



THE BOSTON CONSULTING GROUP

中国个人征信行业报告 (2015)

——应时而生、雏形初现、任重道远

何大勇、张越、张蕾、张冬妮

2016年3月

目 录

内容概览	1
1. 应时而生, 中国个人征信迎来市场化大发展	2
1.1 需求引领, 中国个人征信行业发展提速	3
1.2 引入市场化发展手段是快速完善中国信用体系的必由之路	4
1.3 中国个人征信行业将成为新蓝海	6
2. 行业格局渐显, 机构差异化定位初露端倪	8
2.1 中国征信行业生态体系雏形初现	8
2.2 八大准个人征信机构差异化定位初现端倪	10
3. 破除瓶颈, 三大行业基础建设亟待完善	16
3.1 立法立规, 建立行业发展的基础许可与信任	16
3.2 整合共享, 优化行业的基础资源供给	16
3.3 合理拓展应用场景, 助推信用文化建设	18
4. 展望未来, 中国个人征信行业将渐次经历四大变化、最终形成一个格局	19
4.1 个人征信行业在未来三到五年间将经历四大变化	19
4.2 中国个人征信市场最终将形成公私兼营、多层多元的格局	21
结束语	24

中国个人征信行业报告 (2015)

——应运而生、雏形初现、任重道远

内容概览

2015年，从银行贷款、消费金融，到租车、租房、住宿、借书等生活日常，信用不但影响个人在传统金融领域的金融活动，更逐渐开始影响社会生活的方方面面。作为社会信用体系建设中的重要一环，中国个人征信商业化、市场化发展的大幕正在徐徐开启，各类民营征信机构摩拳擦掌，在积极申请牌照的同时，依托股东背景和产业生态开始了各种形式的探索和创新。伴随着征信行业的爆发，“信用”，开始受到广大民众的空前重视；脱胎于“君子之言，信而有征，故怨远于其身”的“征信”开始焕发出勃勃生机。

随着国内个人信用交易的不断壮大，市场对征信产品和服务的需求也越来越多样化。对于中国这样一个经济体量巨大、人口分布广泛、活力加速释放的经济体，央行主导的集中征信系统负载过重，而薄弱的个人征信体系直接影响了社会融资成本、放贷效率和行业的抗风险能力，制约了普惠金融的发展和经济运行效率的提升，这就要求更加市场化的力量加入到行业中来，共同促进信用经济发展和社会信用体系建设。同时，随着个人信用信息需求的不断扩大、数据处理技术的发展以及监管改革促成的良好商业环境，个人征信行业有望成为一片新蓝海。

目前，中国个人征信行业雏形初现，搭建起了包含数据征集、模型分析与征信洞察，和征信产品应用在内的三大产业链核心，而首批八家准个人征信机构无论是数据源、技术能力、覆盖人群还是主要应用场景都各有特色，互有重叠或补充，形成一定程度的差异化竞争。

然而，我国个人征信服务刚刚起步，仍然面临着法律法规建设滞后、数据交易机制缺失、征信教育和普及程度不足等发展挑战。如何能在未来持续完善法律法规、多措并举破除数据孤岛，并通过构建商业应用场景促进信用文化建设，从而真正提升征信业的服务水平和质量是值得深思的问题。

展望未来，我国个人征信的顶层设计将加速完善、基础资源供给优化将会破冰、新技术的应用将成为行业常态、征信的内涵与外延将在不断的场景尝试中形成共识。此外，未来整个行业有望呈现出公私兼营、“赢者通吃”与中小型专业机构并存的竞合格局。

个人征信行业立足于信贷，服务于社会经济，繁荣于成熟的信用文化。未来的中国个人征信业将迎来传统与创新的统一、金融与生活的融合、竞争与合作的协同，这个年轻的行业必将能够在蹒跚中砥砺前行。

1. 应时而生, 中国个人征信迎来市场化大发展

刚刚过去的2015年被称为“中国个人征信市场化元年”。在这一年里，多项关键政策与监管指引相继出炉，中国个人征信市场的顶层设计雏形初现；第一批牌照发放提上日程，征信市场化工作迈出关键一步；芝麻信用评分的生活化应用引发了全民对于征信的内涵和外延的热议（参阅图1）：

“诚信”、“信用”与“征信”在各方讨论中常常同时出现在类似语境中，但它们并不等同。波士顿咨询认为，“诚信”的内涵最为广泛，包含了一个社会的道德与行为准则，“信用”则有明确的价值维度，是“诚信”在经济活动中的价值体现；“征信”则是一种商业模式，是基于数据与专业处理对于“信用”进行评估的活动。

图1：2015年可谓是“中国个人征信市场化元年”



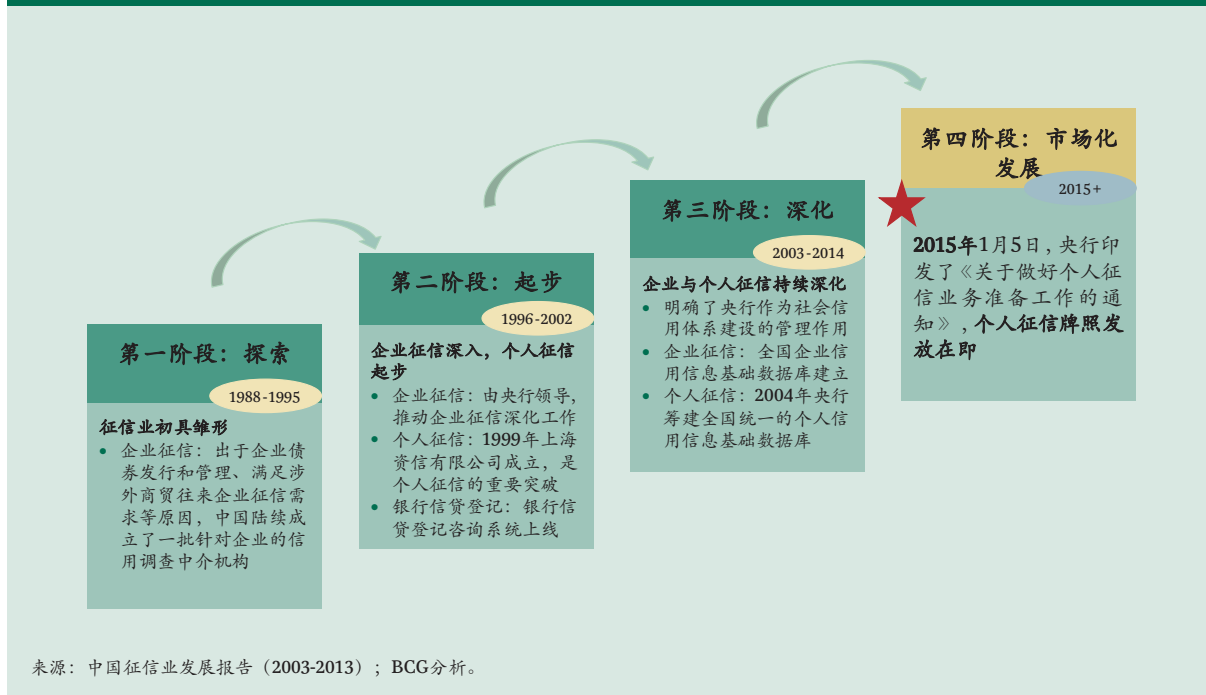
1.1 需求引领, 中国个人征信行业发展提速

中国征信行业的发展最早可以追溯到1932年第一家征信机构——“中国征信所”的建立，然而真正对征信行业的长远发展产生实质性推动作用的，是从80年代末开始，由中国人民银行牵头领导的一系列社会征信体系建设工作。经过三十多年的发展，即将放开的个人征信牌照，代表着我国个人征信行业打破了由政府主导的局面，向更加市场化、商业化的竞争模式转变。纵观中国征信行业的发展，大致可以分为探索期、起步期、深化期和市场化发展等四个阶段（参阅图2）：

探索阶段：20世纪80年代后期，出于企业债券发行管理以及满足涉外商贸往来企业征信信息的需求，中国第一家信用评级公司——上海远东资信评级有限公司成立；同时，经贸部计算中心和邓白氏公司开始合作。1993年，专门从事企业征信的新华信国际信息咨询有限公司开始正式对外提供服务。此后，一批专业信用调查中介机构相继出现，企业征信的雏形初步显现。

起步阶段：央行牵头持续推动企业征信的建设，如在全国推行企业贷款证制度等。1997年，上海市进行个人征信试点，1999年上海资信有限公司成立，开始从事个人征信与企业征信服务，标志着个人征信服务的重要突破。同年底，银行信贷登记咨询系统上线运行。2002年，银行信贷登记咨询系统建成地、省、总行三级数据库，实现全国联网查询。

图2：中国的征信行业经历了探索、起步和深化三大阶段，正在积极向市场化方向发展



深化阶段：2003年，国务院明确了中国人民银行“管理信贷征信业，推动建立社会信用体系”职责，批准设立征信管理局。一批地方性征信机构设立并得到迅速发展，国际知名信用评级机构也先后进入中国市场。2004年人民银行开始组织商业银行建设全国统一的个人征信系统，并于2006年1月在全国联网运行，弥补我国个人征信行业的空白，至今依然是中国最权威的个人征信系统。2013年3月，《征信业管理条例》正式实施，明确中国人民银行为征信业监督管理部门，征信业步入了有法可依的轨道。

市场化发展阶段：2015年1月，央行印发了《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，标志着中国个人征信业向市场化、商业化发展迈出了坚实的第一步。预计首批个人征信牌照将于近期正式颁布。

中国的个人征信市场形成只有央行征信中心一家的局面，其主要原因在于在市场经济的起步阶段，我国征信的大量需求来自金融体系，尤其是信贷领域，而只有具备高度公信力的机构才有可能推动。加上彼时社会化征信机构自身力量薄弱，收集的信息量有限，因此没有形成一定市场规模。此外，个人征信配套的法律法规和监管政策尚不健全，未能奠定个人征信商业化发展的基础条件。

