

# 银行业金融机构普惠小微金融创新 破局之道：聚焦用户体验

◎陈游

**摘要：**小微金融业务被认为是银行业金融机构的新蓝海，金融科技的发展助力小微金融业务，但并未较好地解决小微企业面临的融资困境。为顺应金融数字化这一趋势，银行正在积极构建为小微客户提供更加便捷有效的创新解决方案，尽管这些产品和服务带来的体验也并非完美。当前，普惠小微金融发展一大痛点在于用户体验这一“最后一公里”问题。本文介绍了法国新型银行 Anytime 通过提升客户体验增强普惠小微金融竞争力的成功经验，指出银行业金融机构破局普惠小微金融创新的方向在于聚焦用户体验，并提出相关政策建议。

**关键词：**普惠小微金融；金融数字化；用户体验；金融创新；金融生态

**中图分类号：**F832

**文献标识码：**A

## 一、后疫情时期银行业金融机构普惠小微金融加速创新

后疫情时期我国银行业金融机构“无接触金融”模式得到迅速发展，普惠小微金融业务呈现线上化、平台化以及生态化的趋势。银行业金融机构与金融科技公司合作，从产品创新、场景金融、信

贷技术、农村金融和小微风控等领域加速运行模式变革；同时，面对小微企业现金流紧张、订单量减少的经营难题，推动广大小微企业加快数字化步伐，以实现“云化”转型。此外，围绕大数据、区块链以及人工智能等金融科技的组合运用，小微企业相关金融基础设施建设以及特色融资模式也在不断创新，各银行业金融机构积极制定差异化经营战略，打造差异化竞争优势。

### （一）创新普惠小微金融产品：实施供应链金融延伸下沉

后疫情时期，银行业金融机构普惠小微金融业务的创新主要集中在供应链金融上，具体主要涉及以下几个方面：一是整合化。单一技术通常只聚焦单一节点的某一方面进行改进，因此效果有限，而银行业金融机构通过大数据、人工智能以及物联网等基础金融科技的整合运用，并紧密结合边缘计算、AR/VR 以及图像识别等通用技术，形成一系列综合性工具套件式系统解决方案。二是场景化。银行业金融机构针对具体场景和业务流程的拆解以及需求解读，最终开发出针对场景的定制化技术以及解决方案。三是协同化。从性质上看，供应链金融只是

作者简介：陈游，湖州职业技术学院财会教研室副教授。

供应链管理的组成部分，因此不能脱离供应链管理去追求最优解决方案；金融技术应用需综合考虑小微企业未来生产运营中的各个方面，从而协同寻求整体最优。随着产业数字化不断深入，银行业金融机构供应链金融针对特定产业的专业化创新仍然不足。供应链金融服务对产业数字化的了解不够深入，研究不够细致，服务下沉不够。

### （二）科技赋能小微场景金融：重在聚焦小微增信设计

发展普惠小微金融业务的关键不在于流量，而在于场景。将场景线上化、数字化，同时基于场景形成真实的交易数据，以此作为大数据授信和智能风控的核心依据。目前银行业金融机构从构建产业生态圈出发，助力小微企业进一步强化经营管理，同时将金融服务融入小微企业的战略管理、财务规划等相关经营管理环节，为小微企业数字化转型提供信用增值服务。银行业金融机构在普惠小微金融业务中面临的主要风险之一是欺诈风险，特别在后疫情时期，欺诈风险概率更高。利用 AI、大数据等金融科技，银行业金融机构借助金融科技企业的精准小微客户画像或者反欺诈系统，可大大降低普惠小微金融欺诈风险。不同于平台机构的纯线上放贷，银行业金融机构对小微企业的授信额度相对更高，因此必须量身设计相应增信机制。特别是对于地处高新技术园区以及产业园区内的小微企业，需要银行业金融机构与增信机构风险共担，从而保证小微企业贷款的商业可持续发展。银行业金融机构已在探索小微企业的“在线经营场景+留存数据方案”，用金融科技赋能普惠小微金融反欺诈管理。

