

宜信
CreditEase

宜人贷 
www.yirendai.com

个人征信行业研究报告2017

宜人贷 
www.yirendai.com

TalkingData

联合发布

宜人
智库
YIREN
INSIGHTS



个人征信行业研究报告

核心观点

发展背景：消费金融和共享经济是目前我国个人征信发展的核心推动力量，也是核心需求方和新生需求主体。2018年共享经济/GDP将升至1.67%，征信在共享产品+共享服务等领域有巨大的发展潜力。

数据源：信贷数据依然是征信业的最核心数据源，互联网数据源正在成为重要的补充数据体系。

发展现状与参与主体：目前，我国的个人征信产业链主体丰富，以央行征信中心为核心主体，市场化征信机构为辅助，多维度的数据公司作为底层数据支撑的模式正在逐步形成。但征信人口的普及率依然偏低。

市场空间：2016年中国实际个人征信市场规模为134.2亿，2020年有望达到341.5亿元，潜在天花板高达4000亿元。未来成长需要实现加速征信人口的覆盖、提升个人金融业务的活跃度以及丰富征信的应用场景。

牌照发放：牌照发放前需要解决两重矛盾，信联上马是完善我国征信体系解决两重矛盾的重要支点。

两重矛盾：1.我国不健全的征信立法和监管体系与快速发展的产业创新的矛盾，这是制约我国市场化征信发展的根本矛盾，其表象是已快速起跑的市场化征信机构和突然急刹的政策态度间的矛盾；2.开放共享和数据孤岛间的矛盾，其本质是各征信企业自成体系的发展现状与征信企业独立性、公正性要求之间的矛盾。

因此，我们认为按照目前的政策倾向，牌照发放的时间和数量依然存在极大不确定性。但这种不确定性不仅仅是体现在牌照的层面，而是在经历了互金企业快速成长、公民对于隐私保护要求快速提升的产业变化之后，征信市场化的策略与方向需要重新评估和调整。而信联是完善我国征信体系，解决两重矛盾的重要支点。

目录

- 0** CHAPTER 0
研究背景与研究范围
- 1** CHAPTER 1
中国个人征信市场发展环境
- 2** CHAPTER 2
中国个人征信核心数据类型及数据源
- 3** CHAPTER 3
中国个人征信产业链参与主体及发展现状
- 4** CHAPTER 4
他山之石：海外个人征信市场发展模式研究
- 5** CHAPTER 5
中国个人征信市场规模测算及影响因素分析
- 6** CHAPTER 6
中国个人征信市场发展趋势及模式探讨

评价信用的两个重要因素是履约能力和履约意愿

传统个人征信是对个人信用状况的评估，与个人的资金活动相联系，反映个人债务状况和资金延迟支付状况等。对于征信概念的认识，不同的阶段、不同的主体之间存在差异。

对于征信意义的理解差异。在传统信贷业务状态下，市场普遍更关注履约能力而忽略履约意愿；新阶段下，部分人激进的将征信理解为信任、诚信等相关概念，这种理解则多聚焦于履约意愿，而忽略了履约能力的重要性。实际上，影响债务人信用的两个重要因素是履约能力和履约意愿，两者均需考虑。此外，建立较高的违约成本，也将增强履约人的履约意愿。

对于应用场景和范围的理解也存在差异。因为各自的数据结构和业务能力差异，传统征信机构在强相关（金融）数据领域更具优势，而新兴征信机构则在动态的生活行为数据领域更具优势。因此，在征信的使用场景方面，传统征信聚焦于信贷行业；新兴征信机构则将目光瞄准了互联网金融和生活服务领域。并因此形成了对于征信应用范围的差异化认知。

我们认为更加广泛的应用场景是新阶段下市场征信机构争取市场主动权提升自身核心竞争能力的必然方向。

履约能力

经济学意义

根据现有保障履约能力的经济能力相关

履约意愿

社会学+心理学意义

根据履约人过往的履约行为来判断

违约成本

经济学+心理学意义

违约成本与失信人背景和惩戒措施双相关

聚焦个人征信及新兴个人征信服务

国内征信按照征信对象分类，主要可以分为个人征信、企业征信和资本市场征信三类。

个人征信的被征信对象为个人，主要用于金融信贷风险评估。企业征信被征信对象为中小企业，主要用于借贷和商业合作。资本市场征信的被征信对象为债券、基建项目、国际主权评级，主要用于大型投融资项目。

本篇报告研究范围：以传统个人征信服务为基础、新兴个人征信服务为核心，阐述个人征信行业发展现状、洞察未来产业发展趋势。

征信业务基础链条：

数据收集

获取数据

数据处理

将数据结构化归集、输入模型

产品输出

标准化生产或根据需求定制产品

产品应用

向客户输出产品

数据来源：易观智库

信用报告、信用评分、评分模型、征信体系、社会信用体系

征信活动主要包括如下核心要素：

- **信用报告**：是征信机构提供的关于企业或个人信用记录的文件，系统记录企业或个人的信用活动，全面反映信息主体的信用状况；
- **信用评分**：是在信息主体信息的基础上，运用统计方法，对消费者或企业未来信用风险的一个综合评估；
- **评分模型**：是指征信机构进行综合评估并得到信用评分的统计学方法，包括使用何种数据、相应数据的权重并根据客观变化进行动态调整；
- **征信体系**：指采集、加工、分析和对外提供信用信息服务，包括征信制度、信息采集、征信机构和信息市场、征信产品和服务、征信监管等方面，目的是在保护信息主体权益的基础上，构建完善的制度与安排，促进征信业健康发展；
- **社会信用体系**：包括制度安排、信用信息的记录、采集和披露机制、采集和发布信用信息的机构和市场安排、监管体制、宣传教育安排等各个方面或各个小体系，最终目标是形成良好的社会信用环境。

征信报告

征信机构提供的关于企业或个人信用记录的文件

征信评分

对消费者或企业未来信用风险的一个综合评估

评分模型

征信机构进行综合评估并得到信用评分的统计学方法

征信体系

保证数据采集、加工、分析和对外服务标准化的体系

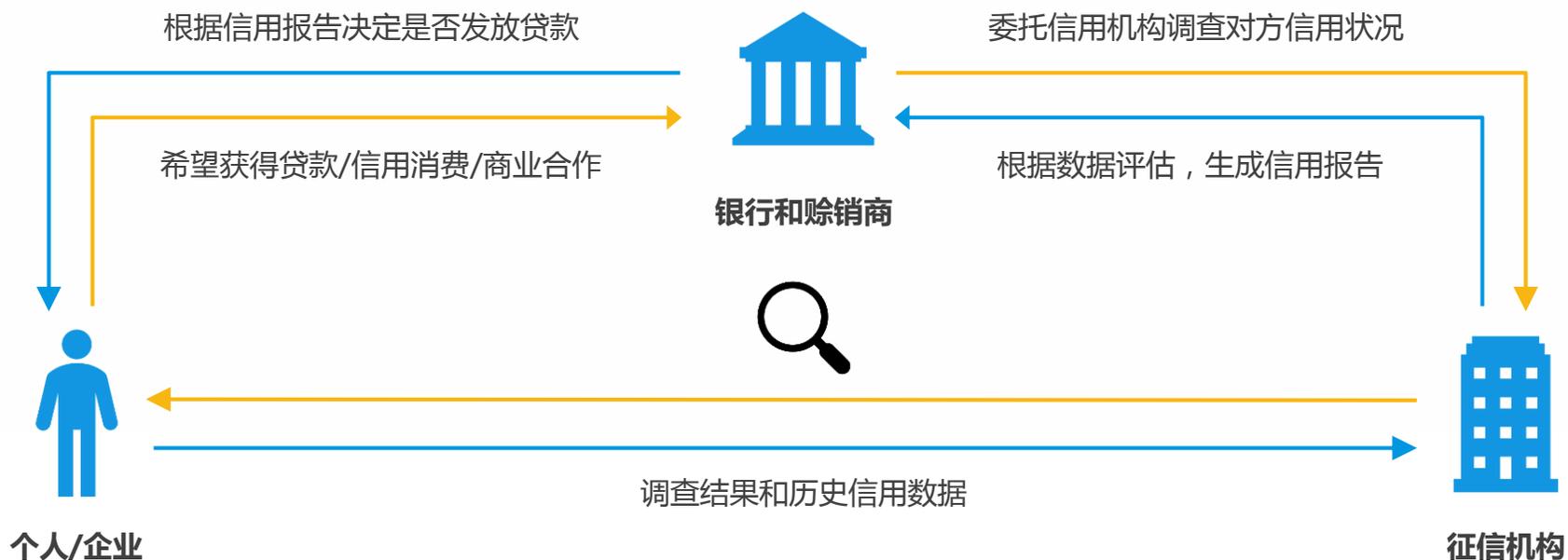
社会信用体系

保证良好信用社会环境的底层运作体系

帮助客户识别、控制信用风险，进行信用管理的活动

征信机构通过依法收集、整理、保存、加工自然人、法人及其他组织的信用信息，并对外提供信用报告、信用评估、信用信息咨询等服务，来帮助客户判断、控制信用风险，进行信用管理的活动。征信业的出现，能够增进对彼此信用等级的了解，方便更好的进行商业合作等活动。

当企业需要进行商业合作或申请贷款，个人需要申请贷款或信用消费时，交易的另一方（银行/赊销商）为了防范企业或个人违约，便会调查其背景和信用，这促使了征信机构的出现。征信机构调查企业或个人的背景和信用历史数据，并进行信用等级评估，生成信用报告。而银行和赊销商据此决定是否发放贷款或进行商业合作。



2004 年启动系统建设，2006 年建成集中统一的个人征信系统

征信机构将从原始数据源或第三方数据机构获取的数据建成数据库。对数据进行分析，应用信用模型进行评分、评级，生成信用报告，出售给征信的使用者，以此盈利。重点在于获得真实全面、质量高的数据，并能够对数据进行合理的解读来揭示对象的真实信用状况。

为适应我国市场经济发展需要，推动信贷市场发展，维护金融稳定，人民银行于 1997 年开始筹建银行信贷登记咨询系统，2002 年建成电子化的地市、省市和总行三级联网的银行信贷登记咨询系统，2004 年开始升级银行信贷登记咨询系统为企业征信系统，2006 年建成全国集中统一的企业征信系统；2004 年启动个人征信系统建设，2006 年建成全国集中统一的个人征信系统，实现在全国范围内提供征信服务。在此基础上，随着征信业务的发展，逐步优化升级征信系统，提高系统运行效能。

我国征信体系目前存在的核心问题

①法律体系建设滞后

缺乏系统的征信法律法规。包括对于征信产业链主题的行为约束，个人信息没有明确保障，失信者惩戒机制不明确等；

②传统征信体系无法满足互联网新阶段的需求

在互联网发展新阶段，需拓宽数据获取范围、获取渠道，缺乏创新的分析手段和服务手段；

③市场化征信机构竞争力薄弱

市场化征信机构在核心征信应用领域中的业务能力仍然需要检验，缺乏强相关数据资源；

④信息孤岛现象极为严重

数据孤岛现象严重，多样化数据的互联互通数据共享在目前的体系下依然存在障碍；

⑤信用教育体制欠缺

信用教育体制需要征信体系的全产业链共同完善，而市场化征信机构的加入将加速这一进程。

来源：宜人智库

目录

- 0 CHAPTER 0
研究背景与研究范围
- 1 CHAPTER 1
中国个人征信市场发展环境分析
- 2 CHAPTER 2
中国个人征信核心数据类型及数据源
- 3 CHAPTER 3
中国个人征信产业链参与主体及发展现状
- 4 CHAPTER 4
他山之石：海外个人征信市场发展模式研究
- 5 CHAPTER 5
中国个人征信市场规模测算及影响因素分析
- 6 CHAPTER 6
中国个人征信市场发展趋势及模式探讨

历经近30年，中国征信业正处于市场化发展的关键时期

	时间	具体事件
探索阶段	1988年3月	上海远东资信评估有限公司成立；我国第一家独立于银行系统的社会专业信用评级机构成立。
起步阶段	1997年	中国人民银行批准上海市进行个人征信试点
	2002年	银行信贷登记咨询系统实现全国联网；标志着商业银行间企业信贷信息共享的银行信贷登记咨询系统在全国初步建成
依托征信中心 快速发展阶段	2003年	中国人民银行征信管理局成立
	2005年8月	中国人民银行建成全国统一的个人征信系统
	2005年12月	银行信贷登记咨询系统升级为全国集中统一的企业信用信息基础数据库
	2006年3月	中国人民银行设立中国人民银行征信中心
	2007年4月	国务院建立社会信用体系建设部际联席会议制度，会议负责统筹协调社会信用体系建设工作。
	2012年7月	国务院调整社会信用体系建设部际联席会议职责和成员单位
技术驱动下的 全新探索期	2015年1月	8家获得个人征信业务筹建资格
	2017年4月	网曝政策层表态，8家获准筹建的征信机构无一合格，时隔两年半时间，牌照发放一再推迟

数据来源：宜人智库。

核心宗旨：推动市场化发展、促进数据开放、保障信息安全

国家开始重视征信活动在经济体系中的重要地位，大力推进社会信用体系的建设，推动征信产业的市场化运作。围绕数据源、征信企业和消费者不断推出相应的政策，一方面推动产业各方的数据打通合纵连横，另一方面也致力于保护消费者的基本信息安全，维护信息服务产业的健康发展。

