



数据驱动金融升级 商业价值落地探寻调研报告

HCR | 数据猿 DataYuan | DataPipeline 联合出品

目录

1 金融行业大数据应用概况	4
1.1 金融大数据业务类型和边界.....	4
1.1.1 金融大数据率先进入 2.0 阶段.....	4
1.1.2 以应用为驱动，界定金融大数据业务类型和边界.....	5
1.2 大数据对金融行业的价值.....	6
1.3 第三方金融大数据服务概况.....	7
1.3.1 第三方金融大数据服务范畴（产业图谱）.....	7
1.3.2 第三方金融大数据服务概况.....	8
2 金融大数据应用场景	10
2.1 银行.....	10
2.2 保险.....	11
2.3 证券.....	12
3 金融大数据应用痛点	14
3.1 银行.....	14
3.1.1 数据层面：.....	14
3.1.2 技术层面.....	15
3.1.3 业务层面.....	15
3.2 保险.....	16
3.2.1 底层外部数据合作难度大.....	16
3.2.2 业务对大数据应用动力不足.....	17
3.3 证券.....	17
4 银行业大数据需求分析	18
4.1 银行业大数据建设情况.....	18
4.1.1 银行业大数据战略地位.....	18
4.1.2 银行业大数据建设投资.....	18
4.1.3 银行业大数据团队建设.....	19
4.1.4 银行业大数据部门定位及服务.....	20
4.2 银行业大数据应用与发展.....	21

4.2.1	银行业大数据应用情况.....	21
4.2.2	银行业外部合作数据库使用情况.....	24
4.2.3	银行业人工智能应用情况.....	25
4.2.4	银行业云部署情况.....	25
4.3	银行业与大数据供应商合作情况.....	26
4.3.1	大数据供应商合作情况.....	26
4.3.2	大数据供应商合作评价.....	27
4.3.3	大数据供应商未来合作预期.....	28
4.3.4	大数据外包服务预算情况.....	28
4.3.5	供应商选择决策.....	28
4.3.6	信息系统集成商大数据业务合作情况.....	29
4.4	银行业务部门需求应用分析.....	30
4.4.1	银行业务部门人员对大数据业务的评价.....	30
4.4.2	银行业务部门与大数据部门合作.....	30
4.4.3	银行业务部门参与供应商选择的情况.....	32
4.4.4	银行业务部门对大数据应用态度.....	33
5	金融大数据业务发展展望.....	35
5.1	金融企业大数据需求展望.....	35
5.1.1	银行业大数据应用趋势.....	35
5.1.2	保险业大数据应用趋势.....	35
5.1.3	证券业大数据应用趋势.....	36
5.2	金融大数据服务行业发展前景展望.....	37

出品方介绍



数据眼（www.dataye.com.cn）是一家大数据产业创新服务媒体，立志成为专注大数据行业的第一垂直媒体。数据眼关注大数据领域前沿资讯、最新动态、大数据+产业创新应用，保持前瞻；关注行业标杆企业和创业创新公司，跟踪“大数据+产业”的应用创新，定期举办线上、线下行业培训、研讨沙龙、行业峰会，数据眼将以大数据领域第一科技媒体的角色伴随业内企业一同成长、发展，为“大数据+产业”的快速发展提供信息传播与交流平台。



HCR慧展资讯成立于1993年10月，是国内最早一批的研究咨询机构。2015年8月12日以“大数据商业应用第一股”的身份挂牌新三板(股票代码:833301)。慧展资讯凭借多年面向产业的研究经验，积累了十多个行业的研究分析和数据积累能力，客户汇聚国内外500强企业，涵盖汽车、快消、医药、通信等众多领域。慧展资讯依托行业研究及大数据技术，正逐步从研究领域的数据洞察服务转型升级成为覆盖全产业链的数据智能服务机构。2016年10月10日，慧展资讯对外发布新三板挂牌公告，宣布完成融资2.6亿元。



北京逸风科技有限公司（DataPipeline）是为提高企业数据工作效率而生，让数据集成、数据清洗、数据同步工作不再成为问题，不独是企业数据迁移数据分析和能够更快的存取所需数据内容，数据工程团队可以在一个工作日内完成来自各个部门的数据相关需求。

DataPipeline 用先进的 PaaS 模式，解决了数据需求方可数据团队沟通成本高，需求开发周期长并重复开发等效率低下问题，帮助企业实现数据驱动业务、战略的文化。

创始团队成员来自国内外顶尖公司，共同打造有竞争力的数据服务产品。

1 金融行业大数据应用概况

1.1 金融大数据业务类型和边界

1.1.1 金融大数据率先进入 2.0 阶段

大数据服务发展到现在已经经历传统阶段，正在经历和迎来 1.0 及 2.0 阶段。阶段不同，数据采集方式和分析方法都有所变化。CNNIC 数据显示，2016 年实现信息化的企业已达 60%，这 60%的企业还将进一步实现数字化，向大数据服务 1.0 和 2.0 阶段发展。随着数据量的累积，以互联网、金融、电信等为代表的可自行产生大数据具有先天优势的行业率先进入大数据 2.0 阶段。



金融大数据发展具备以下条件：

- 1) 数据资源：自传统阶段开始累积结构化数据，且是重要的、不可替代的一手数据资源，具备与外部数据进行整合应用的基础；
- 2) 计算能力：经历数据仓库、数据集市等阶段，已累积有大数据算法团队和计算资源，以银行为代表已探讨人工智能算法的应用。

1.1.2 以应用为驱动，界定金融大数据业务类型和边界

以银行为代表的金融机构完整的经历了大数据发展的各个阶段。在大多机构里，大数据部门隶属于科技/管信/IT 部门，属于成本部门，承担辅助运营和决策的智能。现在大数据服务已与业务各流程环节紧密结合，成为业务创新的合作者，正尝试/已经实现从成本中心向利润中心转变。



金融大数据业务基本贯穿金融业务全程，与业务充分结合，边界越来越模糊，比如在销售和营销领域已成为必不可少的支持。金融大数据业务类型包括硬件采购与运维、解决方案、可视化工具开发与应用、应用场景开发与计算、数据安全等，基础支持则包括 IT 架构、数据架构、IDC 及云部署。在金融机构内部具体则覆盖征信、风控（包括坏账预警）、营销/销售、投资、产品设计、内部管理、客户服务等领域。

