

2021-2022中国金融数字化“新”洞察行业研究报告

守正创新，砥砺前行

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, March 2022

前言

- ◆ 2020年，全球数字经济规模达到32.6万亿美元，其中中国数字经济规模达到**5.4万亿美元（39.2万亿元）**，雄踞**世界第二**。此外在疫情冲击和全球经济下行的叠加影响下，中国数字经济2020年依然保持**9.7%**的高位增长，是当年GDP名义增速的3.2倍多，成为稳定经济增长的关键动力。
- ◆ 聚焦到金融行业，中国人民银行于2021年12月印发《金融科技发展规划（2022-2025年）》，规划中提到当前的重点任务在于全面塑造金融数字化能力，强化数字思维、培育数字文化，提升全员数字素养，将**以数连接、由数驱动、用数重塑**的数字理念深度融入企业价值观，建立技术从“支撑使能”向“价值赋能”变革的数字化认知，增强对数字化趋势的洞察力和适应力。
- ◆ 金融行业本身是信息科技运用的前沿行业，也是中国**信息基础设施最完善、数据资源最丰富**的行业之一，拥有开展大数据分析等新技术应用的基础资源，推动数字化转型的良好条件。因此，推动金融数字化转型被视为发展数字经济、推动新旧动能转换的**排头兵、试验田**。
- ◆ 在金融数字化发展进程中，伴随着数据应用深度、广度的不断推进，亿欧智库观察到大量**技术层（隐私技术、云原生）、业务层（数字营销、数字风控）**以及**服务层（数字钱包、先买后付）**的“新”变化在市场上涌现出来，并受到广泛关注。
- ◆ 该份行业研究报告将从这些金融数字化“新”洞察方面入手，探究其在数字化大潮中的**表现特性、应用效果、发展难点及未来趋势**。

目录

CONTENTS

一. 金融数字化概念界定及现状

二. 金融数字化生态“新”变化

1. 技术层“新”变化

- I. 隐私计算
- II. 云原生

2. 业务层“新”变化

- I. 数字营销
- II. 数字风控

3. 服务层“新”变化

- I. 数字钱包
- II. 先买后付

三. 金融数字化未来挑战及趋势

1. 未来挑战

- I. 数据治理是金融数字化价值发挥的底层支撑与关键一步
- II. 作为保障金融发展进程平稳有序推进的核心支撑，数字化、复合型人才引进及培养现存在巨大缺口
- III. 金融数字化新业态带来的是各类风险管理诉求的提升，合规性管理的重要性不言而喻
- IV. 金融流量红利消退，内卷竞争此长彼消；场景化、内容化的精细营销既是金融机构破局机遇，也是大浪淘沙般的艰巨挑战

2. 趋势

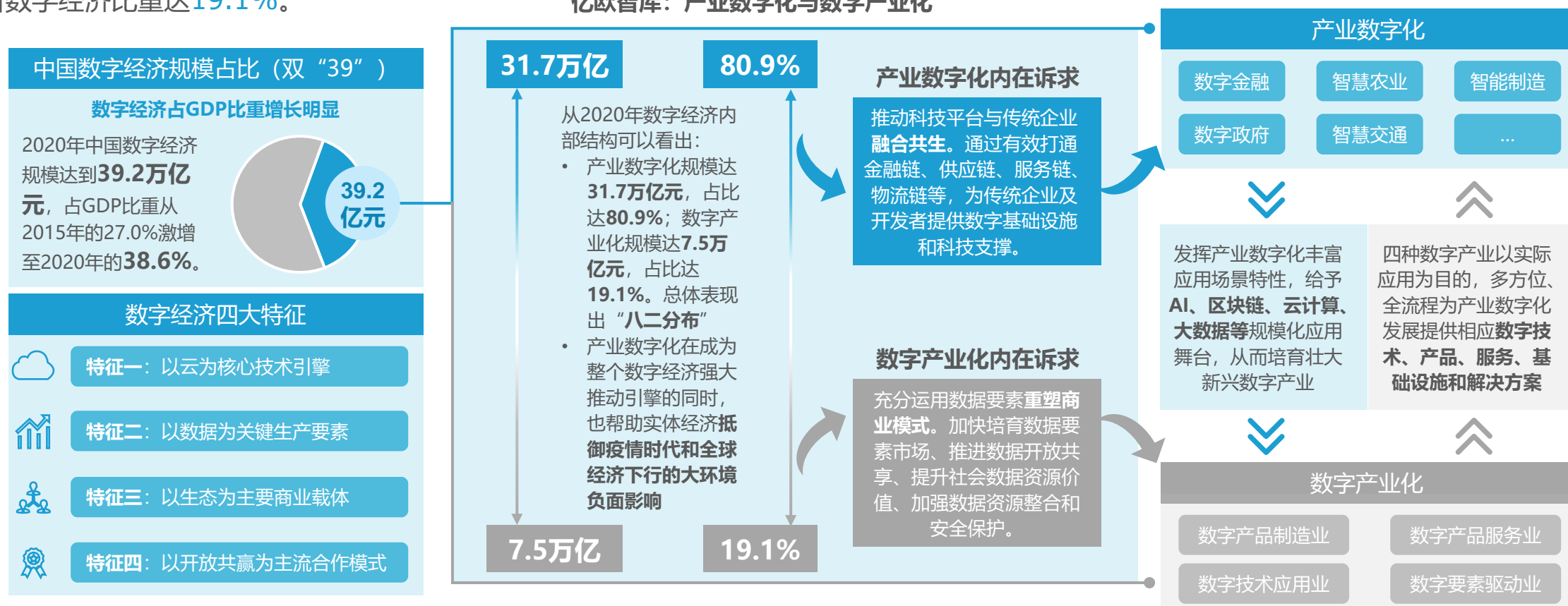
- I. 主流技术发展路径明晰，技术不在于其优越性，而在于其应用性
- II. 场景拓宽及创新决定数字人民币在推动普惠金融与填补数字鸿沟中的应用价值
- III. 数字化加速金融机构的梯队及差异性分化
- IV. 金融数字化能力将进一步向全行业渗透，来自资金、技术、人才、业务等多方面赋能将是数字化发展到一定阶段的必然成果
- V. 大国崛起正当时，数字化帮助中国走向金融强国，未来将深度参与标准制定

金融数字化概念界定及现状

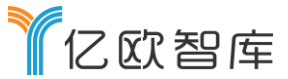
中国数字经济引领深度变革，2020年规模达39.2万亿元，占GDP比重为38.6%，呈现双“39”态势；同时数字经济内部结构成“八二”分布

- ◆ 从农业经济、工业经济一路走来，数字经济现已成为拉动当前社会发展的重要引擎，数字化转型正在驱动生产方式、生活方式和治理方式发生深刻变革，对世界经济、政治和科技格局产生深远影响。
- ◆ 中国数字经济规模占比呈现双“39”态势。2020年中国数字经济规模达到**39.2万亿元**，相较2019年增加3.3万亿元，占GDP比重为**38.6%**，同比提升2.4个百分点。
- ◆ 数字经济内部结构“八二”分布。2020年中国产业数字化规模达到**31.7万亿元**，占数字经济比重达**80.9%**；数字产业化规模达到**7.5万亿元**，占数字经济比重达**19.1%**。

亿欧智库：产业数字化与数字产业化



金融数字化转型是发展数字经济、推动新旧动能转换的重要内容；“5+6+4+N”的转型理念一定在未来3-4年内得到验证



- ◆ 产业数字化涉及行业极广，包括**数字金融**、智慧农业、智能制造、数字政府等。其中**金融业**作为信息科技运用的前沿行业，积极拥抱**AI、区块链、云计算、大数据、隐私计算**等数字技术，打造完备的智能服务体系，在广度及深度方面都给予用户体验大幅度提升。
- ◆ 亿欧智库认为“**金融数字化**”，是指在以上数字技术支撑和引领下，以**数据**为关键要素，以**价值释放**为核心，以**数据赋能**为主线，对金融产业链上下游的**全要素数字化升级、转型和再造**的过程，进而完成**服务实体经济**的使命。
- ◆ 围绕金融数字化核心价值、创新方向、预期成果等，亿欧智库整理出“**5+6+4+N**”的金融数字化转型理念，该理念或将在未来3-4年内在以银行、保险、证券、消费金融公司等为代表的各类金融机构数字化进程中得到验证与实现。

亿欧智库：“5+6+4+N”的金融数字化转型理念

金融数字化5大核心价值	金融数字化6大创新方向	金融数字化4大预期成果	金融数字化N个技术
<ol style="list-style-type: none"> 金融数字化中，风险控制作为关键考虑因素重要性进一步提升。一切变革的起始点都将是符合风控监管要求为标准，不再随性而变。 金融数字化可以实现业务流程自动化，对于金融行业存在的大量信息录入、核检、提交等简单重复性工作，进行数字技术辅助、替代人工劳动。 金融数字化可以解决信息不对称问题，弥合数据信息差，这会对客户量大、数据复杂、精准度要求高的金融业产生巨大价值。 金融数字化可以面对客户千人千面的需求，构建普惠金融，提供定制化个性化服务与方案，全新赋能数字普惠新发展模式。 金融数字化的未来期望与核心目标是服务政府改革、服务产业升级、服务民生改善。 	<ul style="list-style-type: none"> 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》指出，要健全具有高度适应性、竞争力、普惠性的现代金融体系，有序推进金融创新，稳妥发展金融科技，加快金融机构数字化转型。 这意味着金融业的科技创新与数字化建设将迈入多领域、深层次探索与实践的新阶段。 金融数字化新阶段发展将使得各类金融机构实现内核重塑，从而成为“数字化原生企业”，最终获得并持续加强数字化竞争优势。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 45%;">1 决策模式创新</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 45%;">2 业务流程创新</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 45%;">3 产品服务创新</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 45%;">4 用户体验创新</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 45%;">5 盈利模式创新</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 45%;">6 工作资源创新</div> </div>	<ol style="list-style-type: none"> 业务场景化实现体验创新。以用户流程为中心进行全渠道整合，通过AI、大数据、隐私计算等技术，将用户客群细分，建立精准画像，从用户体验出发重构业务流程、实现业务创新。 能力开发互联实现生态创新。金融生态服务平台的建立，将金融服务融入用户生活场景，以更开放的形式提供数字化便利。 金融与科技融合实现组织创新。传统金融业务将更基础、更核心，科技属性将成为大量金融机构亟待争取的核心竞争力，成熟优秀的金融机构未来将成长为围绕金融主业的综合性科技公司。 架构演进与升级实现科技能力创新。金融数字化转型过程中，将涉及大量围绕促进业务架构与技术架构融合的演进与升级，从而实现从“信息支撑业务”到“信息驱动业务” 	<p style="text-align: center;">N个技术</p> <p>金融数字化涉及的技术具有更新迭代快、跨界、混合业务等特性。</p> <p>除了近几年提到较多的ABCD技术外，类似隐私技术、云原生、中台技术等也不断在市场涌现并迅速成长。</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">AI</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">区块链</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">云计算</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">大数据</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">隐私计算</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">中台技术</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">云原生</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">NLP</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">IoT</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">知识图谱</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">OCR</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #0070c0; color: white; width: 30%;">...</div> </div>

疫情加速金融数字化建设，数字化被看作金融业应对后疫情时代的“最佳疫苗”； 对症下药，才是数字化彻底融入到金融的标志

- ◆ 受2020、2021年新冠疫情影响，中国金融业面临来自宏观经济与金融市场的深刻变化。在抵御疫情负面影响、保证同业间差异化竞争等压力下，金融业数字化转型呈现出不断加速的趋势，并逐渐走向应用深水区。
- ◆ 以营销、运营、风控、客服等为核心组成的金融机构业务全流程中，数字化技术应用已经实现稳定、全面、高效覆盖；并基于AI、大数据、云计算、隐私计算等技术，形成一套金融数字化技术应用新生态。

亿欧智库：疫情下金融数字化转型全景图



疫情对金融数字化核心业务环节的影响

数字营销

- 后疫情时代给金融业线下展业带来的影响存在较长持续性。类似信用卡地推、寿险线下代理人展业等业务，短期内将受疫情制约情况较为严重。
- 疫情加深人们对移动互联网的依赖，使得线上化、数字化的产品营销效果更优秀。

数字运营

- 疫情带给金融业的思考和数字化进程的催化，都使得数据互通的重要性提升。隐私计算、中台技术以及多维数据接口等，在未来也将为金融业数据使用发热赋能。

数字风控

- 以银行业为例，疫情的影响从系统性风险、流动性风险、信用风险等角度给银行带来较大不确定性。提升数据使用价值，实现“风险先知、先觉、先行”是数字风控当下最紧要的任务。

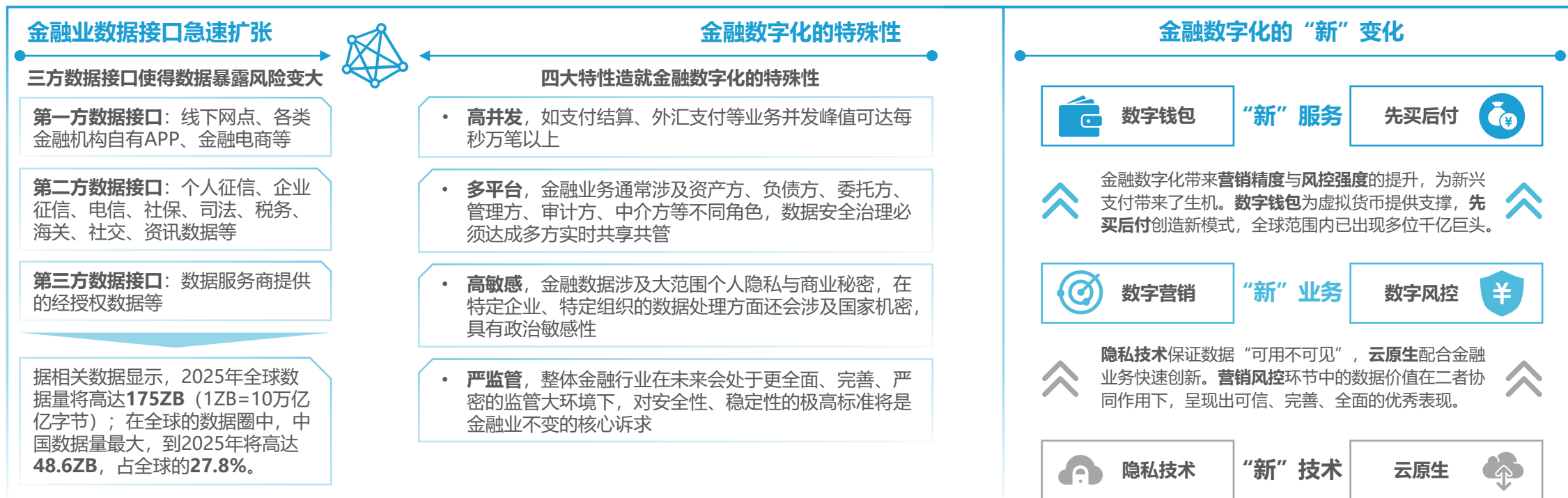
数字客服

- 客服作为最接近渠道业务且交易频次极高的环节，数字化程度较高。后疫情时代对人工客服的需求下降，加之元宇宙、虚拟人的热度，AI数字客服、数字虚拟人等新概念、新产品目前也正在试点和小范围布局。

