

案例正文：

另辟蹊径：华夏银行拥抱“电商贷”¹

摘要：近年来，随着电子商务的跨越式发展，电商规模在日益壮大的同时融资难融资贵的问题也日益显现。在了解广大电商融资难融资贵的难题之后，一贯以“中小企业金融服务商”为战略定位的华夏银行，坚持不懈地致力于探索各种方式为中小电商企业服务，创新推出了以客户需求为导向、积极适应市场需求的华夏“电商贷”。本案例介绍了传统金融机构华夏银行在电商市场如火如荼发展的情况下，借着电商崛起的东风创新推出“华夏电商贷”，与云贷 365 合作，发展大数据金融，突破发展瓶颈的全过程。通过对本案例的分析，我们可以从中得到在互联网时代下传统金融机构如何发展，对传统金融机构下一步发展具有一定的借鉴意义。

关键词：华夏银行；电商贷；大数据金融

0 引言

女神节、双十一、双十二……这一串接二连三热闹非凡的电商节日，对于网店经营者却是一个“大考验”。“双 11 对我们来说至关重要，如果店铺缺货 7 次以上，就会被踢出局。为了不被淘汰，就必须解决资金问题，加大库存。”淘宝店铺的薛老板说，每一次大的促销活动都是一个难以过去的“坎”，缺乏资金、资金周转不灵是应对大型促销活动最大的门槛之一。薛老板回忆起刚开店的那个时候，由于缺少固定资产做抵押物，他辗转了 6 家银行，均融资未果，处处碰壁的他只好通过民间借贷和亲朋好友解决资金困境。“莫非在网上开店经营的不算是商人？没有固定资产作抵押就不能获得贷款？”这样的疑问事实上代表了众多电商从业者的呼声，是电商从业者融资难融资贵的一个缩影。

17 年前，当马云创办阿里巴巴时，曾对 18 位创业成员说：“启动资金必须是 pocket money(闲钱)，不许向家人朋友借钱”。17 年后，数以百万计的网店经营者投身于电商市场，多为 80 后、90 后创业人群，拥有固定资产较少，无法提供有效的担保，无法向银行进行贷款，是典型的轻资产客户群体。与马云的创业经历

1. 本案例由山东农业大学经济管理学院的王洪生、朱艳，北京交通大学经济管理学院陈翼，山东农业大学经济管理学院魏琳琳、杨柳撰写，作者拥有著作权中的署名权、修改权、改编权。

2. 本案例授权中国管理案例共享中心使用，中国管理案例共享中心享有复制权、修改权、发表权、发行权、信息网络传播权、改编权、汇编权和翻译权。

3. 由于企业保密的要求，在本案例中对有关名称、数据等做了必要的掩饰性处理。

4. 本案例只供课堂讨论之用，并无意暗示或说明某种管理行为是否有效。

不同，为了支撑网店的正常经营运行，这些网店经营者不但需要经常向家人朋友借钱，有时候还必须向动辄 24% 年息的民间拆解资金。融资担保途径匮乏已成为限制网店经营者发展的主要原因。

面对电商从业者庞大的融资需求，专门针对电商经营者融资需求的电商贷应运而生，小额信贷从逐步兴起到一步步发展壮大。正是在这样的背景下华夏银行创新推出了华夏“电商贷”。该产品以大数据分析为基础，以加强风险控制为宗旨，以电商企业经营数据为授信依据，打破传统贷款模式，向入驻于各大电商平台的个人经营者、小微企业发放最高 100 万元的信用贷款，用于支持其日常经营。从而为解决电商企业融资难融资贵的问题提供了一条出路，华夏银行电商贷为电商企业开通了一条绿色通道，更好地实现了华夏银行为电商企业服务的理念。

1 “电商贷”市场如火如荼

电子商务在我国迅速发展，越来越多的创业者投入电商领域，然而作为典型的小微型企业，融资难、融资贵是其发展不可忽视的关键问题。

1.1 电商融资-供与需的矛盾

“巧妇难为无米之炊”，资金供需之间的矛盾是制约电商企业发展的最大问题之一。

近年来，随着互联网技术的广泛运用，我国电子商务产业发展迅猛，已成为中国经济新的增长点。据中国电子商务研究中心监测数据显示，截止 2015 年我国电子商务市场交易规模达到 18.3 万亿元，同比增长 36.5%，其中网络零售市场交易规模 3.8 万亿元，同比增长 35.7%（图 1）。截止 2015 年 12 月，全国电商从业人员突破 270 万人，同比增长 8%。但是由于电商行业存在轻资产的短板问题，市场潜力和活力远未充分挖掘。据有关资料显示，现今网店经营者多为 80 后、90 后创业人群，或是刚离开校园，或是工作不久，拥有的固定资产较少，在向银行等金融机构贷时缺乏有效担保品，是典型的轻资产客户群体，融资担保途径匮乏，往往存在着融资难、融资贵等问题。另一个重要问题在于供需的不对称，即传统的银行产品与电商企业的资金需求不能实现高质量的对接。一般情况下，电商经营者进出货的周期仅需几天，对资金的需求具有小额性、短期性、临时性的特点，即使银行有放贷意愿，但由于通常是一次性给予一个授信额度，仅进行大额放款，没有与之相匹配的贷款产品。当电商从银行获得贷款解决临时资金需求问题后，在剩下的时间无法将资金有效利用，而是将其再返还到银行卡中闲置，同时却要承担较高的融资成本。

