

中国互联网消费金融创新案例研究 ——分期乐

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

中国互联网消费金融市场概述

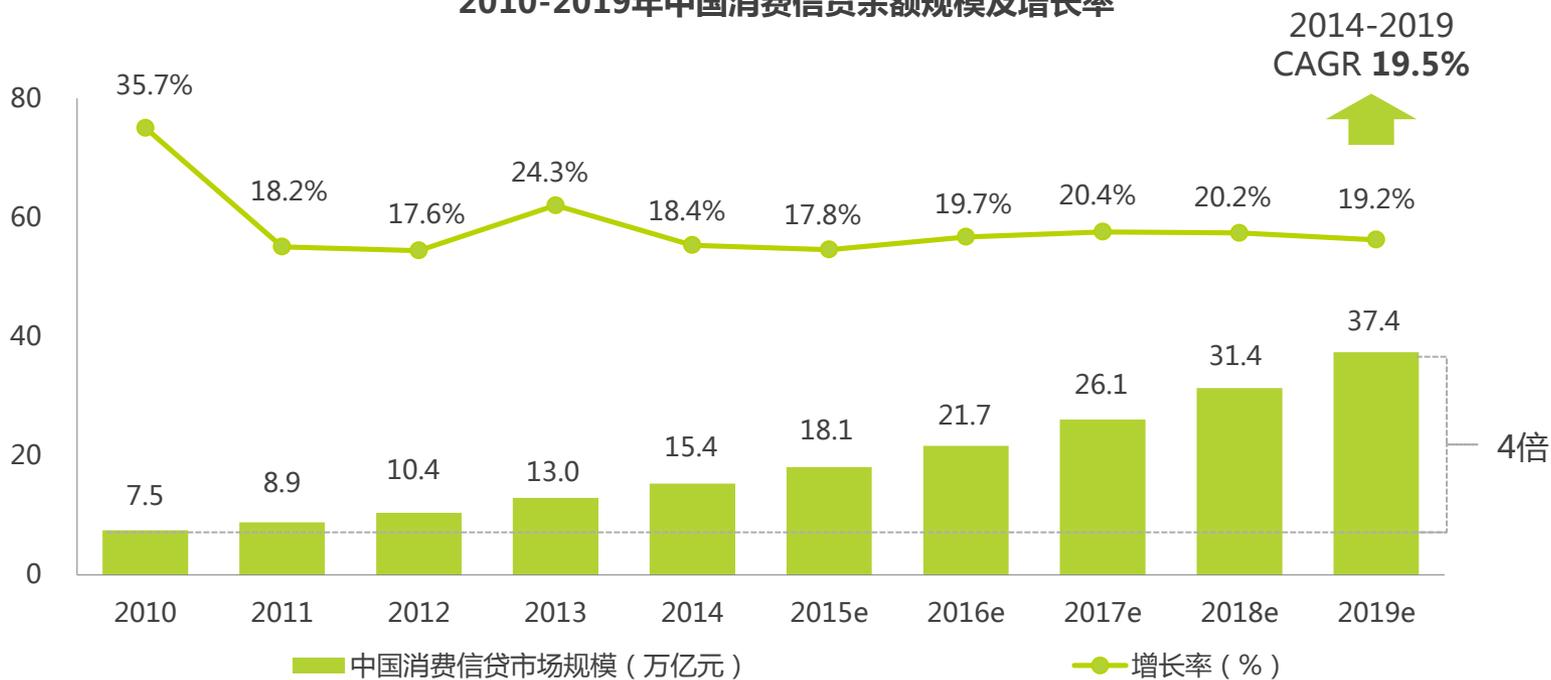
消费金融产业快速发展，潜力巨大

2014年中国消费信贷规模达到15.4万亿，同比增长18.4%

近年来，伴随着我国经济转型对刺激消费、扩大内需进而调整经济发展结构的迫切需求，以及居民收入和消费能力的提升，我国消费金融市场取得了快速的发展。艾瑞咨询数据显示，2014年中国消费信贷规模达到15.4万亿，同比增长18.4%，依然处于快速发展阶段。

艾瑞咨询预计，2014-2019年中国消费信贷规模依然将维持19.5%的复合增长率，预计2019年将达到37.4万亿，是2010年的5倍。

2010-2019年中国消费信贷余额规模及增长率



来源：中国人民银行，艾瑞咨询。

消费金融产业快速发展，潜力巨大

中国信贷市场发展不均衡，小微与个人消费为核心市场

数据显示，截止2014年年底，中国整体信贷余额达到85.0万亿元人民币。其中，个人信贷占比26.5%，余额达到23.2万亿元人民币。个人消费信贷占个人信贷比例为66.4%，余额为15.4万亿，仅占中国整体信贷余额18.1%。

艾瑞咨询认为，中国金融市场与中国国民经济的发展相辅相成，依然处于快速的发展过程中。但与此同时，中国信贷市场发展不均衡的现象也愈发明显。一方面在于小微企业融资难的现状依然在持续，传统金融机构的业务形式无法满足所有小微企业的融资发展需求；另外一方面，由于中国个人信用体系的不健全，传统金融机构无法充分满足个人消费信贷需求。因此，小微企业融资与消费金融是核心潜力板块。