### （三）专注小微金融信贷技术：推进信贷决策数据化、自动化

数据是信用科技应用的条件，场景是信用科技赋能普惠小微金融的基础，技术通过数据和场景促进服务创新。当前，普惠小微金融服务主要通过银税互动模式、圈模式和链模式这三大模式服务于广大小微客户。一是银税互动模式。该模式是以税务数据为核心。由于税务数据覆盖面广，同时信息维

度多，是评价小微客户信用状况的重要依据。通过连接数据端（税务局）以及场景端（银行），银行业金融机构以涉税数据为核心，同时结合工商、司法等相关数据全面分析小微客户经营情况，在建立以税定信的小微客户信用评价体系的同时，实施相应的风险管理措施。二是圈模式。该模式是以支付消费数据为核心。例如，互联网银行通过内部生态圈内小微客户交易结算沉淀而成的大量数据为基础，利用大数据、区块链以及人工智能等金融科技，将交易支付相关数据转化成小微商户的信用评价数据，进而为生态圈内小微商户提供融资。三是链模式。该模式是以供应链核心企业信用为核心。银行业金融机构以核心企业信用为支撑，进一步为供应链小微企业，特别是处于供应链远端的诸多小微企业增信。

### （四）加强农村地区金融服务：利用数字技术降低服务成本

近年来，农村地区不断加强金融基础设施建设，特别是以农商行为代表的中小银行立足农村县域地区，着力解决涉农企业与农户金融需求，积极开拓农村小微新客户，并普遍锁定下沉市场。相关金融机构通过对传统金融服务的数字化改造、拓展基于电商平台的相关配套金融服务、提供第三方互联网金融服务和在线农业供应链金融等模式，推进农村数字普惠小微金融。在需求端，通过数字技术大幅降低农村客户金融服务的交易成本。中小银行基于移动终端设备，进一步突破了线下网点的时空局限，农村客户足不出户甚至在田间地头就可享受到金融服务。此外，线上自动化业务审批还可以防范部分信贷业务人员吃回扣等寻租成本。在供给端，通过数字技术明显降低了中小银行普惠小微金融服务的交易成本，同时提升了服务效益和效率，使得银行在偏远农村设立线下网点的相关成本近乎完全削减。通过大数据和智能客服机器人，中小银行可在短时间内实现金融业务批量化处理，大幅降低线下网点人工服务成本。通过大数据和区块链等数字化金融科技，中小银行可在后端实时输出诸如征信、需求和风险等相关客户特征，较好地解决信息不对称问题，进一步支撑前端业务的拓展。

### （五）重塑普惠小微风控体系：依托征信和大数据管控风险

基于金融科技，银行业金融机构正在重塑普惠小微征信体系。依托征信系统和大数据技术的普惠小微金融风控体系，将在确保信贷规模、风险防控以及成本控制三者平衡的基础上，破解普惠小微金融难题。就风险评价和审批而言，目前主要通过以下几种方法。一是社交评级法。主要利用大数据中的社交数据对小微客户进行综合评估，建立贷款邀约申请制实施信用风险管控。所谓贷款邀约申请制是基于个人的信用奖励，加上线上多维度画像以及各种反欺诈措施，通过高效审视客户还款意愿，来有效控制小微客户信用风险。二是个人信用评分法。对于尚未建立个人信用记录的小微客户，主要利用大数据挖掘和分析技术预测其风险特征和信用价值。银行业金融机构可通过大数据与中国人民银行征信系统等数据资源，同时结合小微客户社交网络、行为特征、交易特征、基本社会特征以及央行征信五个维度，对小微客户综合评级，运用一系列指标构建多重模型，实现对小微客户信用风险的有效管理。

## 二、普惠小微金融创新困局：尚未打通客户体验“最后一公里”

面对小微企业融资难问题，银行数字化技术的发展曾经被当作解决此难题的救命稻草；但近几年的实践证明，尽管互联网小微贷的发展为小微企业提供更多便捷的融资渠道，缓解了小微企业融资难题，但并未颠覆其面临的融资困境。传统金融服务和产品的设计理念是通过业务功能驱动产品设计。当前正处于数字化时代，回归用户开始成为产品设计的新理念。同时，为顺应金融数字化这一趋势，银行已调整自己的产品和服务发展战略，积极构建为小微客户提供更加便捷有效的创新解决方案。尽管如此，也并不意味着这些产品和服务所带来的体验是完美的。