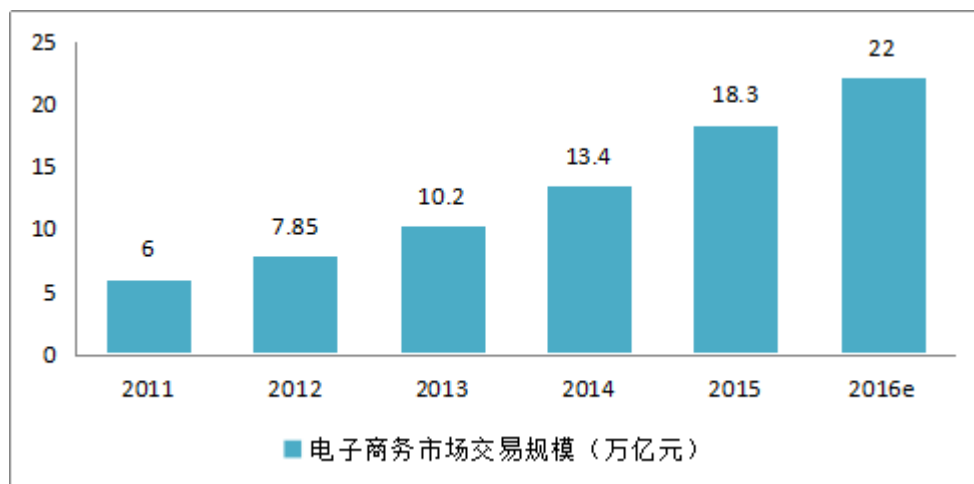


图 1 2011—2016 年中国电子商务市场交易规模

即便电商企业在资金周转困难时求助于民间借贷。民间借贷是一种古老的融资方式，在今天仍表现出资源丰富、操作简单的特点，在一定程度上可以缓解银行信贷资金不足的问题。但不可忽视的是，民间借贷具有随意性、风险性，很容易产生纠纷，造成诸多社会问题。原因在于民间借贷多是靠借贷双方的信用维持，然而当今我国的信用体系建设并不完善，大众的信用观念普遍缺乏。加之借贷双方多为秘密进行资金交易，借贷手续不健全，存在难以监管的“盲区”。融资担保途径匮乏将会一直是电商发展的瓶颈。

1.2 电商贷的华丽诞生

“芳林新叶催陈叶，流水前波让后波”，传统借贷方式的矛盾催生电商小额贷款的发展。

随着网络经济的飞速发展和科学技术的进步，电商小额信贷金融模式在金融市场中逐步兴起。电商小额信贷金融模式突破了传统的金融模式，为解决我国中小企业融资困难提供了新的思路和帮助。许多电商巨头开始涉足小额信贷市场中。阿里巴巴集团于 2010 年 6 月 8 日联合复星集团、银泰集团、万向集团正式宣布成立浙江阿里巴巴小额贷款股份有限公司，这将是我国首家电子商务领域小额贷款公司。阿里小贷推出贴近草根用户群的金融产品，一直坚持为用户提供不高于 50 万元的贷款，真正为小微企业提供传统金融机构无暇顾及的微型贷款业务。在阿里巴巴电子商务平台上的经营者们可以快速便捷的得到小额贷款，以供临时周转使用，加速交易流通。

同样的，苏宁云商、京东商城为电商提供的小额信贷也是针对在其平台上那些需要资金的小微企业，电商小额贷款的出现弥补了一些传统银行贷款业务所存在的缺陷。但是这些互联网企业提供的电商小额贷款都存在

同样的问题：一方面，电商平台支持的电商贷能满足的融资需求有限，对象局限于在其电商平台上参与经营的小微企业。由于资源与数据的限制，难以满足其他不参与平台经营电商企业的资金需求。另一方面，相比较同业利率而言，电商小额贷款的利率并不是最优的。阿里小贷单笔贷款金额一般在 5 万-50 万元之间，绝大多数客户只贷几万元甚至几千元，年化利率多在 18% 以上；苏宁云商为电商提供的小额贷款根据同期同档次贷款基准利率收取资金使用费；京东商城为电商提供的小额信贷是依据商家信用等级京东自有大数据确定放贷，无需商家抵押或提供担保，借款人借贷成本高达 12%-24%。

1.3 电商贷市场的洪荒之力

“忽如一夜春风来，千树万树梨花开”，电商贷巨大的市场空间，吸引投资者纷纷加入。

面对电商巨大的融资需求，阿里、苏宁、京东等电商平台纷纷推出了纯信用的小微电商贷款，除此之外，还有专门为电商提供金融服务的公司。成立于 2014 年 4 月的义乌电商金融服务有限公司（简称电商贷）是一家依托互联网的金融信息服务公司，为借贷双方提供在线交易平台。电商贷开拓了这片市场空间广阔的融资蓝海，引来了更多的有志之士加入这场具有无限商机的蓝海，随后一系列为电商提供电商贷的产品如雨后春笋般纷纷推出，像是元宝铺、融融汇、旺橙小贷等等。

