

# 以终为始的产品设计

——互联网消费金融与大数据技术应用

主讲人：王勇睿



促进软件开发领域知识与创新的传播



关注InfoQ官方信息  
及时获取QCon软件开发者  
大会演讲视频信息



扫码，获取限时优惠



全球架构师峰会 2017 [深圳站]

2017年7月7-8日 深圳·华侨城洲际酒店

咨询热线：010-89880682



全球软件开发大会 [上海站]

2017年10月19-21日

咨询热线：010-64738142

# 目录

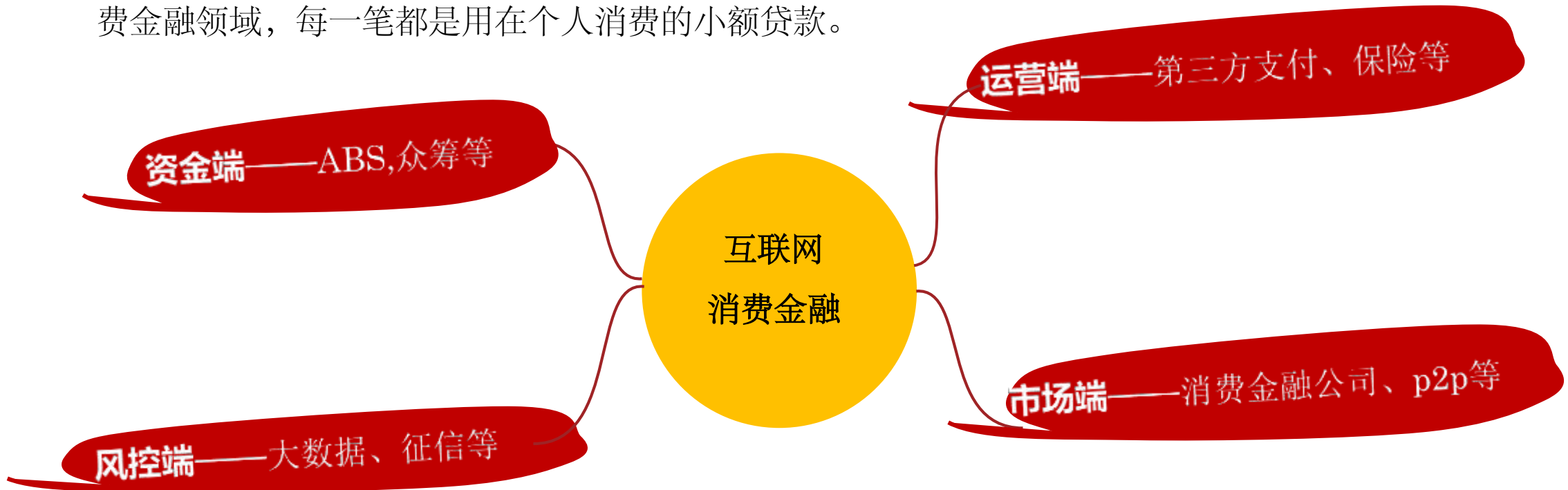
一、互联网消费金融发展现状

二、从消费信贷寻找突破口

三、未来与当下

