

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自不同政府官方刊物、可供查閱的公開市場調查資料來源及其他獨立供應商的資料來源。此外，我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立行業報告—弗若斯特沙利文報告。我們相信，本節及本文件其他章節所載資料的資料來源屬恰當的資料來源，且我們已合理謹慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信，該等資料屬虛假或有所誤導，或遺漏任何事實，致使該等資料屬虛假或有所誤導。來自官方及非官方來源的資料並未經我們、[編纂]、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方(弗若斯特沙利文除外)獨立核實，亦概無就有關資料的準確性發表任何聲明。因此，本節所載來自官方及非官方來源的資料未必準確，不應過份依賴。董事作出合理查詢後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料概無出現不利變動致令本節所載資料變成有所限制、抵觸或對本節所載資料造成重大影響。

受新技術湧現、數據增加及數字化轉型加速影響，中國金融服務業經歷巨大變化。技術的快速應用為數據分析改革中國金融服務業鋪平前所未有的機遇之路。傳統金融機構專業知識有限，通常對應用最新技術及數據分析感到困難。金融機構正尋求數據分析解決方案供應商幫助其削減成本、提高營運效率及提升用戶體驗。

### 中國金融服務業概覽

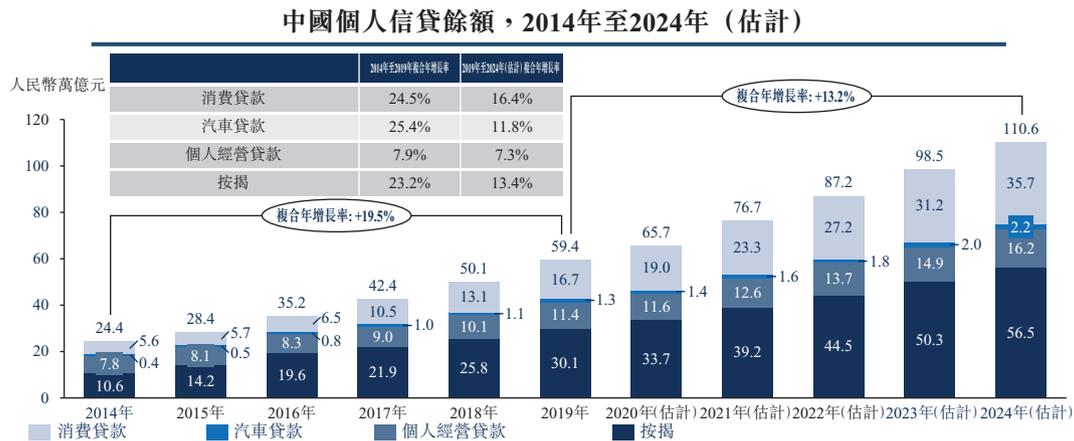
於2020年，中國為全球唯一一個主要經濟體錄得正經濟增長，名義國內生產總值達人民幣101.6萬億元，實際國內生產總值按年增長2.3%。於2021年，隨著中國經濟持續反彈，預期實際國內生產總值將按年增長8.1%。於2019年，按資產總值計，中國為全球第二大金融服務市場。金融機構的資產總值急劇增長，由2014年人民幣177.3萬億元增至2019年人民幣318.7萬億元，複合年增長率為12.4%，預期於2024年將達人民幣546.9萬億元。中國金融服務業的巨大增長亦伴隨金融機構數量增長，由2014年約6,400家增至2019年約7,900家。

在宏觀經濟穩健增長及相關利好政策的推動下，中國消費需求持續增長。中國個人信貸於過去數年快速增長。個人信貸餘額由2014年人民幣24.4萬億元增至2019年人民幣59.4萬億元，複合年增長率為19.5%。在消費需求持續增長的推動下，預期個人信貸餘額於2024年達約人民幣110.6萬億元，2019年至2024年的複合年增長率為13.2%。受COVID-19影響，個人信貸餘額增長於2020年上半年有所放緩，於2020年中達人民幣61.2萬億元，較2019年底增長3.0%。然而，由於國內消費於2020年下半年及2021年逐漸恢復，預期個人信貸餘額將於2021年達人民幣76.7萬億元，較2020年增長16.7%。就消費信貸業務而言，銀行發行的信用卡及持牌消費金融公司授出的消費信貸為主要產品。在消費信貸需求增長推動下，消費貸款餘額於