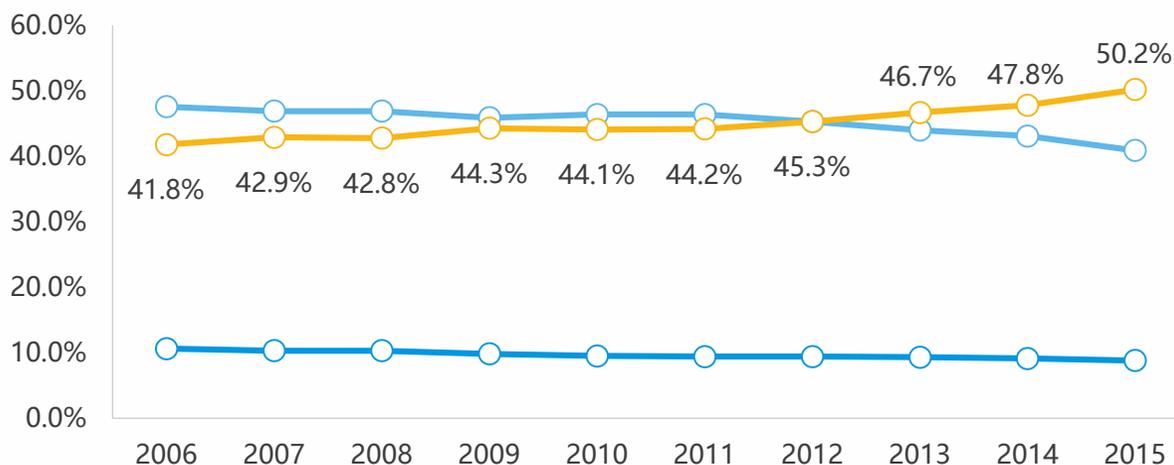
时间	具体事件	关键内容（征信行业相关）
2013年1月	《征信业管理条例》	
2013年12月	环保部、发改委、人民银行、银监会《企业环境信用评价办法（试行）》	将企业环评信息纳入信用评价范围，并根据信用情况给予激励或惩戒措施
2014年6月	《社会信用体系建设规划纲要（2014—2020年）》	加快征信系统建设。推动金融业统一征信平台建设
2014年7月	国家税务总局发布《纳税信用管理办法（试行）》	将纳税情况纳入信用评价范围，并加强对低信用企业的管理
2014年10月	海关总署发布《中华人民共和国海关企业信用管理暂行办法》	将企业进出口行为纳入信用评价范围，并根据信用情况区别对待
2015年1月	《中国人民银行关于做好个人征信业务准备工作的通知》	要求8家机构做好个人征信业务的准备工作，准备时间为六个月。
2015年10月	民政部、中央编办、发改委、工信部、中国人民银行、工商总局、全国工商联联合发布《关于推进行业协会商会诚信自律建设工作的意见》	鼓励各行业建立信用协会，支持将行业征信信息纳入征信机构采集范围
2015年4月	中国信用产业联盟发布《企业征信服务机构自律公约》	对征信机构提出独立和公正从业的倡议
2017年6月	《中华人民共和国网络安全法》	完善了个人信息保护规则；建立了关键信息基础设施安全保护制度

数据来源：宜人智库根据公开数据整理。

第三产业比重居首，催化消费结构新变革

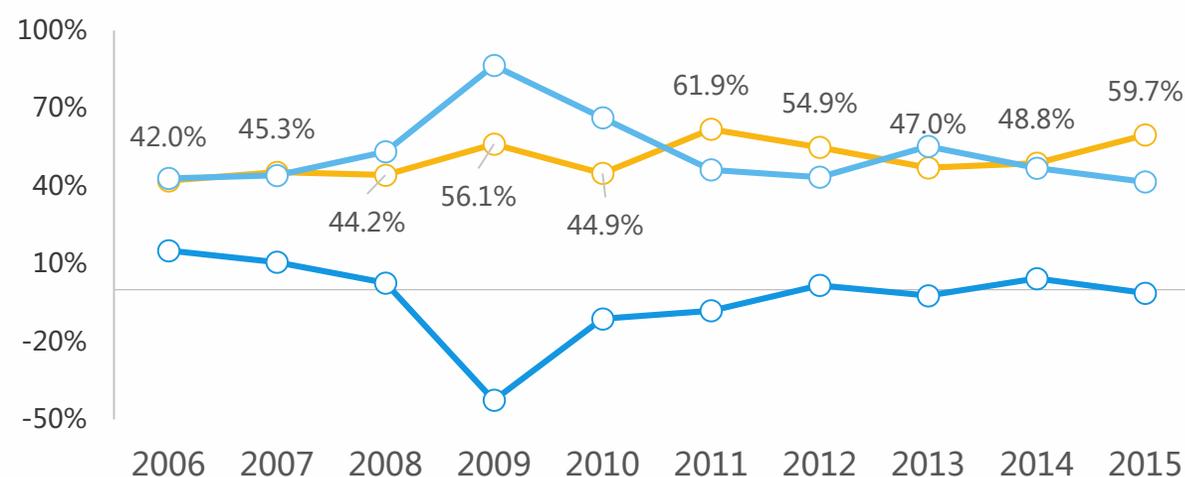
随着中国经济步入新常态，中国经济也进入了转型的关键期。居民消费结构由基础型、物质型消费为主向服务型消费为主升级。从对经济发展的贡献率来看，服务业对中国经济的支撑作用将不断加大。2016年，我国GDP增长率为6.7%，其中第三产业贡献率为58.2%，同比增长4.5个百分点，成为拉动经济增长的新引擎和新驱动力。

2006-2015年 我国三大产业对GDP贡献率



—●— 第一产业增加值 (%) —●— 第二产业增加值 (%) —●— 第三产业增加值 (%)

2006-2015年 我国三大需求对GDP贡献率

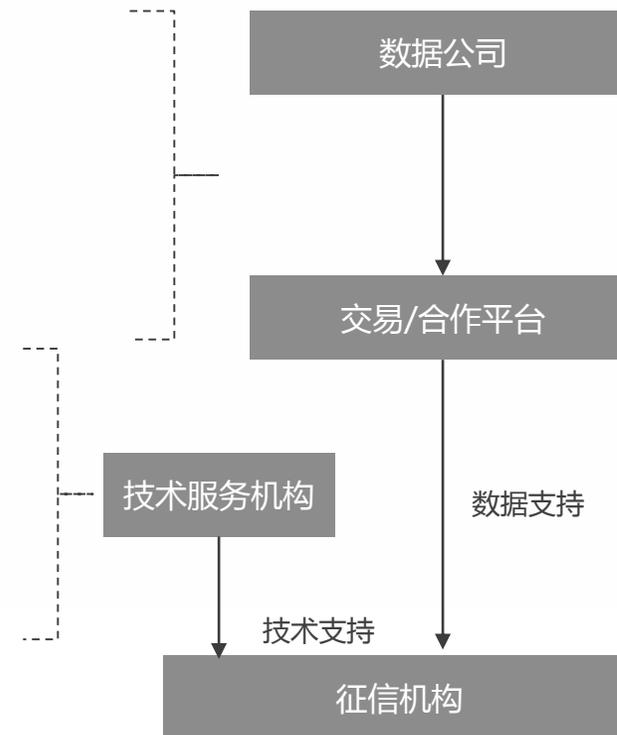


—●— 最终消费支出贡献率 (%) —●— 资本形成总额贡献率 (%) —●— 货物和服务净出口贡献率 (%)

个人征信业发展背景之基础技术环境

大数据+人工智能推动征信技术体系快速发展

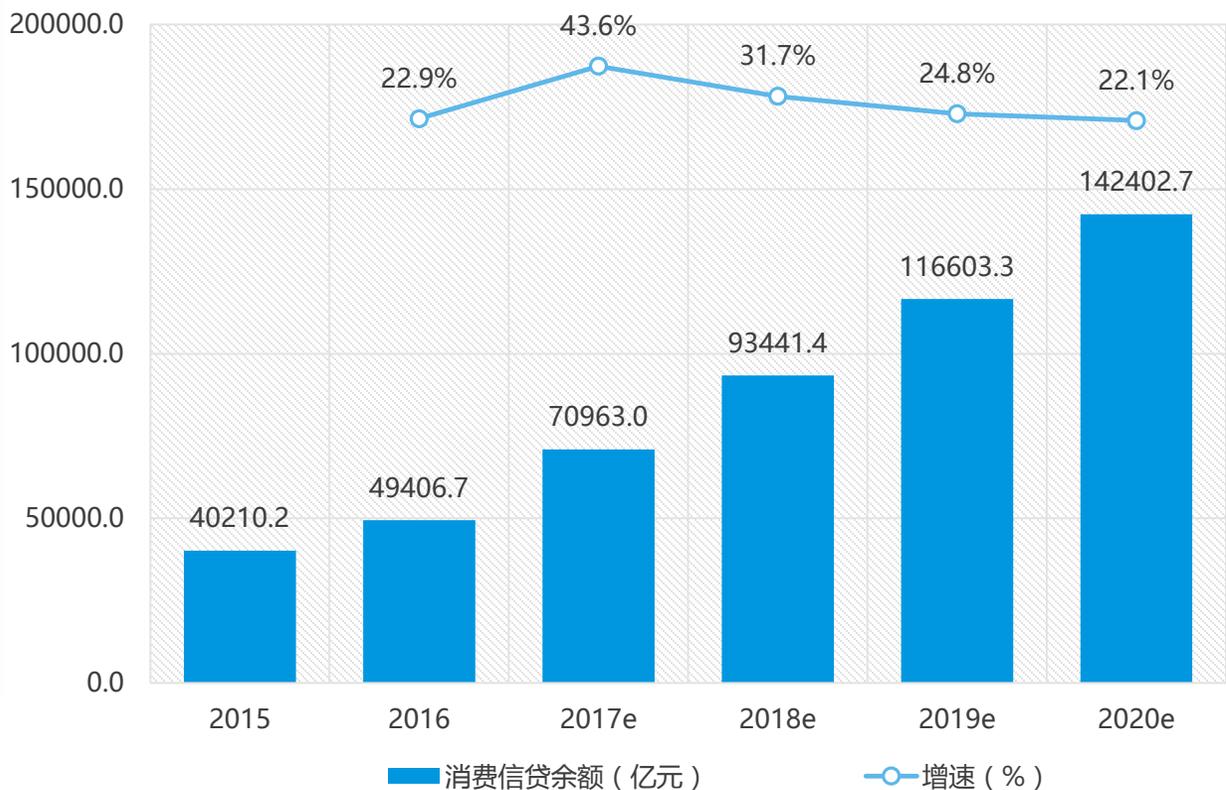
目前，我国大数据的技术应用方面已具备一定基础，发展潜力巨大且市场空间广阔。依托于新兴技术的支撑，征信数据在规模、维度和模型的迭代优化方面有长足的进步，大数据和云计算等新兴技术正成为互联网背景征信公司突破传统瓶颈的重要手段。在信用评估分析中融合多源数据，引入机器学习的预测模型和集成学习的策略，优化算法和模型体系。



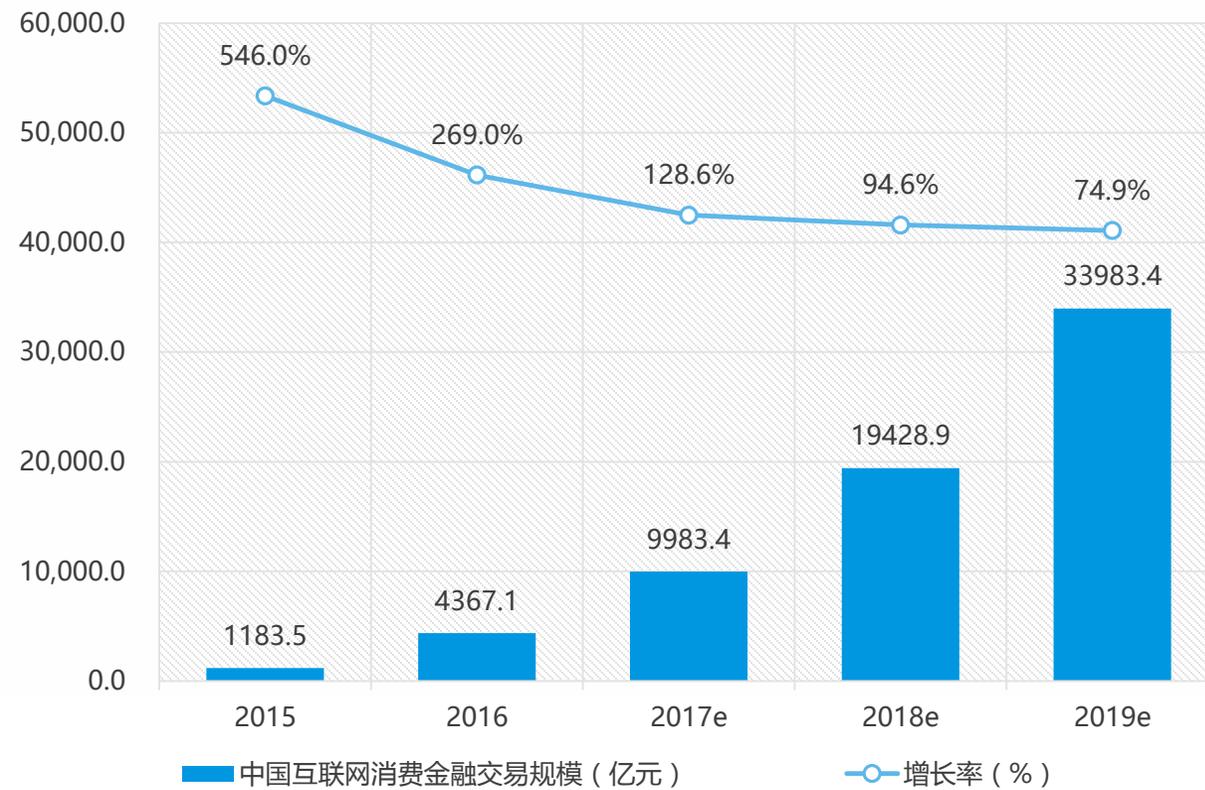
个人征信业发展背景之核心需求方：消费金融

消费金融：传统金融与互联网金融并驾齐驱

中国金融机构短期消费信贷余额规模



中国互联网消费金融交易规模



注释：金融机构数据来自于人民银行，2017-2020年数据为宜人智库根据自身统计模型预估；互联网消费金融数据来自于艾瑞咨询

个人征信业发展背景之创新型需求方：共享经济

信用问题是共享经济亟待解决的首要问题

C2C和B2B是共享经济发展初期的核心模式。但供需双方的个体行为较难完全通过法律进行约束，造成了对于共享资源的破坏、商业规则的破坏，并因此而带来对于整体产业的不良影响。因此，由于信用缺失等问题，共享经济逐渐衍生出B2C自营（例如分时租赁）、C2B（例如手机回收）、C2B2C（例如二手服装寄售）、B2B2C（例如服务众包）等形式。信用问题在商业模式中被一再规避，并未得到有效解决。