1.1.3 金融大数据安全

由于金融大数据贯彻业务全流程，大数据安全需围绕大数据生命周期进行部署，在数据的产生、传输、存储、使用、展示、销毁各个环节均需采取安全措施，

做好数据安全控制。

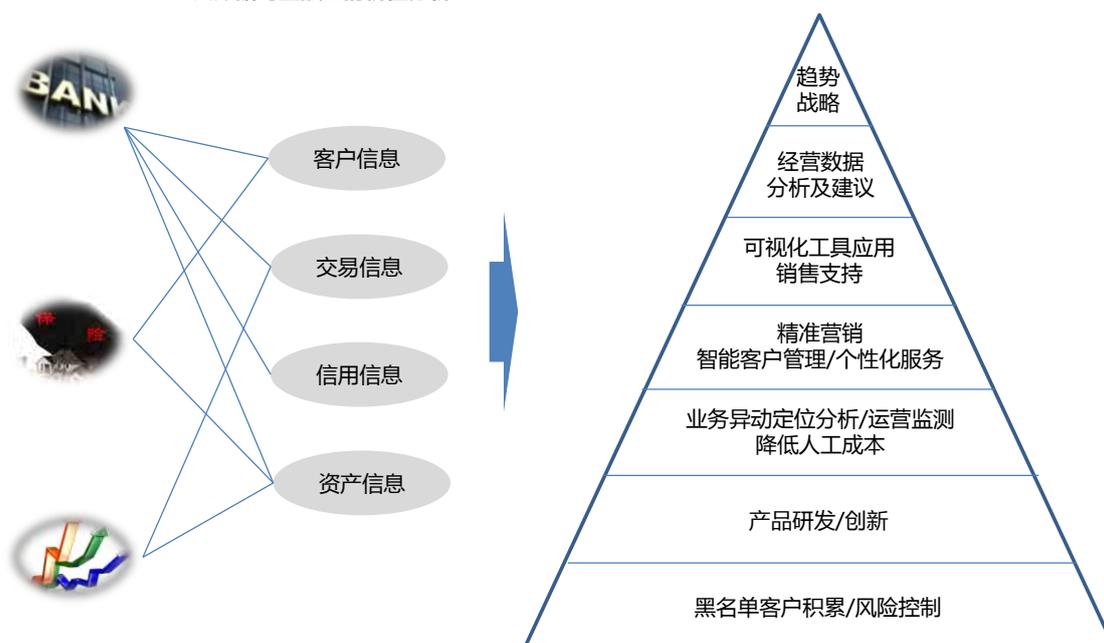
目前，各金融机构最主要的困扰是外部数据的引进与安全使用，亟需对外部数据的合法合规性进行约定，以及数据引进的流程、数据库考察标准等进行明确，以确保金融大数据的安全。



1.2 大数据对金融行业的价值

大数据对金融行业的价值共分为 7 个层级，各机构数据资源基础及可对接的外部数据资源不同，可实现大数据服务层级不同。其中银行数据资源最丰富，应用也最为广泛。相对来说，大数据在证券和期货业的应用则较为滞后，主要集中在风险管理、经营分析、XBRL 报送及数据中心和数据挖掘方面。

大数据对金融业的价值分析



金融大数据的价值具体为：进行信用风险管理和反欺诈防范，依据对用户的理解及市场环境数据进行产品研发/创新，用技术/信息化手段提升运营效率降低人工成本，精准营销（秒级营销）及与外部媒体/平台合作进行群体营销，提供业务所需各种分析包括交易类、渠道类、产品类、客户类、网点布局等，协助进行销售管理和实时数据支持，理解和判断发展趋势，对运营和决策提供建议和支持。

1.3 第三方金融大数据服务概况

1.3.1 第三方金融大数据服务范畴（产业图谱）

第三方金融大数据服务基本覆盖基础层、技术层和应用层，主要提供软件及服务。图谱只列有国内企业，国际企业未涉及。其中，只提供金融垂直服务的供应商主要集中在数据库合作领域，包括征信数据库、风控数据库和投融资数据库。其他领域企业同时覆盖金融和其他行业。



1.3.2 第三方金融大数据服务概况

从第三方金融大数据服务产业图谱可以看到，金融机构与第三方大数据服务商的合作主要集中在数据库和解决方案领域。

1) 数据库合作

主要国有、商业银行基本与征信、风控数据库合作，大部分机构考虑过和正在考虑与用户互联网行为数据库合作。保险、证券机构与投融资数据库（金融市场数据）均有合作。

银行与外部合作数据源类型



2) 解决方案合作

解决方案合作包括大数据平台搭建、可视化工具应用、APP 设计/开发等。

本次调研显示，在大数据平台搭建、应用开发上有三成以上被访者对大数据供应商的服务评价比较满意。不过，另有四成以上被访人员认为目前大数据供应商服务能力和技术水平良莠不齐，还有三成被访者认为有金融行业经验的大数据供应商并不多。

另外，基于信息化过程的长期合作，延展至大数据领域继续合作，超过 3/4 的银行与信息系统集成商已展开大数据层面的合作。

银行与信息系统集成商展开大数据层面的合作

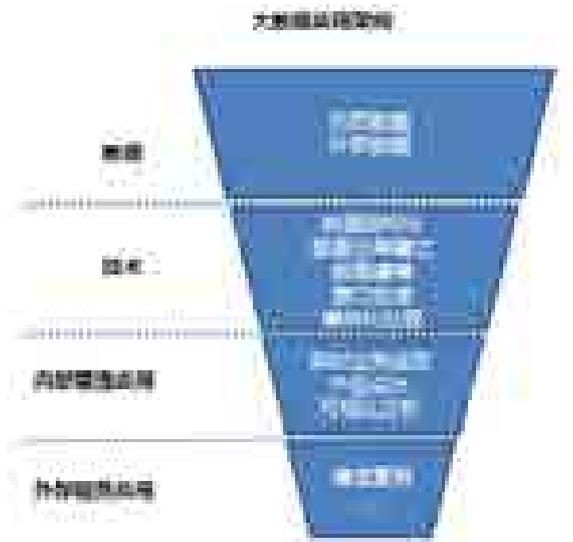


3) 其他合作

其他合作主要包括与营销平台（包括社会化营销平台、DSP 等）合作及云服务商合作。本次调研显示，在云部署方面，基于银行业监管因素，仅有不足 1/3 的银行机构考虑使用公有云服务，主要服务内容也是将网站等部署在公有云上，核心服务及数据仍部署在私有云。在云服务搭建与运营上，八成以上银行选择自行运营，其中四成选择自行搭建，四成选择供应商搭建。