2 华夏银行“拥抱”电商贷

华夏银行属于股份制商业银行，一贯遵循为中小企业提供金融服务的品牌原则，在几十年的发展中形成了“立足经济发达城市，辐射全国”的机构体系。然而，在经济增速下滑、互联网金融冲击等因素的影响下，华夏银行在发展中面临的困境逐渐显现出来。

2.1 华夏银行的“来龙去脉”

伴随着改革开放的春风，1992 年 10 月华夏银行在首都北京成立。华夏银行是中国第一家由工业企业开办的商业银行，成立之初主要目的在于为首钢扩大生产提供资金融通，注册资本为 10 亿元。由于华夏银行是企业主办的银行，很多人都存在存款是否安全的怀疑。此时恰逢我国对商业银行进一步深化改革，1995 年华夏银行率先实行了股份制改造，成为一家由 33 家企业法人共同持有的全国性股份制商业银行。华夏银行董事会严格按照规范经营运作，快速扩张，20 多家分支机构先后在全国建立，资本充足率提高，不良贷款率降低，为其上市提供了良好的准备。在此之际陆宇澄董

事提出了“制度创新、机制创新、技术创新、产品创新”的发展目标，为股东提供了充分的信心，完善了银行的经营交易。2003 年 9 月，华夏银行上海证券交易所挂牌上市交易(股票代码 600015)，成为全国第五家上市银行。

2005 年 10 月华夏银行引进战略投资者，与德意志银行展开全方位深度合作，为提高经营管理能力和国际化水平带来了新的契机。截止 2015 年末，华夏银行在 88 个中心城市设立了 38 家一级分行、45 家二级分行和 9 家异地支行，形成了“立足经济发达城市，辐射全国”的机构体系，与境外 1 千多家银行建立了代理业务关系；建成了覆盖全球主要贸易区的结算网络；总资产达到 20206.04 亿元，资产规模稳步增长，盈利能力持续提升，业务结构不断优化，服务质效进一步提高，保持了良好的发展势头。

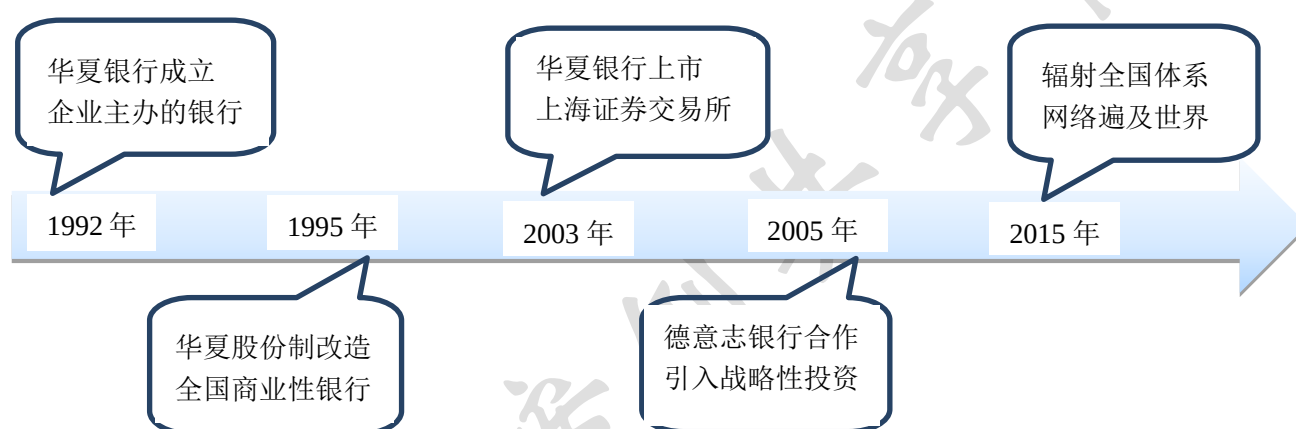


图 2 华夏银行发展进程图

华夏银行坚持服务实体经济的基本方针，全面打造“中小企业金融服务商”品牌，紧紧围绕国家经济发展目标，认真贯彻国家宏观经济政策，以满足居民大众的金融需求为宗旨；加大对文化产业资金投放、创新“三农”金融服务模式，加快村镇银行和县域网点建设；加大对小微企业金融支持力度，引导和帮助小微企业客户不断成长，小微企业业务增速继续高于全行业务平均增速。

2.2 华夏银行遭遇发展困境

近年来由于经济增速下滑、大众理财观念增强、互联网金融快速发展等原因的影响。各大商业银行整体盈利情况较好，但利润增速明显放缓。根据银监会披露的数据，截至 2016 年三季度末，商业银行当年累计实现净利润 1.32 万亿，同比增长 2.82%。利润增速相比去年同期略有上升，但相比 2012~2014 年同期下降十余个百分点。2016 年前三季度，农业银行的利润增速已不足 1%，分别为 0.52%、0.53%，建设银行同期的利润增速也仅有 1.35%。从华夏银行近几年披露的财报数据来看，从 2010 年到 2015 年其营业利润稳步增长，但是

增长率却从 56% 急剧下滑到 4.37%。同时资本充足率保持在 10% 到 11%，而相比同时期中国农业银行的资本充足率达 11%-14%，相对而言华夏银行资本充足率略低。仅从 2015 年来看，华夏银行不良贷款余额 162.97 亿元，比上年末增加 60.52 亿元；不良贷款率 1.52%，比上年末上升 0.43 个百分点，存在偿债风险。

