

Study on the Relationship between Big Data and Consumer Finance in Guizhou Province

Fan Duan^{1,2,3} Hongmei Zhang^{1,2,3} Yingpeng Lai⁴

¹Guizhou University of Finance and Economics, Institute of Finance

²Guizhou Institution for Technology Innovation & Entrepreneurship Investment

³Guizhou Institute of Urban Economics and Development Guiyang Guizhou 550025, China

Abstract

Consumer finance refers to the financial services of consumer finance companies, Banks, Internet e-commerce companies and stage shopping platforms to provide consumers with the purpose of consumption. Compared with traditional consumer finance, the innovation of the technology layer brought by Internet finance helps to reduce the information asymmetry between Banks and borrowers, which can help bank risk management. Under the new normal economy, consumption is one of the troika driving economic growth. Whether from the perspective of developing financial products or driving economic growth, developing consumer finance is of positive significance. This paper introduces the development of China's consumer finance policy and the environment, and through the analysis of typical cases, for scenario analysis of large data services ecological closed-loop, credit, risk control and so on aspects of the influence of the Internet consumer finance and development trend.

Keywords

Consumer finance; Big data; Credit reporting

贵州省大数据与消费金融的内在关系研究

段凡^{1,2,3} 张红梅^{1,2,3} 赖应鹏⁴

¹贵州财经大学, 金融学院

²贵州科技创新创业投资研究院

³贵州城镇经济与发展研究院, 贵州, 贵阳 550025

⁴中国农业银行贵州省分行

摘要: 消费金融是指消费金融公司、银行、互联网电商、分期购物平台向各阶层消费者提供以消费为目的的贷款的金融服务方式。与传统消费金融相比, 互联网金融带来技术层面的革新, 有助于减轻银行与借款者的信息不对称问题, 从而有助于银行风险管理。经济新常态下, 消费作为拉动经济增长的三驾马车之一。无论从开发金融产品的角度还是拉动经济增长角度看, 发展消费金融都具有积极意义。本文从介绍我国消费金融发展的政策和环境入手, 并通过分析典型案例, 分析大数据对于场景化服务生态闭环、征信、风控等方面对互联网金融的影响以及发展趋势。

关键词: 消费金融; 大数据 ; 征信

1. 引言

大数据概念最初源 IT 技术不断进步, IT 技术的不断进步使得全球数据呈“爆炸式”增长。而数据作为一种新的能源, 其潜在的巨大价值有待发掘。而大数据与传统的数据分析的区别是使用全量数据代替样本数据。随着科技的发展我们不再受限与海量数据难以储存, 全量数据运算速度的瓶颈, 使我们有机会用全量数据代替抽样的样本, 并根据全量数据表现出的特征作为我们分析的依据。大约从 2009 年始, “大数据”成为互联网信息技术行业的流行词汇。事实上, 大数据产业是指建立在对互联网、物联网、云计算等渠道广泛、大量数据资源收集基础上的数据存储、价值提炼、智能处理和分发的信息服务业。

2. 贵州省大数据及消费金融现状

2.1. 贵州省大数据发展现状

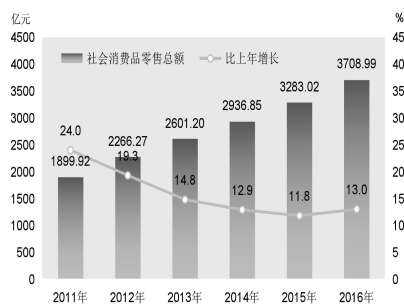
贵州省从数据存储起步, 发展数据中心, 从政府数据的汇聚融通切入, 建设统一的系统平台。贵州省先天的环境优势能源优势, 结合贵州省政府通过政策推进大数据产业发展的先行优势, 先行优势。先发声并且快赶路, 在先行先试中贵州省在很多方面走在了国内的前列。十个率先, 涵盖了理论研究、平台

搭建、基础设施建设、产业链构架、立法保障、专业国际峰会及赛事等多个维度。获批建设国家大数据综合试验区, 省政府数据开放平台上线运行, 省、市(州)两级 481 个运用系统迁入“云上贵州”。三大运营商、多个国家部委和华为、阿里等多家顶级企业大数据中心落地贵阳, 奠定贵州在中国大数据版图上的执牛耳地位。贵阳观山湖区的贵州金融城不仅聚集了一大批全国性金融机构的大数据中心, 还有全国第一家大数据交易所落户。贵州的大数据集聚效应令人刮目。

2.2. 贵州省消费市场分析

自 2011 年以来, 随着社会经济的不断发展和政府的大力扶持, 贵州省城乡常住居民人均可支配收入, 社会消费品零售总额一直保持者稳定增长的状态。在世界范围内经济普遍增长放缓国内经济面临下行压力的形势下, 仍然保持在合理运行区间。但是, 贵州省在全国范围内仍然属于欠发达地区, 第一社会消费品零售总额增长趋势变换。第二, 可支配收入大幅增长但是总量偏低。经济新常态下, 海外市场需求疲软, 人民币升值使出口压力巨大, 产业升级转型使投资乏力, 拉动经济增长的三驾马车中, 消费成为目前最重要的环节。

