



从互联网金融到金融科技变革

——暨《中国金融科技运行报告（2018）》研讨

国家金融与发展实验室

2018 年 8 月 21 日

乔迁:

大家好！我首先简单介绍一下乐信集团，乐信是一家致力于消费金融方向的科技公司，成立于2013年，是第一家用互联网科技创新方式在互联网上做消费金融产品的公司。2013年10月第一个平台上线，2014年2月京东推出白条，2015年4月蚂蚁花呗推出。乐信于2013年8月成立，去年12月登陆纳斯达克。投资方包括经纬、DST、京东等等，2017年底，乐信年交易额达到500亿。

乐信集团的金融科技生态圈是用平台化方式，依靠科技做科技生态。乐信平台的分期乐是用于分期付款的商城连接三方，一方是个人客户，另一方所有厂商、品牌商。平台连接所有持牌金融机构，包括银行、证券、基金、保险、私募、信托等等。通过这样一个生态圈整合多方资源，为个人用户提供消费金融服务。在这个模式里可以满足个人消费金融需求，满足品牌商和消费场景，加大消费增长需求，同时满足金融机构对于高质量低风险，而且较高收益的消费分期资产需求，维持三方多赢生态。

乐信企业的发展有三个核心战略。第一，不断加固消费场景，消费是消费金融的原始动力，因此

乔迁

乐信首席金融官

要不断覆盖和加大消费场景。第二，智能金融，通过人工智能和技术在金融方向加大技术能力和树立行业壁垒。第三，开放融合，通过开放方式和各条线合作伙伴达成共赢。下面具体进行介绍。

第一，不断加固消费场景。2013 年，乐信开始致力于 3C 数码分期销售，现在商城基本覆盖所有全品类数字消费，而且很多大众周知的品牌像 VIVO、OPPO 的出货量排名前三，仅次于天猫、京东。

第二，智能金融。我们运用新的技术不断提升金融科技能力，智能风控、智能运营、智能资产管理这三个方向逐步智能化。智能风控，就是从零开始打造一套完整的平台，叫鹰眼风控引擎。当用户进入鹰眼识别后，有一套成长体系，每个用户从最小微的 500 元起开始逐步成长信用，积累数据，当数据积累到一定厚度，再进一步提高用户信任值，让用户信用不断成长起来，整个用户通过时效非常高，最快 3 秒内可以解决所有问题。第二个系统平台是智能资产管理虫洞系统，一端连接消费场景、商城。另一端通过系统连接到不同的小微资产平台，保险、银行、信托等等，通过实时资产匹配平台，把用户当时发生的每一笔分期和借款交易，实时撮合匹配到合作机构和持牌机构方以及保险方。现在平台已经达到千亿级吞吐规模，而且通过我们智能化提升，平台撮合效率和匹配效率不断提高。去年底数据沉淀量已经达到 200T+，日均 60 万交易量，数据模型变量 6000 个，机器审核订单占比 99%。

第三，开放融合。作为一个科技平台，我们开始和所有金融机构联合做消费金融业务。2014 年 4 月完成第一笔私募资产证券转让，2016 年 1 月发行上海证券交易所第一单公募 ABS 产品，之后对接了 80 家金融机构共同服务消费金融市场。目前为止，推荐合作平台用户服务数超过 1300 万。

接下来分享我们最近一年的合作和实践案例。消费金融链条从流量层到场景层、产品层、运营层、风控模型层、资金资产层、数据科技层，整个链条越来越复杂，并不是说发一张消费金融牌照就可以做好消费金融。

风控模型共建，产品定制。我们和传统金融机构有更深入合作，比如两年前开始和传统金融机构共建，金融科技公司采用大数据，传统金融机构靠人行征信、公积金数据等传统风控手段。通过把双方结合起来，建立定制化风控模型，这在过去两年里已经产生很好的效果。

全开放借款平台“乐借”为 3000 万用户，找到合适银行借款产品。

全场景消费覆盖。通过银行二类帐户定制和 APP 结合，以及微信支付等，完成了线上线下消费场景覆盖。乐信是少数几家可以从整个消费金融前端流量场景接触用户，转化客户，挖掘出消费金融需求的机构。另外，我们还提供了一套消费金融云服务方式。通过这样一套云服务平台，我们和聚美优品等等有大量用户和消费场景的平台合作，用平台已有数据，结合风控模型能力打造定制化产品。通过定制化产品在这些场景中选出优势用户，再和金融机构合作，实现多方共赢，联合打造产品服务。同时，我们也和银行推行联名信用卡，去年和工商银行、招商银行先后推出联名信用卡。通过对用户摸排、筛选，把适当等级用户推到银行，共同为用户发行一张信用卡，再利用信用卡覆盖消费场景，使我们有更好的信用出口。

以上是我发言的全部内容，谢谢大家！