# 一、互联网消费金融发展现状

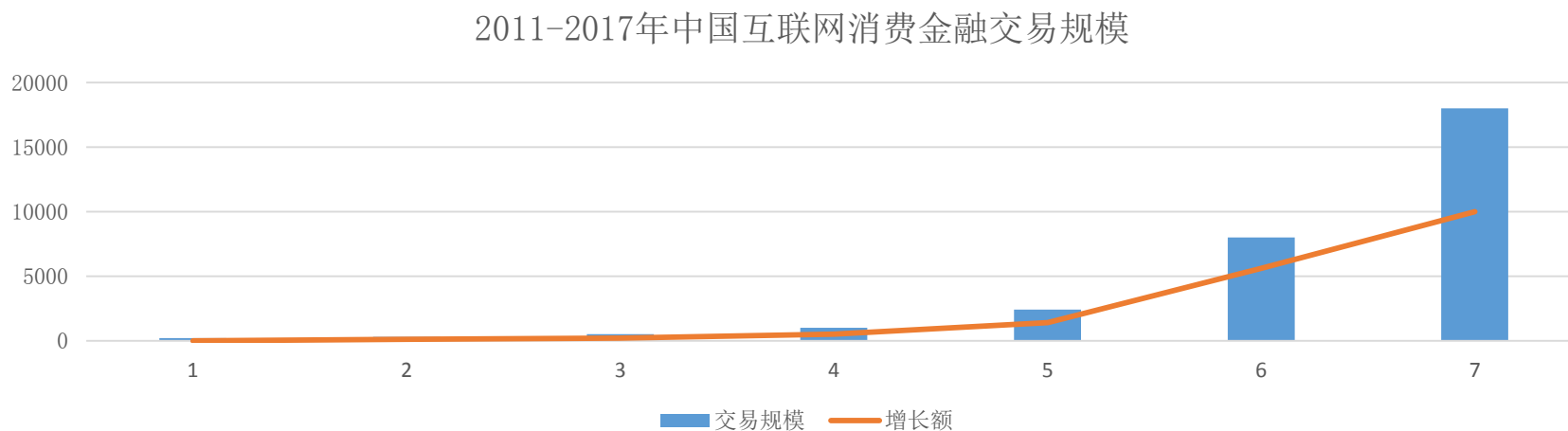
在互联网金融领域，P2P行业频频面临信任危机等整个行业监管加严的形势下，人们关注的焦点便投向了互联网消费金融。目前的消费金融领域有两种模式，一种是有基于消费场景的，如蚂蚁花呗、京东白条，另一种是纯借现金的，如支付宝的借呗、腾讯的微粒贷等等。在互联网消费金融领域，每一笔都是用在个人消费的小额贷款。



# 一、互联网消费金融发展现状

## □ 消费金融交易规模复合增长

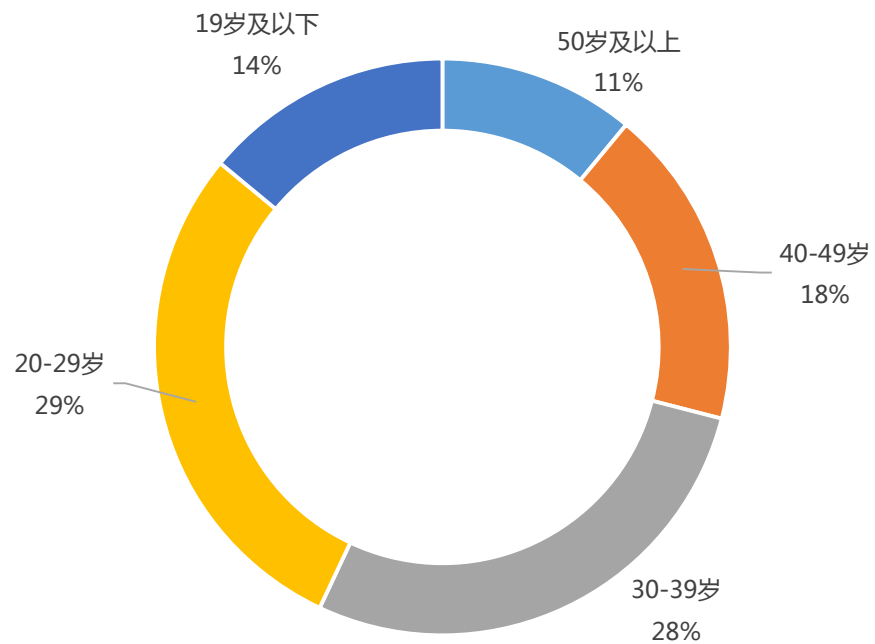
2014-2019年中国消费信贷规模维持19.5%的复合增长率，预计2019年达到37.4万亿。



