

# 中国场景金融市场研究报告

2016年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

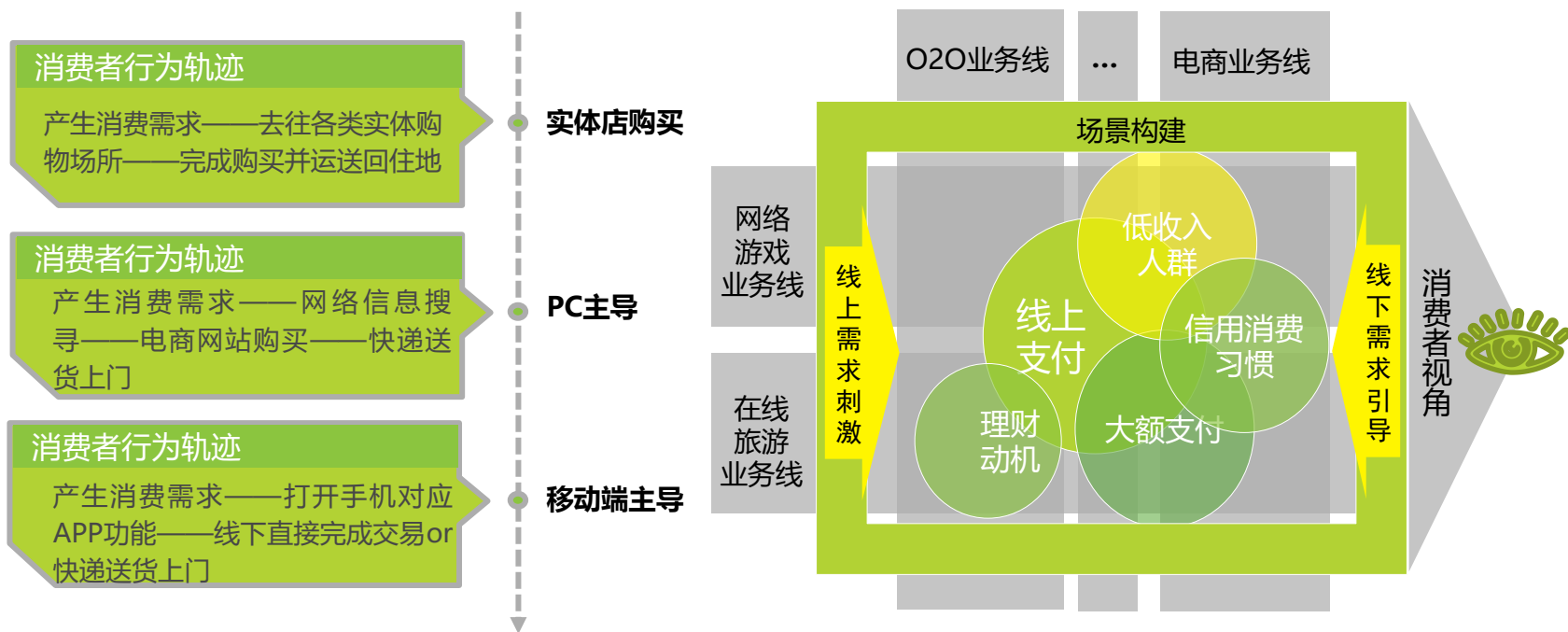


海量行研报告免费读

1	定义与说明
2	环境分析
3	行业现状
4	运作模式
5	行业案例
6	趋势前瞻

## 场景金融助力实现商品的跨期交易

场景金融是商家利用嵌入在消费场景中的金融服务，以刺激或促使消费者发生交易行为、助力实现商品的跨期交易。因互联网技术的普及，消费者的行为轨迹和消费方式随之发生变化，商业模式与渠道也同时进行重塑：消费者由最初的产生消费需求——去往各类实体购物场所——完成购买并运送回住地，到电商兴起后的产生消费需求——网络信息搜寻——电商网站购买——快递送货上门，再到移动端快速崛起后的产生消费需求——打开手机对应APP功能——线下直接完成交易or快递送货上门；因移动端可以随时随地的对消费者的消费需求产生回应，因而其是否贴近消费者逻辑和视角，功能设置能否在消费者产生消费需求的第一时间完成交易转换，就成为这类平台成功的关键。而这种贴近消费者逻辑和视角、以快速易用的功能设置完成消费需求转换的特质，便称为场景化。而场景金融则是通过对金融服务的嵌入，来刺激或促使消费者完成交易的一种服务类型，它是新商业生态下的商业价值洼地。