### （一）金融创新推动定位不清

除了大型银行和民营银行，许多中小银行不仅缺乏对金融科技清晰的概念，而且也没有深入了解

金融科技对自身发展真正的创新意义，同时对金融科技发展的整体战略定位不清。一些中小银行甚至将金融科技与信息科技相混淆。信息科技是指依托IT系统保障的银行业务，包括记账、核算及风控等。信息科技主要服务对象是银行客户、管理人员、基层一线员工及内部监管部门。金融科技主要指应用人工智能、大数据以及区块链等新兴技术，解决用户痛点，满足不同用户需求，进而提升用户体验。一些中小银行混淆了两者概念，或以科技进行泛指，并不将金融科技当作独立的体系进行发展。还有一些中小银行普遍忽视了金融科技所蕴含的创新含义。在实践中，大部分中小银行在金融科技方面的投入更侧重于对短期业务的提升作用，忽视了金融科技对于银行长期业务的创新作用，因此对通过技术创新促进业务创新缺乏应有的认识和准备，往往缺乏长期投入，造成中小银行整体创新能力不足。在向大零售转型这一趋势下，中小银行面临着人才不足、数据匮乏以及风控体系及信息技术系统落后的局面，需从长期对组织架构、数据、技术及场景等开展统一规划。

### （二）小微金融产品创设能力不足

许多银行在小微金融服务中，仍然保留做大做全的惯性思维，存在小微金融产品定位不清以及产品创设能力不足这两个问题。尽管目前部分银行已有产品定位转型思维，但产品定位差异化、个性化发展知易行难，对大多数银行来说，做大做全思维惯性依旧，产品和服务同质化现象突出，尤其是在普惠小微贷款产品及相应零售产品定位和设计上存在雷同。除了一些民营银行，大多数银行小微金融产品上线慢且种类单一，通过产品和服务吸引小微客户的能力偏弱，特别是在信贷产品以及资管产品上。小微信贷是银行普惠小微业务的重点，其中差异化风险定价能力是小微信贷产品创设的关键。由于很多银行对当地小微客户及特色客群的金融需求及其背后隐含的真实风险缺乏深度认识，因此，难以根据政策导向为广大小微客户提供差异化个性化的信贷产品。而在资管产品创设上，银行用以支撑产品的底层资产同样欠缺多样性，相应地在尽调、风控等方面存在不少缺陷，普惠小微资管产品创设也存在市场同质化的情形。

### （三）普惠小微金融生态尚待完善

随着银行自主获客的难度日益增大，越来越多银行希望共建生态，开放合作已经成为趋势。在线上，大部分银行选择与互联网平台进行合作，针对普惠小微金融进行导流；线下，大多数银行开始尝试与特定行业产业合作，共建本地小微金融生态。由于许多银行缺乏线上获客的相应渠道和能力，导致资金利用效率不高，线上导流成为许多银行线上获客主要方式。对互联网平台来说，为资金提供方开展导流也是对自身流量进行变现的有效渠道。但是监管部门对银行跨区域展业有着不少限制。例如，浙江银保监局通知要求，银行业金融机构开展互联网联合贷款业务，浙江省辖内城商行以及民营银行只允许经营分支机构所在地域的客户，且辖内城商行分行只允许经营浙江省内的客户。此外，根据银保监会的要求，银行当年新增可贷资金主要投放于当地，这也会使线上获客流量锐减。这就使得越来越多的银行开始尝试构建本地化场景的小微金融生态圈，力图与小微客户的生产生活场景紧密关联。

可见，普惠小微金融发展最大的痛点在于客户体验这“最后一公里”问题。目前来看，这一难题需要利用数字化方式进行解决。具体路径是由网络运营商进行技术支持，然后经由代理商触达广大终端用户。这里最大难点来自中间代理商以及聚合渠道，这是未来普惠小微金融要解决的问题。目前终端用户通常有众多移动终端可以使用，但到底哪个移动终端的服务是最适合的、最为友善无欺诈，则需要通过中介机构予以解决。

