



2017年 消费金融行业发展报告

TalkingData移动数据研究中心 2017年6月



目录

CONTENTS

Part 01 消费金融行业发展概况----- 04

Part 02 消费金融细分行业应用分析----- 15

Part 03 消费金融特定用户人群洞察----- 29

Part 04 消费金融行业发展趋势----- 45

报告说明

- **数据来源**

- TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成；
- 米么金服

- **数据周期**

- 2016年1月-2017年5月

- **概念定义**

- APP覆盖率：安装有某个APP的设备数量/移动整体设备数量*100%；
- APP活跃率：使用过某个APP的设备数量/移动整体设备数量*100%；
- 本报告中，消费金融细分行业应用指的是主营业务专注于消费分期的应用，不包含主营业务在其他领域但开展了消费分期业务的应用，比如土巴兔装修主营业务是装修，虽然其开展了装修分期业务，但土巴兔装修APP不在报告中所列的消费金融APP中。

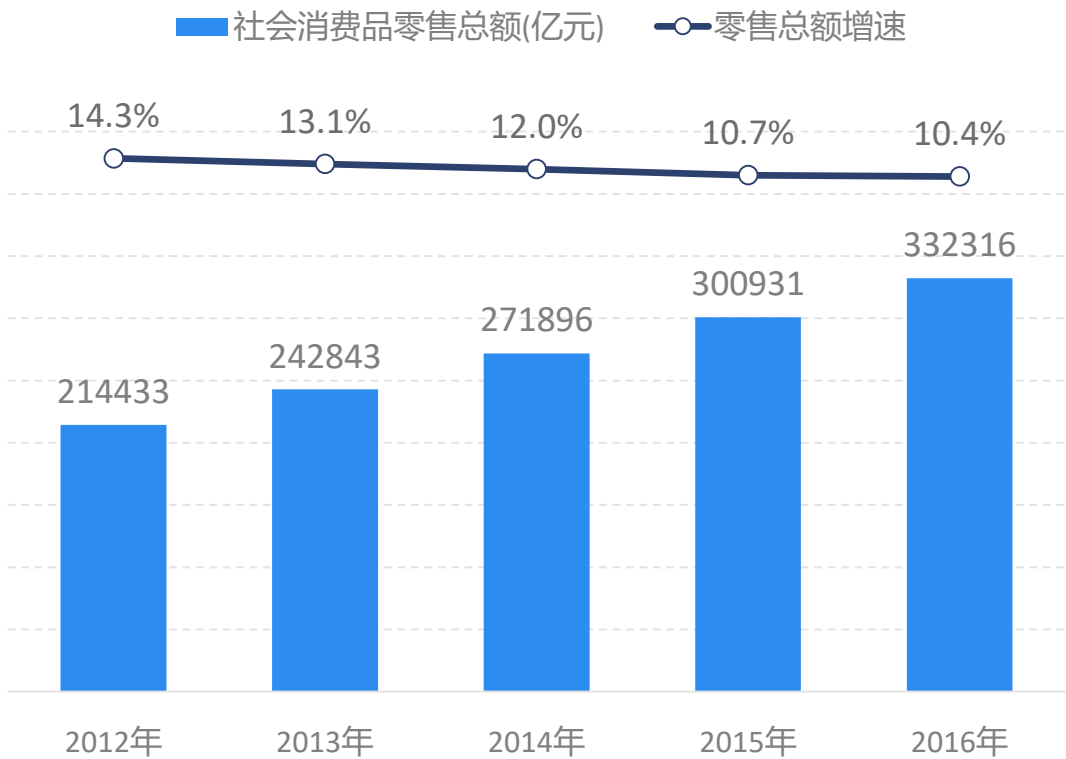
1

消费金融行业发展概况

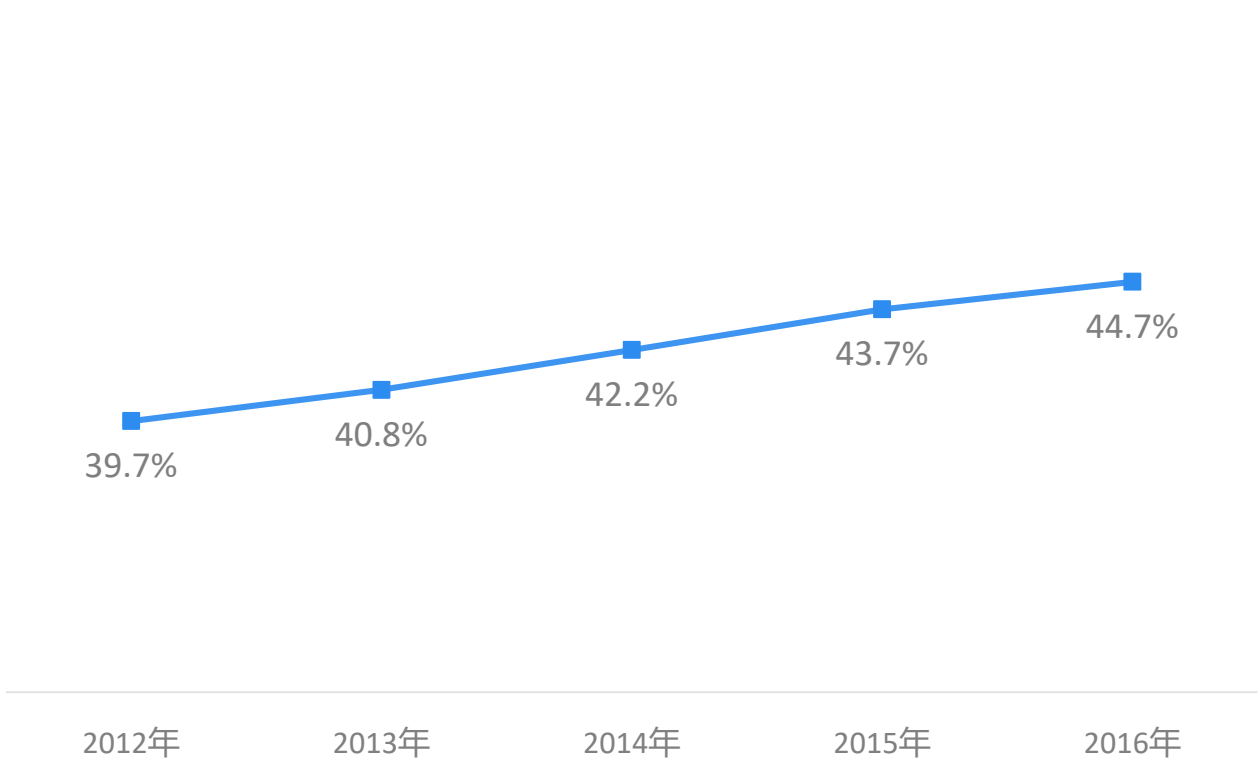
消费对经济增长的贡献不断提升

2016年，我国社会消费品零售总额332316亿元，同比增长10.4%；2012-2016年，社会消费品零售总额与GDP的比值逐年上升，消费对于经济的推动作用不断增强，对于经济增长的贡献不断提升。

2012-2016年 我国社会消费品零售总额



2012-2016年 我国社会消费品零售总额与GDP比值变化趋势

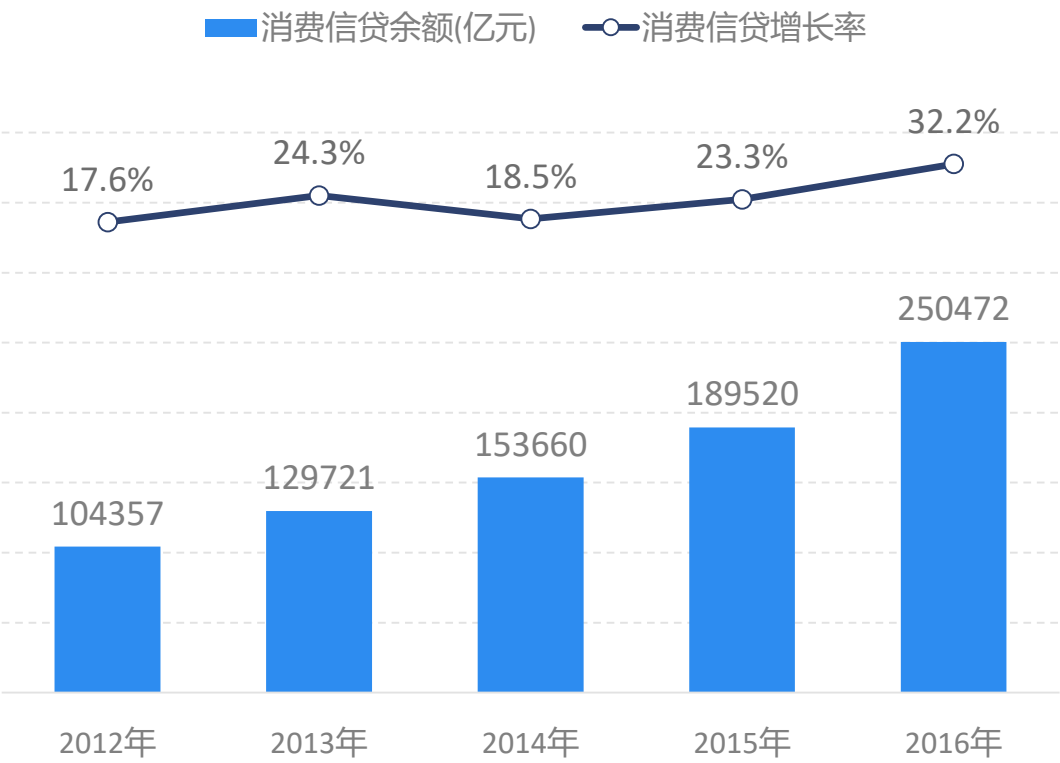


数据来源：国家统计局

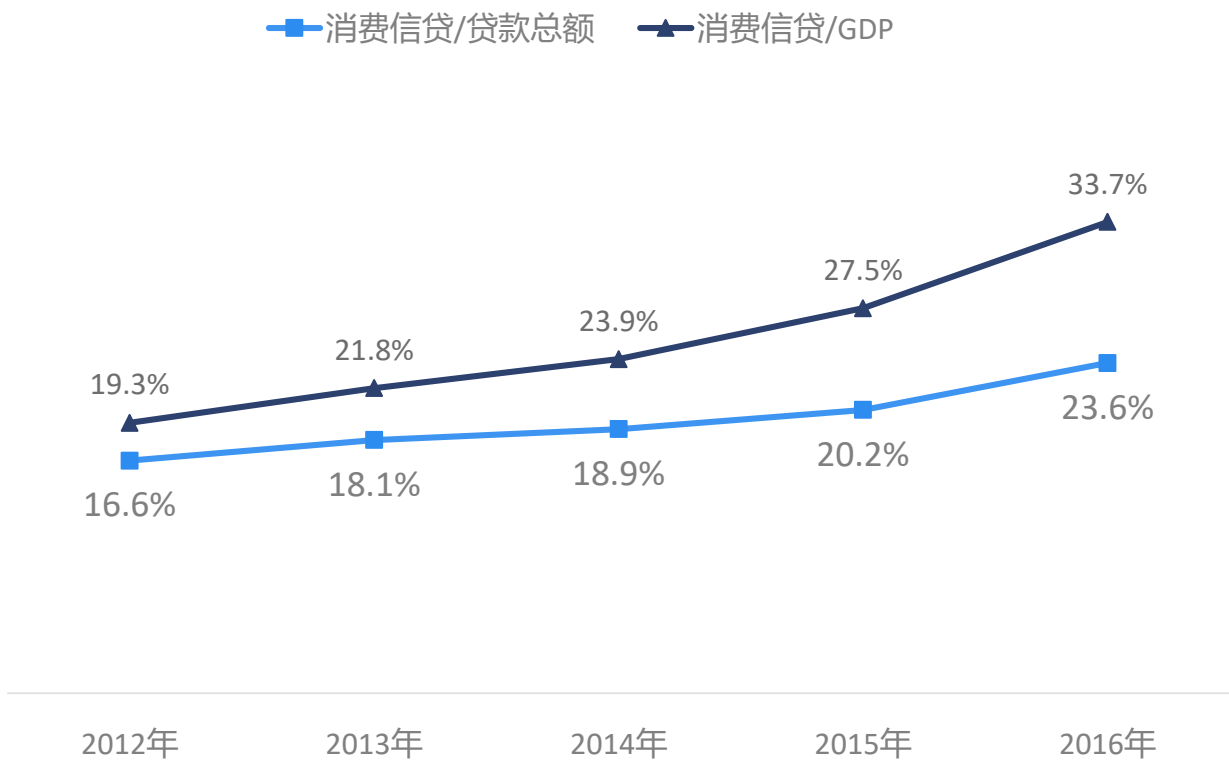
消费信贷在金融机构贷款中地位提高，对经济发展支持作用增强

2012-2016年，我国消费信贷余额呈现不断上升的趋势，消费信贷占贷款总额的比重也在不断提高，消费信贷在金融机构贷款中的地位逐渐提高；同时，消费信贷与GDP的比值亦不断提升，2016年，该比值突破30%，消费信贷对于经济发展的支持作用增强。