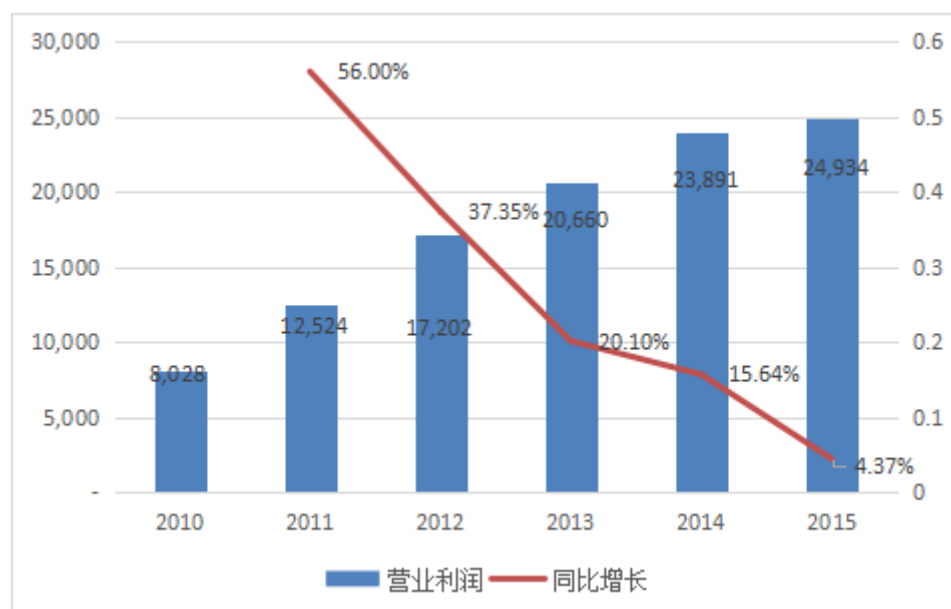


图 3 华夏银行 2010-2015 年营业利润及其增长率情况（单位：百万元）

近年来华夏银行营业利润增长率降低，主要有以下原因：第一，同业竞争加剧。首先，是来自银行业金融机构的竞争，中国银行、中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行及中国交通银行等国有商业银行形成了垄断性的地位，在 2014 年底五大商业银行的利润占全部银行利润的 50%。这样的情境给华夏银行带来了不小的挑战。同时，随着我国金融市场的不断深化发展，保险机构、证券公司、信托投资公司等非银行金融机构数量不断增加。在金融开放进程中，这些非银行金融机构提供的产品服务与银行之间的差距越来越小，成为了有力的替代品。根据银监会统计，截至 2013 年，中国非银行金融机构总资产占银行业金融机构的 29.4%。

第二，维持银行顾客成本增加。现代大众理财观念增强，不像以往多把闲余资金存入银行账户，现如今而是将资金投资股票、证券等有偿证券，或交由财务管理公司、信托公司等寻求专业的理财。所以商业银行存款业务压力增大，维持老顾客，开发新顾客的难度加大。银行的另一部分客户主要是工商企业贷款、个人消费贷款等。随着金融市场的完善发展，企业经营融资可选择途径更多，导致商业银行的贷款业务增长力不足。举个例子来说，以往，企业在经营中需要大型机器设备时多向银行贷款购买，而现今更倾向于融资租赁公司，租用到期时设备存在余值，承租人实际支付的费用比全额购买设备时的费用小。

第三，互联网金融的冲击。传统上企业或者个人通过基金、保险、证券和银行获取资金需求，模式较为单一，但随着互联网金融的发展，资金链条开始变得复杂，催生了一大片通过互联网作为媒介的资金链，P2P 借贷、众筹融资、电商小贷、网络分期等等。得益于网络技术的快速发展以及网络安全性的不断增强，同时由于传统金融机构金融服务能力的薄弱，互联网金融也得到了快速的发展。其中网络银行的交易额由 2009 年的 285.4 万亿元迅速增加到了 2014 年的 1549 万亿元，第三方支付的交易额也由 2009 年的 3 万亿元快速增长到了 23 万亿元左右，增速达到了 18.6% 以上，P2P 网络借贷的交易额则由 1.5 亿元快速增长到了 3292 亿元，期间增速甚至均达到了 200% 左右，加快了金融“脱媒”的过程。

2.3 困中求变—华夏“电商贷”

在同业竞争和互联网金融发展的双重压力之下，华夏银行不得不思考该怎样转变经营战略，才能提供更加优质的服务，才能在竞争中实现稳步发展。转变发展不可贸然行事，华夏银行对内外部生存环境进行了分析。

从自身实际情况考虑，华夏银行一贯致力于促进中小企业的发展，在此领域有传统竞争优势。近年来，华夏银行以“中小企业金融服务商”为战略定位，在全行构建起“专业、专营”的小企业金融服务机制，在多年的经营中坚持与小企业同舟共济、共同成长。目前，中小企业信贷部地区分部覆盖全国 47 个主要城市，形成“总行总部—地区分部—支行”三级服务体系，在全国范围内铺开小企业金融服务网络，服务触角延伸到社区、商区、街道和乡镇。如此一来，华夏银行内部积累了大量的中小微企业客户信息数据，对银行来说这是很好的资源。“不仅要让小微企业都能融到资，还要降低他们的融资成本。”华夏银行重庆分行相关人士介绍，一直以来致力于小微金融产品的创新，为其量身打造金融信贷产品。在为“长尾”市场的服务中心，华夏银行树立了良好的企业形象，积累了宝贵的经验。