然而，随着中国经济社会经历前所未有的高速发展，国内个人信用交易的不断壮大，市场对征信产品和服务的需求也越来越多样化，央行征信中心提供的基础征信数据和服务

图3：截止2014年底，央行征信中心已接入1811家机构数据，83%征信数据为传统金融数据

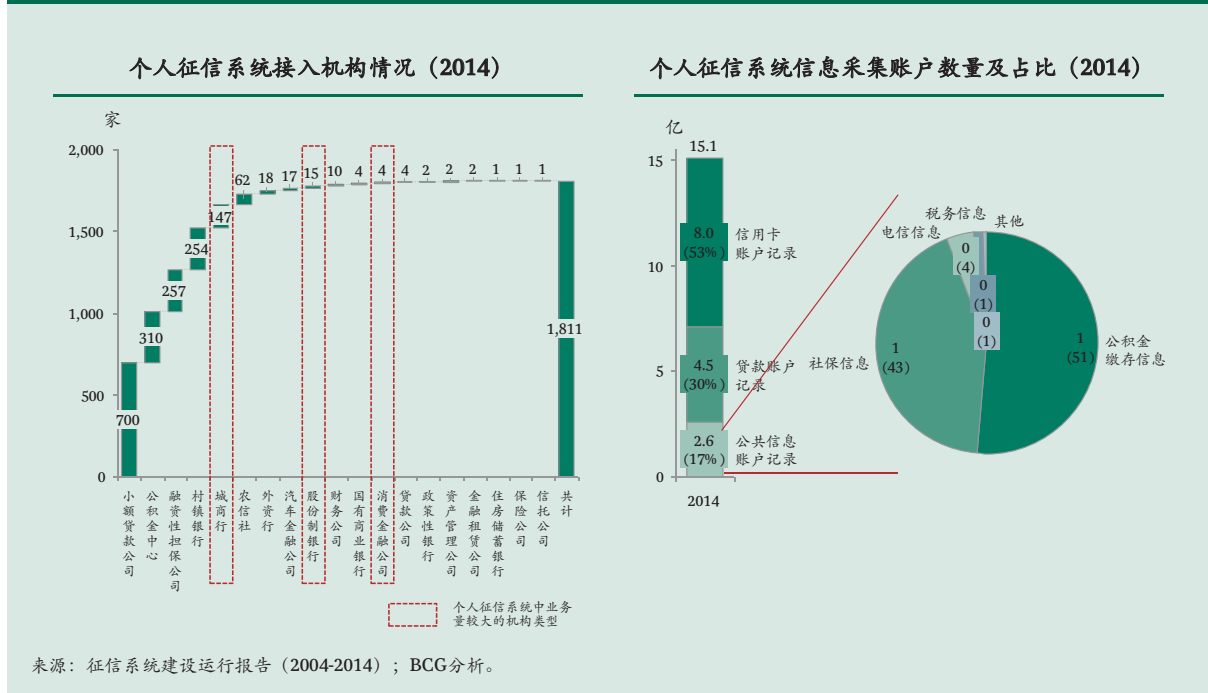
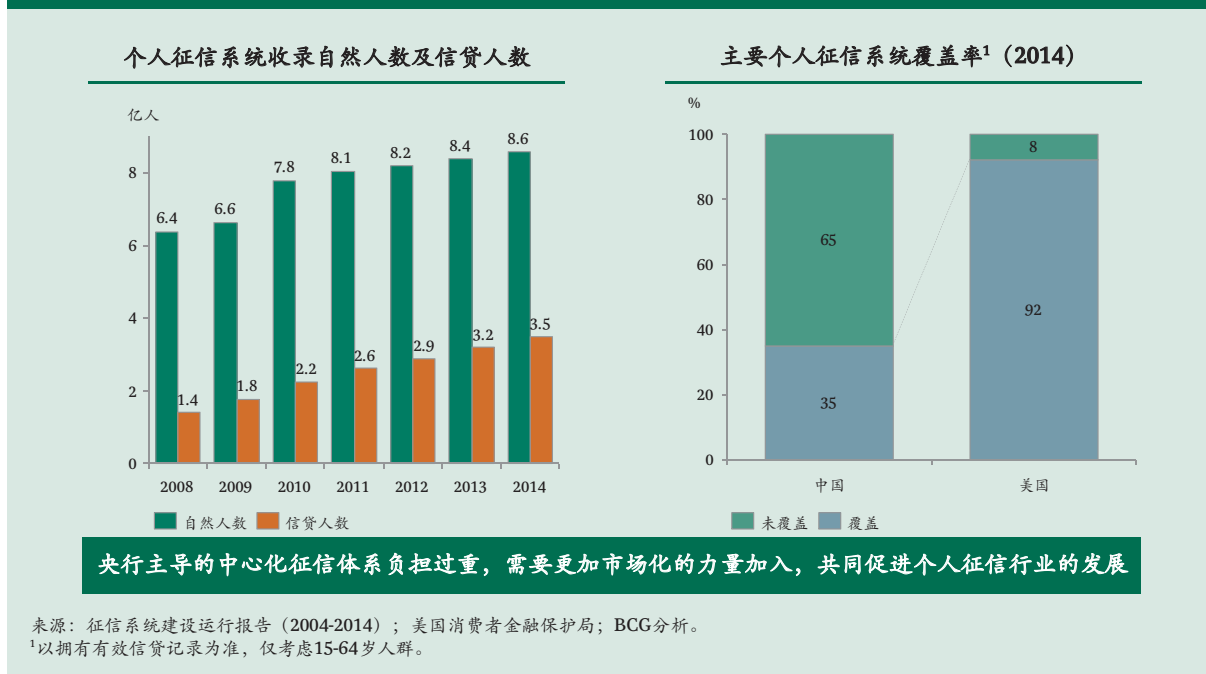


图4：央行个人征信数据覆盖8.6亿人，其中有信贷记录约3.5亿，个人征信覆盖率较美国有明显差距



已不能满足社会经济的需求。截至2014年底，央行个人征信中心接入1,811家机构数据。从业务量来看，以商业银行为主，征集的数据中83%为信贷和信用账户数据，公积金缴存、社保、电信、税务和其他辅助个人信用信息仅占17%（参阅图3）。

央行征信中心有效覆盖了8.6亿人信息，但仅有3.5亿人拥有信贷记录，个人征信记录覆盖率为35%，即便考虑到中国55%的城镇化率，城镇人口个人征信覆盖率也仅为61%，远低于美国92%的渗透率（参阅图4）。

对于中国这样一个经济体量巨大、人口分布广泛、活力加速释放的经济体，薄弱的征信体系直接影响了社会融资成本、放贷效率和行业抗风险能力，制约了普惠金融的发展和经济运行效率的提升。此外，中国社会整体信用体系不完善，守信激励和失信惩戒机制尚不健全。因此，作为国家信用体系的核心环节的征信行业，其发展必然提速，在这个过程中引入市场化的力量催化行业，也是中国征信行业现状使然。

1.2 引入市场化发展手段是快速完善中国信用体系的必由之路

1.2.1 补充完善征信体系，提升金融服务覆盖效率

征信立足于信贷业务，以为各类型金融机构提供服务为根本。央行个人征信中心的成立为识别、防范和化解传统金融机构信贷风险起到了重要作用，已经成为中国重要的金融基础设施和市场经济体制的基石。然而，由于央行征信中心成立时间较短、主要覆盖有信贷记录人群，加之我国金融深化程度不高，还有很多人群由于缺乏历史信贷记录，成为传统信贷机构“服务不了、服务不好”的客群，难以便捷、低成本的享受基础信贷服务，而金融机构也在承担着高额的线下尽调成本和巨大的信用风险，抑制了经济活力的进一步释放。

市场化的个人征信服务有望有效扩充数据来源和增加人群覆盖，形成对现有央行征信数据的补充和完善，进一步降低交易中参与各方的信息不对称和信息收集成本，提高信贷决策效率，并将这种“信息优势”扩大到更广泛的金融和生活应用领域，提高经济主体的运行效率，释放消费潜力，促进中国宏观经济向消费驱动型市场的转型。

1.2.2 扩大信用应用，促进社会信用体系建设

作为社会征信体系的重要组成部分，征信行业立足金融，但其资源与能力可以辐射到金融行业以外，为监管机构、政府部门、信息主体等提供数据服务，在经济和行政管理领域拓展应用。多元征信机构的参与将有利于传统征信信息的推广，提高信息主体的用信意识，促进信用交易的达成和信用产品的创新，带动信用经济规模的扩张，并助推整个社会信用文化的建设。

