



中国中小企业协会
China Association of Small and Medium Enterprises



乘风破浪：科技筑梦小店未来

小微融资发展与展望 研究报告

©2023.2 iResearch Inc.

引言

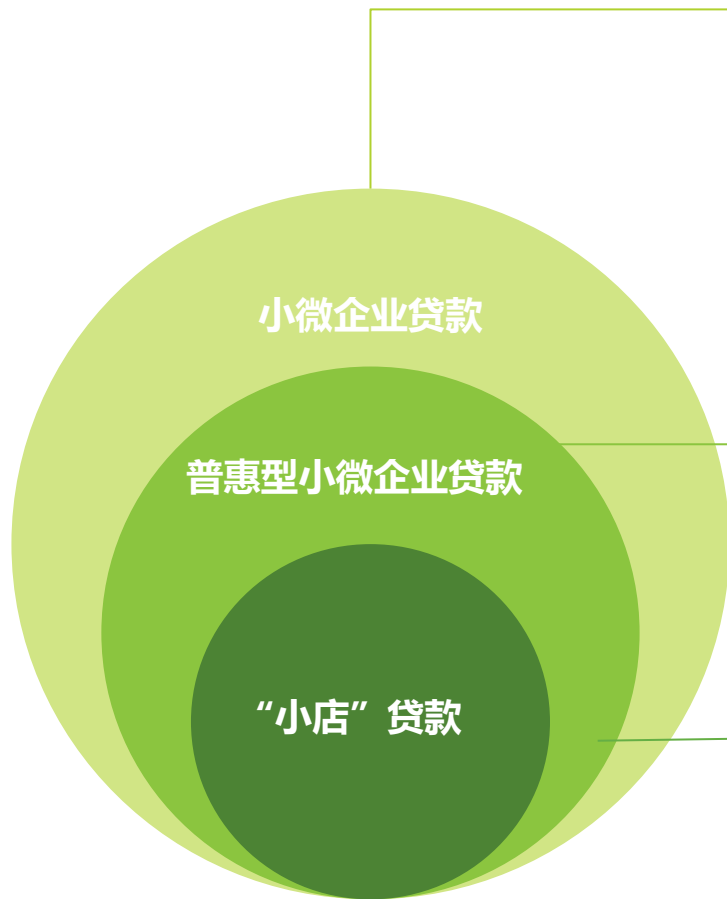
当前，全球经济增长放缓、通胀高位运行，地缘政治冲突持续，外部环境更趋复杂严峻，国内经济恢复基础尚需稳固，小微企业、个体工商户等市场主体面临较大压力。

2019年12月30日，“小店经济”的概念首次在国务院常务会议上被正式提出。

2020年7月，《关于开展“小店经济”推进行动的通知》发布，提出“**发展小店经济对于促进就业、扩大消费、提升经济活力、服务改善民生、满足人民对美好生活向往等方面具有重要意义。**”“截至2019年底，全国注册小店8000多万户，带动就业约2亿人，规模数量大，吸纳就业多，行业分布广泛，服务和业态多元，集聚发展增添了市场活力，繁荣了商业文化，但小店经济发展也面临生存成本高、融资难融资贵、营商环境有待优化等问题。”

在此背景下，2023年2月，艾瑞咨询联合信也科技、中国中小企业协会、人民日报数字传播共同发布《乘风破浪：科技筑梦小店未来——2022年小微融资发展与展望研究报告》，报告意在关注小微企业融资的基础上，重点聚焦“小店”群体，通过对小微融资及小微企业数字化服务行业发展的剖析，展现科技对小微企业及小微融资的赋能作用，对小微企业未来发展作出展望。





小微企业贷款

- 小微主体包括小型企业、微型企业、家庭作坊式企业和个体工商户，**小微主体贷款是指银行业金融机构等主体向小微企业、个体工商户等小微主体发放的用于生产经营活动的贷款。**依据国家统计局颁发的《统计上大中小微型企业划分办法》和国家工商管理局对小微企业和个体工商户的分别统计，“小微企业”与“小微主体”概念不同，但行业内通常所说的“小微企业贷款”事实上包含了向个体工商户发放的贷款，故严格意义上来说这部分应称之为“小微主体贷款”。为与行业惯例统一，**本报告中所有“小微企业”均指包含了个体工商户的“小微主体”。**

普惠型小微企业贷款

- 根据央行与银保监会定义，**普惠型小微企业贷款，指的是银行业金融机构向小微主体发放的单人授信总额1000万元（含）以下的贷款，包括小微企业贷款、个体工商户和小微企业主经营性贷款**

“小店”贷款

- “小店”群体是指小微企业中最贴近民生的迷你型市场主体，规模与营业额低于一般小型、微型企业，被称为城市经济的“毛细血管”。依据《关于开展小店经济推进行动的通知》对国内小店数量的统计口径，本报告将“小店”界定为小微企业中的个体工商户群体。**“小店”贷款，即向为“小店”群体发放的，用于生产经营活动的贷款。**

注释：划分根据央行发布的《中国普惠金融指标分析报告（2021）》，“普惠小微贷款包括单人授信小于1000万元的小微企业贷款、个体工商户和小微企业主经营性贷款。”报告中提到的2021年末普惠小微贷款规模与银保监会数据一致，故判断与银保监会采用口径一致。

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

研究方法说明

《报告》的产出共历时两个多月，采用了桌面研究、数据测算、专家访谈、用户调研等方法，从供给与需求、行业参与者与用户、融资服务与数字化服务等多个角度展开。

- **桌面研究：**《报告》展开了大量的桌面研究，对小微企业融资与发展相关的文献和报告进行了研究学习对比，包括《中国普惠金融指标分析报告》、《中国区域金融运行报告》、北大光华各项针对小微的研究报告等，锚定了“小店”这样一个重要但被忽视已久的群体。
- **数据测算与引用：**《报告》通过大量的翔实的数据论证了“小店”群体的发展现状困境与需求，尽可能通过定量数据向读者进行直观的观点论证，数据来源包括：
 1. **权威官方网站数据：**小微宏观数据、小微融资贷款数据等，来源包括央行、银保监会、中国银行业协会、国家工商总局、国家统计局等；
 2. **产学研合作发布的优秀报告数据：**《中国小微经营者调查》、《中小银行金融科技发展研究报告》等调研的小微经营数据与银行数据；
 3. **艾瑞一手研究测算数据：**通过大量的模型搭建、逻辑验证、问卷调研、专家访谈等方法进行测算的需求空间、需求满足度等数据。
- **专家访谈：**为更好的了解行业、洞察“小店”群体的融资与发展现状，艾瑞对6位行业专家进行了深度访谈，包括：
 1. **银行从业专家：**包括全国性大行、股份制银行、城商行、农商行各1位；
 2. **金融科技企业资深专家：**包括2位金融科技行业头部服务商企业专家。
- **用户调研：**报告调用了艾瑞咨询于2022年针对小微企业需求洞察展开的定性与定量调研数据结论，从多个视角对小微融资行业进行了解与刻画，包括：
 1. **定性调研：**3场用户焦点小组座谈会；
 2. **定量调研：**面向小微企业主展开的线上问卷调查，样本量N=1063。
- **专业指导：**中国中小企业协会给予学术支持。

来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

发展洞察：小微企业融资的供与需

1

价值分析：科技对小微融资的作用

2

产业延伸：小微企业数字化服务

3

小微企业对国民经济至关重要

- || 小微企业占各类市场主体比例达**97%**，“小店”贡献**七成**
- || 小微发展事关民生，多项政策出台支持小微企业良性发展

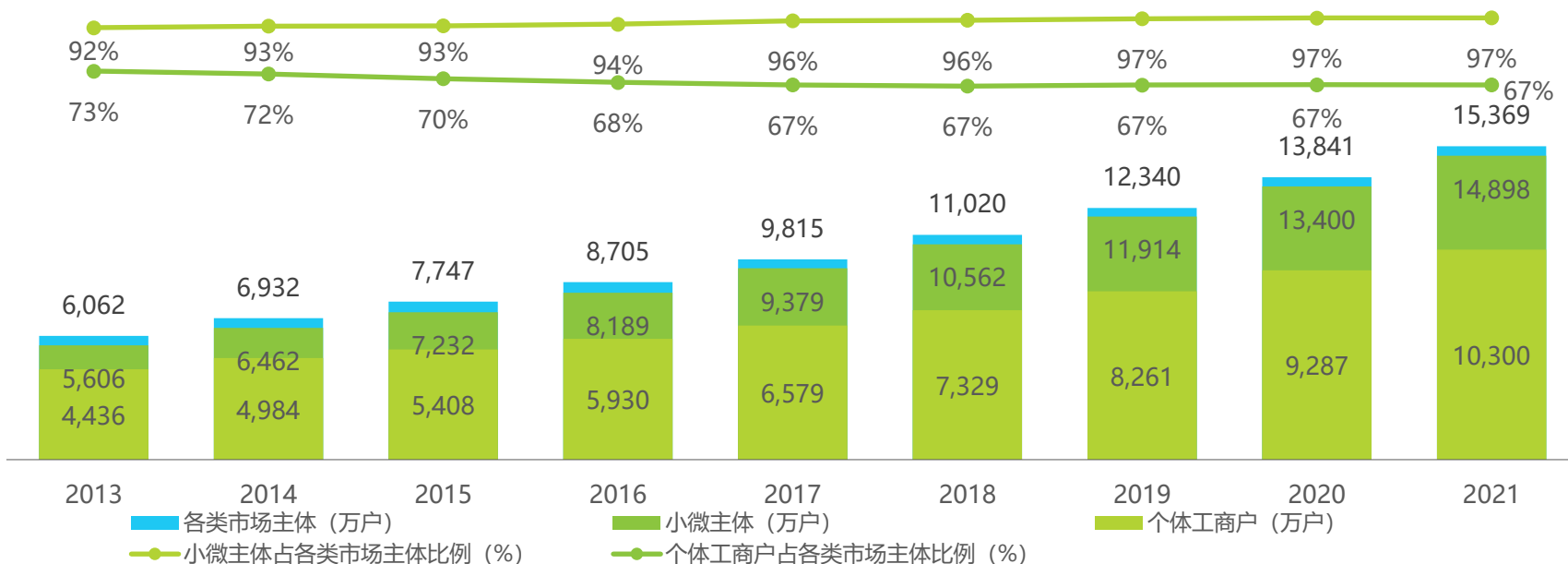


小微企业对国民经济至关重要 (1/2)

小微企业占各类市场主体比例达97%， “小店” 贡献七成

小微企业是中国国民经济和社会发展中不可或缺的重要力量，在增加就业岗位、提高居民收入、保持社会和谐稳定等方面发挥着举足轻重的作用。小微企业是国民经济增长的重要驱动力，在全国实有各类市场主体中占据绝对数量优势。多年以来，小微企业占各类市场主体的比例始终超九成，2021年底已达97%。这其中，“小店”（在本报告中特指个体工商户）贡献比例达七成。

2013-2021年中国小微企业及个体工商户的户数与占比



注释：本报告所指小微企业包括小型企业、微型企业、家庭作坊式企业和个体工商户，具体的划分标准参考了国家统计局颁发的《统计上大中小微型企业划分办法》，在该办法中，国家统计局依据从业人员、营业收入、资产总额等指标，针对不同的行业类别对小微企业的标准划分进行了差异定义。国家统计局《统计上大中小微型企业划分办法》详见：http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201801/t20180103_1569357.html
来源：根据国家市场监督管理总局，国务院等官方发言稿披露及艾瑞咨询建模核算。

小微企业对国民经济至关重要 (2/2)

小微发展事关民生，多项政策出台支持小微企业良性发展



近年多项小微企业利好政策出台，疏通城市经济“毛细血管”

《2021年国务院政府工作报告》

核心：降税费、降成本、促融资、促发展

- 报告发布有关“适当降低小微企业支付手续费”的12项降费措施；
- 报告提到要进一步解决小微企业融资难题，延续普惠小微企业贷款延期还本付息政策，延长小微企业融资担保降费奖补政策，大型商业银行普惠小微企业贷款增长30%以上，适当降低小微企业支付手续费。今年务必做到小微企业融资更便利、综合融资成本稳中有降。

《关于开展小店经济推进行动的通知》

- 主要任务：“完善小店经济基础设施”“推动聚集发展转型升级”“以大代小促进共赢发展”“倡导小店先进文化理念”“夯实小店经济工作基础”
- 至2025年，达成“百城千区亿店”的目标，培育小店经济试点城市（区）100个，赋能服务企业100家，形成人气旺“烟火气”浓的小店聚集区1000个。

《财政部 税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》等系列公告

- **小型微利企业减免企业所得税**：2021年1月1日至2022年12月31日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按12.5%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；2022年1月1日至2024年12月31日，对小型微利企业年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。

《财政部 税务总局关于进一步实施小微企业“六税两费”减免政策的公告》等系列公告

- **小型微利企业减征地方“六税两费”**：自2022年1月1日至2024年12月31日，由省、自治区、直辖市人民政府根据本地区实际情况，以及宏观调控需要确定，对小型微利企业可以在50%的税额幅度内减征资源税、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加。小型微利企业已依法享受其他优惠政策的，可叠加享受此项优惠政策。

以“小店”为典型代表的小微企业融资供给规模仍然不足

- 2021年末普惠型小微企业贷款余额规模已接近**20万亿**，5年复合增长率**22.1%**
- 小微企业**贷款需求满足度**从2017年的41.6%上升至2021年的**48.5%**，目前仍有**超50万亿元**贷款需求空间未被满足
- 2021年末“小店”**贷款需求空间**约**20万亿**，实际供给规模为**6.2万亿**，**贷款需求满足度31.7%**，低于小微企业整体水平
- 疫情加剧了“小店”群体的借贷需求与还贷压力

