

【国内征信】宏源证券闻学臣： 中国征信进入 2.0 时代



（本文选自微金融 50 人论坛演讲汇编系列之一：微金融的基础设施，独家推出，转载请注明出处）

一、征信行业热情被点燃

随着中国经济快速增长，市场对征信系统提出了迫切需求，中国征信行业成为市场近期的热点行业。2013 年 3 月，我国首部征信行业法规《征信管理条例》开始实施；2013 年 12 月，中国人民银行制定的《征信机构管理办法》正式施行；2014 年 5 月，银之杰 3 亿元收购亿美软通 100% 股权，表明了其进军征信领域的意向；2014 年 6 月，中国人民银行征信中心开始对个人查询本人信用报告实施收费制度；2014 年 6 月，国务院出台了《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020 年）》，明确到 2020 年，基本建成以信用信息资源共享为基础的覆盖全社会的征信系统。上述事项引起了机构和专业人士的普遍关注，市场更是开始预期 2014 年下半年央行将会发放个人征信牌照。

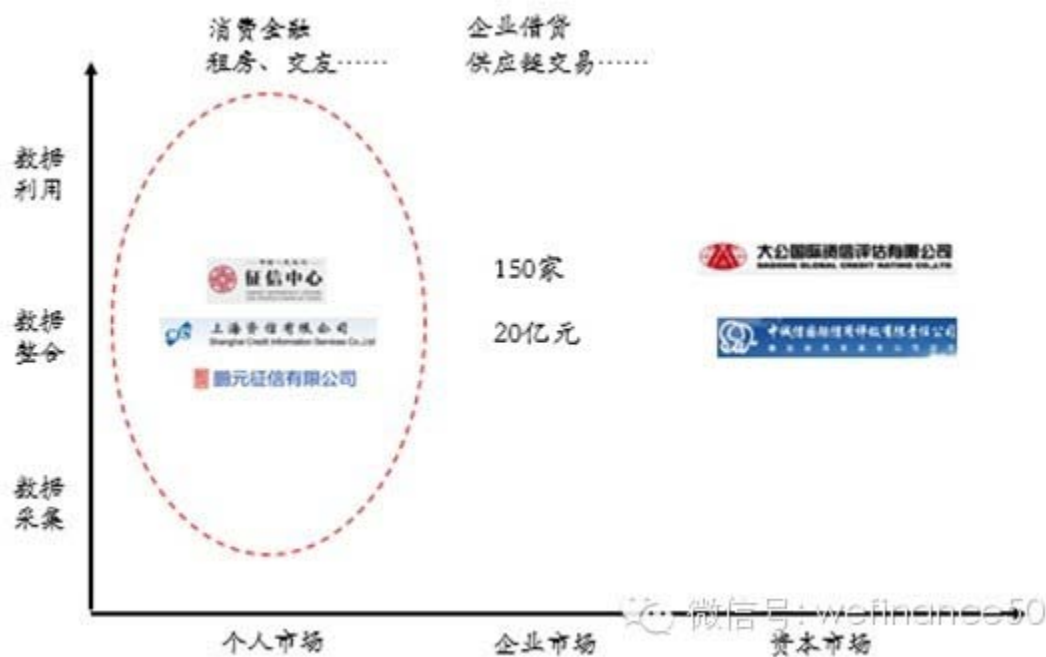


图 5-1 信用管理产业地图

图 5-1 为信用管理产业地图，可以用来简单的划分征信市场的不同领域。纵轴是从产业链的角度将数据处理过程分为三个环节，分别包括：数据采集，数据整合，数据利用。横轴是从市场角度出发，将市场分为了个人市场、企业市场和资本市场。美国个人征信市场主要由三大征信局和 FICO 构成，当然也包括上百家的其他服务商，中国个人市场主要是中国人民银行征信中心、鹏元征信有限公司和上海资信有限公司。美国企业市场主要是邓白氏，而中国这部分有较多的机构。美国资本市场主要是三大评级机构，中国则有大公国际等机构。据相关统计，截止到 2012 年底，中国在信用管理领域的企业共有 150 家。市场规模达到 20 亿元。

除此之外，征信还会涉及征信应用场景的问题。中国最主要的应用场景是金融领域，而征信业务发达的国家有更多的应用场景，比如个人租房，上下游企业交易，甚至谈恋爱等等。征信就像在陌生企业和陌生人群交易之间的建立起了无形的信用中介，对交易的顺利进行和风险控制有很大的帮助。

