

1-1 中国过去几年，为什么互联网支付发展的快？

1) 互联网支付是中国互联网金融的源头，与商业的结合最紧密。

互联网支付是在网络技术快速发展及人们生活水平提高的背景下产生的，基于海量的电商消费用户群体的网购场景，使得互联网支付迅速普及。

2) 互联网支付指通过计算机、手机等设备依托互联网发起支付指令、转移货币资金的服务。具有如下优点：

① 整合银行卡支付方式，使得支付更加便捷便利

互联网支付平台提供一系列的应用接口程序，将多种银行卡支付方式整合到一个界面上，负责交易结算中与银行的对接，使支付更加便捷、便利。

② 消除网络交易担忧

Eg. 在支付宝平台的交易中，买方选购商品后，使用第三方平台提供的方式和银行渠道进行货款支付，由第三方平台通知卖家货款到达、进行发货；买方检验物品后，就可以付款给卖家。此外，支付宝平台还提供了一定期限内的退货服务。对商家和消费者有双向财产保护能力，有效地限制了电子交易中的欺诈行为。

③ 提高了交易效率，降低交易成本

不受时间、空间的限制，交易双方可以随时随地地进行交易，消费者降低网上购物的成本，商家降低运营成本；同时，还可以帮助银行节省网关开发费用，并为银行带来一定的潜在利润。

④ 提供增值服务

商品推广（商品扫码购）、购买支付（共享收获地址）、售后服务（订单数据分析）、客户维权等。

3) 以互联网支付为基础延伸的互联网金融产业反过来促进了互联网支付的发展。

随着互联网支付的快速发展，与之相关的各种产业也得到了极大的发展，首先是余额宝、微信财付通的普及使得互联网支付在互联网金融平台上得到了很大的延伸。以 P2P 为例，账户资金并不能够进行支付资金外流操作，只能将其看做是资金回流到第三方支付平台的理财操作，这样的运行模式能有效地减少互联网支付风险，为交易双方提供了资金安全保障，从而进一步促进了互联网支付的发展。

4) 国家政府对移动支付的鼓励，为互联网支付提供了政策支持。

对互联网支付未来发展的想法及预测

1) 今后，互联网支付将会与电子商务平台进行更加紧密的合作发展。

近年来，电子商务的市场越来越大，电商平台化、综合化已经成为当前市场发展的一个大趋势，并且伴随着苏宁易购易付宝、支付宝、财付通、京东网银在线等支付模式的开启，电子商务的“商户+支付平台”融合发展趋势越来越强，这就为互联网支付与电子商务融合发展打下了良好的基础。

2) 线上线下支付融合也将成为互联网支付发展的另一个重要方向。

第三方互联网支付企业开始 POS 收单业务，这意味着互联网支付开始朝着线上线下支付融合的方向发展。

1-2 互联网支付和第三方支付的区别和联系？

区别：

- 1) 互联网支付，指通过计算机、手机等设备依托互联网发起支付指令、转移货币资金的服务。
- 2) 第三方支付，指非金融机构在收付款人之间作为中介机构提供部分或全部货币资金转移服务，包括互联网支付、预付卡的发行与受理、银行卡收单、中国人民银行确定的其他支付服务。

联系：

- 1) 互联网支付在银行业金融机构支付和第三方支付机构中都存在，是第三方支付的形式之一。
- 2) 都是代替银行，开展金融增值服务，为商家和消费者提供支付的渠道和介质。
- 3) 前端都是直接面对网上客户，后端连接各家商业银行，或通过人民银行支付系统连接各家商业银行。

1-3 互联网支付模式



1-4 互联网支付方式

银行网关支付	银行卡快捷支付	支付账户余额支付
通过支付机构的通用网关，对接不同银行的网关，省去了客户逐一与每家银行联系开通网关的繁琐	支付机构和银行通过协议与客户约定，由支付机构代其向银行发送支付指令，直接扣划客户绑定的银行账户资金	支付机构设有一个虚拟账户，用户可以先拿银行卡往支付机构的虚拟账户充值，支付时再用余额扣款
通过网银	不用通过网银	
直接从银行账户划转资金，借道虚拟账户		

1-5 监管内容了解：客户备付金、账户、实名制、账户分类

《非银行支付机构网络支付业务管理办法》

- 为规范非银行支付机构（以下简称支付机构）网络支付业务，防范支付风险，保护当事人合法权益，根据《中华人民共和国中国人民银行法》、《非金融机构支付服务管理办法》等规定，制定《非银行支付机构网络支付业务管理办法》

客户备付金

- 客户备付金是指客户自愿委托支付机构保管的、只能用于办理客户委托的支付业务的货币资金
- 支付机构可以自主确定其所从事的支付业务是否接受客户备付金
- 支付机构接受的客户备付金不属于支付机构的自有财产。支付机构只能根据客户发起的支付指令转移备付金。禁止支付机构以任何形式挪用客户备付金