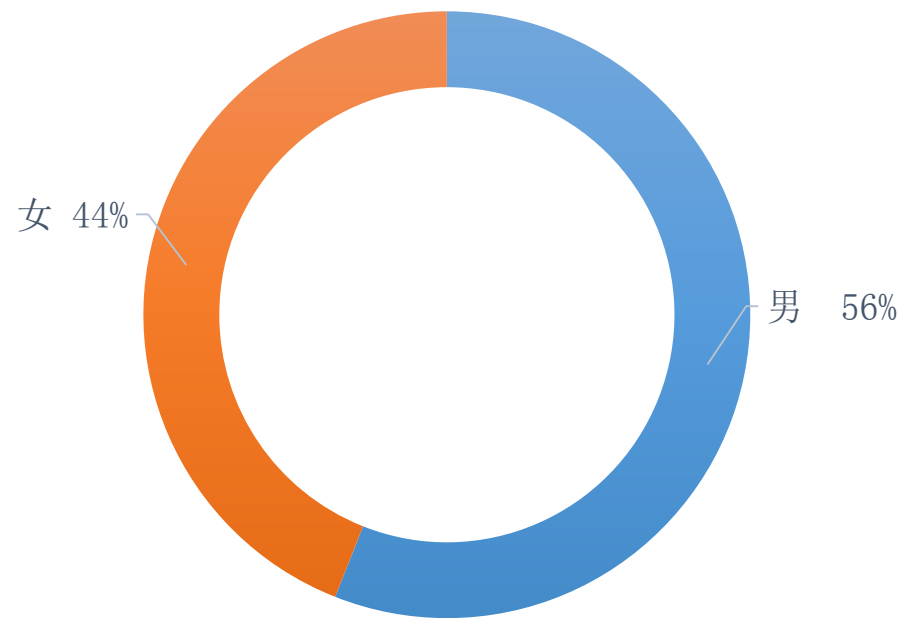
# 一、互联网消费金融发展现状

□ 用户构成 – 20-29岁是互联网消费金融的客户群主体

年龄层分布



男女比例



# 一、互联网消费金融发展现状

## 地理分布

手机所在省份	人数占比 (%)
一线	11
二线	30
三线	25
四线	31
五线	3

- 85%的消费借贷客群在二、三、四线城市

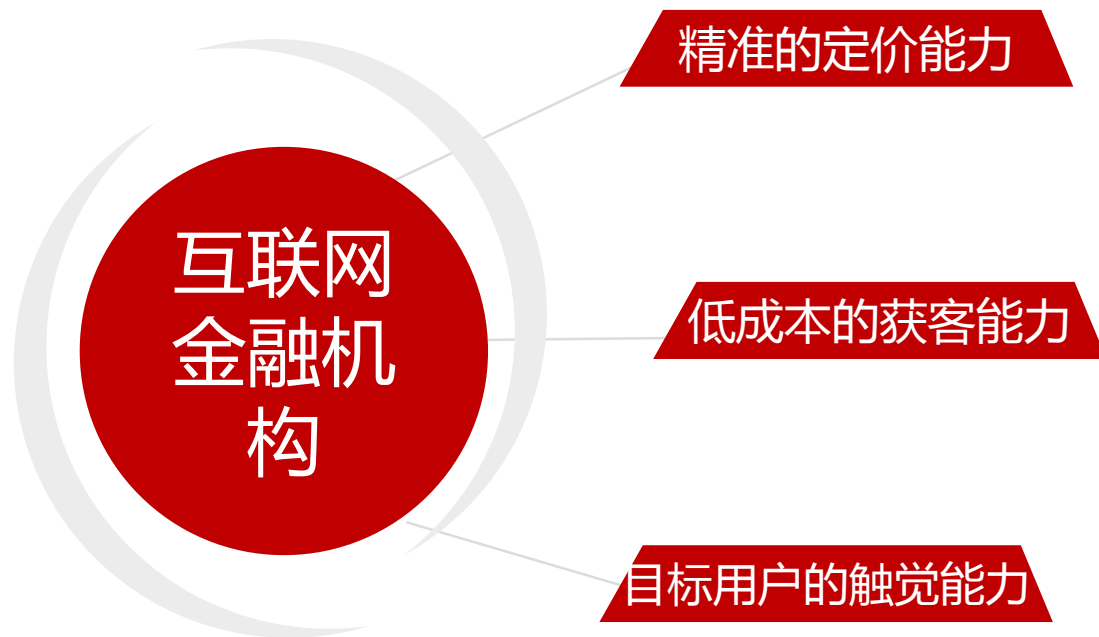
## 职业分布



- 客户为广大中低收入群体，尤其是城市外来务工人员及农村地区人员。范围涵盖了农民、学生、城市蓝领或是捉襟见肘的工薪阶层，职业种类繁多。

# 一、互联网消费金融发展现状

## □ 互联网消费金融的发展趋势





# 目录

一、互联网消费金融发展现状

二、从消费信贷寻找突破口

三、未来与当下

## 二、从消费信贷寻找突破口

行业数据显示，2015年底，中国整体信贷余额达到94万亿元，其中个人信贷占比28.8%，个人消费信贷占个人信贷比例为70.1%，仅占中国整体信贷余额的20.2%。但由于中国个人信用体系的不健全，传统金融机构无法充分满足个人消费信贷需求，因此，消费金融是核心潜力板块。



