



信保业务 2.0：场景风控与 量化风控



意见领袖 | 高声谈

以融资性信用保证险为主体的信保行业自 2017 年的迅速发展得益于我国互联网消费贷和汽车金融市场的快速崛起（详见《我国信用保证险的现状——信保系列谈之二》，高声谈公众号进门右转），以融资信用为投保标的的信保机构通过为次级客户提供增信参与到信贷产业链条中，提高了信贷、保险的普惠性。

当前，信保业务的风控手段与信贷业务的高度一致，因此，对新形势下互联网信贷业务的风险理解与风控能力掌握，应是信保机构的基础能力。随着线上信贷技术日臻成熟，具备市场一流的线上量化风控能力是信保部门的必修课。这需要体制机制的保驾护航，必须建立一个与市场充分接轨的量化风控团队。



场景风控：信保机构的优先选择

在自有风控能力自信面对“全敞口风险”前，场景风控是实现风险闭环的好方法——即通过主业对借款群体的“影响力”或资金闭环等控制手段，达到对借款人正常履约足够的“威胁”作用；同时结合对可控、真实数据的量化分析，形成风险认识与控制的“组合拳”。如保险分期产品，可通过逾期退保方式实现资金闭环；再如修理厂贷款，可通过理赔款闭环偿付锁定本金安全。

笔者认为：场景闭环有两个层次。第一个层次是信息流闭环，即信保机构掌握借款人生产、生活用款过程中的信息流，可以准确了解借款人经营状况、项目进展、产品或服务购买或使用进度等情况。在此基础上通过

运用合适的风险分析和控制手段，据此判断借款人的资信状况较为客观准确。

第二个层次是资金流闭环，即信保机构自身或者通过合作可以掌握借款人的回流资金，通过回款强管控适度降低对借款主体的资质水平和授信评估，极大提高了风险的可控性，是最为简单、直接的风控方式。就目前银行等资金方合作意愿看，双闭环的合作意愿最强，其中资金流闭环最为重要。基于资金流闭环的产品设计，如果市场规模足够大，同时有严格的操作流程，银行便具备较强的合作意愿。

单纯基于信息流闭环的信保产品，只有在相关领域有长期放贷经验，或是与风险偏好和创新性较强的银行合作方有可行性，与此同时银行的资金成本往往较高，符合高风险与高收益的匹配原理。随着普惠金融渗透率的不断提升，能够掌握资金闭环的信贷产品越来越少，倒逼着信保机构进一步夯实内功，在某一领域、某一产品中打磨好风控手段和产品打法，不断提炼形成核心竞争力。

对还款意愿的把控：一个容易忽视的问题

再高超的风控技术最多只能解决借款人的还款能力问题，但始终无法解决还款意愿问题。还款意愿取决人心，而人心并不是稳定不变的。现有的信贷技术只能通过分析借款人过去的信用执行记录来延续对其信用状况水平的看法，如果借款人因为突发事件变坏了呢？或者过往信用记录不好的人发自肺腑“改过自新”了呢？信贷或信保机构其实无从判别。

好的方法是，通过加大对客户逾期行为的“威胁”力度，加大违约成本和惩罚力度，迫使其保持较好的还款意愿。因此大家才会喜欢资金闭环，或是基于生态控制力设计的可增加对借款人“逾期威胁”的产品流程。笔者始终认为，蚂蚁的信贷产品表现优异，不仅仅是蚂蚁金服风控团队的功劳，更是与阿里打造的淘宝生态对借款人的控制及“逾期威胁”程度息息相关。

量化风控方法论详解

经过多年实践，大数据量化风控的效果得到了科学验证。IMF2020 年课题《中国中小企业金融科技信贷风险评估》指出：“随机森林+大数据”的模型效果整体上优于传统评分卡，并且由于数据维度更广、模型迭代频次更高，其对规模以上信贷产品效果更优。

量化风控的工作思路是：通过对坏样本大数据参数字段的特征挖掘，提炼反欺诈或拒绝策略；通过分析不同因素（参数字段）与收入能力、负债规模、还款能力、还款意愿、违约概率等 Y 值的关联度与影响因子，结合风控偏好选择入模参数，进而形成判定分数支持具体决策。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_41422