1.3 中国个人征信行业将成为新蓝海

1.3.1 个人信用交易的需求不断壮大，市场边界不断拓宽

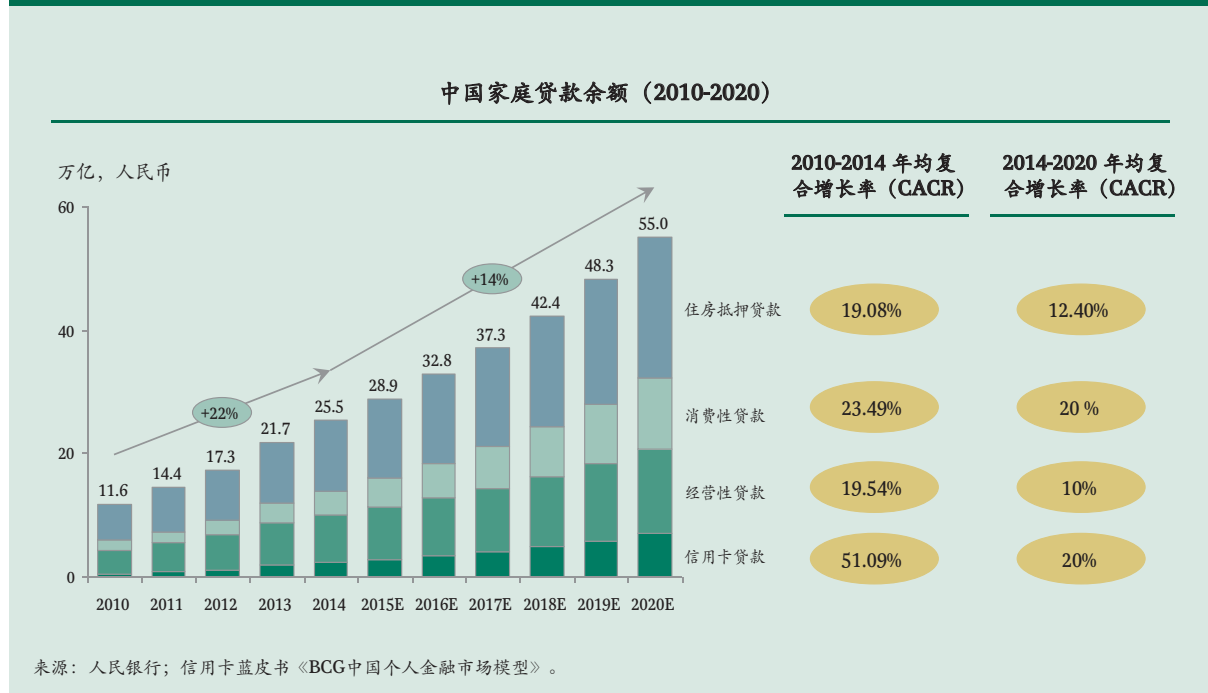
个人征信是经济活动基础设施的一部分。“上层建筑”的发展必然要求基础设施“扩容”：

- **个人消费的旺盛引发贷款需求的增长，征信的核心市场潜力巨大**

个人贷款风险评估是个人征信在金融领域的最核心应用。近年来，经济和社会稳定发展，人均收入不断提高，消费场景日趋丰富，共同推动了个人消费文化的盛行。同时，整个社会对信贷消费方式的认知和接受程度在不断提升，极大加强了对于个人征信服务的需求。过去五年间，个人住房抵押贷款、经营性贷款和消费贷款余额的年均增速达到19-24%，信用卡贷款余额更是实现了超过50%的高速增长。根据波士顿咨询中国个人金融市场模型预测，尽管中国宏观经济增速将变缓，但未来五年个人信贷余额仍将以年均复合增长率14%左右的速度拓展至约55万亿，为个人征信市场创造巨大发展空间（参阅图5）。

- **互联网金融的爆发成长将倒逼个人征信快步跟上时代发展**

图5：中国个人贷款在过去五年实现了跨越式的发展，预计到2020年个贷余额将达到55万亿



互联网公司的跨界发展和爆发式增长给金融这个百年常青行业带来了深远的影响。P2P、众筹、第三方支付、虚拟信用卡、互联网保险等创新业态层出不穷。无论是以BAT为代表的互联网巨头通过搭建生态系统进入金融行业，还是中小金融科技公司以垂直细分的方式切入某一个金融服务环节，新的行业参与者正在通过“以客户为中心”的体验追求和产品创新意识不断填补细分市场的空白。但与此同时，金融行业的基础设施并没有做好接纳这些新的行业参与者的准备。以P2P为例，P2P平台尚不能直接接入央行征信中心查询客户信用信息；尽管央行征信中心依托下属机构建立了网络金融征信系统，为网贷企业提供征信服务，但由于该系统尚未加入到全国统一征信体系中，仍然造成大量借款客户信息缺失。征信基础设施的薄弱导致了创新业态的异化，例如P2P由初创时的平台模式转变为为投资者担保的模式，而各家机构在自身风控中的重复建设也造成了行业资源的浪费。

针对这样的行业发展困境，2015年7月，十部委发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，其中特别强调推动信用基础设施建设，培育互联网金融配套服务体系。鼓励从业机构依法建立信用信息共享平台。推动符合条件的相关从业机构接入金融信用信息基础数据库。允许有条件的从业机构依法申请征信业务许可。作为金融活动的核心基础设施之一，个人征信体系的发展势必要尽快跟上这个日新月异的行业的发展速度，才能保障互联网金融业的健康、长久发展。

- **共享经济在数字化时代的爆发式增长拓展了征信行业的外沿**

互联网的快速发展和普及极大的促进了去中心化服务的发展，从出行、住宿、餐饮到物流、教育、家政，越来越多的企业围绕用户的日常生活推出了基于共享经济理念的创新服务模式，将社会闲置资源与他人共享，提高资源使用效率并从中获取回报。而共享经济的核心基础是人与人之间的信任，单纯依靠平台规则难以约束供需两端的行。为缓解陌生人之间的信息不对称，共享经济通常会引入双向评价体系。而征信企业基于其数据处理能力与行业经验，有机会多元化自己的产品与服务组合，在金融领域的核心应用之外拓展业务。

1.3.2 互联与数据技术的进步为征信行业的创新与高速发展提供了机遇

互联技术的发展大大提升了数据的多元程度及可获性，而数据存储与处理技术的进步为行业的降本增效提供了基础。中国金融核心数据的覆盖面与可获性均存在明显不足，为迅速完善征信体系，匹配强劲的市场需求，行业的新晋参与者开始取道非传统信贷数据的收集和应用，通过与互联网化的生活数据直接对接，将电商网购、移动支付、水电煤缴费、社交信息等数据源引入行业。在数据挖掘、分析和应用等领域，领先机构也在积极应用能够分析多元、海量、关联关系复杂的数据的新算法，从碎片化、非结构化的数据中提取出与个人信用最为相关的信息。新技术从得以应用发展到被广泛接受需要一个过程，但它无疑是年轻的中国个人征信行业能够迅速成长的有力推动。

1.3.3 监管逐步推出的顶层设计和改革措施创造了良好的商业环境

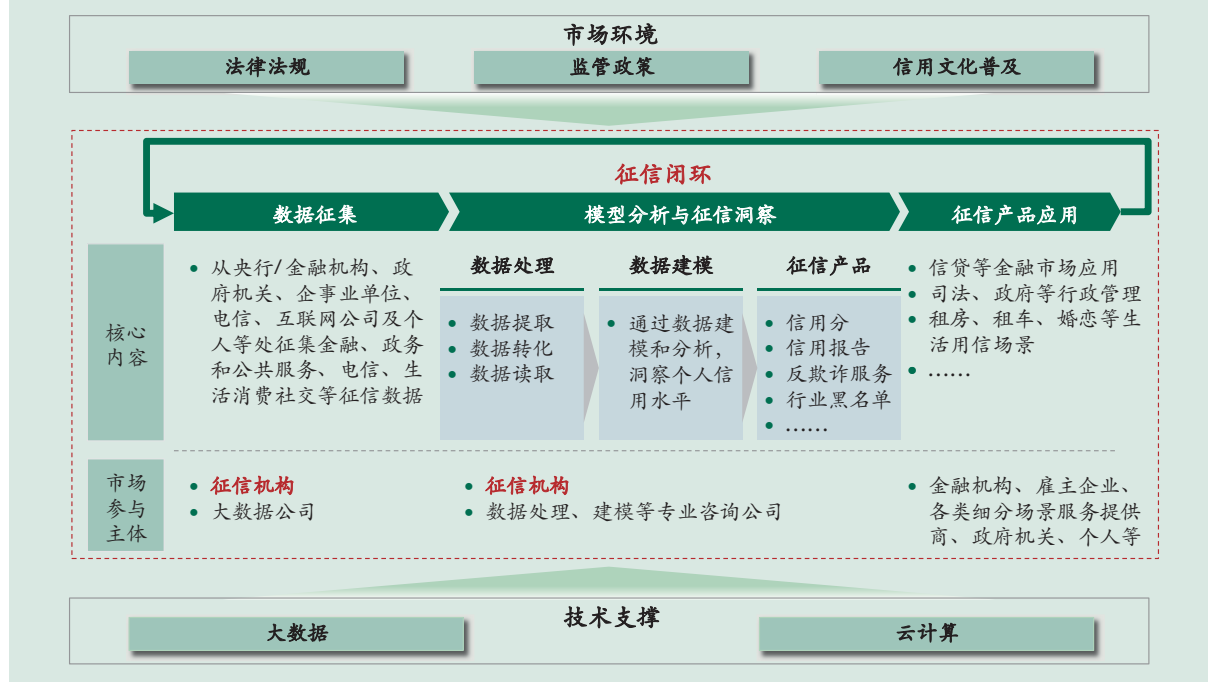
中国个人征信行业发展相对滞后，但是近年来，监管和立法机构不断提高对征信行业健康发展的重视程度，大力推进社会信用体系建设，并通过相关政策法规的出台，以及监管思路创新，积极推进征信市场主体培育。仅2015年，人民银行、国务院等相继发布《关于做好个人征信业务准备工作》、《征信机构监管指引》等多份重量级指导意见或监管指引，明确指出了征信体系建设的重要性，大数据顶层设计雏形已现，并首次对个人征信机构的要求进行了细化，为中国征信行业的发展壮大提供制度保障。

2. 行业格局渐显，机构差异化定位初露端倪

2.1 中国征信行业生态体系雏形初现

在顶层法律法规和监管的推动下，中国征信行业雏形初现，搭建起了包含数据征集、模型分析与征信洞察，和征信产品应用在内的三大生态核心，大数据、云计算、机器学习等领先信息技术的发展则在不断促进行业的创新与进步（参阅图6）。