2012-2016年 我国金融机构人民币消费信贷情况



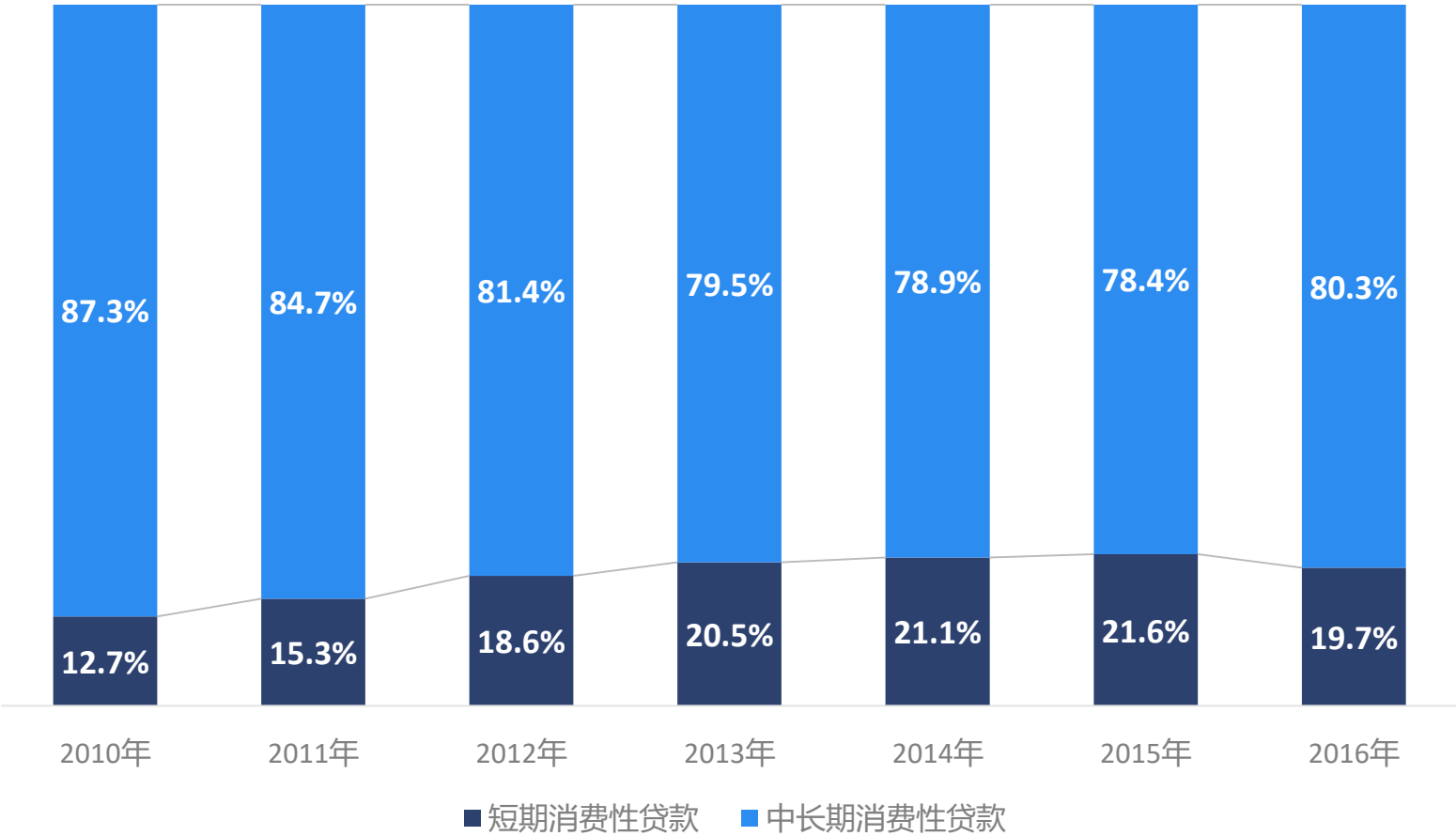
2012-2016年 我国消费信贷与贷款总额和GDP比值



消费升级推动短期普惠消费贷款比重增长

2010年以来，除了房贷、车贷外的短期普惠消费性贷款占比不断增加，由2010年的12.7%增长至2015年的21.6%，2016年，其占比虽然有所回落，但仍然保持在19.7%的较高值上；在我国居民收入和消费支出双双提升的前提下，国民对于消费升级的诉求持续发酵，预计未来短期普惠消费性贷款的比重会继续增长。

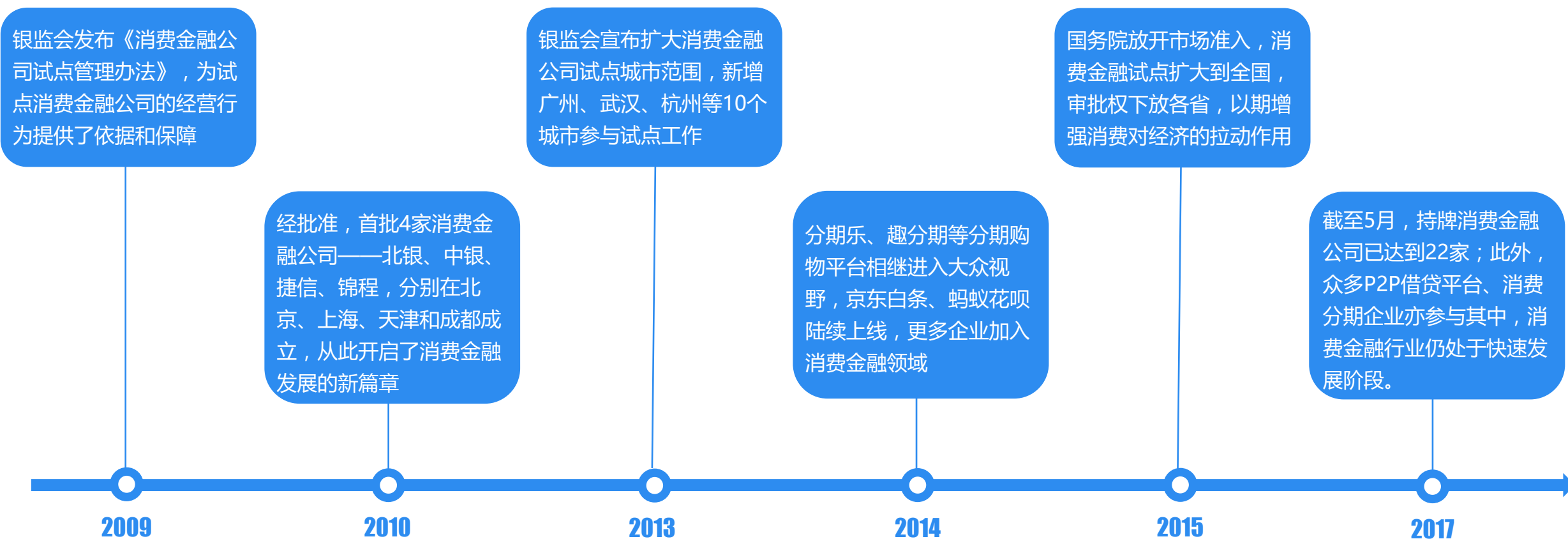
2010-2016年 我国金融机构人民币住户部门消费信贷结构变化趋势



数据来源：中国人民银行；注：中长期消费性贷款主要包括房贷、车贷等；短期消费性贷款指除房贷、车贷以外，其他消费性质的贷款。

政策支持+多方助力推动消费金融快速发展

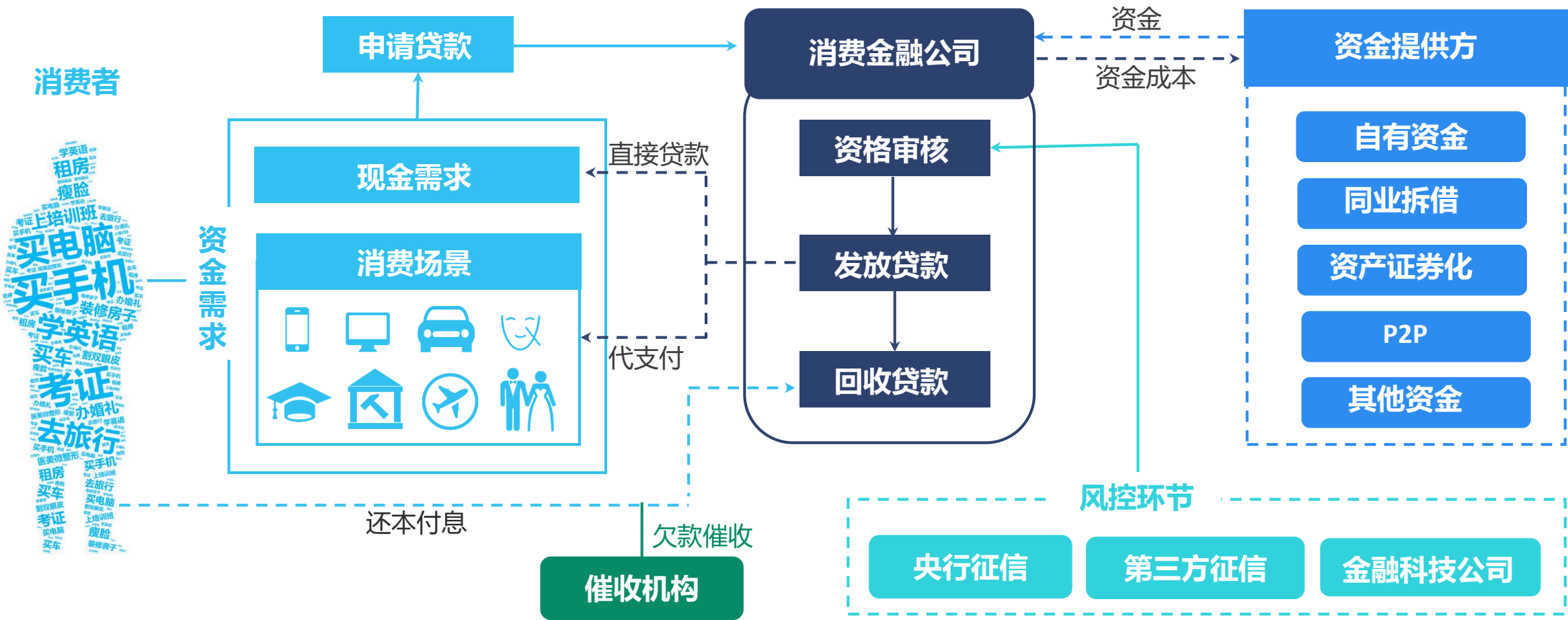
自2009年银监会发布《消费金融公司试点管理办法》以来，试点城市范围不断扩大，试点消费金融公司不断增多，截至2017年5月，持牌消费金融公司达到22家；此外，京东白条、蚂蚁花呗等互金巨头的消费金融产品相继上线，分期乐等消费分期平台、P2P借贷平台亦积极投入消费金融大军，政策支持+多方助力推动消费金融行业快速发展。



