

消费金融数字化的机遇浅析

熊英俊

武汉东湖学院 湖北武汉 430212

摘要: 消费金融是向各阶层消费者提供消费贷款的现代金融服务方式。消费金融数字化可以定义为:消费金融企业依托先进的数字技术,以数据驱动决策,将传统的线下业务便捷化、线上化,构建开放融合的全新生态,为客户提供全生命周期的高效、普惠、安全的,以消费为目的的信用金融服务。

关键词: 金融;消费;信用;经济

Analysis on the Opportunities of Consumer Finance Digitalization

Yingjun Xiong

Wuhan Donghu University Wuhan Hubei 430212

Abstract: Consumer finance is a modern financial service way to provide consumer loans to consumers at all levels. Consumer finance digital can be defined as: consumer finance enterprises relying on advanced digital technology, data-driven decision-making, the traditional offline business convenient, online, build an open integration of a new ecology, to provide customers with the whole life cycle of efficient, pratt & Whitney, safe, for the purpose of credit financial services for consumption.

Keywords: finance; consumption; credit; economy

当前,发展数字经济是我国经济转型迈向高质量发展阶段的核心战略,数字经济是继农业经济、工业经济之后的主要经济形态,其发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有。因此,全面加快金融服务业数字化转型,可以为消费金融的发展提供强有力的支撑。

一、消费金融发展的历史沿革

在数字经济的今天,消费者金融业已经进入了一个新的阶段。消费信贷是从市场的需要中诞生的,技术的发展和商业的需要是最好的。20世纪80年代,我国的消费者理财开始萌发和发展,以适应消费者的需要;在中国人民银行监管总局于2009年七月设立了第一家消费信贷公司;由于数码技术的进步和消费者信贷公司的试办规模的扩张,使得消费者金融产业由原来的经营方式逐步转向了数字经营,并步入了快速的发展阶段。2017年以后,随着我国消费金融业快速发展,我国的消费信贷市场监管不力,征信体系建设滞后,经济下行压力增大,导致了我国的消费信贷市场存在一系列违法违规现象。但是,随着消费者金融业逐渐恢复了理智和合法发展,互联网巨头们也开始加大对科技的投入,并不断提高自己的信息化水平。此外,国有银行、股份制银行,乃至

大型城商行、农商行都在加大对数字技术的投入力度,并在积极推进数字化战略的转变。

二、数码消费金融发展的机会

我国的消费有着广阔的发展前景,是我国国民经济发展的主要支撑力量。作为一个主要的市场主体,消费在整个国家的发展中起着举足轻重的角色。根据国家统计局的统计,扣除2020年的特别影响,2011年至今,人均消费对GDP的增幅均超过50%。消费信贷的迅速发展是由于消费水平提高、社会保障体系不断完善、城乡融合发展等原因的不断出现。根据中金公司的预测,到2025年,扣除住房贷款的消费者贷款余额将达到28兆人民币,CAGR将维持在13%。加大国内需求的作用,促进消费信贷的迅速发展。个人平均工资水平不断上升,对消费者的财政支出也有了更大的要求。当前,在国内大循环为主,国内国际双循环互相推动的新发展新模式下,国内需求的发展具有战略意义,而“十四五”的发展规划也指出,要从整体上推动消费。消费者的消费信贷是提高居民的购买意向和购买的能力,利用数码技术,不但可以提高居民个人的消费信贷额度,而且可以大大拓宽顾客的服务领域,进而拉动内需,提高居民生活品

质,推动经济的良性发展。近几年,普惠金融成为全国第一个发展普惠金融的全国重大战略计划,《推进普惠金融发展规划(2016-2020年)》更是把普惠金融工作列为全国的一大长期战略目标。随着消费信贷信息化的不断深入,我国许多因征信不良、收入水平低下、居住地区的金融基础建设水平较差而导致的消费信贷服务水平不足的问题,而随着消费信贷技术水平的提高,将有利于普惠人群的资金需要。新的消费形态是新的消费方式,是新的消费方式,是新的消费方式。新的消费形态是科技和工业的变化,新的消费形态促使了线上线下的结合,加快了消费模式的数字化,“网络+服务”的消费新形态逐步普及并日趋成熟,消费者越来越依赖线上服务的方式,以网购、线上与线下融合以及移动支付等新业态形态的新消费得到了快速发展。随着庞大的网络使用者的消费需要,对其进行更广泛的金融服务,为其提供了众多的潜在客户,但对其进行风险控制和风险控制提出了新的要求。在这种情况下,以电子商务为基础的消费信贷公司可以充分发挥顾客线上交易的信息,实现线上化的理财业务,减少个人单一使用的风险和服务费用,满足新消费模式下消费者对便捷化的金融服务需求。消费金融结合了金融和技术的力量,既满足了新的消费需要,又符合了新的商业消费需要,这将扩大消费信贷的边界,也将助力产业数字化的转型与发展,从而进一步推动消费新业态及新消费的发展。在为新的消费需求提供新的支持的基础上,消费金融的发展也将面临新的发展机会。科技和商业深度结合,推动了消费信贷的数字化。个人经营的特点是小额分散,个体经营收入不高,为了减少单一的经营费用,必须要建立起一定的规模优势,以减少每一项业务的费用,从而达到赢利和生存的目的。由于消费者信贷企业自身的特性和其自身的数字平台经济的自身优势,使得其自身的内在需求,必须借助于数字技术和网络技术来迅速发展。作为互联网产业的消费者信贷公司,由于其技术上的优势,能够快速地进行技术和商业的深度结合,从而增强了其发展的内在动力。在推动科技与商业深度结合、服务客户、实现自身发展的同时,消费信贷企业也加快了数字消费的步伐。以即时消费为例,以数据、技术和场景为代表的“三位一体”的风控体系,已经形成了技术创新驱动的典范。信用体系建设的进一步健全,为我国的消费信贷发展增添了一份力量。当前,各有关部门都在大力推进公共数据系统的构建,强化加政府和企业界的合作,扩大数据的使用范围,促进公共数据的有序和合规共享,促进了中国信用信息系统的发展。随着信用体系建设的日益完善,信用体系建设将会产生更多的信息资源,从而推动我国的消费信贷发展。