## 三、通过提升客户体验增强普惠小微金融竞争力：Anytime 的经验

自 2017 年以来，全球越来越多拥有先进应用程序、创新产品以及瞄准特定受众的新型银行不断出现，并抢占市场份额。为应对激烈竞争，传统商业银行必须通过提高金融服务质量来弥补其在小微客户体验上与新型银行之间的差距。对于新型银行而言，尽管可以通过提供更好的小微客户体验获客，但要想进一步扩大客户基础并提升盈利能力，就需要提供更复杂的金融产品。Anytime 在此领域表现

特别突出，其通过向不同类型小微客户提供量身定做的金融服务而不断发展。作为法国三大新型银行之一，Anytime 主要向小微客户提供商业账户、财务管理工具以及支付解决方案等服务。Anytime 成立于 2012 年，在 2014 年就推出第一款针对青少年的数字金融产品，2015 年开始将战略转向商务账户领域，2018 年成为法国第一家盈利的对公新型数字银行。2021 年 1 月，另一家法国新型银行 Orange Bank 对 Anytime 展开收购。收购后，Anytime 开始以其子公司的地位和形式继续独立运营。Anytime 的经营具有以下几方面特点。

### （一）基于用户画像提升用户体验

Anytime 最初将其主要客户群定位为青少年，但不久就进行战略调整，将其业务发展重点转向为小微客户提供商务账户服务。目前，Anytime 的核心客户群主要包括自由职业者、个体经营户、初创企业以及小型企业。针对不同类型的小微客户群体，Anytime 提供很多具有针对性的商务账户计划。例如，针对自由职业者以及个体经营户，Anytime 将服务重心放在帮助此类客户区分、梳理好当前和未来的工作和生活，通过开立一个商业账户以及一个个人账户的方式，简单直观地把两部分的社会经济活动隔离开来。虽然现在工作生活之间的界限变得越来越模糊，但 Anytime 仍致力于帮助这些工作生活高度渗透的小微客户理清财务，使其免受混乱且琐碎的生活细节所困扰，从而在更多专注于重要事务的同时享受生活。对于初创企业和小型企业，Anytime 同样根据不同类型和层次需求，量身设计一系列账户计划。此外，针对一些经常需要全球旅行或需要全球业务往来的小微客户，Anytime 还进一步提供更有吸引力的金融服务。一般而言，商业银行对国际交易业务会收取 2%~3% 的手续费，而 Anytime 免费为小微客户提供该业务，且跨境取现也不收取任何手续费。

### （二）提供针对性的数字化金融产品

Anytime 为小微客户提供完全数字化以及移动兼容商业账户的同时，界面注重客户体验且功能强大，支持线下热线咨询，且收费标准透明，无任何

误导性或隐藏性收费条款。除了普通的银行卡支付、取现、第三方支付、转账、跨境转账以及账户管理等直接面向小微客户的银行服务，Anytime 也向有需求的开发者提供一些开放银行服务。小微客户可以将 Anytime 账户与其在其他银行的借记或贷记账户进行连接，通过 Anytime 的账户直接全面地了解自身财务状况。

#### 1. 面向客户的主要服务或产品

一是实体卡。作为传统商业银行系统的替代方案，小微客户在 Anytime 注册将被进一步分配一个银行账户（RIB），同时收到一张随时可用的银行卡，该卡允许小微客户通过自动存取款机进行使用。这张卡并非信用卡，而是未经透支授权的借记卡，只有账户余额为正才可以使用。这样 Anytime 就可以控制小微客户的消费成本，避免银行卡透支风险。二是读卡器。利用可以将蓝牙与智能手机进行连接的银行卡读卡器，小微客户可以向自己客户的银行卡收款。三是财务管理解决方案。对于创业企业以及小微企业客户，经常发生涉及员工的相关成本。Anytime 为这些客户推出专业的财务管理解决方案，小微企业员工可通过 Anytime 的界面手动或自动输入相关费用收据，员工可以打印或以 cvs 文件形式进行发送。在每月月底，小微企业会收到一份包含显示增值税金额的全部交易的报表。如果小微企业使用 Anytime 的银行卡，这些报告是完全自动化生成的。四是企业创立解决方案。当小微客户处于初创期，尚处于起草章程、股东出资或者备案注册阶段时，Anytime 可以帮助小微企业轻松完成这一系列工作。小微企业提交企业地址、股东身份等所需证明后，Anytime 的合作伙伴可以负责起草小微企业的章程。随后 Anytime 聘请的合作伙伴会将小微企业股东预备缴纳的资金从本人的个人账户转入本人的股本账户中，同时在 72 小时内向法院登记处及时提交申请和证明。小微企业得到营业执照就可以解锁资金并转移到 Anytime 的相关账户。