### 客户信息缺失

消费金融客群大部分都没有人行信用记录，在绝大多数情况下，难以获得新申请贷款客户过往的消费、借贷、征信记录



### 申请规模庞大

消费贷款具有单笔额度较小、还款周期较短、申请规模庞大的特点，客户质量下沉，提供的信息真假难辨，增加审核成本



### 审批时效要求高

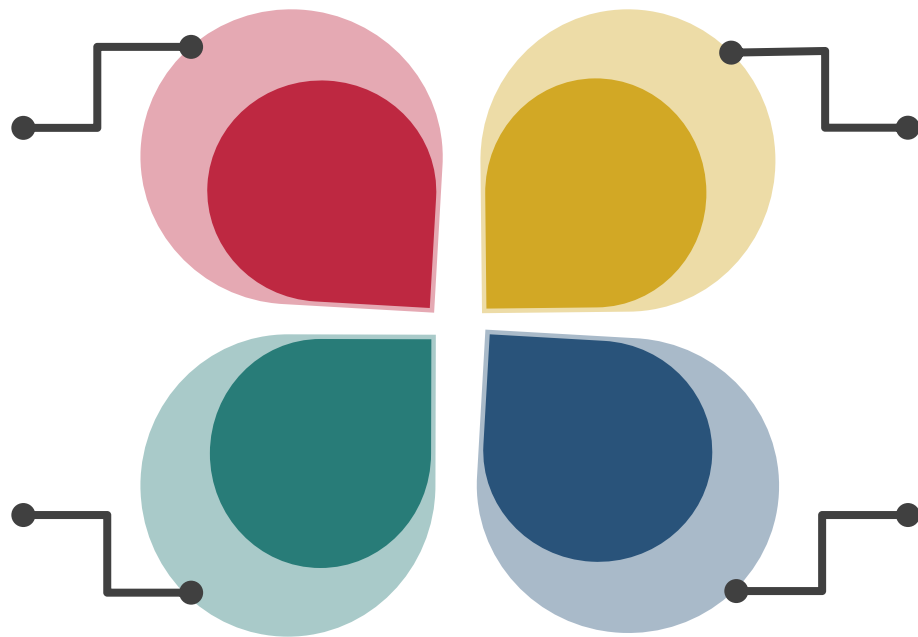


## 二、从消费信贷寻找突破口

### ➤ 百融大数据风控深耕消费金融，化解行业风控难题

#### 实名数据覆盖人群广

整体匹配率高达**90%**以上



#### 大数据技术功力深厚

**毫秒级**API数据返回，数据时效性高

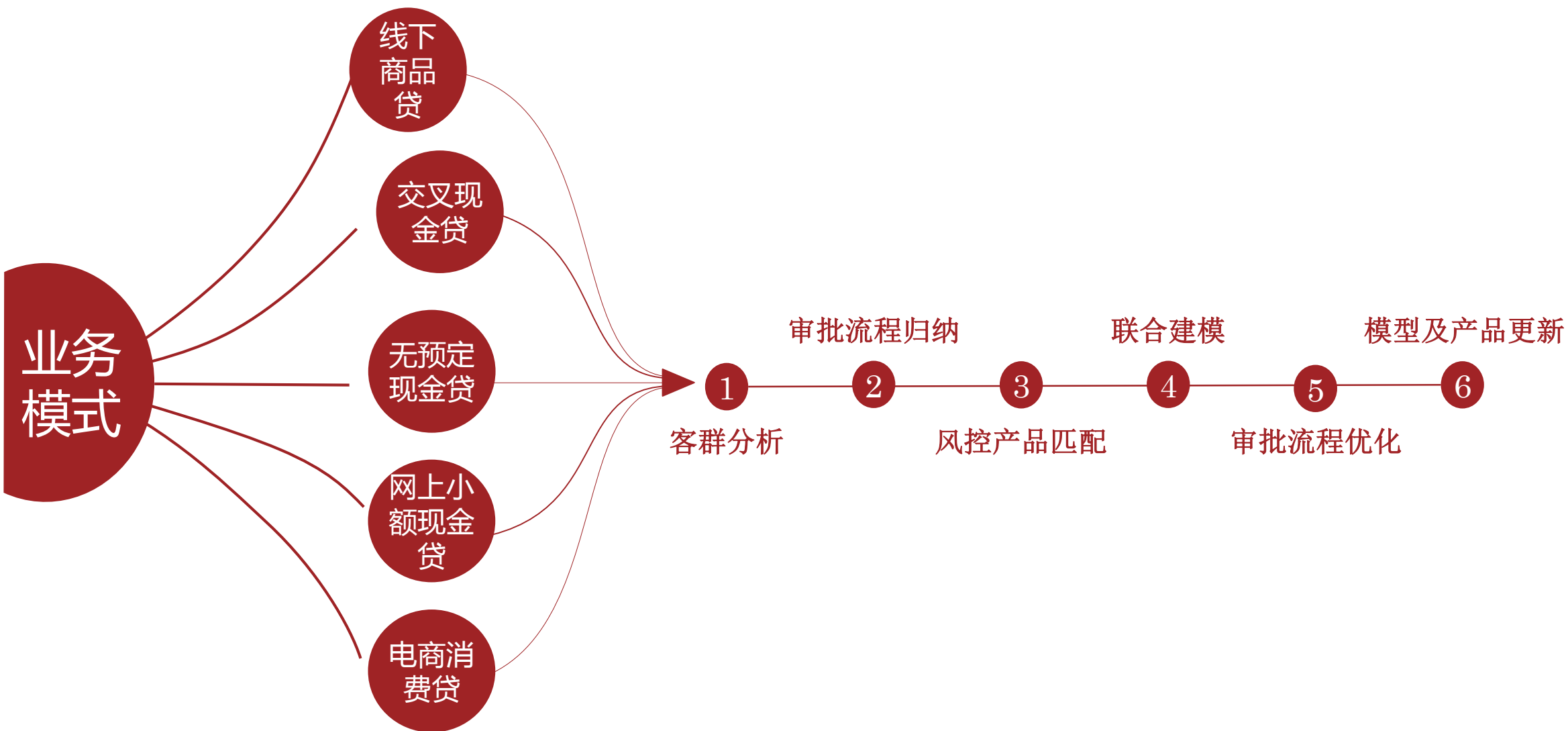