(如图 1 所示)



资料来源: 贵州省统计局

图 1 2011-2016 年社会消费品零售总额及其增长速度

作者简介: 张红梅, 教授、硕士生导师, 任职于贵州财经大学金融学院, 研究方向: 金融与区域发展、创业投资、风险分析与管理。Email: 754560989@qq.com。
段凡, 男, 贵州财经大学金融学院研究生硕士。贵州财经大学在读研究生, 研究方向: 金融与区域发展、创业投资、风险分析与管理。Email: 372050817@qq.com。
赖应鹏, 男, 现就职于中国农业银行贵州省分行公司大客户部任一部经理。Email: 7894859@qq.com。

3. 大数据技术与消费金融的案例分析

3.1. 电商巨头布局场景化服务

电商巨头凭借其在资本上的优势，近年来大肆在生活服务 O2O 领域内布局，以阿里为例子，投资了分期购物平台趣分期，自有旅游平台阿里去啊，投资旅游网站穷游网，影音行业的优酷土豆虾米音乐，以及高德地图 UC 浏览器。在各个领域拥有一定资源业务之间的打通，能够有效连接消费金融的需求场景布局生态圈闭环。在电商场景内，在商城平台为用户提供赊购服务；在校园场景内，作为校园生态的衍生，关注大学生创业，以及培训相关的消费金融；在旅游场景内与旅游网站合作，为用户提供消费信贷产品等等。而细分场景下电商巨头可以根据对不同场景下对客户多渠道、多维度的刻画更加深入的了解消费者。再根据对消费者行为分析、消费习惯、消费能力的掌握进行精准推广营销。甚至可以创造符合消费者消费偏好，激发消费者购物需求的场景，进一步的刺激消费。

3.2. 大数据下的消费金融的独特优势

随着网络的普及，PC 端向移动端迁移已完成，全民进入移动互联网时代。对于数据分析我们不再受限与海量数据难以储存，全量数据运算速度的瓶颈，使我们有机会用全量数据代替抽样的样本，并根据全量数据表现出的特征作为我们分析的依据。大数据具有规模性、高速性、多样性、而且无处不在等全新特点，具体地说，是指需要通过快速获取、处理、分析和提取有价值的、海量、多样化的交易数据、交互数据为基础，大数据的核心价值就是资源优化配置。而大数据正是这样一种独特的技术，通过全量的数据挖掘对全部样本进行分析，得出事情发展的客观事实，准确的反映事物发展的趋势，此独特的功

能正是金融行业急需的独特技能。我一直认为大数据的最大魅力在于开启了人类的“上帝视角”，人类从一个前所未有的角度俯瞰着这个世界，知道全国乃至全世界的商品流动情况，知道每个商圈的繁荣情况，知道全球的航空业发展状况等，而这一切，都可以作为我们判断未来经济趋势的最重要根据，这是人类以前从未有过的预测能力。电商巨头凭借在消费生态圈场景闭环的优势，在消费金融方面的全流程均可在其体系内统一完成，通过内部、外部统一作战。第一，经过多年经营，积累了大量的活跃用户，同时在各生活服务场景中大量布局，完善了生态体系。第二，电商拥有会员用户海量的交易数据，基于大数据风控模型，电商相比传统金融机构以更低的成本来度量用户的风险水平。

4. 大数据金融的运行机理及机制

4.1. 大数据金融的运行机理

大数据技术对于消费金融的核心价值就是精准。第一，通过“众包”产生和收集数据。而所谓的“众包”指的是一个公司或机构把过去由员工执行的工作任务，以自由自愿的形式外包给非特定的（而且通常是大型的）大众网络的做法。大数据的“海量数据”就是由“众包”产生的。广义上，用户的行为数据，各种传感器的数据，也都是“众包”的形式，只要是由过去集中式的产生模式扩散到分布式的模式，都是众包的形式。第二，通过“全量数据挖掘”获知消费者的消费痛点，消费习惯，刺激消费。随着科技的发展我们不再受限与海量数据难以储存，全量数据运算速度的瓶颈，使我们有机会用全量数据代替抽样的样本，并根据全量数据表现出的特征作为我们分析的依据。我们再也不用通过“以管窥天”的小格局来推测全局，而可以根据全场景闭环多渠道多

维度的分析消费者的消费行为。这就是大数据技术给消费金融带来的精准推广能力，我们获得了前所未有的获取准客户的能力，而且对于大型互联网公司来说，即使是PB级别的数据分析也是准实时的，我们下一个小时就能够得知上一个小时的全量数据分析结果，这样的能力是前所未有的。