消费金融公司处于产业链核心环节，消费场景拓展和风控是关键

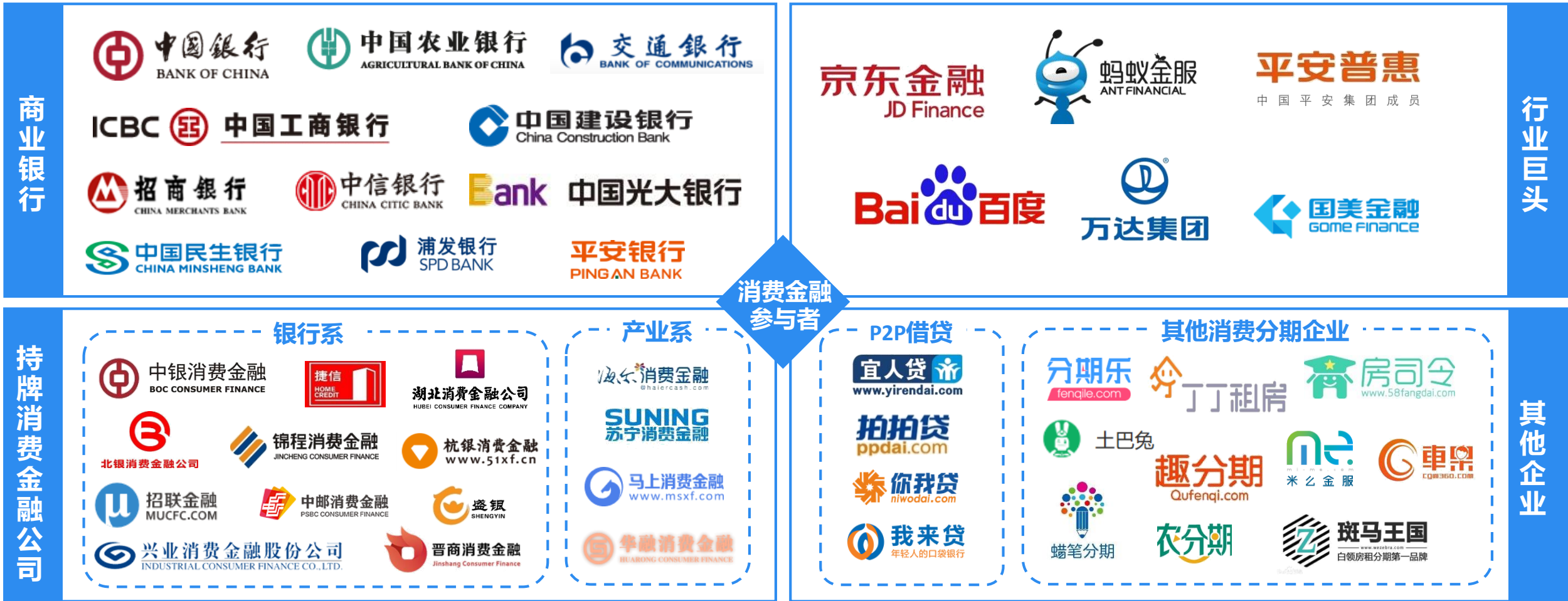
消费金融产业链包括消费者、消费金融公司、资金提供方、征信机构、金融科技公司和催收机构，其中，消费金融公司作为资金需求和提供方的连接桥梁，处于整个产业链的核心环节；征信机构和金融科技公司为消费金融公司的风控环节提供服务；催收机构为消费金融公司提供针对逾期不还的借贷人的催收服务。整个产业链中，消费场景拓展和做好风控是两个关键因素。

消费金融产业链



多类企业逐鹿消费金融市场

消费金融行业的参与者可以分为四类：一是商业银行，其推出的消费金融产品种类繁多，主要包括信用卡和消费贷款；二是持牌消费金融公司，目前，持牌公司已经达到22家；三是行业巨头旗下的互联网金融公司，例如京东金融、蚂蚁金服等；四是其他类型的企业，包括P2P借贷平台和专注于垂直消费领域的其他企业。



数据来源：公开资料收集整理；注：以上仅为示例，排名不分先后，不包括所有参与者。

互联网消费金融以线上服务为主，通过大数据技术进行风控、审批

传统消费金融主要面向有征信记录的客户，通过线下网点提供服务，其审批根据成熟的征信和风控体系进行，但审批速度较慢，另外，其资金来源和运用可直接对接，成本较低；互联网消费金融主要面向征信记录缺失或者传统消费金融不够重视的长尾客户，以线上服务为主，其审批通过大数据技术，对客户资料、消费数据、行为信息等多维数据进行交叉验证，审批速度较快，但资金成本高。

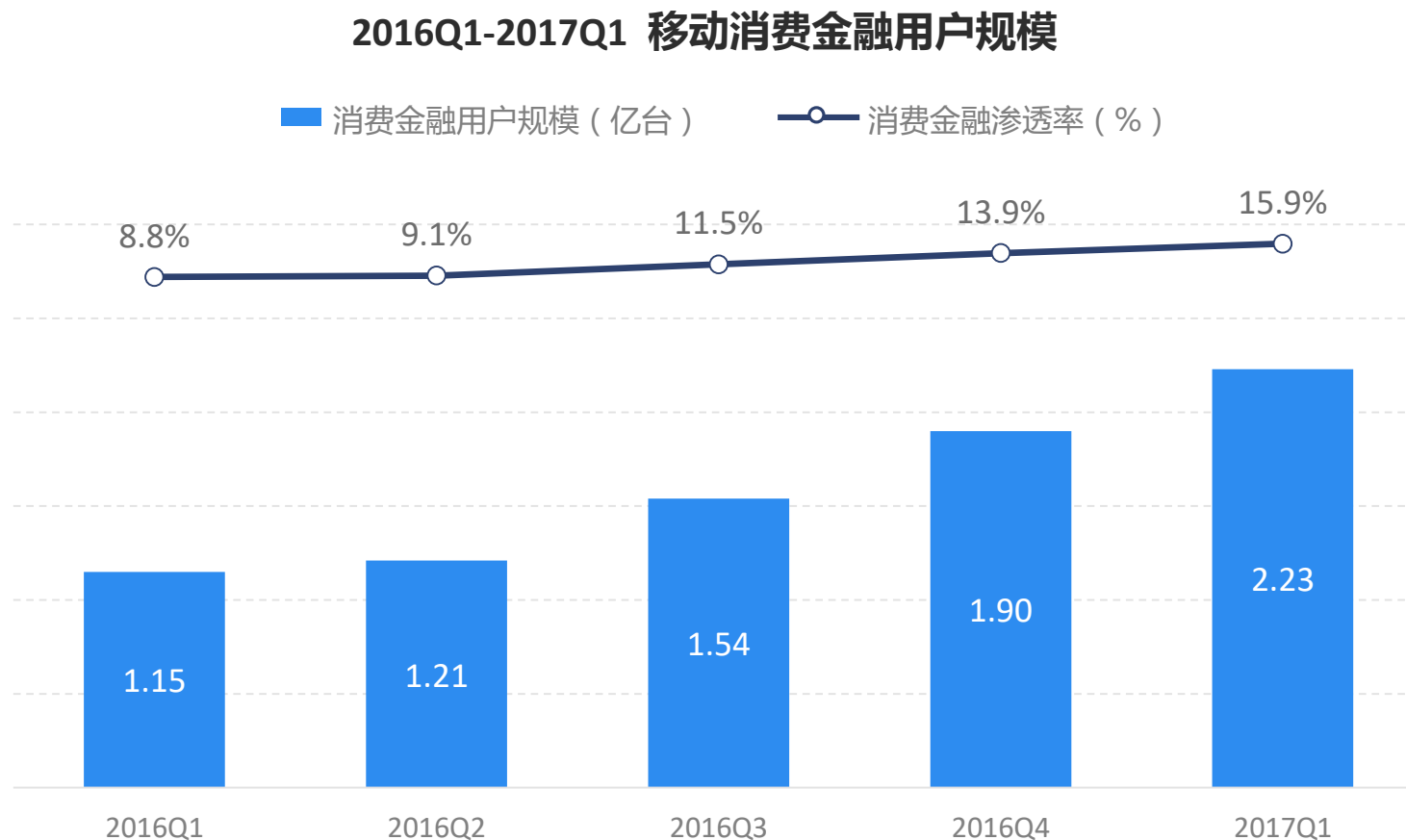
传统消费金融 vs 互联网消费金融 对比分析

	目标客户	业务模式	审批模式	资金	监管水平
传统消费金融	主要面向央行有征信记录的客户	服务网点众多，有深厚的实体服务基础，以线下服务为主，且通过线下向线上引流	依据成熟征信和风控体系进行审批，审批速度较慢	资金来源与运用可以直接对接，成本较低	较高
互联网消费金融	主要面向央行征信记录缺失或者传统消费金融不够重视的长尾客户	基本无实体网点，以线上服务为主，同时通过线上积极向线下拓展	通过大数据技术，对客户基本信息、消费数据、行为信息等多维数据进行交叉验证，以此进行审批，审批速度较快	资金成本较高	较低

数据来源：公开资料收集整理；注：本报告中所指的消费金融指的是除房贷外，其他消费性质的贷款。

移动消费金融用户达到2.23亿

截至2017年3月，我国移动消费金融用户规模达到2.23亿，同比增长近一倍；消费金融在移动用户中快速渗透，其渗透率由2016Q1的8.8%迅速增长为2017年的15.9%，移动端成为消费金融的重要战地。



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心；注：1、移动消费金融用户指安装有消费金融相关应用的移动智能终端设备总数；2、消费金融渗透率=移动消费金融用户规模/移动整体用户规模*100%。

移动消费金融应用行业图谱

移动消费金融应用大致可以分为传统消费金融和互联网消费金融两大类，其中，传统消费金融主要指银行信用卡；互联网消费金融根据其是否与特定消费场景相结合，可分为无场景和场景化消费金融，无场景消费金融主要指现金贷，场景化消费金融包括网购分期、教育分期和旅游分期等；另外，大学生分期针对大学生群体发放消费信贷，即包括部分无场景应用，又包括部分大学生购物分期应用。

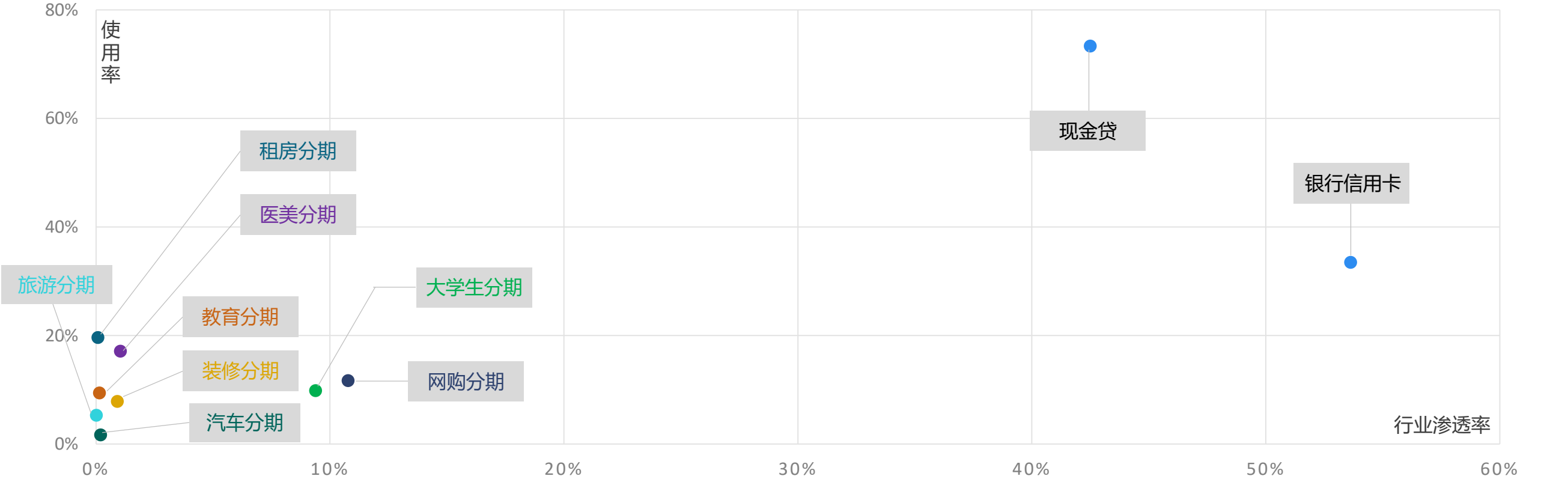


数据来源：公开资料收集整理；注：以上仅为应用示例，不包括所有参与者，排名不分先后。

银行信用卡应用行业渗透率较高，现金贷应用使用率较高

从各类消费金融应用的行业渗透率&使用率分布来看，银行信用卡应用行业渗透率较高，现金贷应用使用率较高；而面向特定消费场景的各类分期应用行业渗透率和应用使用率都相对较低，其仍处于用户培育阶段，未来有较多可提升空间。