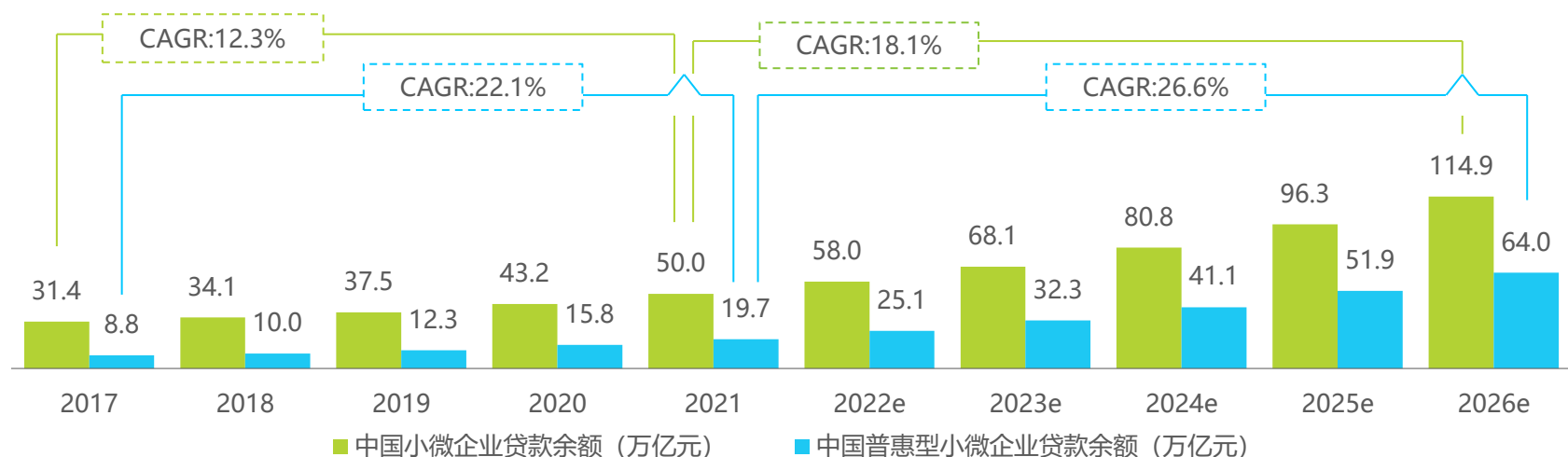


以“小店”为典型代表的小微企业融资供给规模仍然不足 (1/4)

受各方重点支持，2021年末普惠型小微企业贷款余额规模已接近20万亿，5年复合增长率22.1%

2018年，银监会发布《关于2018年推动银行业小微企业金融服务高质量发展的通知》，着力缓解小微企业金融服务供给不充分、结构不均衡的问题，引导银行业小微企业金融服务由高速增长转向高质量发展，引导银行业金融机构加强对普惠金融重点领域的支持，聚焦小微企业中的相对薄弱群体，在银行业普惠金融重点领域贷款统计指标体系的基础上，以普惠型小微企业贷款为考核重点，努力实现“两增两控”目标。受到各方重点支撑，中国普惠型小微企业贷款余额从2017年的8.8万亿增长到了2021年的19.7万亿，年度复合增长率达22.1%，普惠型小微企业贷款占小微企业贷款余额的比例也从28.1%上升到了39.3%。考虑到政府工作报告对大型国有银行等银行业金融机构的要求，预测未来几年内普惠型小微企业贷款余额规模将继续保持高速增长，到2026年，普惠型小微企业贷款余额规模将达到64万亿，占小微企业贷款余额规模的比例达到55.7%。

2017-2026中国小微企业贷款余额与普惠型小微企业贷款余额



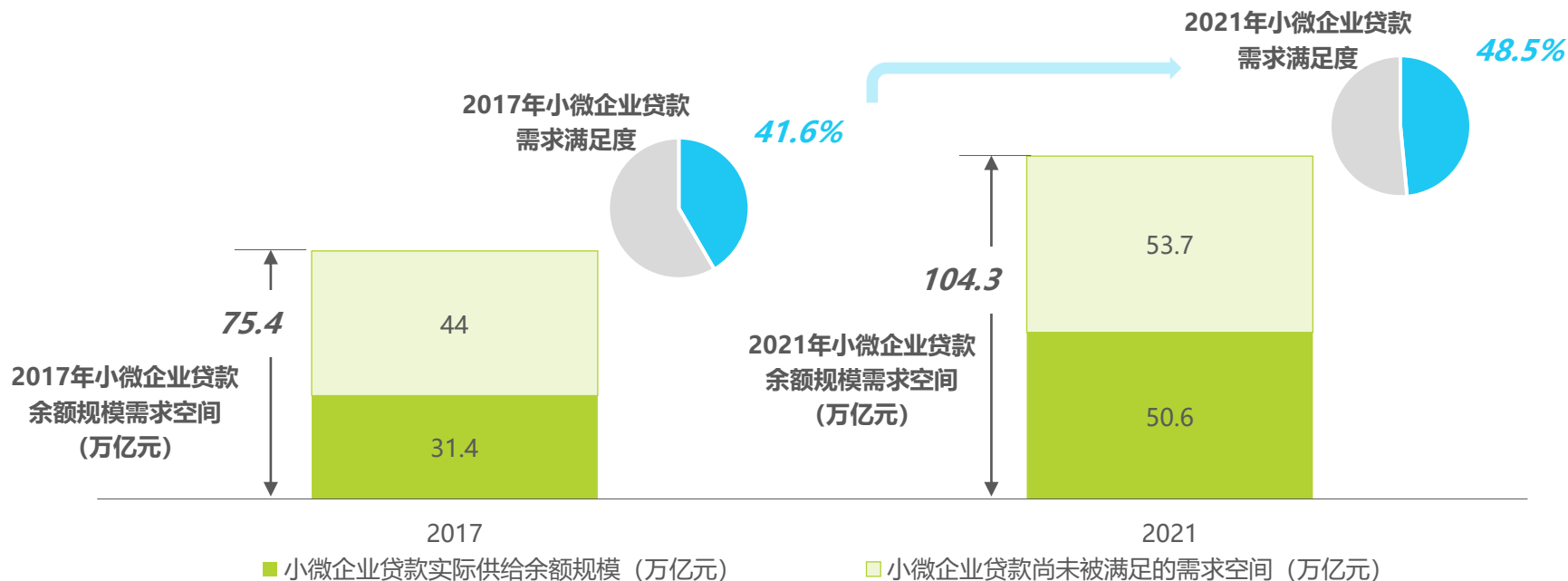
注释：普惠型小微企业贷款余额规模包括银保监会披露的银行业金融机构提供的普惠型小微企业贷款规模及未被统计在内的小贷公司为小微企业提供的贷款规模，后同。
来源：中国政府网，中国人民银行，中国银行业协会、银保监会，艾瑞数据评估模型，艾瑞研究院自主研究测算。

以“小店”为典型代表的小微企业融资供给规模仍然不足 (2/4)

小微企业贷款需求满足度从2017年的41.6%上升至2021年的48.5%，目前仍有超50万亿元贷款需求空间未被满足

如前所述，经多方努力，中国小微企业贷款供给规模已经实现了较大的增长。以中国小微企业的GDP占比为基准，将中国大中型企业的融资情况作为目标来估算小微企业的贷款空间，2021年中国小微企业贷款需求空间为104.3万亿元，贷款需求满足度为48.5%，相比2017年末的41.6%有了较大提升，但仍有53.7万亿元的需求空间未被满足。

2017&2021年中国小微企业贷款余额需求空间及需求满足度



来源：中国政府网，中国人民银行，中国银行业协会、银保监会，艾瑞数据评估模型，艾瑞研究院自主研究测算。

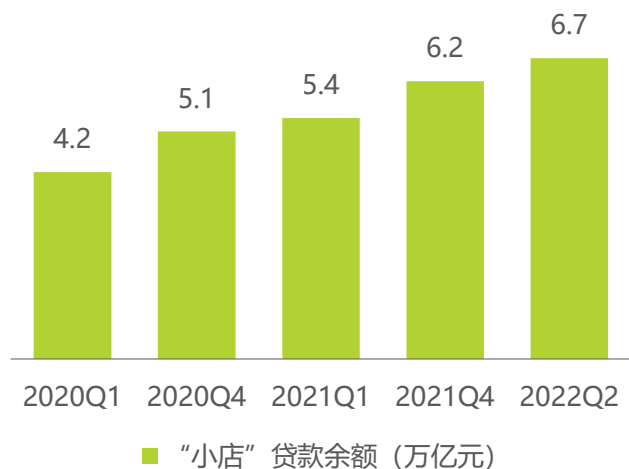
以“小店”为典型代表的小微企业融资供给规模仍然不足 (3/4)

2021年末“小店”贷款需求空间约20万亿，实际供给规模为6.2万亿，贷款需求满足度31.7%，低于小微企业整体水平

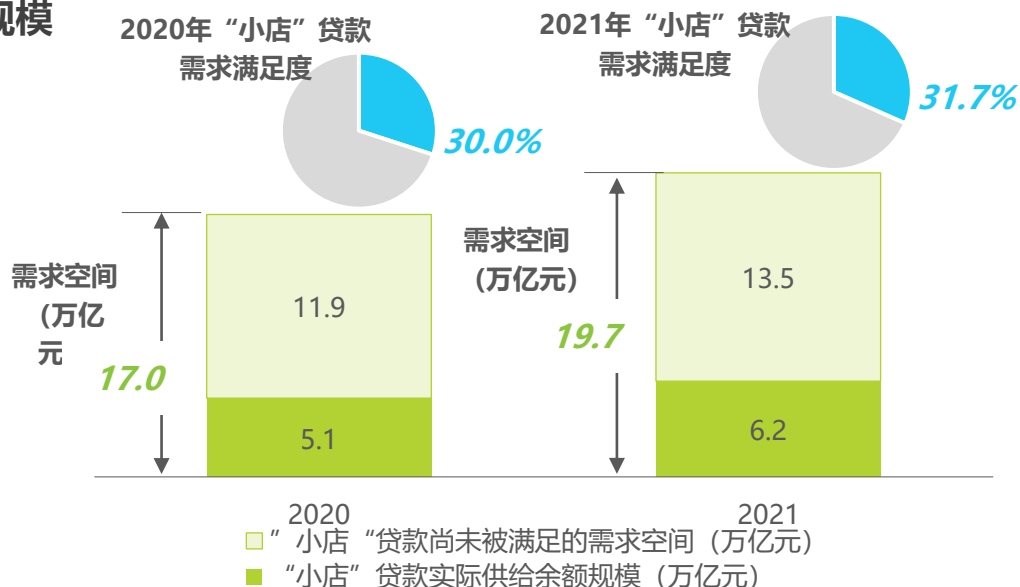
聚焦到“小店”群体，虽然“小店”的数量在全国各类工商主体中占比接近7成，但其所获得的贷款供给规模与小微企业群体差距巨大，2021年末“小店”贷款供给规模为6.2万亿元。以“小店”群体融资需求度及户均余额测算，2021年末中国“小店”贷款需求空间为19.7万亿元，贷款需求满足度为31.7%，相比2020年末的30%有了一定提升，但相比小微企业整体的48.5%仍具有较大差距。

2020&2021年中国“小店”贷款余额需求空间及需求满足度

2020年Q1-2022年Q2中国“小店”贷款余额规模



注释：2020Q4及2021Q4数据为在规模随时间平稳增长假设前提下基于银保监会官方公开披露数据计算得到。
来源：银保监会，艾瑞研究院自主研究测算。



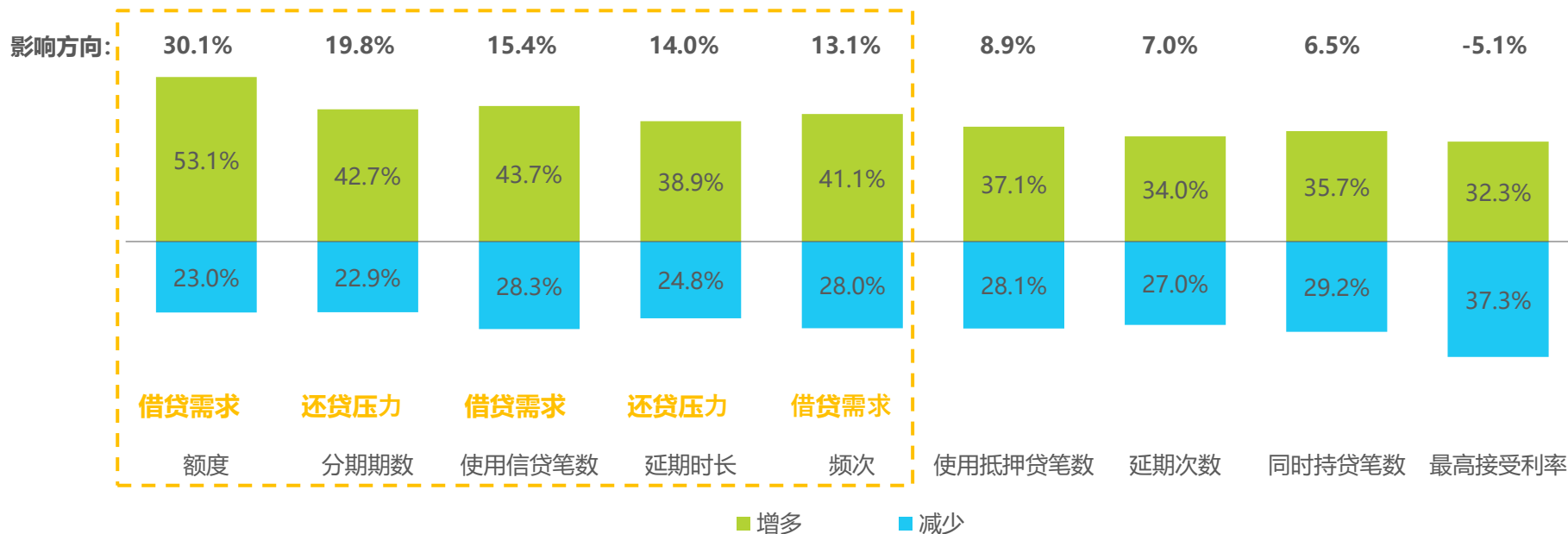
注释：2020Q4及2021Q4数据为在规模随时间平稳增长假设前提下基于银保监会官方公开披露数据计算得到。
来源：银保监会，艾瑞研究院自主研究测算。

以“小店”为典型代表的小微企业融资供给规模仍然不足 (4/4)

