各类市场主体的比例始终超九成，2022年底已达97%。这其中，个体工商户贡献比例达七成。
- “小店”群体具有数量多、需求分散、融资需求额度较低的特征，这也造成了其虽然市场主体占比高但贷款规模占比低的结果。**2022年末，银行单户授信1000万以下的普惠型小微企业贷款中，有30.2%发放给了个体工商户，与其对市场主体数量的贡献呈现“倒三七”格局，这一情况相比2018以前已经有了质的飞跃，体现了小微企业贷款服务的普惠性成果。**
- 但不可忽视的是，**目前银行小微企业融资服务已经覆盖到的群体仍然是资质相对较好的那一部分**，2021年底个体工商户群体的户均在贷余额为28.8万元，但市场上大量的个体工商户融资需求甚至低于20万，仍有相当一部分资质“次优”的个体工商户未被银行覆盖。

2022年末中国企业贷款规模结构



2022年

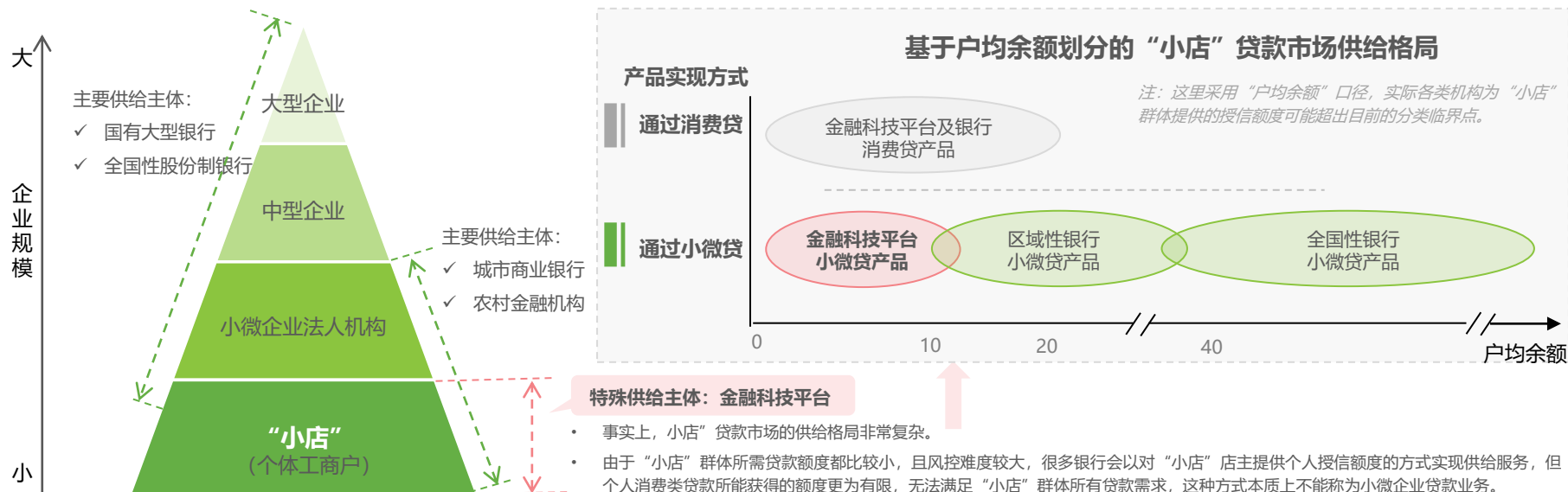
来源：银保监会，艾瑞研究院自主研究测算与绘制。

金融科技平台助力银行进一步下沉

小微企业贷款市场供给格局分层，银行所服务的优质部分有限，金融科技平台通过助贷合作延长了银行服务的地域范围与人群范围

- 在企业贷款市场中，银行是绝对的供给主力，但目前市场供给格局呈现分层现象，“小店（个体工商户）”群体的主要供给方是区域性银行和金融科技平台。比较特别的是，由于“小店”群体所需贷款额度都比较小，且风控难度较大，通过对“小店”店主提供个人消费贷款的方式实现供给也是市场上常见的一种方式，很多银行与金融科技平台都会采取该方式。
- 聚焦“小店”贷款市场供给格局：
 - ① 全国性银行针对相对少量的具有较大贷款需求的“小店”群体提供小微贷产品，户均余额40万元以上；
 - ② 区域性银行为“小店”群体提供小微贷产品，户均余额40万以下；
 - ③ 金融科技平台与银行进行合作，为长尾市场用户提供小微贷产品，户均余额10万以下；
 - ④ 金融科技平台和银行通过消费贷产品缓解部分需求，但户均余额不超过20万元。

中国小微企业贷款市场供给格局

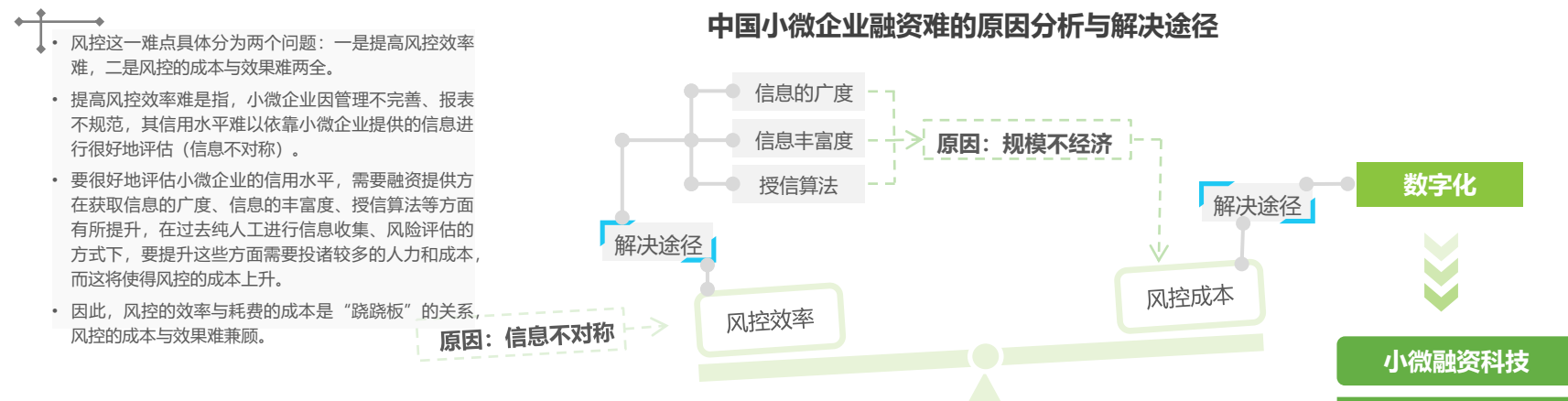


注释：“小店”在本报告中特指个体工商户主体。
来源：艾瑞研究院自主研究绘制

普惠的实现需要找到可衡量风险的数据

风控数字化是解决小微融资供给规模不足与供给结构性失衡问题的关键，数字化关键在于找到可线上获取、能很好衡量企业风险的数据

- **问题表现：**如前分析，小微企业已获得普惠性初步成果，然仍存在供给规模不足、供给结构性失衡的问题。
- **问题原因：**在从事小微企业融资业务所需要的获客、风控、运营等能力要求中，**风控是当下制约业务发展的主要难点**，具体体现在：小微企业可获得的贷款支持非常有限，风控的效率与耗费的成本是“跷跷板”的关系，**风控的成本与效率难兼顾**，在小微企业普遍存在缺乏抵押物、经营管理不完善、报表不规范、缺乏有效评估或证明其信用水平的方式等问题的背景下，小微企业长尾群体难以被覆盖。



- **解决途径：**要解决风控这一核心问题，需要找到线上获取、且可很好衡量企业风险的数据，并通过线上自动风控降低坏账、运营成本。因此，**只有通过科技赋能小微企业融资，引入更多数据，通过线上化的方式为小微企业长尾群体提供服务。**

- **当前现状：**金融机构与金融科技企业积极入局，数字技术已经深入小微企业融资行业，并持续改变着普惠金融发展方式，具体体现在：
 1. 大型商业银行数字化转型深入推进，中小商业银行也积极加快数字化发力和布局数字金融，小微融资服务品种和服务场景日趋丰富，智能风控处理能力和处理效率持续提升，服务客户的广度和深度继续拓展。
 2. 各类型金融科技企业积极入局小微融资科技行业，为商业银行等金融机构提供合作支持，提升小微企业尤其是“小店”群体的服务覆盖度。

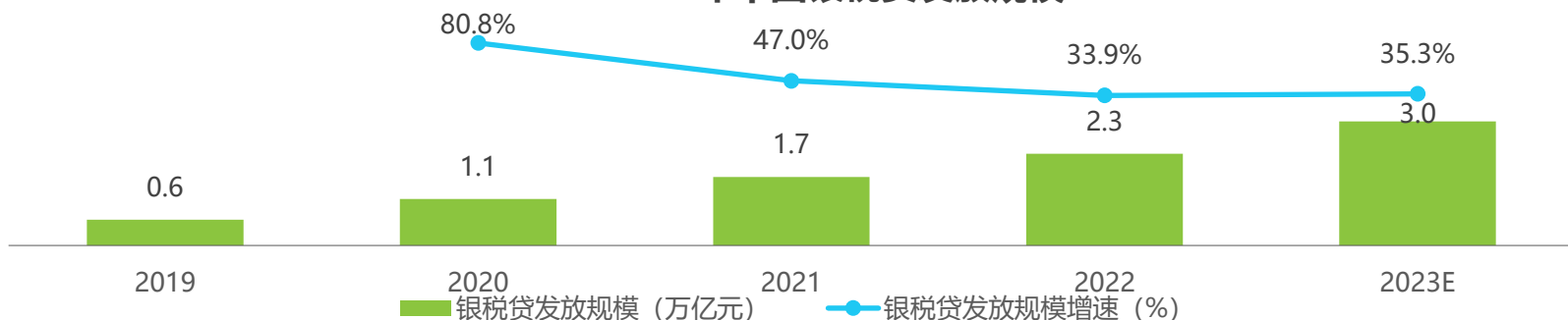
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

税票数据具备绝对领先优势

税票信息在规模化、数据真实度及与风控关联度方面具备优势，银税贷与发票贷是目前实现解决风控效果与风控成本难兼顾问题的最优选择

- 传统的小微企业风控模式通常是业务员通过线下走访等方式对贷款企业进行深入调查获取企业详尽的基本信息，包括企业工商、财务、合规、行业情况等多方面信息，以判断企业的还款能力和还款意愿，但这种尽调方式运营成本较高，相比小微企业的借款金额并不具备性价比。另一方面，小微企业多会出现缺乏可追溯资料难以有效评估风险的情况，而缺乏抵质押物和抵押流程长进一步加剧了小微企业融资难度。
- 随着科技的日渐发展与银行数字化转型进程的推进，银行开始通过企业各类数字化信息来辅助风险判断，目前市场上可用于小微企业风控的线上信息主要包括供应链信息、税务信息、发票信息、支付信息、用电信息、信息系统数据等，各类数据对于小微企业融资业务的作用度在信息真实度、信息丰富度、与风控关联度、覆盖企业广度等方面存在差异。
- 各类企业数据中，税务数据在信息真实度、与风控的关联度等方面存在优势。具体而言：**1) 税务信息覆盖了我国八成中小微企业，覆盖范围广，便于实现规模化；2) 税务信息真实度高、数据维度多且有是风控的关联度大，可以有效帮助银行快速了解企业的经营情况；3) 银行可通过“金税工程”建立的网络、系统进行对信息的电子化收集和存储，风控自动化程度高。**
- 2015年，国家税务总局和原银监会出台文件，要通过“银税互动”助推小微企业发展；2017年5月，《关于进一步推动“银税互动”工作的通知》发布后，银行业积极通过税务数据赋能小微企业融资业务，目前银税贷已经成为各个银行布局小微企业融资线上化进程最重要的产品与方式。2020年4月，《关于发挥“银税互动”作用助力小微企业复工复产的通知》要求在已实施“银税互动”支持政策框架下，针对疫情期间小微企业迫切的资金需求，加大税收信用贷款支持力度，努力帮助小微企业复工复产渡过难关，“银税贷”业务得到进一步繁荣。**2022年，全国小微企业通过银税互动获得银行贷款988万笔，贷款金额2.25万亿元，同比增长33.9%，且预计2023年全年发放贷款规模将达到3万亿元。**此外，在我国“以票管税”的大环境下，发票信息与税务信息紧密相连，**因此通过税票信息展开的银税贷与发票贷是目前实现解决风控效果与风控成本难兼顾问题的最优选择。**

