

# 金融科技三季报：“内卷”加剧求解多元化

本报记者 郑瑜 北京报道

国内头部金融科技上市公司2024年三季度陆续披露完毕。

从三季报来看，各家助贷的贷款资产逾期率指标都有所好转，并

且在除了助贷业务以外，发展的新兴业务比如海外市场布局均在持续加码。

有头部金融科技机构人士告诉《中国经营报》记者，海外市场是当前行业机构发展的关键战略方

向，尤其是在印尼、菲律宾等高速增长的市场，海外助贷业务发展空间较大。但该人士也直言，虽然三季度风险指标好转但需要关注四季度逾期率可能因为借款需求周期性增加而进一步抬头。

## 增长压力显现

在撮合投资方与借款人的互联网助贷业务中，拥有深度场景的企业被业内认为是一线公司，而第三方金融科技公司则被称为二线。业内人士认为，作为这个市场的二线企业的增长压力已经开始显现，这是由于业内整体数据增长已经没有此前迅猛。

从行业整体数据看，除了陆金所控股(NYSE:LU)与嘉银科技(NAS-DAQ:JFIN)出现营收与净利下滑情况，其他金融科技上市公司都有一定增长。

营业收入与净利润数据显示，奇富科技(NAS-DAQ:QFIN)、信也科技(NYSE:FINV)呈现增长态势，宜人智科(NYSE:YRD)收入增加但利润减少。乐信(NASDAQ:LX)三季度实现营收36.6亿元，同比增长4.3%，净利润3.1亿元，尽管同比减少，但是环比增长36.7%。

具体来看，奇富科技净收入总额为43.702亿元，去年同期为42.81亿元；净利润为17.99亿元，去年同期为11.38亿元，同比增加58.11%；公司普通股应占净利润为18.02亿元，去年同期为11.42亿元。

## 科研经费燃烧

一些公司在海外的反欺诈模型已经取得阶段性成果，比如，宜人智科在菲律宾的AI模型核验证照功能已开发并迭代完毕，Q3准确率近95%+并趋于稳定。“因为海外市场身份与信用信息各地数字化和统一管理发展程度不同，反欺诈与风控在业务开展中起到至关重要的作用。”宜人智科方面强调。

各家对科研的重金投入也是金融科技三季报的一大亮点。

值得注意的是，嘉银科技在2024年三季度披露的研发支出显示，同比增长超过36%。据此，嘉银科技表示，市场竞争的日益激烈，对全公司运营资源的利用效能、服务需求的高效满足、业务流程的自动化水平也提出了更高的要求。三季度内，嘉银科技利用AI持续提效，推出自研“明易”

信也科技未经审计的第三季度财务报告显示，实现营收32.76亿元，同比增长2.5%；净利润6.24亿元，同比增长8.6%。经营指标方面，当季促成交易额近522亿元，同比增长1.8%；在贷余额681亿元，同比增长3.3%。

陆金所控股2024年第三季度实现营业收入55.4亿元，净亏损7.25亿元。宜人智科三季度实现营收15亿元，同比增长13%；实现净利润3.55亿元，同比有所下降。嘉银科技三季度实现营业收入约14.4亿元，同比下降1.5%，净利润2.69亿元，同比下降16.73%。

在撮合投资方与借款人的互联网助贷业务中，拥有深度场景（如短视频、外卖、打车等）的企业被业内认为是一线公司，而第三方金融科技公司则被称为

二线。

业内人士认为，作为这个市场的二线企业，增长压力已经开始显现，这是由于业内整体数据增长已经没有此前迅猛。

比如奇富科技，虽然截至2024年9月30日累计具有获批授信额度的用户为5520万人，较截至2023年9月30日的4920万人增长12.2%，但是对比2023年三季度数据，该平台上累计具有获批授信额度的用户为4920万人，同比2022年的4300万人增长14.4%。

三季度，乐信交易额达510亿元，环比持平，同比下降19.5%；管理在贷余额约1110亿元，相较去年同期的1210亿元有所收缩。截至三季度末，陆金所控股贷款余额为2131亿元，下降41.8%。

自动机器学习平台，应用于智能风控和客户营销等场景。

嘉银科技表示，公司全面升级重构“文曲星”智能知识库平台，通过搭载AI大模型，升级后平台整体搜索速度提高10倍，Top3召回率提升26%，主要应用在客服、营销等业务场景。

同样重金投入AI领域的还有宜人智科，宜人智科本季度研发费用达到1.51亿元。根据宜人智科介绍，当前已经建立起智能决

策、客户、语音交互、营销、资金路由、资管平台。

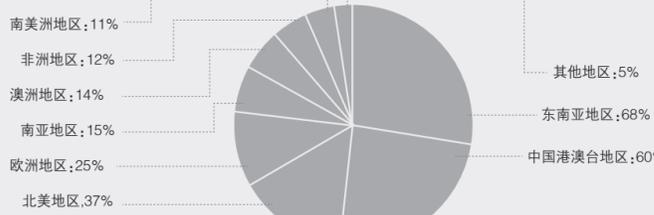
据悉，宜人智科海外反欺诈模型已经取得阶段性成果，比如，菲律宾AI模型核验证照功能已开发并迭代完毕，Q3准确率近95%+并趋于稳定。“因为在海外市场，各地的身份与信用信息数字化和统一管理发展程度不同，反欺诈与风控在业务开展中起到至关重要的作用。”宜人智科方面强调。