征信业的快速发展可促进共享经济中供需双方的信任关系、降低C2C、B2B模式的发展门槛，提升双方交易效率；与此同时，用户在共享经济商业环境下的行为将进一步丰富征信数据体系。征信和共享经济可形成协同发展的态势。

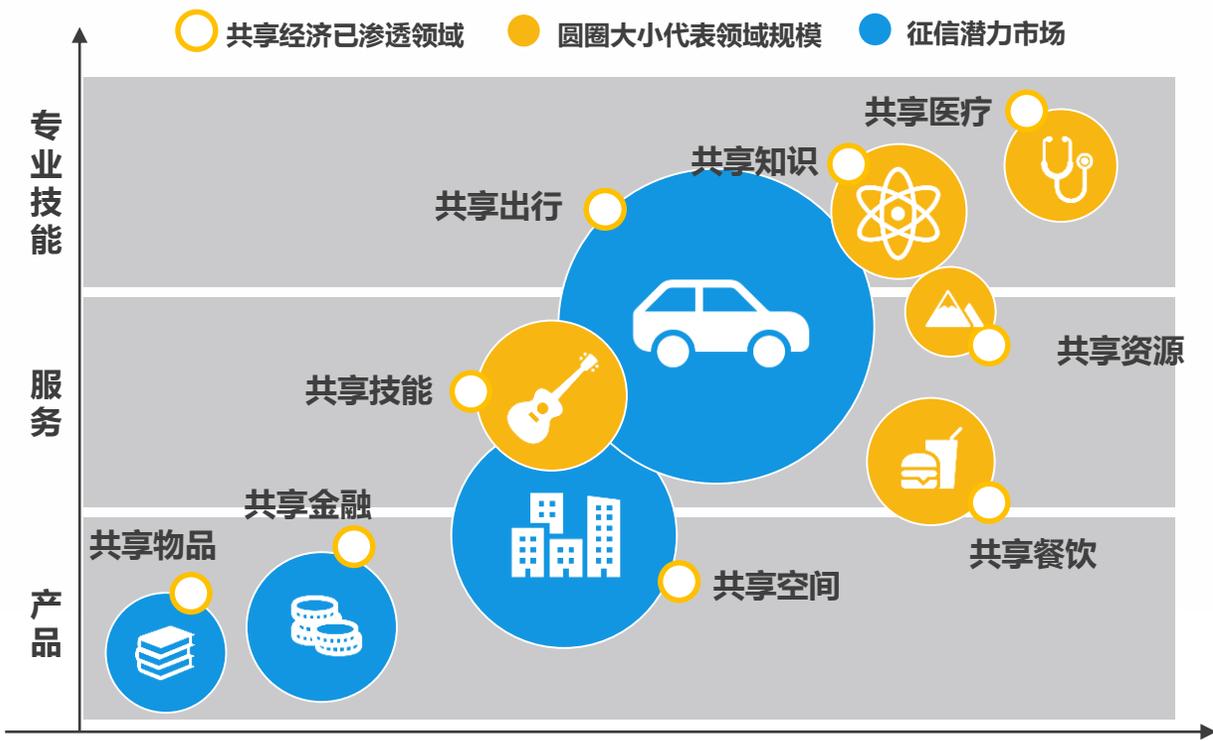
2017年共享经济在商业实践中的探索

初期模式	C2C B2B			
核心问题	信任问题、服务标准化、资源限度			
	B2C自营	C2B回收	C2B2C托管/寄售	B2B2C机构线上化
探索方向	汽车共享 共享单车 共享充电宝	二手手机 二手车 二手奢侈品	空间共享-托管模式 二手交易-寄售模式	引入线下机构服务者如租车行、线下培训机构等，帮助存量机构线上化

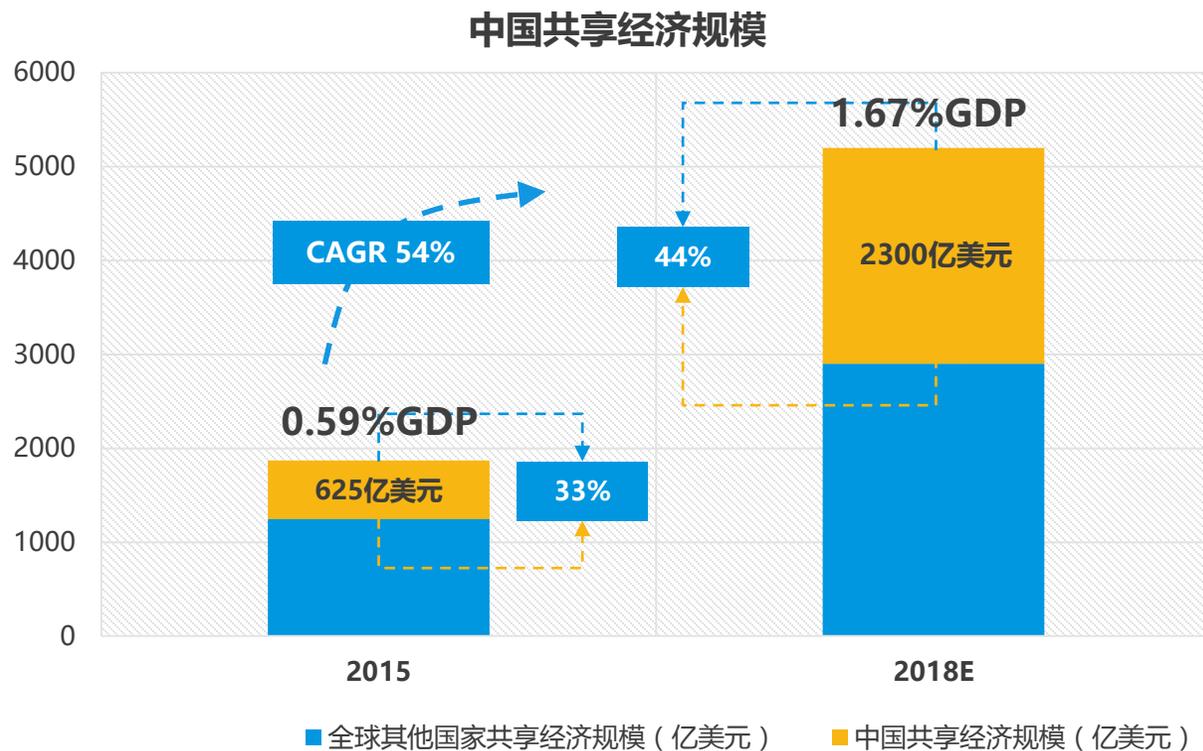
资料来源：艾瑞咨询

征信在共享产品+共享服务等领域有巨大的发展潜力

罗兰贝格统计数据显示，2018年中国共享经济规模将达到2300亿美元（约合人民币14400亿元），占全球比重提升至44%。到2018年，中国共享经济占中国GDP的比例也从0.59%跃升至1.67%。而作为产业链上的重要一环，围绕共享经济商业生态，征信也将展现其巨大的商业价值，在共享产品+共享服务等领域有巨大的发展潜力。



数据来源：罗兰贝格



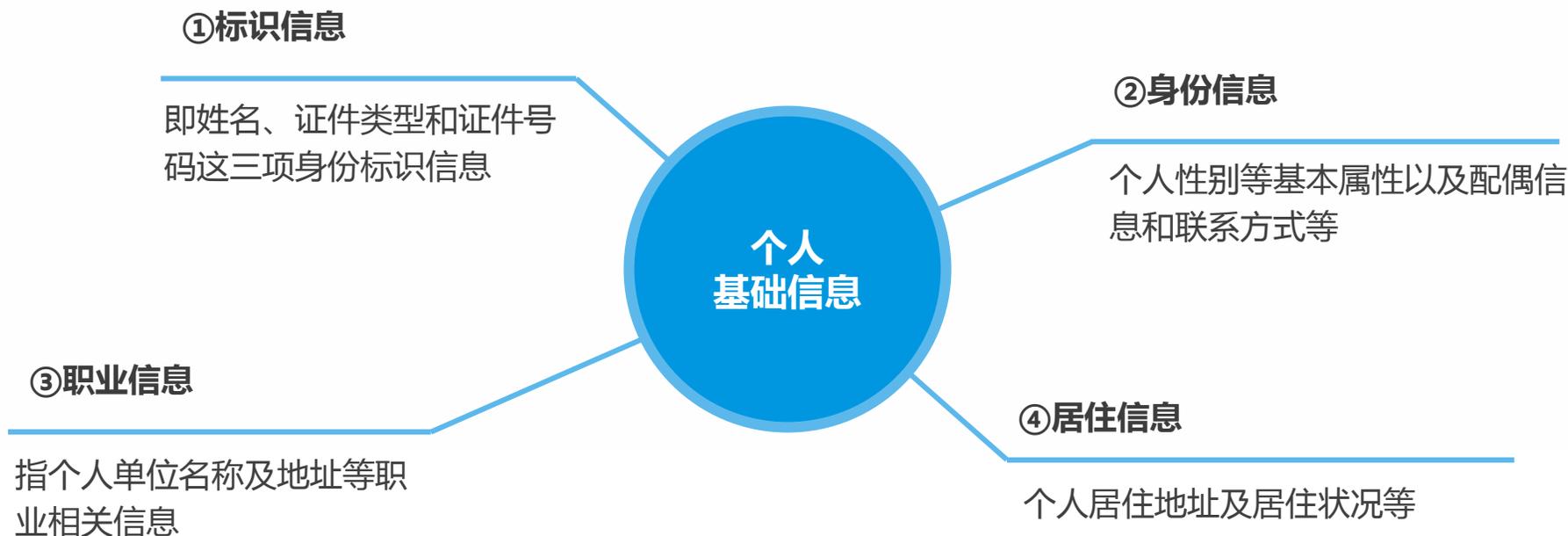
目录

- 0** CHAPTER 0
研究背景与研究范围
- 1** CHAPTER 1
中国个人征信市场发展环境分析
- 2** CHAPTER 2
中国个人征信核心数据类型及数据源
- 3** CHAPTER 3
中国个人征信产业链参与主体及发展现状
- 4** CHAPTER 4
他山之石：海外个人征信市场发展模式研究
- 5** CHAPTER 5
中国个人征信市场规模测算及影响因素分析
- 6** CHAPTER 6
中国个人征信市场发展趋势及模式探讨

传统数据源（1）：个人基本信息

个人基本信息主要有四大类：一是标识信息，即姓名、证件类型和证件号码这三项身份标识信息；二是身份信息，指个人性别等基本属性以及配偶信息和联系方式等；三是职业信息，指个人单位名称及地址等职业相关信息；四是居住信息，指个人居住地址及居住状况等。