疫情加剧了“小店”群体的借贷需求与还贷压力

除此之外，新冠疫情的连续也对以“小店”为典型代表的小微企业经营产生影响，用户借贷需求增加，对额度的需求增加尤为明显，使用信贷笔数、借贷频次也有明显上升，此外同时在借款选择分期期数和延期还款次数方面也有所增加，种种迹象体现了小微群体的借贷需求与还款压力的提升。

疫情对小微用户的借贷行为影响



说明：影响方向=目标维度受疫情影响增加的比例-目标维度受疫情影响减少的比例，绿色数值代表目标维度受疫情影响增加的比例更多；

蓝色数字代表目标维度受疫情影响减少的比例更多。

问题：Q25.在当前经济整体下行的大环境下，您的企业/店铺日常经营在以下关于借贷需求的方面都有何种变化？

来源：于2022年7月艾瑞调研获得，N=1063。

小微融资存在供给结构性失衡问题

- 2021年末普惠型小微贷款**有余额户数**仅占中国小微户数的**22.5%**，小微所获贷款供给与其对经济的贡献规模不匹配
- 66%**小微企业**有贷款需求**，但仅**21%**“小店”获银行小微贷款支持，“小店”在供给结构性失衡问题中表现更为突出



小微融资存在供给结构性失衡问题(1/2) iResearch 艾瑞咨询

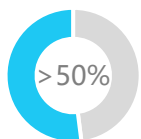
2021年末普惠型小微贷款有余额户数仅占中国小微户数的22.5%，小微所获贷款供给与其对经济的贡献规模不匹配

- 中国小微企业融资难、融资贵的比较对象是大型企业的融资情况，具体体现在小微企业对经济的贡献与其获得的金融支持不匹配。从经济的贡献上看，小微企业贡献的最终产品和服务价值占GDP的比例约60%、纳税占国家税收总额的比例约50%，以及70%以上的技术创新和80%以上的城镇劳动就业。
- 但从小微企业获得的金融支持上来看：1) 截至2021年末，中国小微企业贷款占企业贷款余额的比例为40.6%，单户授信1000万元以下的普惠型小微企业贷款余额规模占小微企业贷款的比例39.4%。2) 从获得金融机构贷款服务的覆盖度上来看，2021年底普惠型小微企业贷款仅给予29.9%的小微企业授信额度，这其中有22.5%的小微企业在2021年底有贷款余额。

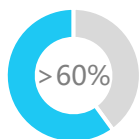
小微企业对国民经济和社会发展的贡献



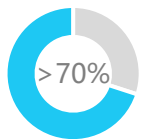
小微企业获得的融资支持



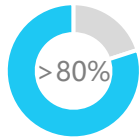
小微企业纳税占国家税收总额的比例



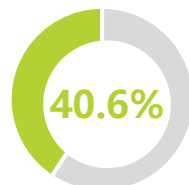
小微企业最终产品和服务价值占GDP的比例



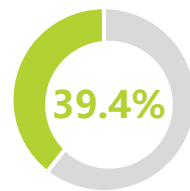
小微企业技术创新占国家技术创新的比例



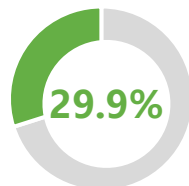
小微企业贡献的国家城镇劳动就业比例



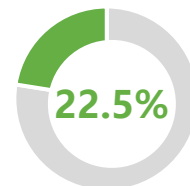
2021年底小微企业贷款占企业贷款比例



2021年底年普惠型小微企业贷款占小微企业贷款比例



2021年底普惠小微贷款授信户数占小微整体户数比例



2021年底普惠小微贷款有余额户数占小微整体户数比例

来源：中国人民银行行长易纲在“第十届陆家嘴论坛（2018）”的主旨演讲《关于改善小微企业金融服务的几个视角》。

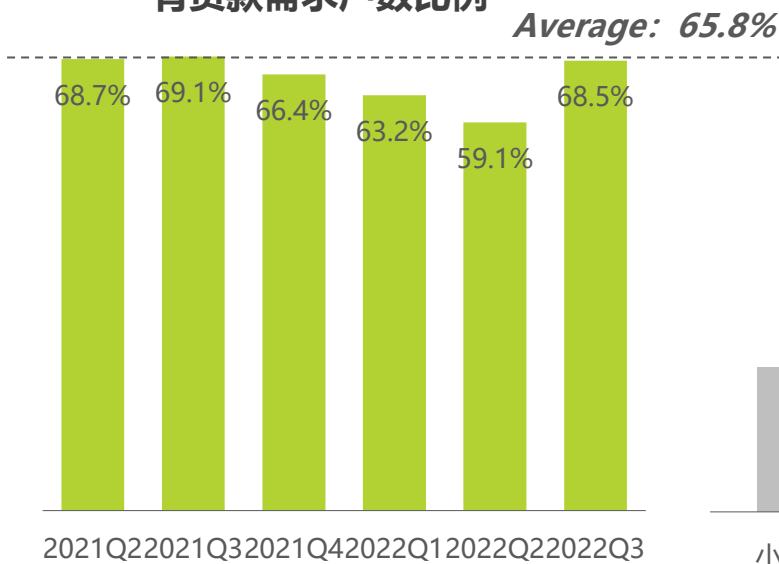
来源：央行、银保监会、国家工商总局，艾瑞研究院自主研究测算。
注释：小微企业贷款占企业贷款比例口径为银行业金融机构小微企业贷款余额占金融机构本外币非金融企业及机关团体贷款余额。

小微融资存在供给结构性失衡问题(2/2) iResearch 艾瑞咨询

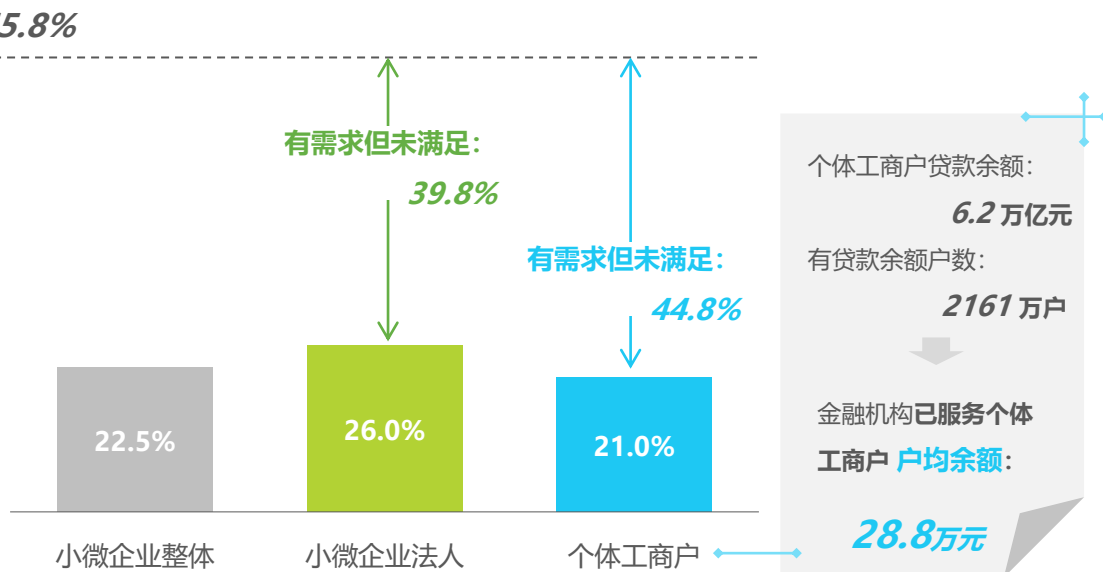
66%小微企业有贷款需求，但仅21%“小店”获银行小微贷款支持，“小店”在供给结构性失衡问题中表现尤为突出

- 根据《中国小微经营调查者》报告调研，最近两年平均有65.8%的小微企业有贷款需求。但实际上，由于普遍存在缺乏抵押物、经营管理不完善、报表不规范、缺乏有效评估或证明其信用水平的方式等问题，小微企业可获得的贷款支持非常有限。
- 根据艾瑞测算，2021年末，1.03亿户的“小店”中仅21%获得了银行业金融机构的贷款支持，低于小微企业法人机构群体的26%，还有44.8%的“小店”群体有贷款需求却未被满足，庞大但脆弱的“小店”群体在小微企业融资供给结构性失衡问题中表现更为突出。
- 另一个发现是，2021年末银行已覆盖服务的“小店”的户均余额是28.8万元，且近三年来这一数字始终维持在30万元以下。

2021年Q2-2022年Q3中国小微企业有贷款需求户数比例



2021年末中国小微企业有贷款余额户数比例



来源：中国人民银行、中国银行保险监督管理委员会，《中国小微经营者调查》各季度报告，艾瑞研究院自主研究测算。

小结：

小微融资现存问题原因与解决途径

问题表现：小微融资供给规模不足、供给结构性失衡。

问题原因：小微企业普遍存在缺乏抵押物、经营管理不完善、报表不规范、缺乏有效评估或证明其信用水平的方式等问题，**金融机构为其提供融资服务的风控的成本与效果难兼顾。**

解决途径：科技赋能小微企业融资业务，引入更多数据，提供线上化的小微融资服务。

当前现状：金融机构与金融科技企业积极入局，数字技术已经深入小微企业融资行业，并持续改变着普惠金融发展方式。

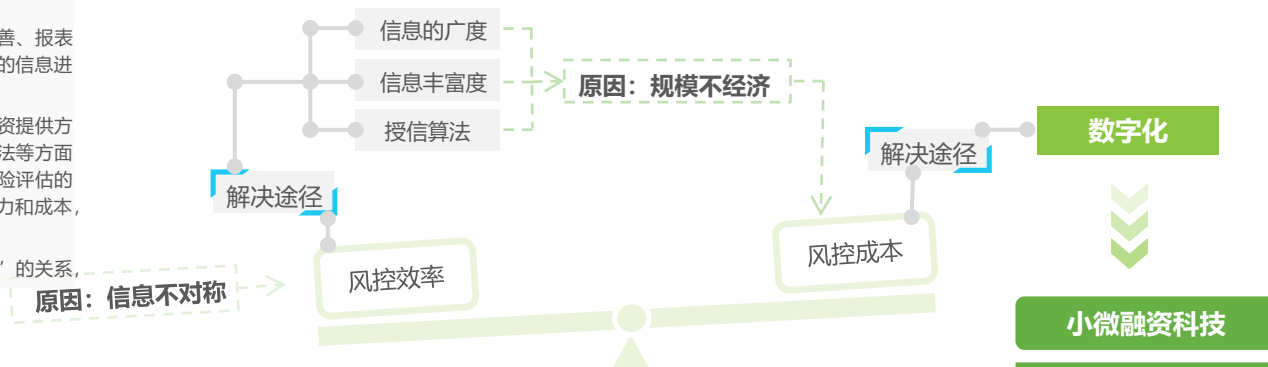
小微融资现存问题原因与解决途径

风控数字化是解决小微融资供给规模不足与供给结构性失衡问题的关键，小微融资科技行业蓬勃发展

- **问题表现：**如前分析，以“小店”为典型代表的小微企业融资存在供给规模不足、供给结构性失衡的问题。
- **问题原因：**在从事小微企业融资业务所需要的获客、风控、运营等能力要求中，**风控是当下制约业务发展的主要难点**，具体体现在：小微企业可获得的贷款支持非常有限，风控的效率与耗费的成本是“跷跷板”的关系，**风控的成本与效率难兼顾**，在小微企业普遍存在缺乏抵押物、经营管理不完善、报表不规范、缺乏有效评估或证明其信用水平的方式等问题的背景下，小微企业长尾群体难以被覆盖。

- 风控这一难点具体分为两个问题：一是提高风控效率难，二是风控的成本与效果难两全。
- 提高风控效率难是指，小微企业因管理不完善、报表不规范，其信用水平难以依靠小微企业提供的信息进行很好地评估（信息不对称）。
- 要很好地评估小微企业的信用水平，需要融资提供方在获取信息的广度、信息的丰富度、授信算法等方面有所提升，在过去纯人工进行信息收集、风险评估的方式下，要提升这些方面需要投诸较多的人力和成本，而这将使得风控的成本上升。
- 因此，风控的效率与耗费的成本是“跷跷板”的关系，风控的成本与效果难兼顾。

中国小微企业融资难的原因分析与解决途径



- **解决途径：**要解决风控这一核心问题，需要能线上获取、能很好衡量企业风险的数据，并通过线上自动风控降低坏账、运营成本。因此，**只有通过科技赋能小微企业融资业务，引入更多数据，通过线上化的小微融资业务模式为小微企业长尾群体提供服务，小微融资科技应运而生。**
- **当前现状：**金融机构与金融科技企业积极入局，数字技术已经深入小微企业融资行业，并持续改变着普惠金融发展方式，具体体现在：
 1. 大型商业银行数字化转型深入推进，中小商业银行也积极加快数字化发力和布局数字金融，小微融资服务品种和服务场景日趋丰富，智能风控处理能力和处理效率持续提升，服务客户的广度和深度继续拓展。
 2. 各类型金融科技企业积极入局小微融资科技行业，为商业银行等金融机构提供合作支持，提升小微企业尤其是“小店”群体的服务覆盖度。

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

发展洞察：小微企业融资的供与需

1

价值分析：科技对小微融资的作用

2

产业延伸：小微企业数字化服务

3

小微融资科技化需求大，规模需进一步提升

“小店”贷款单户授信规模通常在100万以下，2021年末余额规模**9.9万亿**，科技化规模6万亿

户均规模越小的群体贷款科技化渗透率越高，2021年“小店”贷款科技化比例**超60%**

2021年“小店”融资科技化市场需求规模**15.4万亿**，包括未满足需求空间及已满足但未被科技渗透部分



小微融资科技的定义与流程

引进科技手段赋能小微融资，实现业务流程高效化、精准化

- 小微融资是指银行业金融机构等主体为小微企业发放的用于生产经营活动的贷款。小微融资科技，则是通过引进、优化大数据、人工智能等科技手段赋能小微融资业务，实现业务流程高效化、精准化。
- 小微融资科技主要包括客户获取、风控管理、资金发放、贷后管理四个核心环节，在有无科技平台参与的情况下各环节存在一定差异，金融科技平台的参与主要对获客、风控和贷后管理进行赋能。