各类消费金融应用 行业渗透率&使用率矩阵图



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台；注：1、行业渗透率=某类型应用覆盖用户/移动消费金融整体覆盖用户*100%；2、使用率=某类应用活跃率/该类应用覆盖率*100%。

2

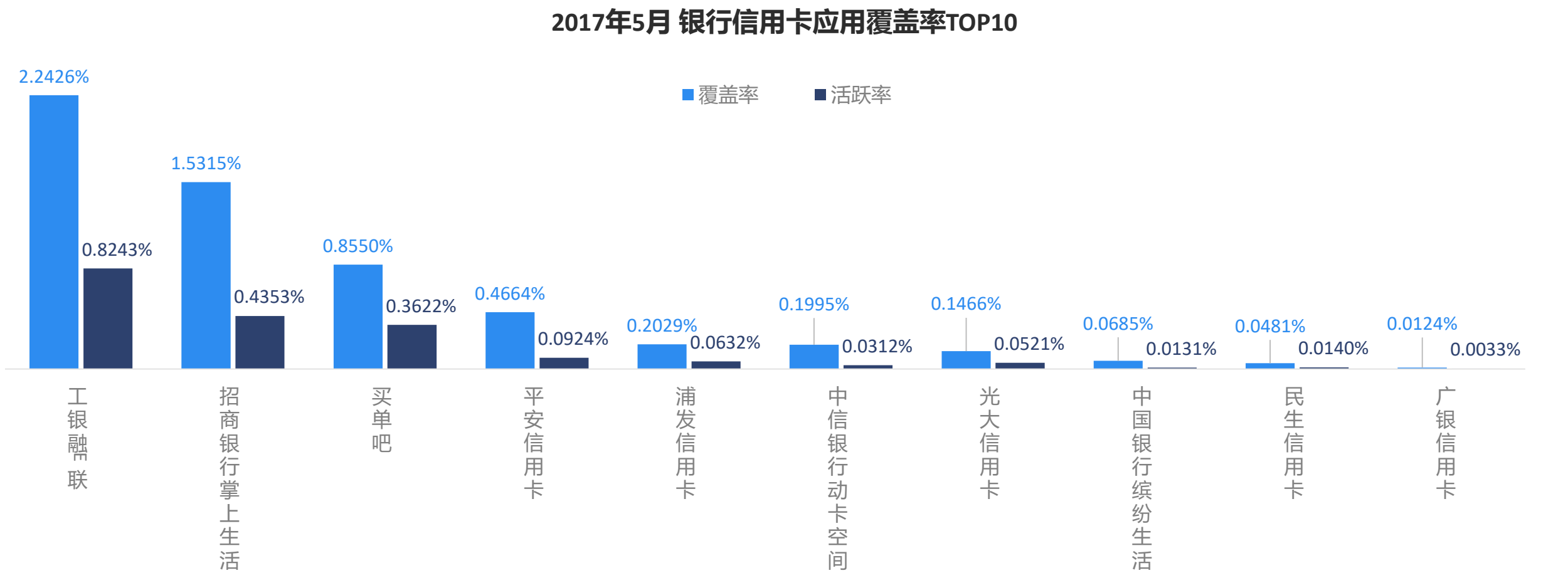
消费金融细分行业应用分析

- 银行信用卡
- 现金贷
- 网购分期
- 大学生分期
- 其他分期



银行信用卡应用覆盖TOP10

银行信用卡应用中，工银融E联的覆盖率和活跃率均排在首位，其次是招商银行掌上生活。



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年5月，安卓平台

工银融E联和招商银行掌上生活都与买单吧具有较高关联度

工银融E联的同类关联应用中，买单吧与其关联度最高，其次是招商银行掌上生活；招商银行掌上生活与买单吧关联度最高，而买单吧与招商银行掌上生活关联度也最高，二者用户重合度较高。

2017年4月 银行信用卡应用同类关联应用TOP5



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台；注：关联度=某个移动应用的用户同时安装了另外一款应用的设备数量/该应用用户的设备数量*100%。

2

消费金融细分行业应用分析

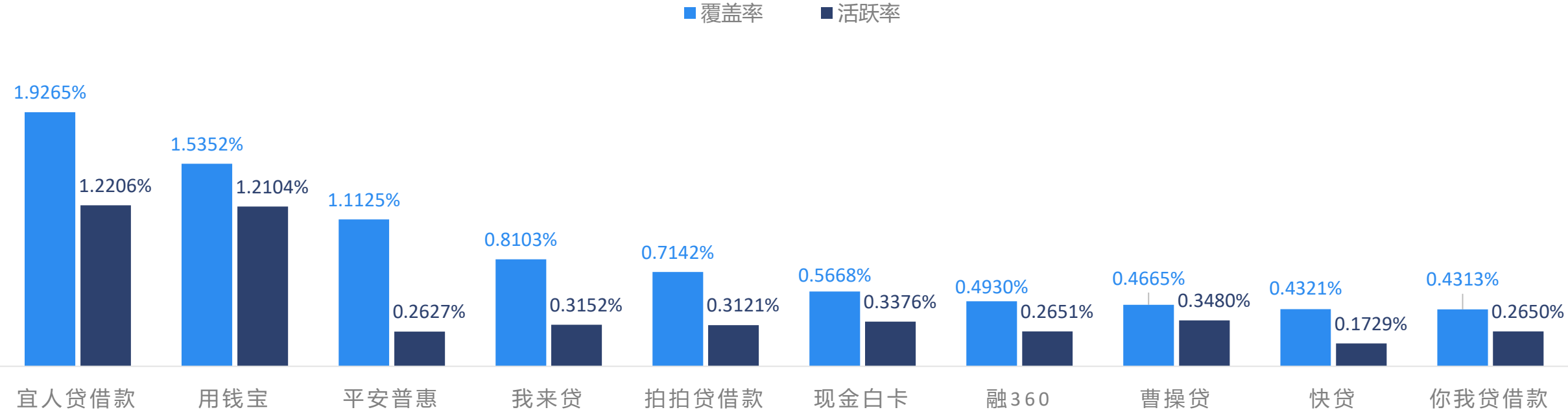
- 银行信用卡
- 现金贷
- 网购分期
- 大学生分期
- 其他分期



现金贷应用覆盖TOP10

现金贷应用中，宜人贷借款的覆盖率和活跃率都排在第一位，其次是用钱宝。

2017年5月 现金贷应用覆盖率TOP10

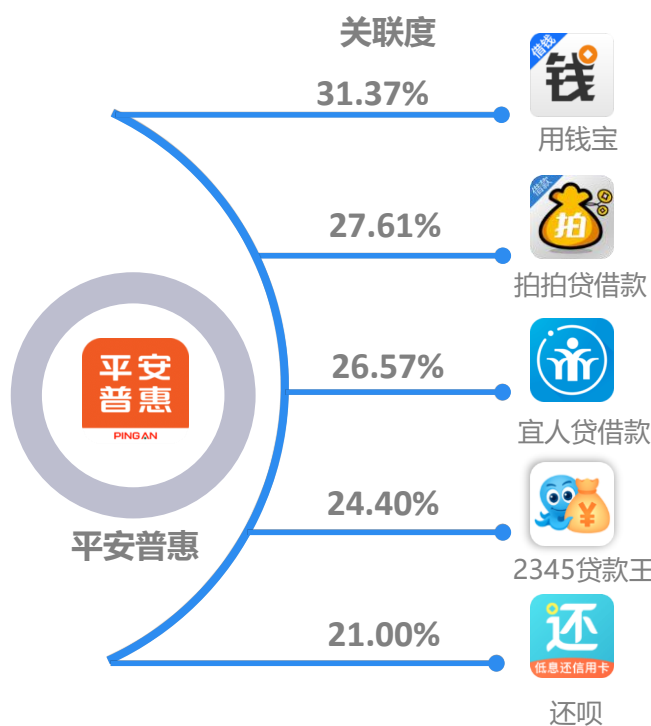
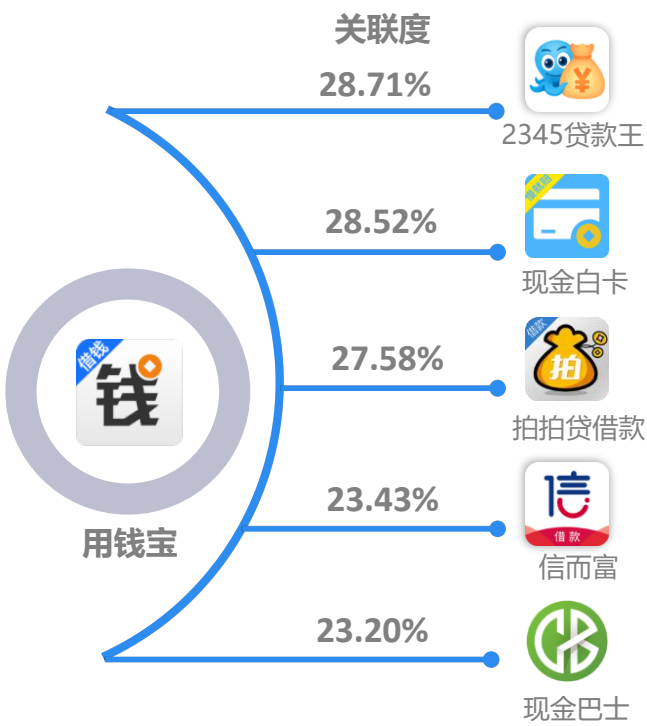
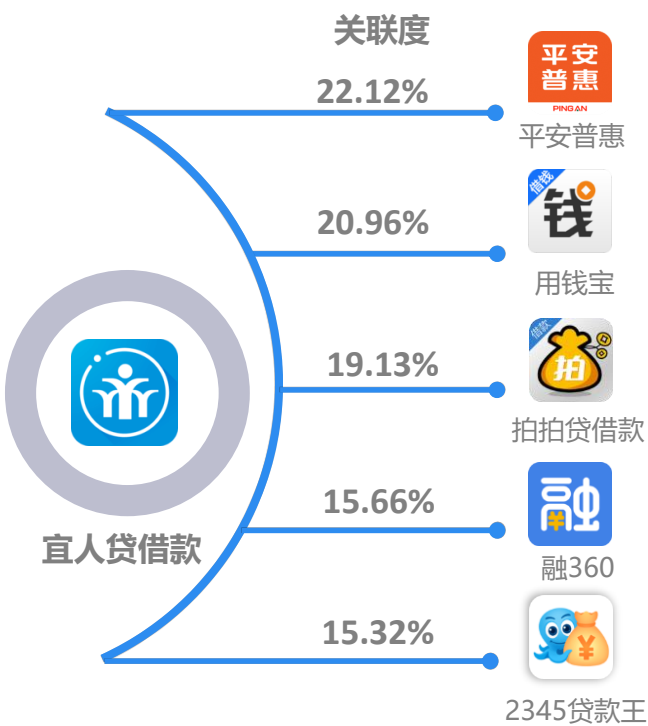


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年5月，安卓平台

较多现金贷用户中存在多头借贷的现象

宜人贷借款的同类关联应用中，平安普惠与其关联度最高；用钱宝的同类关联应用中，2345贷款王与其关联度最高；平安普惠的同类关联应用中，用钱宝与其关联度最高。上述三款应用中，用钱宝和平安普惠的TOP5关联应用关联度之和超过100%，宜人贷借款的TOP5关联应用关联度之和亦将近100%，可知部分用户安装3款以上现金贷应用，现金贷用户中存在多头借贷的现象。