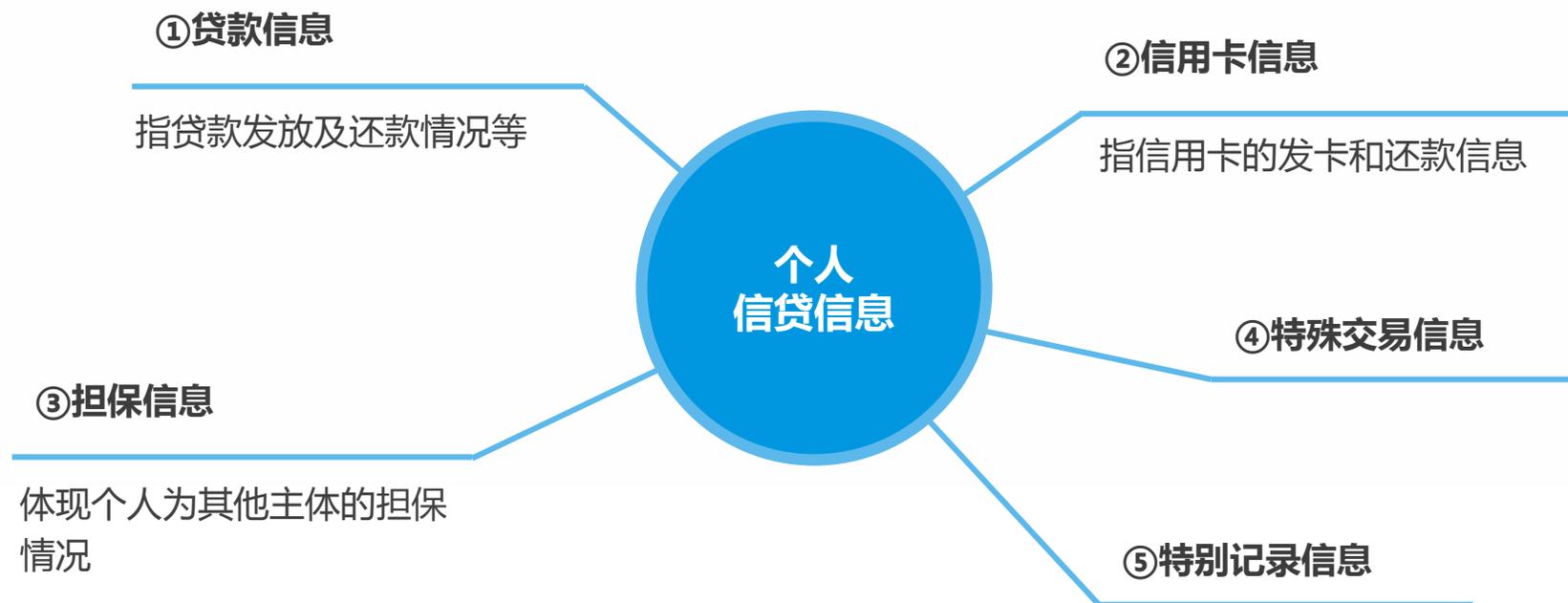
采集渠道主要有两个：一是从社会保险经办机构或住房公积金管理中心采集身份和职业信息；二是商业银行与个人发生信贷业务时，采集个人基本信息，报送给个人征信系统。



传统数据源（2）：个人信贷信息

个人信贷信息主要包括五类：一是贷款信息，指贷款发放及还款情况等；二是信用卡信息，指信用卡的发卡和还款信息；三是担保信息，体现个人为其他主体的担保情况；四是特殊交易信息；五是特别记录信息。

采集渠道：个人征信系统的信息报送主要由各接入机构以报文形式将信息报送给个人征信系统。个人征信系统中业务量较大的全国性商业银行、部分城市商业银行均采用接口方式报送；业务量小或自身信息电子化程度不高的部分农村信用社等采用非接口方式报送。



传统数据源（3）：反映信用状况的其他信息

信贷信息之外的其他信用信息，是反映个人信用状况的补充信息，又称为非银行信息。

非银行信息内容：征信系统采集的反映信用状况的其他信息主要有三类：一是履行相关义务的信息，包括社会保险参保缴费信息、住房公积金缴存信息、车辆抵押交易信息等；二是后付费的非金融负债信息，主要有电信等公用事业缴费信息；三是公共部门的相关信息，包括获得资质信息、行政许可信息、行政处罚信息、获得奖励信息、执业资格信息、法院判决和执行信息、欠税信息、低保救助信息、上市公司监管信息等。

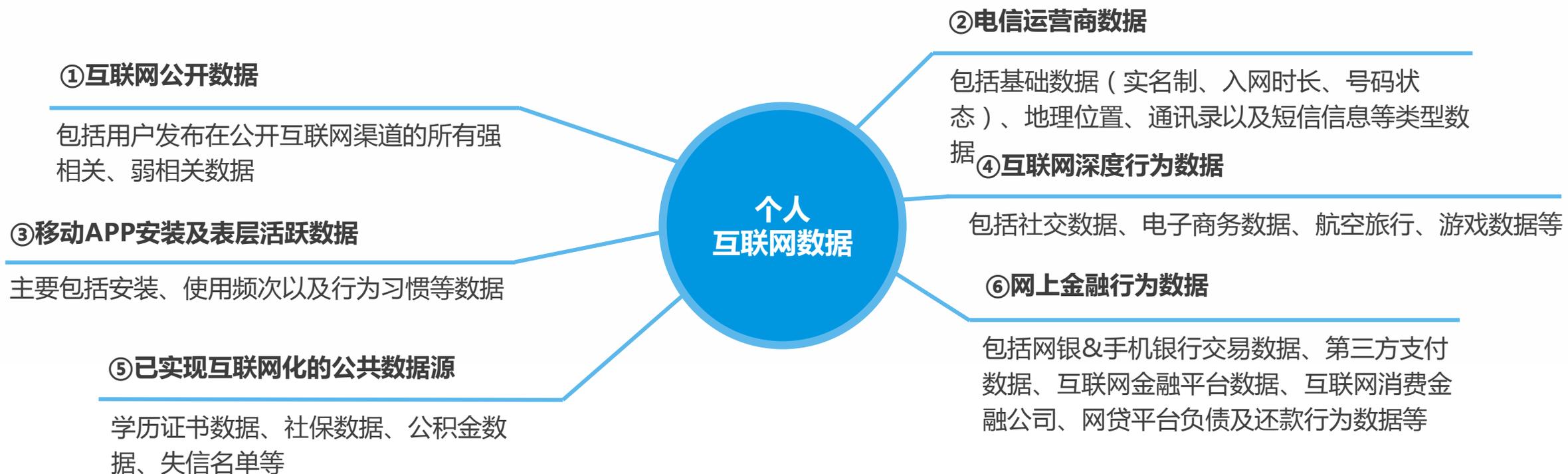
非银行信息采集方式：人民银行与相关国家机关和公用事业单位等数据源单位签署信息共享协议，将数据源单位掌握的涉及信息主体的行政许可、行政处罚、司法判决、公用事业缴费等信息纳入征信系统。



互联网数据源：互联网公开数据

互联网原始数据源包括如下几个大类：①互联网公开数据、②电信运营商数据；③移动APP安装及活跃数据、④用户的互联网深度行为数据、⑤已实现互联网化的公共数据源、⑥网上金融行为数据。

互联网数据采集方式：基于搜索平台、开放的社交网络平台等可以获取公开的互联网数据，除此之外的深度社交数据、电子商务数据、金融数据等均需在用户授权基础之上获得，形式包括用户授权抓取、行业性的数据交换以及第三方数据库等。

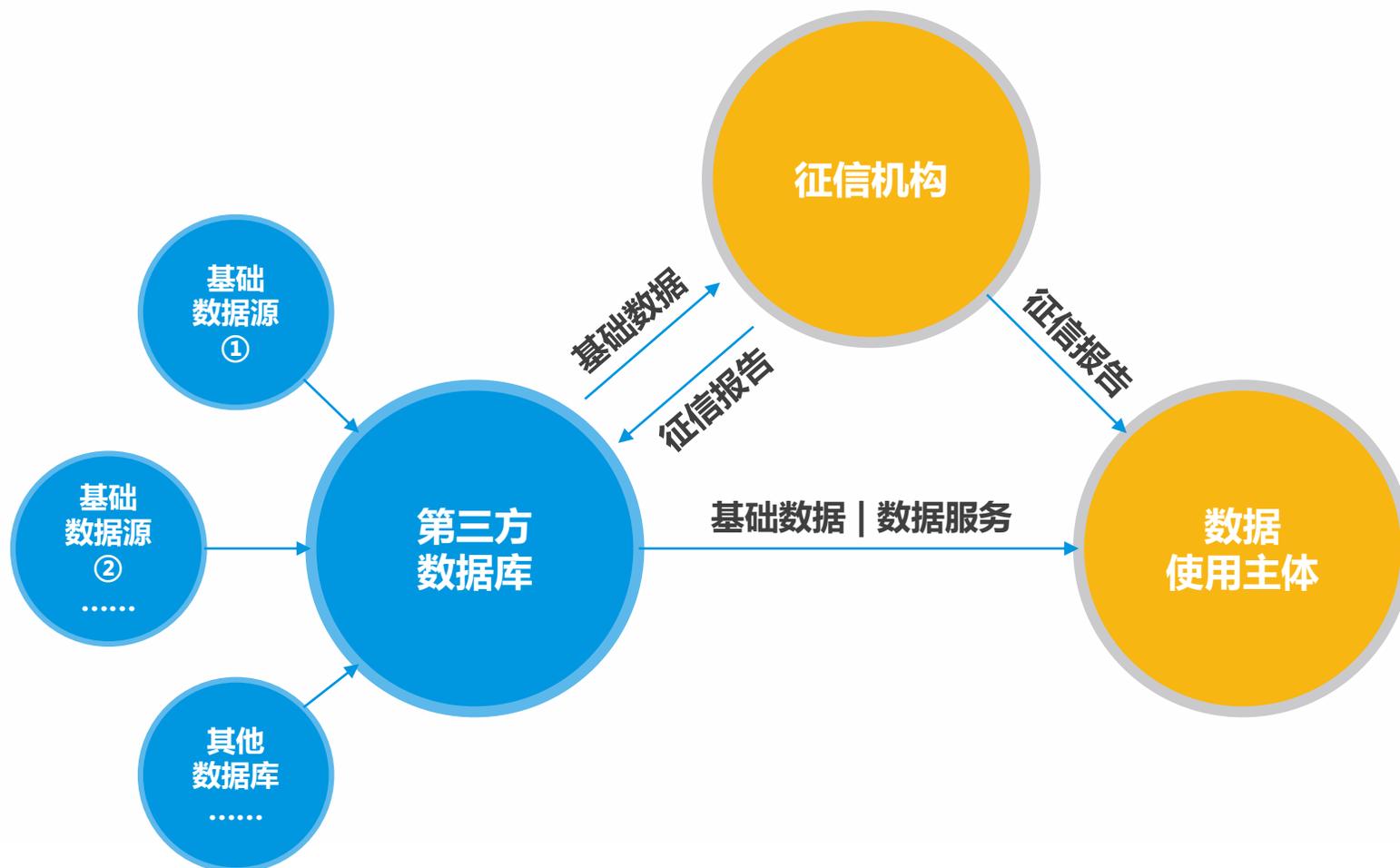


中国个人征信核心数据类型及数据源

第三方数据库

第三方数据库为征信机构主体或征信数据使用者提供数据抓取、存储及分析服务。

第三方数据库为市场上的所有数据使用主体（包括征信机构、其他第三方数据库和金融机构等）提供数据及数据的抓取、存储和分析等技术服务。



目录

- 0** CHAPTER 0
研究背景与研究范围
- 1** CHAPTER 1
中国个人征信市场发展环境
- 2** CHAPTER 2
中国个人征信核心数据类型及数据源
- 3** CHAPTER 3
中国个人征信产业链参与主体及发展现状
- 4** CHAPTER 4
他山之石：海外个人征信市场发展模式研究
- 5** CHAPTER 5
中国个人征信市场规模测算及影响因素分析
- 6** CHAPTER 6
中国个人征信市场发展趋势及模式探讨

我国以中央银行为核心主体的征信体系



个人征信产业链核心参与主体及发展现状

我国目前个人征信产业链概述

上游：互联网数据供应商——搜集数据，交换数据。

数据供应商通过自有渠道积累大量的用户数据，再将这些数据进行简单的清洗和统一格式，就可将数据供应给中游的互联网征信机构去进行分析。当然，除了自有的数据，也可以和别人合作，交换或共享数据，更可搭建数据共享的平台，提高自身竞争力。数据供应商可以是“专职”的支付渠道、信贷机构等，也可以是“兼职”的网购、社交平台，服务网站等。

中游：互联网征信机构——分析、挖掘有用信息，制作信用报告、提供决策分析。

这是征信产业链中最关键的一环。与传统征信机构相同的是，互联网征信机构也要对数据进行深度解读，建立模型，挖掘优质信息，客观评估，制作信用报告。而与传统征信不同之处在于：1.信息内容种类不同，需要新的模型，从新的角度挖掘；2.互联网需要实时响应需求，这就要求互联网征信机构能够做到数据的同步更新和快速服务。对征信机构的软硬件提出了更高的要求。

下游：征信使用者——消费金融、小额信贷、共享经济等场景应用。

与传统征信机构倾向大金额的信贷业务不同，互联网征信的使用者更倾向于“小、轻、快”的业务。消费金融，小额信贷，共享用车，共享住房甚至于相亲、订酒店、租车这样的场景需求，如此多样化的需求就需要更加多元的征信服务。

现有行业特点：互联网征信机构内嵌于闭环经济，大集团涵盖整个产业链。

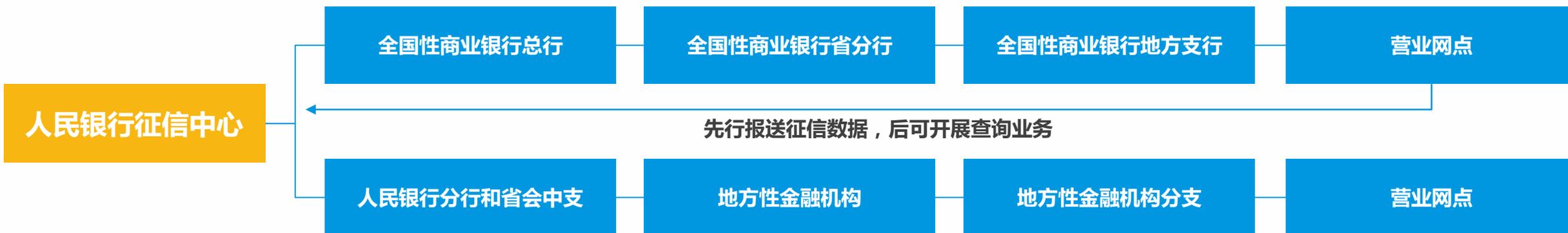
互联网金融正处于起步发展阶段，互联网征信机构也才刚刚诞生，现有市场环境不适合独立的互联网征信机构生存。一些大的集团比如蚂蚁金服布局互联网金融产业链，甚至产业网，而互联网征信机构是其中至关重要的一环。

