

近日，银保监会、人民银行发布的《关于加强新市民金融服务工作的通知》（以下简称《通知》）明确，积极探索大数据技术应用，综合运用新市民社保、税务、住房公积金等数据，优化机构内部新市民信用评价体系，提高金融服务效率。

“由于部分新市民没有固定工作、收入证明等，属于‘征信白户’。传统的风控模式容易让银行等机构错失大量‘征信白户’，而这些客户同样有非常强的信贷需求，其中也存在潜在的优质客户，比如工作几年的白领，虽然目前没房没车，但未来很有可能成为优质客户。”马上消费金融股份有限公司（以下简称“马上消费金融”）相关人士对《中国银行保险报》记者表示。



为了弥补市场空缺，近距离满足新市民群体的金融服务需求，近年来，马上消费金融积极探索数字金融，力图加大对此类群体的服务力度。

“2021年11月发布的《2021消费金融数字化转型主题调研报告》显

示，新一线城市

、二线城市、三线城市的消费金融用户在50%以上，24岁至35岁之间的用户合计在70%左右。这也在一定程度上说明消费金融业务的覆盖人群和新市民高度重合。”

上述人士表示，“在重庆银保监局

的指导下，我们致力于为普惠客群提供小额分散的金融服务，通过数字化科技能力，让‘征信白户’新市民也能享受到更多金融服务。”

据记者了解，截至目前，马上消费金融累计注册用户数超1.5亿，已为超过650万用户建立了信用记录，不仅打破了信息不对称的问题，更有利于金融要素精准流向经济主体，保证社会信用体系建设的稳步推进。

有分析指出，消费金融公司在数字化发展中可以借助网点功能转型升级，基于线下服务，为新市民提供消费指引的同时

，将自身金融产品

嵌入新市民工作与生活中，并利用数字技术

优势，借助基层组织建立并完善新市民数据库，为信贷服务提供信息和风控支撑。

内容来源：中国银行保险报