三、数码消费金融面临的问题

当前,我国银行业面临着越来越多的法律法规和法

规要求,消费信贷的信息化建设需要进一步强化风险控制。随着消费信贷风险的发生,我国监管部门加强了对消费信贷的监管,消费金融数字化发展的难度也随之增加,这就要求消费金融企业构建更加完善与全面的风险,意味着消费金融数字化业务将面临更为严格和不确定性的监管措施,消费金融数字化发展的难度也随之增加,这就要求消费金融企业构建更加完善与全面的风控体系。随着不良贷款的不断增多,消费信贷的信息化要求加强对基础资产的处理。消费信贷在电子风险控制技术的基础上实现了对消费者的需求,从而使其业务规模和业务规模不断扩大,但同时也带来了大量的坏账。然而,就当前来说我消费信贷公司处理仍然是传统的催收、诉讼等手段来处理这些不良,不但没有太大的效果,而且存在暴力催收、个人信息违法泄漏、不良资产处理费用高等问题,因此,在我国的消费信贷行业如何运用数码技术来处理这些问题,还仍然是亟待解决的。消费信贷公司必须加强技术投资,以改善其对不良资产的处理,以增强其遵纪守法的效果。以即时消费为例,它自行开发了GCOLO的智慧回收系统,以达到整合的智能化。随着产业间的激烈竞争,消费信贷的数字化必须提高企业的技术革新水平。在数字经济的今天,各家银行和其它产业的龙头公司都意识到了数字化服务的重要意义,纷纷在数字化的市场上进行投资,而在数字化的消费金融市场,竞争将会更加激烈,从而提高企业的技术投资风险,企业需要不断提升自身科技创新能力,才能在科技不断迭代发展中保持竞争优势。随着数字技术差距不断扩大,消费者理财必须考虑到用户的接受程度。尽管消费者理财的数字化可以大幅度地减少人们获取理财的门槛和费用,但是,我们的个人的知识和认识水平还有很大的差别,各阶层之间的数据利用也会出现一定的鸿沟而且由数码技术的发展,一些人将被排斥在出消费和理数字经济化,而不能失数字经济中获的。所以,在提升服务效能的前提下,消费者理财必须考虑到用户的接受程度。

四、消费金融的发展动向

1. 许可证管理

随着消费金融的迅速发展,信息安全、科技风险和传染风险越来越大,对高素质的企业提出了更高的要求。中国网络消费信贷目前还处在快速发展和发展的深层次,随着信息化程度的提高,其所面临的风险也会越来越大,坚持法律法规的严守是防范网络消费金融的一条重要手段。经过十多年的发展,消费者金融产业在2019年迎来了一轮产业大清洗,监管变得更为严厉,中国央行《中国金融稳定(2018)》称,“金融服务企业及平台经营金融业,须取得金融许可证。”金融业的良性发展关系到我国的经济和社会的发展,在今后的发展过程中,将面临越来越多的风险,因此,有关部门必须依法进行有效的

管理。消费信贷行业进入和经营管理的管制将会继续加强和逐步规范化,而个人理财的经营资格将会变得越来越稀少。北京银行,上海银行,江苏银行,宁波银行,南京银行,都获得了消费者信贷的许可,对于天生“数字化”的消费者银行来说,除了更方便地获得廉价的融资之外,其在电子商务方面的商业实力,也将帮助他们拓展更多的市场。所以,消费者信贷的牌照将会继续发挥其作用。与此同时,在合法经营的基础上,持证运营将是消费金融发展的一个重大方向。