## 初级场景金融和高级场景金融

依据平台方对场景整体的把控程度，可将场景金融分为初级场景金融与高级场景金融。

初级场景金融，亦可称为广义场景金融，即在消费场景中，为了促使消费者实现有明确指向性的消费需求而推出，助力完成商品的跨期交易的金融服务。

高级的场景金融，亦可称为狭义场景金融，指消费者通过由平台直接提供的提前授信、即时消费的金融服务，来实现商品的跨期交易；平台方即为金融服务的直接提供方，交易时不发生平台间的跳转。

随着互联网平台方在金融牌照上的不断补充，艾瑞咨询预计，未来场景金融将更多的由初级向高级衍化。因此，为了数据逻辑的严谨和界定规则的清晰，本报告在数据核算时，采用了相对严格的高级场景金融的统计口径；而在模式与趋势分析时，则将更为广泛的初级场景金融也囊括了进来。

### 初级场景金融

- ✓ 针对有明确指向的消费需求
- ✓ 致力于实现商品的跨期交易
- ✓ 促使消费者完成交易的金融服务设计

### 高级场景金融

- ✓ 针对有明确指向的消费需求
- ✓ 致力于实现商品的跨期交易
- ✓ 促使消费者完成交易的金融服务设计
- ✓ **其金融服务由平台直接提供**
- ✓ **提前授信、即时消费的交易模式**

