

中国网络信贷用户调研报告简版

2015年

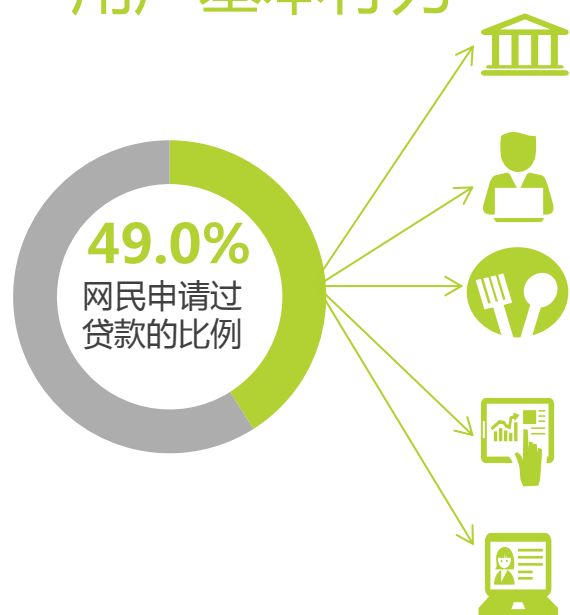
www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

核心数据摘要

用户基本行为



用户最常使用贷款渠道：银行网络渠道占比达到**13.2%**



整体贷款通过率较高，达到**72.3%**；**线下渠道**贷款通过率最高，达到**82.4%**



个人消费贷、个人房贷是网民贷款最主要用途，占比均达到**21.5%**



还款年化利率集中在**5%-15%**，**业务办理手续费**是网民贷款最大成本，占比达到**32.9%**



用户贷款到账时间集中在**1天-3个月**区间，到账资金比例集中在**80%**以上

用户基本属性

申请贷款的网民主要分布在华北、华东、华南，占比达到**78.3%**



26-35岁男性占比**47.2%**，女性占比**50.7%**

男性占比
56.2%

贷款用户学历集中在大学本科，占比**50.2%**



企业基层员工占比**25.3%**

女性占比
43.8%

网民个人月收入水平集中在**2000-8000元**，个人可支配月零用钱集中在**500-1500元**

用户重要行为



用户使用偏好

工资还款是用户偿还贷款的最主要方式，占比达到**41.1%**；

35.3%的网民表示通过**网络广告**了解贷款；

25.3%的网民因为**手续简便**选择现有贷款渠道



P2P平台

陆金所、人人贷是网民申请贷款的主要平台；

49.1%的网民认为平台贷款成本较高，但可以接受；