个人征信产业链核心参与主体及发展现状

人民银行征信中心

2006年3月，经中编办批准，中国人民银行设立中国人民银行征信中心，作为直属事业单位专门负责企业和个人征信系统（即金融信用信息基础数据库，又称企业和个人信用信息基础数据库）的建设、运行和维护。征信中心的信息采集方式是接入银行、信用社的营业网点，网点再定期报送信用记录至征信中心。大批金融机构（保险公司、小额信贷公司、融资租赁公司等）接入中心数据库。这些金融机构需要先报送自己掌握的征信数据，之后可以在征信中心开展查询业务。征信中心信用信息覆盖全国。征信中心直接接入全国的营业网点，无需另行搭建专门的征信网点，使得征信中心具有运营成本低，涵盖样本全面，覆盖社会阶层广的优势。

人民银行征信中心 企业和个人征信系统采集信息模式



大批金融机构（保险公司、小额信贷公司、融资租赁公司等）正在逐步的接入中心数据库

中征征信有限责任公司
技术服务-系统开发、接口验收及业务培训等

中征（天津）动产融资登记服务有限公司
动产融资-登记服务

上海资信有限公司（首家个人征信机构）
个人征信、企业征信、信用评级、政府专项评估

个人征信产业链核心参与主体及发展现状

人民银行征信中心产品及服务内容

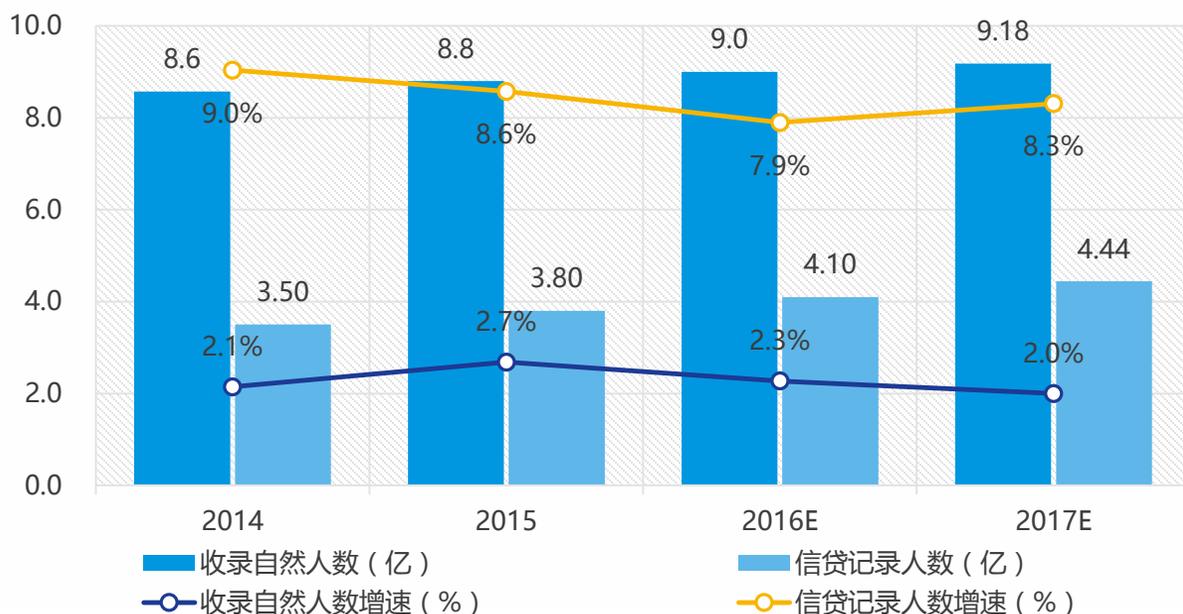
个人信用报告是个人征信系统提供的核心基础产品；目前，个人信用报告根据服务对象及使用目的不同，分为4个版本：为以银行为代表的授信机构服务的银行版，含配套的仅包含本行报送信息的银行异议版；满足消费者本人查询需求的个人版（含彩色样式）以及个人明细版（彩色样式）；为其他社会主体服务的社会版；供征信系统管理使用的征信中心版。个人信用报告的基本内容包括：报告头、个人基本信息、信贷交易信息、公共信息、声明信息、查询记录和报告说明。不同版本的信用报告对上述内容各有侧重。

服务类型	细分产品	具体服务内容
基础产品	个人信用报告	核心基础产品，个人信用报告的基本内容包括：个人基本信息、信贷交易信息、公共信息、声明信息、查询记录和报告说明；个人信用报告根据服务对象及使用目的不同，分为4个版本。
	个人信用提示	提示 个人信息主体 在个人征信系统中是否存在最近5年的逾期记录。
	个人信用信息概要	个人信用信息概要主要包括信贷记录、公共记录和最近2年内查询记录的汇总统计信息，个人信用信息概要主要包括信贷记录、公共记录和最近2年内查询记录的汇总统计信息。
增值服务	个人业务重要信息提示	按周将本机构好客户在其他机构发生新增逾期、不良、呆账、新增账户、失信被执行等信息主动推送给 相关机构用户总部
	个人信用报告数字解读	是在征信中心与FICO合作进行个人征信评分研究项目的基础上，开发的个人信用风险量化服务工具，预测未来一段时间内客户发生信贷违约的可能性，数字解读的分值范围为0-1000分。

人民银行征信中心覆盖人群范围依然较窄

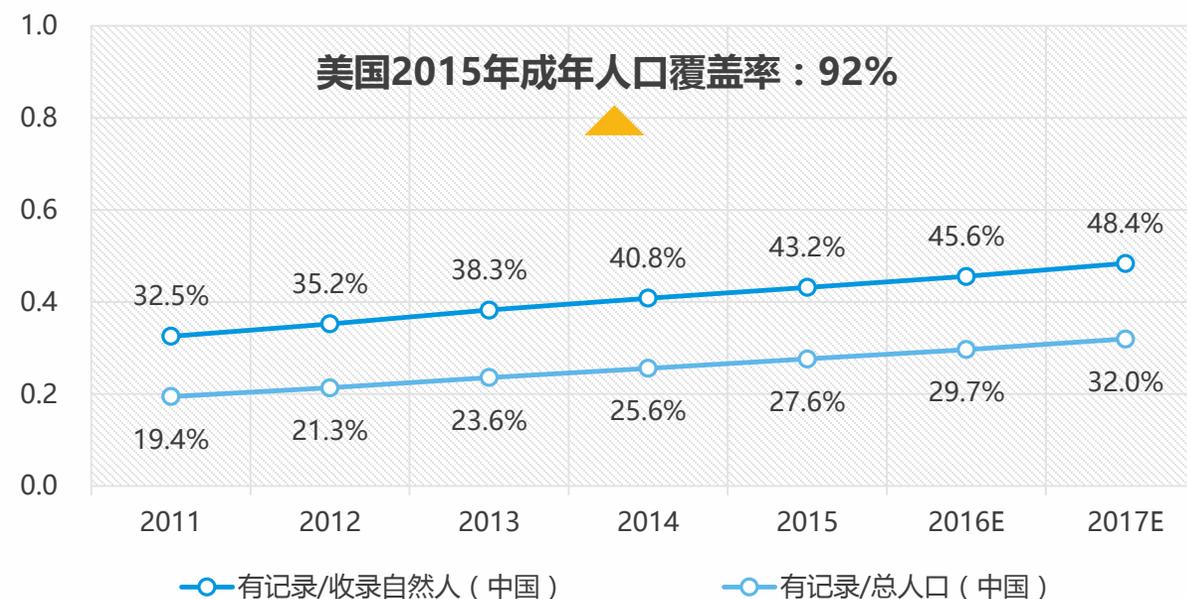
2015年底，人民银行征信中心收录自然人规模8.8亿，有信用记录人群规模3.8亿；我们预计2017年底收录自然人规模有望将达到9.2亿、信贷记录人数有望达到4.4亿；但征信人口覆盖率相较于美国依然有较大差距。

人民银行个人征信系统覆盖人群情况



来源：2014年数据来自于征信中心-征信系统建设运行报告；2015年数据来自于征信中心；2016年数据来自于iResearch预估；2017年数据由宜人智库根据行业自然增长率进行预估。

人民银行个人征信系统覆盖人群情况



注释：2014年数据来自于征信中心-征信系统建设运行报告；2015年数据来自于征信中心；2016年数据来自于iResearch预估；2017年数据由宜人智库根据行业自然增长率进行预估；人口数据Base来自于国家统计局；美国数据来自于iResearch。

民营征信机构将是我国征信体系的重要补充

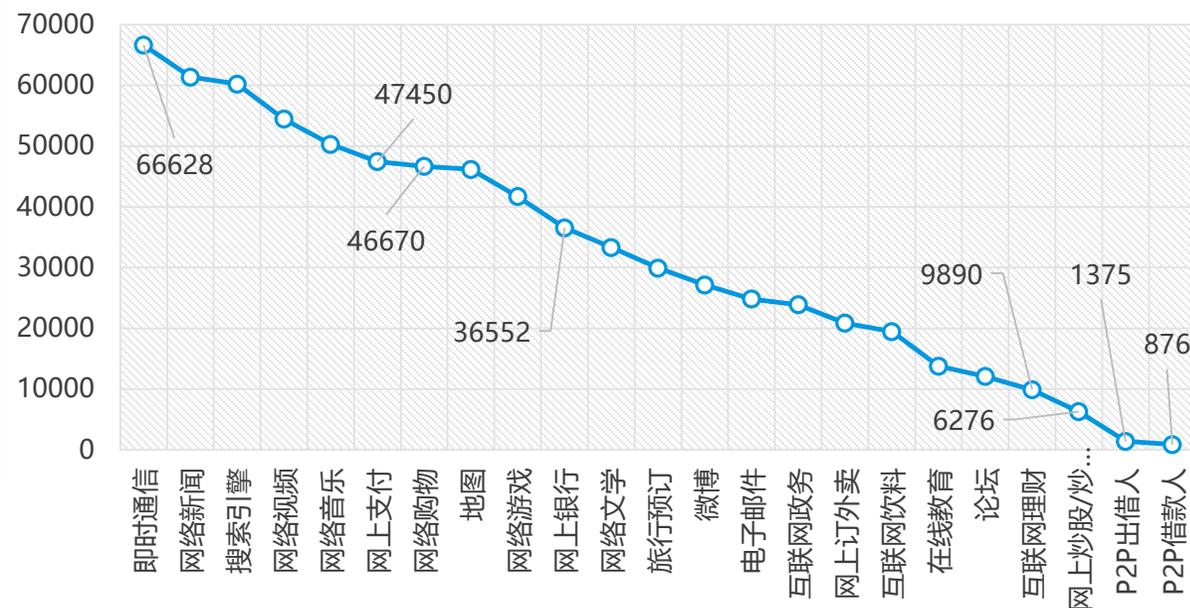
截至目前，征信中心人群覆盖范围依然有限，数据获取范围也存在局限性。在互联网经济和互联网金融快速发展的今天，大量的数据被广泛的留存在互联网平台之上，这些数据是反映个人信用状况的补充信息，部分互金数据更是判断用户整体负债和偿还能力的强相关数据。因此，社会化机构参与主体的加入将是我国征信体系的重要补充。一方面，我国征信市场目前的发展情况和急剧膨胀的市场需求；另一方面是互联网渗透率的急剧提升和用户数据在互联网端的快速累积，我国形成【以人民银行征信中心为核心力量和民营机构为补充力量】的个人征信体系将是必然趋势。

2012-2016中国网民规模和渗透率



数据来源：CNNIC

互联网各细分领域用户规模 (万人)



个人征信产业链核心参与主体及发展现状

牌照发布一再推迟，发放时间及对象存在不确定性

1997年，上海资信有限公司成立，经中国人民银行批准在上海市进行个人征信试点。2004年，全国集中统一的个人信用信息基础数据库建成。

2015年1月份中国人民银行下发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》，要求芝麻信用管理有限公司、腾讯征信有限公司等八家机构做好个人征信业务的准备工作，准备时间为六个月。但截止目前，个人征信牌照仍未下发。

八家准筹个人征信机构背景

机构	核心关联机构	股东
芝麻信用	蚂蚁金服	蚂蚁金服
腾讯征信	腾讯	腾讯、世纪凯旋科技
前海征信	平安集团	平安创新资本、平安置业投资
鹏元征信	深圳市政府、中国人民银行深圳分行	鹏元资信评估有限公司等

机构	核心关联机构	股东
中诚信征信	中国诚信信用管理有限公司	中诚信投资有限公司
中智诚征信	盛希泰	上海阿米巴资产等
考拉征信	拉卡拉、蓝色光标等	拉卡拉、蓝色光标、拓尔思、旋极信息、梅泰诺、广联达、润安等
华道征信	银之杰、创恒鼎盛、清控三联、新奥资本	银之杰、创恒鼎盛、清控三联、新奥资本