客户备付金的持有形式

- 支付机构必须选择商业银行作为备付金存管银行，专户存放接受的客户备付金
- 支付机构只能在同一家商业银行专户存放客户备付金
- 支付机构的分公司不能自行开立备付金专用存款账户

支付账户

- 支付账户，是指获得互联网支付业务许可的支付机构，根据客户的真实意愿为其开立的，用于记录预付交易资金余额、客户凭以发起支付指令、反映交易明细信息的电子簿记

支付账户实名制

- 支付机构应当遵循“了解你的客户”原则，建立健全客户身份识别机制
- 支付机构为客户开立支付账户的，应当对客户实行实名制管理，登记并采取有效措施验证客户身份基本信息，按规定核对有效身份证件并留存有效身份证件复印件或者影印件，建立客户唯一识别编码，并在与客户业务关系存续期间采取持续的身份识别措施，确保有效核实客户身份及其真实意愿，不得开立匿名、假名支付账户

账户分类

账户类别	余额付款功能	余额付款限额	身份核实方式
I类账户	消费、转账	自账户开立起累计1000元	以非面对面方式，通过至少一个外部渠道验证身份
II类账户	消费、转账	年累计10万元	面对面验证身份，或以非面对面方式，通过至少三个外部渠道验证身份
III类账户	消费、转账、投资理财	年累计20万元	面对面验证身份，或以非面对面方式，通过至少五个外部渠道验证身份

2-1 股权众筹的信息中介如何体现？/信息中介对股权众筹的发展的重要性？

股权众筹融资主指通过互联网形式进行公开、小额股权融资的活动，具体而言，是指创新创业者或小微企业通过股权众筹融资中介机构互联网平台公开募集股本的活动。具有“公开，小额，大众”的特征。

- 1) 股权众筹平台为投融资双方提供高效、廉价的信息沟通平台，使双方投融资需求得以匹配。
- 2) 股权众筹平台督促投融资双方依法合规开展众筹融资活动、履行约定义务；对投融资双方进行实名认证；对用户信息的真实性进行必要审核；对融资项目的合法性进行必要的合法审查，通过专业技术措施和制度安排，为融资的安全性提供基础保障，有助于交易效率的提高。

2-2 如何从金融信息中介角度，来看股权众筹未来在中国的发展趋势？（角度：豁免制度，对投资者的一定财力范围内的：屌丝向高富帅融资等）

1) 现在还不能称作股权众筹，互联网私募股权融资是未来。

《管理办法》将融资者限定在中小微企业或其发起人范围内，同时也限定了融资发行方式，即不得公开或采用变相公开方式发行证券，不得向不特定对象发行证券。首先，股权众筹是基于互联网进行的融资活动，要发起融资项目必然将项目的信息，包括项目的收益及风险预估等信息进行披露，以宣传和吸引广大的投资者。其次，要求股权众筹不得向不特定对象发行证券，但平台要求进入平台的投资者必须先进行实名注册并且信息填写完备，其实是将不特定公众“特定化”。以上在根本上拖累股权众筹的资本形成效率，也是违背股权众筹的实际运行规律的。过高的准入门槛以及对投资者人数的限制，有悖于股权众筹“公开，小额，大众”的本质特征。将投资者限定在特定群体范围内，实则是确立了我国股权众筹的“私募”发展方向。

2) 未来股权众筹的发展趋势必会为豁免众筹平台申请为券商和投资顾问身份而制定新的规则。

众筹平台为小微企业融资提供项目推介服务，其业务模式与证券经纪业务或者证券承销业务非常类似，两者都属于特许业务，为便利小微企业融资，未来股权众筹的发展趋势必定会为豁免众筹平台申请为券商和投资顾问身份而制定新的规则。

3) 基于便利企业融资和保护投资者这两个利益的平衡，未来将制定出合理的豁免制度，但本质都是屌丝向高富帅融资。

股权众筹本质上属于风险投资，因此对投资人的专业素质和风险承受能力要求较高，不适合面向普通的投资者。但是，股权众筹的基本特征是“公开，小额，大众”融资，如何平衡好中小企业融资和保护投资者之间的利益将成为未来股权众筹要解决的重大课题，否则股权众筹的金融创新功能及其互联网金融的天然优势就得不到发挥，股权众筹的活力也会大受影响。

① 针对小微企业：可以设立一种豁免制度，只要融资者的公开宣传行为能够符合法律规定的条件，就可以突破“众筹平台上的实名注册用户”的主体范围，向不特定多数的潜在投资者散布融资信息。为降低融资成本，针对不同的企业性质，企业规模，经营行业进行资质等级划分，根据不同的发行额度要求不同程度的信息披露。