在互联网时代下，仅仅依靠传统的吸收存款发放贷款的经营方式是不可行，传统银行发放贷款只考虑大客户，只是因为他们有固定的抵质押物，使得不良贷款率降低。但是需要贷款的大客户数量并没有那么多，事实上，存在贷款申请问题中小微企业才是数不胜数，形成了长长的“尾部”。近年来我国电子商务快速发展，仅 2015 年中国电子商务市场交易规模达 16.2 亿元，其中网络购物 3.8 万亿元。尤其是作为电子商务大省的浙江，单单义务一个县级市，电子商务交易额达 1511 亿元，市场潜力巨大。不可忽视的是电商企业现如今由于轻资产等特征存在融资难的困境，电商企业又是典型的中小微企业中，这与华夏银行的主要目标市场不谋而合，所以可以作为下一步扩张转型的目标。

考虑当前电商贷市场的特征。互联网金融产品简化了产品的结构、丰富了产

品类型、缩短了产品设计周期和改变了产品效果的评估方式，快速占据了金融市场。当前众多电商平台机构开始做电商融资业务，众多小贷公司也如雨后春笋般出现，然而各自存在不同的缺陷。如大型电商平台做电商贷存在覆盖范围窄、税率相对高的特点；小贷公司存在监管不严、风险高的特点。另外，2013 年以后，小贷公司增速减慢。机构数量从 2012 年的 6080 家增长到 2016 年的 8673 家，而贷款增长率却呈下降状态。2015 年的小贷机构数仅比 2014 年增长了 1.4%，2016 年 6 月，机构数、实收资本，贷款余额比 2015 年末都下降了 1% 左右。这表明小贷行业增长规模明显放，这就为华夏银行进军电商贷市场创立了条件。

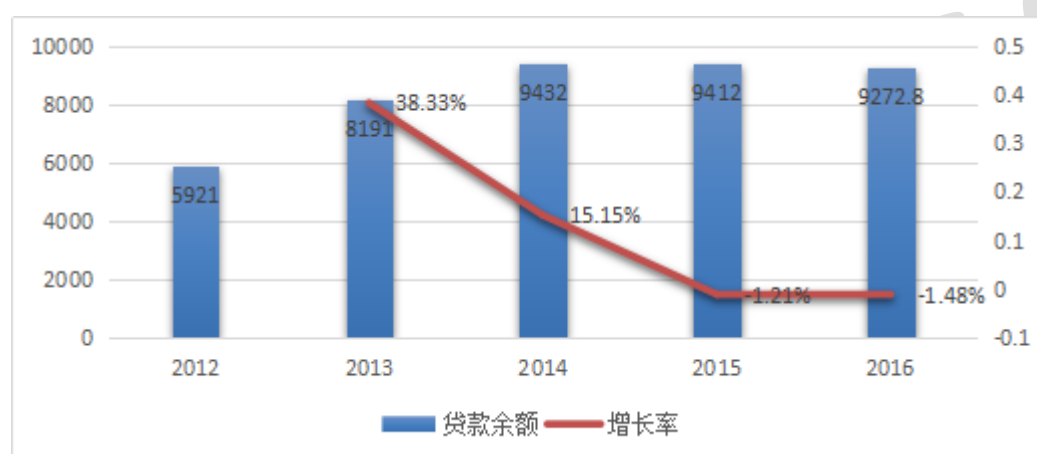


图 4 小额贷款公司贷款余额情况

在电商贷市场如火如荼发展下，华夏银行创新推出“电商贷”也是必然趋势。在如火如荼发展的电商贷市场中，开发差异化产品以延长长尾是其主要选择。面对现在已有电商贷产品仍存在高利率、范围窄、高风险的问题，华夏银行清楚的认识的应该提供高效、安全服务。通过放宽门槛，考虑在互联网平台上的电商经营者，收集整理其在平台上上传的经营数据，对其进行大数据分析，为轻资产电商客户群提供纯信用贷款。这样一来，既有千千万万的资金需求客户，又与自己一直致力于服务中小企业的战略定位相符。

3 别具一格的华夏银行电商贷

华夏电商贷的使用方法高效便捷，有资金需求的电商客户只需要用手机扫描“电商贷”二维码进入华夏银行手机客户端或者用电脑点击鼠标进入华夏银行电商贷电脑端就可以进行申请，不到 5 分钟就可以完成申请工作，华夏银行的客户经理就会迅速对此作出响应，快速完成放贷。华夏电商贷以大数据分析为基础，以电商企业经营数据为授信依据，打破传统贷款模式，向入驻于各大电商平台的个人经营者、小微企业发放小额贷款，用于支持其日常经营。它的随借随还、按日计息、申请方式灵活多样、大数据授信、7*24 小时全程服务等创新模式更让不少电商从业者眼前一亮。