## 行業概覽

2014年至2019年期間按複合年增長率24.5%大幅增長，預期於2019年至2024年期間將按複合年增長率16.4%增長。

在需求增長及科技應用推動下，中國線上個人信貸市場由2014年人民幣1.4萬億元增至2019年人民幣6.3萬億元，估計於2024年將達人民幣17.9萬億元，複合年增長率為23.0%。

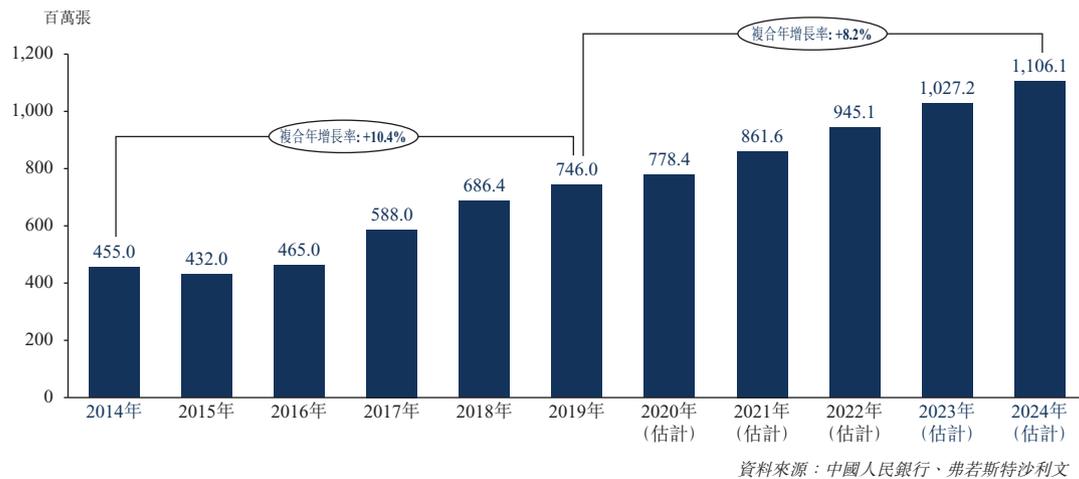


資料來源：中國人民銀行、弗若斯特沙利文

隨著消費信貸需求日益上升，過去數年，中國信用卡市場快速增長。已發行信用卡累計數量由2014年約455.0百萬張增至2019年約746.0百萬張。由於中國居民收入水平已顯著提高，可預見信用卡將進一步普及。於2024年，估計已發行信用卡數量將達約1,106.1百萬張。於2020年上半年，整體信用卡市場受COVID-19負面影響。截至2020年6月30日止六個月，新發行信用卡數量約10.0百萬張，較截至2019年6月30日止六個月約25.0百萬張下跌60%。然而，疫情大致受控後，隨著中國經濟繼續保持增長勢頭，預期信用卡市場將反彈。截至2020年12月31日止六個月，預期新發行信用卡數量將達22.4百萬張，較截至2020年6月30日止六個月增長124%。儘管預期2020年的新發行信用卡數量將普遍減少，隨著消費需求逐漸恢復，預期新發行信用卡數量將於2021年達83.2百萬張，較2020年增長157%，並較2019年增長38%。