2019-2023年中国银税贷发放规模



注释：银税贷发放规模数据为基于国家税务总局披露的某些时间段规模及增速等数据进行预估得到。

来源：国家税务总局，艾瑞咨询自主调研及测算。

©2023.8 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

56

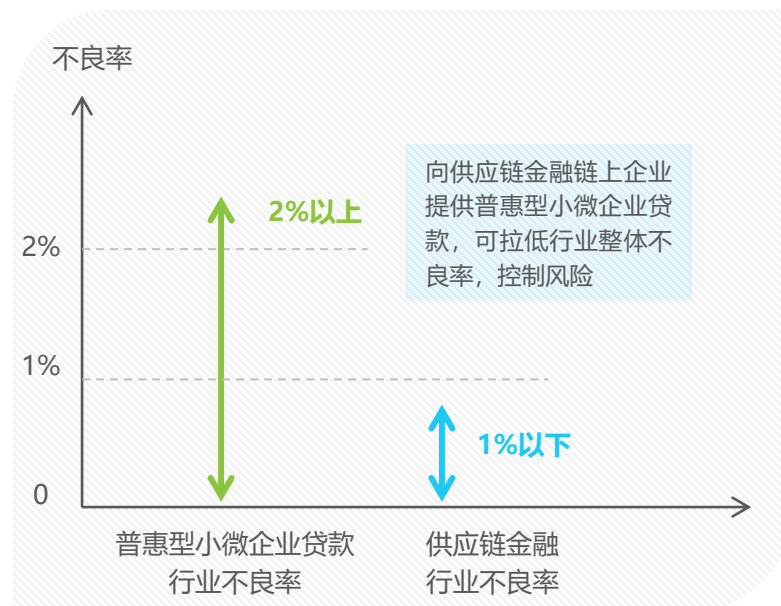
供应链金融将成小微融资业务新破局点

政府大力支持供应链金融业务发展，银行自身也倾向通过增加风险表现更优的供应链金融业务比例来控制整体不良

- 随着绝大多数商品和服务市场供大于求、竞争加剧，企业赊销比例持续提高、回收周期延长，企业应收账款规模越来越大，在2011到2021的十年间，中国规模以上工业企业应收账款规模累计增长率达168%，远远高于同期营收增长率。另一方面，2020年以来爆发并持续了三年的新冠疫情对宏观经济造成冲击，规模以上工业企业应收账款规模、增速和回收周期均出现超常规增长。
- 近几年来，国家层面接连发声，鼓励支持开展供应链金融发展与创新，供应链金融的战略重要性被推到了前所未有的高度。
- 另一方面，近几年小微企业经营情况每况愈下影响到了还款能力，小微企业贷款风险整体上升，为控制风险，银行积极增加供应链金融业务的规模，希望通过发挥供应链金融低风险的优势来实现整体风险的调控。**未来，随着贷款持有期限的拉长，小微金融的风险可能会进一步暴露，而供应链金融业务将继续繁荣，其在小微企业贷款业务中的比例也会进一步扩大。**

2011-2022年中国规模以上工业企业应收账款规模变化

不同业务不良率对比



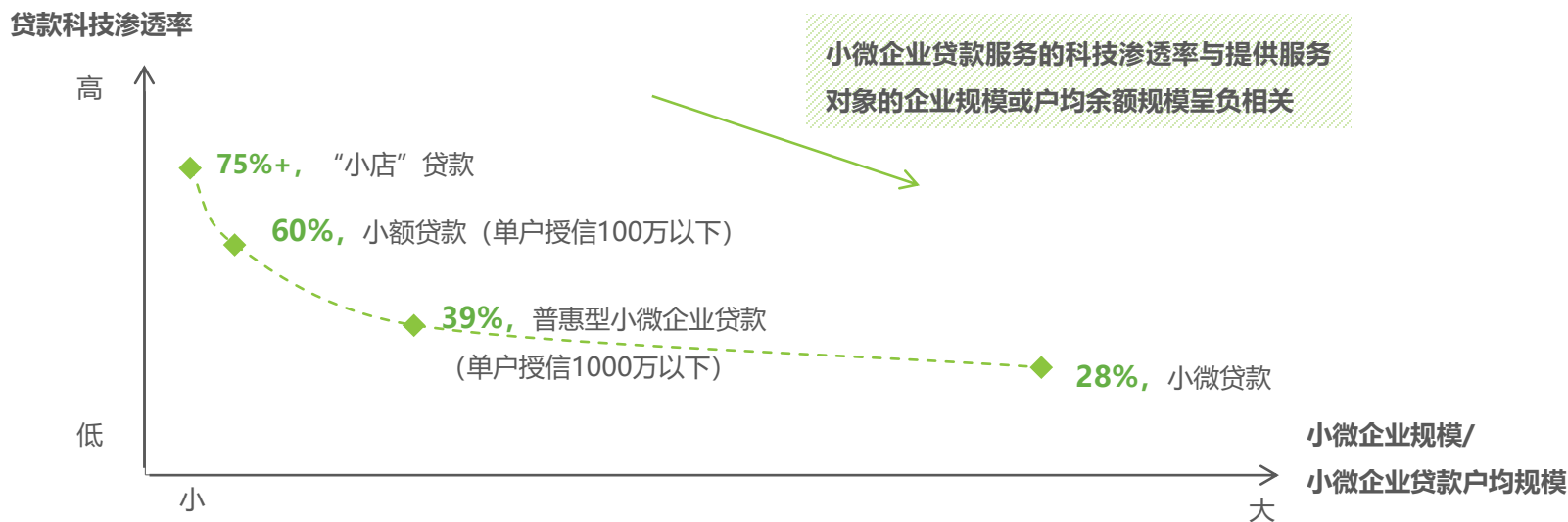
来源：中国服务贸易协会商业保理专业委员会、艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

普惠小微贷款科技渗透率达四成

贷款科技渗透率与企业规模负相关，小微企业贷款科技渗透的深化需要贷款供给主体的数字化水平提升与信用贷款业务比例的增加

- 小微融资是指银行业金融机构等主体为小微企业发放的用于生产经营活动的贷款。小微融资科技，则是通过引进、优化大数据、人工智能等科技手段赋能小微融资业务，实现业务流程高效化、精准化。小微融资科技主要包括客户获取、风控管理、资金发放、贷后管理四个核心环节，在有无科技平台参与的情况下各环节存在一定差异，金融科技平台的参与主要对获客、风控和贷后管理进行赋能。
- 2021年，中国小微企业贷款科技渗透率为28%，普惠型小微企业贷款科技渗透率为39%，单户授信100万以下小微企业贷款科技渗透率为60%，“小店”贷款科技渗透率超过75%。事实上，企业规模越大，其业务复杂度越高，在风险审慎原则下更容易出现需要通过线下走访或抵质押等方式来确定风险水平的情况，因此企业规模越大对其提供贷款服务的科技化渗透率也会越低。
- 此外，目前银行小微企业贷款仍有相当一部分是抵押贷，而抵押过程通常都需要线下流程，因此，未来小微企业贷款科技渗透率的提升一方面需要银行等供给主体提升自身数字化水平，另一方面也需要找到更多可确定企业风险水平的数据、提升信用贷款业务比例，否则信用贷款的比例将会是小微企业数字化渗透率的天花板。

2021年各口径下小微企业贷款科技渗透率



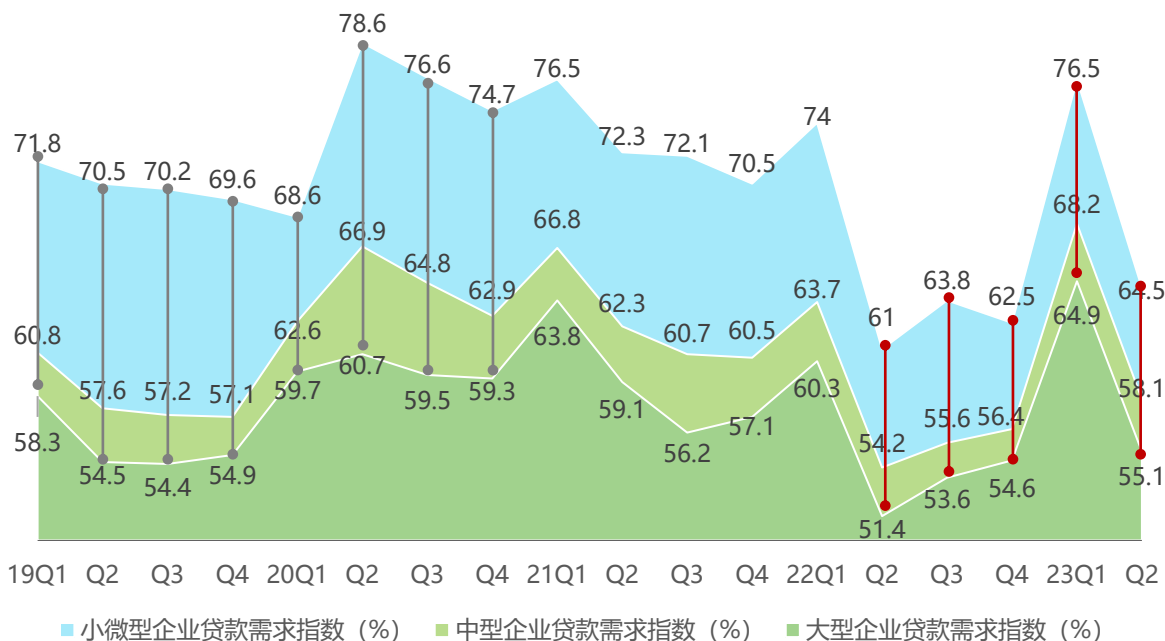
来源：专家访谈，艾瑞研究院自主研究测算。

小微企业借贷意愿与还款信心不足

下行的经济环境影响小微企业贷款需求指数，借贷行为过度审慎，未来企业投融资信心会随着居民消费的提振而恢复

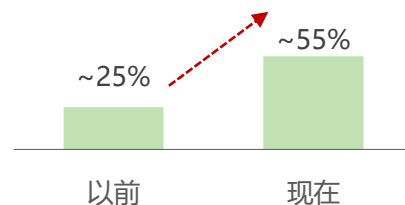
□ 疫情以来，国家层面给到多项小微企业扶持政策，但整体下行的经济周期下，小微企业经营仍然举步维艰，住户部门层面居民消费率下降、储蓄率上升，**企业部门的经营信心也大幅下降，而这充分影响了企业的投融资意愿**。根据央行统计的各季度不同规模企业贷款需求指数，2022年以来小微企业贷款需求指数骤然下降，且小微企业与大型企业的差距明显收缩。另一方面，根据某金融科技平台的业务数据对比，2022年以来该平台初审后用户自然流失率从25%左右上升到了55%左右，授信成功后用户的额度动支率也从95%下降到了约60%，**小微企业的借贷行为过度审慎，行业痛点已经从“借不到钱”变成了“需要却不敢借钱”**。未来，随着国家全面提振消费的一揽子措施，**预计企业投融资信心会随着居民消费的恢复而恢复**。

2019Q1-2023Q2中国不同规模企业贷款需求指数

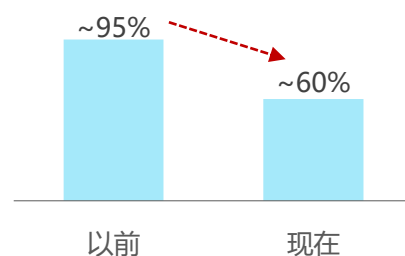


来源：央行，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

某金融科技平台不同时期
初审后用户自然流失率



某金融科技平台不同时期
用户授信额度动支率



04

供应链金融篇

ABSTRACTS 摘要

供应链金融篇

■ 政策环境

□ 政策持续加码鼓励支持供应链金融发展

- 疫情以来供应链金融迎来密集扶持政策，国家大力提倡以供应链金融来扩大对小微企业的信贷支持、促进实体经济快速恢复

□ 引导发展供应链金融产品创新供给

- 创新方向1：利用数字技术促进供应链金融服务线上化、平台化、智能化
- 创新方向2：加快绿色数字服务能力建设，倾斜支持绿色低碳产业
- 创新方向3：开发与产业链供应链发展特点相适应的针对性产品
- 创新方向4：加快建立统一的市场制度规则，推进供应链金融行业标准制定