利率更低、资金到账速度快是平台用户更换贷款渠道的最主要原因



电商平台

减轻短期内资金压力是网民选择电商申请消费贷的最主要原因，占比达到**26.6%**；

用户选择电商平台贷款最常购买的产品是**智能手机**，占比达到**20.7%**；

低利息、分期政策灵活是网民选择电商消费贷款而非信用卡的主要原因

1

中国网络信贷用户使用行为分析

2

中国网络信贷用户使用偏好分析

3

中国网络信贷用户P2P、电商平台使用情况

4

中国网络信贷用户基本属性分析

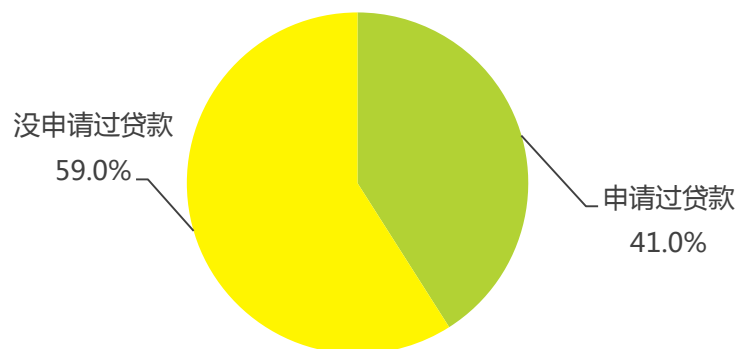
中国网络信贷用户使用行为分析

超4成网民申请过贷款，银行网络渠道成为最常使用渠道

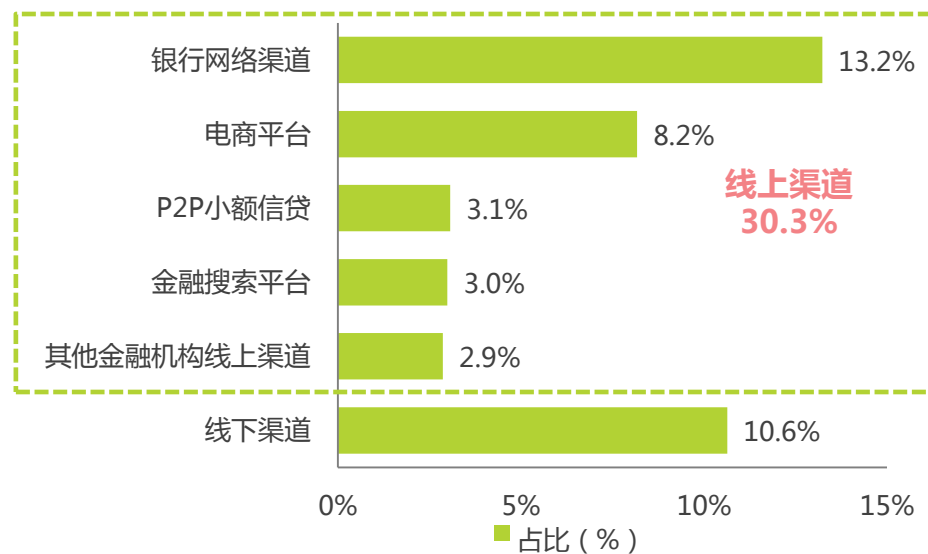
2014年中国网民申请贷款情况分布中，有41.0%的网民表示申请过贷款。其中，通过线上渠道申请贷款占比30.3%，线下渠道申请贷款占比10.6%。而线上申请贷款渠道中，银行网络渠道占比最大，达到13.2%；其次是电商平台，占比达8.2%；P2P小额信贷占比3.1%；金融搜索平台占比达3.0%；其他金融机构线上申请贷款渠道占比2.9%。

艾瑞咨询认为：一方面，银行作为传统贷款渠道，贷款风险小，利息较低，具有较完善的征信系统，加上互联网的快速发展，银行网络渠道贷款的效率不断提高，因此银行网络渠道成为网民最常使用的贷款渠道；另一方面，随着互联网金融的快速发展，电商平台、P2P小额信贷平台贷款门槛低，速度快，网民个性化的小额贷款需求不断得到满足，并逐步成为网民最常使用的网络贷款渠道。未来，随着电商平台、P2P小额信贷平台征信系统的不断完善，将有利于促进其信贷业务的规范化发展。