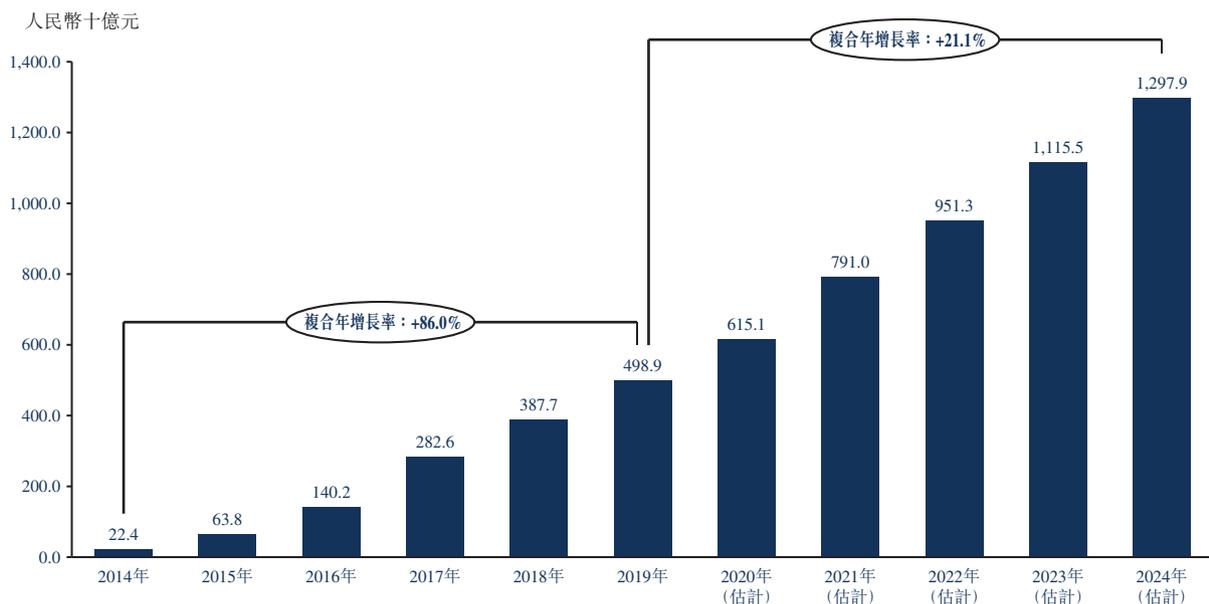
## 行業概覽

中國已發行信用卡累計數量，2014年至2024年（估計）



由於消費信貸需求增加，中國持牌消費金融公司的資產值於過去數年快速增長，由2014年人民幣224億元增至2019年人民幣4,989億元，複合年增長率為12.4%，預期於2024年將達約人民幣12,979億元，2019年至2024年期間的複合年增長率為11.4%。