1

定义与说明

2

环境分析

3

行业现状

4

运作模式

5

行业案例

6

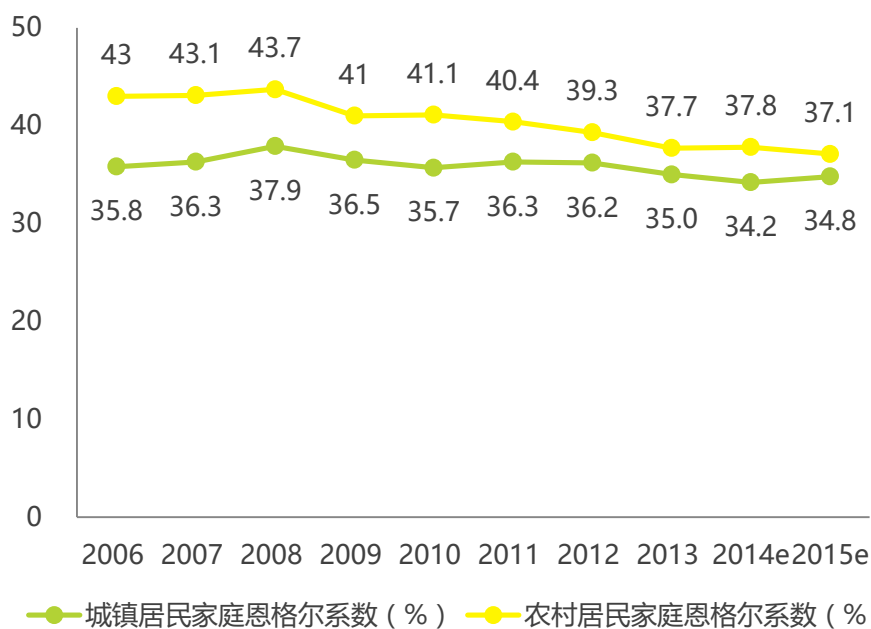
趋势前瞻

## 全球性生产过剩导致消费品市场供给大于需求

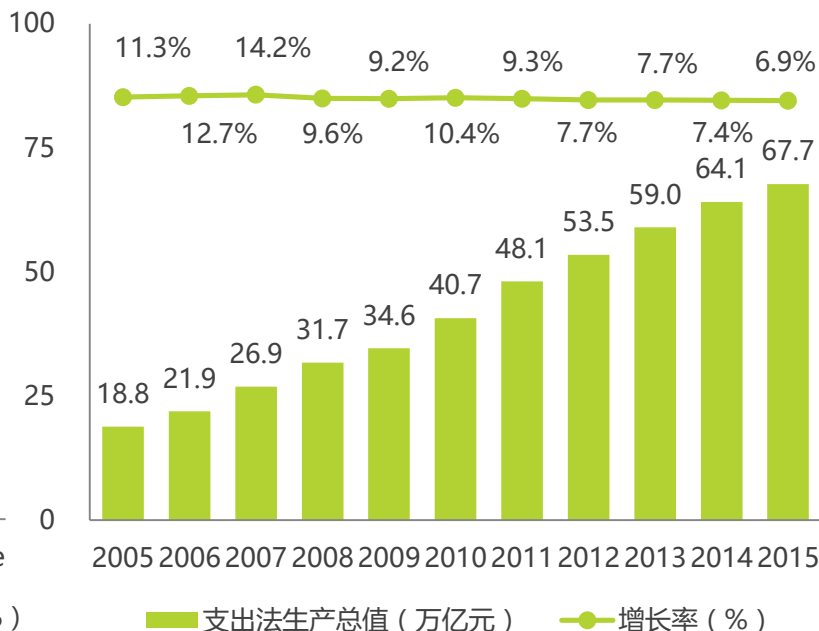
2008年金融海啸以来，各国政府依凯恩斯经济理论纷纷出台政策刺激经济，而经济复苏的脚步声却姗姗来迟。根据我国熟知的马克思主义经济理论：生产的相对过剩方是经济危机产生的真正根源。世界主要经济体一方面GDP高歌猛进，另一方面恩格尔系数却未能同比降低，生产能力增长与需求不振并存，全球性的生产过剩导致消费品市场供给大于需求，我国受此次经济危机的影响，也面临着同样的问题。

数据显示，近年我国居民的恩格尔系数一直在36%附近，距欧美国家20%左右的系数值尚存一定距离。我国GDP迅猛增长、经济融入全球化的同时，我国居民面对与欧美国家同质的商品，消费欲望相对被压抑，这也是我国消费市场的潜力所在。

### 2006-2015年中国居民家庭城乡恩格尔系数



### 2005-2015年中国国内生产总值及增长率



注释：恩格尔系数是指食品支出总额占个人消费支出总额的比重。考虑到宏观经济环境的周期性波动以及近年来我国的经济下行压力，2013至2015年的恩格尔系数，参照2009至2011年的系数走势进行估算（前期经历经济危机，当前仍处经济结构调整期，且市场经济下行压力导致其后期城镇居民恩格尔指数抬升）。