2 金融大数据应用场景

与其他垂直行业相同，金融行业大数据应用的基础首先是“有数”，包括企业内部经营数据，各网络渠道业务数据，以及外部合作数据等；其次是“用数”，包括数据结构化、数据清洗、数据仓库建立、数据建模、数据接口生成、数据模块化处理等业务；在此之上，能够建立起包括实时业务监控、运维、报表、可视化在内的 BI 应用。



对金融行业来说，数据资产正日益成为核心竞争力，各大垂直领域都在探索大数据业务落地的结合。目前，金融行业企业普遍引入多维度外部数据，例如与运营商合作进行身份验证、与工商、税务、公安、海关等系统数据建立风控体系，与互联网平台数据合作进行精准营销等，形成了金融大数据的通用应用场景。

2.1 银行

从行业发展宏观角度来看，在经济结构性调整，金融监管体制改革大背景下，银行业面临净利润率下降、不良贷款率提高、依赖中间业务等发展瓶颈。从银行业自身业务微观角度来看，对公业务、零售业务对电算化的要求较高，网银、手机银行应用推行力度大，业务数字化程度较高，具备大数据应用的基础数据条件。银行业同时也是大数据

资金投入规模最大、实践经验最为丰富的细分行业领域。以工商银行为代表的国有商业银行近年来大数据投入高达百亿元量级。银行业对大数据应用基础最为扎实，需求也最迫切。

从业务角度看，大数据风控为银行存贷款核心业务提供支撑的同时，进行内部管理优化和外部服务创新是两大主要应用场景。互联网平台拥有媒体浏览、社交行为、电商交易等丰富的用户数据维度，与银行已有合作例如建设银行与阿里巴巴企业会员体系打通，推出无抵押信贷产品，光大银行建立与微博打通的社交网络信息库，进行客户行为分析和在线营销等，成为具有代表性的应用案例。



2.2 保险

据保监会数据，2016年我国原保险保费收入达到3.095万亿元，同比增长27.5%，保费规模位于全球第二位，我国保险行业仍处于高速增长阶段。现阶段，保险公司对于大数据的应用诉求聚焦于通过数据洞察抢占市场份额，进行产品创新助力业务增长。

在潜在客户拓展方面，通过大数据为销售人员做客户特征的匹配和购买力预测，帮助拓客；在现有客户营销方面，通过大数据筛选出有加保意向的客户，使服务更有针对性，

户属性，和内部交易数据、资金数据相结合，应用场景已经拓展到产品开发、客户生命周期管理等维度。证券公司大数据应用的核心是投资者服务的优化，同时精准对标有投资意向的客户，进行精准营销。目前，拥有资金募集能力的证券公司与具备大数据分析能力的互联网企业形成优势互补，例如广发基金、国金证券分别与百度合作，推出的指数型基金产品成为证券大数据产品创新典型案例。



3 金融大数据应用痛点

3.1 银行

金融大数据在银行业务上的应用痛点主要分为数据层面、技术与模型层面及业务需求层面。



3.1.1 数据层面：

1) 内部数据打通难

①**部门间数据对接困难**：各业务条线，与各职能部门、渠道部门、风险部门等银行内部系统数据格式不统一，数据系统还需逐步打通；

②**总行与分行之间数据流转难**：总行使用分行数据，分行使用其他分行数据的使用的相关法规未出台，因此银行内部行与行之间数据使用的方式、程度的合规性都需要银行内部进行探讨；

③**各个银行的数据沟通难**：各个银行部分使用的数据可以共享，这样数据使用效率更高。但银行间相互使用数据的合规性也在探讨，例如银行间的反欺诈数据目前就未得到共享。

2) 内部数据与外部数据对接难

银行数据本身的维度有限，需要外部数据进行业务支撑。但是在与外部数据对接的过程中，同样存在问题：

①**行内部数据敏感**：银行的数据监管十分严格、数据信息敏感，高度重视数据泄露事件，

因此只能外部数据引入银行，内部数据不得引出，对于外部数据合作所提出的进行数据资源交换不能满足；

②**缺乏明确的行业标准及监管依据**：银行数据在使用尚无专门的法律法规作为依据。

3) 外部数据供应商的质量审核难

①**供应商的背景资质无依据**：对于外部供应商的数据来源、数据交易资质的评估暂时没有确定的法律法规或经营牌照认可，造成银行选取供应商困难；

②**供应商数据缺乏全面性**：供应商一般只具有一类数据，对于银行数据使用的丰富度不够。

③**供应商数据全面性、准确性的审核困难**：银行自身无法对供应商的提供的数据准确性自身做出判断，并且由于内外部数据不能进行交叉，对数据全面性也很难判定。



3.1.2 技术层面

1) 银行系统间技术模型共享少

目前银行系统之间对于数据的使用的技术模型，例如反欺诈模型，未能形成整个银行系统间的共享，各个银行还需要分别投入成本及人力进行开发。

3.1.3 业务层面

1) 数据价值的体现难

①**数据的投入的成本较高，价值实现慢**：短期来看，银行投入的成本与收益不符，长期来看，

如何可以在业务需求基础上更好地实现数据价值,形成一套高效结合业务使用数据的模式是各个银行正在积极进行探索的方向。

②**数据与需求衔接性需改善**:银行中大数据技术团队与业务部门对数据的需求并不完全符合,数据在业务上发挥的价值还比较有限。

2) 业务部门人员数据意识不强

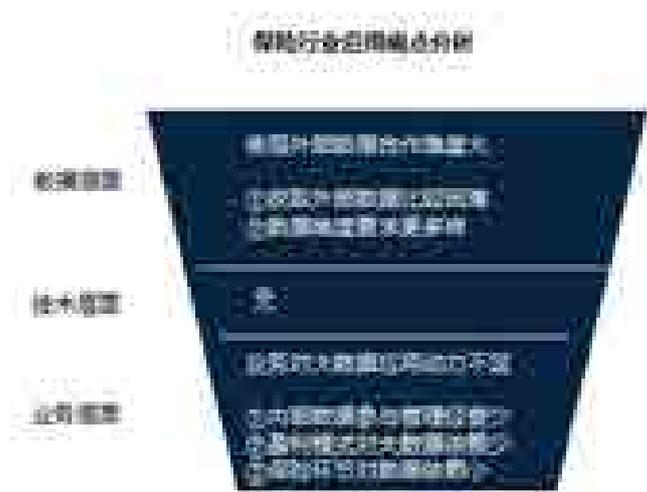
在业务使用数据过程中,基于数据的业务模式超前并且不成熟,相关培训不够完善,相关业务人员未能充分形成基于数据的营销模式及思维习惯。