注释：图中数据均为2014年年底余额；中国信贷规模指境内贷款规模。
来源：中国人民银行，国家统计局，艾瑞咨询。

消费金融是互联网金融创新焦点

各方企业聚焦消费金融创新，面向主体多样化

大学生消费金融



模式特征：面向大学生消费者群体；核心品类为3C、轻奢及品牌产品；主要消费场景为电商平台；营销方式侧重地面团队；风控方式侧重线下面签。

代表企业：分期乐、人人分期、爱学贷

P2P小额消费金融



模式特征：用户群体面向白领、有固定收入阶层；核心品类为汽车、装修等大额支出；消费场景含线上及线下；营销方式侧重线上；风控方式为纯线上。

代表企业：宜人贷、拍拍贷、人人贷

电商支付系消费金融



模式特征：面向网购用户群；品类方面以电商平台销售产品为主；主要消费场景为体系内电商平台；营销方式为线上站内营销；风控方式为纯线上。

代表企业：京东白条、天猫分期、花呗（蚂蚁金服）

传统消费金融互联网化



模式特征：用户群体面向白领、有固定收入阶层；核心品类为日常消费及大额支出；消费场景含线上及线下；营销方式侧重线下；风控方式侧重线下。

代表企业：招联消费金融、各行信用卡

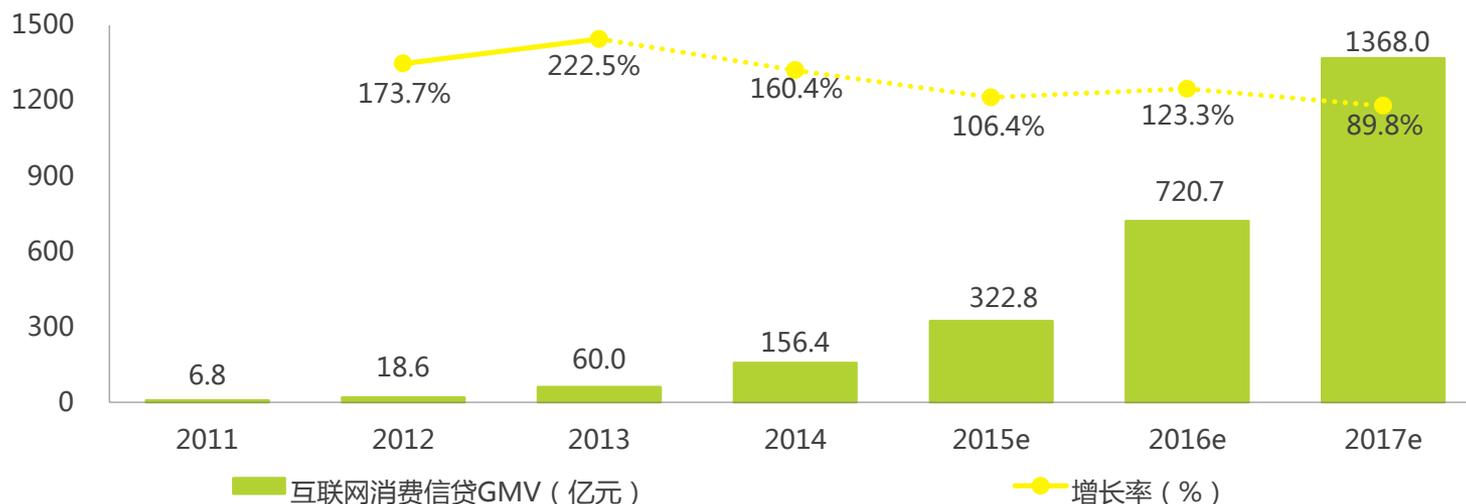
互联网消费金融发展现状及未来预期

2014年互联网消费金融交易规模增速超过170%

2013-2014年，中国互联网消费金融市场正处于发展的起步阶段，以分期乐为代表的创新企业、电子商务企业、在线支付企业以及P2P信贷企业加入进来，同时，传统的互联网金融企业也在抓紧在互联网领域的尝试。艾瑞咨询数据显示，2013年，中国互联网消费金融市场交易规模达到60.0亿元，2014年交易规模突破150亿元，增速超过160%。2017年，整体市场将突破千亿，未来三年复合增长率达到94%。

艾瑞咨询认为，整体市场高速增长的原因主要包含以下几方面：首先，参与主体逐步丰富，从原有的P2P为主导的消费金融市场拓展到目前以电商生态为基础的互联网消费金融，参与主体的数量和类型较2013年有明显突破；其次，以网络购物为代表的电子商务市场持续高速增长，用户消费需求和能力进一步提升，消费渠道进一步拓宽；最后，互联网金融在2013年开始进入真正的爆发期，2014年则延续了2013年的强势表现，在理财、投资以及信贷领域均有突破，这也是促进互联网消费金融市场快速发展的重要因素。

2011-2017年中国互联网消费金融交易规模及增长率



来源：艾瑞数据库，综合行业访谈及艾瑞统计预测模型推算。

互联网消费金融产业发展趋势

主体多元化、数据价值提升、垂直化、O2O、资产证券化

趋势一，消费金融产业主体将愈加多元化：以分期乐为代表的创业企业为消费金融带来了新的创新元素，以京东、蚂蚁为代表的电商系企业加入给市场带来了更有力的竞争对手，P2P、传统金融以及消费企业也正在快步进入市场；

趋势二，数据资产将成为重要风险控制资源：艾瑞咨询认为，基于数据而形成的大数据风险控制模式是核心的发展方向，而数据资产则成为在金融商业模式下可变现的重要资产，数据+模型将是互联网金融企业未来发展的核心工具；

趋势三，垂直化发展：结合中国的消费金融发展现状，垂直化包括两个维度的垂直化，即行业垂直化和用户层级垂直化。

趋势四，消费金融与支付业务结合，向线下拓展：授信将以账户形式与支付账户捆绑，借助移动支付可有效拓展线下市场。

趋势五，消费信贷资产证券化：伴随着产业发展逐步壮大，企业自有资金将难有效支撑大量用户需求，如何通过资产证券化以获得资金回流将是互联网消费信贷企业需着重思考的问题。



中国互联网消费金融产业发展驱动力

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_21701