2017年4月 现金贷应用同类关联应用TOP5



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台；注：关联度=某个移动应用的用户同时安装了另外一款应用的设备数量/该应用用户的设备数量*100%。

2

消费金融细分行业应用分析

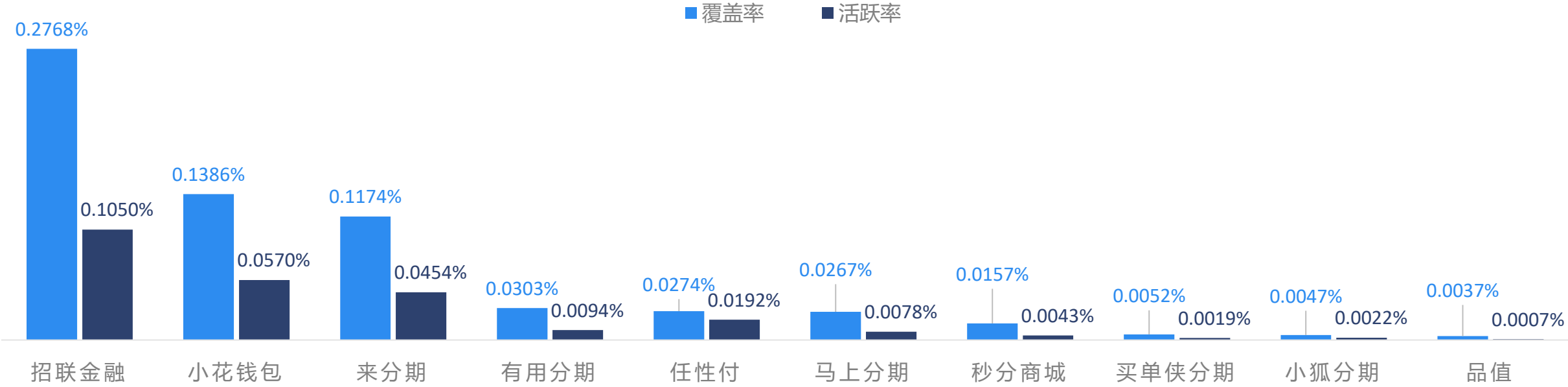
- 银行信用卡
- 现金贷
- 网购分期
- 大学生分期
- 其他分期



网购分期应用覆盖TOP10

网购分期应用中，招联金融的覆盖率和活跃率均排在首位，其次是小花钱包。

2017年5月 网购分期应用覆盖率TOP10

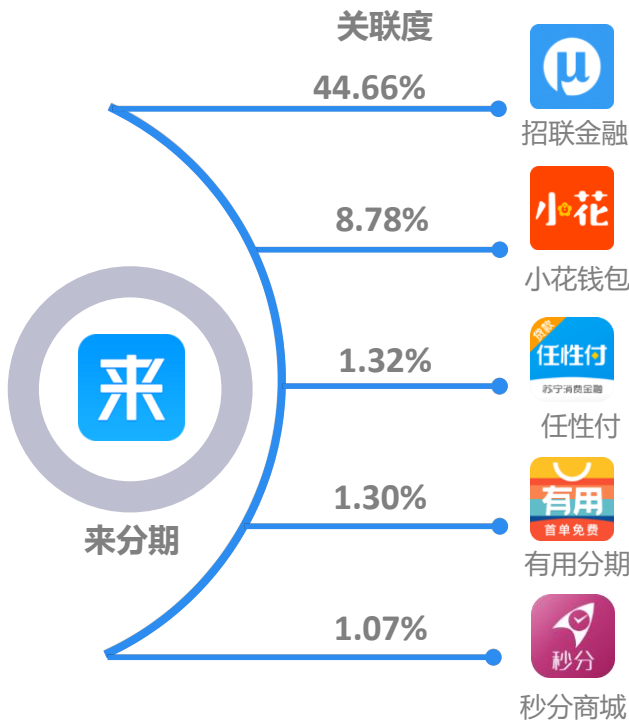
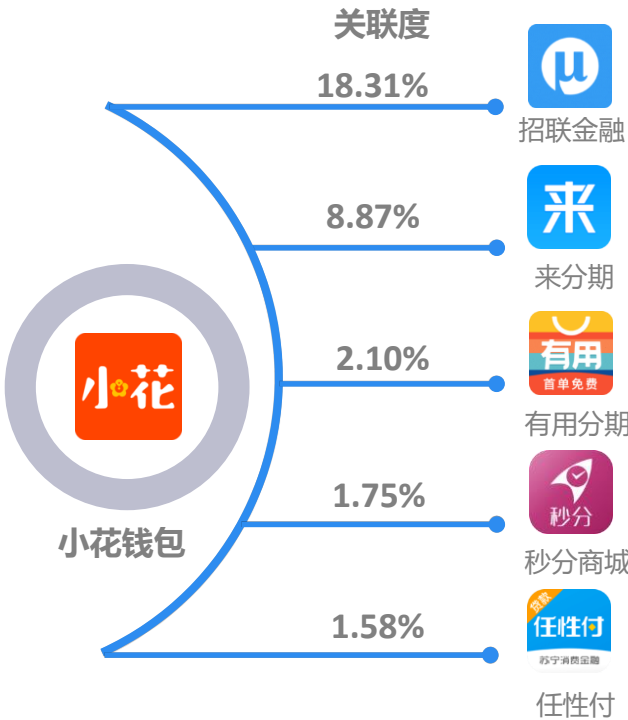
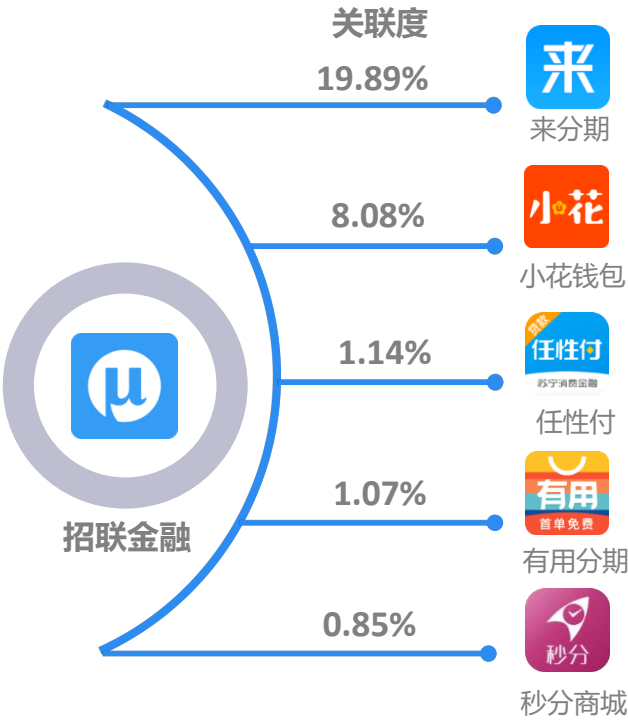


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年5月，安卓平台

来分期与招联金融的重合用户较多

招联金融的同类关联应用中，来分期与其关联度最高；小花钱包的同类关联应用中，招联金融与其关联度最高；来分期的同类关联应用中，招联金融与其关联度最高，达到44.66%，来分期与招联金融重合用户较多。

2017年4月 网购分期应用同类关联应用TOP5



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台；注：关联度=某个移动应用的用户同时安装了另外一款应用的设备数量/该应用用户的设备数量*100%。

2

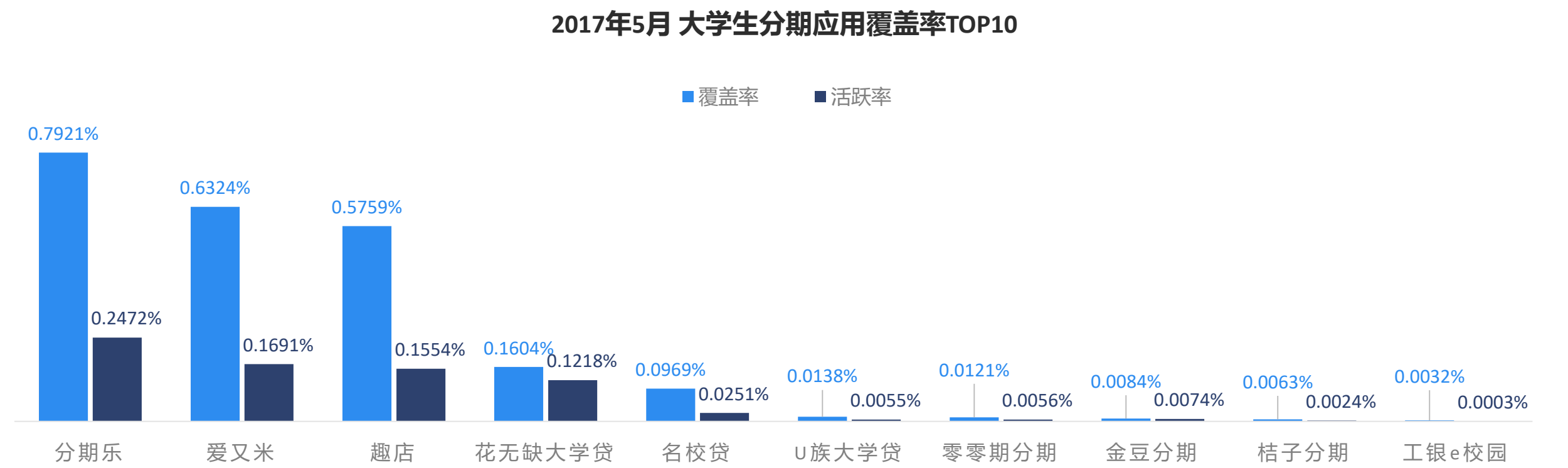
消费金融细分行业应用分析

- 银行信用卡
- 现金贷
- 网购分期
- 大学生分期
- 其他分期



大学生分期应用覆盖TOP10

大学生分期应用中，分期乐的覆盖率和活跃率最高，其次是爱又米（原“爱学贷”）。

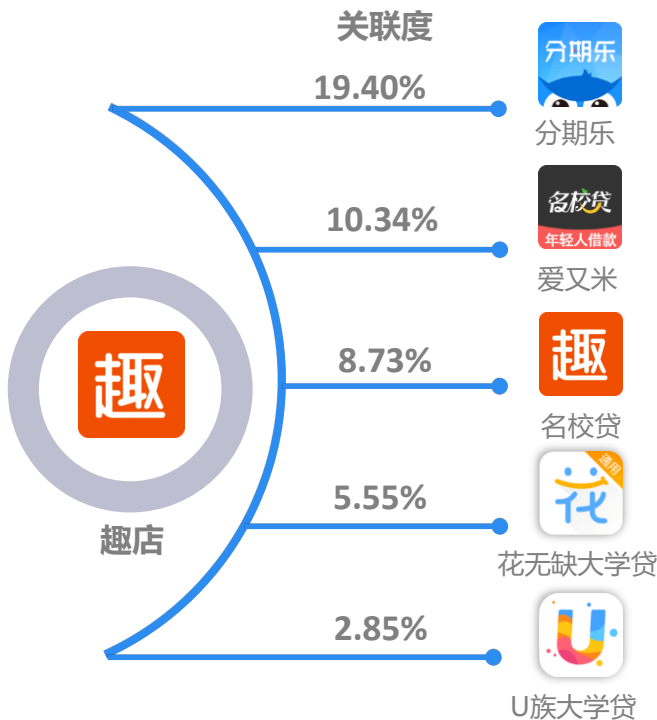
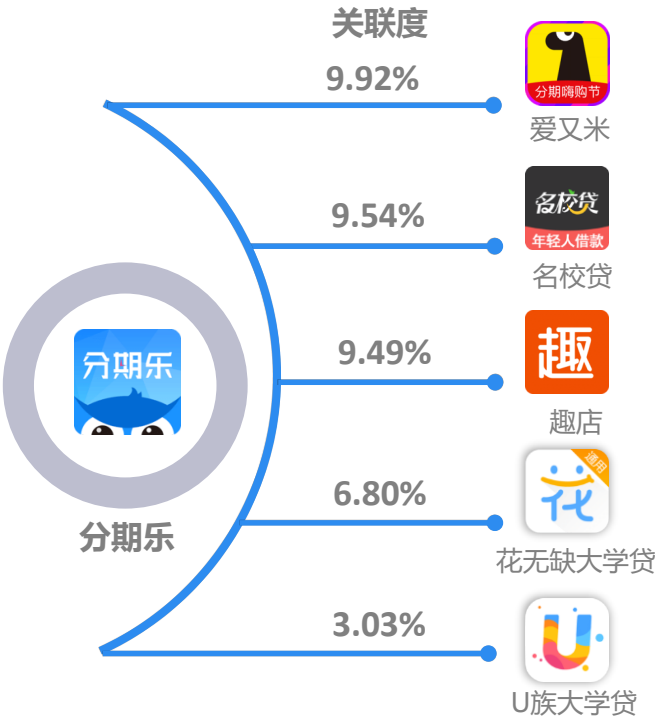