#### 2. 面向开发者的主要服务或产品

一是银行即服务程序。Anytime 通过这个程序提供必要的模块，从而帮助开发者管理其和国际银行账户相关联的商业账户，例如，管理国际转账、发行银行卡，管理交付卡方式以及管理其客户的 KYC

并有效监控欺诈风险等。对于账户管理，Anytime 除了可以帮助开发者提供数字化银行服务、市场服务以及资金池服务外，还可以提供众筹账户管理等金融服务。二是应用程序接口。Anytime 可以通过应用程序接口进一步开发银行程序，那些在其门户中保留 Anytime 服务或产品用户体验的开发者会发现，可以开发相关后端系统来监控管理自己的程序。Anytime 为此开发技术架构并能够按照客户的不同需求，将其应用于开发者托管在 Anytime 的数据库上。通过应用程序接口，开发者可针对个人账户特点为每个账户设计链接一到多张银行卡，这通常适用于部分商务合作以及家庭账户。此外开发者在终端设计上，可以支持智能手环等多种无接触支付。至于专业账户，开发者可通过应用程序接口为每个账户设计链接最高达 200 张银行卡。这类产品尤其适用于初创企业或者小微企业日常工作场景。

### （三）主要竞争优势及不足

#### 1. 产品定位清晰

虽然只是一家成立时间不算太久的新型银行，但面对已深耕欧洲多年同时有客户积累深厚的传统商业银行，在参与竞争的银行业金融服务市场，Anytime 通过扩展利基市场、精准定位于小微客户等方式，从诸多服务对象广泛、业务特点不鲜明的数字化银行中脱颖而出。当众多小微客户在市场中寻找符合其需求特点的银行业金融机构时，打着“为您量身定制”口号的 Anytime 一下子就赢得了小微客户的青睐。由于有定位明确的客户群体，Anytime 精准开发出针对性较强的金融产品和服务，从而在金融服务质量及用户体验上和其他没有明确客群范围的中小银行区别开来。

#### 2. 使用方法便捷

便捷性是数字银行天然的必备属性。尽管用户早已体验并熟悉了在新型数字银行开立个人账户的便捷性，但可以便捷开立企业账户并没有被客户所了解。一是小微企业客户通过提供所需基本信息，就可方便地在网上开设企业账户，开户时只需上传企业及股东的有效身份证明以及地址证明。在小微企业将全部信息上传后，Anytime 通常在 24~48 小时内就可审批上传信息并激活商业账户，相关银行卡会被邮寄到企业指定地址。二是与传统银行相比，Anytime 还会提供方式类似但更

为便捷的注资服务。小微企业可以选择的注资方法多种多样,例如,可通过单一欧元支付区(SEPA)进行支付、从其他银行的账户转账、发送支票以及使用银行卡进行注资。Anytime 通过与 SumUp 支付终端兼容,从而提供一个价格更为低廉的终端。通过这台终端,可让小微客户直接支付到 Anytime 上的企业账户。

### 3. 小微企业财务管理功能强大

一直以来, Anytime 手机应用将企业财务管理置于用户体验的最优先位置,让小微企业可以看到企业账户的资金余额,从而更好地管理预算。这些应用具有一系列功能,从而让企业财务更为更容易地被理解与监管;同时,这些应用程序可便捷地为企业账单设置支付,也可通过应用程序便捷地向客户收款。这些应用程序还可以支持上传 XML 或 CSV 格式的文件,使小微企业工资支付更为轻松,且与外部会计软件同步,同时配备自动计算增值税以及数字化收据等功能。这些应用程序的每个元素都能帮助小微企业优化和精简企业财务,从而让小微企业更加专注业务发展。