金融数字化高速发展带来的是对数据安全治理更高的要求，数据价值的发挥进一步催生出技术层、业务层与服务层的“新”变化，新场景新业态一飞冲天

- ◆ 金融数字化从业务角度出发，存在高并发、多平台、高敏感、严监管的特性；数字化技术的高速迭代，使得数据重要性得到进一步体现，几何级速率递增的数据量和扇面扩展的数据应用，为金融数字化中数据安全治理带来更高的要求。
- ◆ 市场对于数据价值的认知更加全面与清晰，金融业数据接口也越发丰富多彩。在加大发挥数据价值的同时，也使得数据暴露风险变大。
- ◆ 数据价值的发挥，引领着金融数字化催生出技术层、业务层与服务层的多种“新”变化，极大程度上丰富金融场景、扩展金融业态。

亿欧智库：数据价值与金融数字化“新”变化



金融数字化生态“新”变化

服务层“新”变化

数字钱包



先买后付



业务层“新”变化

数字营销



数字风控



技术层“新”变化

隐私计算



云原生



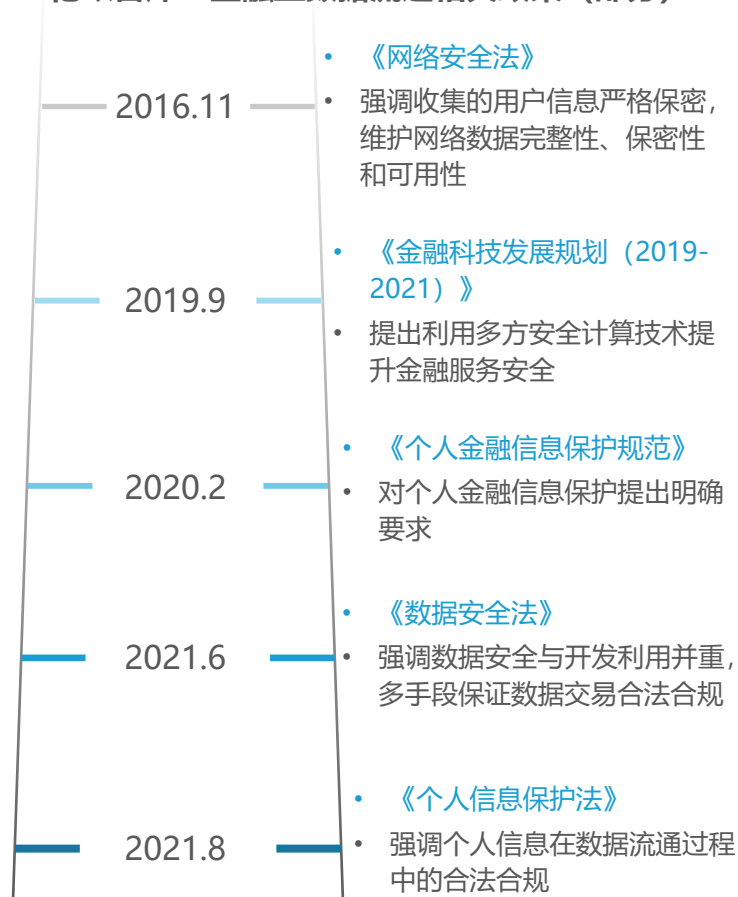
技术层：隐私计算，为数据流通“可用不可见”提供想象空间

- ◆ 隐私计算，以多方安全计算、联邦学习、可信执行环境等为代表，为数据流通环节中数据的“可用不可见”提供解决方案与想象空间。
- ◆ 金融业通过应用AI、大数据等技术，其基础设施经历了深刻且有效的数字化升级改造，为应用隐私计算提供良好发展基石。同时由于数字资产是金融数字化建设的核心要素，而隐私计算是在保护数据拥有者权益安全及个人隐私的前提下，实现数据流程及价值深度挖掘的重要方法，在天然特性方面与金融业形成明显契合。因此，金融业是当下隐私计算技术应用落地最为活跃的行业。

亿欧智库：金融业隐私计算应用架构图



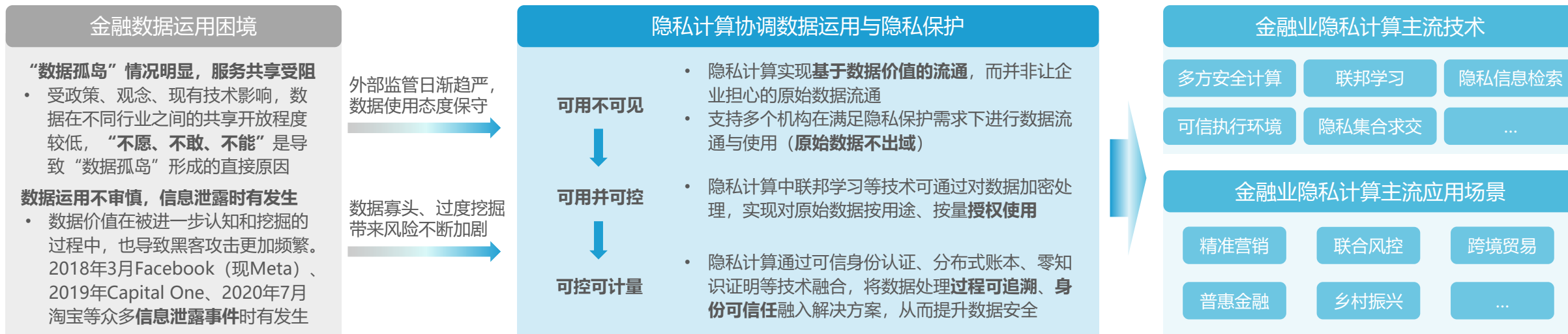
亿欧智库：金融业数据流通相关政策（部分）



深化精准营销精度、提高联合风控强度是金融业隐私计算两大主要作用

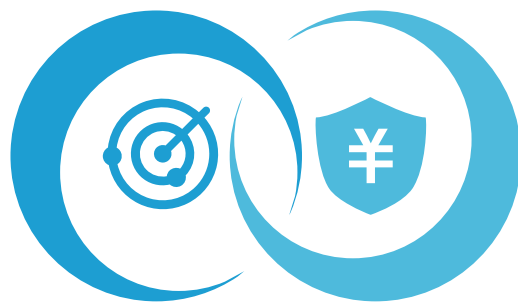
- ◆ 金融业作为强监管行业，一方面各类金融机构数据人员对于数据共享持保守态度；另一方面数据运用一旦不合规，其后果影响辐射范围极大。
- ◆ 隐私计算在数据运用与隐私保护之间承担了从“可用不可见”到“可控可计量”的关键作用；类似多方安全计算等主流技术将从**精准营销**、**联合风控**、普惠金融、跨境贸易等方面进行金融多业态数据护航。

亿欧智库：金融业隐私计算落地联合风控&精准营销



精准营销

- **主要痛点**
 - 金融机构数据特征单一，**不足以完整刻画用户画像**
 - 监管及数据隐私需求，使得数据的对外传播、多方数据融合成为问题
- **核心目标**
 - “**获客**” “**活客**” 同步推进
 - 提升金融服务推荐的**精准度**
 - 降低营销成本、提升用户满意度
- **隐私计算关键技术应用效果**
 - 对金融机构历史营销客户进行联合建模，极大程度**丰富模型维度**
 - 隐私集合求交使得多方都能挖掘高潜在客户名单，**提高获客精度**
 - 隐私计算使得数据共享和计算过程中参与的合作方无法获知相关用户的营销筛选结果，形成**全闭环**的营销识别方式



联合风控

- **主要痛点**
 - 过往风控以金融机构自身数据为主要依据，**数据量不足、覆盖面较少**
 - 人工授信压力大、成本高，同时依旧无法抵挡**多头借贷**等问题
- **核心目标**
 - 有效挖掘**多方数据**价值
 - 形成多个行业的**联防联控**机制
 - 提升借贷服务处理效率与**风控强度**
- **隐私计算关键技术应用效果**
 - 实现金融数据与其他行业（政府、医院、消费等）数据的**加密互通**
 - 利用多方安全计算平台，持续推进数字风控场景**联合建模**方案
 - 解决金融机构过度依赖历史数据、维度少、同质化严重等情况
 - 隐私信息检索满足查询机构与数据提供方**互盲特性**

- ◆ “求木之长者，必固其根本；欲流之远者，必浚其泉源。” 隐私计算的金融业应用并不应该依赖感性的理念与期望，当下市场面临平台间互通困难、合规评估体系缺乏等关键问题亟待解决。只有当数据价值的应用环境更加可信、完善、全面，金融业高隐私性、高稳定性等特质实现满足后，客户对隐私计算的技术应用才能真正实现“以技术驱动业务增长”的美好愿景。

隐私计算当前挑战

技术接受度尚需提高，市场教育必不可少

隐私计算技术分支较多、流派繁杂，适用场景与评价体系因此存在差异性。对于要求高稳定性的金融业，数据人员面对隐私计算的技术门槛和试错成本会产生相应的迟疑心理

隐私技术性能存在现实性问题，攻坚是长期任务

性能和效率是隐私计算面临的主要矛盾，目前其与明文计算相比有1到2个数量级的差距。隐私保护程度、计算信任度、计算效率形成的隐私计算不可能三角如何优化，将会是推动未来长期攻坚的根本原因

数据授权不明晰，真假隐私计算难以分辨

明文计算的数据授权已然明晰，但针对隐私计算这类匿名化技术的个人主体授权并未有相关指引性文件。同时名义上采用隐私计算，实则是明文计算的现象，将对整个数据生态造成信任度与健康程度的巨大打击

从“孤岛”到“群岛”，平台间互通成最大阻碍

不同隐私计算算法的差异性导致平台间难以互通，“数据孤岛”问题解决的同时，“数据群岛”现象应运而生。金融业零星探索的大环境，使得总体呈现出小范围、区域性、团体型数据抱团，并不有利于平台间互通共荣

综合性合规评估体系缺乏，全面监管方可实现技术无罪

在缺少评估体系的当下，原始数据处理、隐私计算技术应用、业务应用等方面的合规性都无法保证。隐私计算如果被应用于非法业务，造成损失不可估量

隐私计算未来推广策略参考

“黑盒”效应亟需破解，客户理解成本决定隐私技术接受程度

隐私计算涉及多种技术算法、平台产品、专有名词，导致技术原理、解决方案等无法通俗解释并与客户形成高度同步。对于稳态为主导的金融业，化繁为简，填平“黑盒”效应才是提升隐私计算接受程度的关键所在

不可能三角面对金融业更高诉求，始于金融且终于金融或是实践路径

金融应用由于其高隐私性、高实时性、高合规性、高稳定性等特征，对于之前提到的隐私计算不可能三角提出深层诉求。隐私计算在进行全行业布局的同时，应通过应用深度及广度的逐步建立，最终达成金融业的更高诉求，所谓始于金融、亦终于金融

《数安》《个保》紧抓金融信息安全，隐私计算合规应用是近期重点

2021年，《数据安全法》及《个人信息保护法》再一次对金融业客户个人信息安全及数据流通安全进行强调。隐私计算由于其新兴属性，数据收集、治理、采用依旧处于不明晰阶段；同时多方数据融合计算的风险隐患将更加复杂隐蔽，这对全流程数据监管提出了更高要求

互联互通需要阶段性推进，“产-研-用-规-管”五方联动，协同助力跨平台发展

隐私计算未来服务的一定是跨层级、跨机构、跨区域的立体数据流通网，因此互联互通是关键特性。同时当前隐私计算的数据价值链、框架、输出产品均未实现标准化，在与现实场景的应用验证过程中，行业内或将出现更多以互联互通为核心思路的应用尝试，同时“产-研-用-规-管”的协同发展也将不断成熟

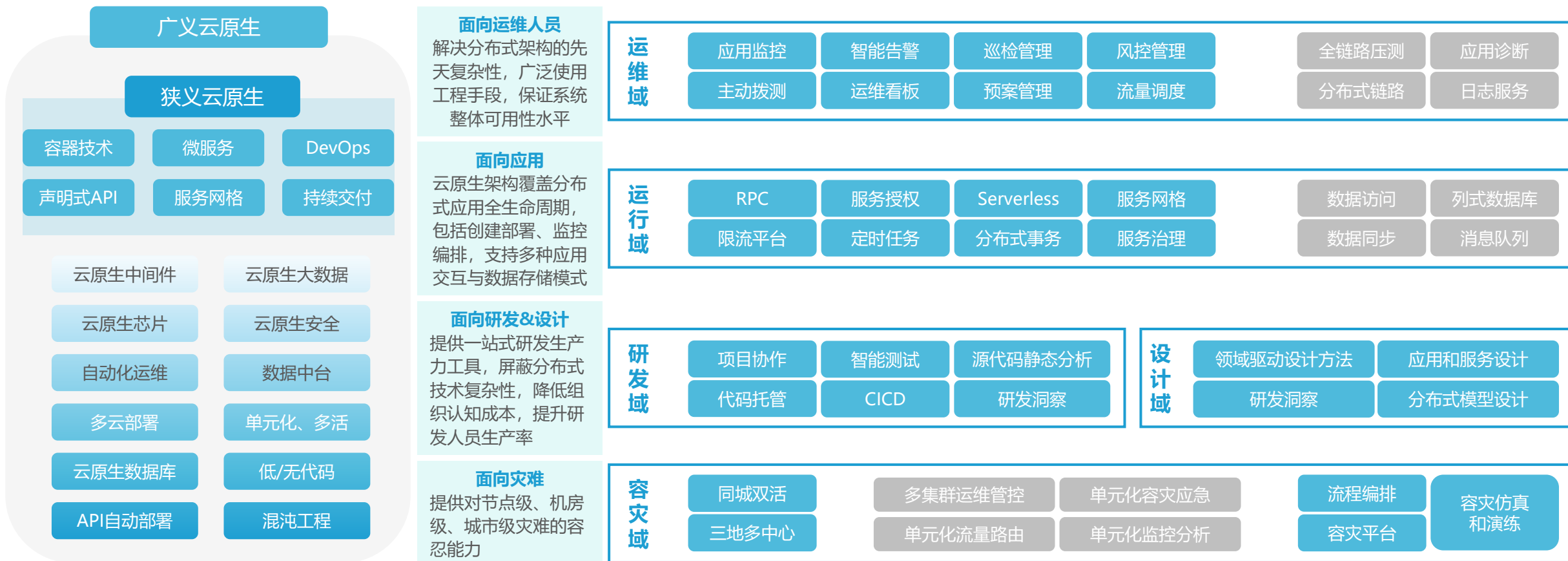
隐私计算合规评估体系决定未来应用走向

隐私计算蓬勃发展的同时，进一步明确隐私计算的法律边界、构建完善产品标准及评估体系势在必行，依法合规的数据要素融合运用将对未来应用走向形成指导性意见

技术层：云原生，五大能力领域为金融数字化提供架构保障

- ◆ **云原生**，究其赋予金融数字化的根本意义，是在于规范“用云”的架构模式、技术标准，在数据及算力地位不断提升的当下，使得云计算变为“水电煤”的关键所在。同时由于金融业对应用的敏捷性、弹性及韧性提出了更高需求，狭义云原生定义逐渐被广义所代替。
- ◆ **广义云原生**包含了中间件、大数据、数据库、安全、芯片等泛云原生架构、技术、产品等。广义云原生为金融数字化提供来自**灾备域、研发域、设计域、运行域、运维域**五大能力领域的架构保障与创新升级。