② 针对投资者：当证券法修订了，超过 200 人众筹可以豁免，对投资者可以从他们的收入或者财产，限定投资众筹比例，又如美国 JOBS 法案对众筹投资者的要求是通过限制投资者一年内在所有股权众筹平台上的投资金额，来控制整体的投资风险。

3-1 如何从金融信息中介角度，分析 P2P 理财行业的乱象及未来的发展趋势？

分析乱象

1) 规模增长势头过快

近两年网贷行业无论在机构数量还是业务规模均呈现出迅猛增长的势头，其发展的基础在于拥有传统贷款并不具备的比较优势。传统贷款经营需要物理网点，存在贷款门槛，依赖经验判断，因而贷款供求匹配较难，经营成本颇高。而依靠数据和建模技术驱动，P2P 网贷行业发展可以有效降低经营成本，扩大贷款可能性。

2) 背离“信息中介”是 P2P 乱象根源

目前大部分网贷机构偏离信息中介定位以及服务小微和依托互联网经营的本质，异化为信用中介，存在自融自保、违规放贷、设立资金池、期限拆分、大量线下营销等行为，危及平台正常经营。

3) 风险事件时有发生，触碰非法集资底线

网贷行业中问题机构不断累积，风险事件时有发生，问题机构部分受资本实力及自身经营管理能力限制，当借贷大量违约、经营难以为继时，出现“卷款”、“跑路”等情况；部分机构销售不同形式的投资产品，规避相关金融产品的认购门槛以及投资者适当性要求，在逃避监管的同时，加剧风险传播；部分机构甚至通过假标的、资金池和高收益等手段，进行姿容、庞氏骗局，触碰非法集资底线。

4) 结论

当 P2P 网贷平台背离自己的发展基础，越来越介入传统金融承担的角色，更多承担传统金融的功能，那么 P2P 网贷行业本身所具备的比较优势就有可能逐步丧失。

发展趋势

1) 网贷监管体系逐步完善，行业 and 平台门槛提高

自监管部门正式下发网贷行业的监管细则，现已形成“3+1”监管体系，从银行存管、信息披露、备案指引等三个角度详细解读了 P2P 网贷监管的成熟思路，指导并引导网贷平台逐步走向理性、良性的发展轨道，行业 and 平台门槛提高。

2) 网贷行业大洗牌，合规成为主旋律

随着监管整改持续推进，P2P 网贷行业格局正在发生裂变，各平台的竞争在加剧，良币驱逐劣币趋势愈加明显，合规成为主旋律。

2) 创新业务模式和合格出借人逐步趋于成熟

P2P 网贷利用信用数据驱动的模式算法在促进信用评估、降低贷款经营成本上具备核心价值，也是贷款承销的创新，行业的整体发展框架以及业务模式已经逐渐成熟，尽管前段时间网贷行业爆发了流动性危机，但是随着政策加强监管，以及投资人对市场成熟度加深认识以及不断实践和提高判断力，投资人成熟度逐渐加强，越来越多的投资人逐渐向合格投资人迈进。

3-2 P2P 业务管理三大措施

1) 对业务经营活动实行负面清单管理

考虑到网贷机构处于探索创新阶段，业务模式尚待观察，因此，对其业务经营范围采用以负面清单为主的管理模式，明确了十三项禁止性行为。在政策安排上，允许网贷机构引入第三方机构进行担保或者与保险公司开展相关业务合作。

- ① 为自身变相融资
- ② 直接或间接接受、归集出借人的资金
- ③ 直接或变相向出借人提供担保或者承诺保本保息
- ④ 自行或委托、授权第三方在互联网、固定电话等电子渠道以外的物理场所进行宣传或推介融资项目；
- ⑤ 发放贷款，但法律另有规定的除外
- ⑥ 将融资项目的期限进行拆分
- ⑦ 自行发售理财等金融产品募集资金，代销银行理财、券商资管、基金、保险或信托产品等；
- ⑧ 开展类资产证券化业务或实现以打包资产、证券化资产、信托资产、基金份额等形式的债权转让；与其他机构投资、代理销售、经纪等业务进行任何形式的混合、捆绑、代理；
- ⑨ 夸大融资项目真实性，隐瞒融资项目风险，虚假宣传，损害他人商业信誉，误导出借人或借款人；
- ⑩ 向借款用途为投资股票、场外配资、期货合约、结构化产品及其他高风险的融资提供信息中介服务；
- ⑪ 从事股权众筹等业务
- ⑫ 其他禁止活动