相比于传统商业银行,具有金融与科技深度融合特征的数字银行为小微客户提供了前所未有的应用便捷性、信息透明度以及价格更低廉的金融服务,大大提升了客户体验。例如,小微客户使用流程快速友好,终端在开放透明的通信上同样表现出色。但除这些高性能的移动应用程序以及实时支付通知,数字银行所能提供的产品和服务本质依然是公众早已熟悉的业务。由于监管上的限制和市场准入障碍,数字银行和金融科技企业只有推出具有足够颠覆性的金融创新并能够超越现有银行商业模式,才可能成功。未来,将区块链技术与众筹或众贷业务相结合,也许是数字银行向可持续盈利能力转型升级的途径。Anytime 目前尚无法提供借贷等银行服务,同时仅能在银行即服务程序(BaaS)层面支持小微企业众筹账户管理功能,所以在某种程度上,Anytime 更像是一个专为小微客户量身打造的数字钱包,相关功能尚不全面,也没有足够的创新性。

## 四、破局普惠小微金融创新的方向：聚焦用户体验

普惠小微金融数字化转型并非坦途,银行业金

融机构需要聚焦用户体验,进一步打通最后一公里。因为优质的用户体验是普惠小微金融吸引用户并实现用户有效转化的关键。在当前技术创新受限于数据的情况下,通过用户体验的提升迅速累积小微客户并形成规模化效应,可以有效驱动技术创新,进而加速实现普惠小微金融数字化转型,解决小微企业融资难题,同时也可以转化为银行竞争优势。银行业无论从为经济发展提供金融支持角度,还是为小微用户提供产品、服务角度,每个环节都以资金流转为特点,都可能产生损益,因此更需要精细、专注以及贴心的态度,还要积极创新、注重细节。银行业金融机构要积极引领小微客户对小微金融多样化、高端化需求。

### (一) 深入了解小微企业,构建真实触达能力

以前很多小微企业因融资难出现问题,表面是由于银企之间存在信息不对称问题,背后则是银行没有真正触达需求。银行业金融机构应根据自身资源禀赋条件,以不同方式通过各种管理和技术手段,加强对小微企业更深入的触达。在线下,银行业金融机构可依托地推团队触达小微企业,同时实地了解、持续跟踪小微企业的真实经营情况,以实现良好的真实触达效果。目前,传统商业银行普遍保留通过线下地推的获客方式,一些深耕本地的中小银行充分发挥深谙当地的优势,在本地建立大量网点和地推团队,通过全面覆盖当地小微企业,构建本地经营的竞争力。此外,区域差异在某种程度上会影响当地信贷需求,银行业金融机构可通过不断下沉进一步挖掘客户,深入开拓本地普惠小微金融市场,从而推动普惠小微信贷规模的增长,同时有效管控金融风险。在线上,银行业金融机构可通过自身科技优势开展平台搭建和数字化应用工具的输出,在加强客户黏性的同时,深入触达小微企业的真实经营。在采用线上模式时,银行业金融机构可通过整合行内外数据,将数据连接到自建平台,以紧密掌握交易物流等相关经营数据,并对接政府机构以及第三方平台,从而获取更全面的信用数据。在采用供应链融资模式时,银行业金融机构可应用物联网等金融科技深入产业,推动小微企业加快内