二、中国征信业进入 2.0 时代

目前中国的征信行业表现出以下三方面特征：

第一，市场需求的爆发。市场对于信用的需求，尤其是个人征信市场需求非常旺盛，其中有两个重要的拐点。第一个是异军突起的 P2P 市场，经过一年快速野蛮生长，参与者发现 P2P 平台蕴含的风险越来越大，因此也产生了对信用信息的强烈需求。第二个是消费金融在中国的兴起。中国经济在经历了靠投资拉动经济增长的阶段后，会逐步将重点转向内需领域，从而再衍生到消费金融领域。支持消费金融很重要的一个条件就是个人征信，而传统的个人征信体系无法完全有效满足当前多元化的消费需求。

第二，征信机构主体多元化。在此之前，中国企业征信主体相对较多，而个人征信机构相对较少，随着个人征信牌照的发放，将会有更多的玩家进入该市场，进而在有限竞争的基础上，丰富和完善个人征信的服务体系。

第三，技术产品的创新。随着大数据时代的到来，数据规模越来越大，数据维度越来越多，在征信数据源和征信模型方面都会有较多的创新和突破，征信体系拥有很大可改善的空间。

综合以上三方面的变化，宏源证券研究所研究员闻学臣认为中国征信业进入到了 2.0 时代。

通过与美国征信市场规模比较可粗略推算得出，中国仅个人征信市场就有 1000 亿元的空间，而目前中国整个征信市场规模为 20 亿元，未来增长空间巨大。

三、以 Zestfinance 为代表的公司开启了美国征信业的 2.0 时代

传统的征信尤其个人征信主要涉及以下信息：一是个人基本数据；二是金融数据，主要是信贷和信用卡相关数据；三是公共数据，包括税务、工商、法院、电信、水电煤气等部门的数据；四是个人信用报告查询记录。而如今，随着大

数据时代的到来和发展，可用于评估人们的数据越来越丰富，如电商的交易数据、社交类数据（强社交关系如何转化为信用资产）、网络行为数据（大小写习惯、拼写错误率与信用的相关性分析）等。这些数据是否有价值？是否可以应该应用到征信体系中去？如何把这些新数据应用到征信体系去？这都是值得思考的问题。