2) 对客户资金实行第三方存管

- 为防范网贷机构设立资金池和欺诈、侵占、挪用客户资金，增强市场信心，规定对客户资金和网贷机构自身资金实行分账管理，由银行业金融机构对客户资金实行第三方存管，对客户资金进行管理和监督，资金存管机构与网贷机构应明确约定各方责任边界，便于做好风险识别和风险控制，实现尽职免责。
- 网络借贷信息中介机构应当实行自身资金与出借人和借款人资金的隔离管理，并选择符合条件的银行业金融机构作为出借人与借款人的资金存管机构。
- 借款人、出借人、网络借贷信息中介机构、资金存管机构、担保人等应当签订资金存管协议，明确各自权利义务和违约责任。
- 资金存管机构对出借人与借款人开立和使用资金账户进行管理和监督，并根据合同约定，对出借人与借款人的资金进行存管、划付、核算和监督。
- 资金存管机构承担实名开户和履行合同约定借贷交易指令表面一致性的形式审核责任，但不承担融资项目及借贷交易信息真实性的实质审核责任。
- 资金存管机构应当按照网络借贷有关监管规定报送数据信息并依法接受相关监督管理。

3) 限制借款集中度风险

- 为更好地保护出借人权益和降低网贷机构道德风险，并与非法吸收公众存款有关司法解释及立案标准相衔接，规定网贷具体金额应当以小额为主。
- 网络借贷信息中介机构应当根据本机构风险管理能力，控制同一借款人在同一网络借贷信息中介机构平台及不同网络借贷信息中介机构平台的借款余额上限，防范信贷集中风险。
- 同一自然人在同一网络借贷信息中介机构平台的借款余额上限不超过人民币二十万元；同一法人或其他组织借款余额上限不超过人民币一百万元；同一自然人在不同网络借贷信息中介机构平台借款总余额不超过人民币一百万元；同一法人或其他组织借款总余额不超过人民币五百万元。

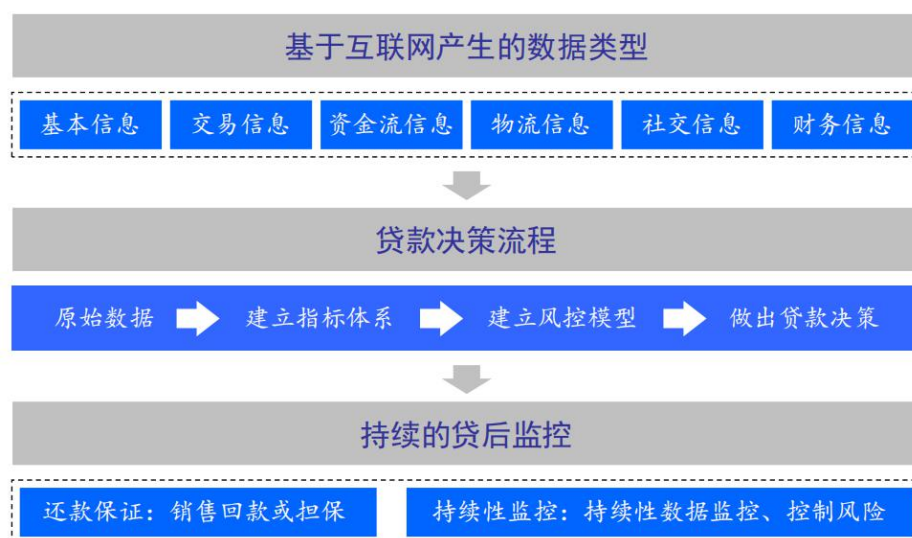
4 金融信息中介在网络小额贷款中的体现？（角度：风控）

定义：互联网企业通过其控制的小额贷款公司利用互联网向客户提供的小额贷款。

Eg. 蚂蚁小贷，凭借电商平台和互联网支付平台积累的交易和现金流数据，评估借款人资信状况，在线审核，为小微企业和个人创业者，提供方便快捷的短期小额贷款。蚂蚁小贷在大数据的分析技术上有深厚积累，在此基础上构建的风控系统，就会相当有效精准。

- 贷前：根据企业电子商务经营数据和第三方认证数据，辨析企业经营状况反映企业偿债能力。
- 贷中：通过电商自有数据分析平台，实时监控商户的交易状况和现金流，为风险预警提供信息输入。
- 贷后：通过互联网监控企业经营动态和行为可能影响正常履约的行为将被预警，建立贷后监控和网络店铺关停机制。

网络小额贷款的风控模式



案例：大数据在蚂蚁小贷中的应用

批量计算：

- 将历史数据采用T+1的方式导入到ODPS平台；定时启动批量计算任务，加载计算模型，将“半成品”结果存储存储在OTS中。

实时计算：

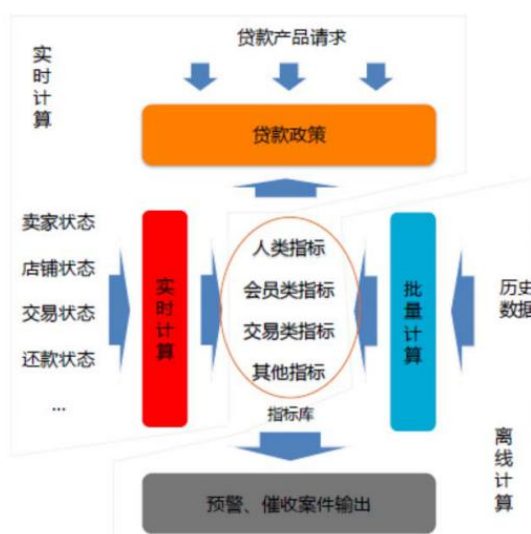
- 基于ADS的实时计算引擎，从OTS中调用该用户的“半成品”数据，加载政策进行实时运算，输出贷款结果。