3) 高端金融数据复合人才缺乏

金融领域及数据领域都需要较高的技术门槛,而目前银行对于金融数据人才需求较大,因此相关高端的数据人才较匮乏。银行内部相关业务人才的培养及培养后的人才流失同样也是问题。

3.2 保险

保险行业应用数据的痛点主要在于业务相关底层数据缺乏,及业务对数据价值的需求不强烈。



3.2.1 底层外部数据合作难度大

①**获取外部数据比较困难**:外部数据中,和保险行业(医保)相关的特定行业数据缺乏,例如医疗方面,需要保险行业数据和医院系统数据进行对接,而医疗信息系统数据只能逐家去

谈，目前保险行业对接的数量占整体比例仍然较少。而其他如利用智能硬件收集数据的方式还在探索的阶段。

②**数据维度要求更多样**：保险业务根据险种不同，对数据的所需维度也不一样，例如产险、寿险等业务所对应的主体不一样，所需要的数据维度也不一样。

3.2.2 业务对大数据应用动力不足

①**内部数据参与管理经营少**：目前保险公司经营以战略导向为主，客户需求为其次。因此与客户相关的大数据对公司管理贡献少；

②**盈利模式对大数据依赖少**：保险传统业务仍然在高速发展，现阶段有业务就有相关保费，现阶段保险行业的盈利模式不需要大数据，对于大数据的需求不迫切；

③**保险环节对数据依赖小**：保险部分环节自动化、电算化的要求低，大部分业务仍然需要人工才能进行，例如理赔及核保，因此业务对数据的依赖小。

3.3 证券

证券行业中，大数据多为业务辅助，为进行业务产品开发、市场分析的一种支撑手段，目前，应用相对滞后，CRM 等方面更多的是传统数据仓库形式。

4 银行业大数据需求分析

4.1 银行业大数据建设情况

4.1.1 银行业大数据战略地位

调研结果显示七成以上被访者所在银行将大数据作为重要战略,其中有两成将大数据作为银行既重要又优先的战略。

图 4-1 大数据在银行战略地位



4.1.2 银行业大数据建设投资

调研结果显示八成被访者所服务银行在大数据建设方面投资在 IT 投资中比例不超过 10%,有 5.9%的银行比例超过 20%;五成左右银行在大数据业务上资金投入在百万级别,有 5.9%银行在大数据业务上资金投入在亿元以上级别。

图 4-2 银行大数据建设在 IT 投资中的比例



过去一年银行在大数据业务资金投入趋势



由于主要银行机构将大数据列为重要战略，未来，八成以上被访人员认为其所服务银行会增加大数据业务资金投入。

未来银行大数据业务资金投入趋势



4.1.3 银行业大数据团队建设

调研结果显示 84.8%银行拥有独立大数据团队，6.1%银行虽然没有独立大数据团队但拥有兼职负责人员，3.0%银行正在组建独立大数据团队，仅有 6.1%没有独立大数据团队也没有专职负责人员。

近六成大数据团队在银行组织结构中属于 IT 部门下属二级职能团队，23.5%大数据团队属于银行一级职能团队，另有 11.8%团队为独立运作分公司。调研中部分被访人员表示大数据部门从 IT 独立运能是一个趋势，但是还需要时间。

银行拥有独立大数据团队



大数据团队在银行组织架构中的位置



从团队人员规模上看，百人以上团队较少，仅有 5.9%;10 人及以下人员规模团队最多占 35.3%。

部分银行在设立大数据部门职位时参考互联网公司运作模式，从 UED 设计、产品创新设计、运营、挖掘分析、数字探索创新（分析部门）、数据设计等互联网公司常规岗位都存在。

银行大数据团队规模



4.1.4 银行业大数据部门定位及服务

从内部定位上看大数据部门尚属于银行的支持部门（94.1%），七成银行将大数据部门定位

为关键部门（主要支持和核心支持）。未来大数据部门服务模式还不是很明确，有被访人员表示大数据从成本中心变成利润中心是有可能的，可以做一些对外的售卖存活下来，但介于监管原因这种业务模式也存在难度，基于监管及银行业数据敏感性考虑仅有 17.6%被访人员表示未来可能会对外提供大数据服务。

图 4.1 银行对大数据部门内部定位

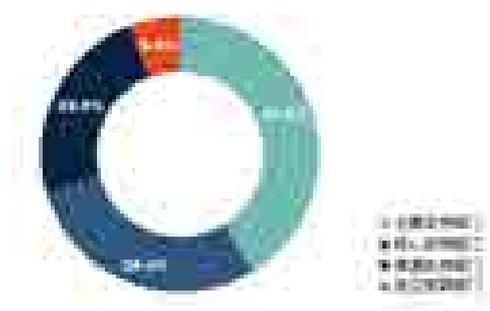
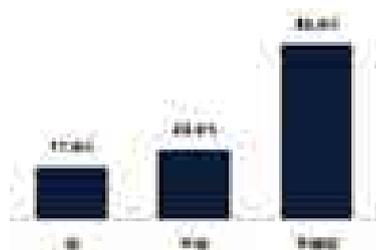


图 4.2 银行对外提供大数据服务



4.2 银行业大数据应用与发展

4.2.1 银行业大数据应用情况

1) 大数据应用效果

调研结果显示，52.9%银行大数据已经能够较好的支持现有业务需求；11.8%银行大数据能够直接创造价值，产生收益。

图 10 银行大数据建设程度



2) 大数据应用领域

目前银行业大数据应用领域包括风控、营销、客户分析、运营管理、销售支持、产品开发等领域。主要应用领域为风控、精准营销及机会挖掘、客户洞察分析领域，其中银行业应用最多领域是精准营销达到 72.7%。