■ 行业规模

□ 中国将成全球最大的供应链金融市场之一

- 2022年中国供应链金融行业规模36.9万亿元，预计未来五年将以10.3%的CAGR增长，2027年将超60万亿元

■ 商业模式

□ 供应链金融的核心服务对象是中小企业

- 融资需求方（中小企业）所处供应链位置及所依赖融资基础（债权/物权）决定具体融资模式

□ 风险差异造成不同模式发展程度不平衡

- 低风险的应收账款模式获各方青睐并占半数市场份额，但行业的进步与突破发展需要库存融资和预付款融资模式的加速

ABSTRACTS

摘要

供应链金融篇

■ 数字渗透

□ 数字技术与实体经济融合取得显著成效

- 数字技术发展同步驱动供应链金融业务规模扩张，中国供应链金融数字化渗透率从在5年内实现了多倍增长

□ 不同模式的数字化度差异更为突出

- 应收账款模式数字化渗透率远超其他，电子债权流转凭证类产品贡献最大，未来供应链票据将取代一部分电子债权流转凭证类产品的市场

■ 市场格局

□ 四类主体纷纷展开数字化但核心优势不同

- 金融机构资金与产品丰富，核心企业了解用户与产业、第三方科技公司专于科技与产品，供应链服务商掌握贸易关系

□ 平台是供应链金融数字化的基本载体

- 在运营数字化平台超200家，金融科技公司率先实现了库存融资与应收账款模式的齐头并进，未来多方合作成立科技公司建设的综合性平台将增多

政策持续加码鼓励支持供应链金融发展

疫情以来供应链金融迎来密集扶持政策，国家大力提倡以供应链金融来扩大对小微企业的信贷支持、促进实体经济快速恢复

□ 供应链金融的战略意义：1) **优化供应链管理能效**：供应链金融是指从供应链产业链整体出发，运用金融科技手段，整合物流、资金流、信息流等信息，在真实交易背景下，构建供应链中占主导地位的核心企业与上下游企业一体化的金融供给体系和风险评估体系，提供系统性的金融解决方案，以快速响应产业链上企业的结算、融资、财务管理等综合需求，**降低企业成本，提升产业链各方价值**。2) **促进小微企业融资发展**：供应链金融供应链上下游聚集着大量的小微企业，通过了解供应链上的经营流转数据，能够以真实贸易为基础了解小微企业的经营情况，因此国内普遍认可的一种理论是“**供应链金融是解决小微企业融资难问题最好的方式**”，目前供应链金融已经成为发展普惠金融和小微金融的重要手段。3) **全面促进金融业务发展**：供应链金融**处于产业链供应链高质量发展、普惠金融、数字化转型、绿色金融、乡村振兴、场景金融、金融科技等各类金融服务和创新的交汇处，处于客户、交易、风控、收付、金融的链接点**，供应链金融的良性运转有利于金融的全面发展，因此几乎所有银行都将供应链金融作为其发展战略的重要组成部分。

□ 2017年10月，国务院发布《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》，首次对供应链创新发展作出重要部署，以此作为推动供给侧改革的重要抓手。2019年7月，原银保监会发布《推动供应链金融服务实体经济的指导意见》，要求“银行保险机构应依托供应链核心企业，基于核心企业与上下游链条企业之间的真实交易，整合物流、信息流、资金流等各类信息，为供应链上下游链条企业提供融资、结算、现金管理等一揽子综合金融服务。”2020年突如其来的疫情进一步将供应链金融对实体经济的重要作用凸显出来，国家层面接连发布政策，鼓励支持开展供应链金融发展与创新，而在国家层面纲领性文件的指引下，数十个地方省市政府亦接连发布支持供应链金融发展的专项政策，**供应链金融的战略重要性被推到了前所未有的高度。**

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

2022年以来国家层面鼓励供应链金融发展部分政策

2022年3月	《关于推动中央企业加快司库体系建设进一步加强资金管理的意见》
2022年4月	《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》
2022年5月	《关于开展“携手行动”促进大中小企业融通创新（2022-2025年）的通知》
2022年6月	《关于印发〈全国供应链创新与应用示范创建工作规范〉的通知》
2022年7月	《关于进一步推动金融服务制造业高质量发展的通知》
2022年9月	《关于推动动产和权利融资业务健康发展的指导意见》
2022年12月	《“十四五”现代物流发展规划》
2023年4月	《关于2023年加力提升小微企业金融服务质量的通知》
2023年5月	《信息化和工业化融合管理体系 供应链数字化管理指南》
2023年6月	《关于进一步提升债务融资工具融资服务质效有关事项的通知》
2023年6月	《国家发展改革委等部门关于做好2023年降成本重点工作的通知》
2023年8月	《关于开展“一链一策一批”中小微企业融资促进行动的通知》

引导发展供应链金融产品创新供给 (1/2)

创新方向1：利用数字技术促进供应链金融服务线上化、平台化、智能化；
创新方向2：加快绿色数字服务能力建设，倾斜支持绿色低碳产业

- 供应链金融数字化是指将ICT、大数据、人工智能等数字化技术应用于供应链金融业务各个环节以及在此过程中所产生的一系列改造、升级和创新。事实上，现如今的供应链金融业务已经无法脱离数字化概念而独立存在，《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》中**对供应链金融的定义就已经包含了将数字化技术应用到供应链金融业务中的内涵。数字化是供应链金融业务的一种理想化终态，也是为实现这一终态目标下的持续过程。**
- 近几年来，国家发布的各项政策中除大力鼓励支持发展供应链金融外，更多的是鼓励加快推进供应链金融的创新与应用，2021年更是首次将“创新供应链金融服务模式”写在了政府工作报告中。纵览近三年国家发布的各项政策，鼓励的创新方向主要包括四方面：

方向1：利用数字技术促进供应链金融服务线上化、平台化、智能化。

- 2022年6月 商务部等八部门《关于印发〈全国供应链创新与应用示范创建工作规范〉的通知》
 - 1) 发挥技术优势、市场优势、平台优势，探索拓展供应链专业服务，提供一体化供应链管理服务，积极赋能中小企业。2) 鼓励金融机构为有条件的企业提供**流程型、智能型供应链金融服务**。
- 2021年3月 《国务院办公厅关于印发加强信用信息共享应用促进中小微企业融资实施方案的通知》
 - 推动供应链金融发展，实施“上云用数赋智”行动，**推动数据赋能全产业链协同转型**。
- 2022年3月 《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》
 - 1) 大力发展第三方物流，支持数字化第三方物流交付平台建设，推动第三方物流产业科技和商业模式创新，**培育一批有全球影响力的数字化平台企业和供应链企业**，促进全社会物流降本增效。2) 发展供应链金融，**提供直达各流通环节经营主体的金融产品**。
- 2022年9月 银保监会 央行《关于推动动产和权利融资业务健康发展的指导意见》
 - 1) 推广供应链融资。银行机构应依托核心企业在订单形成、库存调度、流转分销、信息传导等环节的主导地位，发展基于供应链的应收账款融资、存货担保融资等业务，并**积极开发体系化、全场景的数字供应链金融产品**。2) 推进供应链融资“线上化”管理。对于供应链融资业务，可探索以线上为主开展贷款“三查”工作。支持银行机构将供应链信用评价向“数据信用”和“物的信用”拓展，通过与企业生产交易、仓储物流等核心数据进行交互，与行内信息、企业信息、政府公共数据交叉验证，实现对动产和权利融资各环节信息的动态掌握。

方向2：加快绿色数字服务能力建设，倾斜支持绿色低碳产业的供应链金融服务。

- 2021年11月 工业和信息化部 人民银行 银保监会 证监会《关于加强产融合作推动工业绿色发展的指导意见》
 - 1) 鼓励金融机构加快金融科技应用，对工业企业、项目进行绿色数字画像和自动化评估，提升个性化服务能力。2) 根据产业链数字图谱和重点行业碳达峰路线图，创新发展供应链金融，以绿色低碳效益明显的产业链领航企业、制造业单项冠军企业和专精特新“小巨人”企业为核心，加强对上下游小微企业的金融服务。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

引导发展供应链金融产品创新供给 (2/2)

创新方向3：开发与产业链供应链发展特点相适应的针对性产品；
创新方向4：加快建立统一的市场制度规则，推进供应链金融行业标准制定

方向3：结合不同产业链供应链发展特点开发与之相适应的针对性产品。

- 2021年3月 国家发改委等13部门《关于加快推动制造业高质量发展的意见》
 - 强调要创新发展供应链金融，开发适合制造业特点的金融产品等举措。
- 2021年8月 工信部在关于政协第十三届全国委员会第四次会议第1526号提案答复的函
 - 一是加强产业链供应链金融创新，推动发展供应链金融等金融产品，配合相关部门优化金融服务；二是进一步做好产融合作，加强与数字化转型服务商的合作，促进民营平台企业发展。
- 2022年5月 工信部等11部门《关于开展“携手行动”促进大中小企业融通创新（2022-2025年）的通知》
 - 完善产业链供应链金融服务机制，鼓励金融机构结合重点产业链供应链特点开发信贷、保险等金融产品，加强供应链应收账款、订单、仓单和存货融资服务。

方向4：加快建立全国统一的市场制度规则，推进供应链金融行业标准的制定。

- 国家通过各项政策条文鼓励各行业参与者积极统一行业标准的同时，也在积极通过提供或建设更便利、更统一的基础设施服务，如动产和权利担保登记、供应链票据平台的推进等，供应链金融数字化的各项基础设施正在被政策加速构建
- 2020年12月 国务院《关于实施动产和权利担保统一登记的决定》
 - 1) 将生产设备、原材料、半成品、产品抵押，以及应收账款质押等七大类动产和权利担保纳入统一登记范围，由当事人通过中国人民银行征信中心动产融资统一登记公示系统自主办理登记。当事人对登记内容的真实性、完整性和合法性负责，登记机构不对登记内容进行实质审查。2) 中国人民银行负责制定生产设备、原材料、半成品、产品抵押和应收账款质押统一登记制度，推进登记服务便利化。中国人民银行征信中心具体承担服务性登记工作，不得开展事前审批性登记。国家市场监督管理总局不再承担“管理动产抵押物登记”职责。
- 2021年1月 上海票交所《接入规则》
 - 1) 《接入规则》明确了接入办理流程，符合条件的供应链平台可向票交所提交相应材料，票交所将及时受理相关申请，并在一定期限内反馈受理意见。受理通过后，供应链平台应与票交所签署合作协议，完成相应的业务和技术准备。2) 探索建立交易真实性甄别和监测预警机制的要求。
- 2021年11月 国务院《提升中小企业竞争力若干措施》
 - 1) 要规范发展供应链存货、仓单和订单融资，发挥人民银行征信中心动产融资统一登记公示系统作用，提升企业通过动产担保融资的便利度。2) 提高供应链金融数字化水平，引导金融机构开展标准化票据融资业务。
- 2022年3月 《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》
 - 加快建立全国统一的市场制度规则，持续推动国内市场高效畅通和规模拓展，加快营造稳定公平透明可预期的营商环境，进一步降低市场交易成本，促进科技创新和产业升级，培育参与国际竞争合作新优势。