模型管理：

- 开发、仿真和运行环境的实时计算、批量计算模型管理

算法平台：

- 分布式机器学习算法平台



5-1 互联网消费金融中，金融信息中介如何体现？（角度：概念消费贷现金贷、风险不同）

消费贷：有消费场景、资金直接支付给商家，用于支付消费使用

现金贷：无消费场景、无指定用途、资金直接支付给借款人

三方共赢：商家提高销量、消费者提前消费、金融机构获得利息。

贷前

- 采取用户准入授信政策，主要是利用支付宝等阿里系平台上客户积累的信用数据及行为数据，与微信用、消费贷准入授信体系相融合，再根据家庭及社会关系研究成果，利用SNS关系图谱进行准入、授信
- 针对特定人群、特殊消费场景定制的个性化的准入、授信策略
- 在预授信的基础上建立客户授权，系统自动查询外部数据并实时决策的客户主动申贷、提额政策与策略

贷中

- 对消费者进行实时交易级风险控制，对用户的信额度进行动态的管理
- 主要采取实时账户冻结策略、欺诈风险识别、交易监控等策略
- 利用系统判断用户的套现行为，对疑似套现交易较多的用户进行交易限制
- 对已签约客户的每笔交易进行监控，在早期降低客户的信用风险和欺诈风险

贷后

- 联合贷后监控团队及外部催收公司，利用大数据和人工核查联合优势，提前发现、识别贷款风险，提前处置风险客户
- 针对消费类信贷额小、量大、频高、期短的特点，制定有针对性的催收策略：对于早期欠款客户，采取系统提醒与人工联系等方式催收；对于晚期欠款客户采取律师函、诉讼等方法最大降低损失；对于失联客户通过客户在网上的交易习惯，挖掘客户联系信息，进行催收

5-2 如何理解未来几年中国互联网消费金融的发展趋势？（角度：最有空间的两个领域，消费金融会有很大的发展、互联网形式天然的适合消费金融）

发展机遇

1) 政策方面

我国在亚洲金融危机之中正式提出发展消费金融，中国人民银行在 1998 年和 1999 年相继放开了个人住房贷款和汽车消费贷款的政策，以促进以商业银行为主导的金融机构开展消费金融业务。发展消费金融对于扩大内需、促进消费、促进经济发展结构合理化发展具有重要意义。

在今年两会期间，政府工作报告提出“要在全开展消费金融公司试点，鼓励金融机构创新消费信贷产品”，消费金融成为热词。2016 年 3 月人民银行、银监会联合印发《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》，政策利好成为推动行业发展的重要力量。

2) 市场需求

我国居民生活水平逐渐提高，消费需求比较旺盛，超前消费意识逐渐增强，接受新型金融产品的能力较强。使用消费信贷手段来缓解由于预算约束带来的消费不足的理念日渐深入。因此，在居民消费观念日益成熟的背景下，发展消费金融具备了相应的社会基础。

3) 技术优势

互联网消费金融与传统消费金融的不同之处在于，互联网消费金融利用了互联网技术的优势，打造“线上互联网+线下实体”的运行模式。从事互联网消费金融的机构在资金来源上有一定的优势，通过探索信用消费+场景布局，进而打造成一个全新的“互联网+”的样本，通过场景的建立，增强客户粘性，不断扩张消费金融市场，实现盈利。

随着云计算的普及，大数据挖掘的成本大幅度降低，可以利用大数据技术精确的进行市场细分、选定目标客户、评估客户信用等级，从而降低资金配置风险，提升风险管理能力。

发展趋势：

1) 互联网消费金融产品模式趋同

随着互联网技术的发展，传统商业银行以及消费金融公司也逐渐开始与电商合作，搭建线上平台，通过搭建消费场景为用户提供精确的金融产品，互联网消费金融产品的运行模式在不断趋同。

2) 互联网消费金融征信依赖大数据

随着大数据技术的发展，互联网金融机构将逐渐依赖大数据技术来进行信用评级和风险管理。风险控制是互联网企业开展消费金融业务的核心，而风控的核心在于征信，征信主要包括身份认证和信用判断两个环节。互联网企业对用户的信用判断主要依靠各类网络行为的数据：用户的消费、信贷、投资、网络社交、网络搜索等线上行为，同时借助大数据技术将其转化为身份特质、履约能力、信用历史、人脉关系、行为偏好等能够反映客户信用水平的信用评分标准，从而更为客观和全面地对用户的信用进行评估。