数据来源：公开数据整理，部分存在变动，以人民银行及相关企业公开发布为准。

八家准筹个人征信机构发展比较

机构分类	征信机构	数据来源	数据处理技术	主要产品和服务	应用
老牌征信公司	中诚信征信	主要依靠积累的银行、医疗、保险、教育等信息，以及合作的地方性中小金融机构和企业平台	以自主独立研发的信用评分算法为基础，积极探索大数据信用评分技术。旨在将传统建模与大数据建模有机融合	万象分、信用体系建设、信用报告、信用信息验证等	银行、电商、P2P平台、小贷公司等客户
	鹏元征信	合作金融机构、各级政府、公共事业单位等	以成熟的传统主流征信模型体系为基础，结合创新大数据挖掘建模算法，利用前沿海量数据处理加工技术	个人信用报告类产品、身份认证类产品、评分类产品、信息检查类产品、统计指数类产品、自动征信类产品、互联网服务类产品等	银行、P2P平台、小贷公司、第三方支付、消费分期及其他泛金融领域、电商等
	中智诚征信	主要依靠合作的P2P平台和其他第三方机构	全球独有的中文模糊匹配技术；分级分团技术；基于商业银行反欺诈业务的疑似团伙欺诈专家规划集；探索大数据技术	个人征信评分服务、申请反欺诈服务、全国公民身份信息认证服务等	P2P\消费金融等，将会接入银行和汽车金融公司等
背靠互联网巨头	芝麻信用	电商交易数据、银行、公安、法院、学信、航旅、合作商家、社交、用户上传数据	云计算及机器学习等技术、包括逻辑回归、决策树、随机森林等模型算法；芝麻评分与美国FICO信用评分类似	芝麻信用评分、信用报告、反欺诈、行业关注名单等	信贷、航旅、生活租赁、社交、公共服务
	腾讯征信	电商交易数据、银行、公安、法院、学信、航旅、合作商家、社交、用户上传数据	利用大数据平台TDBANK，采集处理相关行为和基础画像等数据，并利用统计学、传统机器学习的方法	七颗星评分、金融反欺诈、信用报告、人脸识别	信贷、生活租赁、社交、反欺诈
强大股东背景+丰富数据源	考拉征信	拉卡拉集团下属的个人支付、企业支付、小贷、保理、P2P、O2O社区电商，银联等其他合作机构和公共机构	利用传统的德尔菲法、回归、分类、Web挖掘和神经网络技术，结合大数据技术进行数据处理和多角度组合建模；考拉分与美国FICO评分类似	考拉分	P2P、电商平台、小额贷款公司等
	华道征信	银之杰金融服务体系，亿美软通的移动商务平台，新奥燃气信息以及其他合作的第三方机构	依托清华五道口金融学院，将与华道征信共建“大数据征信实验室”	华道猪猪分、反欺诈、包括同业征信联盟、华道信用评估模型、华道个人征信评估	租房房东等
	前海征信	平安集团综合金融数据，合作方如银联、小贷、P2P数据	自有专业大数据团队，并积极与海内外顶尖学术机构展开深入合作；个人评分采用与美国FICO完全一致的评分标准	数据类（如风险度提示、好感度等）、云系统（辛黛云、反欺诈云、催收云等）、功能插件（好信易申请、好信认证、生物特征识别）	金融机构、互联网金融公司、非金融机构等

个人征信产业链核心参与主体及发展现状

市场化征信机构的产品及服务内容

从业务范围看，中国市场化征信机构的收入主要由征信服务和数据服务两部分组成。在征信服务方面，除了按流量等方式收取报告查询费外，征信机构还可针对特定对象制作深度定制报告，并提供增信、信贷管理、征信解决方案等征信相关服务。在数据服务方面，征信机构可利用自身掌握的数据资源为企业提供商业决策分析所需的支持，还可以利用自身的数据处理能力为企业提供数据挖掘、处理、清洗等数据相关服务。



数据来源：艾瑞咨询

个人征信产业链核心参与主体及发展现状

市场化征信机构核心竞争能力

中国市场的增长潜力有目共睹，但参照海外市场化征信市场的发展情况以及征信市场的特殊性，征信市场一定是一个高度集中的市场。在激烈的市场竞争中，市场化征信机构参与市场竞争所需要的核心竞争能力包括以下几点：

1. 数据获取能力及资源整合能力

数据获取的核心方式在于数据资源的整合能力，包括对于股东方或核心管理企业的数据获取能力，以及其他的公共数据的整合能力等。这很大程度上取决于机构股东方的数据生产能力和产业话语权。同时，数据体量、数据的质量和相关性也是影响征信企业数据获取能力的重要方面。

2. 风险分析及信用评级模型开发能力

在数据基础上，征信机构风险分析及信用评分的准确性直接影响使用方的风险。而这一能力也很大程度上取决于征信机构的技术能力，并需要大规模的数据支撑，以支持机器学习等技术对于模型的不间断验证。

3. 牌照制监管体系下的牌照资源

我国未来征信体系大概率坚持实行牌照制的监管体系，是否持有牌照是市场准入的唯一标准。持有牌照则占据核心参与主体的市场地位，在激烈的市场竞争中获取主动权；不持有牌照则只能围绕产业链边缘提供技术支持或其他增值服务，牌照价值决定了企业未来在产业链中的地位和商业模式。

4. 盈利模式和应用场景的拓宽

明确的盈利路径是支撑企业未来发展前提条件，消费者的需求不仅局限于基础征信服务，信用资质跟踪、警示、反欺诈等增值服务占的比重越来越大，提供多样性的服务可支撑企业在征信服务领域中走的更远。

目录

- 0** CHAPTER 0
研究背景与研究范围
- 1** CHAPTER 1
中国个人征信市场发展环境
- 2** CHAPTER 2
中国个人征信核心数据类型及数据源
- 3** CHAPTER 3
中国个人征信产业链参与主体及发展现状
- 4** CHAPTER 4
他山之石：海外个人征信市场发展模式研究
- 5** CHAPTER 5
中国个人征信市场规模测算及影响因素分析
- 6** CHAPTER 6
中国个人征信市场发展趋势及模式探讨

征信行业四大模式：市场主导、行业协会、公共征信和混合经营

征信模式	市场主导	行业协会	公共征信	混合经营
代表国家	美国	日本	法国	德国
主要机构	个人征信：Experian、Equifax、Trans Union 企业征信：Dun & Bradstreet 评级机构：Moody's、Standard & Poor's、Fitch Rating	个人征信：日本银行个人信用信息中心（BIC）、全国消费信贷征信联合会（JICC）和日本销售信用信息中心（CIC） 企业征信：帝国数据银行、东京商工所	中央信贷登记系统（企业信贷登记系统/个人信贷登记系统）	公共体系：央行信贷登记中心 私营体系：Schufa等
数据来源	社保、商业银行、公共部门公开的信息； 自主调查、搜集、积累的信息； 小型征信机构、其他数据公司提供的信息	三大协会：协会会员报送的征信信息；协会间信息共享共享 帝国数据银行：自主调查、搜集、积累的信息	行政手段强制金融机构报送数据	央行：一定额度以上信贷信息强制报送；公共部门公开信息 私营机构：从央行获得数据；公共部门公开信息；来自合作伙伴
征信产品	征信报告、FICO评分、决策分析、市场服务	查询信贷基本信用信息	查询信贷基本信用信息	央行：查询信贷基本信用信息 私营机构：征信报告、决策分析、市场服务、商账追收
服务对象	金融机构、政府、企业、房东、雇主、个人	协会会员	金融机构和本人	央行：金融机构 私营机构：金融机构、政府、企业、房东、雇主、个人
盈利机制	盈利	非盈利	非盈利	综合
优点	数据来源广泛，种类多元化；行业细分程度高，对数据挖掘力度大；产品优质，服务多样	数据准确完善，可信度高；体系运作成本低，征信服务收费低	保证国家信息安全，保护个人隐私	综合：央行用低成本建设基本信用体系；私营机构通过竞争，补充数据的多元化和产品服务的多样性
缺点	个人隐私易泄露；竞争激烈会导致资源浪费	征信数据种类少，产品服务单一；体系过于封闭，服务对象少，协会外企业无法获得征信服务	征信数据种类少，产品服务单一，满足不了消费金融行业的需求，阻碍消费金融的发展	个人隐私易泄露

美国（市场化）：从激烈竞争到细分领域寡头垄断

美国的消费信贷业务十分发达，对于征信需求强烈，因此采用了征信市场化的方式，由私人征信机构通过完全竞争来提供更优质的服务。美国的征信市场经过了90多年的发展，先后经历了快速发展期、法律完善期、并购整合期、成熟拓展期4个阶段，从巅峰时期的2000余家机构逐渐演变成了现在巨头垄断的市场结构。

在个人征信领域，以Experian（益百利）、Equifax（艾可菲）、Trans Union（环联）三家为主，其中Experian占得业务份额最大；在企业征信领域，呈现Dun & Bradstreet（邓白氏）一家独大的结构；而在评级机构领域，有Moody's（穆迪）、Standard & Poor's（标普）、Fitch Rating（惠誉）这三家公司。除此之外，还有400余家区域性或专业性征信机构依附于这些巨头。

美国征信市场采用市场化竞争机制

立法监管	政府：FTC FED SEC NACM（行政监管、司法监管和行业自律）		
	个人征信	企业信用	
		普通企业征信	资本市场信用评级
寡头垄断	益百利 艾可菲 环联 Experian Equifax Trans Union	邓白氏 Dun & Bradstreet	标普 穆迪 惠誉 Standard & Poor Moody's Fitch ratings
市场竞争	400多家小型征信机构 主要聚焦地区性或行业性的垂直领域		

美国征信市场采用市场化竞争机制

美国（市场化）：标准化的信息报送体系和完善的监管立法体系

在个人征信市场，有Experian、Equifax、TransUnion三大个人征信巨头掌握了超过一半的美国本土个人征信市场份额。在数据标准统一方面，Consumer Data Industry Association (CDIA) 制定了Metro 1和Metro 2这两种报送征信信息的标准数据格式。在数据服务方面，FICO和ZestFinance分别作为传统征信模式和互联网征信模式的代表，为各类征信公司提供数据模型的支持。

美国个人征信的监管体系分为行政监管、司法监管和行业自律。美国联邦贸易委员会 (FTC) 负责监管个人征信公司、信用报告业协会、消费者信用提供者和使用者的；美国联邦储备系统 (The Federal Reserve System) 负责监管银行机构；联邦或州法院根据相关法案对银行机构实施司法监管。而政府并不直接参与征信服务业的竞争，通过颁布立法和监管来控制征信业的发展。迄今为止，美国政府已颁布17部相关法律。

美国个人征信市场产业链结构



数据来源：宜人智库

日本（协会制）：日本个人征信市场由三大协会构成

在上世纪消费金融快速发展的背景下，日本征信业同样得到了发展。但受制于极其严格的个人信息保密规定，形成了以行业协会为主导的征信模式。

日本的个人征信市场由三大协会构成：日本银行个人信用信息中心（BIC）、全国消费信贷征信联合会（JICC）和日本销售信用信息中心（CIC）。需要征信服务的金融机构首先要成为协会会员，上报自己拥有的征信数据，由行业协会负责整合。三大协会间可以分享部分信息，构成一个共享平台，向会员提供征信查询服务，同时收取一定费用来维持协会基本运营。

从功能上说，这些机构主要发挥的是数据枢纽的作用，将各会员单位报送的征信信息录入数据库，并将收录的信息与会员单位和其他机构进行交换，用于信贷等相关决策的参考。总体来说，日本征信机构在严格保证个人隐私的情况下从事征信业务，而且并不以赢利为目的。

日本个人征信体系

主要会员类型
银行、非银行金融机构



会员数量
1212

全国银行个人信用信息中心

全国银行个人信用信息中心由全国银行协会管理，信息主要来源是会员银行和加盟的非银行金融机构，主要收入来源是信息流量费。

主要会员类型
消费金融公司



会员数量
1416

日本信用信息中心

由日本信用信息中心联合会管理，其会员股东是各地区的消费金融公司。除了信息查询外，中心还提供信息咨询和搜集服务。

主要会员类型
信用销售公司、信用卡公司



会员数量
964

信用信息中心

信用信息中心负责向商业授信机构提供消费者信用调查服务，其会员主要由赊销公司和信用卡公司组成。

数据来源：宜人智库

欧洲：德国（混合模式）和法国（政府模式）

欧洲主要采取以央行为核心的公共征信模式。在这种模式中，各机构必须强制向央行提供征信信息。同时，受限于欧盟覆盖范围极广的用于保护个人信息安全的相关法律，欧盟成员国无法形成像美国那样发达的市场化征信体系。然而，由于欧盟主要国家均对公共征信体系的最低贷款规模要求作出了限制，且公共征信体系输出的信息经过了严格脱敏和阉割，因此市场化征信机构依然存在生存的余地。在欧盟范围内，由于各国法律依然有所不同，因此欧洲的征信模式可被细分为德国的混合模式和法国的政府模式。

德国：政府主导和私营机构的混合经营

政府建立公共征信系统，主要由银行和金融机构定期报送数据形成征信数据库，同时也只面向这些机构提供查询服务。为了满足市场的各种征信需求，又开放建立了私营征信机构。私营征信机构面向社会搜集数据，向公众提供征信分析与评级服务。公共征信立足真实而全面的基本信贷信息，私营征信立足丰富而全面的征信服务产品，二者搭配满足了多元化的征信需求。

法国：政府主导征信市场，保障个人隐私安全

法国的公共征信体系，由政府完全主导。政府出资建立庞大的征信数据库，并运用行政手段强制要求金融机构定期报送数据。征信数据也仅向金融机构和个人提供查询，不向社会开放。同时，政府也负责监管征信市场。这样的征信体系能够有效保证民众的个人隐私，但因为低效和限制多，减缓了信贷和消费金融的发展。