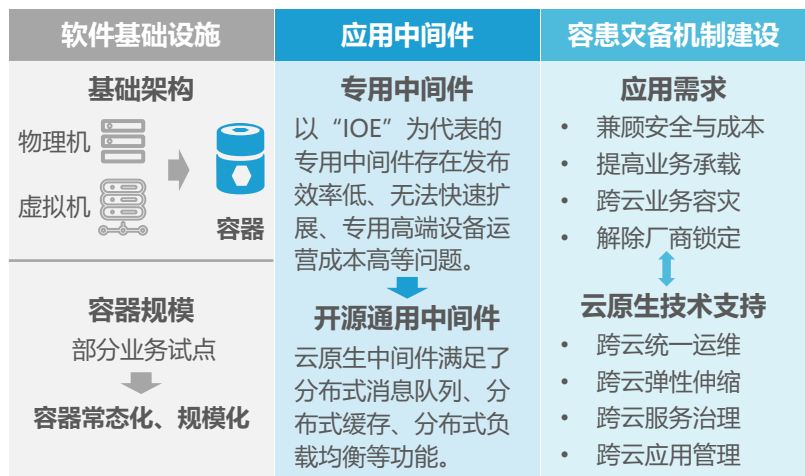
亿欧智库：云原生五大能力领域助力金融业架构保障与创新升级



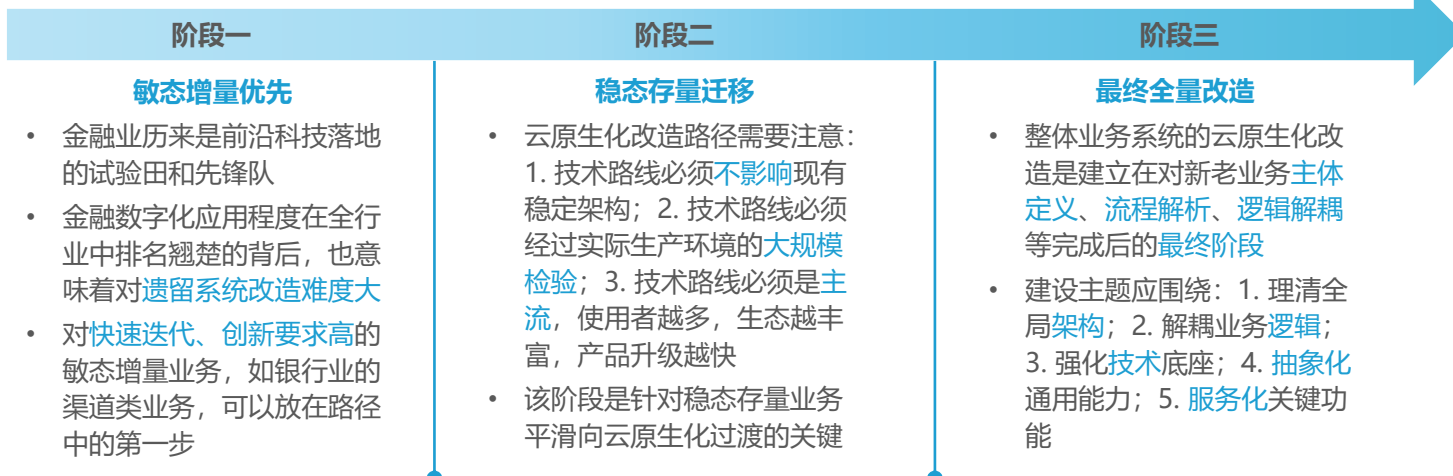
金融业云原生改造需求并非一蹴而就，如何用好这颗“银弹”才是关键

- ◆ 云原生技术体系贯穿金融业软件基础设施、应用中间件以及容灾灾备机制建设，是满足金融业快速交付、高效迭代与弹性扩容的“银弹”。
- ◆ 由于金融业对于安全性、稳定性的极高要求，云原生改造过程中合规性、连续性和功能完整性是其主要考虑。
- ◆ 从整体金融数字化进程出发，亿欧智库认为云原生改造总体遵循“敏态增量优先、稳态存量迁移、最终全量改造”的“三步走”路径。

亿欧智库：金融业云原生影响范围



亿欧智库：金融业云原生改造“三步走”路径



合规性考虑

- 信息系统安全的合规要求，如公安部等保、金融行业安全等保等
- 国际对于数据安全、业务连续性等的标准与认证要求，如PCI-DSS认证、SOC1/SOC2、ISO 22301等
- 金融行业对于业务高可用的要求
- 金融行业应用对于资源隔离的要求

连续性考虑

- 新老业务系统的交替，一直以来都是对金融业云原生改造的巨大挑战
- 对于新业务系统，投产前需要进行演练以及故障问题的预案机制
- 对于老业务系统，投产前需要提供灰度方案、回退方案、交易质量的验证方案等

功能完整性考虑

- 微服务架构能力
- 端到端敏捷交付能力
- 极致的弹性能力
- 服务自治/故障自愈能力
- 大规模可复制能力
- 可观测运维能力

“

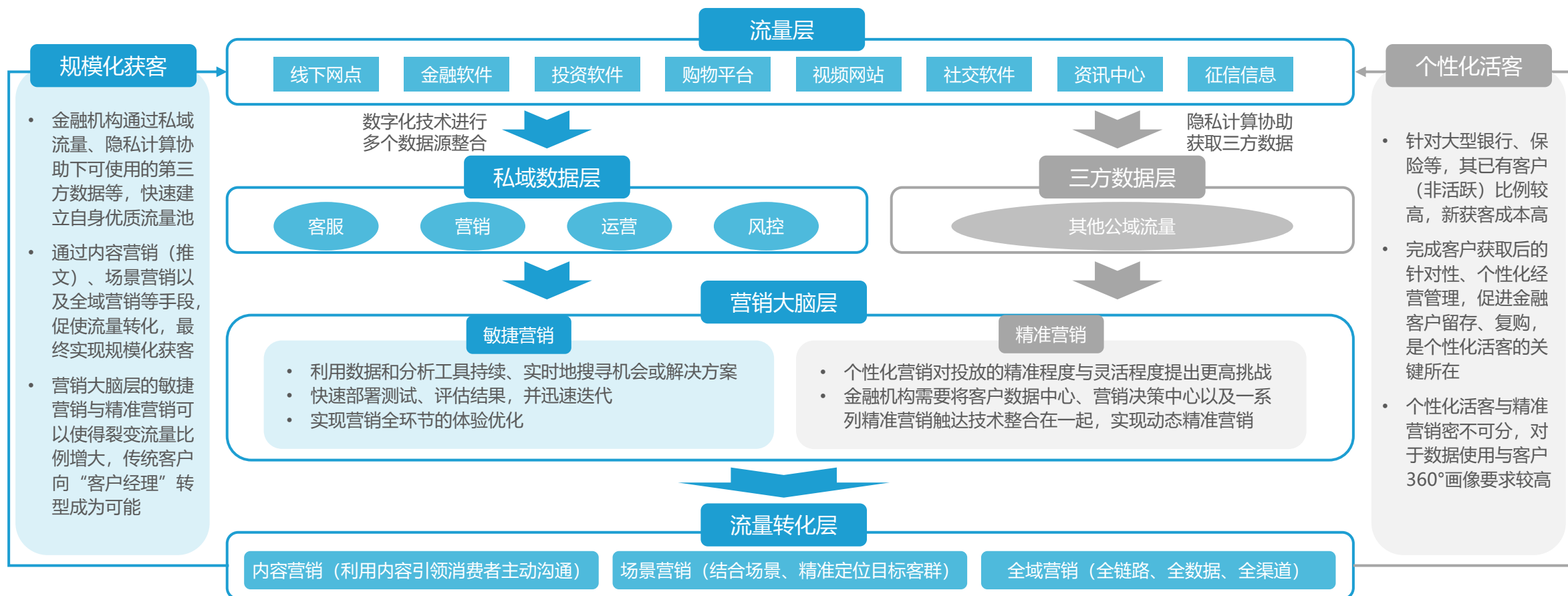
金融业云原生改造的核心关键是将对**安全合规、交易强一致性、单元化扩展、容灾多活、全链路业务风险管理、运维管理**等各方面行业要求与云原生技术进行深度融合。

”

业务层：数字营销，“获客”“活客”两手抓、两手硬

- ◆ 在后疫情时代的进一步催化下，金融业数字营销呈现出线上化、数据化、场景化、精准化等特征。通过数字化经营，金融机构可以有效盘活并深耕触达客户；数据显示数字营销可以使得银行销售生产率提高20%，客户流失率降低25%，交叉销售成功率提高160%。
- ◆ 金融业数字营销分为获客与活客两大路径。通常来讲处于客户触达前期、私域成长速率快的金融机构以获客为主；大型银行、保险公司则以活客为主。

亿欧智库：金融业数字营销“获客”、“活客”流程示意图



获客保证流量来源，活客提升运营绩效，二者鱼水相依、不可或缺

- ◆ 亿欧智库认为，虽然数字营销中获客与活客是两种不同路径，但是现阶段的金融机构依旧会选择两种途径**同步推进**。获客是为了使得客户池更广阔，**保证流量来源**；活客则更注重对现有客户的**需求挖掘与价值判定**。二者在未来2-3年内，是**鱼水相依、共同发展、相互成就**的关系。
- ◆ 未来的数字营销，依旧会紧抓“**数据**”这一核心要素。对获客与活客来讲，对数据的理解运用依旧是发力方向，区别在于广度与精度的问题。

以数据为中心，夯实数据基础；在保障客户隐私安全的同时，利用数据碰撞出数字营销策略与洞察

- 无论是规模化获客，还是个性化活客，其核心都在于对客户数据的理解与运用
- 多数据流量接口接入、隐私计算保护下的数据联动，最终形成360°全景客户画像

规模化获客

- **数据**：伴随着金融数据多样性的提升，金融机构可以从自身的**第一方数据**（银行APP、线下网点等）、**第二方数据**（征信数据、社交数据、电商数据等）以及数据服务商的**第三方数据**入手，借助多维算法进行客户分类与标签化处理
- **获客思路**：传统的公域流量及线下获客已经不再适用。类似“拼多多”等电商的**裂变获客**给予金融机构新的思路。如招商银行、平安保险等金融数字化标杆企业，利用裂变传播辅以私域流量，充分调动员工、新客、老客资源，进行“病毒式”获客，以将“客户”培养成“客户经理”的目标不断进发
- **获客途径**：能够真正吸引到金融客户的内容营销已经逐渐取代“撒网式”广告类营销。结合目标客户的所在场景与客户群特征，“**场景化营销**”正在将“以客户为中心”的理念贯彻到底
- **获客理念**：与过去几年相比，如今的数字营销获客更加注重对于数据的使用、理解和应用，获客理念也正在从“以金融产品为中心”向“**以客户为中心**”谋求转变

敏捷营销

- 金融业近几年一直对敏态转型关注颇多。包括云原生在内的新技术架构也在为敏捷应用、快速创新提供平台支持
- 敏捷营销指的是利用数据和分析工具持续、实时地搜寻营销机会或痛点解决方案，快速创新、快速测试、快速部署、快速评估
- 定量数据显示，实施了敏捷营销的组织每月进行的种子测试较以往提升8-10倍，每次线上营销活动间隔天数缩短5-6倍，渠道收入指数增长4-5倍

精准营销

- 个性化活客对于投放的精准程度与灵活程度提出了极高的要求。同时，规模化获客的内容营销，也使得低精准的内容输出投放逐渐失效
- 精准营销触达技术是与数据平台息息相关的。如今备受关注的营销技术栈（MarTech Stack）正是将营销数据平台、客户洞见挖掘、策略制定与归因评估进行了整合，形成精准营销功能闭环

个性化活客

- **数据**：在利用规模化获客之后的金融机构，应当着眼于对现有客户更具**针对性、个性化**的经营、管理与需求挖掘，从而达到促进**客户留存、复购与忠诚度提升**的目的，此为“**活客**”的核心价值。因此，通过大数据积累、分层、标签、定位、追踪、影响而形成的**360°全景用户画像**显得尤为重要
- **活客思路**：与获客的私域流量及裂变流量不同，活客的关键在于定制化与个性化，金融业客户已经疲于面对同质化产品的冲击。一个优质的个性化金融产品，应当基于客户需求实现**功能、个性乃至情感的价值主张**。以保险为例，不同消费标的（汽车、房屋、企财）、不同消费特征（大额寿险、小额产险或健康险）、不同服务特征（分期支付、透明计息），都会组成完全异质化且个性化的产品
- **精准营销**：精准营销如今似乎已经成为数字营销的另一个名字，值得注意的是，精准营销本质与**客户旅程**密不可分。金融机构只有从客户的视角与身份出发，明确客户旅程的每一个环节，完成精准的客户交互。最终制定出对应不同客群的策略，并对精准客户的未来行为进行预测布局

全域数据

场景营销

裂变获客

客户中心

需求挖掘

精准营销

价值判定

客户旅程

实践参考：百融云创打造精准营销服务平台——百融智汇云，利用AI、云计算等数字化新技术实现全渠道精准营销与存量精细化运营

- ◆ 百融智汇云是百融云创打造的专注于金融领域的**精准营销**服务平台。基于百融云创多年积累的AI技术能力及多维模型信息，百融智汇云通过自身**流量资源优势**、**营销建模优势**、**营销体系优势**为金融机构提供全流程的精准营销解决方案，使其更有效地触达及服务目标客户。
- ◆ **全渠道精准营销**方面，百融智汇云在专有金融产品推荐平台的基础上，从场景入手，推出MAAS（智能化场景营销）平台解决方案，帮助金融机构破局低频场景、借力高频场景找到精准客户，并提升转化效率。
- ◆ **存量精细化运营**方面，百融智汇云通过AI和云计算等核心技术赋能，开发客制化用户分层模型，经过营销意向模型筛选出高意向客户，最终将用户与合适的金融产品匹配。



全渠道精准营销

- 百融智汇云在专有金融产品推荐平台的基础上，从场景入手，推出MAAS（智能化场景营销）平台解决方案，帮助金融机构破局低频场景、借力高频场景找到精准客户，并提升转化效率
- 同时依托成熟的金融产品整合能力，百融智汇云拓展了丰富的场景资源。除了头部同业资源场景外，还扩充了电商、出行、支付、影音、教育等场景渠道流量，吸纳不同种类优质客群

存量精细化运营

- 百融智汇云通过人工智能和云计算等核心技术赋能，可根据金融机构存量特征，综合多维画像开发客制化用户分层模型，经过营销意向模型筛选出高意向客户
- 百融智汇云还将匹配特定场景，灵活调整运营手段，配置包含AI、人工等多种形式的耦合运营策略，最终将用户与合适的金融产品实现互通