小微融资业务核心流程



银行是当前小微融资行业的绝对供给主体，但在科技对业务的深度渗透下，越来越多具金融科技平台参与进来，为银行提供获客、风控、贷后管理、运营等环节的合作支持。**小微融资科技的业务流程在有无科技平台参与的情况下存在差异。**

金融科技平台作为银行的获客渠道，相比其他渠道，平台可凭借自身科技能力及对行业的理解，针对银行偏好进行精准推荐。

金融科技平台参与下，将在银行开启风控流程前增加一道风控关卡，并对银行提供风控判断结果建议。

仅银行参与情况下的放款环节非常简单，基本不需要考虑放款资金路由，但科技平台参与下需要进行资金管理匹配。

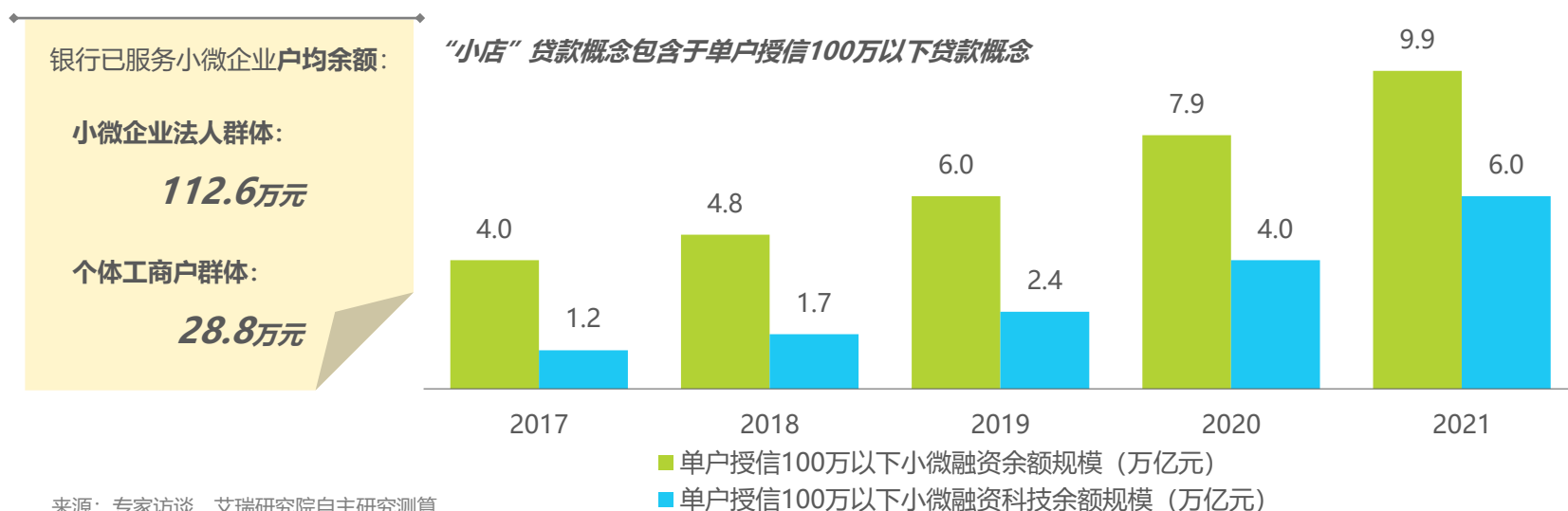
是否有金融科技平台参与不影响贷后管理的基本模式，但平台参与情况下承担了更多对用户贷后行为监控的职责。

小微融资科技化规模需提升（1/3）

“小店”贷款单户授信规模通常在100万以下，2021年末余额规模9.9万亿，科技化规模6万亿

- 根据艾瑞测算，目前银行小微企业融资服务已经覆盖到的群体中，企业法人群体的户均在贷余额为112.6万元，个体工商户群体的户均在贷余额为28.8万元，可以说，“小店”（个体工商户群体）贷款概念是包含在单户授信100万以下贷款概念中的。2021年，中国单户授信100万以下小微企业贷款余额为9.9万亿元，科技化规模为6万亿。
- 目前行业内存在的另一个典型问题是，不论是因为主观上的动力不足还是客观上的能力有限，商业银行对于单户授信100万以下的这部分贷款相对重视度不够，而这部分市场恰恰是金融科技平台的主阵地。金融科技平台通过与银行展开合作，对其提供获客、风控、运营、贷后管理等各环节的科技赋能，提升银行小微企业贷款服务的深度与广度。

2017-2021年中国单户授信100万以下小微融资余额规模



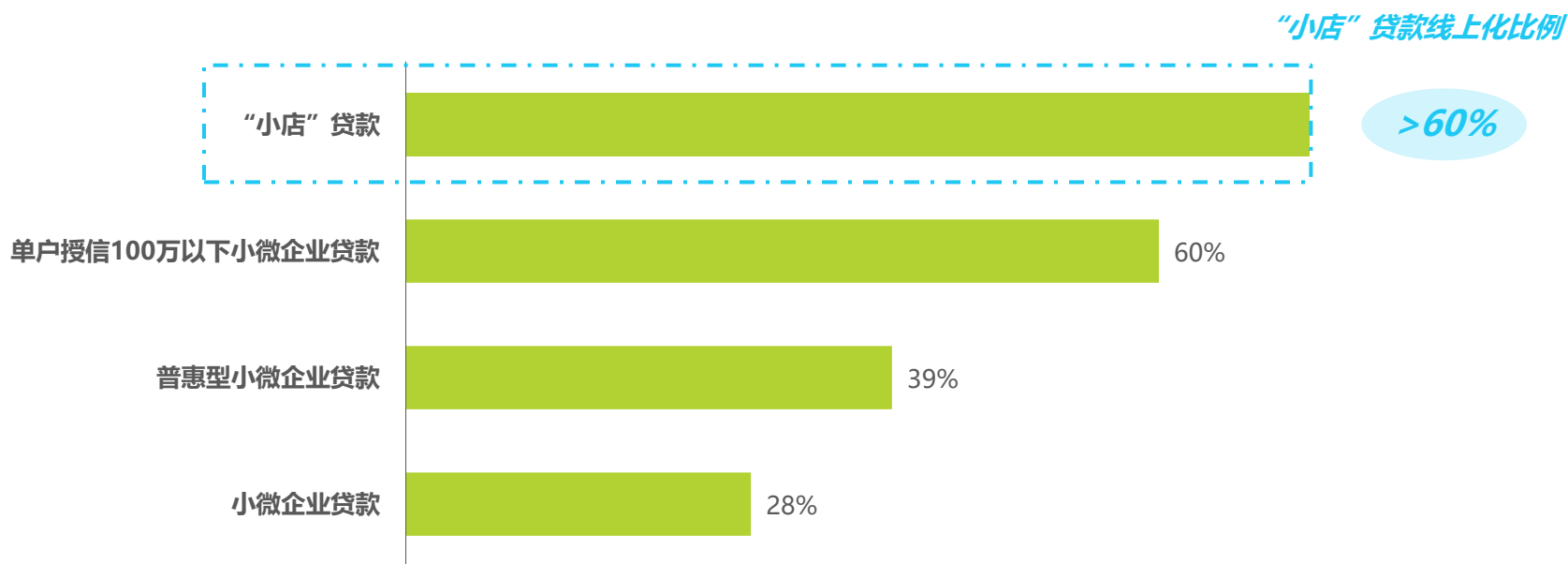
来源：专家访谈，艾瑞研究院自主研究测算。

小微融资科技化规模需提升 (2/3)

户均规模越小的群体贷款科技化渗透率越高，2021年“小店”贷款科技化比例超60%

2021年，中国小微企业贷款科技渗透率为28%，普惠型小微企业贷款科技渗透率为39%，单户授信100万以下小微企业贷款科技渗透率为60%。事实上，户均贷款规模越小，该群体的贷款科技化渗透率就越高，由此判断包含于单户授信100万以下贷款概念的“小店”贷款科技化渗透率超过了60%。

2021年各口径下小微企业贷款科技渗透率



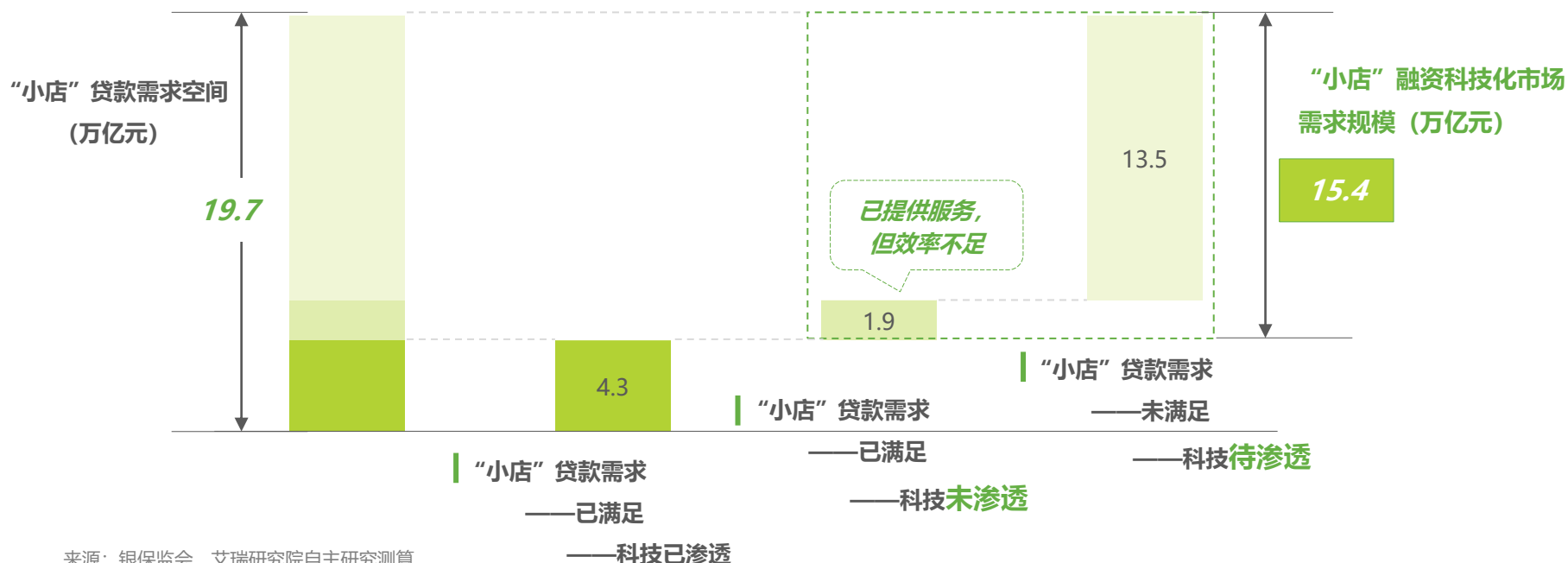
来源：专家访谈，艾瑞研究院自主研究测算。

小微融资科技化规模需提升 (3/3)

2021年“小店”融资科技化市场需求规模15.4万亿，包括未满足需求空间及已满足但未被科技渗透部分

- 由上页可知，户均贷款规模越小，该群体的贷款科技化渗透率就越高，2021年“小店”贷款科技化渗透率超过了60%。
- 在“小店”贷款科技化渗透率70%的假设前提下进行测算：2021年中国“小店”贷款需求空间的19.7万亿中，4.3万亿是通过科技手段实现供给的，1.9万亿是已经供给但未能高效实现的，剩余13.5万亿是还需要被满足的需求空间，2021年“小店”融资科技化市场需求规模15.4万亿。

2021年“小店”贷款需求空间满足情况



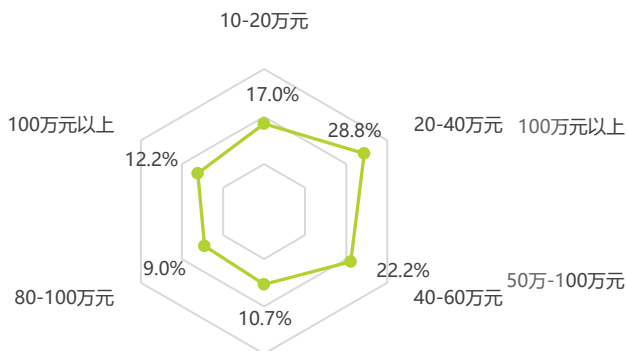
来源：银保监会，艾瑞研究院自主研究测算。

“小店”群体对融资产品的需求特征

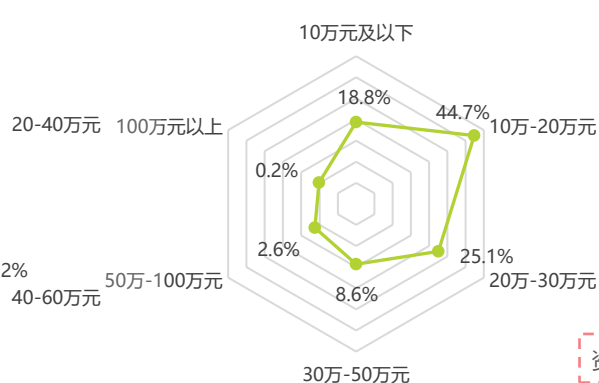
“小店”群体对额度要求不高，但非常重视时效性，甚至超过了对利率的关注

“小店”群体对于额度的需求普遍不高，根据艾瑞一项针对三线及以下城市小微企业主的调研，小微用户的平均的期望借款额度为50万元，平均实际获得贷款规模仅为19.51万元，其中44.7%的用户实际贷款规模在10万至20万之间。与额度相比，融资的时效性受到“小店”群体的关注度更高，在放款环节甚至超过了对借款利率的关注度。通过科技手段赋能小微企业融资，不仅可以提升效率，保障融资时效性，还可以为小微企业提供更高的融资成本及更完善的供给结构，实现“降本、增效、扩面”的全新融资服务。