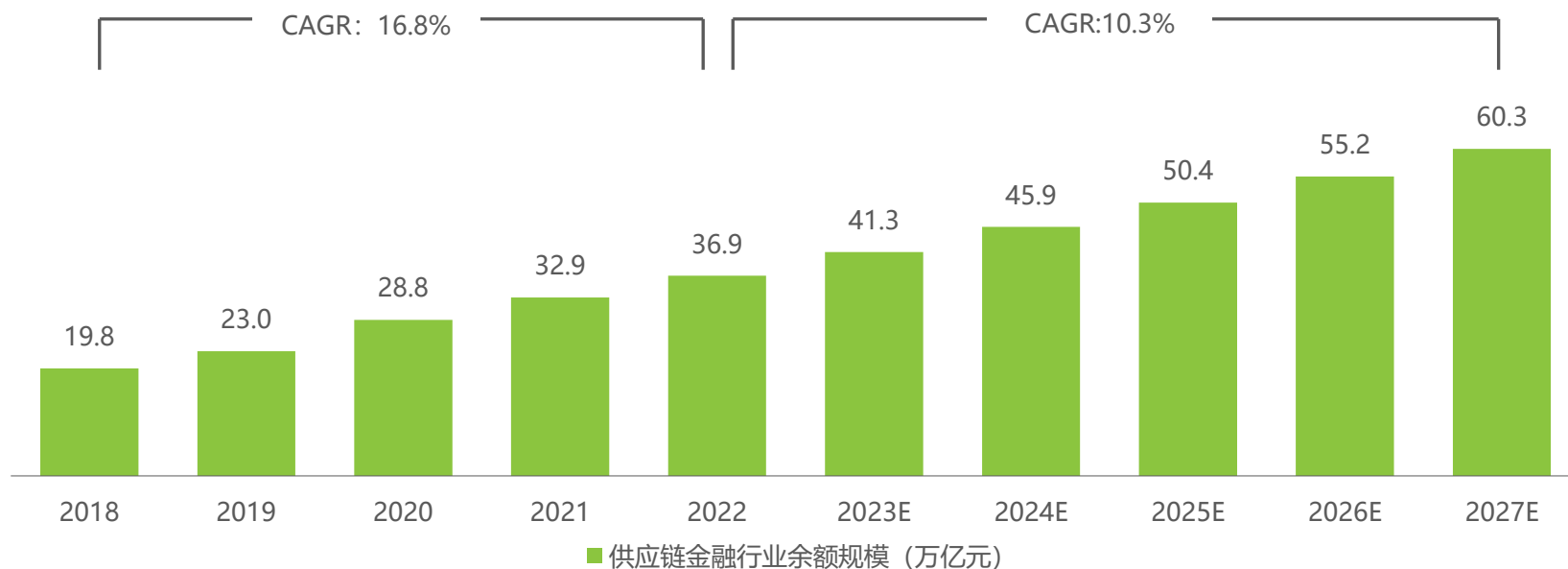
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国将成全球最大的供应链金融市场之一

2022年中国供应链金融行业规模36.9万亿元，预计未来五年将以10.3%的CAGR增长，2027年将超60万亿元

- 贸易活动的日益频繁、赊购模式的盛行、友好的政策环境等因素为中国供应链金融行业的快速发展提供了充足的养分。2022年，我国供应链金融行业余额规模达到了36.9万亿元，过去五年CAGR为16.8%，高于中国企业贷款规模增速和小微企业贷款规模增速。
- 据统计，2023年上榜《财富》世界500强的中国大陆135家公司中，近70%进行了供应链金融布局。随着政策、经济、社会、技术等各方面环境的进一步优化，预计未来五年中国供应链金融行业规模将以10.3%的CAGR继续增长，到2027年，规模超60万亿元，中国将成为全球最大的供应链金融市场之一。

2018-2027年中国供应链金融行业余额规模



来源：银保监会，中国服务贸易协会商业保理专业委员会，CNABS，艾瑞咨询研究院自主研究绘制测算。

供应链金融的核心服务对象是中小企业

融资需求方（中小企业）所处供应链位置及所依赖融资基础（债权/物权）决定具体融资模式

- 基于融资行为在供应链运营过程中所发生时间点下的供应链金融模式分类适用于所有买卖双方的交易链条，但由于供应链上通常会出现相对强势的核心企业，而融资需求产生方通常为处于其上下游的相对弱势的中小企业，需要在核心企业的上下游分别展开讨论。
- 供应链金融的本质就是利用供应链上企业之间的债权、物权进行融资。
- 根据融资需求方所处供应链上下游的位置及其是否为产业链中相对强势的一方，可以将供应链金融划分为三种场景：

Section ① 中小企业为供方，核心企业为买方：通常表现为应收账款融资模式与订单融资

- ✓ **应收账款融资**：一个标准的买卖交易行为是钱货两讫，但随着赊销成为一种主要的销售方式，账期的存在使得处于供应链上游的企业普遍承受着现金流紧张的压力，而这种压力在供货方是中小企业的场景下体现的尤为明显，该场景下上游供方会基于应收账款申请融资。
- ✓ **订单融资**：供方为采购原材料或者组织生产，基于买方向其下达的订单/合同/协议来向金融机构申请融资，订单属于未来的应收账款，订单融资本质上属于一种依托于供应链的信用融资。



Section ② 核心企业为供方，中小企业为买方：通常表现为预付款融资模式



- ✓ 买方向供应商下订单但现有资金无法覆盖全款能力，买方通过让渡自己的部分提货权而向金融机构申请融资，金融机构为买方代付预付款，供应商实现了资金的快速回流，买方获得了一笔预付款融资。

Section ③ 买方与供方的企业体量不存在明显差异：通常表现为基于B2B平台的新型融资模式，B2B平台属新型核心企业

- ✓ 有别于传统的以核心企业为展业基础，该场景下，由于供应链中不存在明显的强势方，买卖双方可根据具体情况约定交易支付方式，由此形成不同的融资方式，其中亦包括前述提及应收账款融资、订单融资、预付款融资等传统融资方式，也包括基于B2B平台交易而形成的提前回款融资等创新型融资方式。



- 此外，供应链金融也可以基于申请融资所依赖的底层基础来划分为债权融资和物权融资，传统供应链金融中普遍提及的库存融资即来源于此。
库存融资的发生场景多元，不局限于上游或下游，理论上供应链交易过程中所有的原材料、半成品、成品等库存均可作为质押物来申请融资。

注：物流金融概念中的订单融资与预付款融资通常混为一谈，但本报告所指订单融资特指针对上游供方的订单融资。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2023.8 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

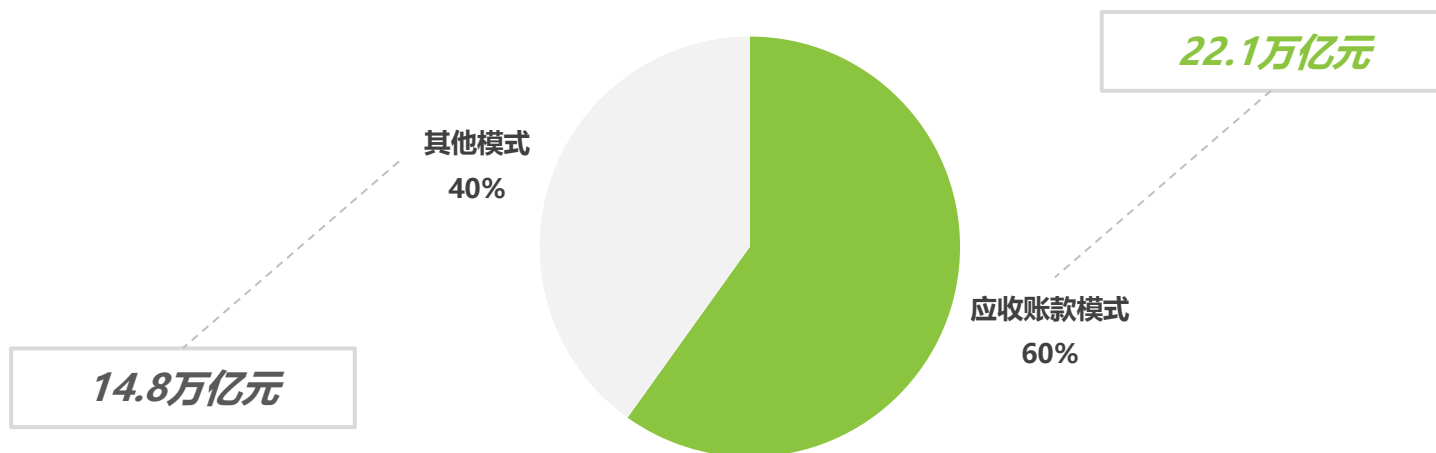
67

风险差异造成不同模式发展程度不平衡

低风险的应收账款模式获各方青睐并占半数市场份额，但行业的进步与突破发展需要库存融资和预付款融资模式的加速

- 从具体模式来看，应收账款模式获得了各方参与者的显著青睐。根据艾瑞测算，**2022年供应链金融余额规模中，应收账款模式的贡献率达到了60%。**
- **应收账款模式得到各方显著青睐的原因：**1) 融资申请发生在交易完成后，具有真实具体的贸易场景依托，风险系数最低；2) 应收账款模式以核心企业开具的应收账款凭证为直接还款来源，相对于订单融资、库存融资不涉及货物的发出及分销，从流程和时间上风险更容易确定；3) 应收账款模式可以围绕核心企业开展信用评估，对于银行等金融机构而言风控流程更为简单明确，且核心企业整体信用资质更高；4) 核心企业通常本身就是银行的客户，获客成本较低。

2022年中国供应链金融行业余额规模结构



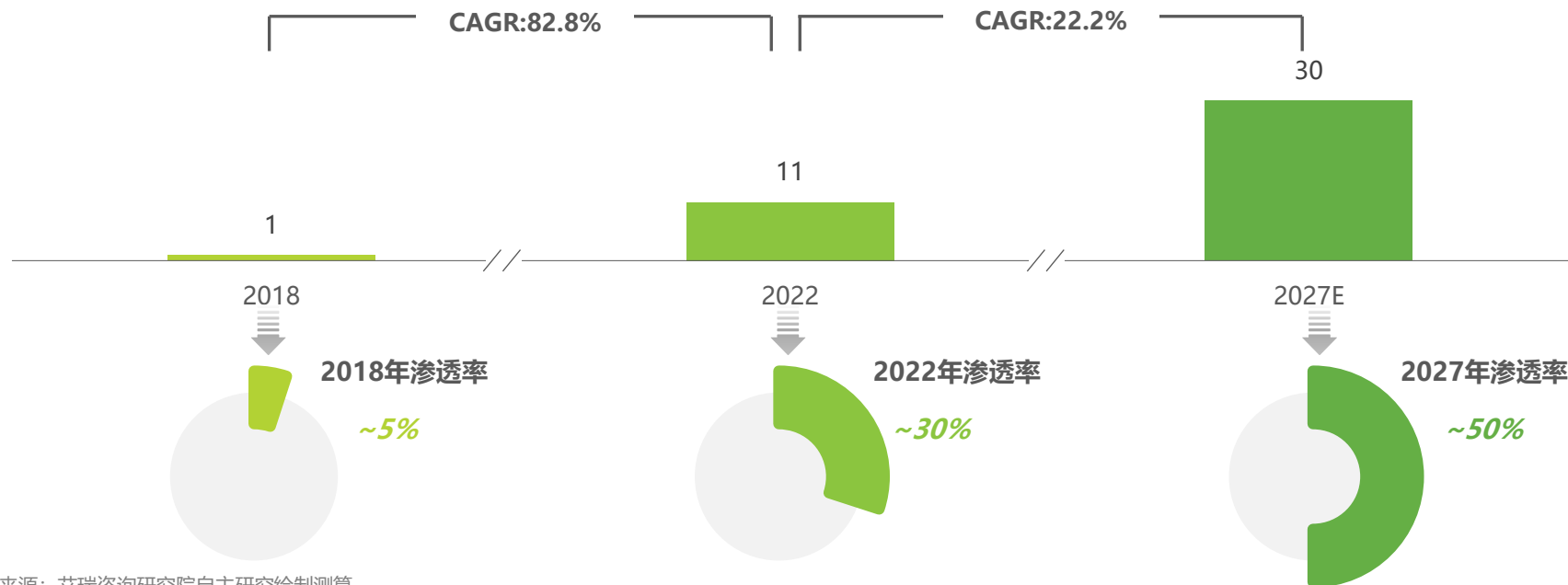
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