核心优势

- **拓扑式分析**：通过动态客户标签的构建能力对数据要素进行网状验证，辅助金融机构精准、高效地链通目标客群
- **全场景覆盖**：一站式接口带来的灵活响应优势，支持金融机构精准营销应用场景的全覆盖
- **平台中立**：作为专注金融领域的技术服务平台和流量融汇中心，助力金融机构精准营销，实现资金方和流量方的互惠交互，共创共赢
- **极化效应**：早期入局叠加行业深耕累积的成本优势壁垒已经形成势能，协助金融机构精准营销的全流程业务发展，实现降本增效

实践参考：百融智汇云利用自身技术优势与业务理解，深植金融行业数字营销，助力金融机构促活营销、沉睡客户激活等场景显著成本下降与效率提升

案例1：某国有银行省分行活动促活营销

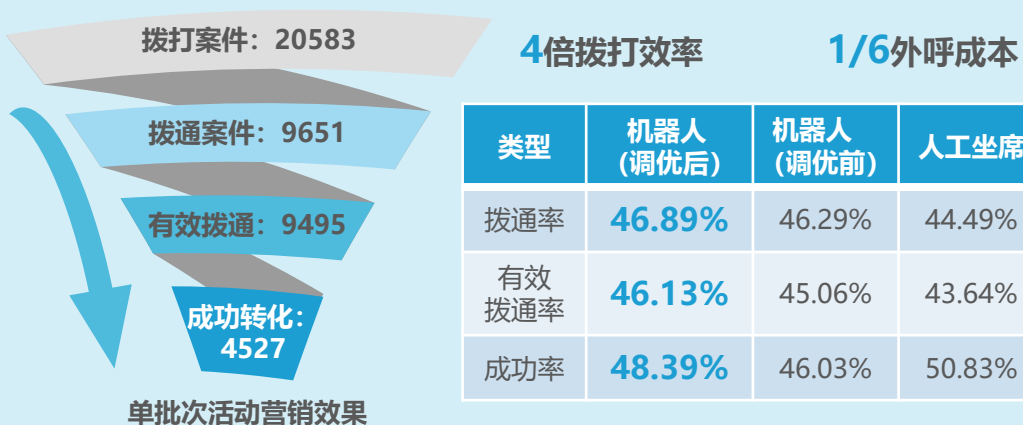
核心痛点

- 该省分行拥有海量客户待营销，大量的“长尾”和“睡眠”客户日常跟进力度较弱。在活动营销、手机银行促活等场景中，人工跟进成本高、效率低，且对人工席的管理难度大，数据难以实时监控

关键举措

- 百融智汇云基于各业务场景客制化开发模型，上线并投产十余套相关话术。投产场景包括：手机银行促活营销、充值话费优惠活动营销、出行优惠活动营销、优惠券领取活动告知等

最终效果



案例2：某持牌消金公司沉睡客户激活营销

核心痛点

- 该持牌消金公司面临沉睡客户激活困难，成本难以覆盖，合规要求高等痛点

关键举措

- 百融智汇云基于智能分析和机器学习技术，对睡眠客户的信贷意向、特征、风险进行高频的量化评估
- 同时精准筛选当前有信贷需求和意愿且低风险的客户，配置包含AI、人工等多种形式的耦合运营策略，提升客群响应率和放款GMV

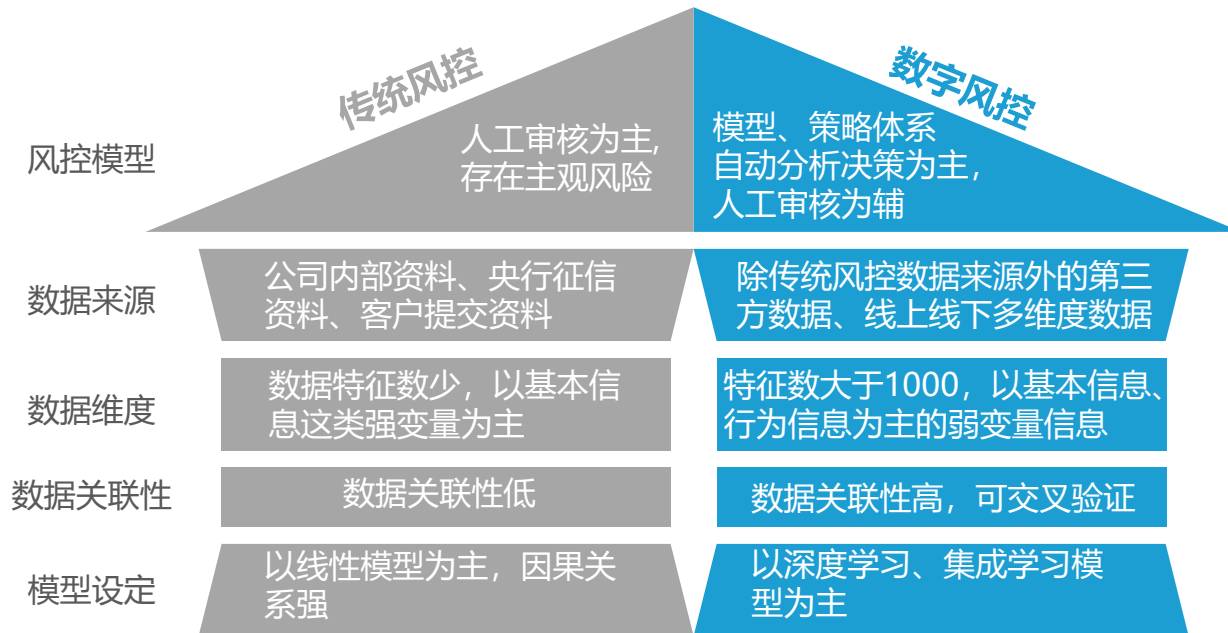
最终效果

营销模型	样本量	申请授信率	授信通过率	提现率	放款件均 (元)	放款金额 (万元)
客户方案	200万	0.53%	9.33%	73.48%	4108	298
百融方案	200万	1.48%	10.53%	84.34%	4549	418
运营情况	与客户自营数据相比，整体申请授信率提升 179.25% ，授信通过率提升 12.86% ，放款件均与大盘相比增幅 10.74%					

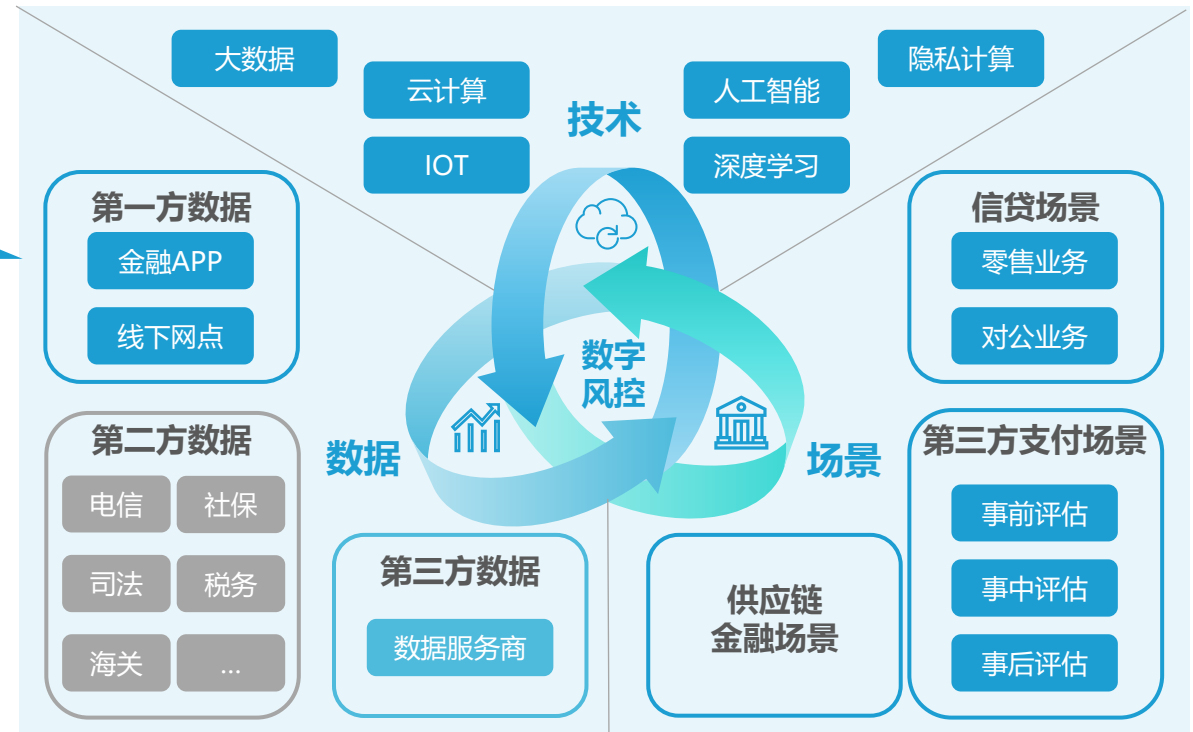
业务层：数字风控，以数据、技术、场景为要素的三位一体正在形成

- ◆ 2019年9月，中国人民银行印发《金融科技（FinTech）发展规划（2019-2021年）》，提出运用大数据、AI等技术建立数字风控模型，可以有效甄别高风险交易，智能感知异常交易，实现风险早识别、早预警、早处置，提升综合金融风控能力。
- ◆ 传统风控模式下，银行等金融机构主要运用人工信审，数据多来自央行征信。而在普惠金融大环境下，个人与企业资金需求特性差异较大，传统风控审批效率不高、人工处理成本居高不下、数据来源单一等问题逐渐显现。在各类金融数字化技术加持下，数字风控作为传统风控模式的一种数字化升级补充应运而生。
- ◆ 在数字化不断推进的时代背景下，以数据为企业核心资产、技术为数字化重要引擎、场景为业务关键落脚点的数字风控三位一体正在形成。

亿欧智库：传统风控与数字风控对比图



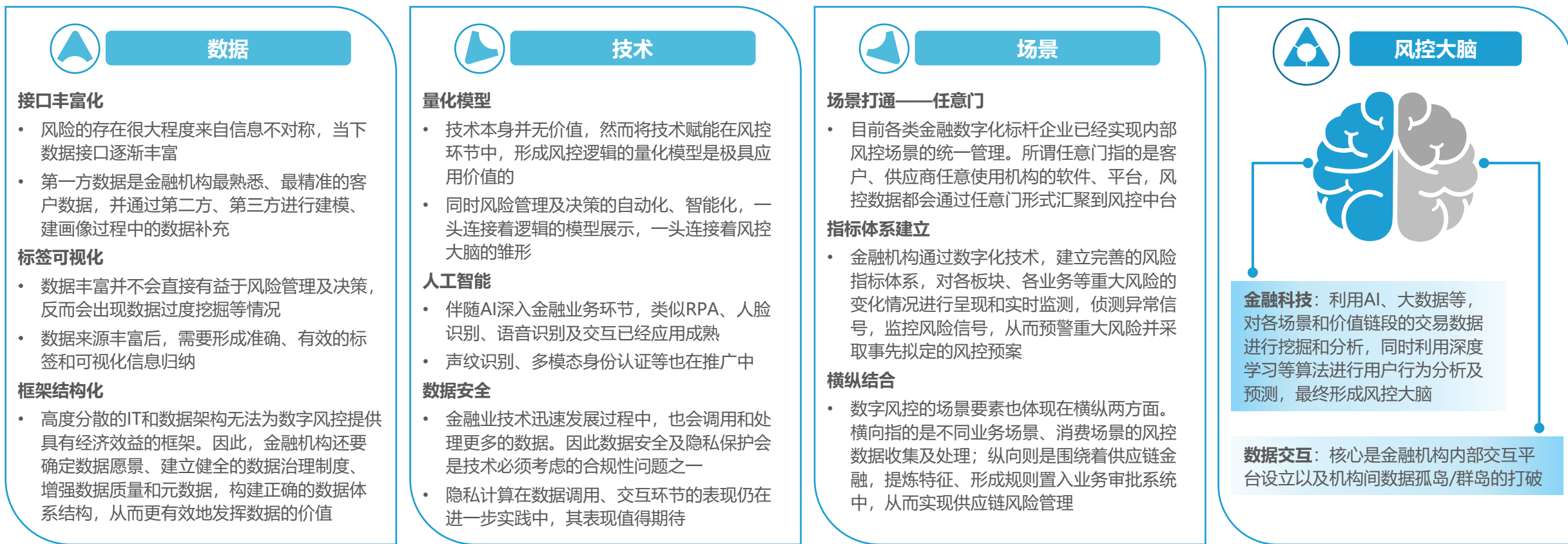
亿欧智库：数字风控三位一体示意图



数字风控“数据+技术+场景”三位一体中，智能化和生态化是组成未来金融风控大脑的核心所在

- ◆ 数字化潮流下，金融风控呈现出以数据、技术、场景为三大要素的数字风控体系。拆解过后，我们发现这三者正在互相作用、彼此影响，表现着近几年日新月异的风控演进过程。
- ◆ 亿欧智库认为未来的金融数字风控将出现拥有全方位、立体化、多层次特性的“风控大脑”，而当下数字风控的智能化与生态化发展就是成这一到理想结果的必然路径。