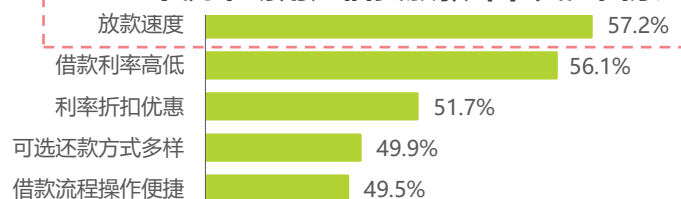
下沉市场用户期望借贷额度规模



下沉市场用户实际贷款规模



下沉市场用户借贷放款环节关注因素



下沉市场用户资质审核环节关键因素



问题：Q36.对于大额信用借贷，至少需要多少额度才能满足您的需求？
问题：Q17.请问您的企业/店铺日常经营过程中，平均每次的借贷规模是多少？
样本：N=1063，于2022年7月艾瑞调研获得。

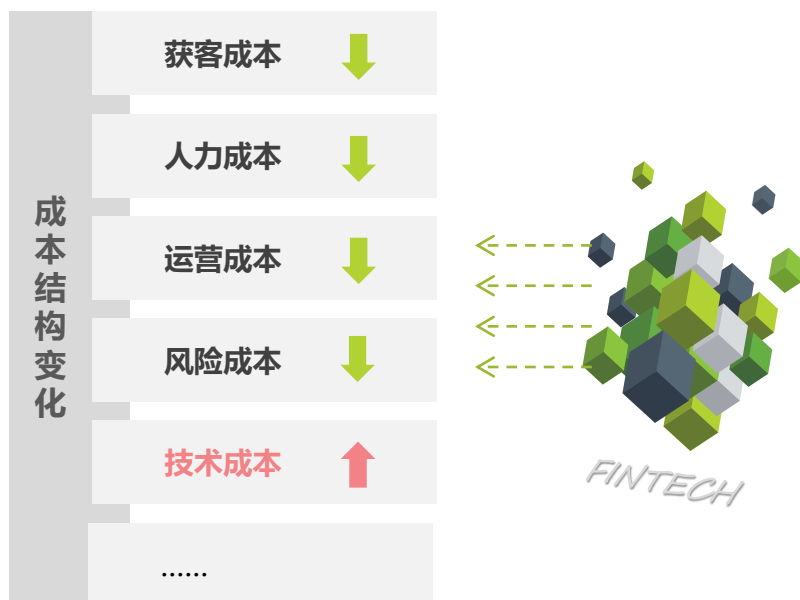
问题：Q40.对于大额信用借贷，您在借款放款方面主要关注哪些因素？
问题：Q39.对于大额信用借贷，您在资质审核方面主要关注哪些因素？
样本：N=1063，于2022年7月艾瑞调研获得。

科技助力降低小微融资显隐性成本(1/2) iResearch 艾瑞咨询

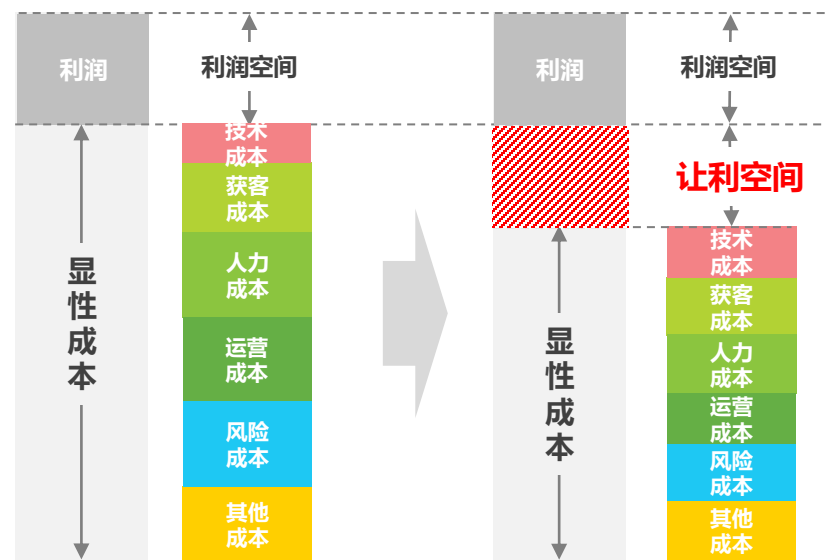
获客、人力等成本的降低为银行让利小微企业创造了空间

大数据、人工智能等技术手段及科技平台在小微融资领域的广泛应用，帮助融资服务提供方更精准高效的获客、运营及风控，极大的解放了人力需求，促使其成本结构发生变化，获客、人力、运营等显性成本的费用降低。虽然新技术的引入在短期内会拉高技术支出，但随着收益期的延长，在技术方面的资本投入将逐渐摊平，长期看对显性成本整体的影响较小。在利率市场化、净息差变低等大环境下，融资服务提供方的显性成本降低为小微企业融资创造了更多的让利空间，进而将科技赋能的优势传递到小微群体，在降低金融机构显性成本的同时也降低了小微企业的融资成本。

金融科技对金融企业成本结构的改变



显性成本降低对融资利率的影响



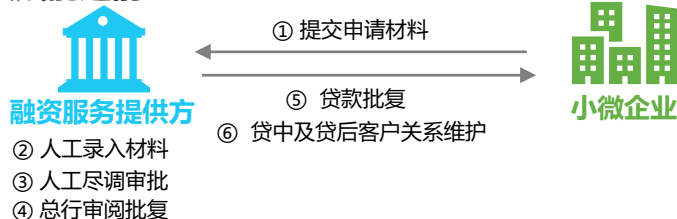
科技助力降低小微融资显隐性成本(2/2) iResearch 艾瑞咨询

隐形成本降低提升融资效率，降低小微融资的“隐形门槛”

除了可以直接量化的显性成本外，新技术的引用也降低了小微融资过程中的隐形成本。平台化的服务极大缩短了业务办理的时间，产品及业务信息更加公开透明，降低了融资过程中小微企业的选择成本和机会成本，同时客户经理的工作效率也随对接成本的降低有较大提升，服务更加专业高效，小微企业与融资服务提供方的“隐形屏障”被部分消除，整个小微融资的业务流程更加便捷高效。

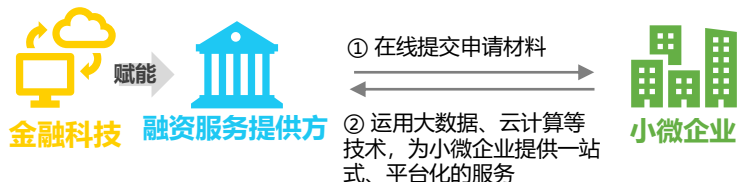
金融科技对小微融资隐形成本的影响

科技赋能之前：



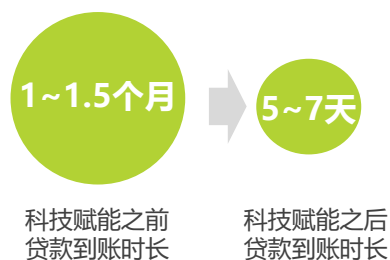
- 在科技赋能之前，小微融资的整个流程人工参与度高，信息透明度低且不对称，小微企业在贷款产品及平台的选择、对接及业务办理上都要耗费更多的时间及人力成本，信息的不对称也拉高了小微融资的机会成本，除了显性成本外，这些隐形成本的上升也无形中拉高了小微企业融资的“门槛”。

科技赋能之后：



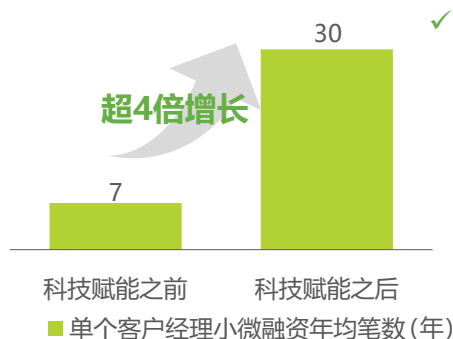
- 在科技赋能之后，小微融资流程的整体效率提升，各融资产品、平台及业务流程的信息透明度提升，除直接降低的显性成本外，对接成本、选择成本、时间成本等隐性成本的下降也是不容小觑的。

某银行科技赋能前后时间成本及对接成本对比



✓ 时间成本降低

科技赋能小微融资后，小微企业从申请贷款到入账的时间由之前的1~1.5个月缩减至5~7天，**融资全流程效率提升约6倍。**



✓ 对接成本降低

科技赋能小微融资业务，促使业务实现标准化、线上化、平台化，业务对接的成本大大降低，客户经理完成的小微融资业务笔数从平均每年7笔提升至平均每年30笔，**人均产能超四倍增长。**

优化业务效率，提升用户体验（1/2）

大数据、人工智能、区块链等技术在金融领域的广泛使用，实现对小微融资全流程的精准赋能

赋能形式

赋能表现



客户获取

下沉用户深度挖掘

产品与用户需求的深度匹配

通过大数据统计分析小微企业信息，精准把控小微企业主的信贷需求，根据其用户画像与经营特点，适时向小微企业推荐最符合其需求的信贷产品，以实现对用户需求的深度挖掘及与产品需求的精准匹配。例如：信也科技的PMS精准营销平台能实现综合营销增益提升超30%，运营人效综合提升超50%。



风控管理

用户行为实时跟进

风控流程模型化

随着小微企业数字化水平的提升，融资服务方可以通过小微企业经营、税务等数据的变化，实时了解小微企业信用资质的变化，同时成熟的风控系统也将提升风控流程的准确性与规范性，全面降低风控风险。



资金发放

资质审核准确

放款效率提升

系统层面的对接及模型化的审批方式，在提升审批额度准确性的同时也保证了出额及放款的效率，改善出资金发放环节繁琐的流程。



贷后管理

贷后评测模型搭建

智能化催收系统

贷后管理平台将用户贷后表现标签化，基于数据与模型的贷后管理方式效率明显提升，结合了人工智能的催收平台也极大的解放了人力需求。例如：信也科技的犁剑贷后平台将案件处理效率提升70%，人力成本缩减了50%。



优化业务效率，提升用户体验 (2/2)

综合各类可有效衡量小微企业还款能力与风险系数的数据

前文已经提到，在从事小微企业融资业务所需要的获客、风控、运营等能力要求中，风控是当下制约业务发展的主要难点。解决风控难点的核心问题是可以找到有效衡量小微企业还款能力与风险系数的数据。目前市场上可用于小微企业风控的线上信息主要包括供应链信息、税务信息、发票信息、支付信息、用电信息、信息系统数据等，各类数据对于小微企业融资业务的作用度在信息真实度、信息丰富度、与风控关联度、覆盖企业广度等方面存在差异。

小微企业融资业务相关数据：

传统线下IPC、信贷工厂模式 信息
通过人工或半人工进行尽职调查，获取企业信息
线上供应链金融模式 信息
<p>通过获取企业的资金流、物流、信息流信息对企业进行风控，切入方式包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> 与核心企业合作：通过核心企业获取企业三流信息，合作门槛较高，核心企业更倾向于选择体量较大的银行作为合作方 从电商等交易平台切入：主要获取信息流，基于信息流刻画三流 从物流机构切入：基于物流刻画三流 从支付机构切入：基于资金流刻画三流
银税信息
<ul style="list-style-type: none"> 税务信息：通过“银税互动”、“银税直连”从税务局获取信息 发票信息：通过税控设备服务商、电子发票平台获取信息
信息系统数据
从信息系统服务商、SaaS等第三方机构处获取企业信息

各类数据对于小微企业融资业务作用度对比：

税务信息	信息真实度： 信息丰富度： 与风控关联度： 覆盖企业广度：	
发票信息	信息真实度： 信息丰富度： 与风控关联度： 覆盖企业广度：	
支付信息	信息真实度： 信息丰富度： 与风控关联度： 覆盖企业广度：	
信息系统数据	信息真实度： 信息丰富度： 与风控关联度： 覆盖企业广度：	
物流、平台信息	信息真实度： 信息丰富度： 与风控关联度： 覆盖企业广度：	

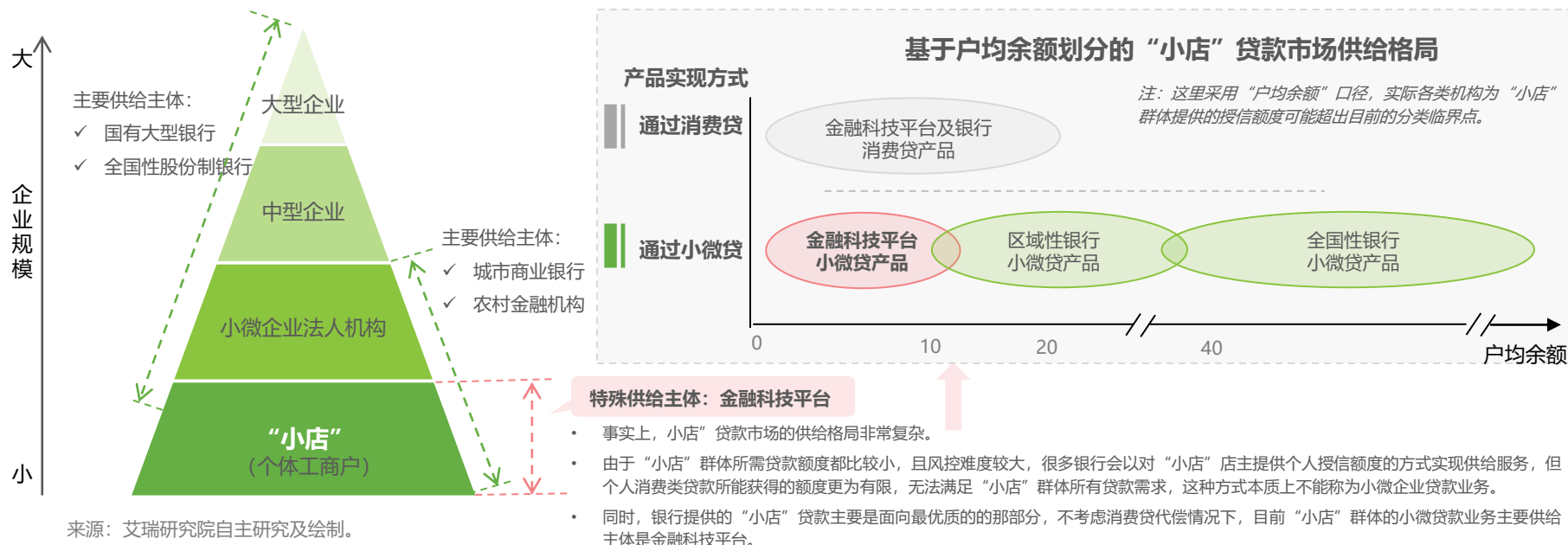
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