数字技术与实体经济融合取得显著成效

数字技术发展同步驱动供应链金融业务规模扩张，中国供应链金融数字化渗透率从在5年内实现了多倍增长

- 自2017年《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》首次对供应链创新发展作出重要部署以来，我国供应链金融业务实现了有效创新发展，数字化渗透率显著提升。**2022年，我国供应链金融数字化规模达到11万亿元，数字化渗透率约为30%，相比2018年实现了多倍的增长。**
- 《“十四五”数字经济发展规划的通知》提出，“到2025年，数字经济迈向全面扩展期，数字经济核心产业增加值占GDP比重达到10%，数字化创新引领发展能力大幅提升，智能化水平明显增强，数字技术与实体经济融合取得显著成效，数字经济治理体系更加完善，我国数字经济竞争力和影响力稳步提升。”在此背景下，艾瑞预计中国供应链金融数字化渗透率将进一步显著提升，到2027年，供应链金融数字化规模将达到30万亿元，数字化渗透率也将增长到约50%。

2018&2022&2027中国供应链金融数字化规模及渗透率



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制测算。

不同模式的数字化度差异更为突出

应收账款模式数字化渗透率远超其他，电子债权流转凭证类产品贡献最大，未来供应链票据将取代一部分电子债权流转凭证类产品的市场

- 供应链金融业务复杂程度高、所涉主体数量多、融资模式丰富多样，其数字化的方式也各有不同。根据供应链交易行为中核心企业是否参与，可以将供应链金融数字化融资模式分为两大类：一是依托核心企业的传统供应链金融模式的数字化变形，二是依托B2B电商平台新型数字化供应链金融模式创新。特别的是，B2B电商平台下同样包含了传统供应链金融模式，但平台的运营过程中天然的制造了很多信用，从而涌现了各类创新产品。
- 虽然B2B电商平台模式下的供应链金融业务如今如火如荼，但应收账款仍然是最主要的模式。前文提到，应收账款模式占供应链金融行业规模的比例达60%，主要原因在于应收账款模式的风险系数低、业务流程相对简单，该原因同时造成了应收账款模式的数字化程度更深。根据艾瑞测算，2022年应收账款模式的数字化渗透率达到了45%，高于行业平均水平，更显著高于其他模式的数字化渗透率。应收账款模式的主要数字化方式有三种：电子债权流转凭证、供应链票据及供应链ABS。

2022年中国供应链金融不同模式的数字化渗透率



- 2020年4月，供应链票据平台上线，3家供应链金融平台首批接入试运行；2021年6月，票交所发布《上海票据交易所发展规划（2021-2023）》，并提出在签发端完善供应链票据平台、有序推动供应链平台接入、加强配套机制建设等；2021年8月27日，票交所举办供应链票据平台上线发布会暨签约仪式，并于之后累计受理通过24家供应链平台的接入申请，截至2022年末，供应链票据各项业务金额累计2212亿元。
- 目前供应链金融数字化平台主要采用电子债权流转凭证模式，但供应链票据模式与电子债权流转平台模式在很多方面具备共性，且目前存在不同电子债权流转凭证无法互认的问题，而供应链票据则可以避免该问题。未来，随着供应链票据平台的快速发展以及供票市场的成熟化，预计未来供应链票据将取代一部分电子债权流转凭证类产品的市场。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制测算。

当前已获得票交所受理的供应链票据平台背景

一级分类	二级分类
央企国企背景平台（11）	央企产融平台（7）
	央企财务公司平台（3）
	地方国企产融平台（1）
银行背景平台（9）	全国性大行平台（3）
	股份制银行平台（5）
	城商行平台（1）
第三方科技平台（4）	
民企非第三方产融平台（1）	

四类主体纷纷展开数字化但核心优势不同

iResearch 艾瑞咨询

金融机构资金与产品丰富，核心企业了解用户与产业、第三方科技公司专于科技与产品，供应链服务商掌握贸易关系

- 供应链金融业务的开展通常涉及到五类主体，包括 A.供应链（核心企业+上下游）；B.供应链金融服务提供方（银行、保理公司等）；C.仓储物流/供应链管理提供方；D.专业第三方服务提供商（金融科技公司等）；E.基础设施服务提供方。其中前四类主体在行业内更多承担主动方角色。
- 供应链金融数字化的理想化终态是所有参与方实现极致协同，实现“四流合一”，做到供应链金融业务的：业务流程线上化、信用评估数据化、风控决策自动化、运营管理可视化、数据交易可信化、风险监测动态化、动产监管智能化。但由于各参与方的资源禀赋与利益驱动差异，不同类型参与方开展供应链金融业务的方式及数字化方式差异较大。

供应链金融数字化主要参与者及其能力优势



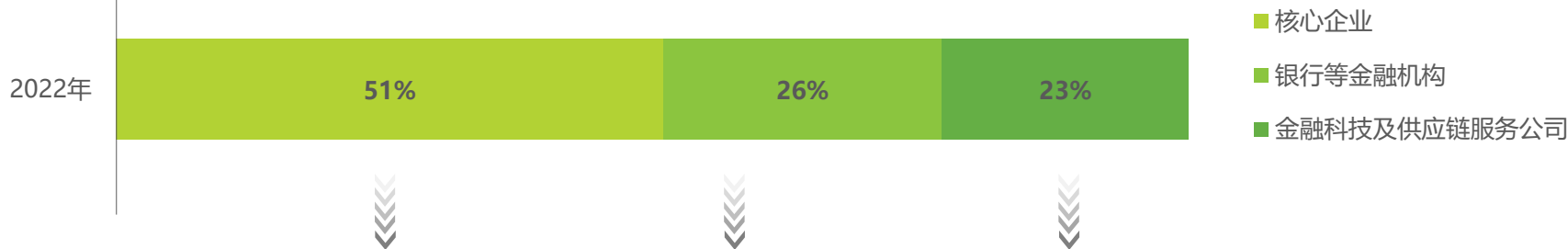
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

平台是供应链金融数字化的基本载体

在运营数字化平台超200家，金融科技公司率先实现了库存融资与应收账款模式的齐头并进，未来多方合作成立科技公司建设的综合性平台将增多

- 当前，金融机构、核心企业及金融科技公司纷纷建立供应链金融数字化平台。据统计，截至2022年，行业内已经有超过200家在运营平台，且这一数量仍在高速增长，预计未来将有更多垂直细分领域的供应链金融数字化平台涌现。
- 在运营平台中，自供应链金融2.0阶段就开始兴起的核心企业建立的数字化平台数量最多，约占所有平台的一半，而金融科技公司建立的平台占比虽暂时不高，但随着技术在供应链金融领域的深度应用和行业的进一步发展，很多金融机构、核心企业和供应链服务公司将实现更深度的融合，预计未来会出现多方联合建设的综合性平台，主要以金融科技公司的形式展开，因此预计金融科技公司建设的平台占比会上升。
- 此外，不同背景的平台对应收账款模式的覆盖率均最高，与行业整体水平一致，但金融科技公司由于具备较强的科技能力，其率先的展开了对库存融资模式数字化的探索，实现了库存融资与应收账款模式的齐头并进式发展。

2022年供应链金融平台背景分布



不同背景供应链金融平台 对不同业务模式的覆盖率



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

03 / 标杆研究：行业典型案例

Case Study

发挥金融科技能力，深度参与普惠金融领域的数字化

蚂蚁集团是中国通过金融科技助力普惠金融发展的先驱与领导者，其自成立以来，持续探索前沿创新技术和应用，为消费者、小微企业和农户提供普惠便捷的数字生活及数字金融服务，持续开放产品与技术，深度参与社会多个领域的数字化进程，助力企业的数字化升级与协作。

蚂蚁集团科技创新与数字普惠

科技创新

持续投入核心技术研发，
提供全球领先的科技产品与服务。

2030目标

2023目标

助力1亿小微企业，
服务全球大众。

数字普惠

□ 前沿科技发展

持续加大科研经费投入，攻坚前沿和底层数字科技。2021年科研投入投入188亿，2022年增加至**204.6亿元**。

与8所名校共建**11家**联合实验室，成立科研基金；推动前沿技术课题研究，建立组织平台保障体系。

全球范围内共持有授权专利**18,678件**，发明专利占比超过95%，区块链授权专利数全球排名第一。

□ 助力产业发展

通过区块链+IoT技术的融合探索，构建可信的数据协作网络，在产业中实现“上链”设备量突破**750万**，从而提升产业协作效率释放数据价值。

OceanBase已服务于头部**1/4**金融机构，在运营商、零售、互联网等多行业的**超400家**客户实现关键业务系统分布式改造升级，用技术让海量数据管理使用更简单。

发挥科技反诈防诈能力，“天枢-枢醒”系统对涉诈资金精准预警，通过支付宝“防骗码”预警劝阻112.5万次，智能唤醒被骗用户**7.2万人**，保护资金总计**5亿元**。



□ 服务大众

积极参与国家数字政务建设，充分发挥平台“泛在可及”“智能便捷”特点，助力**29省**一网通办，累计服务用户超过**5.7亿**。

为帮助解决残障群体在使用互联网等技术时遇到的困难，支付宝开发无障碍功能，服务了**191万**视障用户。

重点针对一老一小持续推广金融普惠教育，提升其金融素养与金融健康意识，覆盖**5,688万**人次。

□ 助力小微企业

通过数字支付降费让利和网商银行提供纯信用的数字贷款，累计为**8,600万**小微企业和小微经营者提供了普惠的支付和金融服务。

2022年，网商银行新增信贷客户中**超过80%**为经营性首贷户，让未获得过经营性贷款的小微经营者享受到数字金融带来的便利。

截至2022年底，支付宝已为**395万**商家提供小程序服务，提供超过**2,000个**免费数字化工具，提升小微企业的数字经营能力。

□ 数字普惠助农

百县百品公益助农项目累计助力全国18省**118个**脱贫县特色农产品品牌升级。

网商银行“大山雀”借助卫星遥感技术为累计**123万**种植户提供了金融服务。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

立足科技优势，坚持客户至上，持续探索小微金融服务

2018年5月21日，度小满正式成立，延承百度技术基因，探索人工智能在金融领域的应用，先后布局信贷、财富管理、支付、保险、个人金融科技和供应链金融科技六大业务板块。特别在信贷领域，度小满延承百度技术基因，立足自身金融科技优势，坚持客户至上，通过科技来服务小微，持续探索人工智能、云计算、区块链等前沿技术在信贷业务全链条上的广泛应用，通过智能获客、智能经营、智能策略、大数据风控等应用拓展金融服务边界，提升金融服务效率，助力小微融资成本降低。据统计，度小满累计为超过1800万小微企业主及工商个体户授信，2022年为小微企业发放超过5200亿元信用贷款，5年来所服务的小微客户贷款利率下降28%。

度小满科技能力布局



智能获客

- 获客效率提升1倍以上

强化学习首次应用于金融获客
基于深度学习的预审批模型

强化学习
多目标学习
对比学习



智能风控

- 提升风险识别能力50%+

处理大规模非结构化稀疏数据
40万维+征信报告衍生变量

关联网络 自监督学习
行为序列 图计算
模型聚类 自然语言处理



智能经营

- 挖掘用户全生命周期价值
- 提升盈利性30%+

因果推动在领域业内首用

因果推断 运筹优化
强化学习 —



智能运营

- RPA能力行业领先
- 替代60%+人工

无感率99.2%
具备情感识别能力

语音识别 迁移学习
文本聚类 情感计算
语言合成 —

AutoML

全流程自动化建模63%+效果优于人工

- 运用情感计算、关联网络和知识图谱等技术，进行感知引擎和决策引擎运算：①大数据处理能力实现日均100亿次计算；②智能风控模型年均上线10万条策略；③模型特征小时级更新，模型效果分钟级监测；④可通过情感计算判断用户还款逾期的真实性。
- 基于NLP、图计算等技术搭建智能征信中台，精准识别高风险客户，提高风险定价能力精准度：①征信报告能够解读出40万维的风险变量；②银行风控模型的风险区分度提升了26%；
- 同时，度小满“智能化征信解读中台”工程可拆分为“3个平台-1个特征生成框架-3个模型”的“313”工程，结合大数据、人工智能、云计算等先进技术，支持度小满各环节业务智能化开展，进而助力金融数字化升级，实现科技赋能实体经济。截至目前，该平台已获10项专利授权与24项软件著作权，并在2022年荣获了中国智能科学技术最高奖“吴文俊人工智能科学技术奖”。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