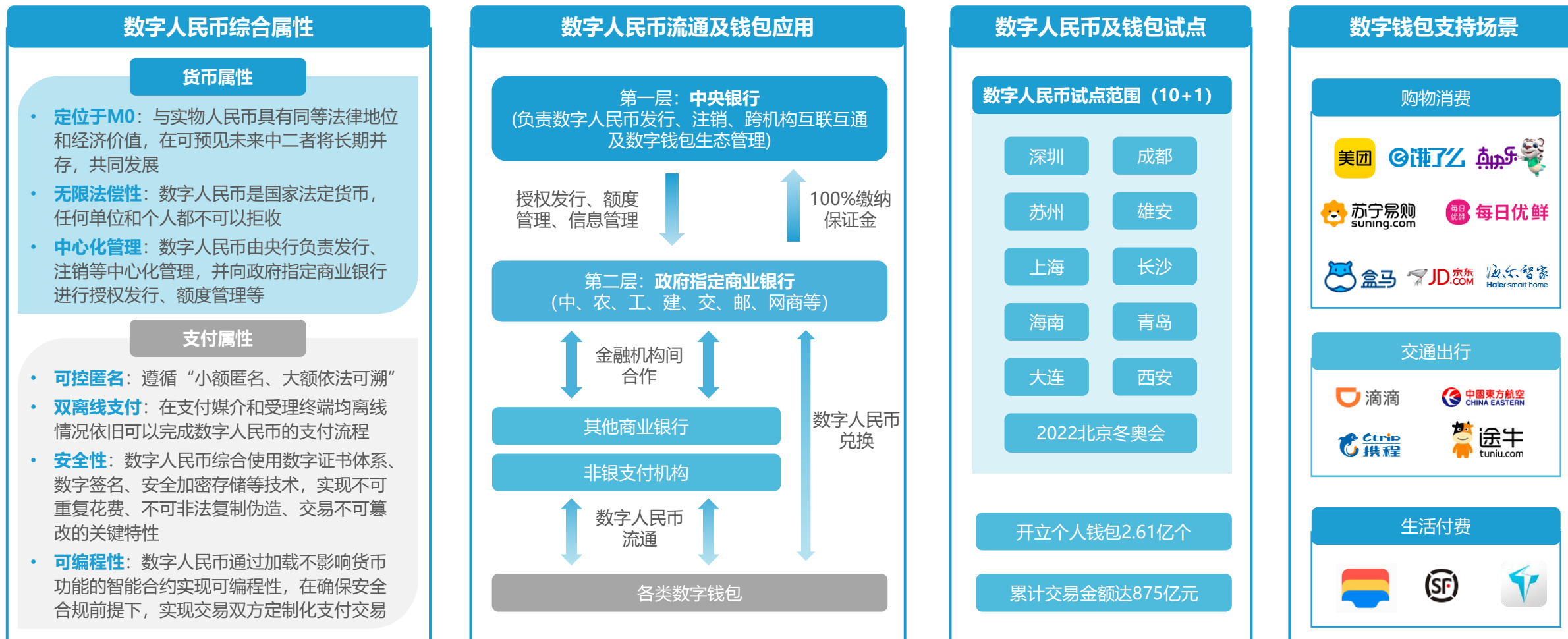
亿欧智库：数字风控三位一体拆解及风控大脑示意图



服务层：数字钱包，数字人民币的核心流通载体与场景支持媒介

◆ 数字钱包是数字人民币的**核心流通载体和触达用户的关键媒介**。在数字人民币中心化管理、统一认知、实现防伪的前提下，各指定运营机构遵循人民银行制定规则，采用共建、共享方式打造数字钱包APP。目前数字钱包已经支持从**购物消费、交通出行到日常生活付费**等多个场景的支付服务。

亿欧智库：数字人民币及钱包应用发展现状剖析



支付观念与基础设施是满足数字钱包及人民币发展的内生优势，短期挑战在于场景拓宽创新

- ◆ 截至2022年1月14日，数字人民币（试点版）App的总下载量突破2000万。目前数字人民币的技术研发、试点应用、制度保障等方面均走在国际前列，其核心原因在于我国移动支付经济体系非常发达，所带来的电子支付意识也相对强烈。同时由于健全、完善的支付基础设施，使得支付系统高并发处理能力极强。
- ◆ 数字人民币短期面临的挑战主要集中在场景拓宽创新。当下主流的零售场景已经能够被移动支付手段所满足。因此对于参与数字人民币生态体系建设的企业，其场景整合能力十分关键，只有深耕产业优势、积极运用数字化技术、丰富数字钱包生态才能实现金融机构转型升级需求与个人金融需求的全方位、立体式满足。

内生优势

- 中国发达的移动支付经济体系，带来了较强的电子支付意识和用户使用习惯
- 数字人民币依托电子设备进行交易，有赖于长期形成的对电子支付的使用习惯和方法
- 中国有健全、完善的支付基础设施。以零售支付为例，中国的支付系统对高并发支付的处理能力极强，可同时处理每秒十万笔交易，这种处理能力国际上少有。



优势充足
场景为王



场景挑战

- 数字钱包及人民币短期挑战集中在场景拓宽创新。如零售场景这类场景需求已基本被现有移动支付手段所满足，因此发掘潜在新兴场景或与深耕现有零售场景的互联网企业合作共建成为工作重点。
- 对于参与数字人民币生态体系建设的企业，其场景整合能力十分关键，只有深耕产业优势、积极运用数字化技术、丰富数字钱包生态才能实现金融机构转型升级需求与个人金融需求的全方位、立体式满足。



核心意义



数字钱包及人民币将重构中国货币体系、提升支付环节整体体验



- 提供币值稳定、无限法偿的数字货币。数字人民币具备现金的特性，可以发挥价值尺度、流通手段、支付工具等功能，同时可以节约成本。
- 增强货币与支付体系公平性和普惠性。数字人民币能抑制乃至打破部分互联网企业对支付市场的垄断，避免因支付平台、手段不同造成的额外费用和便捷性问题。
- 更好地维护金融稳定和防范金融风险，提高信息和金融安全。数字人民币中心化管理、“可控匿名”等特性，在保护用户信息和隐私安全的同时，将支付活动置于有效管理之下。



趋势预判



数字钱包及人民币将向着更广试点、更深应用、更全生态不断进发



- 目前数字人民币的试点范围仍局限于“10+1”体系中城市地区，这一现象或将会在北京冬奥会结束后有进一步改善。
- 应用场景将向着全场景覆盖不断推进，从当前以衣食住行等零售金融为主发展至供应链金融等诸多场景。不同场景将会出现更多智能IoT设备，从而实现如可穿戴设备的技术赋能，提升用户支付体验。（北京冬奥试点目前已有徽章、手环、手表等多种可穿戴形式的数字人民币钱包）
- 生态体系将不断完善。数字钱包参与机构不断增加、商户推进支持；当下主流支付巨头与互联网公司也将不断深化与数字人民币的合作。

实践参考：通过开放互联的平台模式，打通线上、线下消费场景，为2亿多的OPPO手机用户与数千家合作伙伴提供高品质、高效率的综合性数字生活开放平台



- ◆ OPPO “钱包” APP是由欢太数科为OPPO用户打造的官方**综合性数字生活开放平台**，通过携手电商、交通、金融、生活服务等多领域合作伙伴，构建数字化、场景化的开放互联的数字生态体系，通过手机“钱包”APP即可满足用户在身份认证、移动支付、交通出行、充值缴费等多形式的生活使用场景需求。

OPPO Pay支付（已覆盖近5000万商户）

功能简介：OPPO Pay支持手机闪付、付款码支付、“碰一碰”标签支付和线上支付。通过“碰一碰”，用户无需打开APP，只要将手机对准NFC感应区即可实现“抬手即付”的无缝体验。此外，欢太数科还携手中国银联推出了OPPO Pay“一键绑卡”功能，只要打开OPPO钱包APP，点击“卡包”，选择添加银行卡，填写银行卡信息绑定闪付后，即可成功开通使用，十分便利

场景应用：OPPO Pay不仅支持多个线上网络商城，还拓展开发了**公交地铁、医疗健康、公共缴费、校园、餐饮、商超**等线下场景，形成线上线下连接的闭环服务流程。目前OPPO Pay已覆盖**近5000万**商户，旨在为广大用户提供便捷又安全的支付新体验

OPPO Card（已覆盖近300座城市）

功能简介：OPPO Card将银行信用卡便捷的支付功能与线上数字权益、线下信用卡权益深度结合，通过丰富的“**非接触式服务**”渠道，提供安全便捷的“在手”金融服务。OPPO Card还推出丰富的娱乐生活视频网站会员卡、欢太会员月卡、笔笔随机返现、OPPO Pay支付限时3%返现等权益

场景应用：OPPO Card**已覆盖25个省级行政区，近300座城市**。卡片专属权益支持线上影音、线下餐饮、超商便利等生活场景，卡片应用覆盖衣食住行等生活全场景。未来，OPPO Card还将不断拓展权益及使用场景，持续创新，为广大用户创造更多美好的数字化生活体验

eID（已支持全国近30个机场）

功能简介：OPPO钱包联合公安部第三研究所将“公安部公民网络身份识别系统”签发的**公民网络电子身份标识（eID）**载入手机，上线了手机eID功能。用户可“**分钟级**”线上开通eID，实现“**秒级**”线上身份认证和线下身份核验。OPPO钱包eID支持“卡码合一”，可同时展示卡片及二维码，在刷卡机器出现故障无法刷卡时，快速切换到扫码验证，使用更加便捷

场景应用：eID电子证照目前已支持**全国近30个机场**以及**深圳地区110家+酒店**，用户可以通过刷eID电子证件照即可便捷出行、住宿

OPPO 交通卡（已开通近400座城市）

功能简介：OPPO手机NFC交通卡，不仅免去了去线下开实体交通卡的繁琐开卡流程，也免去了用户找不到实体卡的烦恼，实现了线上“**无感开卡**”，息屏状态下刷手机即可实现“**一秒过闸**”的良好体验

场景应用：OPPO NFC交通卡已覆盖了近**400座城市**，用户搭乘公交和地铁，通过刷OPPO交通卡，不仅能实现优惠出行，同时也为智慧出行提供了便利

实践参考：通过开放互联的平台模式，打通线上、线下消费场景，为2亿多的OPPO手机用户与数千家合作伙伴提供高品质、高效率的综合性数字生活开放平台

- ◆ OPPO “钱包” APP是由欢太数科为OPPO用户打造的官方**综合性数字生活开放平台**，通过携手电商、交通、金融、生活服务等多领域合作伙伴，构建数字化、场景化的开放互联的数字生态体系，通过手机“钱包”APP即可满足用户在身份认证、移动支付、交通出行、充值缴费等多形式的生活使用场景需求。

OPPO 车钥匙 (NFC出行)

功能简介：OPPO车钥匙通过手机或手表即可实现无感解锁，在没有网络信号或手机没电的情况下亦可正常操作，帮助解决忘记带车钥匙、车钥匙丢失、更换实体车钥匙电池等困扰，满足了用户“一机在手，说走就走”的愿望，提供高效、便捷的智能服务体验

场景应用：目前，OPPO钱包已与比亚迪、理想、蔚来、小鹏、上汽大通、长安等多家知名汽车品牌达成合作，上线了OPPO车钥匙，致力于打造车机互融生态

OPPO 优惠券 (一机在手，权益尽有)

功能简介：OPPO钱包App推出美食购物特惠板块，提供美团、饿了么、滴滴、星巴克等**数百家**知名生活品牌的优惠领取，打造优惠聚合平台，打通线上购券+线下消费的便捷体验，真正做到“一机在手，权益尽有”

场景应用：为数以亿计的OPPO手机用户提供了多样化的餐饮、购物、娱乐等消费场景，同时，**聚合式、跨生态**的模式也可以让商家间形成业态互补，实现用户、场景资源共享，从而更好地服务用户

OPPO 门禁卡 (支持数万个智慧社区)

功能简介：用户仅需把小区门禁卡模拟添加至手机，便可让OPPO手机替代实体门钥匙，在手机熄屏状态下碰一碰即可开门。OPPO门禁卡目前支持**模拟门卡、自定义空白卡、线上开卡**三种场景，可以满足绝大部分用户需要，助力打造智慧城市

场景应用：目前，OPPO门禁卡支持保利、中海、万达等超过**1000家**物业公司，服务了数以万计的智慧社区

OPPO 钱包 (数字人民币子钱包之一)

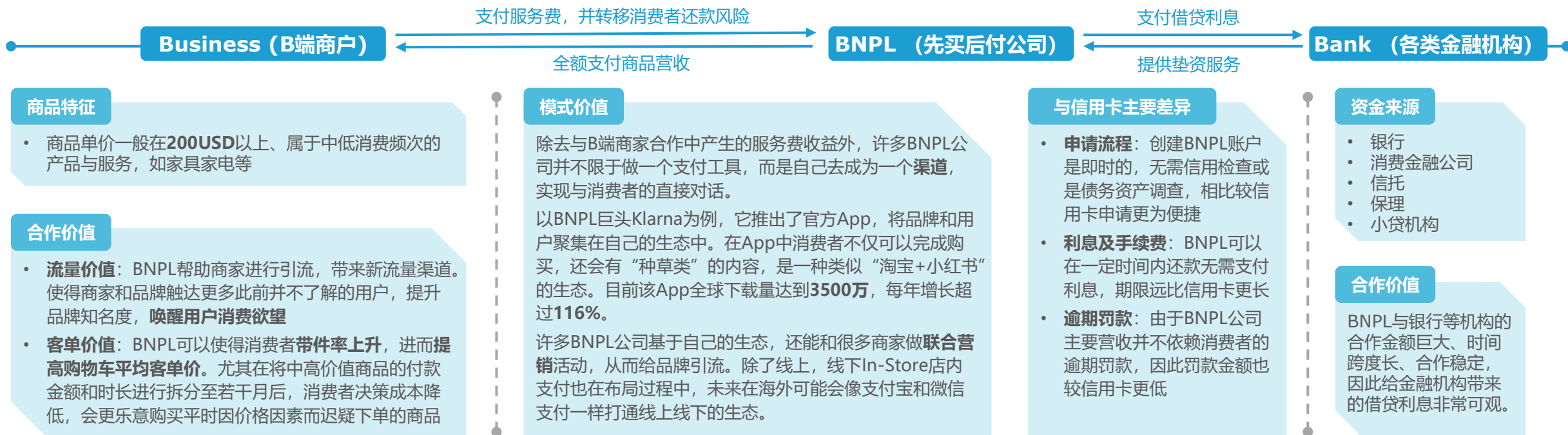
功能简介：OPPO钱包是数字人民币**子钱包之一**，通过OPPO钱包子钱包功能，用户可以实现OPPO手机话费充值服务。此外，OPPO钱包APP还支持数字人民币红包功能，支持多家OPPO专卖店无门槛消费

场景应用：OPPO钱包App先后在苏州、深圳两个试点城市的近百家OPPO线下门店，实现了数字人民币红包落地的场景消费应用。未来，结合数字人民币场景推广政策，还将服务更多城市及门店。

服务层：先买后付，“3B”商业模式卷起的消费热潮

- ◆ **先买后付 (BNPL)**，即Buy Now Pay Later，是一种可以使得用户先下单，等产品或服务完成后，分期进行支付的方式。值得注意的是，这样的分期是**不收取任何利息和手续费**的，还款期数也可以进行自主选择（3-12期，一期一月），整体来讲是种极其**灵活宽松**的支付方式。
- ◆ BNPL公司主要的**营收来自于B端商户提供的服务费**，C端消费者支付方式的选择并不会影响到B端商家，BNPL公司会在成单时**全额支付**商家该项营收。对B端商家来说给予BNPL的服务费（一般3%-6%，奢侈品类可能达到10%以上）是支付渠道的开拓，C端消费者后期还款风险由BNPL公司单方面承担。
- ◆ 这样的商业模式要求BNPL公司提前垫资给商户，对**现金流需求较大**。经调研，目前BNPL公司大多通过银行、消费金融公司、信托、保理、小贷公司等金融机构作为主要现金支柱。

亿欧智库：先买后付 (BNPL) “3B” 商业模式



国外监管趋严，国内难敌寡头，先买后付前景存在不确定性

- ◆ 先买后付兴起于国外，其根本原因在于国外市场呈现出**购物平台环境分散、支付渠道手段多元、支付流程速率慢**等问题，亿欧智库认为，先买后付在中国的发展**不能完全按照国外路径来看**。
- ◆ 从全球视角来看，中国**国内偏弱的市场痛点、国外市场趋紧的金融监管**，导致先买后付未来的前景存在**不确定性**。
- ◆ 尤其是国内，市场需求不痛、不痒，导致BNPL想象空间并不乐观。从**支付端**看，BNPL**不可能颠覆微信支付或者支付宝**；从**零售端**看，线上交易**高度聚集**在巨头手中，线下业态又**极度分散**。所有另起炉灶走BNPL这条路的，一定会在中途碰到国内互联网**第一阵营**的竞争。

