

首批民营个人征信牌照落地在即 征信细分市场广阔 民营机构数据为王

□本报记者 王荣

临近年底，首批民营个人征信机构牌照落地的呼声日涨。近日有媒体报道称,《征信机构监管指引》已低调出台,在机构设立许可和备案、征信机构保证金、非现场监管和现场检查四个方面设置了监管规定。这似乎预示着征信牌照很快会公示,个人征信市场将迎来“开放”。

“1000亿,3000亿,5000亿，一万亿也不为过。”中诚信征信董事长孔令强此前曾公开表示,券商对征信市场千亿元的估值仅是针对基础设施建设,围绕征信的金融服务市场将容量无限。

市场预期,首批获牌机构将迎来抢占市场的先机——快速丰富数据资源,开发信用产品,争夺客户资源。但也有知情人士透露,主管部门对征信牌照发放的屡屡推迟,是因为前期试点并不尽如人意。

政策红利释放

2015年1月5日,人民银行发布通知称:已印发《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、深圳前海征信中心股份有限公司、鹏元征信有限公司、中诚信征信有限公司、中智诚征信有限公司、拉卡拉信用管理有限公司、北京华道征信有限公司等8家公司做好个人征信业务的准备工作,准备时间为6个月。

如今,中国人民银行所要求的六个月准备期早已过去,《征信机构监管指引》也已经下发,个人征信牌照随时有发放的可能。

“个人征信牌照的发放,将开启中国人民银行监管下以独立第三方征信机构作为市场主体的征信行业大发展的时代。”安信证券分析师赵怀湘如是评价。

□本报记者 王荣

美国征信体系分为机构征信和个人征信。机构征信又分为资本市场信用和普通企业信用。资本市场信用机构有标普、穆迪、惠誉等,普通企业信用机构有邓白氏等。个人征信机构主要有益佰利、爱克非、环联,占据70%的个人征信市场份额,其余400多家区域性或专业性征信机

目前,央行征信中心和民营征信机构呈现为两大阵营,前者以商业银行报送信息为主流,后者则凭借各家征信机构所处互联网生态圈、股东资源以及第三方数据提供商获取信息。中金公司银行业分析师毛军华指出,央行征信中心依靠来自商业银行的数据供给,其短期内仍将维持主流征信行业地位,并作为公共性质的征信平台服务于各类授信机构;而民营征信机构基于其数据的独特性,将提供互补的信息和服务,但其市场空间尚未打开。

数据显示,美国征信市场覆盖了1.7亿的消费者,占到全美总人口的85%,每年发布10亿份信用报告,每个月数据处理会超过20亿,每年的营业额超过了100亿美元。

“站在互联网、大数据的时代,我们是完全有机会超越他们的。”一筹备征信机构的负责人指出,中国征信的市场化才刚刚起步,庞大的征信需求正逐步释放,技术的变革在不断地推动整个征信行业的发展。

数据为王

看似前途一片美好,但有消息人士指出,监管机构对征信牌照的发放比较慎重。

自从央行放开个人征信牌照后,已有企业信用评级机构、银行及小贷等信用数据服务商、第三方支付公司、社交和电商巨头旗下设置的征信公司以及综合金融集团旗下的征信公司在相继开抢。首批牌照还没有正式下发,百度、京东金融、快钱、北京安融征信、拍拍贷等机构已经提交了材料,拟申请第二批个人征信牌照。

“最后不一定每家都能拿到。”一拟持牌机构人士告诉中国证券报记者,相比央行征信中心,首批申请个人征信排牌照的公司并非复制一个央行的征信中心,而是基于其数据的独特

性提供互补的信息和服务,但是大数据搜集、存储和处理能力并非所有申请公司均具备。

平安证券分析师指出,根据国际经验和征信行业的产业链分布,个人征信公司经营成功的关键在于数据来源的范围和准确性、数据处理能力、数据产品是否能够满足客户要求及是否具有多样性。但就当前行业环境而言,国内民营征信公司很难达到这些要求。

据不完全统计,目前我国有各类征信机构包括企业征信和个人征信共150多家,征信行业年收入约20多亿元。我国征信机构主要分为:政府背景的信用信息服务机构,20家左右;社会征信机构50余家,包括尚未取得征信牌照的8家个人征信企业。

“短期内民营征信与央行征信中心互联互通的几率不大。”中金公司银行业分析师毛军华指出,民营征信机构大概率难以获得来自商业银行的信用信息,即使获得了,其能够提供的超出央行征信中心的增值产品和服务也不多。

相比政府主导的征信机构,多数民营征信机构的数据多来源于自有平台。目前,芝麻信用的合作企业超过30多家,包括神州租车、PP租车、酒店、婚恋网站、出国签证等各种生活场景,当用户的芝麻分达到一定数值,租车、住酒店时就可以不用再交押金,办理签证时也不用再办存款证明。腾讯征信则囊括了几乎所有中国网民的社交信息,其平台有8亿QQ用户,4000亿张QQ空间照片,以及腾讯安全积累的反欺诈黑名单数据库等。

