

中国平安金融集团案例研究报告

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

1

集团概述

2

集团传统业务互联网化情况

3

集团创新业务研究

4

集团核心竞争力分析

5

集团未来发展猜想

平安集团科技金融和综合金融布局历程

平安集团科技金融布局历程和综合金融布局历程

网电渠道探索

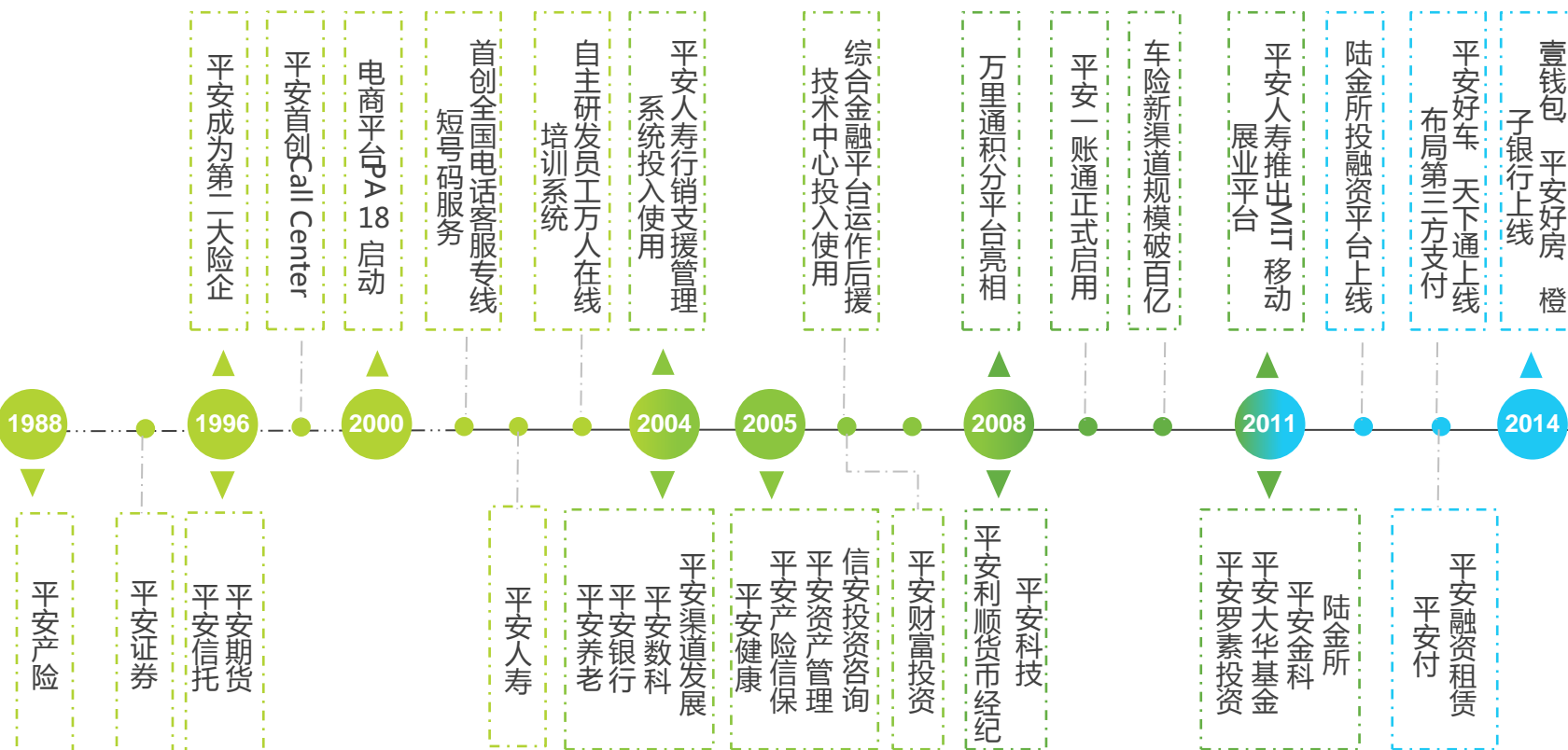
科技融入业务

综合金融平台整合

创新互联网布局

科技金融

综合金融



初步完成综合金融布局

完善布局 拓展业务渠道

科技引领综合金融

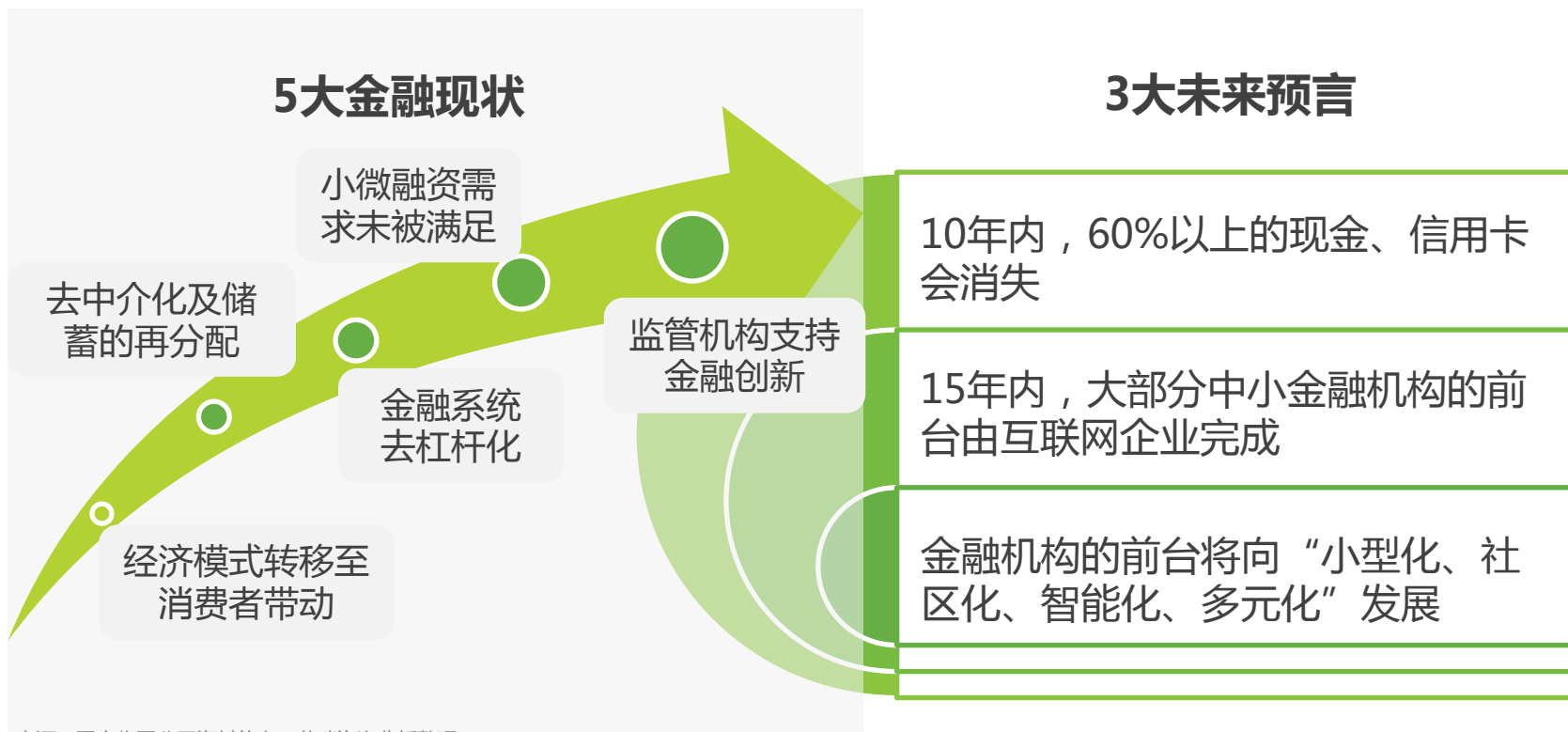
注释：时间轴上半部分为平安集团科技金融布局历程，时间轴下半部分为平安集团综合金融布局历程。