3) 互联网消费金融服务对象更加普遍

互联网特别是移动互联网技术在消费金融领域的应用，使得消费金融服务更具普惠性和覆盖性，不仅覆盖到生活消费的各个场景，还能够覆盖更多的中低端用户群体，包括农民工等流动人口，以及大学生等中低

端用户群体甚至残疾人领域。互联网消费金融也必将深入农村、社区以及跨境等等。用户使用门槛低，上手容易。

4) 互联网消费金融产品定价市场化

互联网消费金融服务，由于应用场景细分垂直、客户定位精准，可以实现对于不同消费场景、不同信用水平人群的差异定价；加之技术作为互联网消费金融的发展驱动力，能够降低金融机构的资金成本、运营成本和违约成本。综上，互联网消费金融的发展能够倒逼消费金融行业整体定价水平更加市场化。

5) 互联网消费金融涵盖的领域和主体多元化。

根据国家的鼓励政策，每个领域都将有更为专业的互联网消费金融公司出现，信用消费市场逐年高速增长，市场潜力十分巨大。与银行等传统金融机构相比，互联网消费金融公司更接近用户，也更为简单快捷。目前很多的互联网金融概念平台也已经朝着这个方向在做，其特征是平台标的是小额、分散、有严格期限匹配的消费类金融借贷和理财服务，并且这些消费类的金融服务是依托于一些具体的行业和产业，如阿里小贷，蚂蚁花呗等。

6) 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。

5-3 互联网消费金融行业参与的主体，各自的优势和不足？（掌握和理解，答案不保准）



银行优点

- 商业银行体量大, 有充足的资金, 且资金成本较低;
- 成熟的风控体系, 不良贷款及坏账比例低;
- 金融产品体系完整, 产品多样, 覆盖的消费者群体较广。

银行缺点

- 商业银行信用卡及信用贷款产品离消费场景相对远, 难养成消费者的习惯;
- 获客成本、运营成本和交易成本较高
- 有些消费贷款需要抵押物, 贷款门槛高
- 信贷审批流程繁琐, 不能满足客户“短平快”的资金需求;

消费金融公司优点

- 金融产品与产业消费场景紧密联系, 产品设计也依托于具体的消费;
- 聚焦于收入稳定的中低收入者, 在他们有特定的消费需求时提供分期消费, 在客群覆盖和审批效率方面具有优势;

消费金融公司缺点

- 资金成本和定价水平高
- 金融知识和风险控制方面相对经验较少

实业公司优点

- 有集团低成本资金支持

实业公司缺点

- 风控成本高
- 技术安全度相对较弱
- 消费场景
- 获客成本高

互联网公司优点

- 有强消费场景资源, 能够在较低成本下完成客户及数据的积累;
- 可以满足中低收入客户“短平快”资金需求;
- 借助互联网与大数据风控, 帮助对客户实现精准定位和定价;

互联网公司缺点

- 互联网公司处于探索创新阶段, 业务模式尚有待观察;
- 监管体系不完善, 风险事件时有发生;

表 2：四类消费金融行业主体的特点

	商业银行	消费金融公司	互联网电商平台	垂直领域消费金融平台
目标人群	稳定中高收入者、信用良好	收入稳定、特定消费需求	习惯电商消费的中低收入人群	有特定需求的中低收入人群
资金来源	银行存款	股东资金、同业拆借	自有资金、合作银行、ABS	投资人投入
运营模式	信用卡、抵押贷款、信用贷款	分期消费	分期消费、直接贷款	分期消费、直接贷款
常用场景	线上+线下	特定产业消费	电商消费	垂直领域消费、个人经营

资料来源：中信建投证券研究发展部

6-1 如何理解中国未来互联网理财的发展趋势？

1) 互联网企业参与，大众理财观念的深入，互联网理财市场的发展呈现出稳健增长和场景化趋势。

居民可投资资产规模+网民规模均呈现持续上升趋势，互联网理财发展前景巨大。互联网理财企业通过加速营造场景、对接场景，变场景为入口，不断深耕市场。理财的场景化从用户的实际需求出发，融入到用户生活，使得用户从单纯关注收益数字，转向关注基于生活需求的理财，更为享受财富增值中的体验，理财的场景化也在一定程度上提升用户购买意愿和粘性。

2) 金融科技助推，我国互联网理财向科技化、智能化发展。

借助用户网络行为数据和理财产品信息，融入大数据、人工智能以及深度学习等技术，为用户提供智能化理财服务，是互联网理财发展的新方向。目前互联网理财的智能化还处在初级阶段，理财走向智能化将有效解决线上理财产品日益丰富与大众理财专业知识相对欠缺的矛盾，为投资者减少决策压力，提供更轻松、更便捷的理财体验，这将助推互联网理财行业的进一步发展。