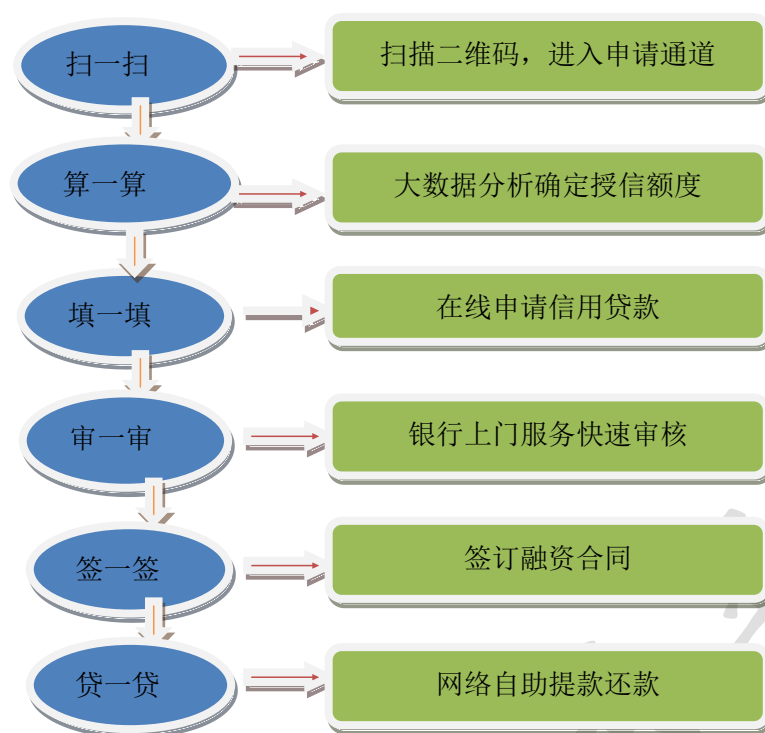


图5 华夏电商贷快速申请流程图

3.1 新方式：大数据授信，无需抵押

不同于传统的贷款方式，华夏电商贷依靠大数据分析技术，以“信用”作为授信依据，而不需要电商企业提供抵押担保。华夏银行依托海量交易数据，运用金融大数据，建立了一种基于真实交易需求、历史交易数据和关联数据的互联网客户借款安全评级机制和授信筛选机制，使互联网商业背景下小微电商企业获得无抵押信用贷款成为可能。电商从业者只需要将电商平台平时的经营数据进行上传，华夏银行通过大数据分析对企业提交的后台销售数据进行自动测算和科学分析，确定合理授信额度。大数据分析大大降低了信用贷款的风险。为华夏电商贷优于传统银行贷款方式而迅速普及保驾护航。电商企业无需提供抵质押资产，只要经营数据良好、大数据“认可”就能发放信用贷款。同时，对于规范经营、业务稳定的优质电商客户，华夏银行还主动提供授信，客户可在收到该行邀请码后，直接登录申请。目前在大数据获取方面，仍以掌握电商核心数据的第三方公司合作方式为主，包括提供 ERP 系统服务公司、快递公司等。

对于电商来说，大部分经营者都是 80 后、90 后创业人群，资产少，没有固定资产作为抵押，由于银行贷款只考虑大型国有企业，而对于中小企业贷款风险大而忽略，电商企业也不例外。融资难、融资贵，资金问题是他们的最大问题。而华夏电商贷通过对大数据的获得、管理、处理，并整理成为帮助企业经营决策更积极目的资讯。从而华夏银行电商贷以“纯信用”作为授信依据，大大拓宽了

电商企业的融资渠道，为电商企业发展壮大带来了希望。更让电商客户欣喜的是，华夏电商贷支持一次授信，3年内循环使用。电商客户在获得华夏银行授信支持后，3年内无需再次申请授信。这样大大减少了电商申请华夏电商贷的程序，方便客户对资金的需求，充分考虑到客户的资金周转需要。

3.2 新体验：按日计息，随借随还

相对于民间的按月、按年计息，华夏电商贷采用按日计息、随借随还的借贷方式：用户可以根据资金使用和周转情况随时借款、随时还款，且借款按照实际使用天数计息。与传统的银行借款方式大大不同，缩短了资金使用周期，方便了贷款人的资金需求，也大大降低了融资成本，与电商经营的需求相匹配。同时，传统银行与一般的小额信贷相比具有更优惠的利率，年化利率一般低于10%。更加体现了华夏银行普惠电商企业的理念。

那么，按日计息、随借随还是什么意思呢？按日计息，指的是借款人借款后，利息是以天为单位进行计算的。如借款人借款15天，单天的利息为N，那么15天所产生的利息就是15N。未滿一天的，按照一天计算。这样极大的降低了融资成本。随借随还指的是借款人在贷款期限内及额度范围内，随时可支取额度范围内的任意额度，也可以随时偿还。随借随还的贷款利息一般是以日计息的。这种借款方式依据电商资金“短、急、快”的需求特点量身定制，借贷便利性迎合了电商对自己的需求，直接提高了资金的使用效率。

3.3 新科技：全网支持，一键办理

值得一提的是，在所需资料准备齐全、贷款手续完备的情况下，华夏银行会提供高效的业务审批，确保客户在第一时间获得信贷融资支持，而不需要漫长的贷款等待时间，从而提高资金的使用效率。全网支持一键放、还款，只要电商从业者满足申请条件和资格，签订贷款协议后，即可使用网络进行自助提款还款，不需要特意去银行柜台办理，大大节约时间成本，便于资金周转的顺利进行，提高电商的经营能力和发展规模。华夏银行相关负责人介绍说：“目前，整个电商贷的办理时间没有超过3天的，在同业中办理速度是很快的。”而这高效率的背后源于华夏电商贷的科技创新。华夏电商贷是采用互联网技术研发的专项产品，它突破了传统银行授信的地域限制，服务跨越时空限制，支持7*24小时全程服务，客户足不出户即可通过互联网渠道提款或还款，无需再到网点柜台办理还款手续，极大地节省了业务办理时间和成本，为忙碌的小微电商企业和个人经营者提供了方便快捷的服务。