图6：中国个人征信行业生态体系雏形初现



数据征集：数据是征信行业的基础生产资料。除了传统的金融信贷数据外，越来越多的数据源被纳入到原始数据库中，政务和公共服务类数据、电信数据、生活社交类数据已经成为个人信贷数据外最重要的补充数据。在成熟市场中，数据征集并非产业链中最高附加值的环节。然而，在年轻的中国征信行业中，由于缺乏专业的数据提供商或交易平台，数据征集在耗费着各家参与机构大量人力物力。业内人士感叹：“本应该比拼厨艺的，但现在各家都从种菜开始”。而且，公开的数据市场的缺位导致了行业的灰色地带，扭曲了竞争格局，并不时将整个行业推向舆论争议的风口浪尖，成为当前影响行业发展的最大瓶颈。

模型分析与征信洞察：基于原始数据进行专业清洗、聚合、储存、建模、算法和信用洞察是整个征信价值链中的技术核心。以“大数据”为代名词的新技术为行业拓展能力带来了契机：多元数据得以处理，分布式技术带来了速度的提升和成本的优化，不断进步的算法挖掘出更多洞察。在新技术的应用方面，以芝麻信用、腾讯征信为代表的机构基于其股东在相关领域的多年积累，积极、大胆地进行探索和创新，引领行业进行突破。耕耘多年的老牌征信机构立足于服务信贷业务的用信需求，已经形成了成熟的分析与建模方法，但同时也在尝试创新。虽然新技术在中国征信领域的实际应用仍有待拓展，但这无疑是全行业寻求突破的重要方向。

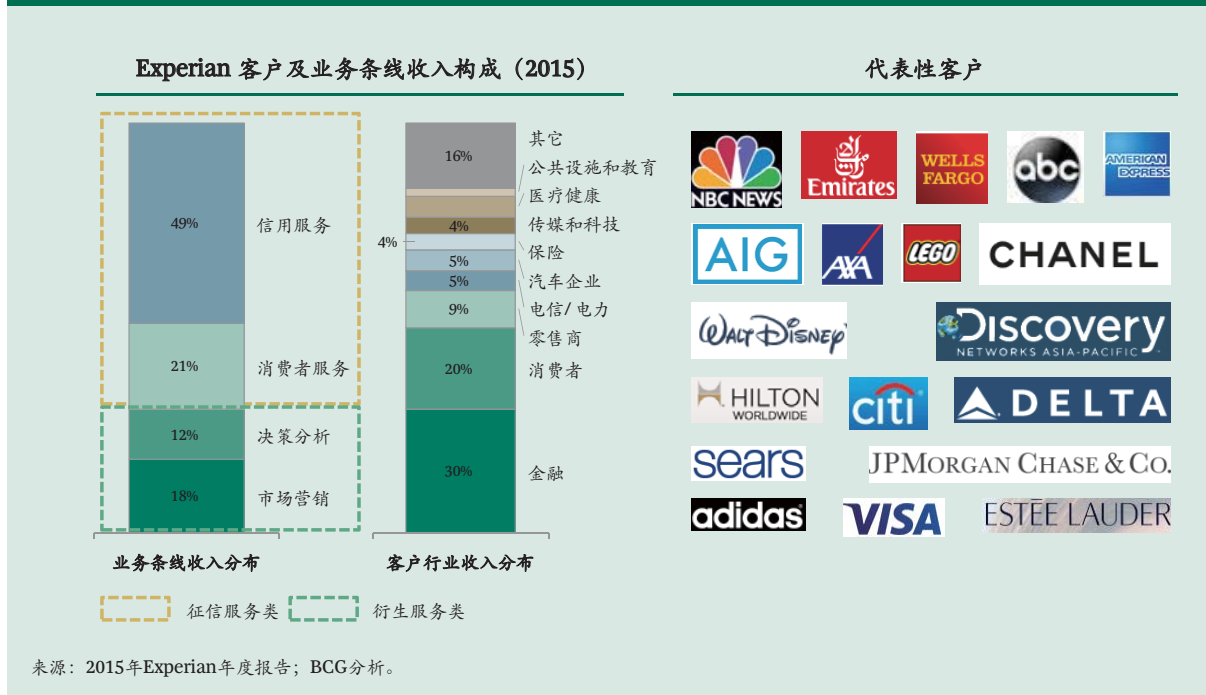
此外，从征信产品来看，几乎各家都拥有信用评分、信用报告和反欺诈等产品和服

务，产品种类比较趋同，反映出的是全行业在差异化商业模式探索上仍处于早期的现状。

征信产品应用：目前，征信产品主要应用在金融信贷服务和部分依赖身份验证、反欺诈、信用决策的生活类场景中，能够有效覆盖一些缺乏央行征信记录的潜在客户群体，形成对原有央行征信体系的有益补充。除了以银行、保险等为代表的大型金融机构外，P2P、消费金融公司、小贷公司等中小型金融机构也成为征信产品的主要用户。此外，中国互联网经济的爆发式增长不仅为核心征信产品带来了更广阔的应用场景，也为征信机构发展衍生产品与服务、多元其收入来源带来了巨大的空间。以美国三大征信巨头之一Experian为例，经过多年耕耘，目前已构建了两大类别四大核心业务：

- 征信服务类：
 - 信用服务：向信贷机构提供个人信用评分和信用报告
 - 消费者服务：供个人查询自身信用评分和信用报告，并可进行一定程度的主动管理
- 衍生服务类：
 - 决策分析：处理和挖掘自有、客户和第三方数据，获取有效信息辅助客户进行决策

图7：美国Experian集团在业务应用上已实现高度多元化



- 市场营销：基于消费者数据进行深入挖掘，洞察客户行为和偏好，进行客户画像并辅助市场营销活动

截止2015年底，Experian的传统信用服务收入贡献已小于50%，决策分析和市场营销等衍生服务收入占比达30%；从客户行业分布来看，金融行业（不含保险）占比为30%，消费者服务、零售业紧随其后分别贡献了20%、9%左右的收入，此外，Experian还在电信、能源、汽车、保险、传媒、科技、医疗健康、公共设施和教育等各个非传统信贷领域拓展服务（参阅图7）。

2.2 八大准个人征信机构差异化定位初现端倪

从首批八家准个人征信机构披露的信息来看，各家在数据、技术和客户业务理解能力等三大核心竞争力上各有所长，初步显露出一定的差异化定位（表1）：

- **经典类征信机构：以鹏元、中诚信、中智诚等三家机构为代表。**三家老牌征信机构继承了海外成熟市场个人征信行业的经典理念，从金融反欺诈、个人信贷等业务需求出发，通过征集传统征信数据及部分特色行业或区域数据，采用经典、成熟的征信模型和技术，深耕金融服务领域。相较于其他从业者，尽管这类机构尚未大规模的使用多元数据和创新技术，但是都在以积极开放的态度进行不同程度的研究和探索。此外，虽然这三家征信机构都拥有良好的行业口碑，但其完全独立的第三方定位也导致缺乏直接、广泛的数据源，覆盖人群有一定局限性，数据和系统能力、应用场景建设等方面面临一定发展约束。
- **新创生态聚合类征信机构：包括芝麻信用、腾讯征信、前海征信、考拉征信和华道征信等。**从数据上看，新创类公司除了对外接入传统征信数据外，都大量运用了自身场景下沉的多元鲜活数据，包括支付、互联网电商、社交、电信服务、公共服务等。从征信评价所使用的技术来看，五家公司都不同程度的运用大数据等创新技术对经典征信模型进行了补充和完善。从产品应用场景上看，新创机构从一开始就比较注重非金融场景的开发，探索传统信贷与创新生活场景应用兼顾的发展。在过去的一年中，许多金融机构、生活应用类商户都与新创类公司进行了有益的内部测试或合作，收到了比较良好的市场反馈。尽管对于更多元鲜活数据、创新技术和生活场景的应用，行业内仍存异议，但毫无疑问这些尝试给刚刚起步的个人征信行业带来了更多发展可能和更感性的认知，为普惠金融的发展作出了积极的贡献。而对于非经典技术应用的深度和广度，未来市场的选择和时间会给出更加合理的答案。

总体而言，八家征信机构在数据源、技术能力、覆盖人群、主要应用场景等方面虽然已经初步显现特色，但未来其在数据源、人才、场景等方面的争夺会愈演愈烈。作为首批进入牌照发放流程中的民营征信机构，八家企业如何在各自发展的同时共同塑造行业的整体健康发展，找到竞合的平衡，将是一个值得深思的问题。

八家准个人征信机构比较

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
经典类	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、信息核查类产品、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则集；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
新创生态聚合类	芝麻信用	阿里电商、蚂蚁金服、用户上传、合作的互联网平台、金融机构和公共机构等	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	金融机构、生活类商户等
	腾讯征信	QQ和微信用户，财付通、用户上传数据、京东等第三方合作平台	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	金融机构、非金融机构、普通用户
	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度合作；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、好信度等）、云系统（信贷云、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
	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，将与华道征信将共建“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

案例分享1：因为信用，所以简单——芝麻信用

芝麻信用，通过运用云计算、机器学习等技术客观呈现个人的信用状况，并已在信用卡、消费金融、酒店、租房、租车等多个金融与生活类场景为用户、商户提供信用服务，使其享受到信用的便利。芝麻信用是蚂蚁金服旗下独立的第三方信用评估及管理机构，通过建立独立IT系统，数据单独存储，组织架构上禁止交叉任职，业务经营上独立决策等方面，保证征信机构独立开展业务。

从数据来源看，芝麻信用评分应用电商、互联网金融，公安部人口户籍、最高法老赖、教育部学历、工商注册等政府机构数据，合作伙伴，以及广大实名用户自主提交的数据和信息，从信用历史、行为偏好、履约能力、身份特征和人脉关系五大维度对个人经济信用行为进行综合评估。

在构建信用评分模型体系之时，芝麻信用专注经济信用预测，并利用先进的机器学习算法，实现对经典信用评估模型的改良。由于传统评估模型如评分卡、逻辑回归算法等极为依赖强相关数据的可获得性，而中国大量人群缺少历史借贷及还款行为等个人金融数据，导致沿用传统模型方法论时，征信机构难以克服数据源的局限性，或难以以较低的成本进行海量数据的关联性分析。芝麻征信在充分研究和吸收传统征信评分模型算法的优势的基础上，积极尝试前沿的随机森林、神经网络等算法，挖掘出和信用表现有稳定关联的特征，从而更加高效和科学的发现大数据中蕴含的信用评估价值。