来源：平安集团公开资料信息，艾瑞咨询分析整理。

平安集团对于未来金融趋势的判断

平安的危机感和紧迫感来自对金融趋势的判断

平安集团发展互联网金融源于对于未来金融领域趋势的预判。平安集团认为，未来10年后货币电子化的发展将使得60%以上的现金和信用卡消失。同时金融机构的前台将被互联网所取缔，并更加的小型、智能、社区化和多元化。同时，金融的发展面临5个临界点：消费支出的重要化、鼓励创新、金融去中介化、金融去杠杆化、小微融资服务的缺失。艾瑞分析认为，未来金融的趋势使得传统金融机构的不可替代性和重要性下降。对于未来金融的趋势的判断使得作为传统金融集团的平安产生了潜在的危机感，这些判断催促着平安集团迫切的拥抱互联网。



来源：平安集团公开资料信息，艾瑞咨询分析整理。

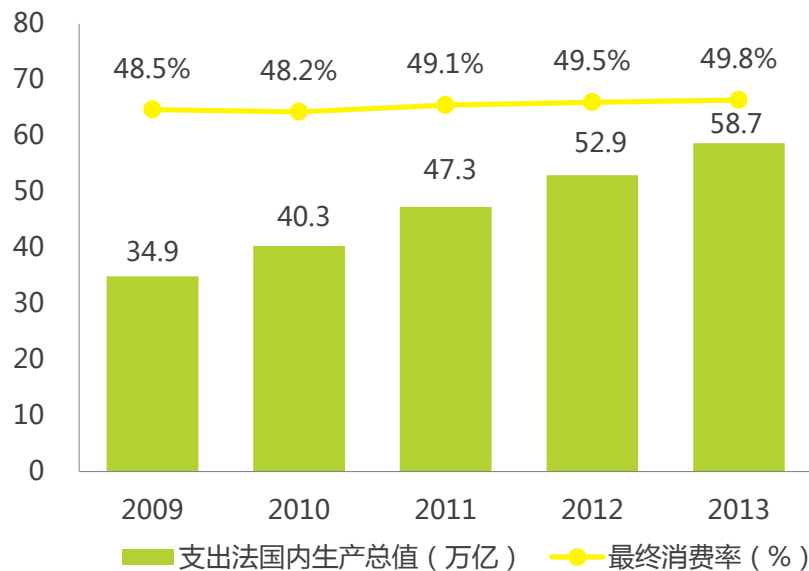
平安集团战略定位的背景

平安个人金融和互联网的战略定位顺应经济发展大势

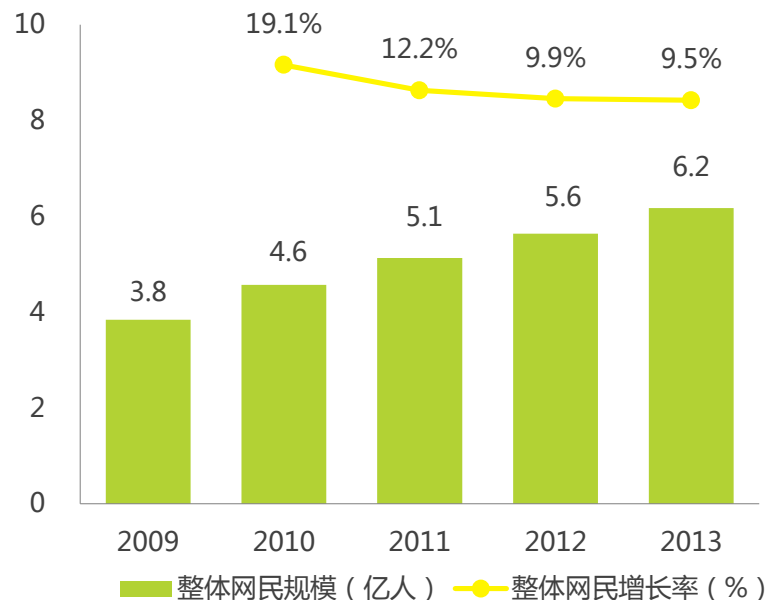
2009到2013年中国国内生产总值以超过7%的速度持续增长，同时，消费支出占GDP的比重也成上升趋势，意味着居民消费体量越来越大，消费支出正成为中国经济增长的强大动力。另外，2009到2013年中国整体网民规模持续攀升，2013年中国网民规模已经达到了6.2亿人，庞大的中国网民数量和较快的增长率将是拉动互联网经济增长的有力保证。