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年5月，安卓平台

爱又米和趣店与分期乐的重合用户都较多

分期乐的同类关联应用中，爱又米与其关联度最高；爱又米的同类关联应用中，分期乐与其关联度最高，为20.11%；趣店（原“趣分期”）的同类关联应用中，分期乐与其关联度最高，为19.40%；综上，可知，爱又米和趣店与分期乐的重合用户都较多。

2017年4月 大学生分期应用同类关联应用TOP5



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台；注：关联度=某个移动应用的用户同时安装了另外一款应用的设备数量/该应用用户的设备数量*100%。

2

消费金融细分行业应用分析

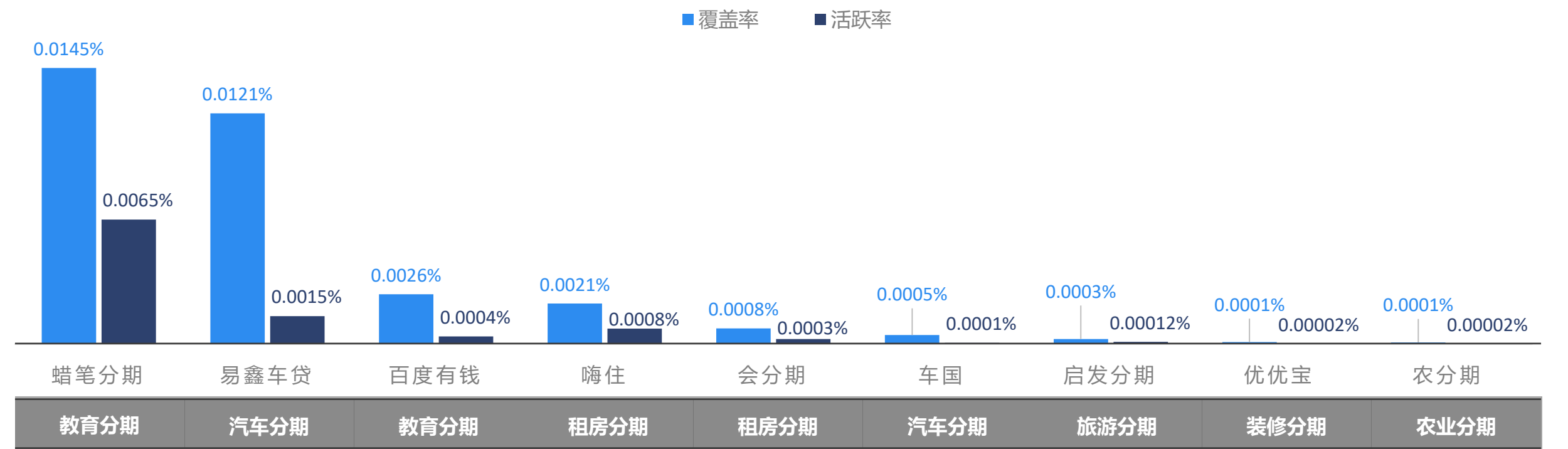
- 银行信用卡
- 现金贷
- 网购分期
- 大学生分期
- 其他分期



汽车、教育、租房等其他分期应用还处于发展初期

其他各类分期应用中，教育分期应用——蜡笔分期的覆盖率和活跃率最高，其次是汽车分期应用——易鑫车贷；整体来看，汽车、教育、租房等其他分期应用用户较少，仍处于发展初期。

2017年5月 其他分期应用覆盖率排名



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年5月，安卓平台

3

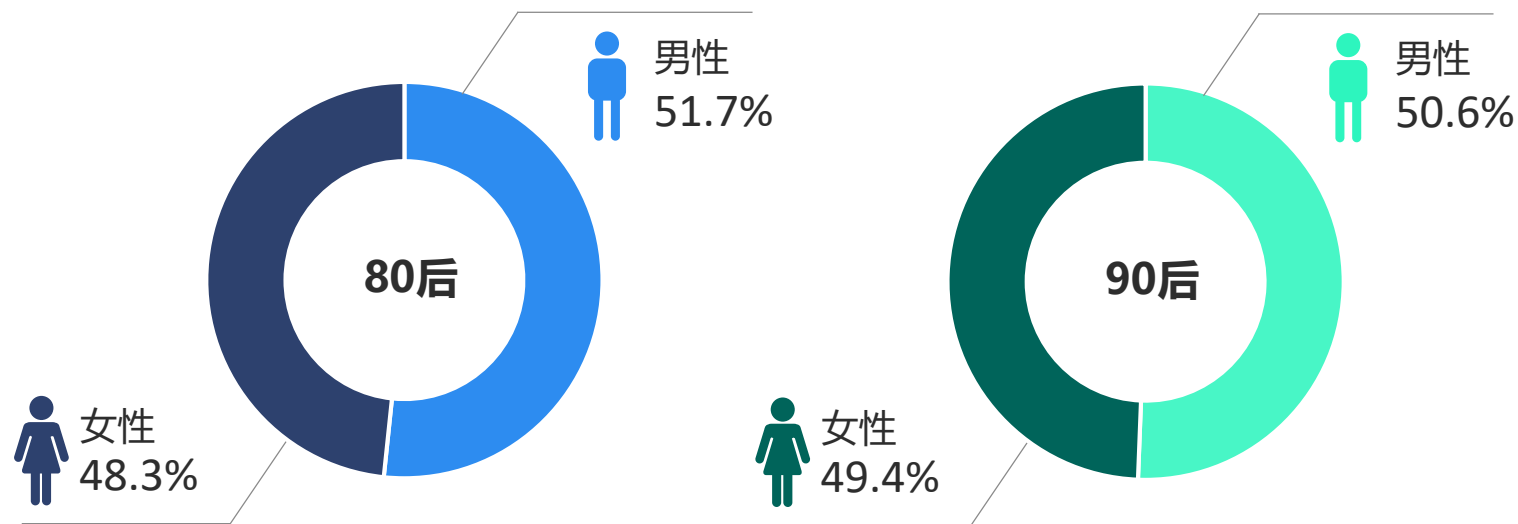
消费金融特定用户人群洞察

- 银行信用卡用户
- 现金贷用户
- 医美分期用户

信用卡用户性别分布较为均衡

80后和90后银行信用卡用户性别分布均较为均衡，其中，90后银行信用卡用户女性占比49.4%，高于80后银行信用卡女性用户占比，90后女性用户使用信用卡进行消费的需求更强烈。

80后&90后银行信用卡用户性别分布

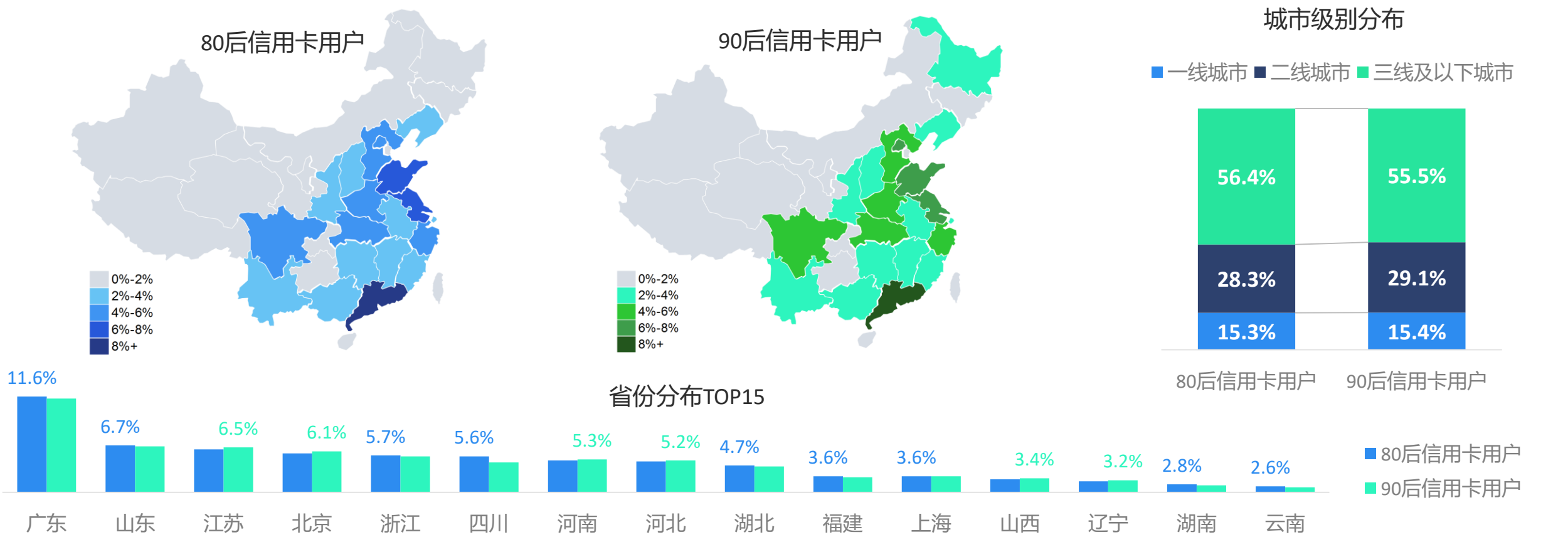


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月

90后信用卡用户较多来自一线和二线城市

从省份分布来看，80后信用卡用户在广东、山东、浙江和四川等省份占比高于90后信用卡用户，而90后信用卡用户在江苏、北京、河南与河北等省份占比较高；从城市级别分布来看，80后、90后信用卡用户均有一半以上来自三线及以下城市，相对而言，80后信用卡用户较多来自于三线及以下城市，90后信用卡用户较多来自一线和二线城市。

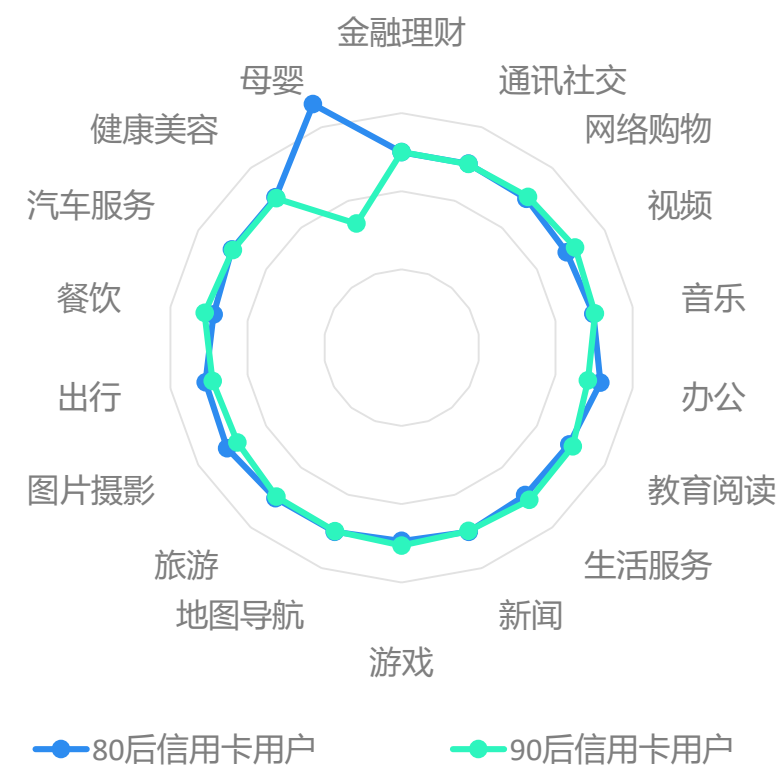
80后&90后银行信用卡用户地域分布



80后信用卡用户偏爱母婴应用，90后信用卡用户偏爱视频应用

80后银行信用卡用户相对偏爱母婴、办公、图片摄影和出行等类型的应用，90后银行信用卡用户则相对偏爱视频、餐饮和网络购物等类型的应用。

80后&90后银行信用卡用户不同类型应用偏好



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台数据

80后信用卡用户相对偏好宝宝树孕育、WPS Office等应用

80后银行信用卡用户在母婴应用中相对偏好宝宝树孕育，在办公应用中相对偏好WPS Office；90后银行信用卡用户在视频应用中相对偏好腾讯视频，在餐饮应用中相对偏好大众点评。