中國持牌消費金融公司的資產總值，2014年至2024年（估計）

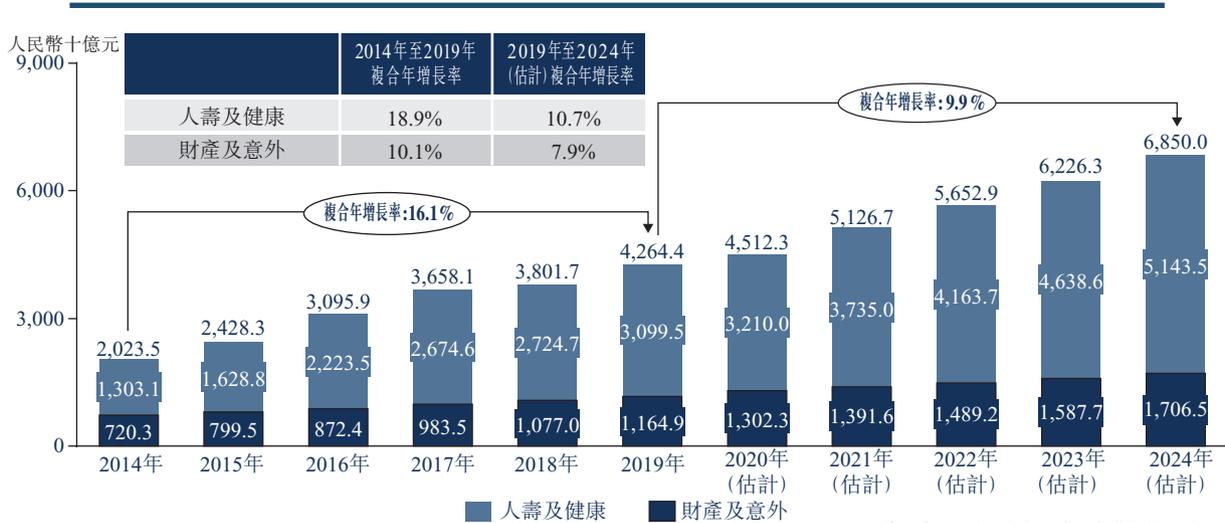


保險市場保費總額於過去五年快速增長，複合年增長率達16.1%。人壽及健康保險分部增長較財產及意外保險快。於2019年至2024年期間，估計中國保險市場將按複合年增長率9.9%持續增長。於2019年至2024年期間，預期人壽及健康保險與財產及意外保險將按穩定的增長率持續增長。由於需求日益上升，近年來，中國的保險滲透率及保險密度穩定增長。中國保險滲透率由2014年約3.13%增至2019年4.36%。保險密度由2014年人均人民幣1,451元增至2019年人均人民幣2,972元，期內複合年增長率為15.4%。由於獨立保險經紀平台的服務全面而客觀，消費者傾向於在此類平台上投購保險，導致消費者對獨立服務的需求上升。獨立

## 行業概覽

保險經紀平台的滲透率由2014年1.2%增至2019年3.4%，並預期於預測期內保持增長，於2024年達9.3%。於2014年至2019年期間，透過獨立保險經紀平台投保的保費的複合年增長率為42.7%，預期於2019年至2024年期間將按複合年增長率34.6%增長。

中國保險市場保費總額，2014年至2024年（估計）



資料來源：中國銀保監會、弗若斯特沙利文

中國金融業的精準營銷服務的市場規模由人民幣191億元增至2019年人民幣769億元，並預期於2024年達人民幣1,617億元，2019年至2024年的複合年增長率為16.0%。獨立及非獨立大數據分析服務供應商均活躍於市場。獨立參與者(如本公司、追一科技及雲從科技)為銀行、承保公司及其他金融服務供應商提供精準營銷服務。同時，非獨立參與者(如螞蟻金融及金融壹賬通)為其本身業務及外部客戶提供精準營銷服務。金融業的精準營銷服務市場相對多元化，不同公司具備的專業知識及所專注的分部均不同。由於獨立服務的需求日益上升，預期獨立參與者的市場份額將於預測期內進一步上升。此外，線上獲客的成本增加，將成為新進入者的進入門檻，且預期隨著市場集中度不斷提高，領先公司較中小規模參與者更具優勢。

中國保險分銷服務的市場規模由人民幣1,827億元增至2019年人民幣6,487億元，並預期於2024年達人民幣10,178億元，2019年至2024年的複合年增長率為9.4%。保險分銷服務渠道分為線上及線下，近年線上渠道發展迅速。部分互聯網保險平台(如騰訊微保、螞蟻金融、慧擇保險及京東金融)聚焦線上分銷渠道。大多數保險代理及保險經紀公司(如本公司、長安保險經紀有限公司及盛世大聯保險)同時營運線上及線下渠道。受客戶需求上升及企業數字化發展所推動，融合線上及線下渠道已成為中國保險分銷服務市場的趨勢。

## 行業概覽

### 中國金融服務業的挑戰及科技解決方案

隨著中國金融服務持續擴張，金融機構在提高效率、風險監控及業務增長方面面臨的挑戰日益嚴峻。透過應用大數據技術、AI、區塊鏈技術等技術，科技成為克服該等挑戰的創新而強大的解決方案，極大地提高行業的整體效率。隨著資金及創新的持續流入，科技將繼續賦能中國金融服務業。