优化供给结构,覆盖更多“小店”(1/4)

小微企业贷款市场供给格局分层，银行所服务的优质部分有限，金融科技平台也是“小店”贷款重要支持主体之一

- 在企业贷款市场中，银行是绝对的供给主力，但目前市场供给格局呈现分层现象，“小店”群体的主要供给方是区域性银行和金融科技平台。比较特别的是，由于“小店”群体所需贷款额度都比较小，且风控难度较大，通过对“小店”店主提供个人消费贷款的方式实现供给也是市场上常见的一种方式，很多银行与金融科技平台都会采取该方式。
- 聚焦“小店”贷款市场供给格局：
 - ① 全国性银行针对相对少量的具有较大贷款需求的“小店”群体提供小微贷产品，户均余额40万元以上；
 - ② 区域性银行为“小店”群体提供小微贷产品，户均余额40万以下；
 - ③ 金融科技平台与银行进行合作，为长尾市场用户提供小微贷产品，户均余额10万以下；
 - ④ 金融科技平台和银行通过消费贷产品缓解部分需求，但户均余额不超过20万元。

中国小微企业贷款市场供给格局



来源: 艾瑞研究院自主研究及绘制。

优化供给结构,覆盖更多“小店” (2/4) iResearch 艾瑞咨询

区域性银行作为“小店”群体的重要供给主体，当前数字化程度低、效率低下、服务覆盖度不足

- 目前全国性银行与区域性银行的小微融资科技业务发展程度差异很大。
- 如下展示了某全国性股份制银行与某城市商业银行在小微融资科技业务方面的发展现状对比，可以发现：银行作为小微融资服务的主力，目前正处于较大数字化需求下，也已经在做很大的科技投入，一些具备较强科技能力的全国性银行在小微融资科技业务上已经取得了不菲的成绩，但重点服务“小店”群体的上千家区域性银行在科技能力上还面临着诸多不足，开展小微融资业务效率低下，对“小店”群体的覆盖度还不足。

某全国性股份制银行与某城市商业银行小微融资科技业务的对比

	某全国性股份制银行	某城市商业银行
业务规模	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2021年末普惠型小微企业贷款余额6011亿元； ✓ 2021年末普惠型小微企业贷款户数91.3万户。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2021年末普惠型小微企业贷款余额235亿元； ✓ 2021年末普惠型小微企业贷款户数2.5万户。
产品类型与特征	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 根据产品逻辑与企业特征分类，总体上分为8个品种（非供应链金融）：抵押贷、结算流量贷、高薪贷、投联贷、政彩贷、投标贷、医保贷； ✓ 期限与额度：各品种产品针对的用户群体不同，产品特征有所差异，但有多个产品的额度上限为3000万元，最长期限允许10年； ✓ 主要面向的用户是授信额度100万以上的小微企业，个体工商户群体很难获得授信，但可通过行内消费贷产品获得一定支持 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 总体上分为线上业务与线下业务，线上业务仅包括银税贷与流水贷； ✓ 贷款期限：最长期限5年，超80%的借款期限在1年以内； ✓ 授信额度：户均余额100万元，但授信额度50万以下的小微企业贷款用户数占比达到了60%，这部分用户的户均余额为30-40万元。
小微融资科技发展现状	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 除一些因为政策或客观限制不能实现线上化外，大部分产品都已经实现了全流程线上化（如上8类产品）； ✓ 科技已渗透业务占普惠型小微企业贷款整体的70%以上； ✓ 单户授信100万以下的贷款全部实现了全流程线上化。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 小微融资科技业务的用户是行内具有较好资质或具备比较全面的线上数据的小微企业，如纳税信息满两年或有企业经营经营流水等； ✓ 科技已渗透业务占普惠型小微企业贷款整体的30%不到； ✓ 剩余70%的业务都需要通过客户经理进行收集、整理资料并制作报表上传进行审核的，效率很低。

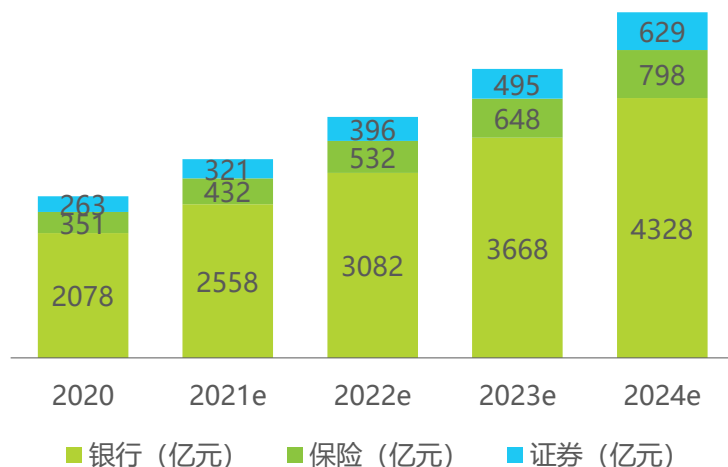
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

优化供给结构,覆盖更多“小店” (3/4)

银行数字化转型深入推进，普惠金融是区域性银行重点投入科技与资源的业务领域

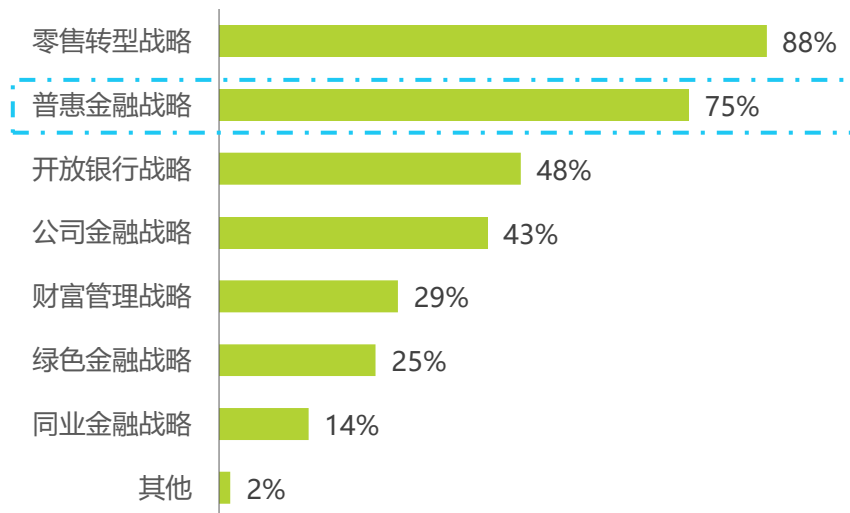
- 自2019年央行发布金融科技发展规划以来，我国金融业数字化转型深入推进，金融机构技术资金投入持续增长，其中银行是金融机构数字化转型的主阵地。2020年，中国银行机构技术资金总投入为2078亿元，远远超过了保险和证券的投入力度。
- 虽然目前银行业数字化转型的一个典型现状是，全国性银行大刀阔斧遥遥领先，区域性银行面临着诸多困难但整稳步推进，但小微企业贷款为核心的普惠金融是区域性银行重点投入科技与资源的业务领域。一项针对区域性银行的调研结果表明，区域性银行通过科技赋能重点推进的业务战略选择中，普惠金融的选择度高达75%小微融资科技的未来是明朗的，银行在科技领域投入的持续增长将为小微融资科技的长远发展带来源头活水，推动市场持续发展，促进小微企业融资业务数字化转型升级提质增效。

2020-2024年中国银行业技术投入情况



来源：艾瑞研究院自主研究测算。

区域性银行通过科技赋能重点推进的业务战略选择



来源：《2021中小银行金融科技发展研究报告》。

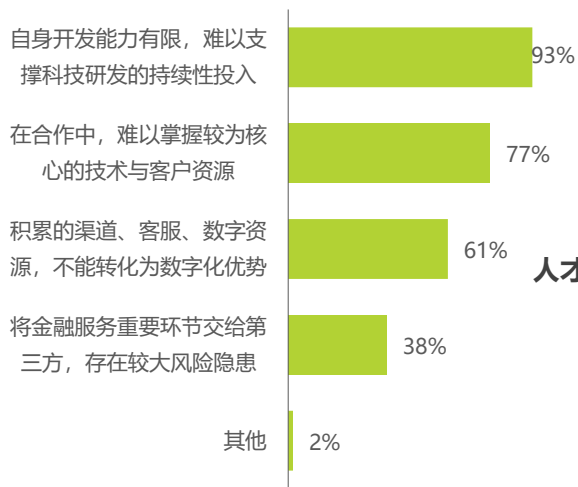
优化供给结构,覆盖更多“小店” (4/4) iResearch 艾瑞咨询

区域性银行对金融科技外部合作有强烈需求，金融科技公司通过业务赋能或技术赋能的方式加入小微融资科技产业链

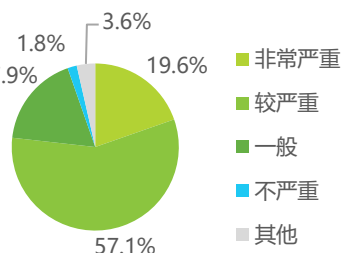
- 随着金融科技应用深度和广度的进一步推进，区域性银行在运用金融科技推进数字化转型方面均取得了显著的成绩，但与很多全国性银行相比还有较大差距，在战略定位、组织架构、技术水平、科技应用、数据治理、生态运营等各方面面临问题，另一方面，相比具有大量网点的全国性银行，区域性银行在客源上并没有明显优势，技术和禀赋上的劣势以及严重的人才缺失问题多因素影响下，区域性银行对金融科技外部合作具有强烈的需求，并产生了技术依赖。
- 金融科技公司加入小微融资科技产业链条赋能银行
 - 主要有业务赋能与技术赋能两种方式：
 - 业务赋能：作为助贷方，提升银行小微融资业务效率，扩大用户覆盖范围；**
 - 技术赋能：作为系统输出方，提升银行数字化水平，助力实现银行自生式科技化。**

区域性银行数字化尚显不足、人才缺失严重，对第三方金融科技公司产生技术依赖

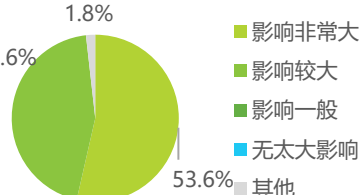
区域性银行在数字化转型过程中过度依赖第三方金融科技公司的原因



技术依赖对银行数字化转型的影响程度



人才缺失问题对银行数字化转型的影响程度



金融科技公司加入小微融资科技产业链，赋能银行

赋能方式1：业务赋能

——提升银行小微融资业务效率，扩大用户覆盖范围

- 作为银行小微融资科技业务的助贷方，在获客、风控、运营、贷后管理等环节上提供合作支持，帮助银行提升业务效率，并覆盖更多“小店”群体。
- 2021年中国普惠型小微企业贷款助贷模式占比仅为30%，远远低于互联网消费贷的71%。

金融科技公司 → 赋能 → 银行

赋能方式2：技术赋能

——提升银行数字化水平，助力实现银行自生式科技化

- 作为银行小微融资科技业务的系统输出方，通过为其提供完整的一套平台或系统，并提供持续性的咨询服务，帮助银行提升自身数字化水平，辅助银行实现自生式科技化。
- 区域性银行目前需求最旺盛的是风控管理系统和线上化工作系统。

来源：《2021中小银行金融科技发展研究报告》，艾瑞研究院自主研究及绘制。

发现：

小微企业数字化服务受更多关注

行业发展现状：小微融资科技化需求大，规模需进一步提升

行业发展方式：银行通过自自身数字化能力或与外部金融科技合作的方式，通过科技助力小微融资业务降本增效扩面。

行业发展前景：企业数字化程度越高，可用于风控的数据越多，小微企业数字化服务决定了小微融资科技行业发展上限。

新的市场机会：小微企业数字化服务



小微企业数字化服务受更多关注

企业数字化程度越高，可用于风控的数据越多，小微企业数字化服务决定了小微融资科技行业发展上限

- **行业发展现状：**小微融资科技化需求大，规模需进一步提升。
- **行业发展方式：**银行通过自身数字化能力或与外部金融科技合作的方式，通过科技助力小微融资业务降本增效扩面，具体表现在：
 1. 降本：科技助力降低小微融资显隐性成本，为银行让利小微企业创造空间的同时降低小微融资服务门槛；
 2. 增效：大数据、人工智能等技术在金融领域的广泛应用，精准赋能小微融资全流程，优化业务效率，提升用户体验；
 3. 扩面：金融科技通过业务赋能或技术赋能的方式加入小微融资科技产业链，优化行业供给结构，覆盖更多“小店”。
- **行业发展前景：**
 - 小微企业，特别是其中的“小店”群体，受经营规模、业务模式等方面的影响，整体数字化水平不高，所以可用于评估小微企业风险系数和还款能力的的数据较少，这很大程度上限制了小微融资科技行业的发展规模。
 - **要提升小微融资科技行业规模，除科技能力的有效应用外，更重要的是可以找到更多可以有效评估小微企业风险系数与还款能力的的数据，而要实现这一点，就需要提升小微企业的数字化水平，企业数字化程度越高，可用于风控的数据越多，小微企业数字化服务决定了小微融资科技行业发展上限。**
- **新的市场机会：**金融科技企业通过为小微企业提供数字化企业服务的方式，覆盖更多小微企业，提升小微企业数字化程度，扩充企业数据库资源，实现小微企业融资服务与小微企业数字化服务的闭环管理。