6-2 四种主要业务模式（理解）

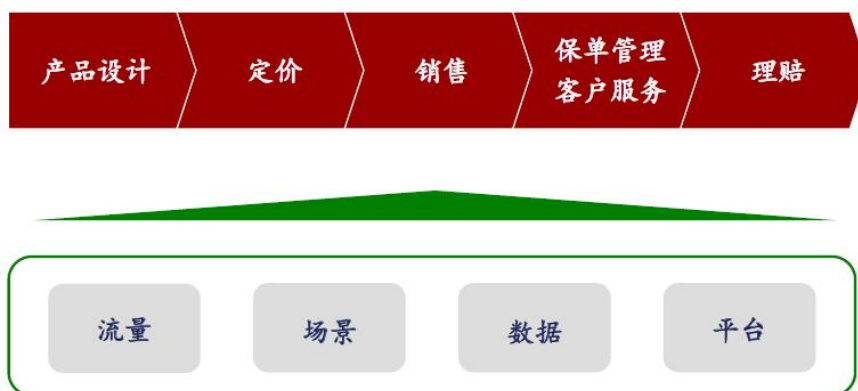
- 互联网基金销售（余额宝的实质：基于互联网支付平台销售的货币市场基金）
- 一站式综合理财（蚂蚁财富、淘宝理财、腾讯理财通、腾讯微黄金、挖财、理财超市）
- 场景型理财（余额宝心愿储蓄、腾讯理财通、京东小金库）
- 智能投顾（理财魔方、京东智能投顾）：基于客户的风险偏好和理财需求，为客户提供自动化、智能化理财顾问服务

目前主流模式:基于投资组合理论、资本资产定价模型等金融理论，结合投资者的财务状况、风险偏好和收益目标等，利用云计算、大数据、智能算法、机器学习等技术构建数据模型和后台算法，为投资者提供相关资产配置建议、交易执行等服务

7 互联网技术、移动互联、大数据、AI 技术的对互联网保险行业的影响体现在哪？

互联网保险业务，是指保险机构依托互联网和移动通信等技术，通过自营网络平台、第三方网络平台等订立保险合同、提供保险服务的业务。

互联网对保险产业链的变革



1) 产品设计基于场景定制，快速响应需求

①服务于互联网生态的保险需求；②服务于互联网用户的保险需求。加强保险与互联网业务领域的合作，比如在线电商，在线出行，在线旅游等，针对特定业务场景进行创新产品设计，比如“运费险”，“扶老人险”，“步步保”等。

2) 精准定价

基于互联网大数据、人工智能，动态承保。

3) 分销模式变革

- ①无缝接入场景，直面客户，交叉销售；
- ②强化品牌的传播效率，借助社交网络的规模效应，降低成本。

4) 理赔实现高度自动化，迅速而透明；

这四个方面的变革对互联网保险的发展具有促进作用，有利于其的可持续性发展，为保险业带来较好的发展前景，为保险产品互联网化奠定基础。

8 在互联网金融的九大业务中，金融信息中介各自是如何体现的？（取别家所长~）

传统的经济学和金融学假设信息是对称的，但事实显然不是。为了消除或降低这种信息不对称，才有了各行各业的信息中介机构。主要以互联网为主要渠道，为借贷双方提供信息搜集，信息公布，审查评估、借贷撮合等服务的中介平台，在互联网的九大业务模式中，信息中介作用分别体现为如下几点：