80后&90后银行信用卡用户应用偏好TOP5

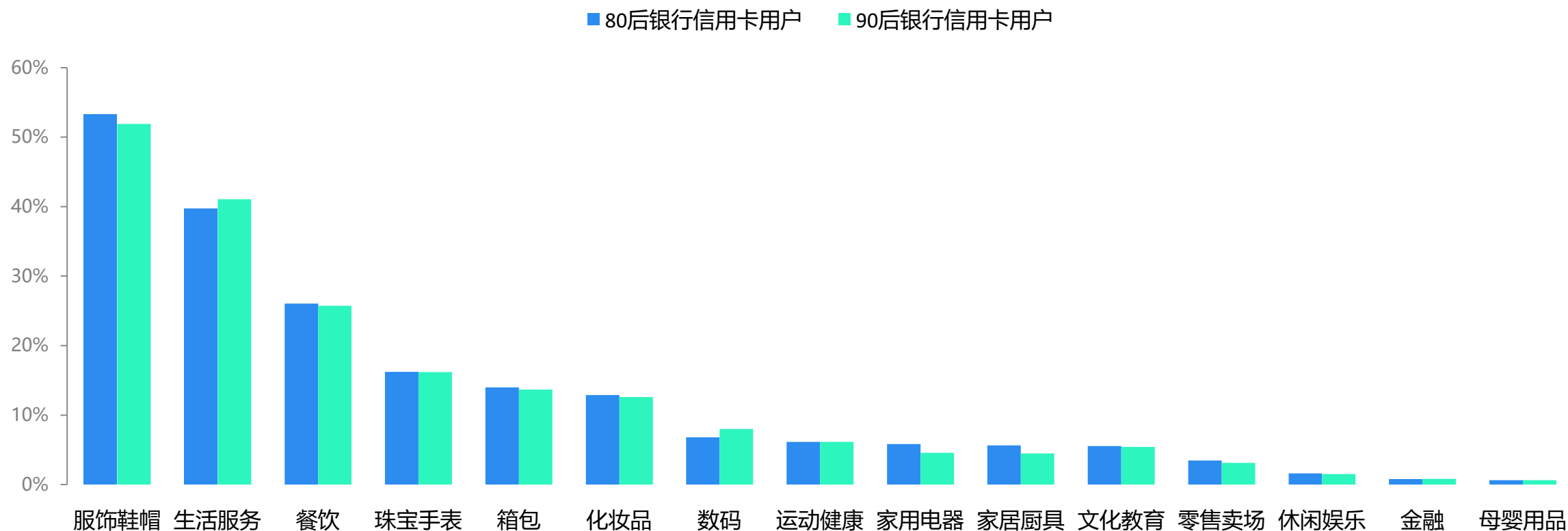
排名	80后信用卡用户母婴偏好	排名	80后信用卡用户办公偏好	排名	90后信用卡用户视频偏好	排名	90后信用卡用户餐饮偏好
1	 宝宝树孕育	1	 WPS Office	1	 腾讯视频	1	 大众点评
2	 妈妈帮	2	 QQ邮箱	2	 爱奇艺视频	2	 饿了么
3	 贝贝	3	 NearMe云笔记	3	 优酷视频	3	 美团外卖
4	 亲宝宝	4	 网易邮箱	4	 快手	4	 百度外卖
5	 宝宝知道	5	 Microsoft Word	5	 乐视视频	5	 下厨房

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台数据

80后信用卡用户偏爱服饰鞋帽，90后信用卡用户偏爱生活服务

从不同用户的线下消费偏好来看，80后银行信用卡用户相对偏好服饰鞋帽、家用电器和家居厨具等品类，90后银行信用卡用户相对偏好生活服务和数码等品类。

80后&90后银行信用卡用户线下消费偏好



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月

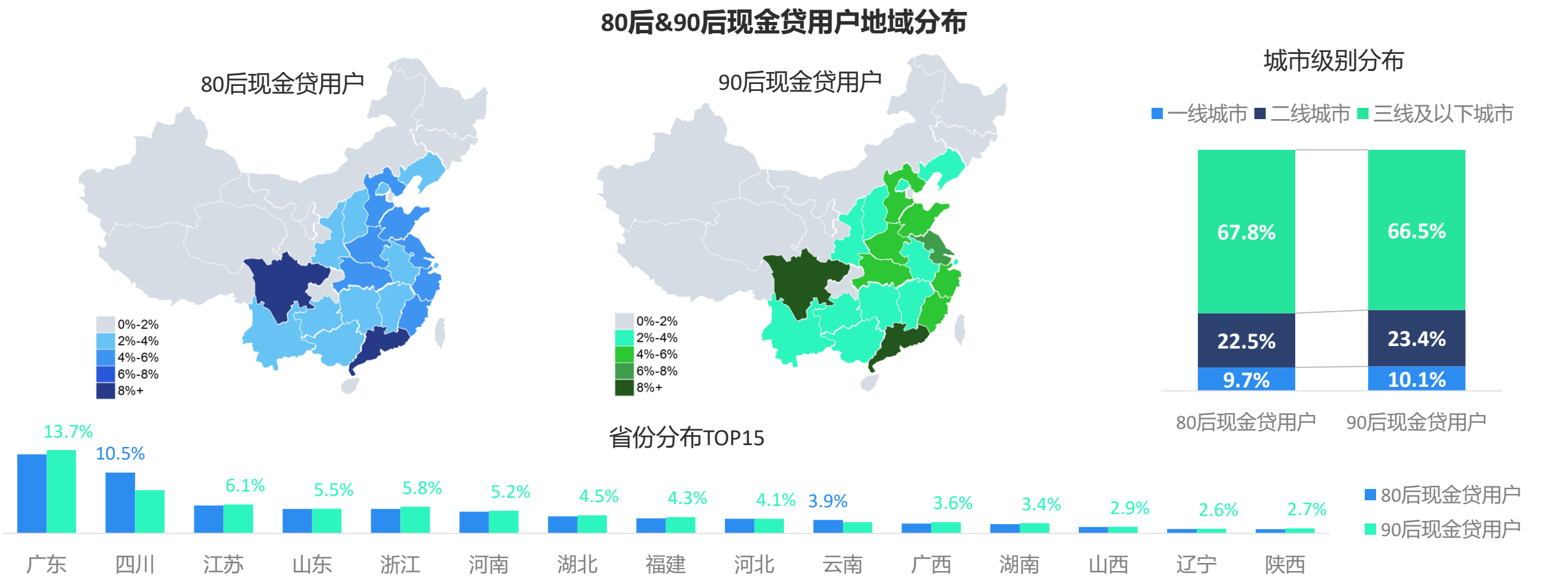
3

消费金融特定用户人群洞察

- 银行信用卡用户
- 现金贷用户
- 医美分期用户

80后现金贷用户主要来自三线及以下城市

从省份分布来看，80后现金贷用户在四川和云南等内陆省份占比高于90后现金贷用户，而90后现金贷用户在广东、江浙、山东等沿海省份占比较高；从城市级别分布来看，现金贷用户主要来自三线及以下城市，相对而言，三线及以下城市中，80后对于现金贷的接受度更高，而一线和二线城市中，90后用户对于现金贷的接受度更高。

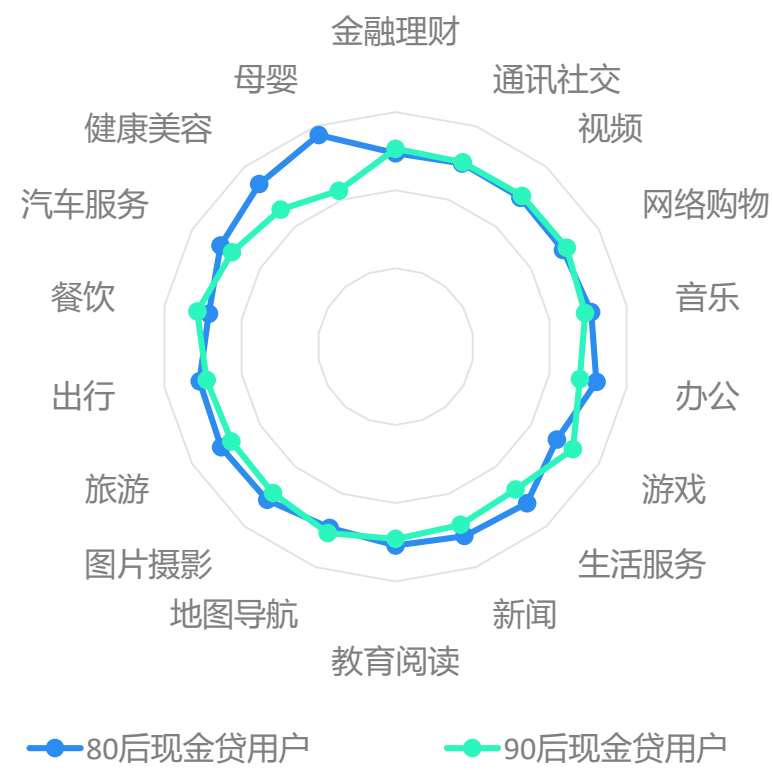


数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月

80后现金贷用户偏爱健康美容应用，90后现金贷用户偏爱游戏应用

80后现金贷用户相对偏爱母婴、健康美容、汽车服务和生活服务等类型的应用，90后现金贷用户则相对偏爱游戏、餐饮、网络购物和地图导航等类型的应用。

80后&90后现金贷用户不同类型应用偏好



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台数据

90后现金贷用户相对偏好王者荣耀、大众点评等应用

80后现金贷用户在健康美容应用中相对偏好悦动圈，在汽车服务应用中相对偏好汽车之家；90后现金贷用户在游戏应用中相对偏好王者荣耀，在餐饮应用中相对偏好大众点评。

80后&90后现金贷用户应用偏好TOP5

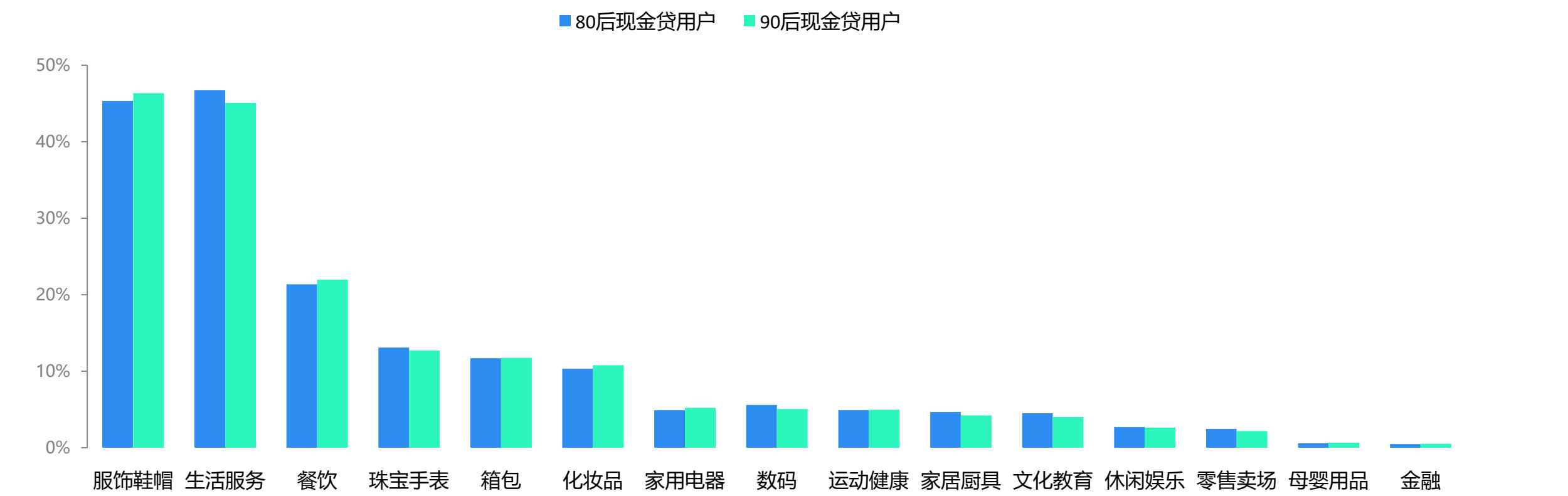
排名	80后现金贷用户健康美容偏好	排名	80后现金贷用户汽车服务偏好	排名	90后现金贷用户游戏偏好	排名	90后现金贷用户餐饮偏好
1	 悦动圈	1	 汽车之家	1	 王者荣耀	1	 大众点评
2	 Keep	2	 汽车报价大全	2	 欢乐斗地主	2	 饿了么
3	 美柚	3	 交管12123	3	 开心消消乐	3	 美团外卖
4	 小米运动	4	 易车	4	 球球大作战	4	 百度外卖
5	 s健康	5	 瓜子二手车	5	 欢乐麻将	5	 下厨房