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

发展洞察：小微企业融资的供与需

1

价值分析：科技对小微融资的作用

2

产业延伸：小微企业数字化服务

3

数字化服务对小微企业的价值

传统产业发展步入瓶颈，产业互联网成新趋势

中小微企业单打独斗力量薄弱，数字化改造应由外向内驱动

数字化转型可助力小微企业开源节流提效，降低外部环境依存度，构建长效竞争力



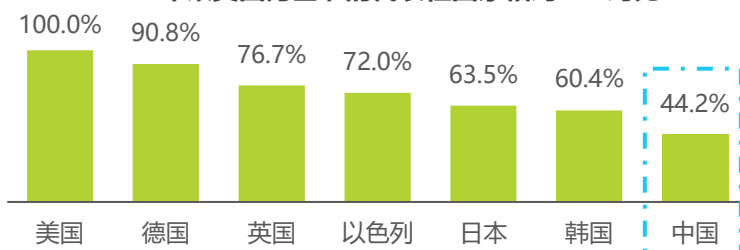
数字化服务对小微企业的价值 (1/3)

传统产业发展步入瓶颈，产业互联网成新趋势

- **宏观现状：**经济增长渐缓，企业整体性进步成为实现国家经济快速增长的破局关键。
- **发展瓶颈的表现及原因：**中国全要素生产率较发达国家偏低，仅为美国的44.2%，证明生产部门大多存在效率偏低、资源错配等问题。新兴产业普遍资源配置效率较高，生产部门资源配置效率低主要受传统产业拖累。
- **传统产业的症结：**传统产业的参与主体大部分规模已成，传统产业生产经营效率受运作模式及科技创新能力限制。一、传统产业沿用至今的信息传导路径、资源调度模式存在运转低效的问题。二、国内本身研发投入强度不高，仅2.2%。而传统产业在研发方面投入强度更低，研发经费占营收比重普遍低于国内整体水平，传统产业科技创新能力仍然薄弱。

资源配置效率低

2019年以美国为基准的代表性国家相对TFP对比



表现：中国全要素生产率较发达国家偏低

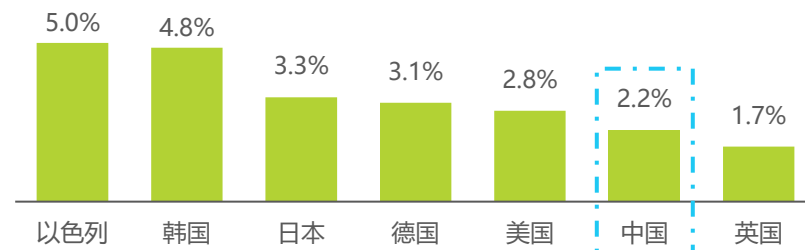
TFP即全要素生产率，是生产单位内部各要素的综合生产率，一定程度反映了生产单位的资源配置效率高。2019年中国相对TFP与发达国家相比差距显著，我国在提升资源配置效率方面仍有很大上升空间。

原因：主要受传统产业拖累，传统产业资源配置效率受运作模式限制

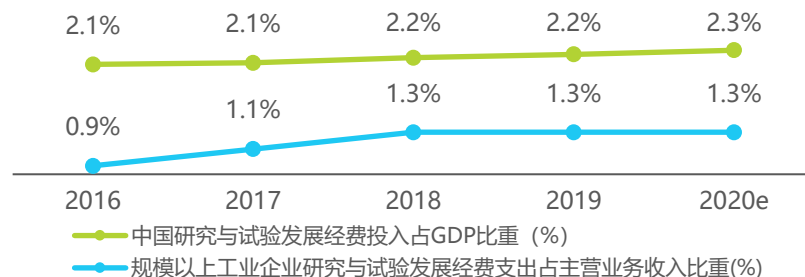
从产业模式来看，中国传统产业参与主体线性信息传导以及逐级响应式资源调度计划的模式运转效率偏低，产业主体之间信息壁垒较高。资源与信息在产业参与主体间实现快速交互、响应，进而达成产业网络重组、构建全新价值生态，这是当前中国传统企业亟需实现的目标。

科技创新能力弱

2018年代表性国家研究与试验发展投入强度



2016-2020年中国研究与试验发展投入强度及规模以上工业企业研究与试验发展投入强度



来源：根据国家统计局、Penn world table数据，艾瑞研究院自主研究绘制。

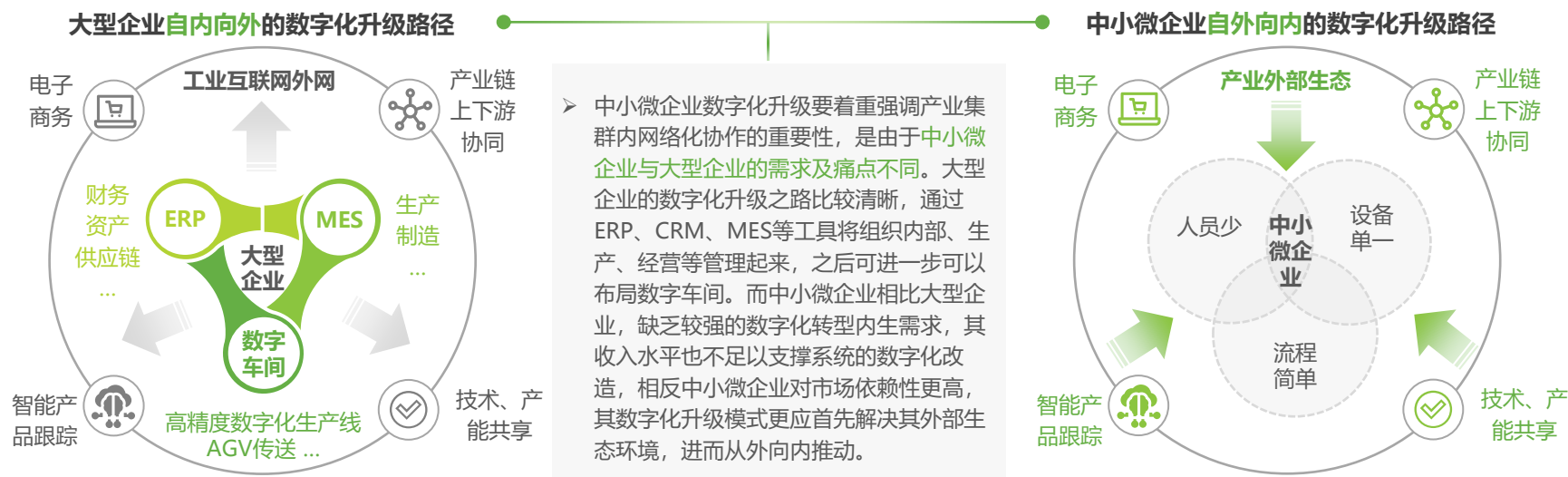
注释：Penn world table中，美国TFP被作为基准1，通过对比其他国家TFP与美国TFP的比例作为该国的相对TFP，也即CTFP。

数字化服务对小微企业的价值 (2/3)

中小微企业单打独斗力量薄弱，数字化改造应由外向内驱动

在此次疫情的影响下，中小微企业除了暴露出自身经营薄弱点外，还尤为体现出产业集群内各企业的链接较为松散、没有统一平台使其形成协同作用的问题。首先，一类中小微企业凭借自身所长“单打独斗”，而此次疫情冲击的则是其短板，困境中难以迅速应对、保全自身；同时还有一部分中小微企业是处于行业产业链中的一环，承担代工、销售等单一角色，因此更加不可避免的会受到产业链上下游的整体影响。2020年2月9日，工业和信息化部印发《关于应对新型冠状病毒肺炎疫情帮助中小企业复工复产共渡难关有关工作的通知》中，明确指出支持产业集群内中小企业以网络化协作弥补单个企业资源和能力不足，通过协同制造平台整合分散的制造能力，实现技术、产能与订单共享。产业集群内的有效协作不仅能联合抵御如此次疫情带来的外部形势变化，同时还能够提升整体生产效率、节约社会资源。

数字化升级助力中小微企业产业集群内网络化协作



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

数字化服务对小微企业的价值 (3/3)

数字化转型可助力小微企业开源节流提效，降低外部环境依存度，构建长效竞争力

- 企业服务的概念包罗万象，但其在较长一段时间内的主要特征为企业数字化。这是因为，互联网在ToC消费领域带来翻天覆地变化后，早已将触角触及ToB领域，这就导致企业走向以“链接和获客”为主的初级数字化。随着客户的增多、触点的增多、流量的日益昂贵，企业重视客户体验与客户旅程成为必然，而此时大数据和人工智能技术恰恰已经成熟，必要性和可行性均已具备，企业数字化成为必然趋势。
- 小微企业数字化转型的价值：对于企业自身而言：当前小微企业的发展模式以外部政策引导和国家机构帮扶为主，缺乏长效发展的内生因素，通过数字化转型，是实现从内外部因素驱动企业发展，转变为内部能力推动企业发展的关键。帮助小微企业降低外部环境依存度，构建长效竞争力，扩展企业生存空间。

数字化在不同场景下的赋能体现

开源

■ 触达型拓客

通过数字化工具，充分链接企业和下游客户，帮助企业放大声量，扩大触达面
e.g. 门户网站、广告投放、搜索推广、第三方营销平台等

■ 转化型拓客

通过大数据采集和分析功能，精细化管理现有客户，拓展未来目标客户，提高转化率。
e.g. CRM、SCRM、大数据分析平台等

节流

■ 采购型节流

降低企业采购和库存持有的费用
e.g. 采购平台、比价平台等

■ 生产型节流

降低生产消耗的相关成本
e.g. CAD、MIS、DNC等

■ 人力型节流

数字工具替代一部分人工生产力e.g. RPA、智能客服等

■ 管理型节流

降低销售研发办公等的管理费用
e.g. OA、ERP、DevOps等

提效

■ 生产型提效

通过数字相关技术进行智慧生产和研发，提高生产质量和效率
e.g. 自动化、智能化工具等

■ 非生产型提效

通过一系列数字化相关工具提高办公、管理等各个场景的效率
e.g. OCR、云盘、电子签章等

■ 协同型提效

加强生产、非生产型各部门间的联系，提高协作的效率
e.g. 即时通讯、在线文档等

小微企业数字化服务发展现状

- 发展历程：数字化升级3.0阶段——科技催生小微企业数字化服务
- 需求：国内外企业服务市场的发展差距远高于C端市场，小店群体企业服务市场仍存在较大发展空间
- 供给：金融、电商、软件信息在数字经济生态中位居核心地位，“小店”具有简单而具体的数字化工具需求却难以被满足

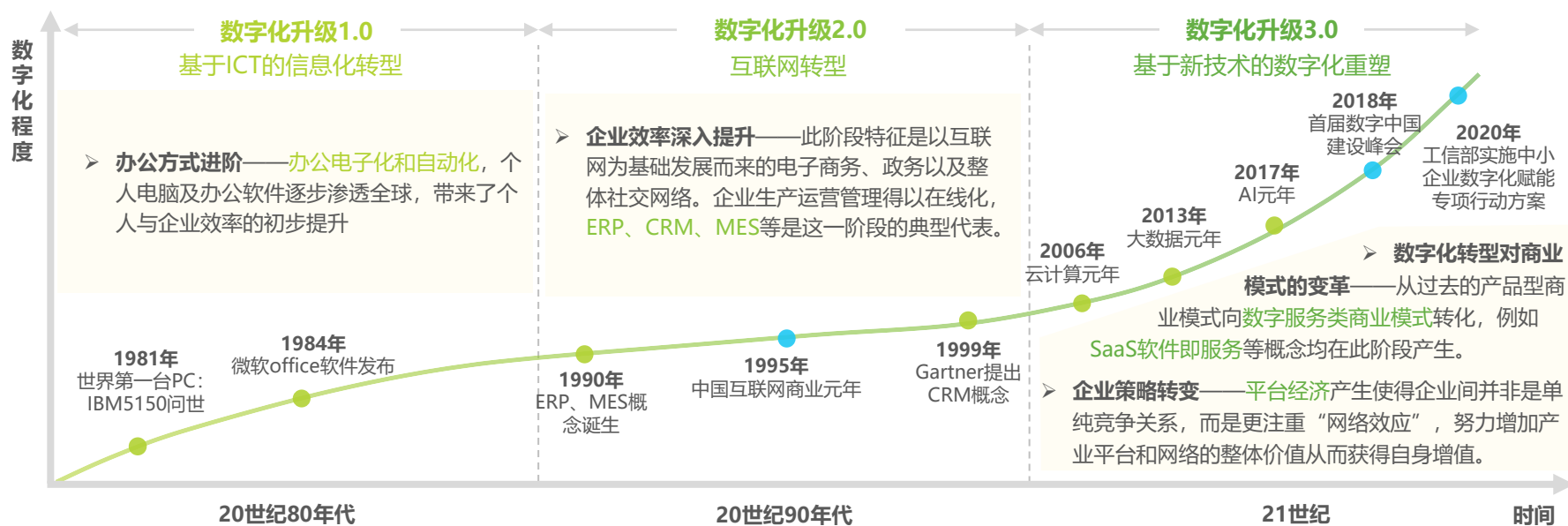


中国数字化升级发展历程

数字化升级3.0阶段——科技催生小微企业数字化服务

数字化升级现已成为全球企业的共识，我国数字化发展历程与国际数字化发展轨迹基本吻合，可分为信息化转型、互联网转型、数字化升级三个阶段。1981年世界上第一台个人电脑问世，个人电脑以及基于单机的软件制造正式标志着信息化时代的到来，由此催生的大规模传统模式向信息化模式转型正是数字化升级的开篇；而第二波数字化升级浪潮可以称为互联网转型，是随着基础电信网络的普及以及互联网技术的深入发展而产生的，20世纪90年代局域网、广域网等开始广泛连接个人与企业，大型企业得以通过建立自身数据中心全面提升企业内部效率；如今我们正处在第三波数字化升级的大浪潮中，移动互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链、物联网、5G等企业级信息技术的发展与应用，赋予了企业乃至行业重塑管理、生产、经营模式的巨大动能。在三次数字化升级浪潮中，IT行业、互联网行业、第三方支付行业都根据自身所长、从不同角度为各类企业提供专业的数字化升级服务，大力推动各行业的数字化转型进程。