## 金融科技上市企业数据(单位:亿元)

企业	放款金额			在贷余额		
	2024Q3	2024Q2	2023Q3	2024Q3	2024Q2	2023Q3
乐信	510	511	633	1112.5	1152	1207
小赢科技	283.38	227.49	294.62	457.66	418.04	496.85
奇富科技	995.81	954.25	1231.48	1596.28	1577.78	1891
信也科技	522	464	513	681	642	659
嘉银科技	267	240	242	/	/	/
宜人智科	134	129	98	228	218	151
陆金所控股	505	452	505	2131	2352	3663

数据来源:各企业财报

## 金融科技已经或计划出海企业境外业务区域分布情况



数据来源:中金公司报告 吴双/制图

## 急寻多元化出路

有国内银行业高管对记者表示，上述海外信贷市场的法律体系相比国内仍不完善，相关政策风险需要注意，是否值得投资仍有待考量。

从业者告诉记者，当前国内头部金融科技公司的盈利更多来源于降本增效，而非市场扩张，国内市场竞争激烈推动更多行业玩家转向寻找多元化增量空间，现在各家都处于摸索阶段。

奇富科技人士表示，相比去年同期，公司仍维持相对谨慎的获客节奏，因而销售及营销开支同比减少。“具体来看，公司在获客时保持严谨的风控策略，充分利用自研的AI风控模型，精准识别、筛选用户，提升优质客户在整体资产组合中的占比。同时公司进一步探索多元化的获客渠道，提升获客效率。Q3人均获客成本同环比均下降。在新增授信用户中，来自嵌入式金融渠道的用户占比提升。”

同时，奇富科技也正在对小微市场进行挖掘。上述人士表示，奇富科技利用大模型技术，对泛小微客群的行业职业、上下游、

产品等信息做到全面细致的甄别，有助于对泛小微客群更加精准的服务。

某金融科技从业者告诉记者，小微企业及个体工商户是经济运行的“毛细血管”，当前我国有超过4800万户中小微企业，超过6000万个个体工商户，合计占据市场主体比例已超80%。2024年，其所在公司助力个体工商户、小微企业主、乡村创业者等群体的服务。

根据信也科技披露的信息，在三季度加强小微服务力度，其持续拓宽小微业务服务场景，提升多场景产品创新能力。当季促成交易额154亿元，同比增长25%，在国内市场当季交易额中的占比上升至31%。

除了瞄准小微，加速海外市场布局的还有乐信，根据其三季报，除了墨西哥市场，乐信还加大了对东南亚市场的投入和运营，季度内，印尼市场快速增长，交易

用户环比增长31%，交易额环比增长18%。

宜人智科相关人士也对记者表示，在菲律宾，公司贷款量和收入都实现了季度环比两位数的增长。“此外，公司目前开始在菲律宾优化客户基础，同时迭代产品供应，预计这些努力将在2024年第四季度对盈利能力产生积极影响。未来，我们将利用AI技术和数据安全方面的优势，进一步扩大东南亚和其他海外市场的业务，提升市场份额。”

也有国内银行业高管对记者表示，上述海外信贷市场的法律体系相比国内仍不完善，相关政策风险需要注意，是否值得投资仍有待考量。

宜人智科向记者透露，公司目前也在考察收购其他菲律宾App，通过本地IT技术/流程软件供应商来优化内部流程，更好满足本地合规要求。

# “2”字头利率产品乍现 消费金融争抢银行客群

本报记者 郑瑜 北京报道

持牌消费金融机构的贷款利率再破新低。日前，中信消费金融

有限公司(以下简称“中信消金”)发布最低年化利率2.8%起的贷款产品“有期贷”，因低于行业常见利率水平引发行业热议。

有接近中信消金相关人员向《中国经营报》记者表示，推出低利率产品的目的是促销和获客，属于新产品上线的优惠

措施。

记者询问多家头部持牌消费金融公司了解当前是否有2%利率开头的产品在营，均得到否定回答。

有多位消费金融从业者对记者表达了对于上述现象的担忧。“虽然低利率作为营销手段可以吸引用户关注，但是低利率背后

隐含的还有资金成本和运营成本，如果业内相继效仿，宣传低利率，可能让行业因为过度竞争而陷入恶性循环。”