积极践行社会责任，为小微金融和农村金融发展赋能

度小满坚持主动承担社会责任，探索前沿科技技术，为小微金融和农村金融发展赋能。在小微金融方面，依托金融科技优势，累计服务数千万小微企业和个体工商户，疫情期间多次为小微商户提供低息贷款支持，帮助小微商户减轻经营负担，助力小微加速复工复产。在农村金融方面，积极响应国家乡村振兴政策，践行公益助农理念，通过免息贷款、人才培养等方式赋能乡村产业发展，提升普惠金融服务在乡村的可及性，有效推动了农业增效、农民增收、农村增值，受到各地普遍好评。截至2022年末，旗下“小满助力计划”公益助农免息贷款项目已覆盖242个行政村，间接辐射超15万名农户。



小微金融

- 截至2022年底，度小满携手金融机构，累计服务数千万小微企业和个体工商户，其中7成是员工在5人以下的小店，超过50%分布在四线及以下城市。
- 度小满专注服务小微用户，多次启动“小微加油站”计划，为小微用户提供年化利率最低3.65%起的低息贷款服务。截至2022年底共发放了17.9亿元的低息贷款。
- 疫情期间，度小满为中高风险地区的小微商户提供额度1亿元免息贷款支持，缓解小微企业房租等资金压力。2022年12月，度小满向中国红十字基金会捐赠2,000万元。



- 探索数字普惠金融精准助农长效机制：建立和完善“致富带头人+普通农户+建卡贫困户+农民合作社成员+家庭农场主+农企联盟成员”的贷款扶持模式。
- 探索线上线下并行助农帮扶典型模式：自2019年发起“小满助力计划”公益助农免息贷款项目，截至2022年底，服务近2,000名用户，累计放款超1.5亿元，已覆盖31个省(自治区、直辖市)的242个行政村，扶持产业涵盖了60多个种植业、20多个养殖业，以及乡村民宿、乡村电商等多个新兴产业。
- 开展人才培养计划赋能乡村带头人：立足产业帮扶，开展人才培养计划赋能乡村带头人，探索“产业支持+人才培养”的可持续帮扶机制。
- 开展直播助农提升电商发展能力：与各地政府联合举办直播助农活动，助力农产品销售。

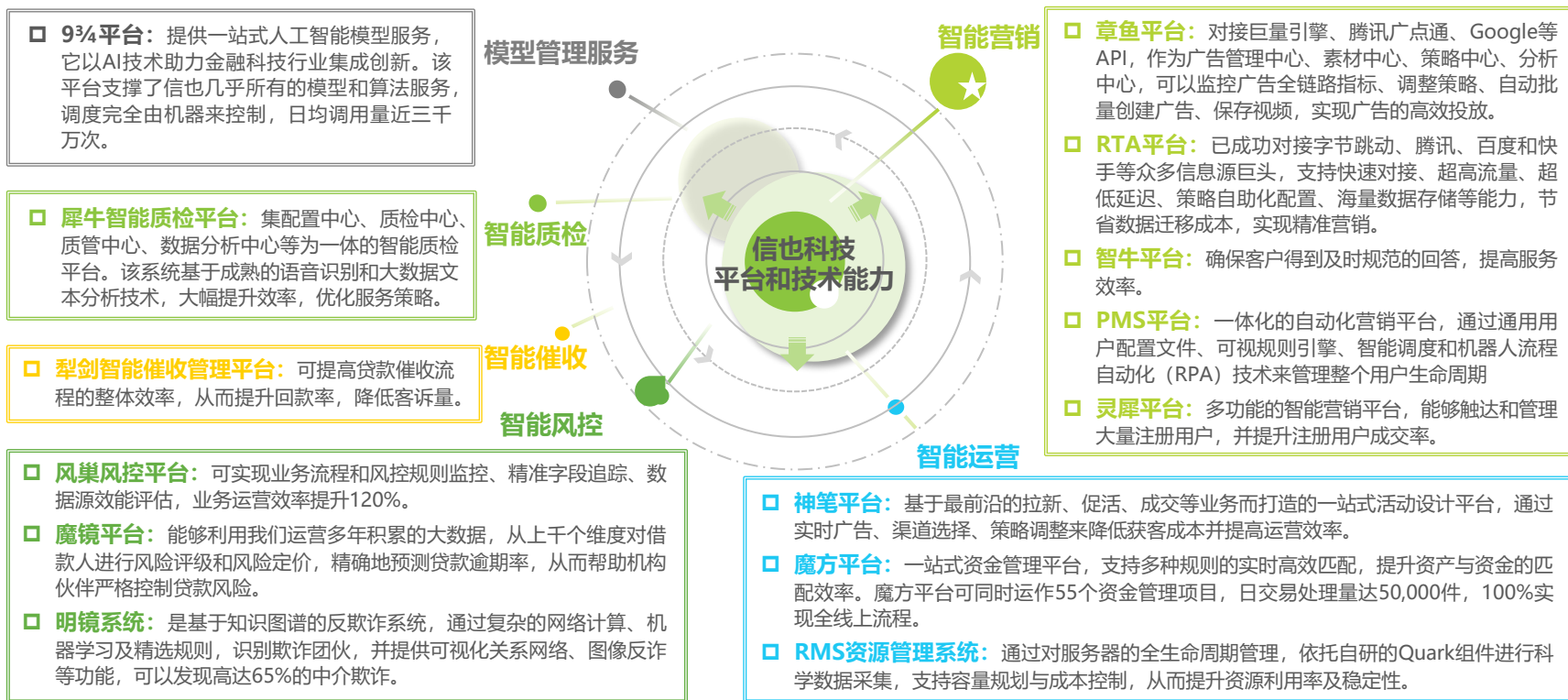


农村金融

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

以六大关键竞争力为核心，创新技术服务金融

信也科技成立于2007年，是中国互联网消费金融行业的初代探索者，在信用风险评估、欺诈检测、大数据和人工智能等核心领域开拓创新技术，并积累了丰富的经验。信也科技视科技为发展之本，始终坚持科技创新战略，推动公司形成“平台和技术能力”的核心战略，围绕科技驱动的消费金融业务、国际化业务以及科技生态孵化业务三大业务板块，坚持以创新技术服务大众、赋能机构，以智能营销、智能运营、智能风控、智能催收、智能质检、模型服务六大关键竞争力为核心，保持公司的竞争力和未来适应能力。



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

ESG深度融入公司业务模式，深耕海内外普惠金融市场

信也科技以“科技，让金融更美好”为使命，将ESG深度融入公司业务模式，将一系列企业战略与公司治理、风险管理、客户服务、员工发展、绿色运营、社会公益等ESG议题相结合，秉承“金融触手可及，点滴助力你我”的理念，持续利用标志性的创新技术推进普惠金融，以更加可持续的方式扩大对社会的积极影响。对于传统金融机构未能覆盖或未能满足其需求的借款人，信也科技通过便利、简化、快速的贷款交易流程，推动金融机构合作伙伴对其提供贷款。目前，信也科技的金融科技服务已从中国扩展到菲律宾、印度尼西亚等海外市场。财报显示，截至2022年底，信也科技累计为75家金融机构提供数字化服务，2022全年促成交易金额1754亿元，全年总营收111.3亿元，同比增长17.6%。



立足本土·布局全球，科技能力贯穿业务流程提质增效

- 信也科技将先进技术融入平台交易流程的各个步骤，为借款人提供简洁流畅的用户体验，当前和潜在借款人可通过社交媒体、搜索引擎、应用商店、推荐活动和其他在线渠道即时获取产品与服务。
- 同时立足本土，布局全球，提供的金融科技服务已从中国扩展到菲律宾、印度尼西亚等海外市场。
- 推进乡村振兴综合规划，启动“大众创业、万众创新”，自2020年开始向小微企业主提供贷款产品服务，助力普惠金融。

整体业务

2022全年营收**111.3**亿元,同比增长**17.6%**

2022全年促成交易规模**1754**亿元

截至2022年底为**75**家金融机构提供数字化服务

2022Q4帮助金融机构为**320**万用户提供信贷服务，优质客群占比提升至**77%**

2022全年国际业务营收**11.5**亿元，贡献率超**10%**；2022Q4营收**3.9**亿元，同比增长**121.9%**

小微业务

2022全年帮助小微用户获得**434**亿元信贷服务，同比增长**60.7%**

2022Q4帮助**49.7**万小微用户获得**119**亿元信贷服务，占同期交易总额**24.5%**

携手国家举重队发起“亿元公益免息借款”活动，免息发放额度超过**1.2**亿元，累计服务小微业主**1.1**万户

- 信也科技将ESG理念融入企业发展战略中，自2018年来**连续发布ESG报告**，并获准加入联合国全球契约组织（UNGC）。
- 2021年，信也科技制定了为期四年（2022-2025）的**ESG战略行动计划**，在数字经济、数据安全、绿色低碳倡议、员工关爱、企业责任以及与外部组织和机构合作等方面更好地践行承诺，在可持续发展道路上又向前迈进一步。
- 2021、2022连续两年在晨星SustainalyticsESG评级中被给与“**低风险**”评级。

绿色低碳·主动担当，ESG概念深度融入公司业务模式

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

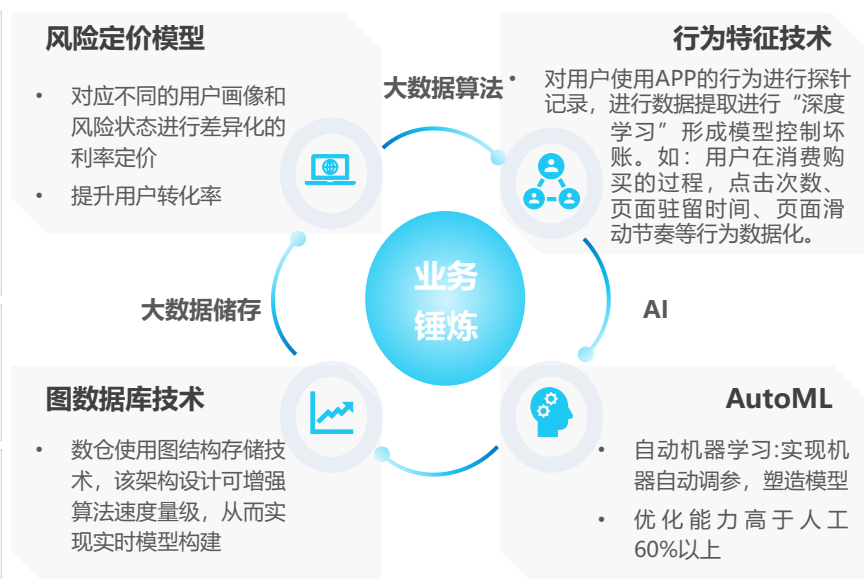
场景为王，基于大数据底层逻辑赋能航旅产业链数字化升级

信飞科技创新了国内航旅产业消费的新模式——分期旅游。成立之初，信飞科技通过与南方航空等国内头部航司的合作，推出“先飞后付”的机票消费模式；在机票分期之外，信飞科技还将分期服务延伸至酒店、旅行团等“航+旅”生态圈。截至2022年底，信飞科技累计与超过15家航司建立合作关系，合作金融机构近30家，覆盖航旅场景用户超8000万，相关系统及服务占据航旅金融科技市场规模的70%以上。

行业一流科技体系，建立金融科技护城河



优势技术夯实底层策略，智能手段推动业务增长



深耕航旅场景，打造稳固、开放、共赢的科技生态圈

合作航空公司 15家+	合作金融机构 近30家	覆盖航旅场景用户 8000万+	航旅金融科技市场规模占比 70%+
注册用户数 4000万+	服务用户数 350万+	累计交易金额 超300亿	主营业务贷款余额 近100亿