#### 千维大数据

**360度全面解析**客户偿还能力与偿还意愿

#### 成熟的消费金融风控解决方案

从2014年开始深耕消费金融领域，拥有大量消费金融公司风控服务成功案例，持续战略支持**国内顶级**消费金融公司风控体系升级

## 二、从消费信贷寻找突破口



# 目录

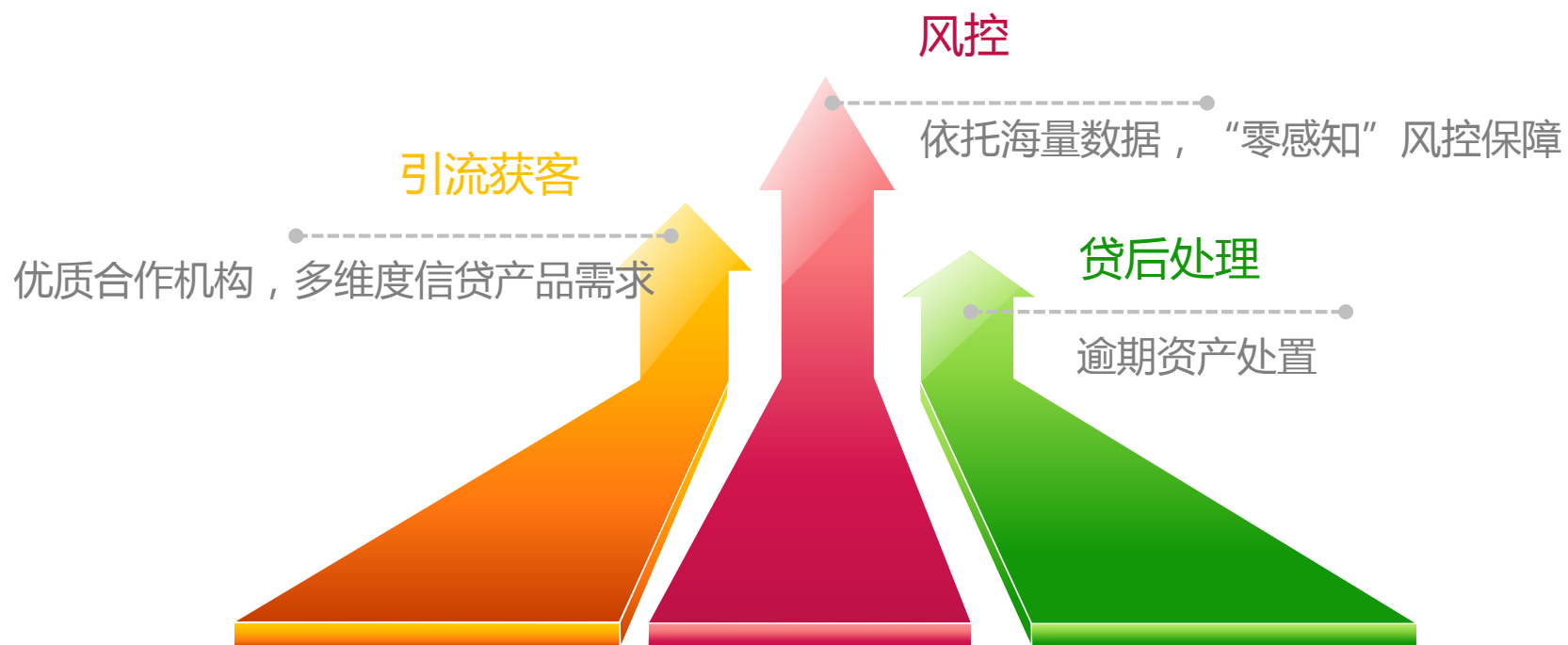
一、互联网消费金融发展现状

二、从消费信贷寻找突破口

三、未来与当下

### 三、未来与当下

**多产业、多场景的引入**为平台带来多产业的产品及背后的信贷产品诉求，初步建立客户关系管理的理念和基本纬度。综合客户在平台的各类数据，对客户消费习惯及行为属性数据的收集和分析，建立信息关联度和客户群体模型。



## 三、未来与当下

### □ 精准营销，低价获客

**营销响应预测模型**提高营销转化率。传统获客营销思路是在海量客户里寻找目标客群，即

海量客群->意向客群->进件->审批->放款。因为缺少意向识别，海量客群->意向客群的转化损耗是最大的部分，而百融的营销响应预测模型可极大提高营销转化效率

每个金融产品都有明确的目标客群，同时也决定了产品的风险定价，通过目标客群识别、风险前置，百融将进一步提升意向客群->审批的转化效率。通过率的极大提升，会进一步降低进件审核成本，从而获得更高的利润。

## 三、未来与当下

### □ 精准营销，低价获客

市场上大多数的信贷企业都会先设计金融产品，然后根据风险定价再去找客户，这里的风险定价必然涵盖了营销获客的成本，从而降低了同类产品的竞争力。

百融的联合产品营销方案的创新在于，合作伙伴可以在百融的大数据中，通过模型先找到客户，并通过模型模拟出风险，再做产品定价。它的好处有：

- 1、我知道用户在哪儿
- 2、节省了营销成本，产品定价优于竞品，更受客户喜爱
- 3、通过率高，变相节约审批成本
- 4、产品可落地在榕树营销平台，降低产品设计成本
- 5、联合风控，两道大闸，且可架服务在百融私有云上，进一步降低维护成本。