2014年中国网民申请贷款情况



2014年中国网民申请贷款最常使用渠道分布



样本：N=3515，于2015年3月通过iClick社区联机调研获得。

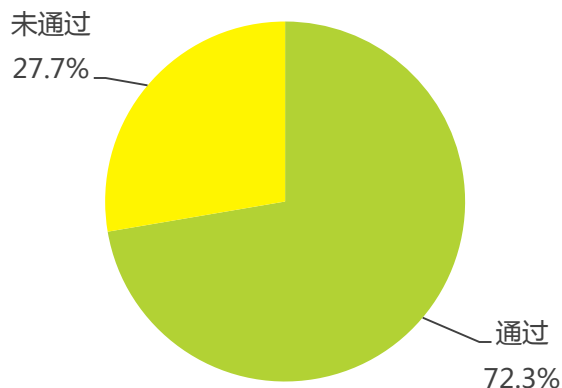
中国网络信贷用户使用行为分析

贷款申请通过率整体超过7成，线下渠道贷款通过率最高

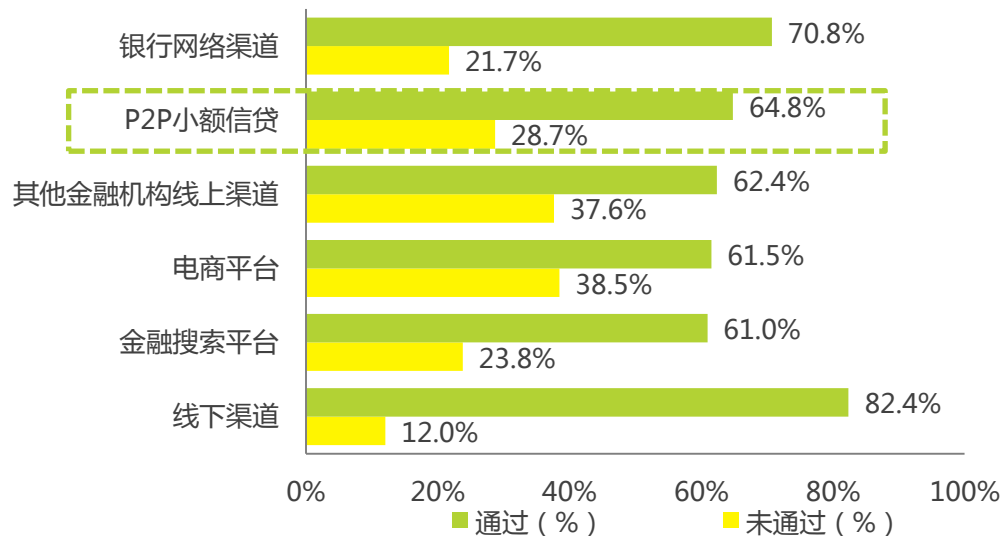
2014年中国网民申请贷款的通过情况中，申请贷款通过的占比达到72.3%，未通过贷款申请的占比为27.7%。网民申请贷款最常用渠道的通过情况中，线下渠道的通过率较高，达到82.4%；在线上渠道中，银行网络渠道通过率最高，达到70.8%，其次是P2P小额信贷渠道，通过率达到64.8%；其他金融机构线上渠道排名第三，通过率达到62.4%；电商平台排名第四，通过率达到61.5%；金融搜索平台排名第五，通过率达到61.0%；线下渠道排名第六，通过率达到12.0%。

艾瑞咨询认为：一方面，网民申请贷款的资质审核严格，线下审核程序虽繁琐，但是通过率较高；另一方面，线上审核程序较简单，审核效率较高，且网民在银行网络渠道、P2P小额信贷渠道等申请的贷款所需材料获取难度较低，因此通过率较高。随着P2P理财的火爆增长，平台需要提供更多项目满足投资者的需求，因此会在线下挖掘融资需求，并且还会引入其他小贷公司及电商平台已有的融资需求，这些融资需求审核通过率较高。

