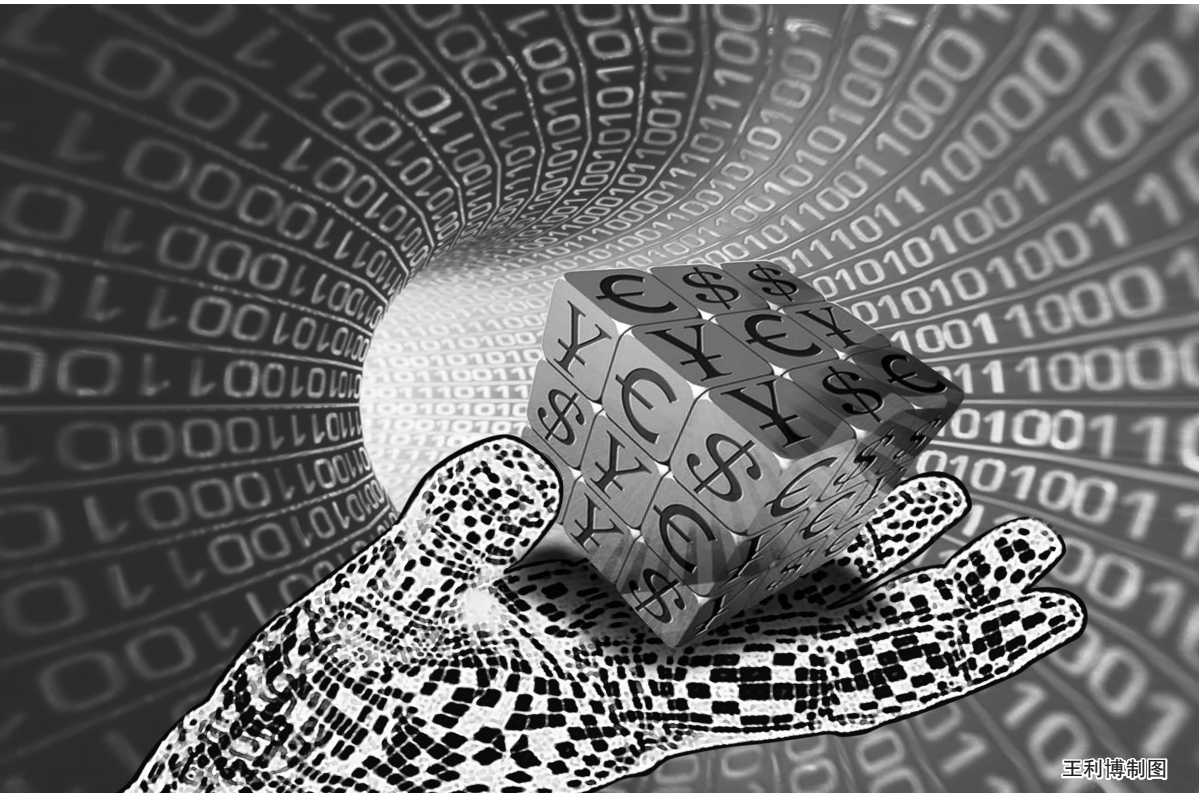


变现信用价值 大数据轻松“破发”企业融资瓶颈

数据是不会说谎的。即使企业包装了一份漂亮的财务报表,通过计算模型,可以从它的能耗、物流甚至是外部的行业发展大环境来判断报表的真实性。



金电联行:为 1000 家中小企业信用融资 40 亿

■ 本报记者 郭奎涛

“当初决定干这一行,有点是被‘忽悠’进来的。”谈起金电联行(北京)信息技术有限公司的发展历程,该公司创始人兼 CEO 范晓昕笑着说。

这是一家利用大数据挖掘企业信用信息,联合金融机构为企业提供无抵押、无担保的信用融资服务的公司。其对大数据的研究和运用甚至比“大数据”理论的出现早了六年,比同样运用大数据为平台上的企业提供信用融资的阿里小贷也早了约五年。