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

科技向善，坚持“金融+科技+场景”赋能小微实体发展路线

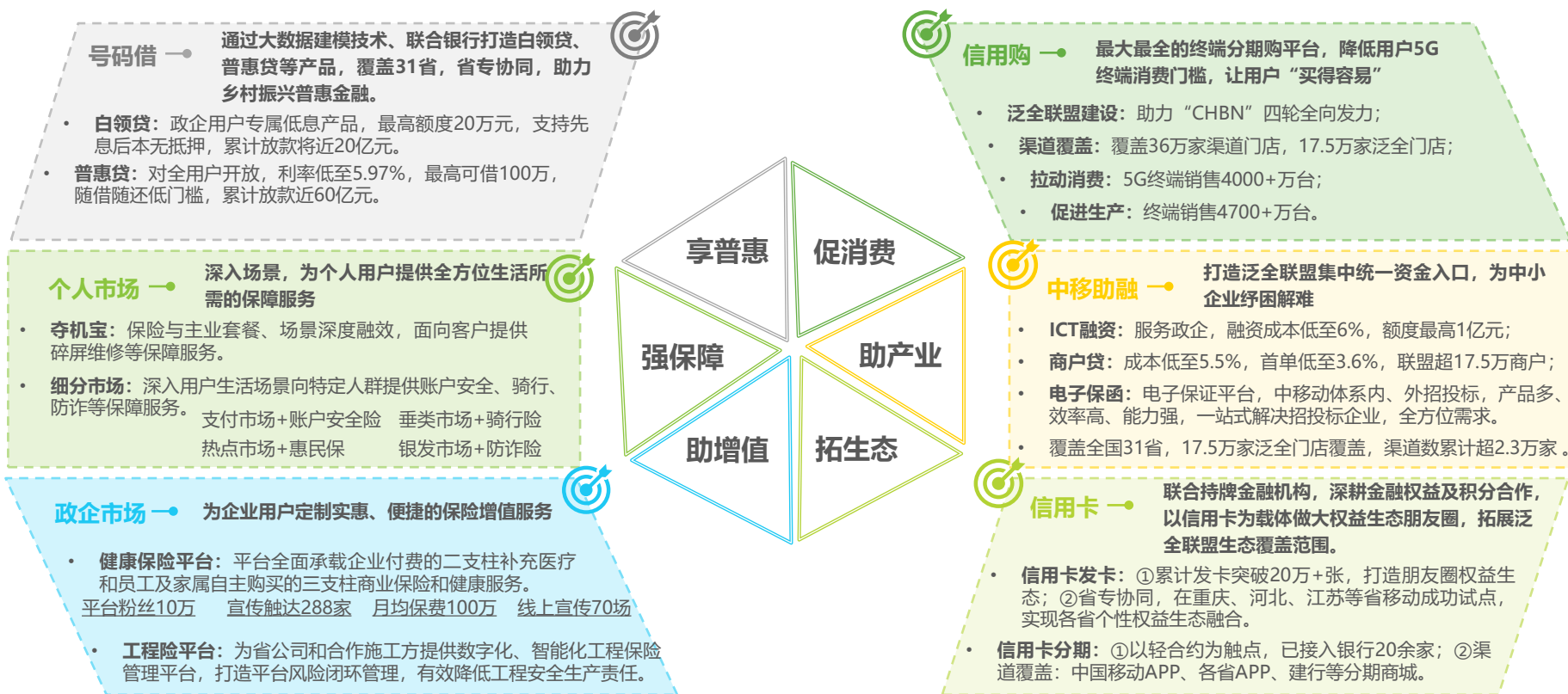
从机票分期到航旅金融，信飞科技所自主研发的系统方案不断延伸服务范畴，将现代化金融服务活水覆盖到社会各个角落，坚持“金融+科技+场景”赋能小微实体发展路线。信飞科技基于大数据和智能图像识别技术，通过打造小微实体经济“绿色通道”帮助小微实体用户高效获得普惠金融服务；围绕乡村振兴战略，信飞科技推出涉农产业专属贷款审核服务，通过智能化分析借款申请用户的IP地址、ID、借款用途、身份证信息等信息定位涉农群体。目前，小微实体用户，特别是涉农群体已经成为信飞科技相关产品服务的重要用户群体。2022全年，信飞科技累计为小微实体提供近3亿元贷款金额，累计服务次数超过4.6万次；帮助涉农用户获得超过37万笔贷款，总金额超过50亿元。



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

聚焦产业金融和数字金融，拓展泛全联盟生态建设

中国移动作为三大运营商之一，基于其广泛的用户基础，以“金融惠生活”为基准理念，聚焦产业金融和数字金融，建设“金融+保险”服务平台，全力打造有运营商特色的供应链、消费金融产品和保险产品，通过信用购、中移助融、信用卡、号码借、个人市场、政企市场等六大产品抓手，让消费用户和中小企业都可以享受到更普惠的金融服务，力泛全联盟生态建设，实现促消费、助产业、拓生态、享普惠、强保障、助增值的目标。



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

04 / 大咖分享：行业专家之声

Leading Insights

iResearch – 普惠金融行业专家之声

Leading Insights of Inclusive Finance Industry

2023年5月，艾瑞咨询普惠金融研究团队启动“普惠金融行业专家之声”版块征集活动，面向普惠金融行业的参与者与关注者发出诚挚访谈邀请。

活动一经展开，获得热烈反响，多位资深行业专家接受访谈，并提出了具备前瞻性、专业性、科学性、实践性的行业观点，为行业各界人士提供了丰富的思考方向，也为本报告的撰写提供了充分的支持。

在此，艾瑞咨询普惠金融团队衷心感谢各位专家的慷慨分享，也欢迎更多对普惠金融行业的参与者与关注者持续关注并联系我们，让我们继续汇聚行业之声、洞察市场现状、探讨未来趋势、共创行业价值！

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

数字化是金融机构的内生动力，本质是帮金融机构提质增效



许冬亮

度小满

首席技术官 (CTO)

@iResearch 普惠金融研究团队

“

数字化是金融机构的内生动力，其本质是帮助金融机构提质增效，并以此提升金融机构的核心竞争力，而科技投入较少、数字化还存在鸿沟的中小金融机构更需要通过与科技平台的合作来弥补自身的短板。中小银行与金融科技平台一个比较可行的合作路径是先从零售信贷开始合作，打通资产业务，中小银行获得一定的效益后再继续沉淀风控、产品、获客等方面的数字化能力。

在金融科技平台整改之后，银行与科技平台的合作规则将更清晰，行业发展也更为有序、稳健，合规经营的头部机构将迎来更好的发展环境，助力整个金融数字化市场的长期健康发展。

以ChatGPT为代表的AI大模型正在全球范围内引发新一轮的技术革命与商业浪潮。未来，大模型将成为信息处理的基础设施，中小银行应用人工智能技术的门槛将大幅降低，在数字化、智能化进程中有“弯道超车”的机会。

”

科技平台需持续深耕用户洞察和提质增效，以提升竞争壁垒



王玉翔

信也科技

首席运营官 (COO)

@iResearch 普惠金融研究团队

“

金融科技平台与金融机构之间存在竞合关系，但平台承担更多的角色还是“金融机构的合作者”、“用户与金融机构间的连接者”。在与金融机构进行合作时，科技平台需要在两方面做到极致——一是在合规前提下尽可能深入地洞察用户需求，二是不断提升业务链条上各个环节的效率——这两者的核心是在业务的各个环节运用精细化运营、大数据、AI等能力，精益求精，不断提升自己的竞争壁垒。

普惠金融是国家金融体系的毛细血管，最近几年受到政府高度扶持，其典型特征就是客单价低和风险识别难，所以其天然地与技术适配，我们必须通过技术手段实现对风险更精准的识别，这也是信也长期深耕技术能力发展、不断扩大小微业务的原因。

此外，虽然疫情对小微企业的经营产生了影响，但随着疫情放开，小微业务的风险数据表现已经有了快速的回落。

”

2023将是小微融资行业的风险暴露期与喘息调整期



程瑞

上海金融与发展实验室

特聘高级研究员

@iResearch 普惠金融研究团队

“

三年疫情对整个小微市场的冲击是非常大的，小微企业的还款能力受到了影响，兼之今年政策取消了“两增两控”的要求，大行可能会相对缺乏保持高增速的动能，有些中小行甚至可能会暂时退出赛道。“分母”快速下降的过程中，“分子”的风险还在暴露，至少在零售小额贷款这个细分赛道的不良会在今年出现一个集中的释放。

但与此同时，今年的政策环境对于很多互金平台、很多银行来说也是一个难得的调整机会。一方面，没有更大的政策压力去驱使从业机构们追求更高速的增长，大家得以喘息调整业务结构、提升风控能力，同时把过去几年吃进来的一些不太好的资产尽快消化。另一方面，行业难以再通过高速增长“分母”来掩盖风险，从长期良性发展角度来看，此时选择控制风险而非盲目追求快速增长对是相对理性的。

”

消费金融进入存量竞争时代，银行自主能力建设在逐步提高

“

综合宏观、居民债务承受力、监管政策调整、互联网平台整顿、疫情冲击等因素，可以看到消费金融高速增长的态势已经过去了，进入了一个相对存量的市场发展格局。

进入2022年以来，银行业对于短期消费贷的热情明显增高，主要原因有两方面：一是我们发现这个领域没有想象中那么脆弱，三年的疫情考验也没有将行业风险提高到一个不可接受的程度，行业的信心是有所强化的；二是房贷业务的严重下滑导致银行的零售部门需要找到一块收益与风险可控的资产来做补充和替代，消费信贷是一个相对好的选择。

此外，经过几年互联网整合后，整个银行业已经开始逐步摆脱对合作渠道客户和风控的依赖，正在往自主能力建设的角度上去转型了，这是一个非常好的趋势。

”



孙磊

马上消费
副总经理

@iResearch 普惠金融研究团队

2023需持谨慎乐观态度，产业结构化变革中或存新机会点

“

2023年应该是谨慎乐观的一年。首先，疫情快速放开，之后宏观经济快速回升又倏而回落，整体经济水平还需要一段缓冲期，这样的背景下大家的任何动作都会非常谨慎。但与此同时，一些产业的智能化、数字化升级在快速的到来，国家高度支持且给予补贴的科创型企业发展也前景可期，这些都可能会给我们带来一些新的机会点。结构化的机会点也会有，关键看我们如何抓住机会走在前面。

微众银行成立之初的定位就是通过金融科技服务难以在传统商业银行获得金融支持的用户。数字化是普惠金融的基础，适应小微用户需求的线上化、无抵押、随借随用的企业流动资金贷款产品填补了市场上的一块空白，覆盖了相当比例的征信白户，超30万企业在我行获得了首笔企业贷款。未来，我们也将坚持初心，继续聚焦小微用户，为更多长尾下沉小微客户提供服务。

”



秦程远

微众银行

企业经营管理部总经理助理

@iResearch 普惠金融研究团队

供应链金融意义在于降成本、控风险，促进实体产业健康发展



钟松然

联易融数字科技集团

副总裁

@iResearch 普惠金融研究团队

“事实上，很多实体产业赚钱都是很难的，一年的利润率达到十几%都已经是很优秀的企业了，有些小企业辛辛苦苦干一年可能最后发现它的利润被金融吃掉了，所以太高的融资成本是很难支撑起一个健康的产业链的。

传统银行小微信贷主要基于银税数据和发票数据，小微用户的实际融资成本还是相对较高，但供应链金融叠加进去以后就可以了解更多企业经营实况，比如历史交易数据、订单与中标情况等，通过这些数据设计出来的更为丰富的产品，可以很大程度地将小微用户的融资成本降低，进而更好的实现金融普惠性。

与之对应，银行信贷的风控底层逻辑是通过高利率来覆盖高风险，由于产业链上的客户天然比较优质，供应链金融行业整体风险是低于普通信贷的，面对近两年行业风险上升的情况，很多银行就会通过加大供应链金融业务规模的方式来稀释风险、降低不良率。”

行业逐步合规、成熟的过程中，金融与科技的边界更为明晰



林建明

萨摩耶云科技集团

创始人、董事长兼首席执行官

@iResearch 普惠金融研究团队

“

2022年虽然对于金融科技公司是忙碌的一年、压力的一年，但这些压力实质是监管风险出清的过程、行业越来越明确的过程，甚至助贷的意义、价值、对普惠金融的贡献都已经写到了政策中。当然了，政策也对整个行业提出了非常明确的合规要求，将金融和科技的边界划分的非常清晰，那这对于行业来说就会不再那么无所适从，而是有本可依了。

行业逐步合规过程中，确实出现了利润摊薄的情况，但是任何一个行业在逐渐成熟的过程中利润率都会变薄，行业的逐步成熟也在对行业参与者提出更高的要求，大家需要建立自己的核心竞争壁垒，比如风险管理能力、流量经营能力、客户生命周期经营能力等等，但这是一个大浪淘沙的过程中，势必会进一步加剧行业分化。

”