#### 痛點

接觸及吸納大量個人客戶及中小企的效率低

#### 科技解決方案

- 通過移動互聯網擴展有效的營銷渠道
- 運用最新及多維數據建立全面的客戶資料

向不同客戶提供定製服務的能力有限

- 以不同客戶為目標的精準營銷策略
- 憑藉精準資料及多維數據的支持根據客戶的特定需求及背景提供個人化及定製化的服務及定價

獨立及高水平風險監控及反欺詐的需求強勁

- 根據各類數據(如位置、生物特徵識別及場景)提供實時及完整的交易分析
- 根據專有數據及第三方數據制定信貸記錄及黑名單

提供客戶服務的成本高昂

- 在自動化程式的支持下與客戶進行有效的溝通，以提高客戶服務效率並降低客戶服務人員的勞工成本

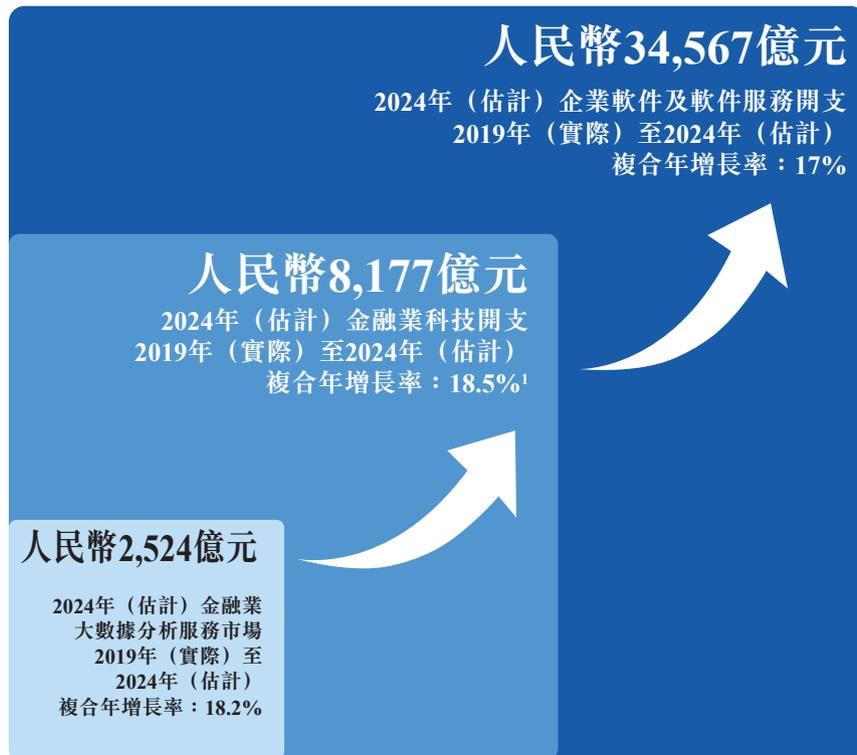
### 中國軟件及軟件服務概覽

過去十年，隨著中國經濟快速增長及現代科技發展，數字化轉型及自動化的趨勢延伸至中國絕大部分行業。各行各業的企業持續提高於軟件及軟件服務的開支。根據弗若斯特沙利文，企業軟件及軟件服務開支由2014年的人民幣0.7萬億元增至2019年的人民幣1.6萬億元，複合年增長率為19.3%。在IT雲服務迅速發展的推動下，估計企業軟件及軟件服務開支於2024年達人民幣3.5萬億元，2019年至2024年的複合年增長率為17.0%。相比美國等發達市場，中國軟件及軟件服務開支於企業收入總額佔比相對較低，未來增長潛力巨大。

金融業的軟件及軟件服務開支增長速度尤其顯著，主要受以下因素所推動(i)中國金融機構資產總值大幅增加，且業務週期內數據的數量及複雜程度急速提高；(ii)傳統參與者與非傳統科技驅動參與者的競爭日益激烈；及(iii)客戶期望於數字時代獲得便捷及定製的體驗。中國金融服務供應商持續提高於軟件及軟件服務的開支，以提升產品創新程度、改善與客戶的關係及於科技化轉型階段維持競爭力。