全球范围内BNPL面临的三大风险

- **债务累积**：传统的分期付款贷款通常用于频次较低的大额购物。而伴随如今全球范围电商兴起的趋势，让BNPL成为日常购物的常用支付方式，导致消费者实际消费超过了原有预期。
- **监管套利**：一些BNPL公司没有充分评估其产品适用于哪些消费者保护法，而适用于信用卡的消费者保护措施可能并不适用于BNPL产品。
- **数据收集**：BNPL公司能够获得用户支付历史数据。一些平台利用收集到的数据，与合作商家一起创建闭环购物应用程序，推广特定的品牌和产品，目标客户群体通常是更年轻的消费群体。伴随《数据安全法》、《个人信息保护法》的推行，数据的获取、使用、理解、应用等都将面临更大挑战。

2021年12月16日，美国消费者金融保护局（CFPB）向Klarna、Afterpay等五家BNPL公司下达调查令，要求其提供平台商业模式、消费者购物行为习惯等相关信息。

中国BNPL面临的三大问题

- **“有技术无数据”**：伴随诸多数字安全相关法律法令的推行，用户数据的获取途径将逐渐收窄。消费者对于个人数据安全的重视性也会逐渐提升，这对先买后付公司关键的风控命门造成“有技术无数据”的尴尬境地。同时与信用卡数据披露不同，先买后付未来在数据使用方面的限制在国内监管层面尚不明晰，需要多方共同关注。
- **商业逻辑受到质疑**：先买后付商业模式由于需要提前垫资给商户，因此对于现金流的需求较大。经调研，中国先买后付公司大多通过银行、消费金融公司、信托、保理、小贷公司等金融机构作为主要现金支柱。商户目前可以接受的费用比例在3%-6%之间，然而较高的金融借贷利息使得先买后付的盈利空间进一步压缩，这无疑是一个直接影响底层商业逻辑的核心问题。
- **引流问题是关键**：引流效果先买后付对国外商户的吸引力在于引流能力，但在国内电商寡头市场下，先买后付对引流、提升复购率/带件率的帮助效用有多大、可持续性有多强，也是值得先买后付公司与商户双方思考的问题。

电商环境聚合且成熟，支付寡头难以颠覆

- 中国有着比海外市场更为**聚合、成熟**的电商环境，电商寡头如淘宝、天猫、京东使得商家资源、用户资源进一步整合；同时如果BNPL公司考虑进军线下业态，则会面临**区域性情况严重、极度分散**的局面，不利于规模推广
- 此外，中国**分期购物、信用支付**更是在近年成为许多消费者的首选支付方式，当下时点想要对微信支付与支付宝**两大寡头**进行冲击几乎不太可能

中高客单价&中低频消费的商品或许是未来

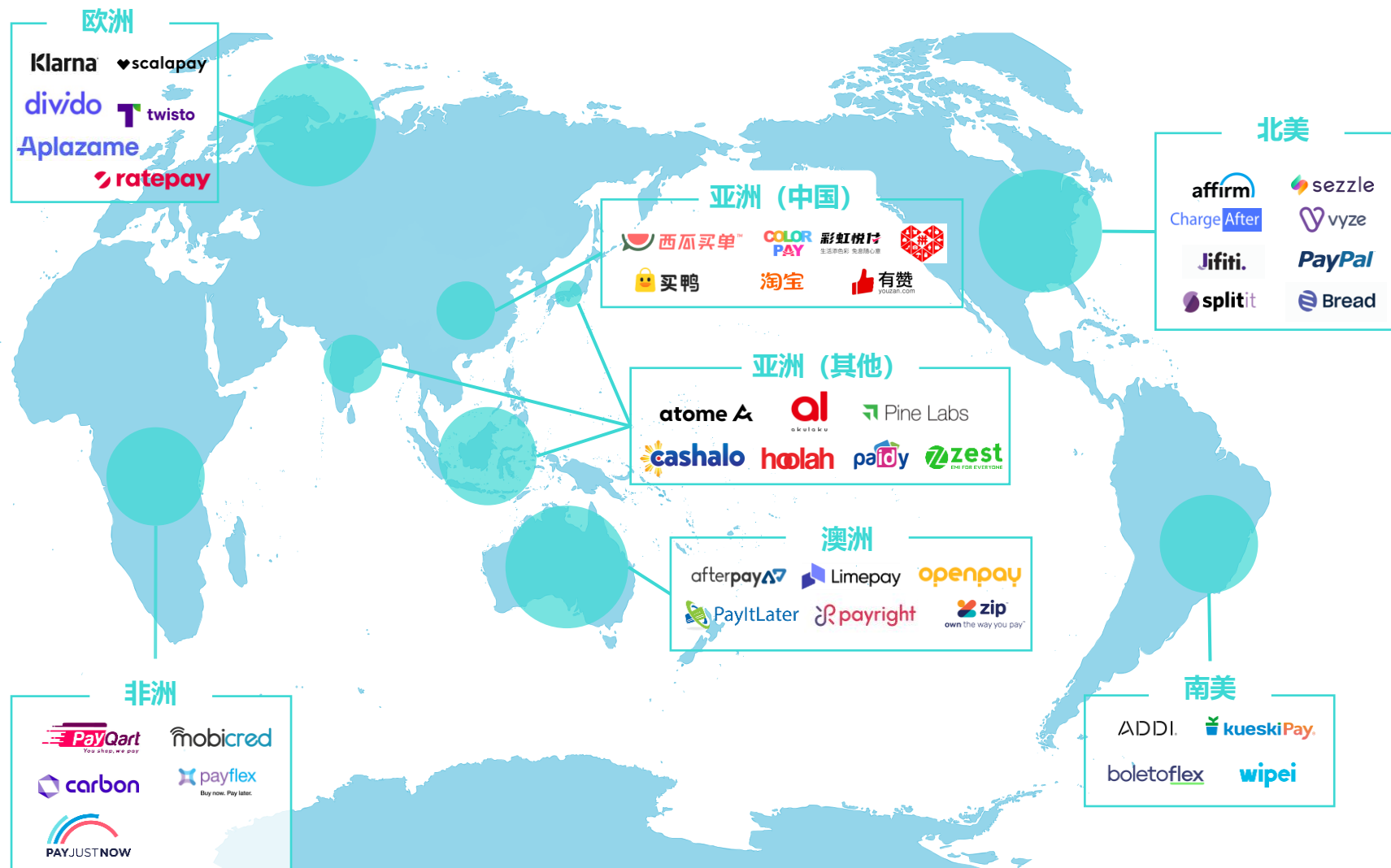
- 未来BNPL商品的特性可能出现**消费金额相对偏高**（800元以上）、**消费频次偏低**。从而避免大量低额消费占据资金池资源，也不会与花呗等巨头进行直接碰撞
- 同样，这样的特性也使得面向消费人群**还款能力较强**。主要以提高生活质量、拓宽生活体验为主，从而帮助BNPL公司的违约率保持在一定低位



美容健康 家具家电 两轮电动车 摄影器材 高端乐器 高级餐饮

BNPL玩家分布全景图：巨头纵横，市场火热；玩家遍历，百花齐放

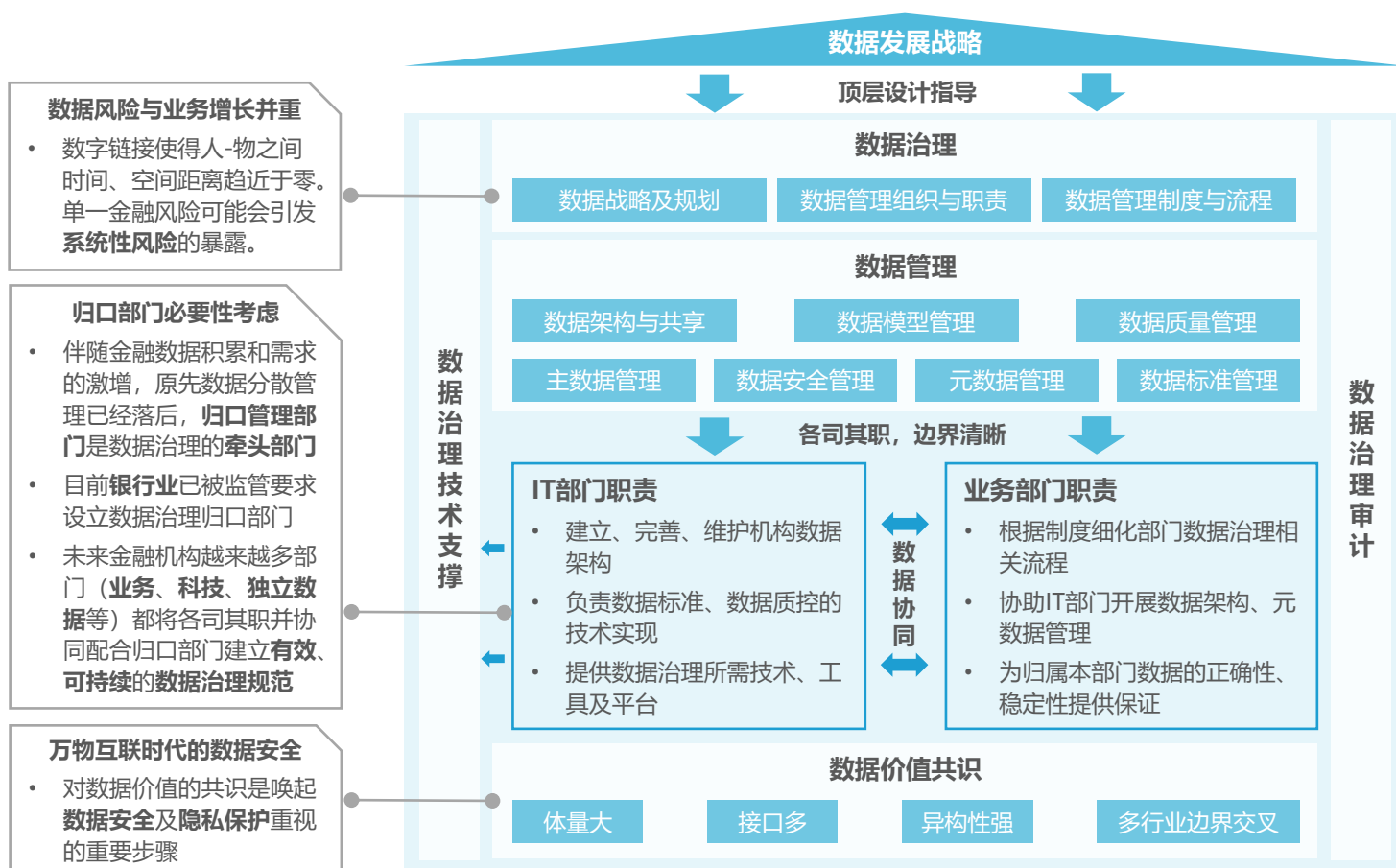
亿欧智库：全球BNPL玩家分布全景图（部分）



金融数字化未来挑战及趋势

挑战一：数据治理是金融数字化价值发挥的底层支撑与关键一步；抓住数据，把数据使用关进法律监管的围栏里，不可商量

- ◆ “合抱之木，生于毫末；九层之台，起于累土；千里之行，始于足下。”近年金融数字化的发展，带给市场的突破与新鲜感已经逐渐被消化，我们的目光也不再局限于业务层、应用层的价值体现。
- ◆ 将视线下沉，亿欧智库认为稳定、安全的数据治理手段及制度才是金融数字化价值发挥的底层支撑与关键一步。
- ◆ 就现阶段来看，金融业数据体量大、接口多、异构性强、多行业边界交叉等问题，是导致数据隐私暴露与金融系统性风险存在的主要原因。



数据风险与业务增长并重

- 数字链接使得人-物之间时间、空间距离趋近于零。单一金融风险可能会引发系统性风险的暴露。

归口部门必要性考虑

- 伴随金融数据积累和需求的激增，原先数据分散管理已经落后，归口管理部门是数据治理的牵头部门
- 目前银行业已被监管要求设立数据治理归口部门
- 未来金融机构越来越多部门（业务、科技、独立数据等）都将各司其职并协同配合归口部门建立有效、可持续的数据治理规范

万物互联时代的数据安全

- 对数据价值的共识是唤起数据安全及隐私保护重视的重要步骤

思路：数据战略

管理层需要厘清金融机构数据价值定位，明确数据资产变现流程，并回答如何利用数据创造收益的底层逻辑链条。

现有业务管理数字化

- 告别纸质办公，实现各类流程线上化、系统化
- 对客户、产品、渠道等进行数字化细分，提高营销、风控精准度

创造新的数字化业务增长点

- 借助高质量数据挖掘、分析，对金融机构未来战略方向做出数字化前瞻预测

携手：数据协同

数据治理离不开机构内各参与方协同配合，机构需要明晰各方职责、理顺各方优势、综合管理各方相关数据流程。

跨部门数据协同

- 数据治理涉及金融机构前中后台众多部门，在设立数据治理归口部门的前提下，各参与方依托部门专业能力与数据管辖权，协同配合归口部门

共识：特性与价值

数据治理的出发点是形成金融机构整体人员对数据特性的共识，并基于共识理解不同时点、不同场景下数据的应用价值。

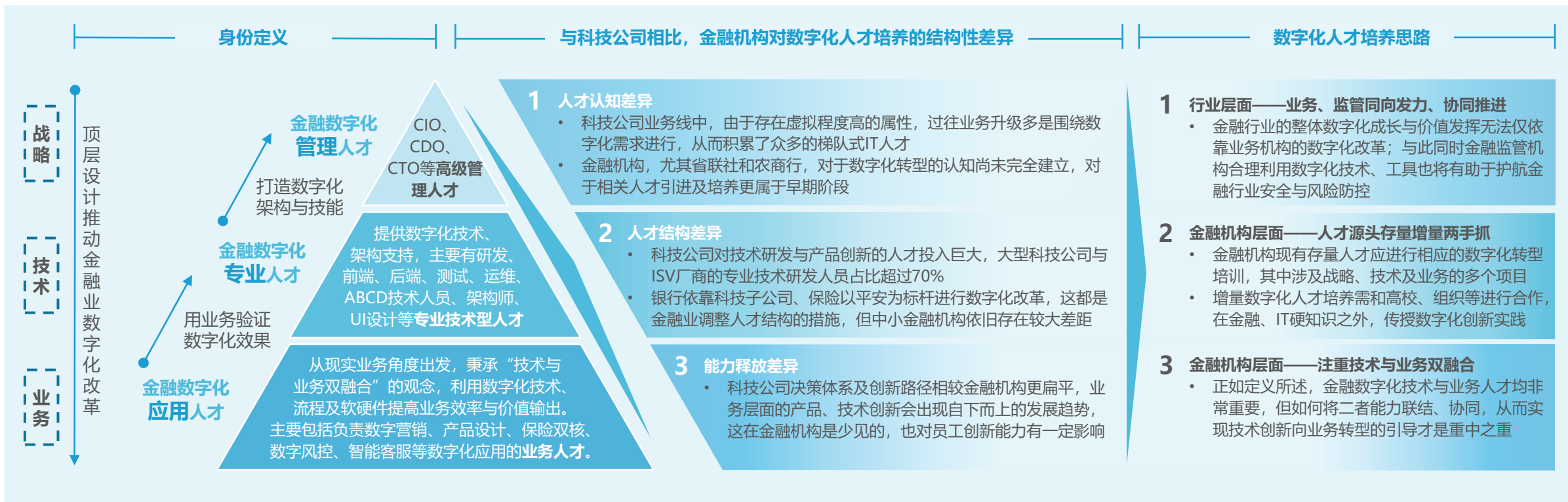
金融数据治理的必要性

- 金融数据特性有**体量大**（业务流程复杂、数字化进程快）、**接口多**（数据共享频繁、第一方至三方数据均有接口）、**异构性强**（以银行为例，数据初始录入时结构不统一）、**多行业边界交叉**（金融机构与各行各业在场景端合作频繁、数据治理边界因此不断扩大）等