部管理信息化、外部交易数字化，同时利用构建或嵌入产业链平台，实现上下游小微企业以及产业链供应链数据信息的共享。

## （二）提升轻型获客能力，降低银行获客成本

设计场景化获客产品时银行要贴近用户，尤其注重客户体验与评价，同时与合作平台充分沟通，进而获取小微客户的画像、标签。银行要以用户思维尽可能多维度地收集平台的服务，熟悉平台在经营过程中挖掘小微客户偏好和使用习惯的方法，逐步学会分析小微客户行为，用以勾勒小微客户画像。小微客户画像不仅可以帮助银行发现小微客户的特定需求，还可以挖掘更多小微客户的隐性需求。一些区域型小型银行的线下触客尽管已经实现良好的风险管控，却仍存在获客成本高问题。因此，在真实触达的基础上，应解决如何提升银行经营效率问题。目前，银行业金融机构主要依托场景进行批量触达客户，从而实现轻型获客。具体而言，线上模式通过各类场景服务作为获客流量入口，供应链模式利用供应链场景，围绕供应链核心企业批量获取供应链上下游小微企业。其中，场景和生态构建是银行业金融机构轻型获客的基础，而具备综合场景布局能力的银行因为能提供更全面的金融服务，能更广泛地获客。不过传统商业银行线上拓客能力往往与互联网平台还有不少差距，因此与外部生态之间的开放合作尤为重要。银行业金融机构可结合时事热点进一步精心策划营销活动，从而在提升老客户黏性的同时吸引潜在客户，使服务和产品在小微客户心中树立良好的品牌形象和价值。此外，平台效应也能为银行获客提供便利，更多的合作平台产出效益更高。银行可按照自身资源禀赋，进一步开放产品与场景的合作，从而吸收更多第三方流量。

## （三）监控场景经营管理，防范场景金融风险

在场景合作上，银行业金融机构需参照对公业务管控手段，通过定期对合作机构实施现场与非现场调查，定期评估其经营情况，以保障场景服务的平稳运行。要防范合作平台利用场景金融不合理地

弥补其自身的资金缺口，防范合作平台通过预付信贷资金盲目扩张进而导致经营风险。银行业金融机构可采用多方数据校验，包括通过场景数据与泛场景数据间的校验，例如，将合作方平台财务报表与银行ERP数据进行校验，对供应链物流和资金流进行校验。银行业金融机构也可通过推进区块链技术的应用，增加单一合作方平台数据造假的难度和成本；还可通过大数据分析或者模式识别技术，进一步开发反刷分、反空壳等相关识别模型。银行业金融机构需关注行业趋势和政策导向，同时对场景经营的合规性开展及时评估，防止场景服务面临行业周期衰退、政策导向不利或者经营模式不合规等情况。在场景经营上，银行可采用锁定受托支付账户这一方式，将资金支付与商品服务过程密切融合，可针对交易的不同阶段设计分期付款，降低交易失败导致的资金纠纷。银行还需在信贷流程中设计加入提醒环节，例如，以强制阅读或者播放声音提醒等方式及时提醒小微客户，引导小微客户确认申请意向并关注相关注意事项。此外，银行还应拒绝接受无担保资质或者不符合信用保险以及保证保险经营资质要求第三方合作机构提供的直接甚至变相增信服务。对于符合经营资质监管要求的第三方合作机构，银行在合作时应当及时关注其增信能力和集中度风险，同时在引入担保增信时不应放松对贷款质量的管控。

## （四）提升数字金融水平，升级涉农金融服务

针对“三农”客户数量多、规模小以及抵质押品少等特点，银行业金融机构应创新线上线下结合的金融服务体系，加快推进线下农村网点智能化升级。可由本地农业银行或农商行负责牵头搭建标准统一、各类功能完善的助农银行服务平台，进一步拓展对电商、信贷以及保险等需求信息的采集；同时，配合电商在县、镇一级设立更多服务中心，提升银行对周边企业和农户的金融覆盖和服务质量。加快银行在农业生产、制造加工、物流运输、销售、金融等相关环节与电商平台的服务整合，推动农村形成数字经济和数字金融紧密结合协同发展的内生动力。要进一步加快银行对在线农业产业链供应链的改造升级，尤其是涉农区块链以及智能合约技术的