市场广阔

随着互联网尤其是移动互联网的流行,居民行为数据逐渐在互联网上沉淀,衣食住行用等日常生活都将逐步实现数据化,个人征信的应用场景更为广泛。新兴场景的出现,扩大了

个人征信的市场空间,同时也提高了用户体验,提升了个人征信的使用黏性。

毛华军认为,未来能够大批量获取独家价值数据的机构最有可能胜出,看好互联网系的腾讯征信和芝麻信用,以及金融机构系的前海征信。

中智诚征信有限公司CEO李萱介绍,做个人征信必须具备处理大数据的能力,必须具备存储大数据的能力。这对任何一家征信企业都是最基本的要求。而国内所说的大数据征信,其实是专指互联网大数据征信。如芝麻信用,积累了大量的阿里巴巴平台数据,包括消费记录、支付数据、水电煤缴费数据、信用卡还款数据等。

而且,民营个人征信公司还积极寻找合作伙伴,除了与公安合作,还与银行展开合作。如北京银行和芝麻信用签署战略合作协议,成为芝麻信用首家合作银行,双方将开展信用信息查询和应用、产品研发、商业活动等多个方面的合作。广发银行信用卡中心也宣布与腾讯征信展开合作,借助互联网大数据全面分析客户消费行为和诚信记录,为其“互联网+”战略提供支持。

不过,在与央行征信中心的关系上,民营征信多为配角。拉卡拉信用管理有限公司表示,要以开放的心态做开放的平台,以大数据征信做央行征信的补充。

“没有谁能够仅凭自己的力量可以服务好消费者,特别是在征信这个行业。”一位征信行业管理人员认为,整个征信体系发达与完善的目标是要让每一个人都能够享受到公平的信用待遇,这就意味着有些征信机构会覆盖更多的人群,也有一些小机构单去满足一些特定人群的需求。也就是说,征信产业需要不同细分的持牌征信机构去完善。

考拉征信：征信应用场景不断拓展

□本报记者 张玉洁

考拉征信相关人士日前在接受中国证券报记者专访时表示,依托拉卡拉十年积累的海量交易数据形成的大数据和风控平台,考拉征信目前已经与多家金融机构达成合作。

开放共享 互惠共赢

中国证券报:考拉征信业务主要覆盖哪些范围?

考拉征信:目前考拉征信拥有个人征信、小微商户征信等平台,成功推出了考拉个人信用分、商户信用分、互联网金融解决方案等众多创新产品。我们面向的服务对象既有个人,也包括商户、企业等等合作伙伴,特别是考拉个人信用分已经覆盖到金融、民生、购物、租车、租房、交友等多个领域,为用户带来便利实惠,也为合作伙伴提供保障。

中国证券报:公司的数据来源何处?

考拉征信:考拉征信的数据来源是多维度的,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、金融及一亿级个人用户和三百万线下商户日常经营的相关数据,同时也有来自蓝标、拓尔思、梅泰诺和旋极、51job等股东的数据支持,此外还有公共部门及其他行业合作的数据。

中国证券报:公司的数据是否向竞争对手开放?如何保证客观公正?

考拉征信:考拉征信致力于打造一个开放共享、互惠共赢的征信平台。我们的开放不仅仅是股权架构的开放,还包括评估模型、数据资源、业务平台创建及运营等全方面的开放。我们可以根据合作伙伴需求,将合作方数据与考拉征信自有数据整合,建立多维度的征信模型和征信产品。也可以基于自有资源、技术与经验优势,基于双方信息共享、利益共享的原则,共同建设、运营行业征信平台。

只有在得到用户授权的前提下,考拉征信才会向拥有数据源单位发起数据查询的请求,然后提取分析后反馈给需求方。这些数据都是用户的真实记录,存在于合作伙伴、公共部门及其他行业机构,考拉征信在此基础上采用大数据分析法进行客观分析,整个过程都是客观公正的。

探索盈利模式

中国证券报:公司征信的主要盈利模式是什么?

考拉征信:中国的个人征信市场刚刚起步,个人征信公司的盈利模式都在探索中,目前还没有成熟的模式,可以借鉴西方的模式,同时也需要结合中国的国情。相信随着个人征信机构业务的开拓,将会探索出合乎国情的业务模式。

中国证券报:公司的征信如何处理与央行征信之间的关系?

考拉征信:以开放的心态做开放的平台,以大数据征信做央行征信的补充。



民生银行中概股回归金融服务,秉承民生银行投资银行业务一贯的“融资+融智”高标准服务理念,从私有化发起、红筹/VIE结构拆除,到回归A股再上市的各个阶段,为客户提供包括境内外私有化贷款、夹层融资、管理层融资、中概股回归基金和财务顾问等全程的金融管家服务。

主要产品:

- 境内外私有化贷款;
- 境外结构拆除过桥融资;
- 管理层MBO融资;
- 中概股回归基金;
- 夹层融资;
- 财务顾问。