3.4 新思路：忙时融资，闲时理财

华夏电商贷的创新推出实实在在地帮助电商客户突破了融资枷锁，但是电商

行业的又一大特点——资金的时效性极强，也是值得我们思考的问题。不同于普通的小额贷款机构仅仅局限于发放贷款，华夏银行创新推出可以理财的电商贷。华夏电商贷是采用互联网技术研发的专项产品，它突破了传统银行授信的地域限制，服务跨越时空限制，支持 7*24 小时全程服务，客户足不出户即可通过互联网渠道提款或还款，无需再到网点柜台办理还款手续，极大地节省了业务办理时间和成本，为忙碌的小微电商企业和个人经营者提供了方便快捷的服务。

对电商企业来说，遇到电商节日繁忙时资金流可多达上千万元，而一到空闲时资金又数日搁置不动，存活期利息寥寥无几，如何将这部分闲钱“玩赚”起来，是不少电商们“焦虑”的事。针对这一现状，华夏电商贷又为电商客户提供了“新玩法、新途径”——理财。目前，华夏电商贷已经配套关联了华夏银行的结算、理财和投资等多种产品，它允许电商客户通过互联网、电话、物理网点等多种渠道随借随还的同时，还支持客户利用账户闲置资金进行理财，让客户“忙时融资、闲时理财”。



图 6 华夏银行电商贷四大竞争优势

4 大数据技术助力风控

华夏银行电商贷实现了“大数据授信”、“一键快速办理”等技术，高效、普惠的服务小微大众。为了实现专业化大数据分析，华夏银行与互联网公司云贷 365 合作，完善了风险防控。

4.1 联合云贷 365

华夏银行电商贷无需抵押、快速放款的特性就要求其具备快速反应的机制，大数据技术主要处理非结构化的海量数据，在时效、速度、精准性上远远优于传统数据处理技术。在当前金融科技的浪潮中，华夏银行选择大数据技术支持、处

理内部贷款数据恰成为最好的选择。第三方金融服务互联网企业定位于金融信息撮合,架起了传统金融机构与电商企业之间沟通的桥梁。云贷 365 是一个专业从事电商企业第三方信用评价与金融中介服务的企业。公司以大数据平台为技术支撑,以信用评价为业务抓手,汇聚了大数据领域、信用评价领域及金融领域的专家团队,联合开发出国内领先的云贷 365 金融服务平台。云贷 365 核心团队均为有 10 年以上数据分析经验的数据科学家,在政务、经济、金融数据都有十分丰富的经验和功底。参与了诸多重大课题研究,在时间的沉淀中具备可靠实力。

华夏银行作为服务中小企业为核心定位的金融机构,一直希望解决服务电商企业的难题,可以帮助解决中小电商融资难的问题。云贷 365 团队长期具备数据科学及金融风控设计能力,两大机构的合作似乎是自然而然的。但是设计一个可以让金融机构信服的风控体系和模型同样颇为周折。云贷 365 表示,“客观数据通过独立评估可以成为授信的依据,数据作为一个授信依据是一种全新的模式,未来数据。”在云贷 365 与华夏银行实现系统级对接后,将大大缩短了整个贷款的审核的时间,从而缩短客户贷款的等待时间。除了实现同步服务,云贷 365 和华夏银行还将建立标准的客服团队,从客户接触云贷 365 开始,双方将有“1+1”的人员定向服务,除了华夏银行的客户经理外,云贷 365 方面也将有客服提供指导并跟进整个业务流程。

4.2 完善数据授信评估体系

云贷 365 有极强的数据汇聚和分析能力,支持包括非结构化在内的各类数据,为华夏银行提供完整的授信分析工作。当电商提出贷款申请后,云贷 365 立即进行数据授信评估,各风险指标合格后,华夏银行工作人员进行处理、放款。通过构建成长指数、行业偏离指数等综合模型,对小微电商企业形成信用评级,加强贷款的安全性。通过设置模型交叉分析相关信用数据,达到专业化服务,华夏银行通过大数据分析对企业提交的后台销售数据进行自动测算和科学分析,确定合理授信额度,加强风险管理。

华夏银行与云贷 365 合作构建的数据授信评估系统实现快速运转、精准算法。具体而言,借助 ETL 数据采集技术,快速获取电商企业的交易信息、客户流量信息、历史访问信息等,存入 HDFS 分布式数据储存区。分布式数据处理速度更快,系统压力更小,形成个性化的客户画像,为确定授信额度做准备。金融风险控制系统预先安置贷后预警算法库,可实现对贷后经营户经营数据实时监控分析,快速掌握电商经营者的经营变动状况以及贷款资金使用情况如果出现异常便提前给银行预警,以便银行有足够时间决策反应。一旦出现资金违规使用、拖欠贷款等问题,可进行实时处理,通过终止下一笔贷款、列入银行黑库名单等方