艾瑞分析认为，平安集团选择将个人金融服务作为发展战略符合了中国消费支出快速增长的大势，同时，作为综合金融集团的平安集团搭建互联网门户也是搭乘了中国互联网经济发展的快车，将个人金融和互联网作为发展战略是平安非常明智的选择。

2007-2013中国国内生产总值及消费支付占比

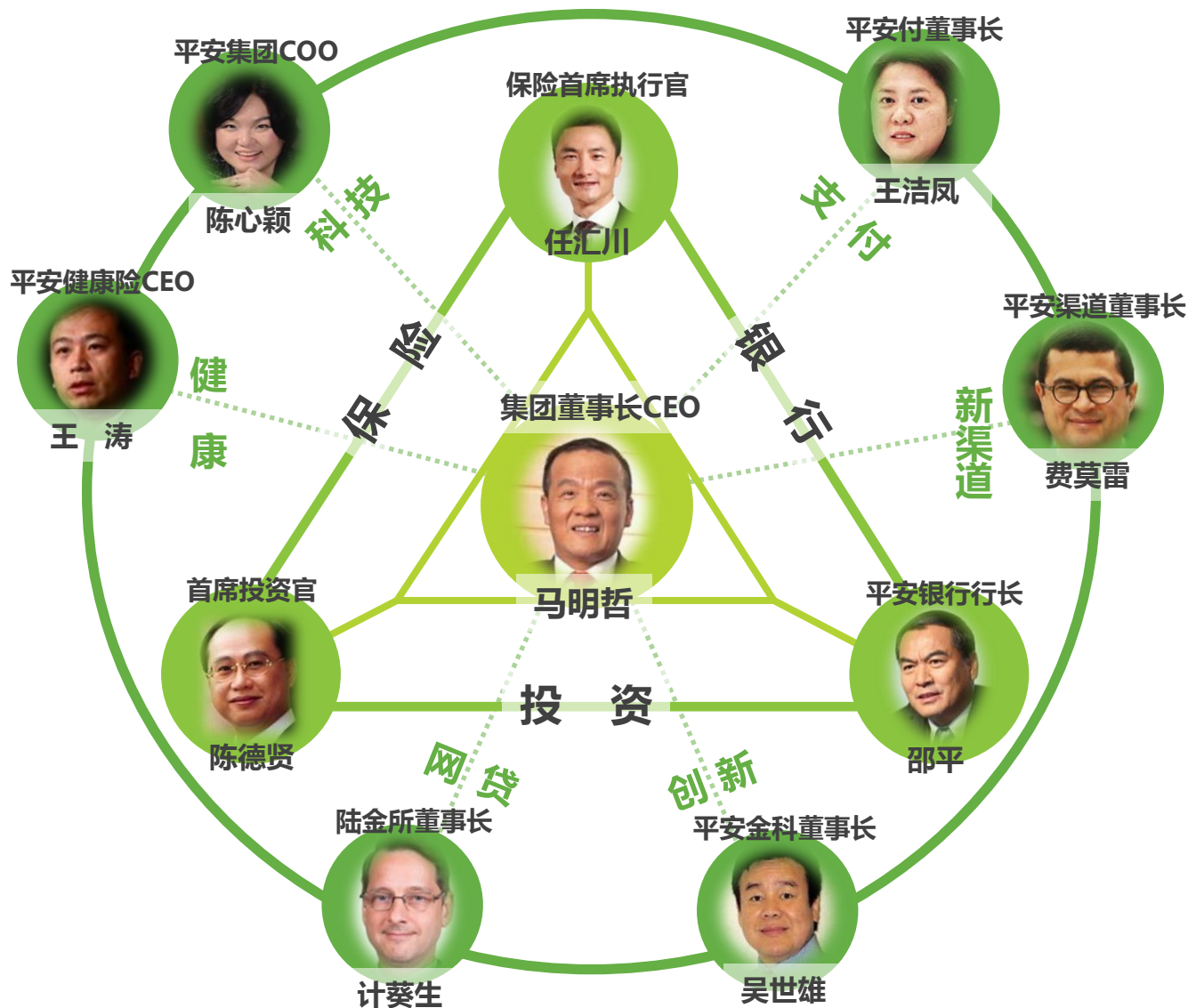


2009-2013年中国整体网民规模



来源：国家统计局，CNNIC。

平安集团战略布局核心人物



平安集团公司业务分布

平安集团依托传统金融发展互联网业务

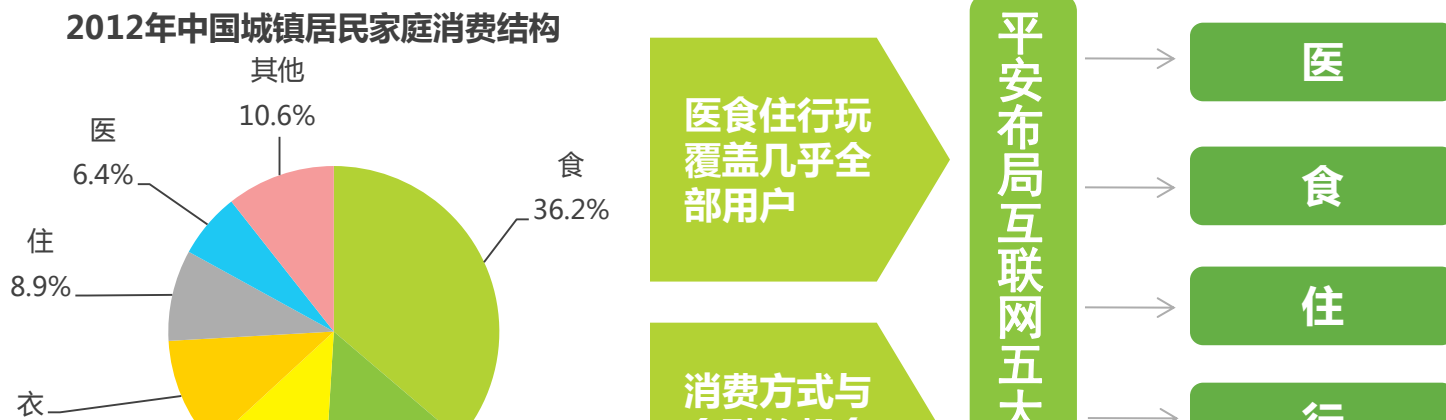


平安互联网战略布局依据

医食住行玩囊括了消费结构的绝大部分

根据2012年中国城镇居民家庭消费结构显示，食、行、玩、衣、住、医占城镇居民家庭消费结构的近九成，这些消费行为覆盖了几乎全部居民的生活，同时这些高频次的消费行为也与平安的综合金融有很高的契合程度，平安因此布局了医、食、住、行、玩五大门户，虽然短短五个字，却囊括了绝大部分的居民生活服务领域。五大门户提纲挈领的为平安互联网布局勾画出未来的发展方向。

艾瑞分析认为，平安集团在互联网生活服务发展初期没有采用摸着石头过河的发展策略，而首先划定五大门户，这种策略利于旗下机构集中人物财力，不浪费资源，将门户做大做强。



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_21793