目前，芝麻信用的数据科学家团队应用了一种改进的树模型GBDT（Gradient Boosting Decision Tree），深入挖掘特征之间的关联性，衍生出具备较强信用预测能力的组合特征，并将该组合特征与原始特征一起使用逻辑回归线性算法进行训练，从而获得一个具备可解释性的准确的线性预测模型。比如，一个人在某些特定品类上的消费行为，一定

程度上反映了他的家庭责任感，这些行为本身与信用的相关性可能并不高；而如果他还经常参加各类公益活动，那么这两类特征的组合则可能与其个人信用表现出很强的正相关性，换言之弱变量之间的交叉分析有助于提高模型的信用预测能力。

从征信产品的应用来看，芝麻信用的技术和评估结果已在多种金融类和生活类场景下应用，旨在向合作方提供更多元的决策分析要素，而非代替机构本身进行最终决策，目前已得到了多数合作机构的肯定。在金融场景的应用中，芝麻的评估结果很早就应用在互联网信贷业务中，经过了实践的沉淀和摸索，应用效果日趋成熟。2015年下半年起，国内多家大型商业银行对芝麻信用产品进行测试，从实际应用成果来看，芝麻信用评分表现出了较高的覆盖度和违约风险识别能力，对于银行自有风控模型做出了有效的补充，其中某股份制银行信用卡中心与芝麻信用在贷前审批、贷中监控和贷后追偿等领域进行了全流程合作，助力该机构将信用卡审批通过率提高了2-3个百分点。此外，芝麻信用评分已经被引入酒店、租房、租车等生活场景，并在多个场景之间进行相互验证，发现其信用评分模型具有较好的可拓展性与通用性。例如，某酒店将芝麻信用评分引入其入住和退房流程决策系统，对于符合一定评分的客户施行免押金入住和免查房退房，从而将申请入住时间由平均3分钟缩短到45秒，将申请退房用时由平均2分钟缩短至18秒，在风险可控的前提下，有效提升了客户体验和酒店运营效率。

综上，芝麻信用秉承“因为信用，所以简单”之初心，希望能够在个人征信行业市场化发展的大潮中助力社会商业环境的信用建设。凭借其不断交叉验证提升的数据质量，以及先进的算法技术与严谨的模型验证，打造强大的个人信用洞察能力，让人与人、人与机构之间的连接更简单、更高效。

案例分享2：智达恒远 诚信天下——中智诚征信

中智诚征信有限公司是一家仅开展征信业务的独立第三方征信机构，是2015年1月人民银行批准首批开展个人征信业务准备工作的八家征信机构之一。中智诚恪守征信数据“来源于第三方，使用于第三方”的独立第三方原则，严格、合规地从合作机构采集征信相关数据，经过整合、分析、加工、处理之后，形成征信产品为合作机构提供服务。目前中智诚的反欺诈服务已经在互联网金融的各个场景下得到广泛应用，中智诚反欺诈云平台自2015年6月上线以来已有数百家互联网金融机构签约成为中智诚合作机构，贡献欺诈、逾期等不良信息数以百万计，累计查询量数以千万计，因防范风险而产生的经济效益已达数亿元人民币。

互联网金融机构当前面临的风险控制挑战主要来自于欺诈和信用两个方面，因此对个人征信服务的需求也主要是这两个方面。陆金所计葵生董事长曾在多个场合反复强调，互联网金融信贷业务产生的风险损失有50%以上来自于欺诈。欺诈风险与信用风险背景各异，其产生损失的机理天然不同：欺诈是“坏人”蓄意而恶意地针对信贷机构发起攻击，团伙化集中式的特征明显，造成的损失巨大，因模式多变因而难以防范；而信用是“正常人”因各种客观原因无法按时偿还贷款，通常不是蓄意而恶意地，模式相对固定而可循，也比较容易控制和防范。

中智诚反欺诈云平台理念，源自于其业务和技术团队多年以来帮助商业银行防范信用卡申请欺诈的成功经验。中智诚团队在过去八年时间里，为三十多家大中型商业银行成功解决信用卡申请欺诈防范问题，积累了多年实践经验，并结合当前互联网金融行业本身的欺诈特征，采用信息共享和云服务的方式，为中国快速发展的互联网金融（含P2P

网贷）、消费金融、以及小额贷款公司提供反欺诈服务。商业银行、汽车金融等机构也正在逐步参与到中智诚反欺诈云平台的共享服务当中。

中智诚反欺诈云平台所使用的技术主要有如下优势：第一是基于自然语言理解（NLP）算法开发，适合中国国情的中文模糊匹配算法。对于欺诈团伙频繁变换申请人地址和单位名称的欺诈特征，例如“北京市丰台区民岳家园7号楼9单元401室”又可写为“丰台民岳家园小区7-9-401”等各种各样相近的样式，传统意义上的精确比对是无法应对此类类型骗术的，而使用中智诚中文模糊匹配算法通过快速比对海量地址、公司名称等中文信息之间的相似度，可以有效的将欺诈团伙分离出来；第二是基于大数据和云计算特点搭建的申请人关联分析架构（Link Analysis），能够帮助合作机构客户实时发现其信贷业务中申请人、联系人、担保人等之间的关联性以及相关属性，不仅能深度刻画出与已知欺诈申请人（黑名单）之间的关联关系，而且能够通过共享机制反映出申请人在不同机构的多头申请情况，并以可视化技术展现到前端，以帮助业务人员发现具体欺诈模式并做出相应的处理；第三是基于上述反欺诈经验积累的数以百计的反欺诈规则，这些规则包括各类黑名单比对、历史信息比对、多头信息比对、分团规则等等，中智诚还可以为合作伙伴提供定制化规则的服务。

作为投身中国征信行业十余年之久的中智诚征信创始人及其团队，秉承“智达恒远 诚信天下”的服务宗旨，致力于促进诚信社会建设，填补个人征信群体需求的空白。在遵循独立第三方服务原则的基础上，坚持市场化运作，力争为促进全社会消费信贷发展和中国社会经济转型做出贡献。

案例分享 3：信用创造价值——考拉征信

作为独立的第三方信用评估及信用管理机构，考拉征信是国内仅有的几家同时获得央行许可开展企业征信和筹备开展个人征信业务的征信机构之一，拥有国内首个专注于大数据征信模型研究的专业实验室，并是国内第一家征信产品被银行接入的征信机构，联合某领先股份制银行推出国内首款以商户信用分为基础的个人主题信用卡——信盈联名信用卡，也是国内首家开创职业雇佣征信服务平台的征信机构。

从数据来源看，考拉征信的数据来源是多维度的，同时又有自己独特的 DNA，依托大数据和互联网平台，数据来源既有拉卡拉十年积累起来的便民、电商、金融及一亿多个人用户和四百多万线下商户日常经营的相关数据，同时蓝标、拓尔思、梅泰诺、旋极、51job 等股东方提供数据支持，此外还有政府对外公开发布的公共机构数据及合作伙伴提供的个人及商户交易的数据。

从征信产品和业务来看，考拉征信成功推出个人征信、职业征信、商户征信等征信平台，上市考拉个人信用分、商户信用分等系列产品，并为互联网金融行业提供一整套信用评估体系及信用服务。

业务涵盖金融、民生、购物、租车、租房、交友等领域，与近 200 家机构开展合作。其中，考拉商户信用分是国内首款针对小微金融信贷及小微商户领域推出的征信产品，主要解决其贷款难题，反映真实、整合、实时的商户运营情况。依托商户信用分，经过详尽的市场调研和信用数据验证，考拉征信联合某领先股份制银行推出信盈卡，创新性的推出以“考拉商户分”换取“信用额度”的金融模式。基于自己的信用分，小微商户通过考拉征信 APP 一键申请即可快速获得信用额度，这一创新产品为亟需资金支持的小微商户带来了便利，特别是对民生领域的小超市、小百货、零售领域的商户提供了实实在在的融资支持。作为国内首个开创职业征信平台的征信机构，考拉征信深刻理解“职场雾霾”现状和人才管理痛点，运用大数据征信技术发掘分析，提供即时、客观、全面的职业征信服务，帮助企业全面规避人才管理风险，提高人力资源效率。

综上，考拉征信秉承“信用创造价值”之理念，愿意与一切有实力的企业、科研院所携手，用海量的数据和国际领先的算法，打造更加全面、准确的征信模型和产品，让更多的机构和个人感受信用带来的价值，共同推动社会信用体系发展。

注：由于本报告篇幅及时间所限，2015年度我们仅对芝麻信用、中智诚征信和考拉征信进行了实地考察或深入调研；我们欢迎各类志在中国个人征信行业的机构能够在BCG未来年度征信报告的撰写过程中，与我们进行深入的沟通与交流。

3. 破除瓶颈，三大行业基础建设亟待完善

3.1 立法立规，建立行业发展的基础许可与信任

合理合法地进行个人数据信息的采集与应用是个人征信行业发展的基础和前提。但是，我国隐私保护立法滞后，目前尚未正式出台个人隐私保护法，《个人信息保护法》仍在制定过程中，而现行的法律法规在信用信息采集和使用范围上都缺乏明确的规定，导致市场上合法征集信用信息和不当采集、滥用公民信息、侵犯合法权益的现象并存。规矩尚未健全，而互联网经济的蓬勃发展却已经迅速普及并深化了人们对于个人信息的商业价值的认同和关注。于是，个人数据的采集和应用开始乱象频出。