法，减少银行损失。

云贷 365 对于华夏银行来说,就等同于内部增加了一个数据化风控部门、科技部门、营销部门相互集成的综合服务平台。华夏银行业务部门可以按自身实际需求选择服务项目,与云贷 365 共同开发不同行业的风控体系和客户通道,让银行可以轻松的批量拓展新的平台类业务。根据华夏银行客户经理的反应,云贷 365 通过大数据技术可以节省一个小微商户接近 70%的效率。

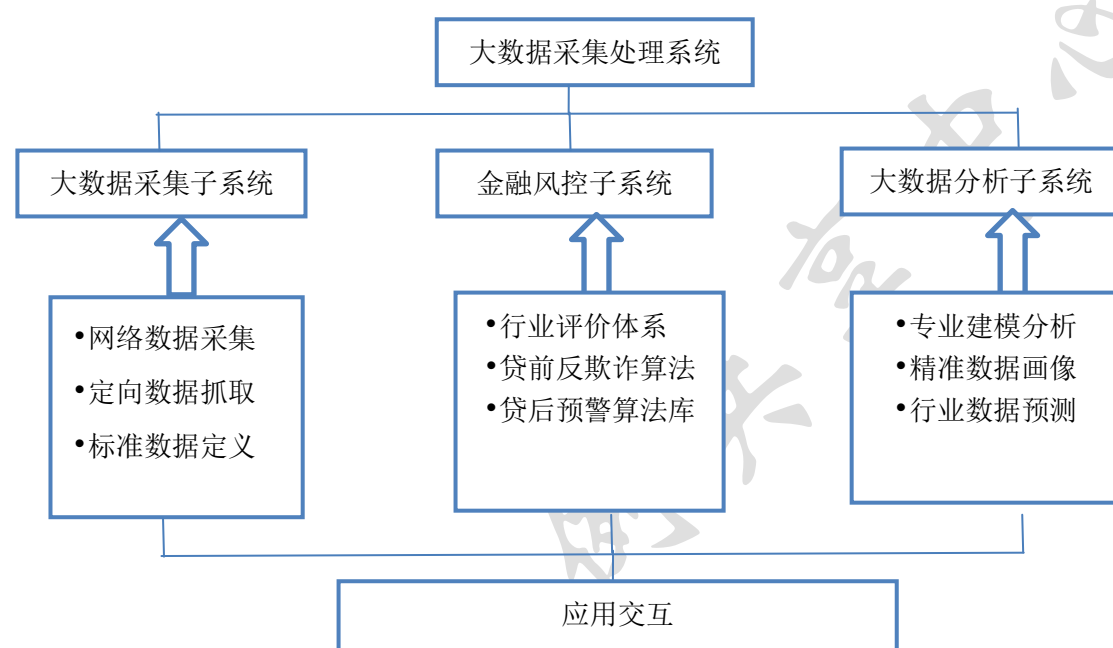


图 7 大数据风险防控系统处理图

5 尾声

华夏银行以客户需求为中心，以市场为导向，积极进入中小企业融资途径匮乏这片蓝海，依靠商业银行的传统优势，与专业数据分析公司进行合作，由专业数据公司对互联网客户的数据进行采集及分析，按预期的设置模式来分析客户的具体情况并确定合理的授信额度，利用互联网技术进行产品的研发创新推出华夏电商贷，该产品的设计初衷、思路、做法都有创新之处。它的按日计息、随借随还、大数据授信等创新模式让其与众不同，也与电商需求相匹配，使其电商贷的申请规模日益壮大。但是在取得如此成功的同时，我们也不应该忽略其他银行纷纷加入这一领域，来抢食这块“蛋糕”。例如工行、建行、招行、广发、邮储银行等也均陆续推出了类似产品，最高可放款 300 万，且各有业务专长。

华夏银行在推出电商贷上比其他银行先行一步，但是也面临着严峻的挑战。华夏银行相关业务负责人对此表示，随着互联网经济的纵深发展，电商行业已成为社会流通领域的重要环节。华夏银行将不断的创新金融产品服务，为电商行业

的发展提供新动能。相信在未来，会有更多的电商从业者从中受益。华夏银行未来将会怎样服务中小企业，怎样更好地普惠中小企业，让我们拭目以待。

（案例正文字数：10550）

Another Way: Huaxia Bank Embraces “Electricity Supplier Credit”

Abstract:

In recent years, with the rapid development of electronic commerce, the scale of the electricity supplier is growing very quickly while its difficulty of financing problem is increasingly apparent. After understanding the problem of the majority of the electricity supplier financing problems, consistent with the SME financial service providers for the strategic positioning of the Huaxia Bank, unremittingly it has committed to exploring ways for small and medium-sized business enterprise service, launched “Huaxia Electricity Supplier Credit” which is customer demand-oriented, and actively adapts to the market demand. This case introduces the situation of traditional financial institutions of Huaxia Bank development in the electricity supplier market, with the hot rise of the electricity supplier innovative trend, it launched “Huaxia Electricity Supplier Credit”, broke the bottleneck of development, realized the whole process of strategic target. Through the analysis of this case, we can get the traditional financial institutions how to develop in the Internet era, and it has a certain reference for the next step of development of the traditional financial institutions.

Key words: Huaxia Bank; electricity supplier credit; Inclusive Finance