图 11 银行业大数据已应用领域



图 12 银行业大数据应用主要领域



3) 大数据应用价值

精准营销和风控是最能体现大数据应用价值的领域。个性化产品/服务为是应用价值较大且在实中应用多的领域。

图 10 银行业大数据应用招聘技术岗位



4) 大数据应用阻碍

缺人 (70.6%)、缺数 (64.7%)、缺钱 (47.1%) 成为实际应用中主要障碍，金融业招聘流程较慢 (通常招人需要半年)，并且银行业不涉及互联网运作，很难从互联网公司 (如 BAT) 招到懂大数据的人才。用什么样的机制吸引人才加入，既要敏捷，又要严谨，以现有的招聘流程较难实现。

图 11 银行业大数据应用重点发展领域



5) 大数据应用未来发展方向

银行业大数据应用发展较快的领域 TOP3 也是应用最多领域 TOP3，排名保持一致，值得关注的是 69.7% 被访者选择将风控认为是未来银行业大数据应用上的重点发展领域。

图1 银行大数据应用数据来源构成情况



图2 银行大数据应用数据来源构成及发展情况



4.2.2 银行业外部合作数据库使用情况

目前银行业在大数据应用中使用最为广泛的是征信数据，占比 82.4%，其次是用户行为数据（64.7%）和金融市场数据（58.8%）。

在实际应用中医疗数据(41.2%)、舆情数据(35.3%)和用户关系数据库(29.4%)为 TOP3 较匮乏数据。

图3 银行业外部数据



银行云部署



4.2.3 银行业人工智能应用情况

调研结果显示人工智能主要应用在身份验证(52.9%)、智能客服(41.2%)、智能投顾(35.3%)等领域，值得注意的是量化投资分析目前应用尚不广泛(23.5%)，未来银行业会有较大应用(47.1%)。

银行人工智能应用领域



银行人工智能计划应用领域



4.2.4 银行业云部署情况

在云部署情况上，基于银行业监管因素，47.1%被访者所服务银行选择私有云，23.3%被访者表示其所服务银行尚未使用云；在云服务搭建与运营上，八成以上银行选择自行运营，其中四成选择自行搭建，四成选择供应商搭建。

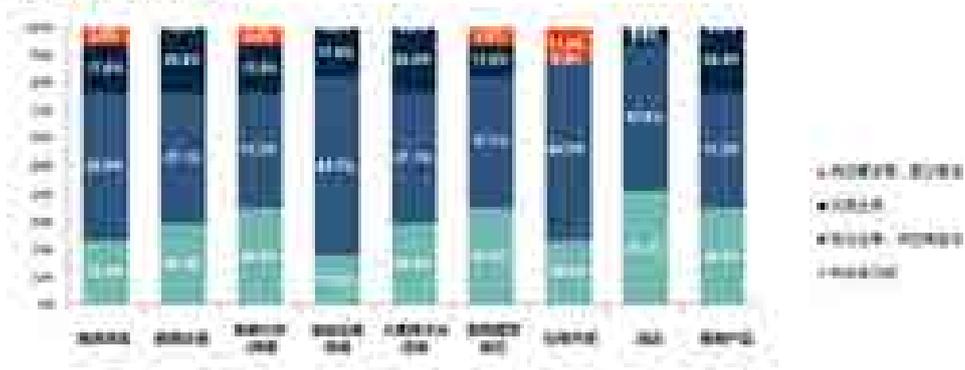


4.3 银行业与大数据供应商合作情况

4.3.1 大数据供应商合作情况

银行在与外部供应商的合作中银行占有绝对的主导地位，从九种合作类型上看与银行主导、供应商参与应为主要合作方式，占比皆在 40%-60%，其次是完全由银行自行操作占比在 20%-40%。

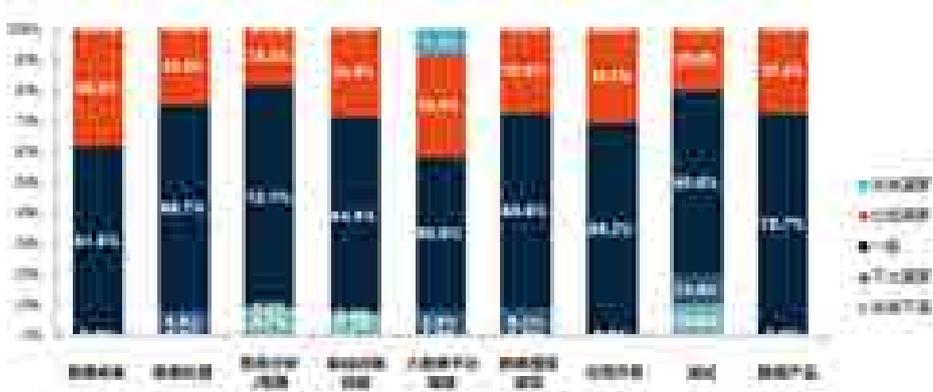
银行与大数据供应商合作关系



4.3.2 大数据供应商合作评价

对目前合作供应商的评价上较为中性，在调研中涉及的九种合作类型上“一般”这个评价选择占比均过半数，而在数据采集、大数据平台搭建、应用开发上均有三成以上被访者选择比较满意；在具体评价上四成以上被访人员认为目前大数据供应商服务能力和技术水平良莠不齐，近三成被访者认为有金融行业经验的大数据供应商并不多。