根据范晓昕介绍,“当时是一位同学跟我说,数据里面可以产生金融价值,就是国外流行的信用贷款,说是可以帮我对接国外银行。实际上,他一家国外银行都没帮我对接上,就是想说服我把这个事情做起来。”

纯信用贷款先河

7 年前,金电联行正式成立。根据范晓昕介绍,“当时还没有大数据这个概念,我们称为‘海量的数据’。我和另一位公司创始人都是学数学出身,对于数据之间的关系和规律有着特殊的兴趣。我们一方面积极寻找企业交易数据之间的联系,另一方面深入企业运营建立各种计算模型。”

“数据是不会说谎的。即使企业

包装了一份漂亮的财务报表,通过计算模型,可以从它的能耗、物流甚至是外部的行业发展大环境来判断报表的真实性,进而得出一个客观的企业信用报告,为银行放贷提供参考。”范晓昕说。

经过完善,金电联行目前使用的“数据挖掘机器人”可以直接对接企业供应链管理系统,并从中挖掘数据,包括下订单、生产、物流等 12 大项;每一大项还有更多的小项,某些行业的统计项多达上千,然后形成围绕不同核心的信用报告。

不仅如此,“数据挖掘机器人”还会实时更新企业的数据库和相关信用报告,自动实现分析,即时掌握风险波动。在准确预测企业经营行为模式的前提下,对超出一定严重程度的风险自动提醒,迅速发出预警,最大限度地监控风险。

官方数据显示,截至目前,金电联行已经为 1000 多家中小微企业提供了总规模超过 40 亿元人民币的非抵质押信用融资服务,尚未发生过一笔不良贷款。

数据服务多元化

就在采访的间隙,范晓昕还接到了某银行行长的电话,“想要我对他们的一笔存量贷款业务做个风险评估。”

的确,经过 8 年的发展,金电联行与银行的关系已经发生了 180 度

的逆转。从以前一次又一次地“去”寻求合作到目前一个电话又一个电话“来”商谈合作,银行也从以前的合作伙伴变成了目前的客户,金电联行有了向银行收费的底气。

“一直以来银行挣钱很容易,赚息差,再减去坏账。容易被忽略的是,银行赚的只是几个点的息差,坏账却是 100 个点的成本,要赚多少笔息差才能弥补一笔坏账的损失可想而知。所以,控制坏账对银行十分重要,这正是金电联行擅长的。”范晓昕说。

范晓昕还介绍说,“一笔坏账是不会突然间产生的,总会有各种各样的迹象。具体内容我不太好讲,我们得出的大致结论是,一个公司在死亡之前至少会挣扎一年,这期间会从很多数据的异常可以看出来,这就可以给银行风控提供重要的依据。”

不只是银行,金电联行利用大数据评估企业信用状况的能力还得到了一些地方的认可。

“地方政府也需要对当地企业风险情况进行摸底,或者为企业的融资提供参考,或者为经济发展进行体检,或者是想建立社会信用体系。这样的地方包括上海、杭州等,还有一些地方金融办正在和我们联系。”范晓昕说。

警惕“数据孤岛”

如果说金电联行早期对数据金

融价值的挖掘多少有些“误打误撞”,2012 年底大数据理论的问世则让范晓昕更加坚定了信心。

“大数据概念的提出让我们感触很多。虽然我们在数据方面的研究和运用都符合大数据的说法,但是缺乏理论研究的高度还是对业务拓展有所制约。如果大数据的理论早一点出现,我们的业务至少还要再快一年。”范晓昕说。

不过,随着行业对大数据的研究逐渐深入,大数据的问题也得到了充分认识。其中之一即是“数据孤岛”现象,单一主体的相关数据可能会散落在多个平台上,每一个平台如果从自身数据出发,就可能会得出一个个片面的结论。

范晓昕坦言,数据孤岛的现象的确存在,“像企业的纳税记录,只能从税务部门去找,其它地方不可能会有;像京东的一个卖家,可以看到它的产品价格甚至是交易量,但是它的物流、库存等都在京东那里,外人看不到。”