中国数字化升级发展历程

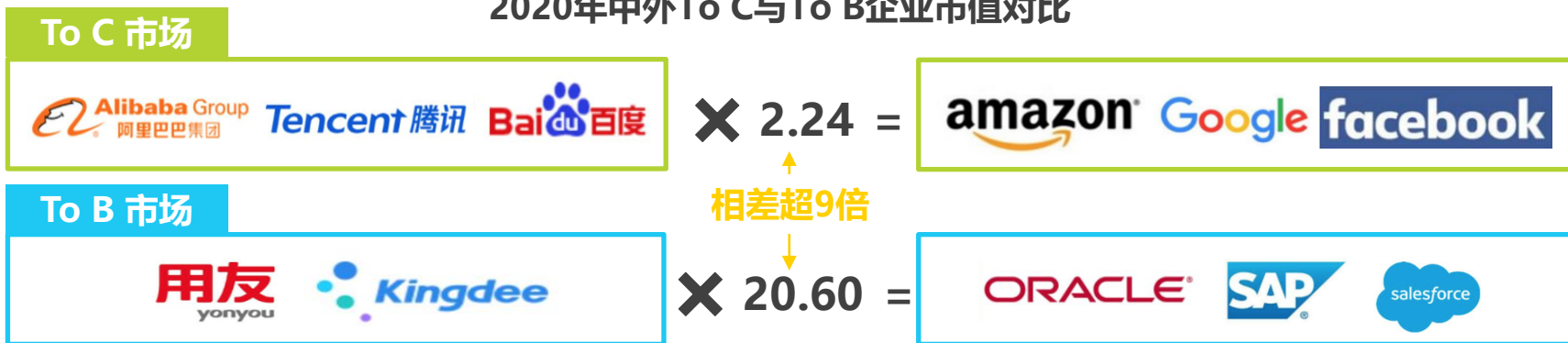


来源：综合公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

需求：企业服务市场发展空间巨大

国内外企业服务市场的发展差距远高于C端市场，小店群体企业服务市场仍存在较大发展空间

2020年中外To C与To B企业市值对比



“小店”群体对企业服务的诉求与难点

小店群体对于企业服务的诉求：

- “小店”群体业务规模小，组织架构简单，对于企业服务的需求不复杂，**倾向于操作简单、功能基础的企业服务**；
- 不同行业的“小店”群体对于企业的功能需求差异较大，“小店”群体的企业服务也要**满足一定的行业个性化需求，对行业特定的场景及业务模式能够实现比较好的覆盖**；

为小店群体提供企业服务的难点：

- “小店”群体的营收规模小，**对于企业服务的付费能力较弱**；
- “小店”群体**对于企业服务的接受度及实际使用频次**将成为企业服务供应商需要解决的问题；

虽然小店群体对企业服务功能要求不高，但提供真正符合“小店”群体需求的企业服务仍有一定难度，面向“小店”群体的企业服务市场存在较大发展空间。

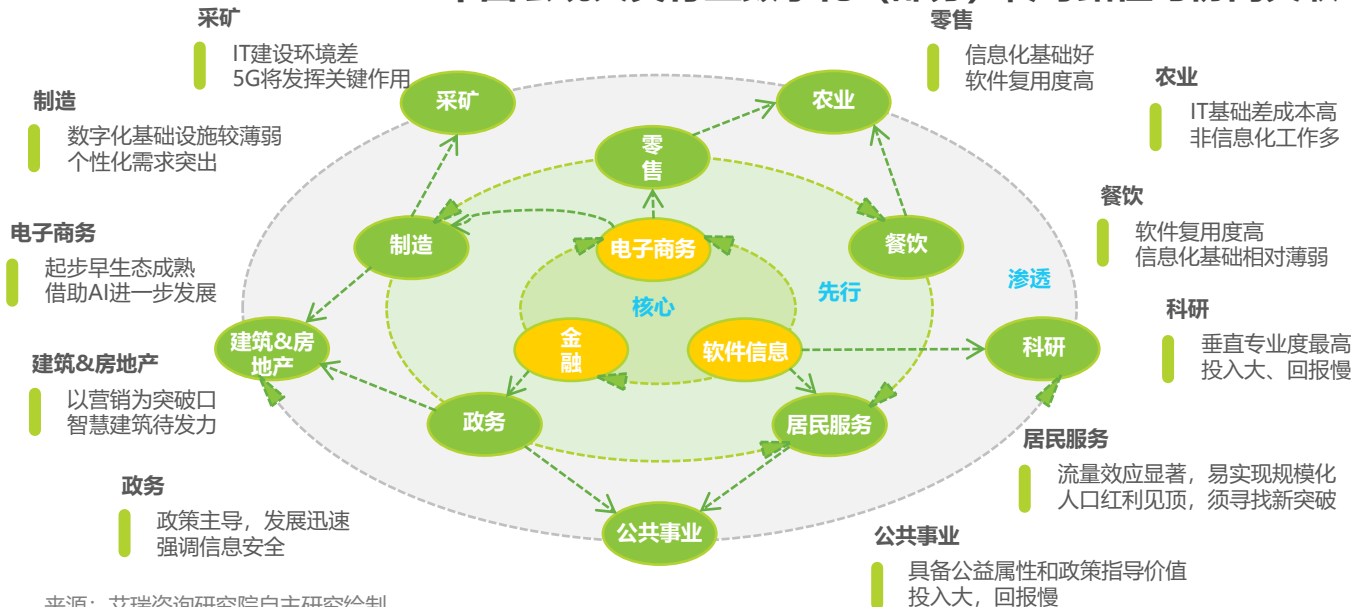
注释：是指取自2020年4月21日数据，美元及港元按当日汇率换算
来源：专家访谈、公开资料，艾瑞研究院自主研究及绘制

供给：不同行业的数字化进程

金融、电商、软件信息在数字经济生态中位居核心地位，“小店”具有简单而具体的数字化工具需求却难以被满足

- 在宏观行业层面上，目前我国各行业的数字化发展阶段具有相当差异。按照国家统计局对我国宏观大类行业的分类，我们认为，金融、电子商务、软件信息三类行业在数字经济生态中位居核心地位，为其他行业进行数字化改造提供支撑，同时，它们也是数字化程度最高的三类行业。从行业内生角度来看，这三类行业的数字化通过业务协同和示范作用向周边行业传导，催生“先行”行业和“渗透”行业逐步进行数字化改造。
- 某个产业的企业数字化服务覆盖程度主要取决于某一产业的互联网转型时间以及转型的难易程度，所处产业互联网转型时间、产业集中度、产业链条复杂程度等也是重要影响因素。“小店”作为中国市场的“毛细血管”和“神经末梢”，主要集中在零售、餐饮、服务业等专业技术门槛相对较低的行业，很多“小店”具备着非常具体也非常简单的数字化工具需求，但也正是因为数字化需求比较简化和“小店”们并不具备较强的企业服务付款能力，他们“微末”的需求较少的被满足。

中国宏观大类行业数字化（部分）传导路径与协同关联



影响不同行业数字化进程的因素：

产业互联网转型的难易程度
(核心)

产业互联网转型时间

产业集中度

产业链条复杂程度

与C端用户的联系紧密度

.....

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

案例：信也科技

针对“小店”生产经营过程中业务需求提供数字化服务工具

信也科技作为在美股上市的金融科技集团，长期致力于通过大数据、人工智能、区块链等先进技术，赋能金融服务产业，力求实现“科技，让金融更美好”的使命，目前信也科技已对接银行、消金公司、信托等超70家持牌金融机构，助力其降本增效。对于小微群体，信也科技的服务不仅仅局限于满足小微企业融资需求，而是会根据其不同的发展阶段及痛点，提供全面一体化的服务。在信也科技旗下的APP中，设置有小微企业专区，针对小微用户生产经营过程中的实际业务需求提供全方位的赋能服务（具体功能如下图所示），信也科技推出的百贵点单系统（百贵CRM）可帮助小微用户实现店内点单、外卖点单等功能，助力餐饮小微数字化升级。

信也科技——以金融科技服务为基础，延伸提供企业数字化服务工具



开展TOB科技赋能，助力金融机构数字化升级，推动金融行业发展进化

科技赋能



金融服务

立足消费场景和实体经济，与金融和征信机构合作，服务有借贷需求的个人和小微商户，为潜在的市场带来更加便捷的金融服务

扩大业务规模

降低业务成本

提升业务效率



小微企业相关企业服务

车贷计算器	汇票贴现
企业风险查询	免费法务咨询
企业团险定制	房贷计算器
商标注册查询	公司注册核名
智能logo设计	定制代账方案
企业运势测算	

百贵点单系统



来源：公开资料及专家访谈，艾瑞研究院自主研究及绘制

小微企业数字化服务发展趋势

- 疫情影响线下获客，小微企业数字化升级将加速进行
- 从系统建设、配套服务与意识引导三方面促进“小店”企业服务体系完善；整合平台的搭建是产业建设的重要部分

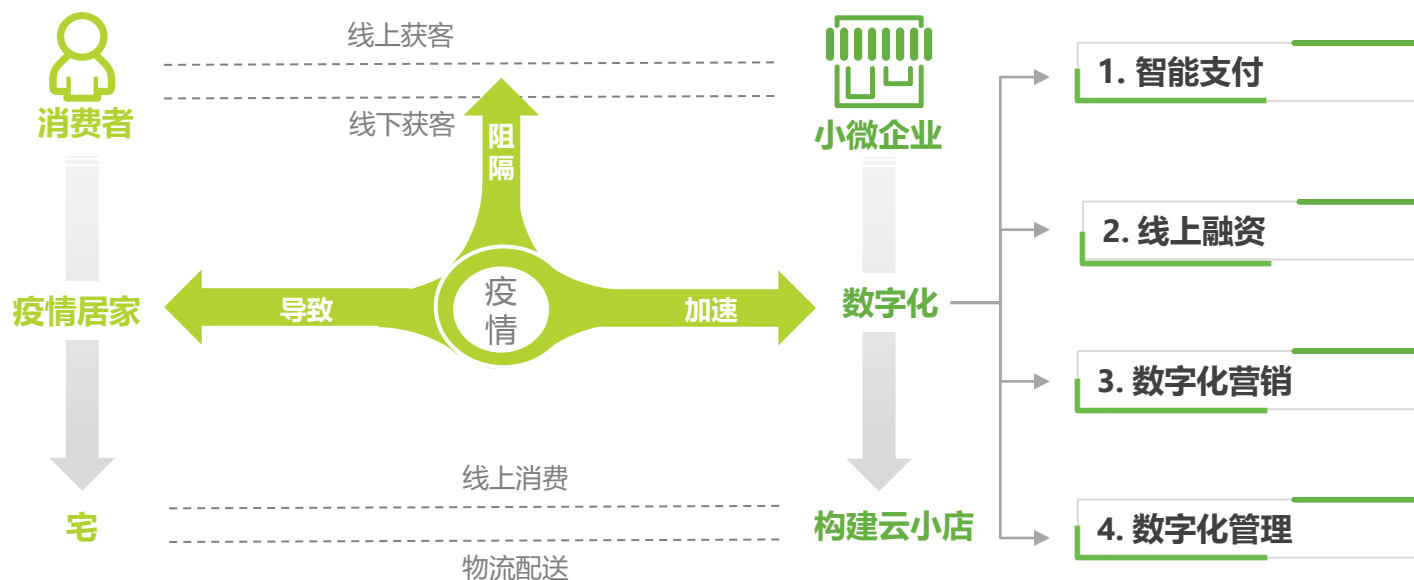


小微企业数字化服务发展趋势（1/2）

疫情影响线下获客，小微企业数字化升级将加速进行

受疫情影响，消费者长期“宅”在家，通过线上渠道进行消费，许多小微企业的线下获客渠道被阻隔。而疫情前就已经完成线上+线下布局的小微企业只占到整体较小的比重，因此疫情期间集中产生了大量的小微企业数字化升级，构建线上“云小店”的需求。艾瑞分析认为，疫情客观上加速了小微企业的数字化升级进程，布局小微企业智能支付、线上融资、数字化营销、数字化管理等数字化升级服务的企业将迎来快速发展期。即便日后疫情对小微企业线下经营的影响降低，对于数字化转型意识的提升仍会持续驱动小微企业进行线上化及数字化升级。

疫情为中小微企业的数字化升级按下了加速键



小微企业数字化服务发展趋势 (2/2)

从系统建设、配套服务与意识引导三方面促进“小店”企业服务体系完善；整合平台的搭建是产业建设的重要部分

小店企业服务体系建设



系统建设趋势

服务于“小店”群体的企业服务系统，将更贴切小店群体的实际情况与经营需求，整个系统向**操作便捷化**和**场景服务精准化**发展，根据不同的行业情况，系统将简洁明了、精准聚焦小店需求，为小店经营提供便利。



配套服务发展趋势

小店企业服务不仅要提供基础的企业服务系统，还要有相关的配套服务，**培训小店如何使用系统**，帮助小店群体**习惯在经营过程中使用系统**，已确保企业服务能够真正赋能小店经营。



企业服务意识引导

服务商在为小店群体提供服务的同时，也要**将企业服务及数字化转型对小店经营的意义与优势进行宣传**，推动更多的小店群体参与小店数字化转型。

小店企业服务产业建设



企业服务整合平台建设

目前市场上聚焦小店群体的企业服务公司，大多是分散程度较高的小公司，对应的服务内容也比较单一，**企业服务整合平台的搭建可以将这些零散的企业服务商集中在一起，便于展现各自的服务内容，也能以组合的方式为小店群体提供综合性更强的企业服务**，促进整个小店企业服务产业的发展。



鼓励小店服务商业务拓展

对于已经与小店群体有稳定合作关系、向小店提供其他业务及能力支持的服务商来说，**可以凭借自身拥有的小店客户资源，将业务向小店企业的方向拓展**，在辅助原有业务的同时，开拓全新的业务领域，为小店群体提供更全面的服务。

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- **市场进入** 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- **竞争策略** 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- **IPO行业顾问** 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- **募投** 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- **商业尽职调查** 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- **投后战略咨询** 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞




艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

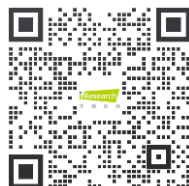
如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

合作说明

该报告由信也科技和艾瑞共同发起，旨在体现行业发展状况，供各界参考。



中国中小企业协会
China Association of Small and Medium Enterprises