挑战二：作为保障金融发展进程平稳有序推进的核心支撑，数字化、复合型人才引进及培养现存在巨大缺口，没有专业化人才迭代就没有未来的未来

- ◆ 2022年初银保监会办公厅印发的《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》一文中讲到，金融机构应注重引进和培养金融、科技、数据复合型人才，并鼓励选聘具有科技属性的专业人才进入董事会或高级管理层。
- ◆ 在金融行业逐渐步入数字化深水区的当下，亿欧智库认为对于金融数字化专业人才的定义、分类、引进、培养等环节应保证与时俱进，以“服务实体经济”为核心宗旨，实现技术与业务双融合的理想结果。
- ◆ 伴随金融行业不断下沉的趋势，金融数字化人才跨区域、跨部门的引进及培育需求更加迫切，如何吸引到数字化领军人才和核心专家，从而提高金融生态经营能力将会成为未来金融行业人才发展的重要命题。

亿欧智库：金融数字化人才定义、挑战及培养思路示意



挑战三：金融数字化新业态带来的是各类风险管理诉求的提升，合规性管理的重要性不言而喻；风险对金融只意味着“管控”，“险中求”绝不能发生

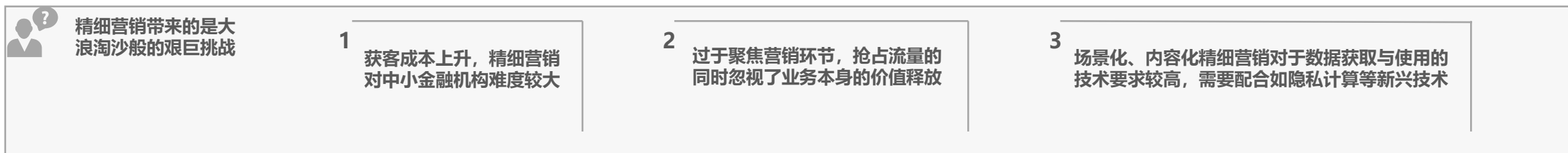
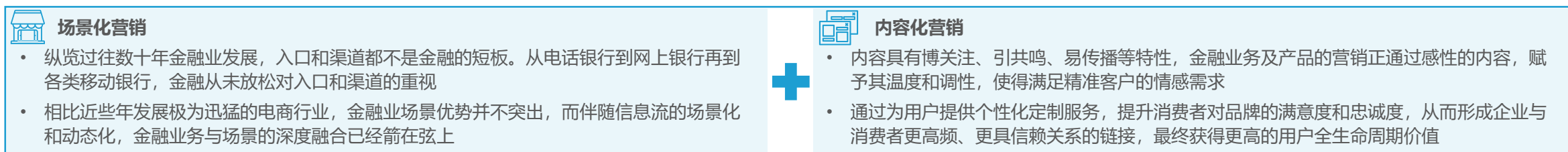
- ◆ 伴随数字化理念、技术体系、应用工具等逐渐落地，亿欧智库在过去一年观察到诸多创新技术、业务及产品给市场带来的惊喜与冲击。
- ◆ 而在以“稳”为最大前提的金融世界中，建立稳健、可持续的业务审批流程，对以上新业态的合规性进行审查，评估其对消费者保护、数据安全、合规销售、产品及服务定价等方面的影响，其关键性已经不言而喻。
- ◆ 亿欧智库认为，金融新业态的合规性管理可以从操作风险管理、技术应用风险管理、供应链风险管理、信息安全风险管理及业务连续性风险管理五大方面入手。

亿欧智库：金融数字化新业态5大合规性管理梳理

	1 操作风险管理	2 技术应用风险管理	3 供应链风险管理	4 信息安全风险管理	5 业务连续性风险管理
根本原因	<ul style="list-style-type: none"> 金融业态创新进一步丰富其覆盖范围，导致对稳态架构产生一定冲击 	<ul style="list-style-type: none"> 技术本身复杂程度上升 大量技术不再停留在实验室阶段，落入业务层困难重重 	<ul style="list-style-type: none"> 金融机构培养科技属性的趋势 业务发展吸引大量供应链生态伙伴合作共赢 	<ul style="list-style-type: none"> 金融数字化发展伴随的是数据价值释放，同时也带来企业、组织及个人信息安全风险暴露 	<ul style="list-style-type: none"> 新业态除了会带来新旧技术、业务、产品交替风险外，还会产生不可知的结构性风险
直接影响	<ul style="list-style-type: none"> 系统操作维度复杂性上升 管理运营难度上升 	<p>云计算：金融业上云已进入尾声，释放云价值的过程必然涉及数据存储等核心问题</p> <p>AI：AI在辅助展业中可靠程度、合规性及公允性需进一步确认，克服AI歧视是未来发展先决条件</p> <p>区块链：区块链技术伴生的加密货币所带来洗钱与恐怖融资风险</p>	<ul style="list-style-type: none"> 供应商带来的技术应用、合作生态方面的风险并未得到转移，依旧由金融机构承担 	<ul style="list-style-type: none"> 各类数据泄露事件近年频发，2021年《数保》、《个安》联袂而至 	<ul style="list-style-type: none"> 这类风险挑战的是金融业务连续性发展以及机构面对风险时的容灾灾备机制
典型代表	<ul style="list-style-type: none"> 云原生技术体系，产生对业务、应用解耦的高要求 微服务后期运营维护 		<ul style="list-style-type: none"> 隐私计算中涉及的数据“可用不可见” AI应用过程中数据采集 	<ul style="list-style-type: none"> 各类新科技都对于数据收集有更高要求，数字营销及风控也基于大数据模型运行 	<ul style="list-style-type: none"> 先买后付等新兴支付模式，其产生的结果是需要经过事实发展验证的
可行措施	<ul style="list-style-type: none"> 持续优化操作风险管理体系，提升对数字化风控人员素质、专项技能培养 	<ul style="list-style-type: none"> 技术应用全流程监管 沙盒测试、试点应用是实现技术落地的保障 	<ul style="list-style-type: none"> 建立有效的供应商管理体系，对供应商进行必要的风险评估、管理及持续监控机制等 	<ul style="list-style-type: none"> 评估当前安全现状，结合金融科技发展和新技术风险，建设稳定、可持续的安全治理框架 	<ul style="list-style-type: none"> 完善危机处理能力、提升金融机构容灾灾备属性、建立异地多活的备份中心

挑战四：金融流量红利消退，内卷竞争此长彼消；场景化、内容化的精细营销既是金融机构破局机遇，也是大浪淘沙般的艰巨挑战

- ◆ 伴随着**金融流量红利消退**，粗放式流量运营逐渐退出舞台。“精耕细作”、“获客+活客”数字营销、隐私计算赋能数据交互等新概念已经在金融业流量运营市场深植下发展的种子。
- ◆ 以**场景化、内容化**为核心的精细营销是金融精细流量运营的下一步方向。亿欧智库观察到为了进一步实现金融私域流量的拓新和促活，大量金融机构陷入**内卷竞争**之中，一方面大幅度**提升获客成本**，同时在争夺业务机会的过程中，大量的时间精力被耗费在市场营销与客情维护等方面，而这些活动本身是没有为客户或业务带来新的价值增量。

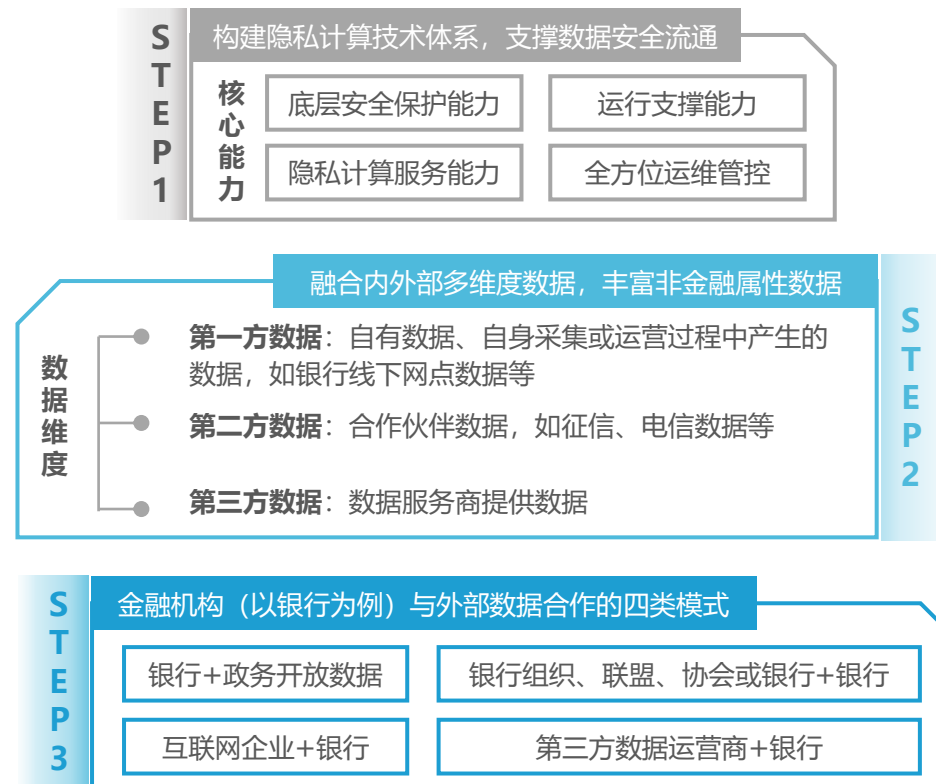


趋势一：主流技术发展路径明晰，技术不在于其优越性，而在于其应用性；隐私计算等新兴技术是未来关注重点，金融数字化想象空间依旧很大

- ◆ 经过多年数字化发展与应用验证，金融业对于以“ABCD”为代表的一系列主流数字化技术认知进一步提升。总体来看，主流技术发展路径明晰，技术的应用性是实现“技术服务于业务”的关键所在，其优先级极大程度上高于其优越性。
- ◆ 以隐私计算等为代表的新兴技术，是未来2-3年金融数字化发展的关注重点。如何运用数字化的技术“利器”，答好金融业态转型的“考卷”，最终实现跨部门、跨机构的数据安全融合、业务快速迭代创新等，是金融业广泛关注的第一问题。



隐私计算 —— “空山不见人，但闻人语响”



趋势二：场景拓宽及创新决定数字人民币在推动普惠金融与填补数字鸿沟中的应用价值，数字货币标准研制已经提上日程

- ◆ 数字人民币的初心是为**金融普惠**发展提供必要支撑。未来数字人民币将会在支付服务**可获得性**、**可负担性**、**使用频率**以及**支付市场公平竞争**方面提供涉及金融普惠与**填补“数字鸿沟”**的具体举措。
- ◆ 数字人民币发展的美好愿景，基于的是丰富且成熟的应用场景。以美团为例，2022年初其平台的线下消费全场景开放数字人民币支付通道。据悉**全场景以本地生活为核心**，覆盖餐饮、外卖、生鲜零售、共享单车、打车服务、酒店旅游等200多个线下消费场景。未来类似的场景挖掘与支付模式磨合将会越来越频繁出现。
- ◆ 数字人民币高速发展同时，其**安全性**、**稳定性**也备受关注。2022年2月8日，《**金融标准化“十四五”发展规划**》对于稳妥推进法定数字货币**标准研制**提出明确表示。

初心：金融普惠

➢ 增强支付服务的可获得性

1. 数字人民币账户**松耦合**设计，方便偏远地区用户在不持有传统银行账户情况下开设数字钱包
2. **适老化、无障碍设计**提供友好前端交互体验，满足有障碍人士需求
3. 面对“数字鸿沟”问题，数字人民币始终把**满足用户需求、提升用户体验**作为出发点和落脚点，面对用户不会用、不敢试的困境，现已推出“无源可视卡硬钱包”等衍生类数字钱包

➢ 降低支付成本，提高支付可负担性

数字人民币目前**不存在任何手续费**，并且遵循“小额匿名、大额依法可溯”的可控匿名原则，高度重视个人信息与隐私保护，以满足公众对小额匿名支付服务需求，更好地**保护个人信息**，缓解“隐私悖论”及社会焦虑。

➢ 提升支付产品使用频率

数字人民币具备可编程属性，可以加载智能合约用于**条件支付**、**担保支付**等较为复杂的支付功能，为“三农”、“支微支小”等**普惠金融**和**绿色金融**创新赋能。

➢ 维护支付市场的公平竞争

利用数字人民币的法定地位，可打破支付市场中的**机构壁垒**、**工具壁垒**和**平台壁垒**，实现数字人民币的全场景支付，提升零售支付服务的可达性和社会总福利水平。

立身：场景创新



本源：标准研制

研制方向

- 法定数字货币信息安全标准
- 法定数字货币业务和应用标准
- 法定数字货币技术标准
- 法定数字货币基础数据元标准
- 法定数字货币终端技术标准
- 法定数字货币评估检测标准