银行对外大数据供应商合作评价



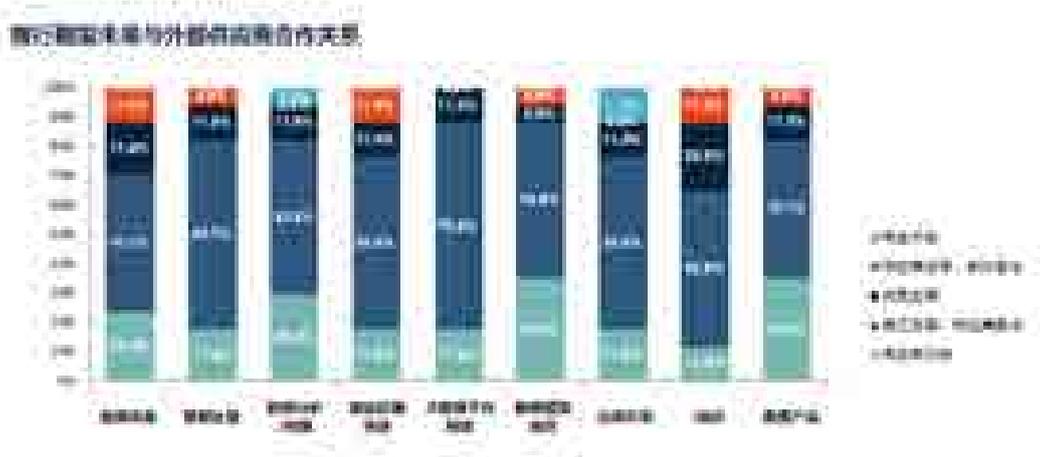
银行对目前合作大数据供应商评价



4.3.3 大数据供应商未来合作预期

未来，银行与大数据供应商合作在各个领域选择共同主导配合完成的比例最高。

完全自己做占比较高的为数据模型建设、数据产品开发和数据分析/挖掘。由供应商主导占比较高的为测试和数据采集。



4.3.4 大数据外包服务预算情况

调研结果显示在大数据外包服务商六成以上的银行会选择增加预算，两成以上选择保持不变，另有一成左右银行会选择减少，但还是会使用大数据外包服务。



4.3.5 供应商选择决策

在进行大数据外包服务供应商选择时，主要决策人是 IT 部门负责人和公司管理层，相关业务部门人员也会进行辅助决策，选择供应商最关注的要素为相关行业经验（70.6%）和技术特点（70.6%）。

银行在大数据外包采购决策人



银行选择大数据外包服务商偏好



4.3.6 信息系统集成商大数据业务合作情况

基于长期合作积累，76.5%的受访者表示其所服务银行已经与信息系统集成商展开大数据方面合作，其中六成表示未来会增加预算，四成表示维持现状。

银行与信息系统集成商展开大数据层面的合作



图 4.4.1 银行与监管部门就大数据合作



4.4 银行业务部门需求应用分析

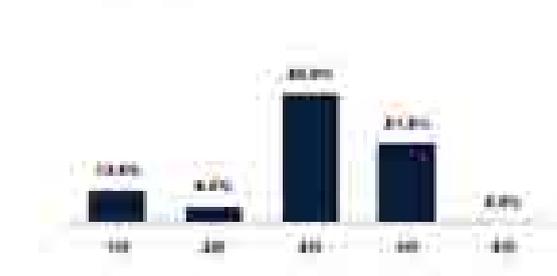
4.4.1 银行业务部门人员对大数据业务的评价

八成以上被访业务部门人员认为数据已经给企业带来了可见商业价值,对大数据在企业中发挥作评的评价比较中性, 1-5 分评价平均分为 3 分, 其中一半被访人员选择了 3 分, 而没有人选择 5 分也体现大家对大数据的应用有更大的期待。

图 4.4.2 银行已经带来可见商业价值



图 4.4.3 数据在银行已经发挥作用评价



4.4.2 银行业务部门与大数据部门合作

1) 合作方式

调研结果显示业务部门与大数据部门合作方式上以大数据部门提供工具、业务部门自己分析和大数据部门提供最终分析结果两种形式并存为主，占 62.5%。合作沟通上七成业务部门会有专人与大数据部门进行对接。

银行业务部门与大数据部门合作方式



银行业务部门专人与大数据部门对接



2) 合作中的问题

业务部门在与大数据部门合作中培训不到位和大数据部门对业务不了解是最大的两个问题。其中有一半以上被访者认为培训一般，三成以上被访者表示培训不怎么到位或完全没有培训；大数据在支持银行内部业务时，在一定程度上是释放业务能力，提供简单有效的工具，模式都对业务人员处理业务帮助很大，所以怎样提供“有用”的支持是业务部门和大数据部门在大数据使用上沟通的关键。

图行业务部门与大数据部门合作存在问题



图行大数据部门对业务部门提供培训



4.4.3 银行业务部门参与供应商选择的情况

调研结果显示在大数据供应商选择上仅有 18.8%的业务部门人员表示确定参与,25.0%业务部门人员表示不参与,另外还有 56.3%人员表示不一定。

业务部门人员主要在提出需求、供应商审评等环节参与供应商选择,其中八成以上会参与提出需求。而参与的主要工作内容在数据模型建设(75.0%)、数据分析和挖掘(62.5%)、数据采集(62.5%)等方面。



业务部门参与银行大数据应用程度分布



银行业务部门参与的大数据应用工作内容



4.4.4 银行业务部门对大数据应用态度

业务部门人员对大数据应用未来发展保持非常乐观的态度,九成以上被访人员表示数据给企业带来的价值未来会越来越大,而在谈及银行对发展大数据的态度时八成以上被访人员表示所属银行会继续加大投入,大力发展大数据应用。

數據給銀行帶來的價值來源趨勢



- 數據分析
- 數據應用
- 數據存儲

銀行對數據大數據的用途



- 數據分析與應用
- 數據存儲
- 數據備份

5 金融大数据业务发展展望

5.1 金融企业大数据需求展望

5.1.1 银行业大数据应用趋势

银行是金融行业中内部数据维度最丰富的机构,同时已具备较完善的大数据基础设施和独立技术能力,目前,大数据应用已进入数据打通和业务整合层面,内部大数据平台和行业数据平台的建立将是一段时间内的主要需求趋势。由个性化、单点对接的大数据服务,发展到模块化、平台对接的服务,提高大数据应用效率,推动大数据渗透实际业务。



5.1.2 保险业大数据应用趋势

保险业大数据应用的发展趋势从险种分类上有所区别。财险方面保险公司的内部数据将与涉及消费者资产情况的外部数据(如房地产数据、车辆情况数据等)进行打通,一方面可以针对消费者提供个性化服务,如在车险上推出的移动视频查勘,保险公司理赔外勤人员与公司后台服务人员进行全程视频联通,对车辆出险损失情况,快速、合理确定,另一方面可以在形成更完整的消费者画像后挖掘新的商业机会,进行新险种设计。