因此，如何能在立法层面上尽快推进，明确个人信息采集与使用的原则及边界，特别是数据拥有者和使用者各自的责权利，是推动行业健康快速发展的根本性问题。

在征信行业发展成熟的美国，基于市场主导型的征信机构模式和保护消费者的理念，从上世纪60年代末到80年代，美国相继出台了17部有关信用管理的法律框架，以《公平信用报告法》（Fair Credit Act Reporting Act，下简称FCRA）为核心，奠定了征信市场的法律基础。这些法律分别从信用报告的规定、平等授信的规定、债务催收的规定、信贷和租赁的规定等方面对消费者信用进行保护，而FCRA及其革新法对个人信用信息的采集和共享，特别是对消费者个人信息的使用做出了明确规定，因此在征信机构的监管方面影响尤为重大。

中国征信行业随着中国互联网、移动互联、大数据领域应用创新的加剧，亟需在国家层面建立相配套的数据隐私及安全保护体系，明确数据拥有者和使用者之间的责权利。同时，此进程也需要一个合理的过程，具有创新能力的征信公司应该利用窗口期，完善自身数据获取和治理能力，使数据使用透明化，进而积极参与政策及配套法规制定，以引领行业发展。

明朗的监管态度是影响征信行业市场化发展的另一个关键因素。例如，牌照发放的不确定性直接影响着市场各类参与主体的积极性，观望情绪浓厚，特别是掌握了大量准确、权威数据的政府部门、公共服务和企事业单位，对监管政策变化的担忧使得他们在与准持牌机构的数据合作上游移不定；下游的征信产品使用方也面临着“是否是合法使用征信产品”的尴尬境遇，对于自身客户信息和数据的分享与反馈也采取了比较保守的态度。

3.2 整合共享，优化行业的基础资源供给

数据是个人征信行业的基础资源，这一资源的供给目前存在数据源散乱、数据质量

差、交易机制缺失三大痛点。

个人征信行业所需的三大类数据——金融数据、政府公共服务数据、生活数据分别散落在各主体机构中。大量民间借贷、互联网金融数据未能实现统一的征集和标准化处理。政府公共服务数据则是由公检法、税务、教育及其他企事业单位分别披露。生活类数据更是分散在日常吃穿住行用等各类场景中，线上线下数据混杂，一人多账户多设备或多人共享账户等问题导致线上数据难以归集到数据主体等问题始终存在。

数据孤岛问题之外，数据质量也是征信行业的顽疾。由于许多传统金融机构在收集原始数据时，未能统一定义数据口径、在系统内部打通数据交叉验证机制，导致历史数据常常伴随着录入错误、信息缺失或冗余重复但又不一致等质量问题；新兴机构虽然能够更加快捷、低成本的收集线上数据，但也面临着信息主体不明、身份难以验证等问题。

此外，第三方数据交易平台与交易机制的缺失使对于基础数据资源的占有成为了关键竞争优势，各家征信机构耗费大量人力物力，在数据源头跑马圈地，影响了行业整体水平的提升。

如何优化数据资源的供给将是未来几年整个征信行业需要重点攻坚的议题，纵览全球实践，四大手段是解决问题的关键：

- **推动数据标准化建设**

建立并推广个人信息数据采集标准是数据整合共享的前提。以美国征信行业为例，美国消费者数据行业协会（CDIA）制定了统一数据采集标准与报告格式Metro2，用于贷款数据收集与报告，确保了原始数据的真实性与一致性，避免了信息资源的浪费，有力推动了美国征信产业蓬勃发展。

故而，今后我国无论是央行、行业协会抑或是行业巨头联名倡议，逐步建立统一的数据交换与共享标准势在必行。这不但可以有效节省数据转化与清洗耗时，而且能够提升进入模型数据的质量，从而生成更为真实可靠的个人资信评估结果。

- **加强社会公共数据资源的社会化增值开发**

政府由于行政管理需要所产生的数据，具备全面、完整、准确和鲜活特性，是征信信息的重要来源。尽管经过多年政府信息化建设，各级政府数据已经实现纵向打通，但信息的开放共享程度仍然不够，并且各类机构相互独立、互相隔离、不对征信机构开放。这样一方面这些数据由于无法相互整合、印证，不能发挥出数据应有的作用；另一方面征信机构由于缺乏这些数据，无法进行深入的征信产品研发。未来若能通过立法促进社会公共基础信息的公开，或面向持牌征信机构进行有条件的开放，将极大提高征信行业的效率和整体数据质量。

- **构建行业平台促进数据的交互和共同开发**

从数据获得的来源来讲，行业平台是非常经济且高效的选择，因为行业平台能够提供更权威、更整合的行业数据。从目前中国征信行业的发展阶段来看，征信机构，特别是拥有海量客户触点的机构都对独家数据有较强的保护意识，难以搭建数据共享平台。但是各家机构若能够在价值链上找到利益共同点，实现一定程度的信息共享或交换机制，则可有效的降低数据获取的成本，带来一定协同效应。

- **打造产品口碑、锻炼服务能力激发客户主动数据共享意愿**

由于征信数据来源的多样性，任何一家征信公司都无法通过自建生态触达客户的每一刻生活点滴，这就要求征信机构以人的“信用圈”为基础，与征信产品的使用方进行有机合作，通过构建利益共享机制实现更广泛的数据获取。目前中国的征信机构大都在积极开发可信赖的客户关系，银行、保险、互联网金融等行业已经出现了和征信机构合作的案例，通过输出征信产品给下游金融机构提升信贷审批效率、降低违约风险、识别欺诈客户等，同时由合作良好的金融机构反哺可共享的数据信息，从而适当弥补当前征信机构由于尚不能接入央行征信中心而导致的信贷数据缺失的问题。在此基础上，中国的征信机构已经跳出传统金融领域的限制，在向更广泛的社会经济信用情景扩张，这都将有效提升征信机构的数据量与质。

3.3 合理拓展应用场景， 助推信用文化建设

信用文化是信用体系建设中的“软环节”，但信用文化的形成与“硬条件”的建设是密不可分的。而征信行业是创造“硬条件”的主体之一。当前，中国“守信激励、失信惩戒”机制不健全，一方面守信激励不足，另一方面失信成本较低，导致欺诈违约等失信现象比比皆是。淡薄的信用意识也抑制了社会对征信产品的需求。而征信产品的多元化场景应用无疑对于加强信用意识、支撑奖惩机制有重要意义。在海外成熟市场，个人征信产品与服务主要被应用在金融借贷领域，但在生活场景中也有渗透。例如，在德国，部分业主会要求租客提供其征信评分SCHUFA。在国内，租房、租车、住酒店等存在信用风险的生活场景中，目前的风控方法往往是押现金、信用卡预授权、押证件等手段，对于客户与商家均有成本。如果能够成功引入征信产品作为决策支持，惠民惠商。目前，在传统信贷领域外，八家准持牌机构已经在积极拓展更多元的个人信用使用场景。对于营造“守信者路路畅通、失信者寸步难行”的社会氛围，潜移默化地培育市场主体诚实守信的经济文化，形成信用有价的经济价值观，这样的尝试无疑有积极意义。但是，使征信产品充分发挥价值，需要供求双方的共同努力：征信机构需要努力提升专业能力，从研发端确保征信产品对于相关场景的适用性；从应用端需要企业与商户正确理解征信产品的效用，避免脱离行业逻辑与经营场景而盲目依赖征信产品进行决策，因为征信产品的误用和滥用形成损失并伤害到客户。

4. 展望未来, 中国个人征信行业将渐次经历四大变化、最终形成一个格局

4.1 个人征信行业在未来三到五年间将经历四大变化

- 个人征信行业的顶层设计将加速完善

市场失序对于所有参与者最终都是伤害，浪费社会资源，贻误发展契机。在新兴行业的起步过程中，法律监管往往会滞后，海内外大多如此。但中国金融行业整体的法制化进程正在提速，而且，自2013年（“互联网金融元年”）以来就在经历互联网创新潮冲击的行业对于立法立规的迫切性与重要性的认知已大大加深。我们相信，只要立法立规者坚持实事求是，尊重市场，我国金融创新的法制环境会迅速得到改善。对于年轻的征信行业，这将是最深刻的关怀。

在基本秩序之上，我们预计行业的发展将更有章法。2015一年的探索，行业发展的关键抓手与痛点逐渐清晰。已经出台的相关发展规划将在市场力量的影响下更高效、更集约地得以落地。

- 个人征信行业的基础资源供给优化将会破冰

个人征信行业的基础资源供应机制，即个人相关数据合理合法的征集与交易机制将在中短期得到大幅改善。目前已经观察到有地方政府牵头或行业中的大型数据拥有者发起数据交易平台。我们预计在中短期，中国个人数据的征集与交易将走向透明、合规、市场化。数据从生产、聚合、加工、到交易的价值链将逐步清晰。大型数据交易平台或数据中间商将主导数据资源的供应。同时催生众多专业数据公司，在数据分析、可视化等细分领域通过技术与行业专长的结合为数据使用者提供增值服务，形成丰富的“数据生态”。