目录

- 0** CHAPTER 0
研究背景与研究范围
- 1** CHAPTER 1
中国个人征信市场发展环境
- 2** CHAPTER 2
中国个人征信核心数据类型及数据源
- 3** CHAPTER 3
中国个人征信产业链参与主体及发展现状
- 4** CHAPTER 4
他山之石：海外个人征信市场发展模式研究
- 5** CHAPTER 5
中国个人征信市场规模测算及影响因素分析
- 6** CHAPTER 6
中国个人征信市场发展趋势及模式探讨

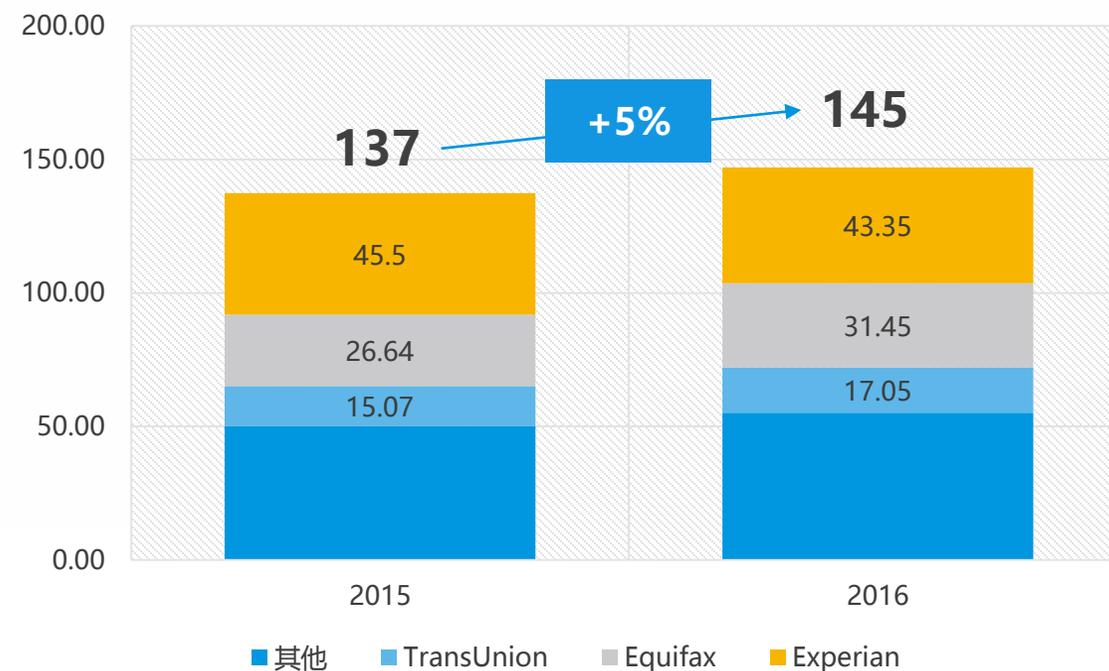
2016年美国征信市场规模约为145亿美元

益百利 (Experian)、艾可菲 (Equifax) 和全联 (TransUnion) 是美国最主要的3家机构，2015-2016年三家营收综合供给87.21和91.85亿美元，根据BCG2015年征信报告，2013年三家企业占据63.5%的市场份额，假设美国征信市场已相对完善，头部竞争格局已基本稳定，那么2015-2016年美国征信市场规模分别为137.34、144.58美元，同比增长5.3%。

2015-2016年美国个人征信市场规模测算

	2015	2016
益百利 (Experian)	45.5	43.35
艾可菲 (Equifax)	26.64	31.45
全联 (TransUnion)	15.07	17.05
三家总计	87.21	91.85
所占市场份额	63.50%	63.50%
市场规模	137.34	144.58

2015-2016年美国个人征信市场规模测算

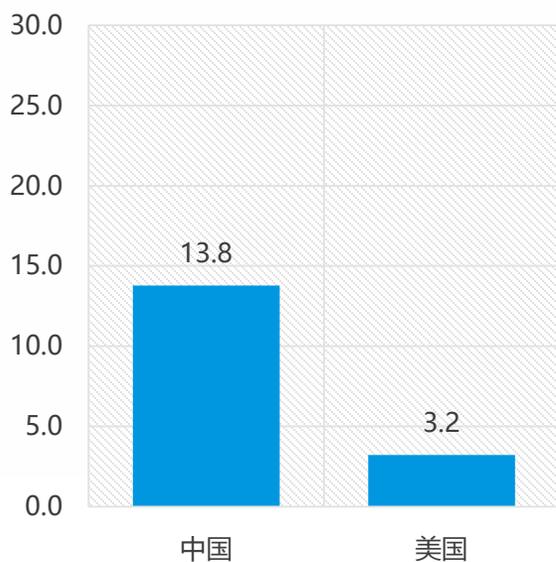


市场潜力大于美国，但市场活跃度明显低于美国

对比美国市场，中国拥有更庞大的用户基数、更低廉的查询费用价格，但用户活跃度更低（参照人均持卡量和消费信贷规模）。

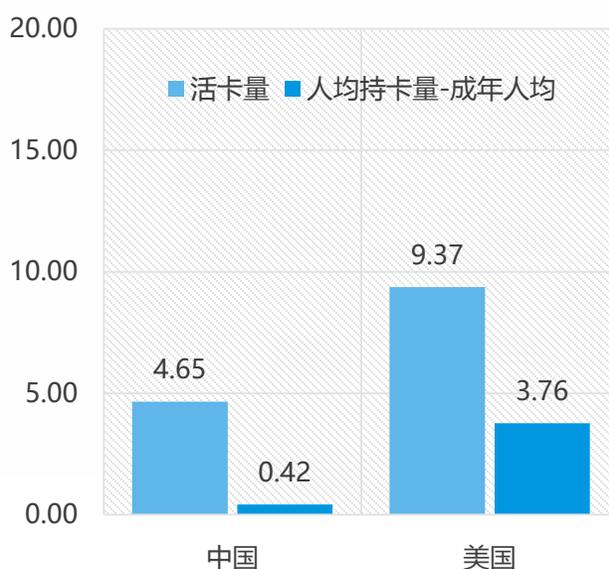
中国人口约为美国人口的4.3倍；人均持卡量仅为0.34，是美国的近1/9；消费信贷规模1/5；2016年1月开始，每年第3次起的收费标准由此前每次25元降低至10元，通过互联网查询及每年前2次到柜台查询继续实行免费。最高费用是美国的1/6。

中美人口对比 (亿人)



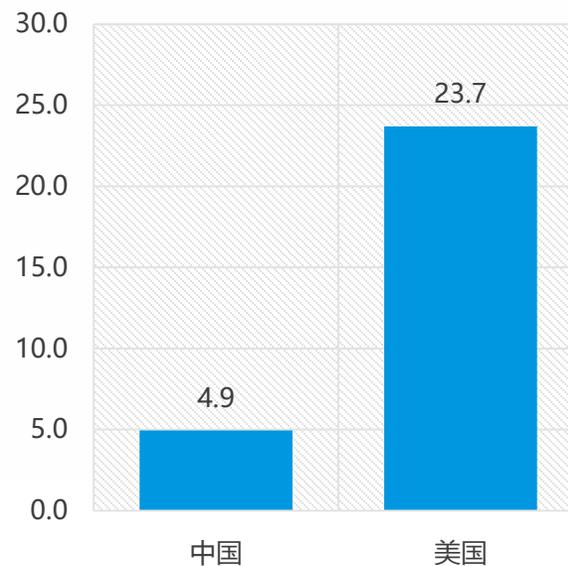
来源：World Bank

中美信用卡渗透率对比 (亿)



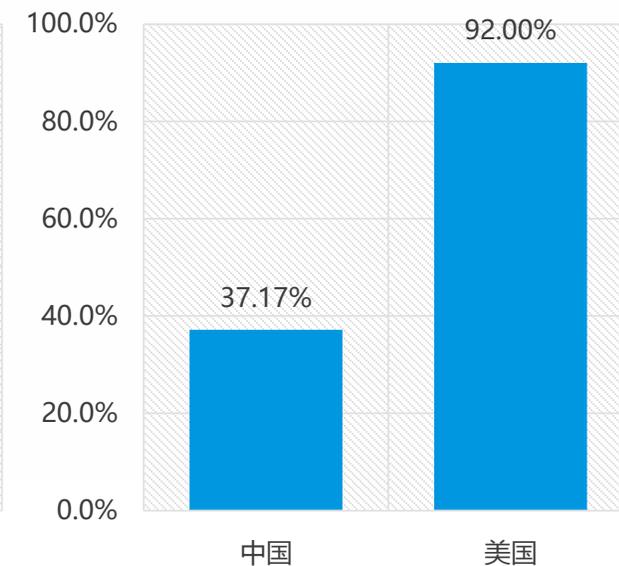
来源：人民银行、宜人智库

中美消费信贷规模对比 (万亿人民币，汇率=6.5)



来源：人民银行、美联储
注释：不含房贷

中美信用人口覆盖率对比 (信用人口/成年人总量)



来源：人民银行征信中心、宜人智库、BCG

中国实际征信市场规模为134.2亿，潜在市场空间超过4000亿

参照美国征信市场规模，我们根据两国征信市场的核心变量差异来计算中国市场规模。

中国征信市场潜在规模=美国规模*（中国人口/美国人口），核心假设：中美市场人均价值相同、活跃度相同、且征信机构提供服务费用水平相同；

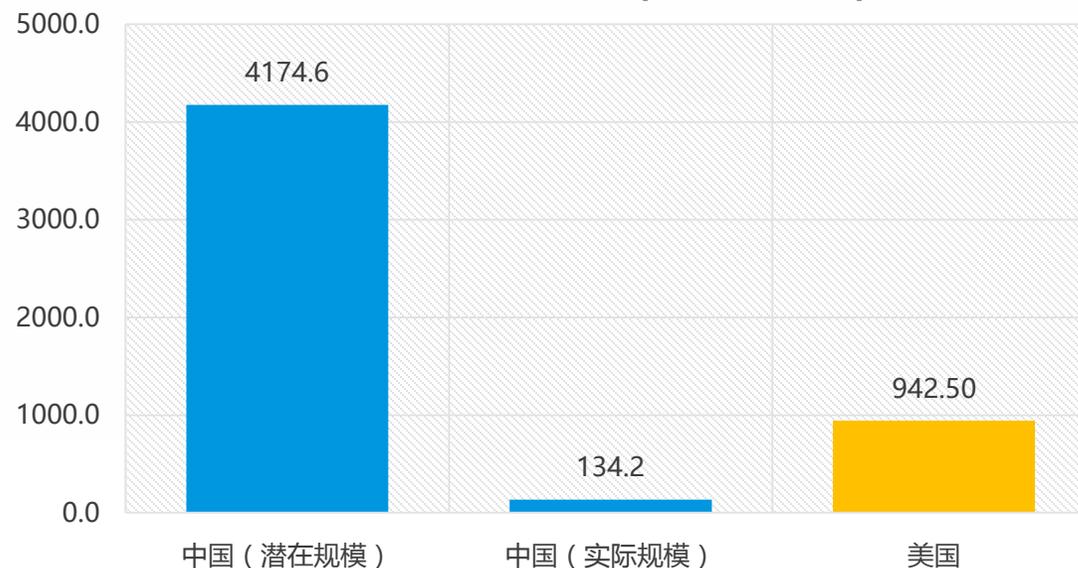
中国征信市场实际规模=美国规模*（中国人口/美国人口）*（中国个人征信活跃度/美国个人征信活跃度）；核心假设：征信机构提供服务费用水平相同，此外，活跃度用两国人均持卡量比值与人均消费信贷余额比值的均值来计算表达。

中美消费信贷规模对比（亿元人民币）

	中国	美国	
总人口数量（亿）	13.79	3.23	
成年人口比例	80%	77%	
活卡量（亿张）	4.65	9.37	
人均持卡量（张/人）（成年人）	活跃度指标	0.42	3.76
消费信贷余额规模（万亿元）	4.94	23.7	
人均余额（万元）（成年人）	或月度指标	0.45	9.52
信用人口覆盖率（记录人数/成年人）	37%	92%	
中国征信市场规模（亿元）	134.2	942.50	

注释：以上计算方式存在多种假设，仅供参考。

中美消费信贷规模对比（亿元人民币）



2020年中国个人征信市场收入规模达到341.5亿元

我国个人征信市场未来4年复合增速有望达到26.3%，预计2020年中国个人征信市场收入规模达到341.5亿元。

政策的推动作用、大数据及人工智能等技术体系的完善、消费金融及共享经济等需求产业的快速发展，都是我国征信市场增长的核心推动力。

而与此同时，牌照发放的时间、消费金融主体的合规化经营以及全产业链对于用户数据信息安全的重视程度，也同样将影响行业的发展。



中国个人征信市场规模及空间测算

影响行业未来发展的【促进】因素

多重因素在推动行业的发展，根据目前的行业现状，我们认为政策维度正在积极推动征信行业的稳健、良性发展，从征信&网络安全&个人信息保护方面相关法律法规的规划颁布到监管政策制定和落地均在有序的进行之中；从应用场景的角度看，消费金融是促进征信业发展的核心推动力，共享经济是辅助力量；全社会信用文化的形成核心在于用户对于个人信用的重视，需要整体产业链更长周期的努力。