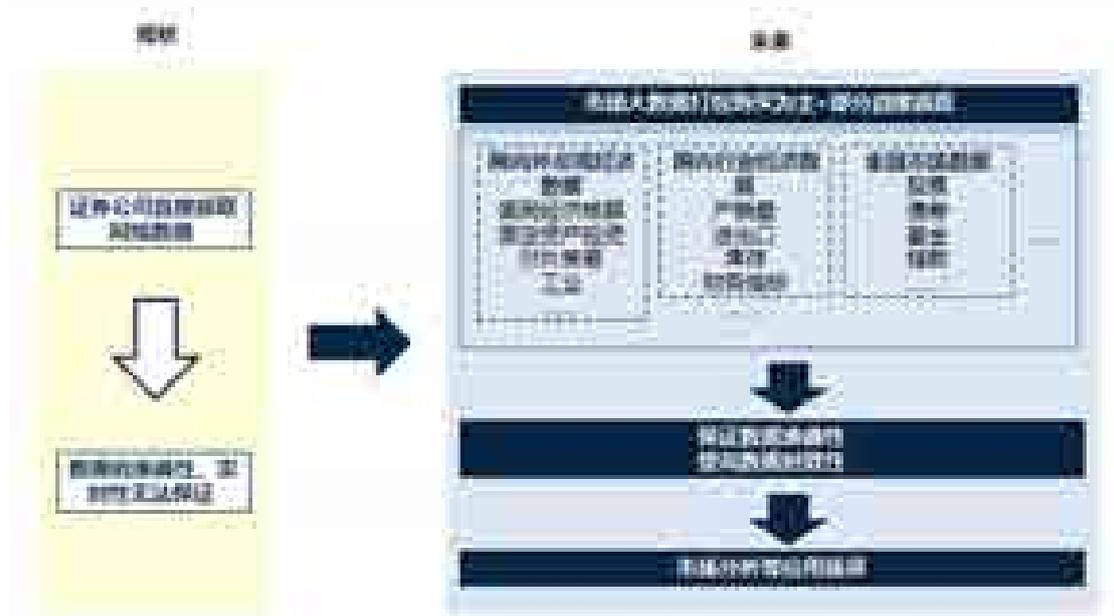
寿险方面保险公司的内部数据与医院等医疗机构数据、社保数据进行打通,从而提高业务流程(核保、理赔等环节)上的准确性和提升效率,还可以在增加特色增值服务增加消费者的粘性,如医健服务一条龙、针对高净值消费者需求的高效且高质的医疗服务、舒适的就医

环境提供服务，针对长期异地或海外消费者提供的服务等。



5.1.3 证券业大数据应用趋势

证券行业的大数据需求展望将主要体现在外部行业数据的打包购买上。目前针对行业大数据的主要工作为证券公司直接网络抓取数据，数据的准确性及时效性无法保证，未来将更多采用直接购买外部数据，补充了证券公司数据维度，并且解决数据准确性及时效性的问题，支撑市场观察、产品分析等应用方向。



5.2 金融大数据服务行业发展前景展望

金融数据第三方服务商发展趋势

- ①**通过数据合作加强数据广度**：通过供应商之间数据交换及共享，数据产业联盟的方式加强供应商间合作，单一供应商提供更丰富的数据，解决现有供应商数据维度单一的问题。
- ②**通过提升解决方案提高服务深度**：通过提供解决方案的数据处理能力与应用场景加深第三方服务深度。



样本说明：本次调研中银行业大数据需求分析的数据来源，主要采集样本，覆盖国有银行和 12 家股份制银行以及部分发达地区商业银行。

版权声明：本报告所有文字、图片、表格内容未经慧辰资讯、数据猿书面授权许可，任何组织和个人不得用于其他商业目的。



BeagleData

天云大数据

天云数据智能科技(北京)有限公司

公司简介 Company Introduction

天云大数据早期由国际一线科技巨头投资组建于孵化，国内唯一能够同时提供分布式计算平台产品和 AI 平台基础设施的科技厂商，拥有博士级工程师和国家级高新企业称号，并于 2016 年进入中关村高新技术企业重点计划。

公司在分布式计算领域有自主产品，填补了国内事务性数据空白，并在多个大型银行核心交易系统部署验证，在人工智能方向领先于 BAT 发布了分布式 AI 平台，于 2018 年在大型银行创新行落地。该平台与科大讯飞一起获得了北京 ZDnet 评选的十大 AI 智能平台奖项。

凭借分布式 AI 能力，天云自 2016 年开始为金融机构提供数据智能接入应用风控数据等金融业务领域，为人行光大兴业银联等提供信用业务相关计算与数据科学模型，由此获得国际一线机构 KPMG 颁发的中国 Fintech50 强，亚太 Anset 财经评选的 TripleA 金融科技领先奖，财经的 Fintech10 年度科技力量奖，与蚂蚁金服等金融领军企业并列的年度金融科技企业。

- 入选 KPMG Fintech 50 强
- 入选中关村首批科技领军企业
- 连续并加入“中关村大数据联盟”
- 入选上海市最受 Fintech 影响力 TOP30 企业
- 被中央网信办网信报连续授予“平安创新典范”
- 天云大数据荣获中国大数据应用最佳实践案例奖
- Maxim AI 平台入选 ZDnet 评选的十大人工智能平台
- 被业界统计师评为“国家统计大数据最佳合作平台企业”
- 被 GigaOM 分析师评为“改变中国云计算的七家创新公司之一”
- 荣获亚太 The Triple A Digital Awards 2016 Fintech of the Year



方案简介

Project Introduction

金融反欺诈分析

Maxim AI 分布式人工智能平台 - 轻 AI) 的老旧算法民主化



信贷欺诈是一个主要的银行风险来源。尽管银行反欺诈的情势复杂多变，但对传统银行来说，以往采用的单一传统的反欺诈手段，无论在效率、有效性、全面性以及成本上都给银行的创利，尤其随着互联网金融的兴起，互联网金融的增多，且增加了银行的风险防控的难度。

本方案从银行反欺诈的痛点着手，通过机器收集了大量异构、多样化的数据，包括与交叉验证数据主体和传统的征信以及第三方征信来源的真实性，通过对数据的采集和分析，再通过机器学习及神经网络等创新的算法技术，对数据进行深度挖掘，发现欺诈者的隐蔽的蛛丝马迹，分析其数据的异常点和可疑点，从而识别欺诈行为，加上与传统风控规则配合使用，大幅提升银行反欺诈的风险识别力。