- 新技术的应用将成为行业常态

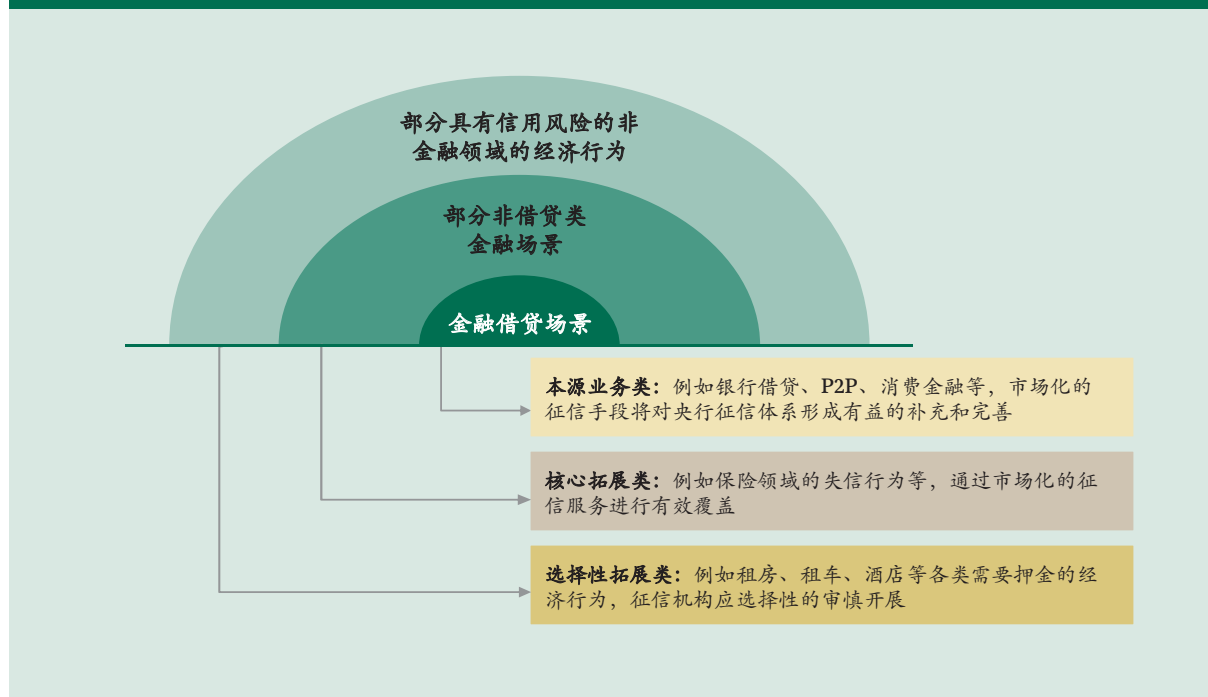
目前，中国个人征信行业内对于新技术的有效性既期许，又质疑。在新事物的出生阶段，这是正常现象，也是必由之路。但我们预计，中国个人征信行业对于新技术的应用将成为常态，包括分布式数据存储与处理技术、对于非结构化、碎片化及海量数据的分析技术、新的算法与建模方式等等，也就是通常被笼统称为“大数据技术”的众多技术进步，均会在个人征信领域得到广泛应用。市场化的发展必然带来优胜劣汰，新技术首先作用于成本、速度、精度，进而能够催化产品创新、提升产品的触达能力，凡此种种，均会使新技术的应用成为市场参与者必然取道的方向。但从技术到价值，依旧“事在人为”。驾驭技术，首先要从业者能够深刻理解技术的潜力与边界以及行业需求，并匹配相应人才、假以足够时日，让技术能够积极而审慎地发挥作用。

从国外成熟市场的发展经验来看，新技术的应用也并没有因为存量体系的高度发达而被忽视，经济与社会的发展总会创造出市场空白，留给新的模式去填补。例如，在美国，虽然FICO评分已经成为信贷机构、监管和消费者公认的“黄金标准”。但是美国市场同样存在FICO没有覆盖的人群——大约有10%成年人没有完善的征信记录。为此，FICO推出了FICO XD产品，将大数据技术应用于电信运营商、水电煤等非传统征信数据来综合判断个人信用状况，已经为超过一半的过去无法获得信用评分的消费者提供了信用评分，有效提升了征信服务的覆盖范围，获得了比较积极的市场反馈。

- **对于征信的内涵与外延将在不断的场景尝试中形成共识**

诚信社会建设需要强大的信用体系作为支撑。而征信行业则是完善社会信用体系的重要环节。无论是优化社会治理，还是提升经济活动的运行效率，各方对于征信产品与服务的需求都会不断提升。中国个人征信产品与服务的应用场景必将拓展到传统金融借贷领域之外。这样的拓展不仅可以满足具体的用信需求，更有助于普及用信意识，助推信用教育。展望2020，我们认为，中国个人征信行业的服务对象将包括金融借贷场景（包括银行借贷场景及非银行金融机构的借贷场景）、部分非借贷金融场景（例如保险）、部分非金融领域中涉及信用风险的场景（例如租房、租车等）（参阅图8）。

图8：个人征信产品与服务的应用场景必将拓展到传统金融借贷领域之外，助推信用教育



4.2 中国个人征信市场最终将形成公私兼营、多层多元的格局

对于中国个人征信行业长远格局的判断对各方参与者的中短期行动有重要的指导意义。而中国市场的独特性又让这一猜想极富挑战。

目前，国际上个人征信行业的主流模式可以按照“谁是主导”和“有多开放”两个维度分为三类：第一类是以法国为代表的政府主导模式；第二类是以日本和德国为代表的混合经营模式；第三类是以美国为代表的市场主导模式（参阅图9）。

由于三种模式所代表国家的历史、文化、经济制度、法律法规体系等迥异，三类模式的发端、核心参与方和优劣势特点亦会有所不同（参阅图10）。

中国作为发展中的社会主义人口大国，其独特的市场经济制度环境、法律监管体系、个人征信业务开展历史沿革等一同决定了我国不宜生搬硬套法、日、德、美等发达国家既有个人征信行业模式，当另辟蹊径，自成一格。考虑到当前央行的金融信用信息基础数据库是我国最主要的征信系统，而各民营征信机构，在业务、技术、数据等方面各擅胜场，在促进我国征信体系数据源多样化的同时，更可有效扩大征信系统覆盖人群，进一步充实、增强现有征信体系，于我国普惠金融发展和信用社会体系建设大有裨益。因此，未来我国个人征信行业更趋向于走公私兼营的混合型发展道路。随着国内互联网金融业的蓬勃

图9：目前，国际上个人征信行业主要呈现出三大类模式

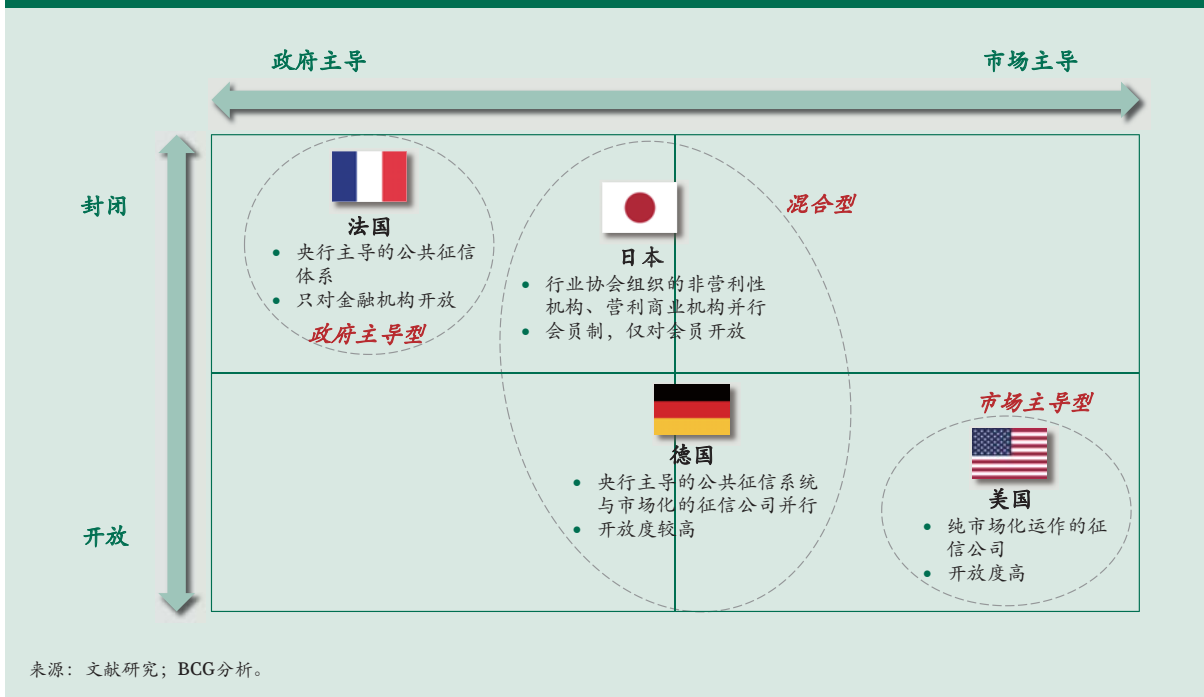


图10：三类模式的发端、核心参与方各不相同，且各具优劣势

	政府主导型	混合型	市场主导型
代表国家	<ul style="list-style-type: none"> 法国  	<ul style="list-style-type: none"> 日本  	<ul style="list-style-type: none"> 德国  美国 
模式出现原因	<ul style="list-style-type: none"> 大政府 信息安全、惩戒违法为主要任务 	<ul style="list-style-type: none"> 行业协会对经济发展有巨大的影响力 	<ul style="list-style-type: none"> 历史悠久的金融行业，金融机构对行业信任度高 小政府 保护投资者利益为首要任务
核心机构	<ul style="list-style-type: none"> 法国央行 基本无市场化征信机构 	<ul style="list-style-type: none"> 行业协会组织的非营利性三大机构 商业公司如Crecon Researching and Consulting Co. 	<ul style="list-style-type: none"> 央行提供基础信息 金融行会牵头建立的Schufa等民间征信机构提供数据分析和评分 三大征信局及FICO等主要征信机构全部为民间机构
优劣势	<ul style="list-style-type: none"> + 保证国家信息安全 - 信息使用者仅局限为金融机构 - 只收集负面信息，征信评价不完整 	<ul style="list-style-type: none"> + 政府干预较小 - 收集信息种类较少，不全面 - 行业间、机构间信息互通少，较封闭 	<ul style="list-style-type: none"> + 信息使用者不局限于金融机构，开放度较高 - 缺乏FICO类的丰富的对接应用 + 行业细分、对接应用最为全面，最具活力 - 市场淘汰过程慢，代价高 - 市场化运作，对监管等基础环境要求高