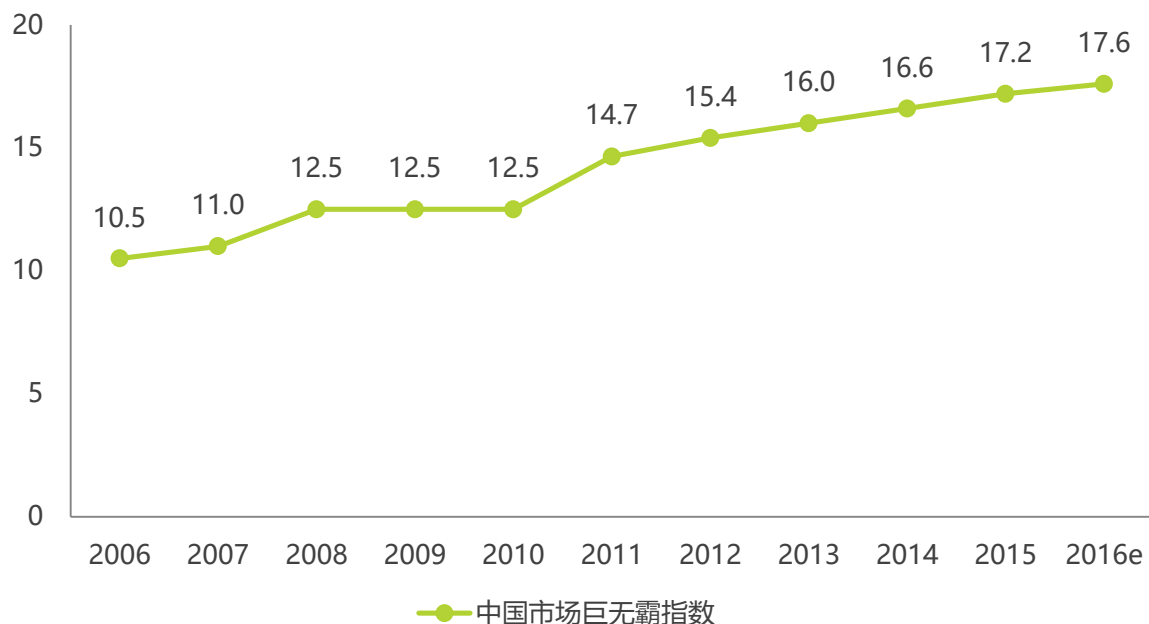
来源：国家统计局，艾瑞咨询。

## 各国大开印钞机刺激经济，通货膨胀预期加大

受困于疲软的经济现状，各国政府纷纷尝试采用积极的货币政策提振经济，如美国进行了长达六年的量化宽松货币政策，欧洲央行也于2016年3月10日宣布将扩大QE至每月800亿欧元，各国自身采取的经济刺激政策与输入性通胀压力并存，普通民众也不免时常关注本月的CPI指数。

国际常用巨无霸价格指数（麦当劳巨无霸汉堡在世界各国的售价）来衡量各国货币的实际购买力，该指数显示，2006-2015十年时间里，我国巨无霸指数上涨63.8%：同样数额的人民币可以购买的商品量逐年减少。在这样的通货膨胀预期下，依靠长期储蓄来积累资金，从而完成生活中的大额消费计划，就显得不那么明智了。越来越多的人倾向于使用借贷的方式进行商品的跨期交易，从大额的购房购车、到各种类型的消费信贷和网络分期等等——场景金融应运而生。

2006-2016年中国市场巨无霸价格指数



注释：巨无霸指数是一个非正式的经济指数，常用来测量两种货币的汇率理论上是否合理。本报告中的巨无霸指数用来测定货币的实际购买力，这里假定，在一个长经济周期里，消费者的需求与巨无霸的供给会保持大致的稳定，影响商品价格的 factors，更多与货币实际购买力相关。

来源：《经济学人》杂志，艾瑞咨询。

## 西方消费文化逐步渗入市民生活

随着我国日益融入全球市场，西方消费文化也伴随着各类电子屏幕的扩张渗入市民生活当中；各类商品广告极力把成就、舒适、愉悦等感受与商品消费相连，劝说消费者只有消费和购买商品才能收获地位、品味或幸福的生活；消费者购买能力的提升总难追赶新的消费渴望的萌发，于是乎，信贷消费行业迅速发展，引导人们在现有的财富基础上更经济、更合理、也更丰富的完善消费生活。

iAdTracker-2006年-2015年化妆品护肤品行业网络广告投放量



“新三年，旧三年，缝缝补补又三年”



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\\_21603](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21603)