- **互联网支付：**互联网支付机构最重要的中介作用就是消除网络交易的担忧，提供更有安全保障的在线支付服务。以支付宝为例...
- **股权众筹：**各种众筹融资平台主要服务于中小微企业，但是这些企业风险较高，而大众投资者往往缺乏投资经验，抗风险能力弱，通常不被允许直接或者间接参与高风险投资，为了克服这种矛盾，股权众筹中介平台机构要负责项目发布、项目审核、项目上线、以及项目的投后管理和退出等中介角色，同时引入领投人角色来对项目的各个阶段进行分析审核管理、投后管理等。
- **个体网络借贷（P2P）：**网贷机构或平台开展的是金融信息中介服务，涉及资金融通以及相关的风险管理，P2P 平台通过自身的大数据风控系统，并借助互联网征信机构和传统征信机构，帮助出借人筛选借款人，降低出借人和借款人之间的信息不对称程度。
- **网络小额贷款：**网络小额贷款凭借电商平台和互联网支付平台积累的交易和现金流数据，评估借款人资信状况，在线审核，提供方便快捷的短期小额贷款，主要的中介作用体现为对贷款人进行贷前、贷中和贷后的风控管理等。
- **互联网消费金融：**互联网消费平台利用用户积累的信用数据及行为数据全面持续评估借款人的信用状况、偿付能力和贷款用途等审慎确定借款人的适当性，对借款人进行准入授信，对交易进行风险识别和交易监控，对用户额度进行动态管理，来降低客户的信用风险和欺诈风险，放贷后利用大数据和人工智能以及人工催收等方式提前发现和识别贷款风险，提前处置风险客户等。
- **互联网理财：**大多数人不理财的原因是看不懂，没有时间，自己钱少或者不知道什么样的产品适合自己，而互联网理财机构的中介作用就在于克服投资者的这些矛盾，利用大数据、AI 等数字化平台，根据投资者的风险识别能力和承受能力为投资者提供专业化投资建议，辅助客户做出投资决策等业务。
- **互联网银行：**和以依托传统的营业网点和柜台的银行不同，互联网银行的中介作用体现在结合移动互联网、大数据、人工智能等技术和银行账户服务创新需求，提供资金融通、支付和投资等在线银行服务。
- **互联网保险：**互联网保险的本质属性还是保险，互联网保险的中介作用体现在以互联网、大数据等信息技术为依托开展保费试算、咨询、投保方案建议与定制、保险销售，理赔等业务。同时因移动互联网、大数据、AI 等信息技术的发展，也使得一些原来没有能力实现的基于场景的保险业务得以开展，比如众安保险的航空延误险等，可以实现动态承保，快速响应，自动化理赔等。而不具备保险业务经营资格的第三方网络平台只能负责网络链接、界面搭建和非推介性质的广告等导流服务。
- **互联网征信：**互联网征信的中介作用体现在连接经济信用服务场景，为信用活动提供信用信息服务，解决授信机构和借款人之间的信息不对称问题。互联网征信机构依托大数据，人工智能等信息技术对组织的信用信息和个人的信用信息进行采集、整理、保存、加工，并向信息使用者提供服务。

9 互联网公司从事互联网金融的优势及劣势？（蚂蚁金服、京东金融、腾讯、百度）

蚂蚁金服 VS 京东金融（取别家长所~）

蚂蚁金服最早以支付宝起家，已建立起十大业务板块，包括电子支付、基金、理财、保险、银行、小额贷款、征信、股权众筹、P2P、金融服务等，并且在每个领域都拥有一家控股公司。京东金融则建立起供应链金融、消费金融、众筹、财富管理、支付、保险、证券、农村金融、金融科技九大业务板块，在公司金融和消费者金融进行双重布局，发展金融科技。

1) 支付业务规模

蚂蚁金服：吸纳各方金融势力构筑自有支付帝国，在支付领域，支付宝位列行业第一，且其已经独立于淘宝体系之外，市场地位日益巩固。侧重于传统模式的互联网化。

京东金融：希望主动寻求银行等机构合作来“破局”支付业务，市场占有率与支付宝差距甚远。看中场景化产品创新。

2) 金融业务牌照

蚂蚁金服：已完成银行、保险、信托、券商、基金、期货、租赁等全牌照的布局，成为一家金融控股集团。

京东金融：有支付、小贷、保理、基金销售、保险经纪几张牌照，相对重要的银行、证券、个人征信和消费金融等牌照依然处于缺失状态。

3) 供应链金融是京东金融的强项和优势

供应链金融是京东金融最早推出的金融服务。目前有“京保贝”和“京小贷”两个产品。“京保贝”主要面向京东的供应商，“京小贷”主要面向京东的平台商户，两者都无需开户、担保和抵押，客户也可通过担保增信来提高贷款额度。

4) 在消费金融方面

蚂蚁金服：布局相比较晚，但是野心更大。2015年4月上线“花呗”，本质上是想借这种类虚拟信用卡的形式，打通互联网金融在信贷方面的布局。

京东金融：从消费金融切入到C端市场较早。京东白条是京东金融最具前瞻性的一个产品，白条则必须要绑定信用卡，目的在于刺激用户消费。

优势：

- 1) 投资/融资用户庞大，互联网公司可以基于具有庞大用户的社交网络及电子商务挖掘各类与金融相关的信息，充分发掘潜在的投资/融资用户；
- 2) 大数据风控能力，互联网公司拥有海量的用户数据，相比传统金融的风控数据，大数据的多样性，相关性，复杂性可以更加全面的进行用户画像和风险评估，并且能够充分挖掘在传统金融风控模式下无法评估的群体；
- 3) 基于大数据进行人工智能的自动决策，实时审批，大大减少等待时间，提升了用户体验；
- 4) 智能满足用户金融需求，在互联网金融模式下，智能搜索引擎通过对信息的组织，排序和检索，可以有针对性的满足用户需求；

劣势：

- 1) 互联网公司本身的金融专业能力相对较弱，导致目前很多互联网从事金融公司出现违规事件；
- 2) 金融信息安全问题，在虽然网络信息安全技术在不断完善，但在日新月异的互联网技术背景下，仍存在很多大信息泄露的风险；