## 行業概覽

金融服務業為中國經濟最重要的行業之一，一直為科技投資及產品創新的先驅，原因為金融服務供應商致力提高營運效益及提供更佳的客戶體驗。根據弗若斯特沙利文，中國金融服務業的科技開支總額由2014年的人民幣1,186億元增至2019年的人民幣3,494億元，複合年增長率為24.1%。預期有關增長趨勢將持續，並預期有關開支於2024年達人民幣8,177億元，複合年增長率為18.5%。



資料來源：弗若斯特沙利文

<sup>1</sup> 金融業科技開支包括硬件開支，並不包含在企業軟件及軟件服務開支內。

### 中國大數據分析服務市場概覽

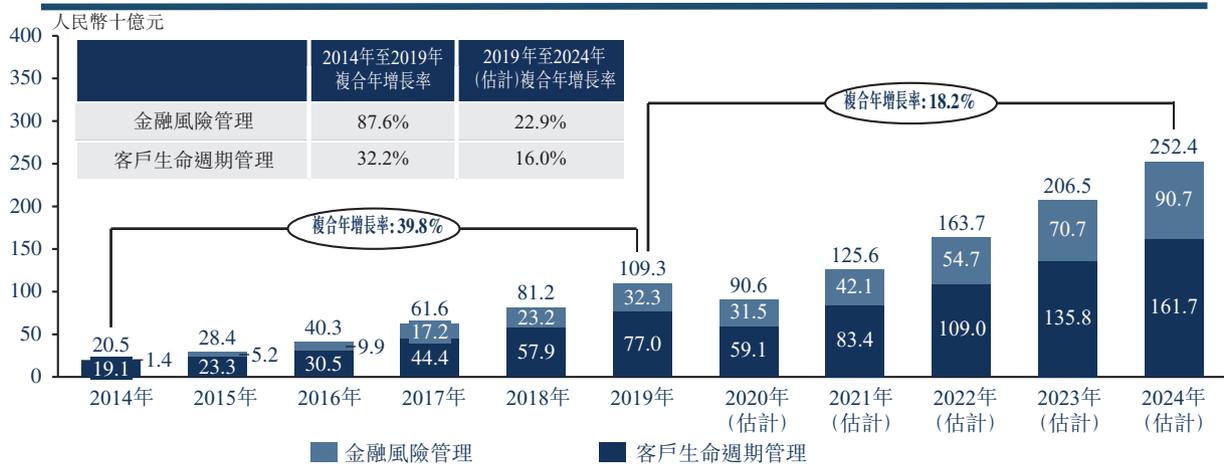
金融服務供應商對科技服務的強勁需求及科技服務的增長潛力吸引新參與者進入市場。該等參與者憑藉其龐大的消費者基礎或強勁的技術能力，如大數據、AI及雲計算，快速擴展。同時，在金融服務業迅速增長的推動下，由於大數據分析技術可促進信貸評級及有效實現精準營銷及更高效的客戶管理，中國金融業迅速應用大數據分析技術。金融服務供應商現廣泛應用大數據分析技術於金融風險管理及客戶生命週期管理場景。

於2019年，中國金融服務業大數據分析服務市場的收入總額為人民幣1,093億元，其中總額人民幣323億元用於金融風險管理及人民幣770億元用於客戶生命週期管理，後者包括吸納新客及現有客戶管理。預期大數據分析服務市場由2019年起至2024年持續迅速增長，於2024

## 行業概覽

年達人民幣2,524億元，複合年增長率為18.2%。受COVID-19疫情影響，於2020年上半年，金融機構的業務發展步伐放慢，導致對大數據分析服務的整體需求下降。

中國金融業大數據分析服務市場收入總額，2014年至2024年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

準確、客觀及中立的大數據分析結果乃客戶尋求大數據分析服務所著重的元素。獨立的服務供應商能夠更準確地識別客戶需要、避免利益衝突、維持客觀及中立，並更好地服務客戶。由2014年起至2019年，獨立大數據分析服務供應商的市場份額佔金融服務業大數據分析服務供應商整體市場份額由2.3%增至9.7%，並預期將於2024年進一步增至16.8%。