2014年中国网民申请贷款通过情况



2014年中国网民申请贷款最常用渠道的通过情况



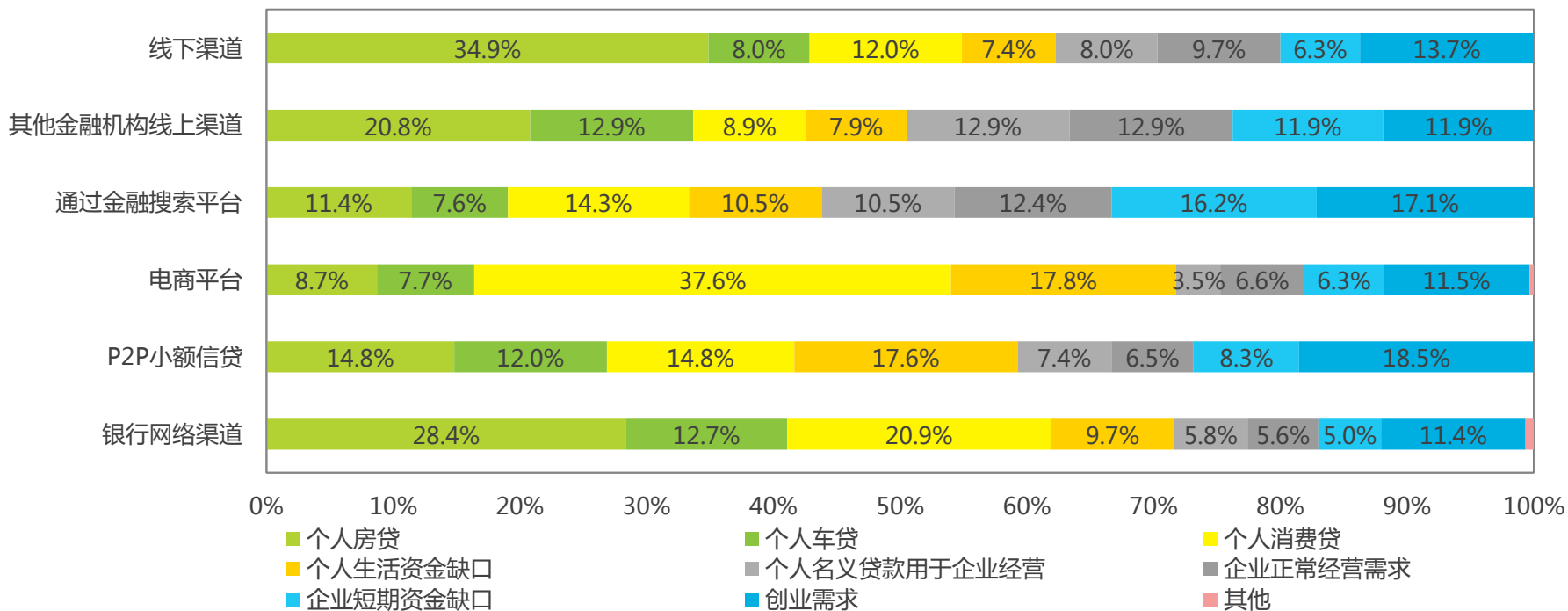
样本：N=1441，于2015年3月通过iClick社区联机调研获得。

中国网络信贷用户使用行为分析

个人消费贷是最常使用电商平台贷款的网民最主要的用途

2014年中国网民最常使用贷款渠道的最主要用途分布中，最常使用银行网络渠道申请贷款的用户最主要用途是个人房贷，占比达到28.4%；最常使用P2P小额信贷的用户最主要用途是创业需求，占比达到18.5%；最常使用电商平台贷款的用户最主要用途是个人消费贷，占比达到37.6%；最常使用金融搜索平台贷款的用户最主要用途是创业需求，占比达到17.1%；最常使用其他金融机构线上渠道贷款的用户最主要用途是个人房贷，占比达到20.8%；最常使用线下渠道贷款的用户最主要用途是个人房贷，占比达到34.9%。

2014年中国网民最常使用贷款渠道申请贷款的最主要用途分布



样本：N=1242，于2015年3月通过iClick社区联机调研获得。

1

中国网络信贷用户使用行为分析

2

中国网络信贷用户使用偏好分析

3

中国网络信贷用户P2P、电商平台使用情况

4

中国网络信贷用户基本属性分析

中国网络信贷用户使用行为分析

超6成用户最常使用电商平台贷款不提供担保物

2014年中国网民最常使用贷款渠道提供担保物情况中，最常使用线下渠道贷款的用户提供担保物的占比最大，达到74.3%；在线上申请贷款的渠道中，最常使用其他金融机构线上渠道贷款的用户提供担保物的比例最大，达到62.4%，其次是P2P小额信贷渠道，提供担保物用户的比例达到57.4%，银行网络渠道提供担保物的用户比例达到54.6%，而超6成用户最常使用电商平台贷款不提供担保物。

艾瑞咨询认为：线下渠道申请贷款种类多为个人房贷等中长期贷款，贷款金额较大，因此需要提供担保物；在电商平台申请贷款多为个人消费贷款，电商平台拥有自身平台用户的信用数据，以此为依据向用户提供贷款，额度与用户信用挂钩，因此，需要用户提供担保物的情况较少，因此占比较低。

2014年中国网民最常使用贷款渠道提供担保物情况



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_21786