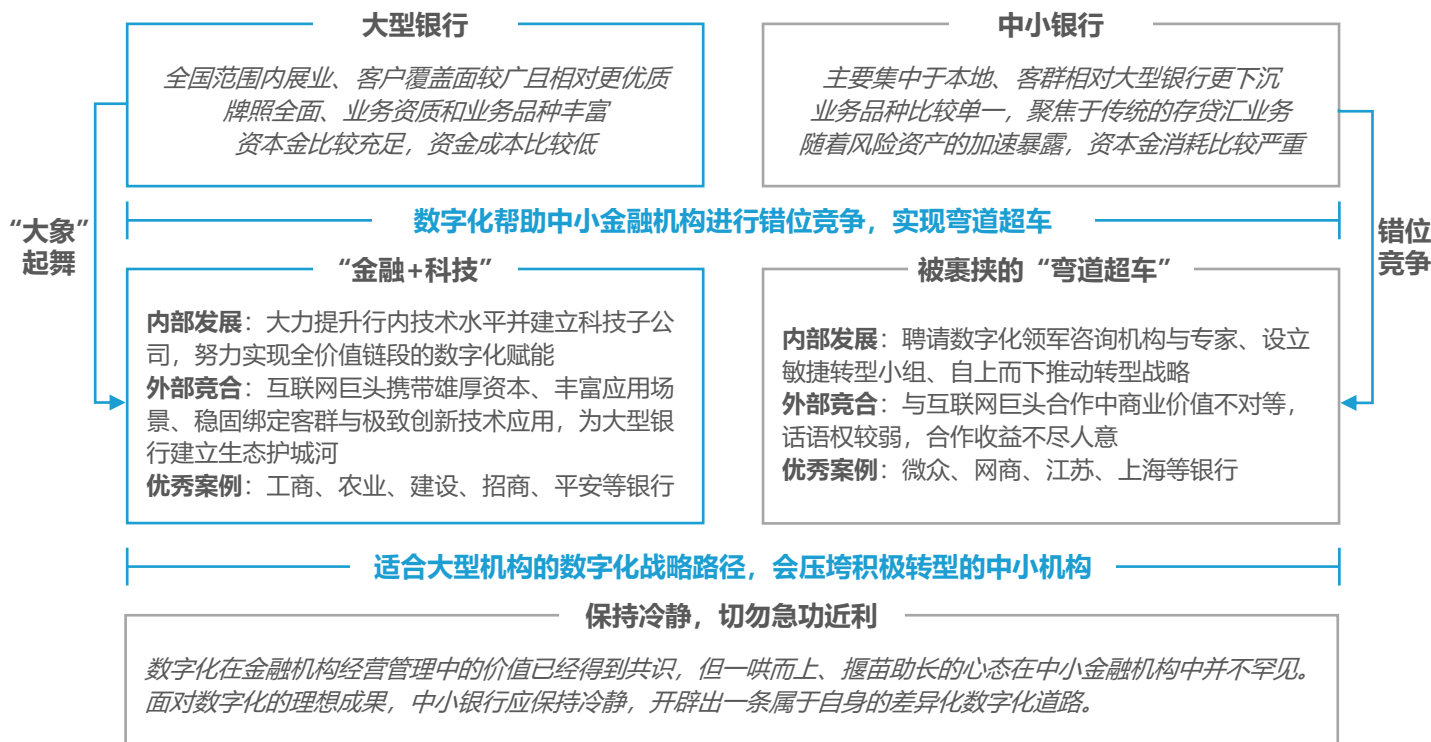
功能效用

- 保障流通过程中的可存储性、不可伪造性等
- 确立发行、流通和回笼各环节的标准化流程
- 助力提升法定数字货币技术安全性、先进性
- 提高数据规范性
- 促进完善终端受理环境
- 规范各相关系统与产品的检测指标

趋势三：数字化加速金融机构的梯队分化与差异化分化；大型机构比拼的是创新力与执行力，中小机构关注的是自身定位与业务方向

- ◆ 亿欧智库认为，数字化升级改造在金融业正如火如荼地开展推进，其引申而来的数字化战略、数字营销、数字风控等也备受从业者热议。疫情催动数字化转型步伐的同时，数字化也加速了金融机构（银行、保险、消费金融等）的梯队分化与差异化分化。
- ◆ 中小金融机构和大型金融机构之间的差距将进一步拉开，过往同为持牌机构，共享牌照带来的隐形背书与红利的日子将步步走远，行业整体马太效应将进一步凸显。
- ◆ 面对金融科技的崛起，大型机构比拼的是技术、业务、场景等创新力与执行力；中小金融机构同样深刻体会到数字化价值所在，当下需要做的是抓好企业定位并保持对科技的冷静，从业务与客群方向出发，进行基于数字化转型的错位竞争。

亿欧智库：大型金融机构与中小金融机构原生差异（以银行为例）



大型金融机构：创新力是信念，执行力是手段

金融机构应以金融主业为基石，数字化要通过赋能业务来体现价值。未来科技的魅力将通过业务的增长与创新来进行可视化体现与规模化推广，而大型金融机构的数字化也将与业务深度结合，赋能于业务，作用于市场，服务于用户

创新力是信念：技术创新、业务创新、产品创新、场景创新，都是未来大型金融机构数字化旅程中的关键词。围绕着价值创造的创新方向，数字化的降本增效、敏捷转型将得到最大程度的发挥。

执行力是手段：大型金融机构数字化起步较早，并且逐渐意识到数字化不仅需要前瞻的转型战略、敏捷的组织架构、多元的数字化人才，如何将数字化理念深植于公司文化，并播种到一线业务人员展业过程，都将是对数字化执行力的一大挑战。

中小金融机构：关注自身定位与业务方向

“数字化战略”、“敏捷组织”、“大行标杆”这些字眼都是中小金融机构转型过程中不可避免遇到的问题。经过大量专家访谈，亿欧智库发现中小银行在这些方面并未有深刻共识，模糊不清的自身定位、易受大行影响的业务方向，都是转型路上的“拦路虎”

明确自身定位：数字化并不仅是口号，而是需要达成全行上下的共识。未来中小金融机构将从战略视角、技术视角、业务视角对数字化进行描绘与阐述，深刻明确自身定位。

稳定业务方向：以“稳”为核心的金融业务特性不可忽视。讲究快速创新、敏捷转型过程中，中小金融机构应保证金融业务的安全性与稳定性，利用明晰的责权制度将机构内各部门协同作用发挥出来。同时在数字化之旅中，中小金融机构将挖掘自身业务差异性，发挥区域性优势，深耕精准客群需求，不再“唯大行论”。清楚知道自身需要什么，客户需要什么是在竞争中站稳脚跟，建起数字化高楼的关键所在。

注释：示例中“大型银行”指国有大行与股份制银行，其余为中小银行

趋势四：金融数字化能力将进一步向全行业渗透，来自资金、技术、人才、业务等多方面赋能将是数字化发展到一定阶段的必然成果

- ◆ 2021年中国经济在后疫情时代下取得明显成效，金融作为国之重器与国家重要的核心竞争力，大有可为，也应大有作为。
- ◆ 亿欧智库认为，作为数字化的先驱行业，未来金融业会在资金、技术、人才及业务四大方面，将数字化经验与成果向各行各业进行输送，为全行业数字化大潮与业务创新应用做出表率与引领作用。



资金扶持

01 利用数字技术实现普惠贷款

- 数字技术的应用使得贷款服务进一步下沉，大量中小企业融资路径拓宽、融资难问题得到解决
- 未来可能会出现“应收款公共结算平台”，数字技术将缓和因复杂债务链形成的系统性风险，并对信用环境进行梳理与改善

02 绿色借贷助力“双碳”愿景

- 以绿色借贷为代表、符合ESG要求的贷款项目将在数字技术的帮助下规模逐渐扩大，金融数字化将从资金方面协同助力“双碳”愿景达成



技术共享

01 得到金融业验证的技术将被推广

- 以保险业为例，AI、大数据、IoT、RPA等数字技术已经得到长时间、多流程的广泛应用。基于金融业验证，这类技术将会在其他行业快速复用、拓展

02 回归理性，技术应以业务为导向

- 金融业在过往应用新技术过程中，走过弯路、吃过苦头。以AI为例，2015能掀起“AI替代人工”的浪潮使得数字技术热点飙升。而纵观当下，将技术服务于业务价值增量才是市场的主旋律



人才输送

01 数字化人才行业共通且稀缺

- 金融机构，尤其是具有一定科技属性的金融机构，其吸引数字化专家、人才的能力要远大于传统第一、二产业
- 在金融业实战过的数字化人才，可以更快的融入别的行业，形成“黄埔军校”般的人才输送流程

02 懂技术，还要懂业务

- 金融业以安全性、稳定性作为第一要则，因此金融数字化人才经常面对涉及大量技术与业务双融合的价值链段，并可以在投身其他行业时得到经验复用



业务联动

01 新兴支付模式已成就千亿巨头

- 金融数字化带来的是对原先业务及交互模式的创新甚至颠覆。以支付服务为例，先买后付巨头 Klarna 联结起大量电商巨头、在线商城与跨境品牌，估值超千亿

02 实现价值链段上多行业业务联动

- 金融业务涉及的流程较多，被数字化赋能的价值链段也相对复杂。如营销、运营、客服、风控等流程模块，均可以与别的行业形成数据联动、业务联动、客群联动等，从而实现价值链段上的二次挖掘与数据的深度运用

趋势五：大国崛起正当时，数字化帮助中国走向金融强国，未来将深度参与标准制定

- ◆ 现如今，全球产业竞争加剧，贸易保护主义与孤立主义沉渣泛起，逆全球化抬头，国际金融形势高度复杂多变，世界经济存在较大不确定性。同时主要国家都在不遗余力加强**数字科技创新、技术标准与国际规则制定**等方面的布局。
- ◆ 平心而论，中国目前已经是名副其实的**金融大国**，但距离**金融强国**还需继续努力。亿欧智库认为未来金融数字化将在以下三方面实现数字化技术、业务及产品的延伸与拓展：**1. 从模式创新优势向技术创新优势拓展；2. 从业务、产品优势向标准制定优势拓展；3. 从国内优势向国际优势拓展。**





诺威科技
创始人、董事长

王爽

隐私计算

“

隐私计算通过密码学和软硬件技术，在保证用户隐私及数据安全、符合法律法规要求的前提下，打破数据孤岛，连接多数据源数据，构建跨机构、跨领域数据网，帮助实现“**数据可用不可见**”和“**可信、可管、可控、可计量**”。

隐私计算已在金融、政务、医疗等多个领域初步落地，在保证数据安全的基础上，挖掘数据价值方面展现了良好的前景，成为数字化时代必不可少的**安全底座**和数据安全的基石。

诺威科技是一家专注隐私计算服务提供商，是该领域的先行者和推动者。诺威科技以诺威信®隐私保护计算平台为核心，开发了一整套自主、安全、可控的隐私保护计算基础设施平台，赋能**医疗、保险、政务、金融**等多个行业，促进多方的数据协作和计算。

”



灵雀云
创始人兼CEO

左玓

云原生

“

数字经济背景下，金融科技已成为金融行业发展的核心驱动。在金融行业向金融科技转型的过程中，**云原生**等新兴技术成为重要的赋能工具。

金融机构迎来全新的服务场景和商业模式，同时也面临着更加多样化、个性化、碎片化的用户需求，新型应用层出不穷。如何利用云原生技术，助力企业**敏捷、快速、高效**地开发、测试、交付应用，将成为金融企业长期关注的课题。

作为金融行业首选云原生服务商之一，**灵雀云**正在基于以Kubernetes为核心的云原生技术打造的新一代泛云原生私有云平台ACP，帮助近百家金融企业建设新一代软件基础设施，加速构建、运行及管理现代化应用，重构业务，完成数字化转型。

”

明略科技
副总裁

张旭

数字营销

“

后疫情时代推动金融业，尤其是银行业零售业务步入数字化转型深水区，客户数字化运营服务体系建设迫在眉睫。因此**改革传统运营体系、提升客群精细化经营能力、推动数字化转型变革发展**，将是银行业数字化转型“新”变化的关键所在。

零售业务发展成为银行业盈利增长的“新引擎”，针对零售客群及需求的改变，银行业无法再以结构化方式识别客户，也无法精准聚焦客户需求，更无法挖掘客户全生命周期价值，这“三座大山”成为银行零售业务最大瓶颈和挑战。

明略科技金融SCRM平台，聚焦银行业客户经营数字化，兼具丰富的大数据分析和私域营销能力，通过企微连接客户与银行，为银行零售业务提供基于企业微信全链路的运营闭环工具，内外一体，覆盖**获客、活跃、留存、转化、裂变**等全生命周期，帮助银行业建立高质量私域流量池，推动银行业数字化变革转型和落地。

”

融慧金科
联合创始人兼首席战略官

张羽

数字风控

“

金融数字化转型的背后有两股“隐形力量”在交织推动——**动力和压力**。动力体现在，一部分先行起跑的持牌金融机构已经享受到数字化转型带来的价值效益；而压力主要体现在，近两年国内金融监管政策密集落地，对于持牌金融机构的风控、运营、系统建设及数据治理能力等都提出了更高的合规要求，促使行业“**马太效应**”渐显。

对于持牌金融机构而言，“自营业务”和“自主风控”的能力建设将成为其未来直面竞争、顺应监管趋势的根基，除了必须“打铁还需自身硬”的人才培育、体系建设外，更需要以开放的心态与平台公司、征信公司、第三方金融科技公司合作，在合规基础上推动自身决策体系从“基于风险或业务量”向“**客户价值导向**”转型升级。

作为一家高端金融科技服务商，**融慧金科**的使命就是帮助持牌金融机构构建起一套自主可控的互联网信贷风控体系。五年来，这一目标我们从未变过。如今融慧金科已成功帮助众多银行、消金等头部持牌金融机构完成了风险管理体系的建设和迭代，公司美誉度和客户口碑始终保持在行业前列。

”



欢太数科
CEO

徐立夫

数字钱包



数字经济的高速发展为社会带来深刻变革，作为数字金融的重要载体——“**数字钱包**”不仅承接了数字化支付方式，也延伸到多元化的生活场景，覆盖**交通出行、车钥匙、社区门禁**等方方面面，打造开放互联的开放生态布局。

目前**欢太数科**旗下的数字钱包平台已携手OPPO、realme、OnePlus三大手机品牌为数以亿计的用户提供智能化服务，未来，手机中数字钱包将不断通过数字科技及场景扩容，助力实现智慧生活。



领创集团
联合创始人兼Atome CEO

陈宁

先买后付



先享后付BNPL是**信用卡支付的升级**，同时也拥有着信用卡无可匹敌的巨大优势。

在东南亚，BNPL模式让商户与Atome合作更加紧密，我们不仅提供灵活的支付方式，也会联合品牌去开展线上线下的营销活动。

Atome官方数据显示，BNPL服务使得商户销售额提升**25%**以上，客单价提升**20%-50%**，并且获得超过**85%**的消费者复购。多数东南亚的发展中国家基本“跳过”卡支付时代，已经拥有了日趋成熟的数字支付基础设施、场景。肥沃的数字支付土壤不仅直接作用于BNPL的推广发展，同时潜移默化中进行了消费者的市场教育。

根据IDG亚洲数字经济2021年发布的报告，到2025年，BNPL支付在东南亚的规模相对2020年会有**8.7倍**增长，达到**79亿美元**规模。而BNPL在东南亚的用户规模在近两年也达到5倍的增长。



团队介绍和版权声明

◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EqualOcean Intelligence) 是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察, 具有独创的方法论和模型, 服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域, 旗下近100名分析师均毕业于名校, 绝大多数具有丰富的从业经验; 亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构, 分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本, 借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势, 亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时, 亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库, 使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑, 更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



夏修齐

亿欧智库分析师

Email: xiaxiuqi@iyiou.com

◆ 报告审核:



王辉

亿欧智库副院长

Email: wanghui@iyiou.com



刘欢

亿欧 总监

Email: liuhuan@iyiou.com

团队介绍和版权声明

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于亿欧：

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网 (iyiou.com)、亿欧国际站 (EqualOcean.com)，研究和咨询服务亿欧智库 (EqualOcean Intelligence)，产业和投融资数据产品亿欧数据 (EqualOcean Data)；行业垂直子公司亿欧大健康 (EqualOcean Healthcare) 和亿欧汽车 (EqualOcean Auto) 等。

亿欧服务

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com