中國金融服務業獨立大數據分析服務市場收入總額，2014年至2024年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

### 主要趨勢及市場推動因素

- 應用大數據分析技術的金融服務業利好政策。中國政府頒佈一系列利好政策，領導推動金融科技，包括大數據分析技術的發展。中國人民銀行公佈金融科技發展規劃(2019年至2021年)，鼓勵金融業參與者應用大數據分析技術改善金融服務。工信部公佈推動

## 行業概覽

企業上雲實施指南(2018年至2020年)，鼓勵進一步發展雲計算及企業數字化。政府對大數據分析技術的支持為進一步發展科技及市場墊基。

- 金融服務供應商進行獨立風險管理的監管要求。中國監管機構於2020年7月發佈商業銀行互聯網貸款管理的新監管規定，即《商業銀行互聯網貸款管理暫行辦法》，規定商業銀行須獨立運行核心風險管理程序。新規例對一般並無具備強大風險管理能力的中小型銀行造成挑戰，並因而將增加彼等對外部金融科技的投資，特別是大數據分析服務，從而提高風險管理能力以符合監管要求。
- 技術提升及日益數字化的生活方式。近年，大數據分析服務供應商運用AI、雲計算及其他科技在技術上的提升，滿足金融服務供應商及其他客戶不同的定製需求。有關趨勢鼓勵市場參與者提升其技術能力，並推動市場增長。中國的移動互聯網及智能無線數字設備的高滲透率為電子商務、電子付款及網絡借貸創造快速增長的市場，並產生大量用戶數據，將有助持續提升金融服務業的大數據分析技術。
- 對獨立金融大數據分析解決方案的需求上升。傳統而言，中國金融服務供應商於營運過程中耗費大量時間及資源自行進行金融風險管理及客戶生命週期管理。然而，隨著金融服務供應商近年日益著重客觀及中立的金融大數據分析，很多金融服務供應商轉向購買獨立金融大數據分析解決方案供應商的服務。此舉既可節省成本，亦可讓其重新專注於管理終端客戶關係。
- 市場更為集中。中國對大數據分析行業的監管日益增加且更為嚴謹。具體而言，行業領先者及大型參與者能更好地設立內部監管及合規程序，且更可能符合新監管規定。因此，長遠而言，收緊行業規例對領先者而言相對有利，且預期將提高市場集中度。同時，由於COVID-19的影響，市場參與者於2020年受到負面影響，惟頂級參與者可獲得相對優勢，原因為其擁有更高的能力以更大的規模應對整體市場收縮的影響。由於技術掌控及數據資產最終成為進入門檻，金融服務供應商傾向與具備技術及數據洞察優勢的領先公司合作，將進一步擴大領先公司與較小型的行業參與者之間的差距，並提高市場集中度。

### 中國金融大數據分析服務市場的競爭格局

中國金融大數據分析服務市場的競爭者分為三類：

1. 獨立金融大數據分析解決方案供應商：非隸屬於任何金融服務供應商，並為市場各類機構客戶提供獨立公正的服務，而非向集團公司的內部部門提供服務及支援；
2. 非獨立金融大數據分析解決方案供應商：隸屬於較大型的集團公司，並為有關集團公司的內部部門，或內部部門及外部機構客戶提供服務；及

## 行業概覽

3. 徵信局：徵信局（即中國人民銀行徵信中心及百行徵信）擁有官方渠道收集個人信貸資料及為合資格的機構提供公正的服務。

由於各自具有及提供的數據類型不同，於中國市場，徵信局與獨立金融大數據分析解決方案供應商之間的關係為互補而非競爭。獨立金融大數據分析解決方案供應商與非獨立金融大數據分析解決方案供應商之間存在競爭。由於客戶愈來愈著重準確、客觀及中立的大數據分析結果，預期獨立金融大數據分析解決方案供應商的市場份額於整體金融大數據分析服務市場的佔比將於預測期內進一步上升。