## 三、未来与当下

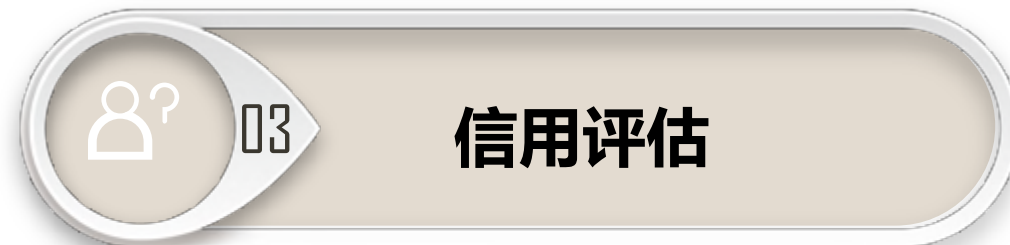
### □ 依托海量数据，打造风控模型



通过身份证二要素验证、人脸识别、银行卡四要素、学历查询、特殊名单等产品，完成客户身份特征的验证

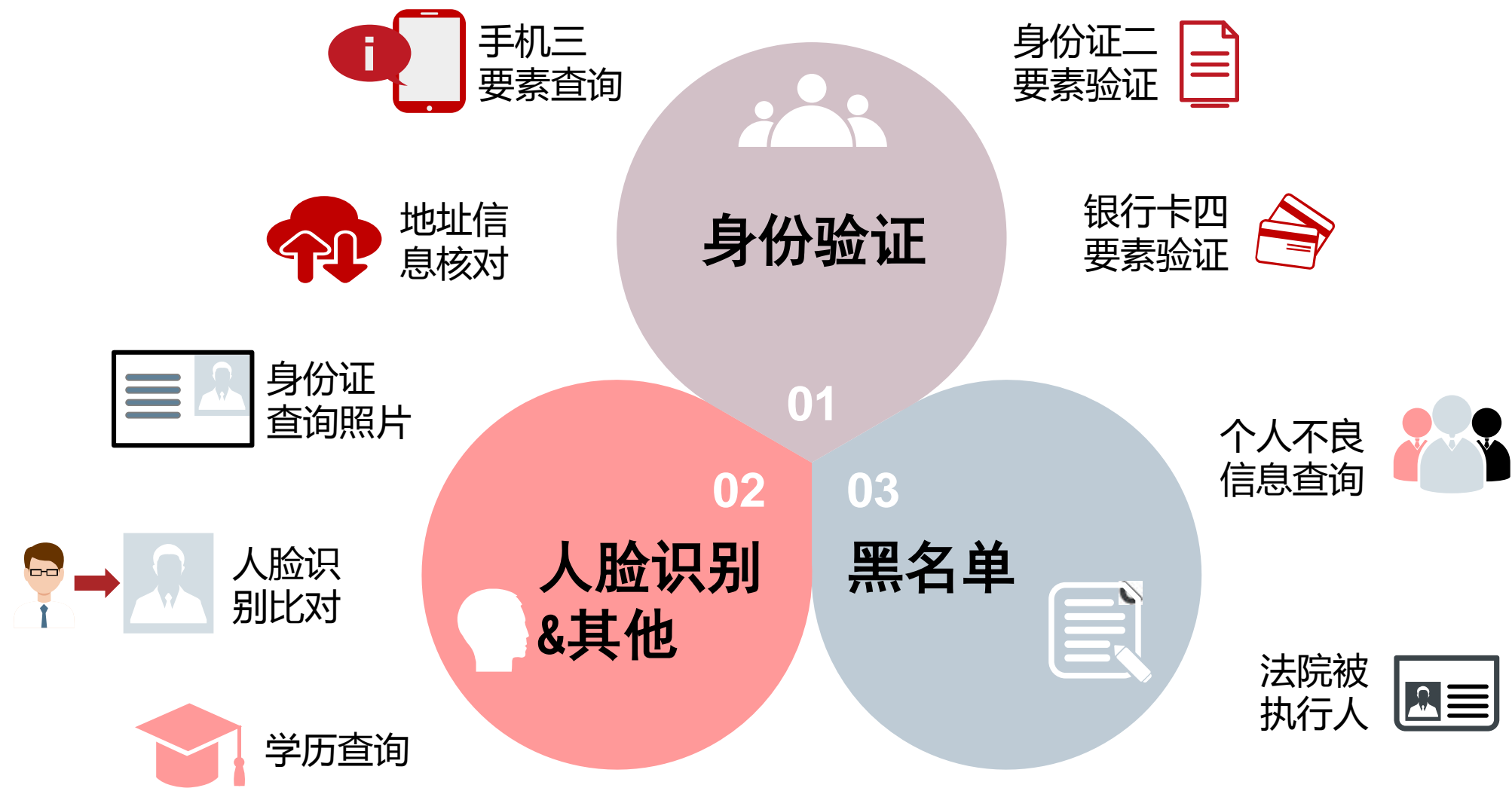


通过多次申请核查、设备反欺诈、运营商信息核查、申请行为识别、语音识别等产品评估客户还款意愿

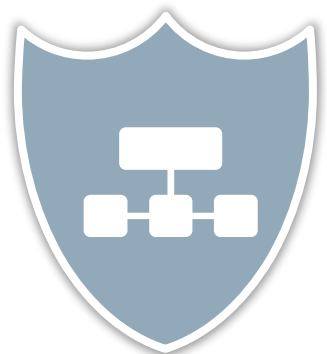


通过信用评分决策建议、审批方案等评估客户还款能力

# 三、未来与当下



## 三、未来与当下



### 多次申请

基于客户身份信息，核查其是否在短期内在多个机构多次申请贷款



### 设备反欺诈

基于百融的全局设备Id标识设备，识别同一设备多次申请



### 运营商信息核查

核查运营商账户在网时长识别专业欺诈人员



### 申请行为识别

对通过APP或网页申请客户的填写资料、操作行为、浏览行为等进行监控捕捉，识别疑似欺诈行为（研发中）