企业关系图谱查询

BDCN 复杂网络引擎 - 预测不仅基于昨天，更在当下

企业客户关系图谱查询及分析是当下金融机构进行风险管控非常有效的分析手段。本方案结合工商、法院等第三方数据以及金融机构内部业务数据，通过大数据技术平台识别出企业之间、自然人之间、企业与自然人之间的投资、担保、家族、涉诉等关联关系，加以融合并在分布式网络引擎 (BDCN) 中构建庞大复杂的关系数据。利用图论技术计算并挖掘出企业之间各种潜在关联关系，从而帮助风控人员快速有效识别企业风险，以及为债权人提供诉讼证据链条等业务的辅助有效支撑。



中国领先的 大数据智能解决方案服务商

百分点集团是中国领先的大数据智能解决方案服务商，专注于大数据底层技术平台以及场景化智能解决方案的搭建。目前，已为近2,000家企业提供大数据服务，客户涵盖媒体出版、制造、政府、金融、汽车、零售、快消、电商等行业的龙头企业，帮助企业高效、便捷地进行数据资产管理与价值实现。

2000+客户的认可 >>>

媒体出版



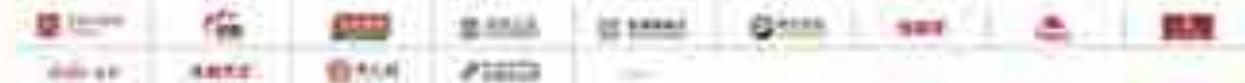
制造业



IT互联网



零售消费品



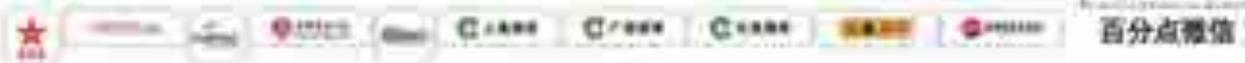
政府机构



金融保险



其他



百分点微信

科技金融 智能决策

高昂的获客成本，每一个注册都是沉甸甸的脚印？

用户对服务差，一丁点不爽，导致坏账流失？

环境变化无常，风控策略搞砸全？

行业同质化严重，除了高收益还有什么能吸引用户？

诸葛io金融解决方案

- 1 通过基于用户行为数据+用户属性数据进行有效的数据分析，帮助金融机构客户提高推广效率，针对高转化率高留存率的优质渠道，减少无效投放。
- 2 deepink 技术，全流程追踪，掌握转化元断点，精准用户路径，优化运营转化流程，让用户进入产品后的每一步，都比上一步更舒服。
- 3 实时反哺的用户行为数据，让风控更精准；打通多系统协作，客户服务支持更有力。

他们都在用：

美团金融

人人贷

Weecash 唯信理财

钱鼎金融

钱用钱包

人人贷

零贷宝

人人贷

🔍 <https://zhugeio.com/>

☎ 40080-94843



扫码关注 智能决策

专注线下大数据, 连接消费者与场景

关于 ZMT 众盟

ZMT 众盟是中小企业大数据精准营销服务平台, 依托智能硬件与大数据, 汇集海量移动媒体资源, 为企业提供移动互联网精准营销与大数据挖掘服务, 解决方案覆盖金融、汽车、房产在内的数十个垂直领域, 获得市场高度认可。

公司成立之初即获得互联网大佬级天使投资, 2016 年, 在短短 3 个月内, 连续获得由九鼎投资、海子金融联合投资的 A 轮融资, 以及复星国际博美、九鼎投资跟投的 A+ 轮融资, 同年 12 月, 又获得了由 IDG 资本、鼎坤资本跟投, 盛景网联跟投的亿元 B 轮融资, 惜本寒冬, ZMT 众盟逆势猛进, 一年完成 3 轮融资, 估值连翻 3 倍。

ZMT 众盟拥有庞大的线下数据库系统, 包括 8 亿+ 独立移动设备线下数据, 100 万+ 数据热点, 50 万+ 全国合作商户, 1000+ 人群画像标签, 覆盖 300 多个城市, 以线下数据为核心, 打通线上数据, 为中小企业在移动端广告中提供精准用户投放及更丰富的大数据应用。

ZMT 众盟线下大数据助力金融行业打造营销闭环



ZMT 众盟已服务数千家客户



超200家金融业客户已落地的数据分析方案

面向决策层：实时数据看板展示，多种决策分析模型构建。

面向业务层：数据钻取、多维分析、数据推送等数据应用。

面向科技信息部门：自助报表、手工报表生成与分发、数据中间库等。

面向数据层：数据治理与清洗，数据质量稽核，数据血缘追溯。

面向移动端：数据报表移动端推送与推送与推送，数据推送与推送。

帆软产品支撑体系

FineReport

面向决策层、面向业务层的数据分析工具，支持手机端数据报表推送与推送与推送。

FineBI

面向决策层、面向业务层的数据分析工具，支持手机端数据报表推送与推送与推送。

FineMobile

面向数据治理与清洗、数据质量稽核、数据血缘追溯。

可视化数据大屏

面向决策层、面向业务层的数据分析工具，支持手机端数据报表推送与推送与推送。

他们都在用



一站式实时接入多数据源

5分钟 零开发 打通数据孤岛



(数据源: MySQL/Oracle/PostgreSQL/其他DB)

我们的服务

10min 在线演示及部署!

数据集成、数据清洗、数据同步、数据监控、数据治理



极速

5分钟完成实时同步集成，数据实时同步到目标系统。



方便

操作傻瓜化数据源选择、数据源配置、数据同步任务、数据清洗任务、数据同步任务、数据同步任务。



安全

100%数据加密传输、数据安全审计、数据安全审计。

产品使用流程



新建数据任务

1. 选择数据源和数据源连接信息。



设置清洗规则

2. 设置数据清洗规则，如数据清洗。



激活任务

3. 激活任务，一键启动任务，实时监控任务运行。



监控

4. 实时监控任务运行，实时监控任务运行。



1



数据融合 Data Fusion

HCR—新三板大数据商业应用领先企业!

股票代码: 833309

大数据与小数据有效结合的洞察研究

2

每年服务400+项目，覆盖500强客户近1000家，大数据助力企业决策，洞悉业内经济!



小数据
洞察

大数据
分析

利用大数据帮助客户发现数据规律

小数据
挖掘

大数据
融合
分析



数据应用 Data Applications





数据驱动金融升级，终止价值洼地探寻再研报告



地址：北京100026
邮编：100026