创新。深入拓展农村数字普惠小微金融的应用场景，积极提升农村医疗、交通、生活缴费、教育以及政务等的数字化水平。银行可以在地方政府相关部门的统筹安排下，联合企业、农户、电商以及超市，打造符合当地农村经济发展特点的大数据平台，进一步打通不同机构间的数据孤岛，提升农村金融服务的数字化水平。加快创新涉农业务的风险监控技术，通过大数据、云计算等金融科技替代人工核查，增强银行风险研判能力。创设适用当地农村金融消费特征的银行黑名单制度，对失信客户给予相应惩戒，以应对化解信用风险。进一步加强基层员工在农村数字普惠小微金融服务的职业道德教育，避免信息盗用、数据泄露以及监守自盗等事件的发生。

### （五）关注数据准确性，推进共组生态圈

关注采集数据的准确性，重视对线下与线上数据的结合运用。一是关注采集数据与客户资信的相关程度。银行风控建模首先要判断所需的数字化信息与小微客户风险评估维度或指标的相关性，明确所得数据是由此推彼还是只是某个节点的辅助信息，可单独运用还是必须经过特定逻辑验证后才可以应用。二是关注采集数据的准确性。银行要关注哪些来源的数据更为可信，哪些来源的数据需要经过多维的交叉验证，以及哪些维度的交叉验证可以认定准确性与真实性。三是关注线下与线上数据的结合运用。对于一些大数据条件尚较为有限的银行而言，对小微客户风险的考量需根据对特定对象线下的深入了解。银行需要对特定产业、特定供应链或特定领域小微客户的经营环境、税收政策以及经营模式展开深入研究后，再制定相应的线上自动审批模型，以增强针对性。对于一些缺失的数据，银行可通过线上采集为主、线下采集为辅这一方式进行完善。此外，银行应多方联手共建共享对成员相互开放的生态圈，从而确保风控数据可靠性。通过与小微企业及其交易对手、第三方机构共组生态圈，结成利益共同体，为确保风控所需数据信息的及时、可得、可靠打下坚实的基础。可以依托互联网实现交易数据透明化和风险自动识别，进而实时反馈并及时处置，从而让监管部门、银行业金融机构和小微客户形成监管合作生态圈，旨在保护普惠小微金

融消费者利益，营造良好的信用环境。要研究构建具有互联网基因、更为安全可靠、可以适时调整的多维度小微信用风险评估模型，提升普惠小微金融风险水平。

### 参考文献

- [1] 巴曙松、葛建宇等，中国普惠金融发展核心痛点是什么？[J]，中国银行业，2018（1）：11-15
- [2] 贝多广，普惠金融的基本宗旨、目标、原则和手段[J]，金融电子化，2019（12）：21-24
- [3] 蔡宇煜，银行如何做场景化获客？[J]，金融电子化，2020（4）：31-33
- [4] 高金，中小银行金融科技发展痛点分析及六大对治建议[N]，经济日报，2019-06-10（8）
- [5] 柯其然，Anytime：面向个体户和中小企业的新型银行[R]，清华大学五道口研究院，2022
- [6] 李薇，中国普惠小微金融发展报告(2020)[R]，零壹财经，2021
- [7] 梁溪蓉，银行扎堆供应链金融创新挑战[N]，金融时报，2021-09-30（6）
- [8] 柳博，中小银行发展数字小微信贷技术的可选路径[J]，中国银行业，2021（5）：30-32
- [9] 梅茜，普惠小微金融：2021年政策机遇与发展趋势解读[R]，零壹财经，2021
- [10] 潘巍，互联网民营银行深耕小微金融之道[J]，新金融世界，2018（7）：26-29
- [11] 沈星焱，农村数字普惠金融的“红利”与“鸿沟”[J]，经济学家，2021（2）：18-23
- [12] 沈拙言，信用科技驱动下的小微金融创新报告[R]，零壹财经，2020
- [13] 袁喆奇，破局普惠小微金融，真实触达与轻型获客[R]，平安证券，2021
- [14] 钟学超，2021年中国普惠金融行业市场现状与发展趋势分析[R]，前瞻产业研究院，2021
- [15] 朱梅胤，19家民营银行对比，谁是普惠小微金融之王？[R]，零壹财经，2021
- [16] 祝世虎，场景金融如何管控和识别风险？[J]，现代金融风险管，2021（9）：26-30

（责任编辑：冯天真）