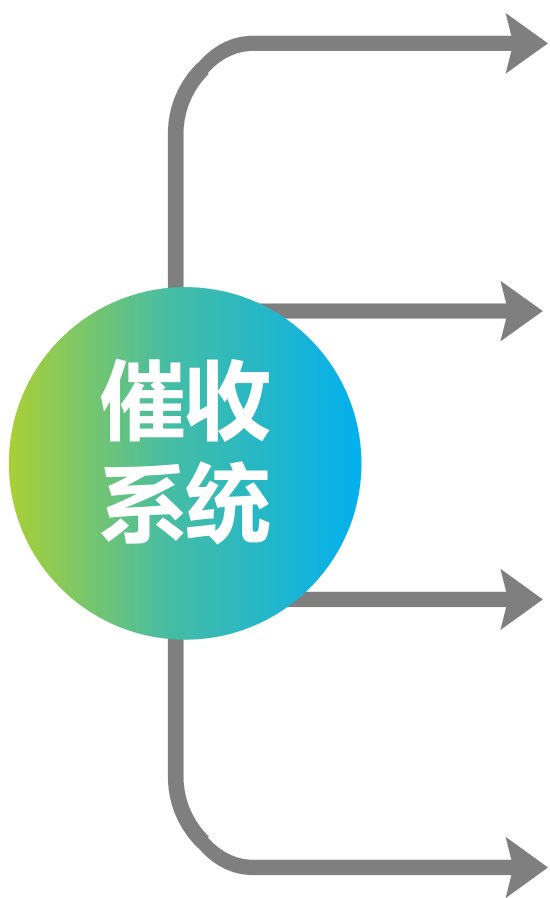


### 语音识别

对比客户正常语音样本，识别电核阶段客户欺诈行为（研究阶段）

## 三、未来与当下

### 全流程智能催收系统



#### 智能催收管理模块

定时还款提醒短信发送、批量智能语音外呼、自动分配案件、一键语音外呼、智能归类保存催记、多维度案件筛选归类、预约及客服提醒通知弹窗，第一时间跟进逾期案件，方便催收人员分类操作。

#### 智能员工管理模块

人员设置、部门设置、角色权限设置、针对不同逾期天数配置相应属性催收员工，创建员工档案入职时间、基本信息、绩效方案、等.....对员工进行分组归类。方便监控及灵活管理。

#### 智能数据统计报表

回收任务指标、全量、组统计、员工个人统计，任意筛选智能统计数据报表，实时监控回收数据，拨打量及有效通话时长统计，针对性反应落后员工工作情况，及时给予解决方案。

#### 智能回款明细统计

实时更新回款明细，员工提成统计，本金及滞纳金统计，结清证明一键导出打印，还款用户催记查询，保障回收资产的安全性。

谢谢大家