4.2. 大数据金融的机制实施

数据，作为一种新的能源正在发生巨变，变革者我们的生产和生活。而如果我们无视这些数据，不能有效利用并发掘它，继而产生价值，那么它同时也会成为一场灾难。无序，无结构的数据犹如堆积如山的垃圾，给企业国家带来令人咂舌的高额成本。当又一次科技浪潮带给我们生活巨变的同时，金融行业作为资本市场的前端更不能闭门造车，第一，建立互联网思维，发展互联网金融，传统的金融已经更不上现在人们快节奏的生活节奏。包括向前几年的余额宝，和最近的花呗的迅速发展，都告诉我们传统的金融行业需要变革。第二，加快速度收集客户的信息，完善个人征信制度，以客户体验为中心，收集客户的消费习惯，消费方式，信用程度。阿里云和腾讯以淘宝网和微信，QQ已经在收集大量的客户信息上走在了前端。虽然现在已然追赶不上，但是传统金融业：银行，保险积累了大量的客户的有效信息。信息的质量上比互联网起家的阿里腾讯更高。第三，数据就是新的能源，如何迎接新一轮的科技革命，尽早布置大数据战略，就能抢占先机。从这一点看，招揽大数据相关的高端人才，提前布局大数据更显得刻不容缓。

5. 消费金融行业所面临的风险

随着消费金融辐射人群扩大，风险水平也不断加大，近年来我国消费金融行业资产不良率加速上升，虽然

仍低于日本和欧洲的不良率，但我们更要防微杜渐。消费金融金融机构应当从用户全流程全面完善风控能力。消费前，对身份信息的有效性严格把关；消费中，明确资金用途，把握还款进度，对订单严格审查；贷款中，要建立用户信用评估模型，评估用户信用等级，实行差异化利率政策；同时在贷后管理上，也要做好客户的追踪监控，行为预测。对客户的逾期还款做原因调查，及时对消费贷款债权转让，规避风险。大数据成为资产、行业垂直整合、各场景泛金融化造就生态圈闭环成为商业发展主流趋势，消费金融创造出新的商业模式，塑造新的经济形态，创造新的经济生态空间，促进了消费，拉动内需，在经济新常态下，海外市场需求疲软，人民币升值使出口压力巨大，产业升级转型使投资乏力，消费成为目前最重要的环节，大数据基因已经融入到消费金融的技术结构之中。

6. 消费金融的发展趋势

消费金融与大数据将深度融合，数据驱动消费金融创新发展。未来消费金融将在产品、服务及风险管理方面与互联网进行深度融合。第一产品的互联网化，面对广大的小额、分散、无抵押无担保等特性，对成本控制要求较高。而花呗等消费金融产品展现了强大的生命力，受到了广大用户的欢迎。第二服务的互联网化，互联网凭借各种创新将拓宽企业的服务能力，服务广度和深度，提升服务效率。第三风险管理的互联网化，伴随着互联网经济的发展以及对于线下经济的渗透，未来所有的数据都将是可数据化，可被记录的，互联网将为消费金融补全征信信息，全面提升各类机构的风险管理能力。

7. 贵州省发展大数据金融的优势

首先,从国家政策上贵州省发展大数据具有很大的优势,获批建设国家大数据综合试验区。贵州省生态环境适宜,夏季凉爽利于机房降低成本。不处于地震带,多山和喀斯特地貌也为建立大数据中心提供了天然的屏障。丰富的水煤资源成为大数据中心的能源保障。贵州省处于西南地区,是我国经济发展的大后方,不靠江,不临海是我国扶贫攻坚的重中之重,也是全面脱贫的重心。随着国家的支持力度不断加大,贵州省的交通结构不断改善。使贵州成为连接珠三角与成渝经济带的交通枢纽,也成为了一带一路的重点区域。贵州省应该抓住机遇,紧跟大数据的科技浪潮。建立大数据中心,先行先做,吸引人才企业入驻,发展大数据金融。

参考文献

- [1] 梁丽萍吴芸彤杨营. 互联网进入大数据时代畜牧业如何借力?[J]. 饲料与畜牧, 2015(3):7-7.
- [2] 陈浩. 基于 Hadoop 的微博用户影响力排名算法研究[D]. 华东理工大学, 2014.
- [3] 邸琳. 银泰百货集团发展战略研究[D]. 燕山大学, 2014.
- [4] 钟瑛张恒山. 大数据的缘起、冲击及其应对[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2013(7):110-115.
- [5] 杜梅萍. 把握我国经济发展的大逻辑[J]. 前线, 2015(1):27-29.
- [6] 孙克强范玮肖平陈涵骆祖春方维慰丁敬文. “新常态”下江苏农村服务业发展分析——基于典型乡镇的情况调研[J]. 金陵科技学院学报(社会科学版), 2015(1):7-11.