政策推动

征信、网络安全、个人信息保护方面相关法律法规的规划颁布到监管政策制定和落地均在有序的进行之中

应用场景的拓宽和相关行业自身的发展

金融机构的消费信贷业务和互联网金融业务并驾齐驱；共享经济正在出行共享、住房共享等领域快速发展。征信对相关领域的渗透正在快速铺开。

信用文化形成

核心在于用户对于个人信用的重视，需要整体产业链更长周期的努力

中国个人征信市场规模及空间测算

影响行业未来发展的【制约】因素

首先，牌照发放的一再推迟，其根源在于两方面，一方面是监管和创新机构对于“征信”业务本身的理解难以统一，另一方面是新兴数据体系的数据孤岛和“军阀”割据，难以形成更加全面的数据体系；

其次，Payday Loan等业务的高利率以及野蛮生长所带来的不良影响，容易带来社会对于消费金融行业整体的负面评价，进而影响到监管政策对于消费金融创新形态的负面评价，并最终影响到征信业务的发展；

第三，对于用户信息的过度挖掘和商业化，并忽视用户信息的保护，进而造成社会对于征信机构的全面抵制；或者从灰色向合规化发展过程中所造成的过渡问题。

以上因素都可能导致牌照的迟发、个人征信业务的缓慢发展。

多方共识难以达成

监管与创新机构对于“征信”的理解难统一；
新兴数据体系之间的数据共享难以达成；

互联网金融野蛮生长

监管对于现金贷、消费金融的高压监管
现金贷引发社会对于消费金融的诟病

用户数据过度开采

对用户数据的过度开采造成负面社会影响；
从灰色向和规划发展过程中的过渡问题；

目录

- 0** CHAPTER 0
研究背景与研究范围
- 1** CHAPTER 1
中国个人征信市场发展环境
- 2** CHAPTER 2
中国个人征信核心数据类型及数据源
- 3** CHAPTER 3
中国个人征信产业链参与主体及发展现状
- 4** CHAPTER 4
他山之石：海外个人征信市场发展模式研究
- 5** CHAPTER 5
中国个人征信市场规模测算及影响因素分析
- 6** CHAPTER 6
中国个人征信市场发展趋势及模式探讨

牌照发布一再推迟，牌照之路依然存在两重矛盾

1997年，上海资信有限公司成立，经中国人民银行批准在上海市进行个人征信试点。2004年，全国集中统一的个人信用信息基础数据库建成。

2015年1月份中国人民银行下发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》，要求芝麻信用管理有限公司、腾讯征信有限公司等八家机构做好个人征信业务的准备工作，准备时间为六个月。但截止目前，个人征信牌照仍未下发。

2017年4月，人民银行征信管理局、世界银行集团国际金融公司、APEC工商理事会在北京共同举办“个人信息保护与征信管理”国际研讨会。

会上提出了征信发展三大原则和五点共识：

三大原则：①第三方征信的独立性原则、②征信活动中的公正性原则和③个人信息隐私权益保护原则；

五点共识：①正确理解征信概念；②个人征信机构不应太分散、准入门槛应较高较严；③征信应坚持政治上的正确性；④征信机构不能滥用客户信息；⑤征信产品运用场景主要还是在信贷领域。

假设目前的三大原则与五大共识代表着政策对于个人征信机构的发牌及监管要求，那么目前的核心参与企业大多并不符合监管要求。

征信企业与牌照之间有两重矛盾：

1.我国不健全的征信立法和监管体系与快速发展的产业创新的矛盾，这是制约我国市场化征信发展的根本矛盾，其表象是已快速起跑的市场化征信机构和突然急刹的政策态度间的矛盾；

2.开放共享和数据孤岛间的矛盾，其本质是各征信企业自成体系的发展现状与征信企业独立性、公正性要求之间的矛盾。

矛盾1：已快速起跑的市场化征信机构和突然急刹的政策态度间的矛盾

根本矛盾：已快速起跑的市场化征信机构和突然急刹的政策态度间的矛盾，其本质是我国不健全的征信立法和监管体系与快速发展的产业创新的矛盾，这是制约我国市场化征信发展的根本矛盾。

其一：未来央行和央行征信中心在市场化体系中的角色问题

裁判+运动员身份集于一身情况在我国的金融领域非常普遍的存在，银联是一个非常好的案例，最终的解决方案是由于网络支付快速提升的话语权而带来网联的成立，支付机构险些被全面接入银联。征信方面也有同样的隐患，央行作为监管方是非常明确的，但央行征信中心的定位却较为模糊，是作为底层支撑主体全力帮助市场化征信机构的发展，还是同样作为主体下场“参赛”，这需要进一步明确。如果是后者，中国征信体系的发展将再次面临难以调和的矛盾。如果是前者，需要有明确的条例或立法，双方之间如何配合协同发展，否则，矛盾依然存在。

其二：新兴机构和监管对征信认知的矛盾

关于三原则：首先，关于独立性和公正性的原则，目前市场关注度较高的核心企业均为集团公司的子公司、控股公司，集团公司旗下业务也包含信贷等其他互联网金融业务，这需要企业从运营机制到内控机制等做出诸多改变，以坚守征信企业经营不受股东和母公司的过度干预，以保证其在面对更广泛的客户时的独立性和公正性；其次，关于对用户隐私的保护，网络安全法已颁布开始实施，个人信息保护法出台可期，但对于如何有效实现监管落地、实现与企业的无缝衔接依然存在尚未解决的问题。

关于五大共识：从数据获取维度看，互联网征信在强金融属性数据方面的获取能力较低，但对生活场景数据的获取能力强；从应用角度看，互联网征信被广泛应用于生活服务的各个领域，而非单纯的金融和信贷领域。这与政策层对于征信本身的理解，和应用范围的建议存在一定差异。

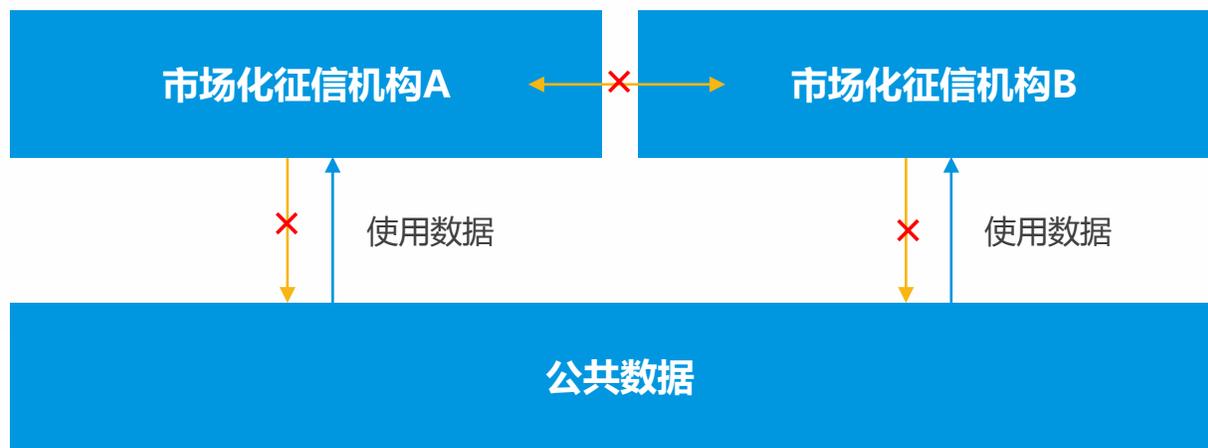
矛盾二：开放共享和数据孤岛间的矛盾

矛盾二：开放共享和数据孤岛间的矛盾，其本质是各征信企业自成体系的发展现状与征信企业独立性、公正性要求之间的矛盾。

目前，我国互联网核心数据集中在少数的核心平台型企业中，各自的数据体系存在差异，并不能完全满足征信企业海量数据的发展需求，而目前筹备的核心个人征信企业均属于各自平台的下属企业或占股企业。所以互联互通和数据共享成为必然的发展方向。

但目前的情况是，征信企业各自为政、自成体系，出于对数据的掌控权和数据安全性的考量，机构和机构之间的数据互通难以实现。各企业无法掌握完整维度的数据，但又拒绝互通，以此带来在无法实现全维度数据的情况下为了实现抢占市场的目标而快速投入市场。这是互联网企业发展初期的普遍思路（小步快跑快速迭代），但之后的发展依然需要依靠全行业的信息共享和互联互通。

因此，在数据获取和数据使用的独立性和公正性方面，无论是政策立法还是平台自身均需做出改变。



征信市场化的策略与方向需重新评估和调整，“信联”大势所趋

因此，我们认为按照目前的政策倾向，市场化的个人征信业务管理方式将坚持牌照管理形式，但发放的时间和数量依然存在极大不确定性。

但这种不确定性不仅仅是体现在牌照的层面，而是在经历了互金企业快速成长、公民对于隐私保护要求快速提升的产业变化之后，征信市场化的策略与方向需要重新评估和调整。参照以下两种方案，信联都是完善我国征信体系的重要支点。

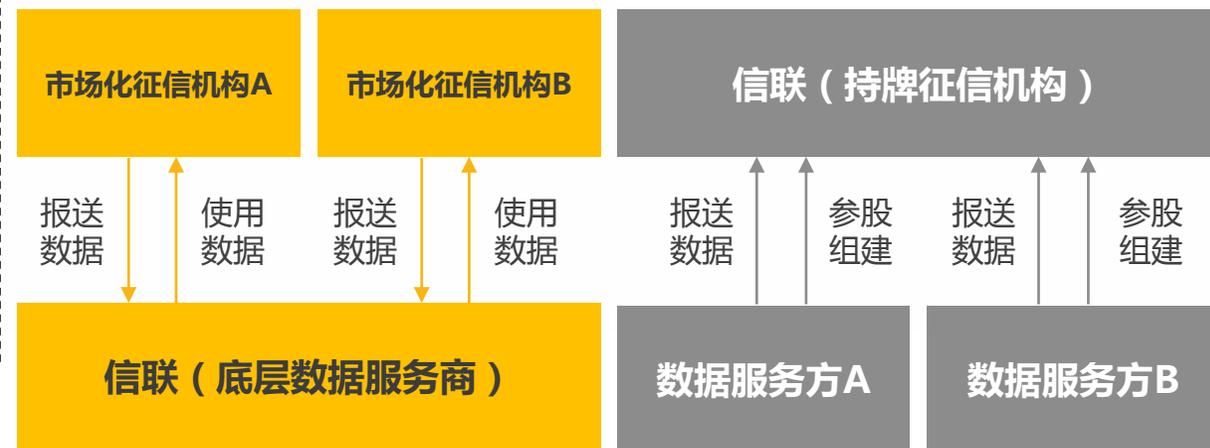
方向1：央行征信中心承担“信联”角色

央行征信中心位置下移，逐步退出直接的市场竞争，开始接收全市场数据，各征信企业与征信中心建立接口，报送数据并使用数据。新数据体系建设由各市场化征信中心共同参与建立。



方向2：由核心成员企业共同出资成立“新联”，参照网联

信联直接提供市场化的征信服务，不再给其他企业发放征信牌照；或者，信联提供底层公共数据交互平台角色，由各征信机构提供服务。



中国个人征信市场发展趋势及模式探讨

产业发展趋势

征信市场与三方支付市场存在类似痛点，数据孤岛、数据体系不完善、监管机构主导能力薄弱、各方利益难以协调等等，且监管主体也均为人民银行。在目前的情况下，如果网联推进顺利，信联脚步必然加快。与此同时，民间信联正在纷纷成立，但主题依然聚焦于小型的互联网金融机构。更广维度的信联依然需要产业巨头和监管机构来主导成立。

在此基础之上，我们认为未来的发展核心聚焦于如下几点：

①监管政策方面

监管政策方面，可能重新调整我们的征信发展方向，其公私合营的模式依然存在变化的可能，核心在于信联的地位变化

②企业发展方面

牌照暂时并不会成为发展的核心制约，拓宽应用场景的能力是目前企业核心竞争力。

③互联互通靠“信联”

民间“信联”率先发挥作用，而政府与巨头企业主导的信联将成为未来的主导。

④数据获取和应用场景

数据获取和应用场景方面，从金融属性向生活场景全面拓宽。

个人征信产业发展趋势

关于宜人智库



关于我们

宜人智库立足宜人贷多年行业经验及强大的研究能力，聚焦金融科技行业、关注监管、分析模式、解读热点、洞察趋势。致力于持续输出高质量文章、报告、及独家观点；促进行业交流，推动行业创新及规范发展。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法获得，仅供参考。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，为市场提供基本参考，我们对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告仅作为市场参考资料，对该报告的数据和观点不承担法律责任，不构成任何投资建议。

联系我们

公司官网：<http://www.yirendai.com>

宜人智库官微：yirenzhibu



关于 TalkingData



TalkingData 成立于2011年，致力于用数据改变企业做决策的方式，改善人类自身和环境。目前已完成D轮融资，是中国领先的独立第三方数据服务提供商，在全球开设多个分支机构。

融合了互联网“开放精神”和传统IT“严谨服务”的企业文化，为客户提供独树一帜，融创新与严谨为一体，全方位智能数据解决方案。业内独一无二的TalkingData智能数据平台，集海量数据、极致的技术和专业咨询服务为一体，逐步打造开放的数据生态，为客户带来独特的数据价值。

目前，TalkingData智能数据平台覆盖超过6.5亿/月活跃独立智能设备，客户既包括像Google、腾讯、滴滴出行等互联网企业，也包括中国银联、招商银行、欧时力、碧桂园等传统行业巨头。

关于TalkingData 创新金融研究院

TalkingData金融创新研究院立足于TalkingData的大数据基础，聚焦科技金融领域，输出大数据科技金融的咨询与解决方案，与行业共同成长。

TalkingData

宜人
智库
YIREN
INSIGHTS



专注金融科技产业研究

Focus on Fintech

THANKS!