根據弗若斯特沙利文，下表載列獨立金融大數據分析解決方案供應商的排名。就2019年相關收入（已計入精準營銷服務收入）而言，本公司為中國最大的獨立金融大數據分析解決方案供應商。本公司於中國獨立金融大數據分析服務市場的市場份額約8.7%，於2017年至2019年期間增長1.6%。同期，相關收入按複合年增長率67.0%增長，而市場規模按複合年增長率51.0%增長。於2020年，本公司的市場份額達約9.0%，較2019年的市場份額增長0.3%。

獨立金融大數據分析解決方案供應商排名（按2019年收入計）

2019年排名	公司名稱	2019年收入 (人民幣百萬元)	2019年 市場份額
1	本公司(百融雲創)	927	8.7%
2	公司A	816	7.7%
3	公司B	425	4.0%
4	公司C	417	3.9%
5	公司D	375	3.5%

根據弗若斯特沙利文，中國金融大數據分析服務市場的進入門檻為：

- 技術門檻。金融大數據分析服務涉及AI算法、自動實時分析、流計算及若干其他技術。只有深諳該等技術及具備深入數據洞察的服務供應商可滿足客戶全部定製需求。此外，隨著技術迅速發展及大數據分析服務在金融業獲廣泛應用，服務供應商須持續提升技術能力及完善產品，以緊貼市場的發展步伐，為新市場進入者的門檻。同時，開發有關尖端技術將需大量投資及資金，故可能成為新初創公司進入市場的門檻。
- 監管門檻。金融服務業為受最嚴格監管的行業之一。為加強對中國金融大數據分析服務市場的監管，政府於過去幾年頒佈多項政策及規例。例如，於2018年，頒佈金融信息服務管理規定，訂明金融信息服務供應商應於顯著的位置準確無誤註明信息來源，並確保文字、圖像、視頻、音訊等形式的金融信息來源可追溯。就新市場進入者而言，

---

## 行業概覽

---

建立相關內部監控指南、政策以及經營流程及系統以在短期內符合並遵守所有相關規例將變得困難且昂貴。

- 品牌門檻。金融大數據分析工具用於儲存及處理大量用戶數據。因此，信息安全為業界最關注的問題之一，且產品的可靠性為客戶選擇服務供應商的首要考慮條件之一。因此，知名度高及信譽良好的服務供應商更容易贏得客戶青睞。就新市場進入者而言，不僅需要技術，亦需要時間在業界樹立良好的聲譽，為新市場進入者的門檻。

### 資料來源

就[編纂]而言，我們委聘弗若斯特沙利文就我們營運所處的市場進行詳細分析，並編製行業報告。弗若斯特沙利文為獨立全球市場研究及諮詢公司，於1961年成立，總部設於美國。弗若斯特沙利文提供的服務包括市場評估、競爭基準、各種行業的策略及市場規劃。我們同意就編製並使用弗若斯特沙利文報告的費用及開支總額為人民幣470,000元。有關款項並非以我們成功上市或弗若斯特沙利文報告的結果為條件予以支付。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無委託編製任何其他與[編纂]有關的行業報告。

我們於本文件載入若干來自弗若斯特沙利文報告的資料，原因為我們相信有關資料有助潛在[編纂]了解我們營運所處的市場。弗若斯特沙利文根據其內部資料庫、獨立第三方報告及來自信譽良好的行業機構的公開數據編製報告。如有必要，弗若斯特沙利文會聯絡於有關行業營運的公司，以收集並整合關於市場、價格及其他相關的資料。弗若斯特沙利文認為，編製弗若斯特沙利文報告所採用的基本假設（包括用於作出未來預測的該等基本假設）屬真實、準確及並無誤導成分。弗若斯特沙利文已獨立分析有關資料，惟其審閱結論的準確性很大程度取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究可能受該等假設的準確性以及一手及二手資料來源的選擇影響。