2. 在线操作

从获得流量的视角来看,与线下的获得方式不同,在线获得更多的流量,提高业务规模,增加营收,从而大大减少了用户的获取费用;从客户群体的选择来分析,消费者理财产品的受众群体较为年轻,且较喜欢利用网络获得更多的信息;在风险管理方面,大数据等技术工具对风险的辨识越来越重要,在线操作不但可以帮助用户获得更多的顾客资料,也可以帮助用户在进行数字化的时候对顾客进行准确的描述,进而提升风控水平,有效地减少了对风险的防范;从运行费用的观点来看,在线经营可以提升消费者理财的效率,同时也能降低场地和人力等方面的开销。在技术环境的支撑方面,随着5G、大数据、人工智能等数字化技术的不断发展,使消费者理财业务的在线经营能力得到提高,成本降低,为其进行在线经营打下了技术支撑,提高了利润;在延伸服务产品和增加客户粘性方面,在实现数字化的同时,也可以更好地构筑客户的生活环境,为客户提供更多更便捷的服务,提高客户粘性,提高利润。鉴于上述特征和优点,再加上消费理财业务规模分散、客户线上交易趋势增强、客户征信信息匮乏、地理位置分布广泛等特征,线上化运营更容易满足消费金融业务对时效性、成本控制以及风险控制等方面的高要求,线上化经营必将成为越来越多消费金融企业开展数字化过程中的优先选择。

3. 技术赋能

由于消费者理财的规模小、分散、高风险、以无担保的信贷为主,传统的线下经营方式难以完全适应客户的需要,而且经营费用高昂,因此,在消费信贷企业大规模向线上转变的时候,技术的力量尤为关键。随着消费金融业进入数字化时代,以互联网技术为主导的时代,技术力量的作用日益突出。在消费金融发展不断深化的今天,我国的消费金融已经由外延发展到了内涵性发展,而金融技术的运用使得技术和商业深度结合,使消费金融进入了一个技术赋能的新时期。所以,技术层面的不断提高将是未来消费金融发展的一个重大方向;而那些具有自己技术的企业,其自身的竞争优势也越来越突出,必将在新一波的技术革命中崭露头角。

4. 扩大生产

消费金融企业的规模效益决定了消费金融企业必须要有一定的经营规模,而当消费金融发展到了一定的规模之后,根据现有的技术和技术,为客户的金融服务提供类似的金融产品,其边际费用几乎为0,这样既可以扩大消费金融企业的客户群体,也可以加强消费金融企业与客户、合作企业的议价能力,同时还可以根据庞大的客户群体,建立集用户消费、生活及金融服务等于一体的金融生态体系,提高消费金融企业服务客户的能力,从而提升自身的盈利空间。在实施数字化的进程中,消费者信贷公司必须不断扩张,形成规模效应,以提高其利润。另一方面,消费信贷公司通过扩大自身的规模和扩大盈利空间,可以通过加大技术投资,促进消费信贷的发展,实现良性的良性循环。所以,在未来,随着技术的进步和消费者理财的发展,消费者金融领域将会形成多个大型的数码公司,而消费金融公司要想在激烈的竞争中获得发展,就必须要通过数字技术来达到规模。

5. 协同增效

在数字经济的今天,各大公司不再是直接的竞争,而是合作共赢,资源共享。首先,在数字化发展的进程中,消费者信贷公司要根据自己的特点,充分发挥自己的实力,与其它公司进行有效的协作,充分利用其它公司在技术研发、数字化经营、数据收集等领域的经验技术,提高自己的消费信贷业务。其次,在消费信贷的发展中,要把自己的经营活动融入到消费者的生活当中,不断提升自己的服务水平,从而增加顾客粘性,并基于自身的服务能力为其他企业的客户提供便捷的金融服务,与其他企业在双赢发展中寻找合作机遇。第三,在实施数字经济的过程中,消费者信贷公司应当把自己开发的数字技术和解决办法向其它公司进行出口,既能为社会做出巨大的贡献,又能与其它公司达成双赢的关系。我们可以看出,要想在数字行业中长久领先,就必须具备长远的策略能力,从决策流程灵活性、科技自研能力、差异化客群定位、科技业务融合、数字生态圈、极致客户体验六大核心维度重构企业内核,进一步发挥企业应有的社会价值。

参考文献:

- [1]胡萍.消费金融公司加速数字化转型积极对外赋能[N].金融时报,2022-08-08(007).DOI: 10.28460/n.cnki.njrsb.2022.004410.
- [2]陈彦蓉.借力数字化转型提升普惠金融服务效率[N].金融时报,2022-07-25(006).DOI: 10.28460/n.cnki.njrsb.2022.004106.
- [3]黄大智.消费金融行业回顾与展望[J].金融博览(财富),2022(06):22-26.
- [4]张丽平,任师攀.促进消费金融健康发展 助力释放消费潜力[J].管理世界,2022,38(05):107-114+132+115-116.DOI: 10.19744/j.cnki.11-1235/f.2022.0062.