数字普惠金融发展包括金融数字化、产业数字化及二者的衔接



邓波

兴业普惠科技（福建）有限公司

党委委员、总裁助理

@iResearch 普惠金融研究团队

“

与世界上的其他国家比较，当前中国的普惠金融处于快速发展期，但距离完全成熟还有漫长的一段路要走。数字普惠金融要真正的成熟需要三个重要方面：一是金融机构本身的金融数字化，二是企业端代表的产业数字化，三是产业数字化与金融数字化之间可以实现有效的衔接。

在建设数字中国大背景和数字化技术的大力发展下，现下政府层面也更加强调数据资源的开发应用，很多省市都已经成立了数据交易中心和数据集团，那么很多政府部门单位和公共事业单位在办理业务过程中所积累的数据就全部汇聚起来了，数据资产化迈出了第一步。

在此基础上，很多省市也建立了政府级的普惠金融服务平台，以数据为抓手，可以很好的解决普惠金融所面临的最大的困难——信息不对称问题，进而推动普惠金融业务的大力发展。

”

近期研究规划（公开发布类报告）

Research Programme

@ iResearch: TMT 金融组

- 2023年中国银行营销数字化行业研究报告
- 2023年中国第三方支付行业研究报告
- 2023年中国金融监管科技行业研究报告
- 2023年中国银行风控数字化行业研究报告
- 2023年中国智慧养老市场发展研究报告
- 2023年中国商业健康险发展研究报告

近期研究规划（公开发布类）



2023年

中国银行营销数字化行业研究报告

报告咨询

行业发展背景：在银行数字化转型大背景下，报告将聚焦银行营销领域，对现阶段银行营销发展现状做出洞察，从新客获取和老客运营的角度分别分析银行营销所面临的痛点，找到银行营销数字化的关键点。

所需数字化能力：报告将详细拆分为实现银行营销数字化所需要具备的核心数字化能力，并面向银行、金融科技厂商等行业资深专家进行批量调研，根据调研结果客观地对各项能力从不同的维度进行排序与分析。

落地支撑指南：报告将基于不同银行营销场景下数字化最佳实践，结合调研结果，从不同的角度分析如何构建银行营销数字化转型支撑体系，助力银行营销数字化转型的落地。

评选：

「iResearch：银行营销数字化卓越者榜单」：报告将围绕银行营销数字化服务商的关键细分能力，从不同维度选取优秀服务商，入围该榜单。

「iResearch：银行营销数字化卓越者案例」：iResearch银行营销数字化研究团队将甄选银行营销数字化厂商的优秀解决方案，作为卓越案例进行重点解读。旨在为行业参与者提供参考范例，并对卓越者服务商有效露出。

「iResearch：银行营销数字化专家之声」：iResearch银行营销数字化研究团队将通过专家深访的形式，诚邀业内专家学者共同研讨银行营销数字化转型趋势，并对核心观点进行提炼总结，最终以“专家名片+专家观点”的形式在报告中呈现。旨在为银行营销数字化转型提供前瞻性洞察，并为卓越服务商搭建业内交流渠道与对外发声平台。

近期研究规划（公开发布类）



2023年 中国第三方支付行业研究报告

报告咨询

2017年以来，艾瑞持续发布第三方支付行业年度报告，梳理支付行业发展动态，盘点业内参与者最新业态，片善小才、抑或集大成者，都会在报告中以不同角度进行展现。

2023年，艾瑞将延续支付年度报告的发布。本年的支付报告将对**线下收单、跨境支付、产业互联网支付**等典型细分赛道按照单独的章节进行呈现，以详细剖析该细分领域的独特业务进展与细分赛道内的优势参与方。

评选：

「iResearch：第三方支付行业卓越者榜单」：报告将评选第三方支付行业卓越者榜单，该榜单由艾瑞咨询联合第三方支付行业内专家共同提名、评选，并确定最终入围者。榜单预计从“合规安全、技术服务、产品创新”三方面核心能力出发，并综合考量行业内各类服务商的自身定位，旨在加深公众各界对第三方支付行业的了解，共同推动行业进一步发展。

「iResearch：第三方支付行业典型案例」：研究团队将选择在第三方支付领域具有突出业绩表现或行业创新产品/服务的企业进行案例分析展示，分析内容包括但不限于：愿景使命价值观、业绩表现、服务理念、典型/突出产品与解决方案等。

「iResearch：第三方支付行业专家之声」：艾瑞咨询支付研究团队将通过专家深访的形式，诚邀业内专家学者共同研讨第三方支付行业发展趋势，并对核心观点进行提炼总结，最终以“专家名片+专家观点”的形式在报告中呈现。旨在为第三方支付行业提供前瞻性洞察，并为行业从业者搭建业内交流渠道与对外发声平台。

近期研究规划（公开发布类）



2023年

中国金融监管科技行业研究报告

报告咨询

行业发展背景：报告将对国内金融业监管机构、政策、法律条文及重大金融合规事件进行回顾，把握监控合规业务演变历程的同时，分析金融科技崛起对于国内金融监管行业发展的机遇与挑战。通过分析金融监管科技行业的发展对于国家、金融产业、金融市场、金融机构及金融活动参与者的重大意义，体现中国金融监管科技行业发展的必要性。

所需数字化能力：报告将详细拆解金融监管科技所需要具备的核心能力，并面向银行、保险、证券、金融科技厂商等行业资深专家进行批量调研，根据调研结果客观地对各项能力从不同的维度进行排序与分析。

落地支撑指南：报告将基于不同金融监管科技细分场景下的最佳实践，结合调研结果，从不同的角度分析如何构建金融监管科技支撑体系，助力金融监管科技的实践落地。

评选：

「iResearch：金融监管科技卓越者榜单」：报告将围绕金融监管科技赛道服务商的关键能力，从不同维度选取优秀服务商入围榜单。

「iResearch：金融监管科技卓越者案例」：iResearch金融监管科技研究团队将甄选金融监管科技厂商的优秀解决方案，作为卓越案例进行重点解读。旨在为行业参与者提供参考范例，并对卓越者服务商有效露出。

「iResearch：金融监管科技专家之声」：iResearch金融监管科技研究团队将通过专家深访的形式，诚邀业内专家学者共同研讨金融监管科技未来发展趋势，并对核心观点进行提炼总结，最终以“专家名片+专家观点”的形式在报告中呈现。旨在为金融监管科技行业发展提供前瞻性洞察，并为卓越服务商搭建业内交流渠道与对外发声平台。

近期研究规划（公开发布类）



2023年

中国银行风控数字化行业研究报告

报告咨询

行业发展背景：在银行数字化转型大背景下，报告将聚焦银行风控领域，对现阶段银行风控发展现状做出洞察，从数据建设、技术发展、模式创新等不同的角度分别分析银行风控所面临的痛点，找到银行风控数字化的关键点。

所需数字化能力：报告将详细拆分为实现银行风控数字化所需要具备的核心数字化能力，并面向银行、金融科技厂商、数据服务商等行业资深专家进行批量调研，根据调研结果客观地对各项能力从不同的维度进行排序与分析。

落地支撑指南：报告将基于不同银行风控场景下数字化最佳实践，结合调研结果，从不同的角度分析如何构建银行风控数字化转型支撑体系，助力银行风控数字化转型的落地。

评选：

「iResearch：银行风控数字化卓越者榜单」：报告将围绕银行风控数字化服务商的关键细分能力，从不同维度选取优秀服务商，入围该榜单。

「iResearch：银行风控数字化卓越者案例」：iResearch银行风控数字化研究团队将甄选银行风控数字化厂商的优秀解决方案，作为卓越案例进行重点解读。旨在为行业参与者提供参考范例，并对卓越者服务商有效露出。

「iResearch：银行风控数字化专家之声」：iResearch银行风控数字化研究团队将通过专家深访的形式，诚邀业内专家学者共同研讨银行风控数字化转型趋势，并对核心观点进行提炼总结，最终以“专家名片+专家观点”的形式在报告中呈现。旨在为银行风控数字化转型提供前瞻性洞察，并为卓越服务商搭建业内交流渠道与对外发声平台。

近期研究规划（公开发布类）



2023年

中国智慧养老市场发展研究报告

报告咨询

报告将围绕“养老事业发展背景、细分市场发展洞察、发展趋势剖析、智慧服务商选型策略”展开研究。

市场现状审视：报告将从健康险保费增长、用户渗透、产品结构、发展进程等角度分析中国商业健康险发展现状，基于产品侧和用户侧的现状，从多角度、分险种地测算中国商业健康险市场的保费增长及盈利空间，进而对现阶段健康险发展困境作出分析、结论。

面临困境剖析：基于前文对困境的总结，报告将从供需关系出发剖析当前困境出现的表象原因——实际供给背离了真实需求。由有效供需背离的角度出发，报告将结合国外健康险产品结构以及市场发展现状，分析测算如果构建契合真实需求的健康险供给市场，则市场可能的增长趋势、保费空间以及盈利性将会如何。同时报告还将结合海外经验和政策导向，论证构建供需匹配的有效市场的必然性。

市场内不同参与者的破局之道：基于前文论述的健康险市场新局势的发展必然性，报告将进一步探讨在市场新局势发展的过程中，不同角色的产品及服务供给者（保险公司、保险中介、保险科技公司、数字化服务商等）应分别需要具备哪些能力、发挥哪些作用，各供给方角色之间应进行哪些协同，以何种途径实现当前发展困境的破局。

新局势展望：对未来想要构建的目标市场的新局势、新趋势进行展望。探索保险产品、服务的供应商在长期未来仍可挖掘的发展潜力。

同时，报告将围绕“产品异质化特征、产品创新能力、科技能力、服务体系、客户质量、收入及盈利增长潜力”等关键维度输出智慧养老服务商与养老生态的市场耦合指数，指数值较高者入围「iResearch：智慧养老服务商卓越者榜单」。

近期研究规划（公开发布类）



2023年

中国商业健康险发展研究报告

报告咨询

报告将围绕“市场现状审视、市场发展瓶颈剖析、市场参与者破局之道、新局势展望”展开研究。

市场现状审视：报告首先从两方面总结阐述商业健康险市场发展现状：1. 在健康险B2C市场端，从健康险总保费及分险种保费的增长、用户渗透和市场供给产品的结构分析市场增长面临的问题；2. 在健康险B2B市场端，从保险科技公司向保险中介、保险公司输出健康保险服务的角度出发，分析供给侧TPA服务与产品耦合的现状。这一部分还会结合中国健康险发展历程，多角度、分险种地测算中国商业健康险市场保费增长及盈利空间，进而对现阶段健康险发展困境作出分析、结论。

面临困境剖析：基于前文对困境的总结，报告将从供需关系出发剖析当前健康险产业链条两端面临困难的表象原因——实际供给背离了真实需求。由有效供需背离的角度出发，报告将结合国外健康险产品结构以及市场发展现状，分析测算如果构建契合真实需求的健康险供给市场，则市场可能的增长趋势、保费空间以及盈利性将会如何。同时报告还将结合海外经验和政策导向，论证构建供需匹配的有效市场的必然性。

市场内不同参与者的破局之道：基于前文论述的健康险市场新局势的发展必然性，报告将进一步探讨在市场新局势发展的过程中，不同角色的产品及服务供给者（保险公司、保险中介、保险科技公司、数字化服务商等）应分别需要具备哪些能力、发挥哪些作用，各供给方角色之间应进行哪些协同，以何种途径实现当前发展困境的破局。

新局势展望：对未来想要构建的目标市场的新局势、新趋势进行展望。探索保险产品、服务的供应商在长期未来仍可挖掘的发展潜力。

同时，报告将围绕“产品异质化特征、产品创新能力、科技能力、服务体系、客户质量、收入及盈利增长潜力”等维度，选择潜力发展指数相对较高的企业，入围「iResearch：健康险市场参与者菁英榜单」。

报告撰写人 / 徐佳鑫

艾瑞咨询 普惠金融研究团队 负责人



nancyxu@iresearch.com.cn

擅长领域

普惠金融、消费金融、中小企业融资、供应链金融、绿色金融、个人征信、信用卡、信用保证保险等领域的行业研究和企业战略、投融资等咨询服务。

近期研究成果

《2023年中国供应链金融数字化行业研究报告》

《2022年小微融资发展与展望研究报告》

《2022年中国消费金融行业研究报告》

关于我们

报告咨询

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能