来源：文献研究；BCG分析。

发展及征信应用领域向生活类场景不断拓展，我国个人征信体系应用方将包括各类存量与新创金融机构外，非金融类商业参与者，以及参与社会治理的有权机关，从而形成一个高开放程度的个人征信体系（参阅图11）。

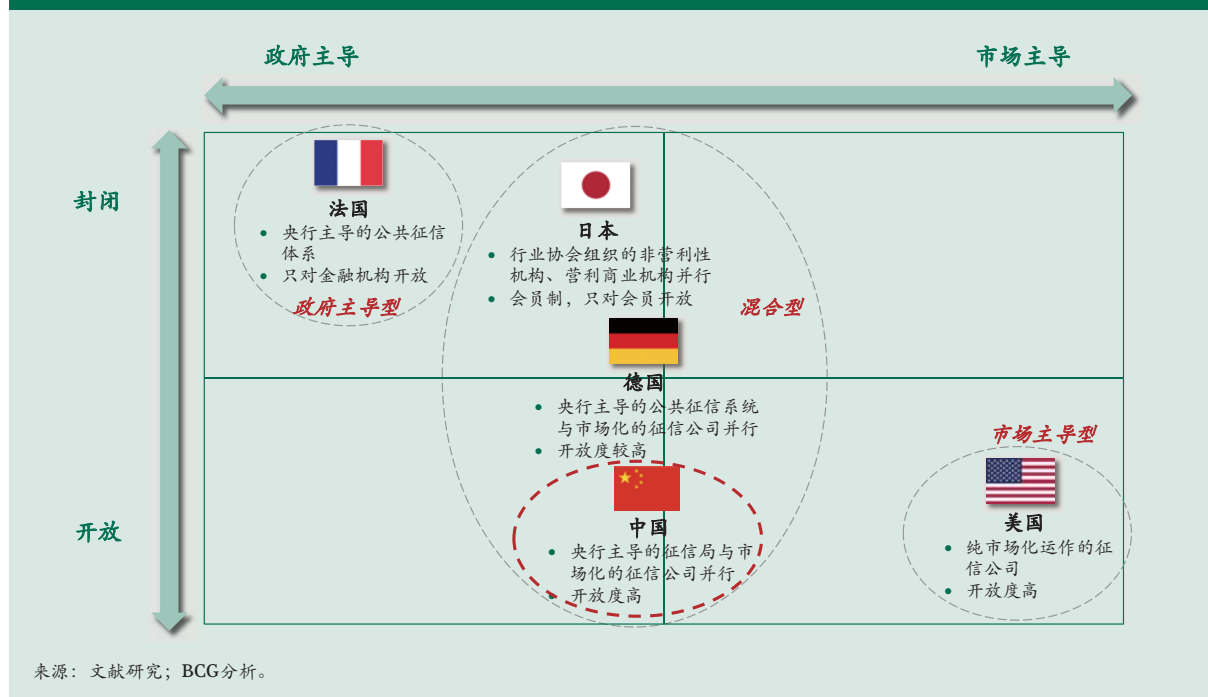
从行业竞争格局的角度来看，中国个人征信行业长远将形成多层多元结构。

我们的判断源自对于征信应用方的发展预判。无论是金融领域，还是实体经济或社会治理，多层多元均是发展方向。而在广义的社会信用体系建设中，我们也会观察到对于“诚信”、“信用”的理解层次将更为丰富。这样的发展趋势将作用于经济社会对于征信产品的需求。而需求将决定市场格局。

我们预计中国的个人征信行业仍将出现少数巨擘，他们将通过相对应用广泛的“通用型”征信产品主导市场。这样的现象是行业“数据累积型+智力、专业、资金密集型”的特征使然。当前由央行主导的征信中心仍会是金融借贷场景中的核心机构，而今日的大型数据拥有者结合其技术、资金与场景优势，也将有望跻身行业主流。这些行业巨擘将不仅通过基础资源与产品优势，更会通过影响行业标准、主导行业基础平台建设等“塑造性”行为牢牢掌控中国个人征信市场的主动脉。

但同时，“小而美”的细分领域冠军也将繁荣生长。他们缺乏自有的广泛数据基础，

图11：未来中国个人征信行业发展有望形成高开放度的公私兼营模式



资金实力的相对有限也将使他们难以支撑长期研发与商业应用拓展，因此，他们或者依靠独特的数据资源和专业的分析技术退守产业链上游，或者依靠深入的特定行业专长提供更具有针对性的场景决策支持等增值服务在细分市场中精耕细作。

纵观全球成熟市场，我们在“市场化”特征突出的国家观察到类似结构（参阅图12）。以美国为例，个人征信业诞生以来，企业数量从顶峰时的2200多家经过几十年的充分竞争，发展成如今的益博睿、艾克菲和环联3巨头独大的局面，此3家公司2013年收入占据了全美个人征信市场收入总额的63.5%。

但与此同时，美国征信市场也不缺乏后起之秀。在保险领域，Solera Holdings起初是一家向汽车保险理赔处理行业提供软件和服务的供应商，后通过一系列并购整合、精耕细作，现拥有覆盖70多个国家的交通违章记录、事故处理记录、机动车技术、保养维修、机动车行驶记录等专业讯息，为逾18万保险企业、维修公司、独立评估商、汽车回收企业等提供各类车险理赔、机械维修、交通事故风险管控、车辆管理等专业数据和解决方案服务。在反欺诈与消费服务领域，美国的Lifelock公司作为一家网络身份信息保护服务供应商，对个人客户和公司客户提供反欺诈保护、金融账户预警、信用档案核查等服务，凭借过硬的技术，在网络反欺诈这一垂直领域站稳脚跟。

各家征信机构及早审视自身的资源禀赋、市场需求发展趋势，从而明确自身的战略发

图12：西方成熟个人征信市场“巨擘主导”的特征突出

国家	公营个人征信机构	核心私营个人征信机构
法国	法兰西国家银行	
日本		<ul style="list-style-type: none"> 日本银行个人信用信息中心（PCIC）¹ 日本信用信息参考中心（JICC） 销售信用信息中心（CIC）
德国	德意志联邦银行	<ul style="list-style-type: none"> Schufa
韩国	韩国银行联合会（KFB）	<ul style="list-style-type: none"> 韩国国家信息与信用评估公司（NICE） 韩国统计信息服务公司（KOSIS） 韩国征信公司（KCB）
美国	无	<ul style="list-style-type: none"> 益博睿 艾克菲 环联
英国	无	<ul style="list-style-type: none"> 益博睿 艾克菲

来源：文献研究；BCG分析。

¹日本的主流个人征信机构皆为行业协会下辖公司，仅致力于服务会员单位，不以盈利为目的。因此，其性质介乎于公营与私营之间。

展方向，对于形成差异化的市场格局、资源集约地推进行业成长都有重要的意义。

结束语

征信行业立足于信贷，服务于社会经济，繁荣于诚信的社会风气。一个繁荣壮大、成熟稳健的个人征信行业不仅能够促进信贷市场的健康发展，有利于提升经济社会的融资效率，降低融资成本，符合国家宏观经济转型的核心诉求，更有利于维护良好的经济和社会秩序，提升社会治理水平，促进社会信用体系建设的不断发展。

回顾2015，我们既看到了监管政策的突破、国家发展战略的顶层支持，也听到了社会整体对征信的内涵与外延的争议和困惑；既有准持牌征信机构对于行业阳光化、合法化、健康化发展的期望和诉求，也看到良莠不齐的各类市场参与主体的野蛮生长；既有对创新技术的积极探索，也有对传统理念的持续耕耘。展望未来，我们相信中国个人征信业将迎来传统与创新的统一、金融与生活的融合、竞争与合作的协同，我们寄希望于这个年轻的行业能够在蹒跚中不忘初心，砥砺前行。

关于作者：

何大勇是波士顿咨询公司合伙人兼董事总经理，BCG中国金融业智库负责人。
如需联络，请致信**he.david@bcg.com**。

张越是波士顿咨询公司合伙人兼董事总经理。
如需联络，请致信**zhang.yue@bcg.com**。

张蕾是波士顿咨询公司咨询顾问。
如需联络，请致信**zhang.lei@bcg.com**。

张冬妮是波士顿咨询公司金融行业高级研究员。
如需联络，请致信**zhang.dongni@bcg.com**。

致谢：

本报告撰写过程中，对八家准持牌机构的管理人员以及行业内的专家、学者进行了深入的访谈与交流，在此，感谢每一位给予专业指导的业内人士；此外，波士顿咨询公司金融服务领域的多位同仁，彭众阳、谭彦、刘月、顾璨、梁瑜、詹慧、连淼也为本报告的顺利出版做出了重要贡献。

谨向所有为本报告献出宝贵时间和经验的人们表示衷心感谢！

关于波士顿咨询公司：

波士顿咨询公司（BCG）是一家全球性管理咨询公司，是世界领先的商业战略咨询机构，客户遍及所有地区的私人机构、公共机构和非营利机构。BCG与客户密切合作，帮助他们辨别最具价值的发展机会，应对至关重要的挑战并协助他们进行企业转型。在为客户度身订制的解决方案中，BCG融入对公司和市场态势的深刻洞察，并与客户组织的各个层面紧密协作，从而确保我们的客户能够获得可持续的竞争优势，成长为更具能力的组织并保证成果持续有效。波士顿咨询公司成立于1963年，目前在全球48个国家设有85家办公室。欢迎访问我们的网站：www.bcg.com了解更多资讯。

如需获得有关BCG的详细资料，欢迎访问：bcgperspectives.com，或登陆我们的大中华网站：www.bcg.com.cn，或发送邮件至：greaterchina.mkt@bcg.com。

如欲了解更多BCG的精彩洞察，请关注我们的官方微信账号：BCG波士顿咨询；ID：BCG_Greater_China；二维码：



© 波士顿咨询公司2016年版权所有
03/16

BCG

THE BOSTON CONSULTING GROUP