## 融资成本持续降低

根据公开介绍，“有期贷”产品支持公积金、专精特新企业认证、5年内毕业生认证等多种增信手段，提高用户产品额度。此外，中信消金还有“亿元首月免息计划”等多项优惠活动，“有期贷”的老用户均可通过参与活动获取丰富的减免息优惠。针对五年内毕业生，“有期贷”产品提供“30天无理由还款”服务。针对省级以上专精特新企业员工，“有期贷”产品提供首月免息优惠。

较低的贷款产品价格通常来自较低的融资成本。记者注意到，消费金融行业的整体融资成本确实在下降。

今年11月底，南银法巴消费金融有限公司(以下简称“南银法巴消金”)成功发行南银法巴系列第二期资产支持证券。发行额度为19.32亿元，其中，优先A档14.14亿元，发行利率2.00%，创2024年以来消金公司ABS发行利率新低。

公开信息显示，中信消金在7月也获准开展信贷资产证券化业务资格，但尚未公开披露过发行情况。对此，前述相关人士对记者表示，中信消金将根据业务发展情况

2024年上半年消费金融公司ABS最优先档利率		
公司名称	ABS简称	票面利率
南银法巴消费金融	南银法巴2024年第一期	2.08%
海尔消费金融	海鑫2024年第一期	2.28%
杭银消费金融	杭邦2024年第一期	2.08%
中原消费金融	鼎柚2024年第一期	2.50%
	鼎柚2024年第二期	2.30%
马上消费金融	安逸花2024年第一期	2.45%
	安逸花2024年第二期	2.20%

吴双/制图

开展相关工作。

此外，中信消金尚未获得发行金融债资格。

金融债发行利率相较于ABS一直降低，比如截至2024年7月，招联消费金融股份有限公司(以下简称“招联金融”)累计成功发行5期共96亿元金融债，发行利率在2.1%—2.55%之间。

据了解，此前获准开业的31家消费金融公司中，仅有10家获得发行金融债资格，分别为哈尔滨哈银消费金融有限公司、杭银消费金融有限公司、招联金融、兴业消费金融股

份公司、中银消费金融有限公司、马上消费金融股份有限公司、捷信消费金融有限公司、河南中原消费金融股份有限公司、中邮消费金融有限公司(以下简称“中邮消金”)和苏银凯基消费金融有限公司。

有银行人士告诉记者，相比其他行业公司主导的消费金融公司，银行和银行系消费金融公司的资金成本相对较低是一大优势。“但是相关产品都有时间限制、客群限制、使用次数限制、额度限制等，享受到优惠力度也极为有限，不应该是客户首选消金产品的标准。”

## 或为差异化竞争

业内共识在于，不同的利率区间对应不同的客群。

“选择了什么利率就揭开了公司想要做的客群。”一位银行系消金公司员工告诉记者，制定低利率背后折射出差异化的客群战略。

近年来，行业排名靠前的消费金融公司不约而同地瞄准优质客群，比如在最新消费金融公司中期业绩资产规模排名中位列第九的南银法巴消金，在今年6月披露的《2023年环境、社会及治理报告》中提到“与地方政务平台、运营商等渠道合作，借助App、小程序等自有业务平台聚焦线上优质客户”。

在前述银行人士看来，随着市场竞争的加剧和客群下行，消费金融市场确实正在向优质客群集中。消金低利率产品，反映了消费金融公司的竞争策略，旨在通过较低的利率吸引更多的优质客户，提升市场份额。“以往高收益覆盖高风险的模式正在

被逐步取代。”

有头部消金公司业务人员王东(化名)表示，目前消费金融公司定价普遍超过3%，这是受到资金成本的制约。由于无法吸收存款，消费金融公司无法像银行一样享受低成本资金，因此其产品定价普遍较高，最低定价通常不会低于5%。此外，产品定价的选择也直接决定了公司的竞争对手。

“如果是定价在15%以内，主要与一些小型银行和民营消费金融公司竞争；而如果选择低于5%的定价，就需要与国有大型银行等竞争，难度较大。”业务人员表示。

在王东看来，在公司未瞄准优质客群之前，线下直营的定价甚至在15%—20%浮动，因为要对公积金等优质客群服务，所以才将客户加权平均综合定价放在了15%以内，和城商行竞争。因为消费金融公司的风控能力以及渠道优势与城商行相比并不落下风。

“当前获客成本高企，许多消金公司都在通过不同方式维持和拓展客户，比如通过老客户引荐新客户、提供优惠利率等，但是3%以下的利率仍然鲜有消金公司敢尝试，业内拭目以待。”王东补充表示。

获客的艰难或可从一些金融科技上市公司三季报数据窥得一二，金融科技作为助贷方，是为消金公司带来流量的“送水工”，但是根据相关公司披露的三季报，仅借款人收购成本在今年增加超过1亿，本季度销售和营销费用为5.5亿元，比去年同期增长34.9%，主要是因为获客费用增加。

某城商行中层人士告诉记者，当前消费金融两个最大的困境是有效需求不足与原有的风控模型面对经济下行的考验。

对于记者“资金成本的大致水平以及低利率之下的可持续空间”等问题，截至发稿，中信消金未予正面回应。