“这我倒不太担心,与其它信用平台不一样的是,不是我们找企业要数据,而是企业主动给我们数据。它们有想从银行贷款的需求,就必须按照金电联行的要求,提供足够的相关数据。”范晓昕说。

另一方面,金电联行刚刚拿到央行征信牌照,还将在数据征信方面与其它征信机构展开合作,这也会有助于金电联行数据的完整性。

科通芯城： 寻找大数据的含金量

■ 本报记者 郭奎涛

大数据的价值正在被各行各业的企业不断发现,一直以 IC 元器件电商为业内熟知的科通芯城,也在不知不觉中走上了大数据的掘金之路。

“真的很难说我们是什么时候开始这一转变的,只能说,这是公司在发展的不同阶段自然而然的升级。通过销售 IC 元器件,我们积累了客户,有了客户,也就有了更多的需求。如何发现并满足这些需求,大数据就成了解决之道。”科通芯城营销副总裁刘宏蛟说。

此前,科通芯城董事长康敬伟也在采访中表示,IC 元器件只是与客户建立关系并增加黏性的工具,科通芯城要是企业采购的相关数据,再通过数据挖掘和分析,向企业提供其需要的软件、金融、供应链服务等高毛利的产品。

数据含金量高

科通芯城成立于 2010 年,隶属于总部在深圳的 IC 元器件及方案服务商科通集团,目前在线提供来自全球 500 个供应商的共约 50 万种 IC 及其他电子元器件产品,其中包括英特尔、博通等顶级品牌供应商。

在科通芯城看来,IC 元器件是切入制造企业运营的一个良好的切入点,从手机等消费产品,再到工程机械等工业产品,任何一个产品都离不开 IC 元器件。通过 IC 元器件与企业建立的联系黏度更高,进而能获得企业的产品、需求等日常行为数据并进行挖掘。

“严格来讲,我们的数据并不多,跟阿里巴巴、京东商城相比,无论在卖家数量,还是在交易总额,我们的量都比较小。但是我们的数据含金量比较高,单笔交易的平均额度超过 15 万元,这就可以挖掘出更具商业价值的其它服务。”刘宏蛟说。

有观点认为,科通芯城在支付环节仍然采取银行卡转账等传统结算方式,不像采用在线支付的其它电商那样能够对支付环节进行很好的掌控,会影响到科通芯城搜集数据的完整性和大数据的准确度。

对此,刘宏蛟表示,科通芯城采用传统企业结算方式是由复杂的应用环境决定的,“是否采用在线支付并不重要,重要的是看平台对企业订单、物流、库存等供应链环节的理解程度,深入到企业供应链就能获得企业的真实数据。”

始于精准营销

尽管把大数据业务推上战略高度的时间并不确切,科通芯城对大数据的运用却是有迹可循,最早则是用于自营电商业务的精准营销服务。这是该公司 2011 年添加的新业务,从供应商和第三方提供的海量方案中选择合适的推荐给客户。

“举个简单的例子,通过对客户的产品、需求、浏览记录等不同维度的数据将客户进行分类,如果某一类型过半的客户都会采购这款商品,那么我们就把这款产品推荐给这类客户群体的其它客户。”刘宏蛟说。

微信的出现给科通芯城精准营销服务提供了更为便利的平台。经过探索,“科通芯云”诞生了,除了询价、下单、查询物流信息、进行存货管理等功能,科通芯城按照业务重心和工业板块将用户分组,每组由专人维护推广产品和方案。

康敬伟强调说,科通芯城绝对不做信息轰炸,“供应商每天都有想推销的新产品,他们把信息库给我,我只干一件事——筛选。科通芯城的后台能精准定位到客户是哪个公司,公司做什么产品,我们不会把手机圈的事告诉做手表的人。”

精准营销的成功直接体现在重复购买率的高涨。官方数据显示,科通芯城在 2013 年有 1898 名回头客,占客户总数量的 69.3%,回头客产生的总交易额为 39 亿元,占 2013 年总交易额 99.2%。2014 年,科通芯城预计客户重复购买率将超过 90%。