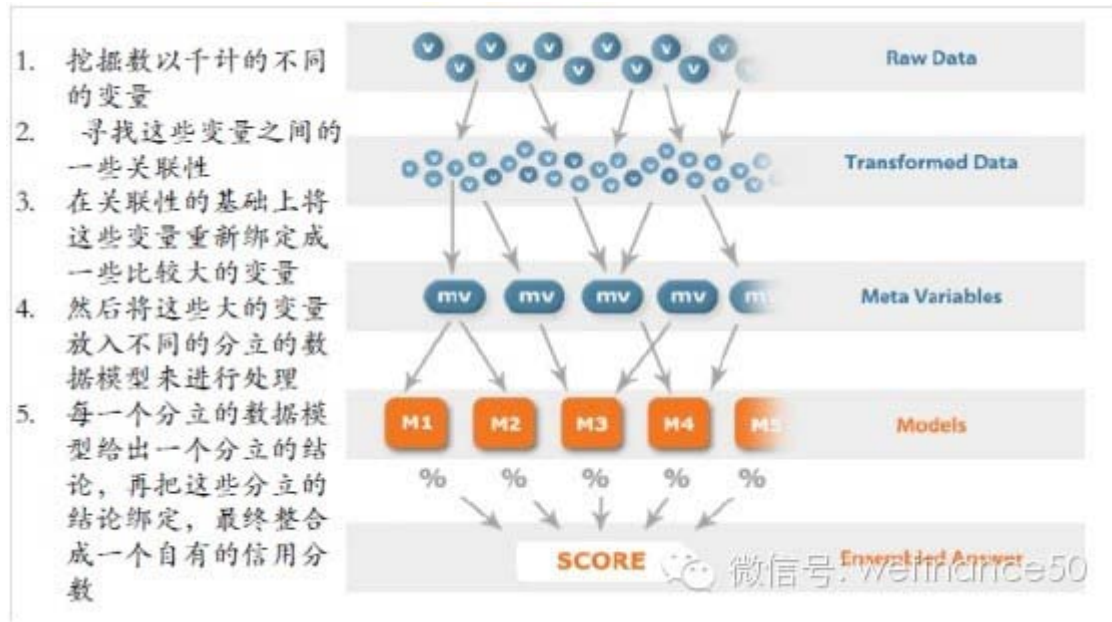


图 5-2 Zestfinance 开启征信 2.0 时代

四、中国个人征信业发展的三个核心要素

第一，牌照。在中国，只有获得征信牌照的机构才能从事征信相关的业务。预计个人征信牌照会有稀缺性，进入门槛也相对较高，除了注册资金、技术实力等要求，股东背景、第三方中立性以及行业经验都非常重要。

第二，数据。这块会涉及到三方面问题，一是数据源（也可以说是数据边界）和获取途径，从市场价值层面和从法律政策层面，哪些数据有用、哪些数据没用，哪些数据可以采集、哪些数据不能采集，同时在数据获取途径方面有自上而下和自下而上两种途径，此外数据标准也很重要；二是数据所有权问题，这里面涉及到用户授权问题，同时也涉及到如何协调数据的所有者、采集者、存储者、整合者、利用者之间关系和利益问题；三是应用场景，这个需要有明确的界定。

第三，模型。模型要注重权威性和可比性，同时，在大数据的背景下如何做模型的开发也值得思考，传统通过历史推测未来以及先消费后支付的方式是否可以有所突破？能否在技术层面和模型层面做一些创新？

征信行业本质还是服务业，从征信行业的整体发展过程来看，其未来应在客户开发（如从金融业拓展到零售业、医疗业等）和产品演进方面做突破。

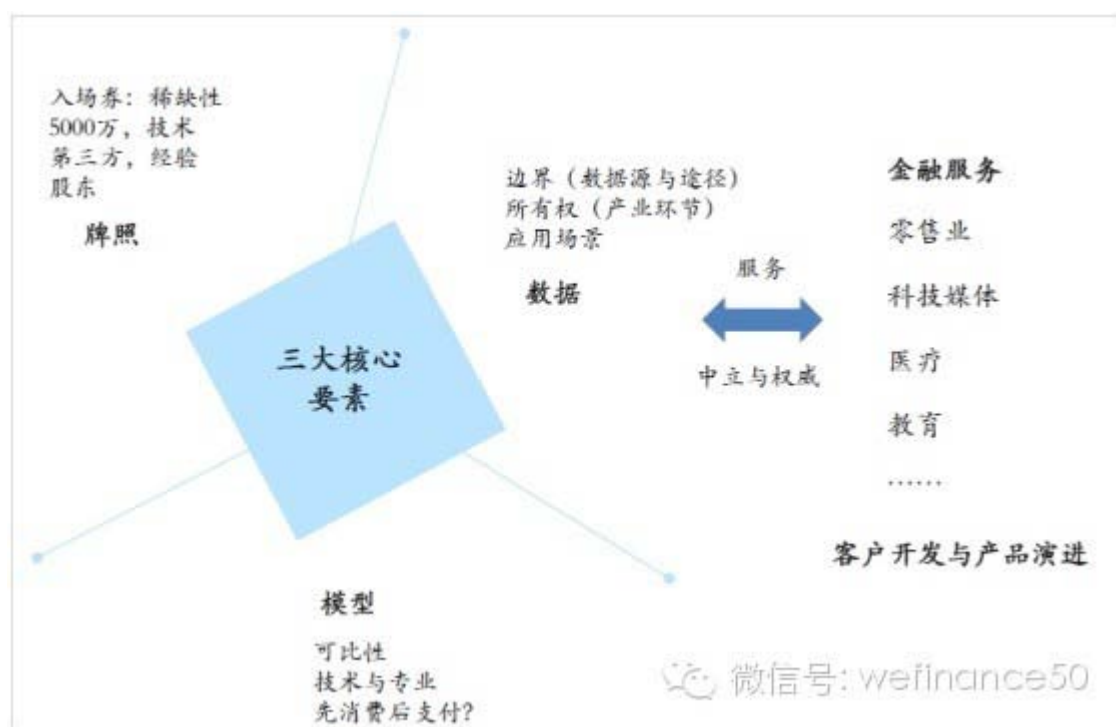


图 5-3 个人征信三大核心要素