深耕供应链服务

大数据在精准营销方面的应用只是开始,今年以来,科通芯城开始更加看重大数据在客户二次需求的开发和解决方面。

按照康敬伟的思路,卖 IC 元器件只是科通芯城商业模式的切入点。通过 IC 元器件销售,聚拢一批电子制造企业,继而通过挖掘数据发现电子制造企业的其它需求,包括软件、金融、解决方案等一系列的供应链服务。

今年 4 月,科通芯城正式与微软云建立战略合作伙伴关系,向其电商平台上的电子制造企业,提供基于 Microsoft Azure 的云计算和大数据服务。

在供应链金融服务方式上,科通芯城通过对企业客户供应链数据的分析,在风险可控的情况下,将它们的贷款需求打包到银行融资,再把拿到的贷款分给这些企业客户,以避免它们单独向银行贷款缺乏担保而被银行拒绝的情况。

“供应链金融服务已经按计划在筹备阶段。”刘宏蛟透露。

平安银行：供应链数据服务目标 10 万家

■ 本报记者 宋笛

种种迹象表明,大数据已经开始成为银行业解决中小企业贷款难的有利方法之一。

作为国内最早一批开始借助供应链数据进行金融业务的银行之一,平安银行近期推出的“橙 E 平台”也正是希望借助大数据进行线上供应链金融业务。

对于这一平台的建立,平安银行的相关人士告诉记者:“做线上供应链金融必然需要更及时、更准确的企业信息,最好的方法就是让生意发生在自己平台上。”

多家银行 开展大数据金融

对中小企业而言,大数据带来的是更为简便和可行的贷款机会,而对银行业而言,大数据能够提供更为准确的信息,以减少银行业的金融风

险。

中小企业贷款难问题很大程度上是源于中小企业信誉和信息的缺乏。

2013 年 8 月 8 日,国务院办公厅发布的《关于金融支持小微企业发展的实施意见》,首次提出了大数据信用服务的理念,强调从企业的生产经营、人才及技术、纳税缴费、劳动用工、用水用电等“软信息”找信用,并把它作为化解因缺信用和缺信息造成的中小微企业融资难问题的重要举措。

而银行业也一直在探索利用大数据解决中小企业贷款难的问题。从 2013 年开始,包括建设银行、招商银行、平安银行等多家银行都相继推出了围绕大数据实现中小企业贷款的相关业务。

以往平安银行在线下供应链金融中,扮演主要角色的是供应链链主。根据链主与上下游间的业务往来判断企业的运营情况,并进行放款,或者是企业通过抵押质押债务进行

贷款。

这一方式针对大型企业的上下游往往是有利的,但同时这种方式很难全面覆盖到多数中小企业,而且企业间的业务往来并不完全发生在银行业的监控范围,近年来包括钢材、煤炭等行业的多起重复质押案件已经让银行业渐渐地发现了以往数据真实性的不可控性。

借力供应链管理 实现大数据分享

对于建设“橙 E 平台”,平安的目的是通过吸引大量中小企业入驻平台,形成上下游业务的网络,通过其在平台上的数据信息来判断其经营情况,并提供贷款。

而在这整个设想之中,如何吸引中小企业入驻这一平台就成为关键之一。

平安银行为此提供的解决方法是,将平台打造成一个内部类似企业

ERP 系统,外部又和上下游形成互动的免费供应链管理系统。

相关的设计人员告诉记者,“‘橙 E 平台’能对企业经营中的商流、物流、资金流、信息流进行综合处理,主要是要解放出中小企业在相关方面的成本投入,并且形成众多中小企业的经营大数据。”

而目前,平台上的中小企业已经超过 1000 家,而平安的目标是 10 万家。“只有规模化,上下游间业务关系网形成,大数据才有意义。”相关设计人员表示。

通过大数据 实现中小企业低成本贷款

对于基于该平台形成的大数据金融,平安的设想是,改变以往企业找银行申请贷款,而变为银行根据平台上大数据信息进行判断,主动找企业进行放款。

(下转第十一版)

(下转第十一版)