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月，安卓平台数据

80后现金贷用户偏爱生活服务，90后现金贷用户偏爱服饰鞋帽

从不同用户的线下消费偏好来看，80后现金贷用户相对偏好生活服务、珠宝手表、数码和家居厨具等品类，90后现金贷用户相对偏好服饰鞋帽、餐饮和化妆品等品类。

80后&90后现金贷用户线下消费偏好



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，2017年4月

3

消费金融特定用户人群洞察

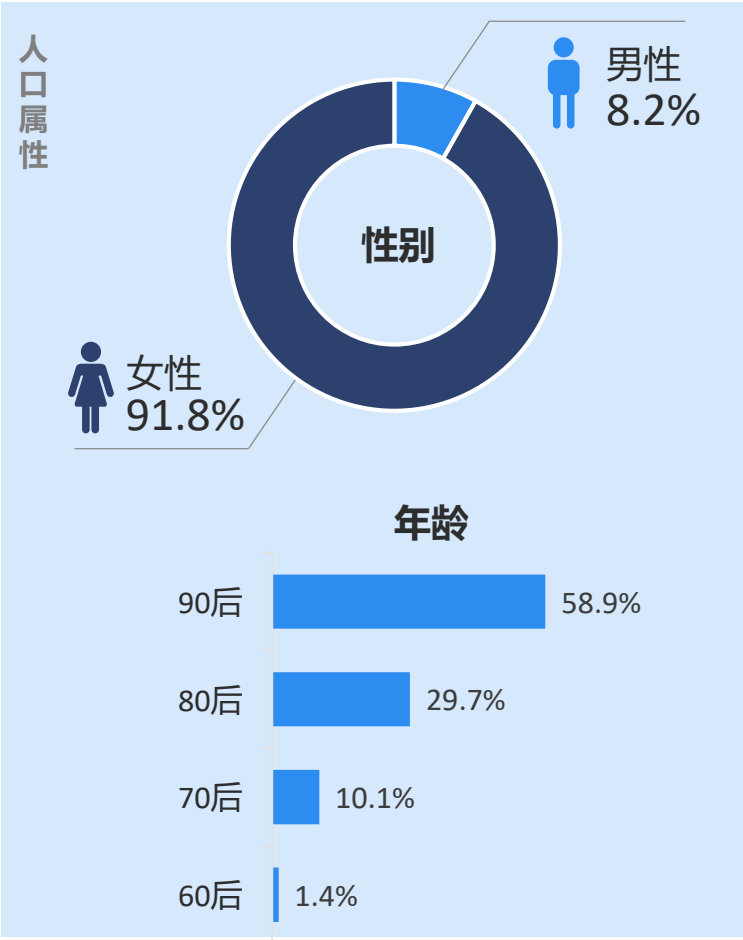
- 银行信用卡用户
- 现金贷用户
- 医美分期用户

年轻女性是医美分期消费主力，文娱从业者最舍得为美丽买单

医美分期用户中，女性占比超过9成，女性用户是医美分期主力军；从年龄分布来看，90后占比近6成，80后用户占比近3成，医美分期用户年轻化。

医美分期用户人均消费1.36万；从职业分布来看，媒体/体育/娱乐等领域的文娱从业者在医美分期行业人均消费金额最高，为17323元，文娱从业者最舍得为美丽买单。

医美分期用户人口属性&消费情况

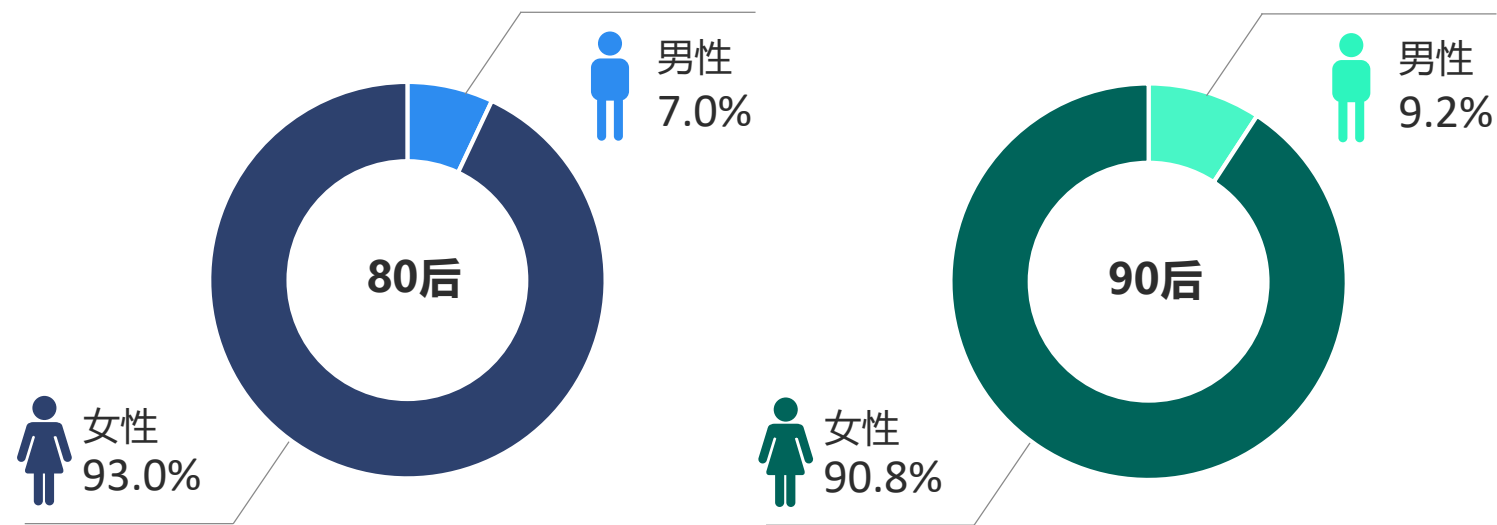


数据来源：米么金服，2017Q1；

医美分期男性用户更趋于年轻化

80后、90后医美分期用户中，女性用户比例均超过9成，女性用户是医美分期消费主力；而90后医美分期男性用户占比9.2%，高于80后医美分期男性用户比例，医美分期在90后男性用户中接受度略高，医美分期男性用户更趋年轻化。

80后&90后医美分期用户性别分布



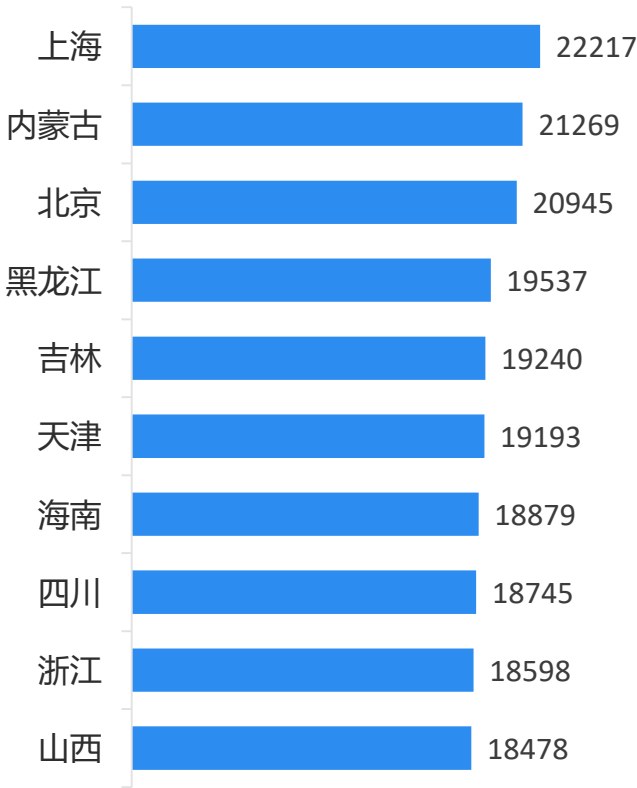
数据来源：米么金服，2017Q1；

80后为整容的消费高于90后；上海用户最敢为整容消费

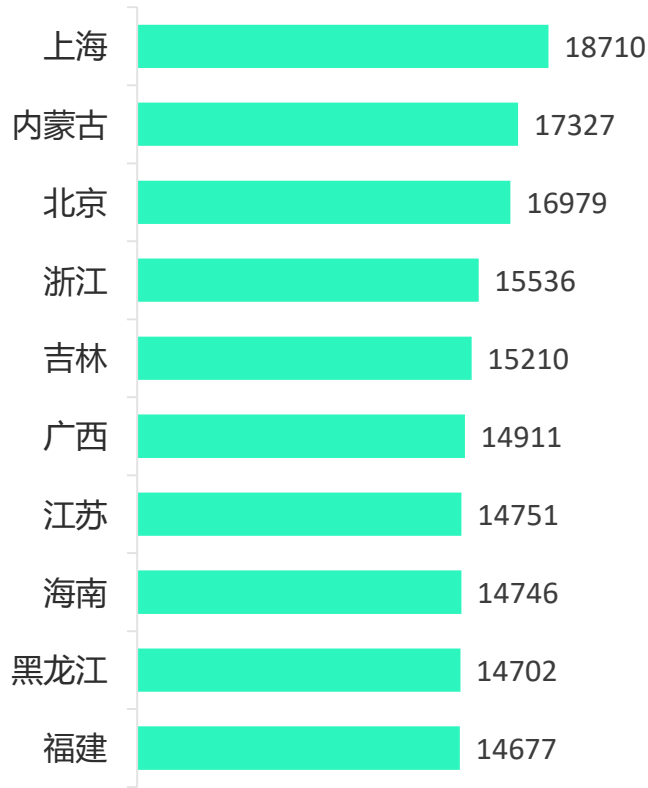
80后、90后医美分期用户人均消费TOP3省份一致，均为上海、内蒙古和北京，其中，上海用户最敢为整容消费，其医美人均消费最高；而80后或许由于财富积累多于90后、消费能力更强，其在医美分期的人均消费亦高于90后医美分期用户。

80后&90后医美分期用户人均消费省份TOP10

80后医美分期用户人均消费TOP10



90后医美分期用户人均消费TOP10



数据来源：米么金服，2017Q1；

80后医美用户爱丰胸，90后医美用户爱瘦脸

鼻综合整形、切开双眼皮和开内外眼角分别是医美分期用户最偏爱的3个医美项目，此外，90后医美分期用户偏爱打瘦脸针，80后医美分期用户偏爱假体隆胸，可见，80后、90后对于美丽的追求大体相同、微处存异，双眼皮、大眼睛、高鼻梁是其一致诉求，而80后更爱大胸，90后更爱小脸。

80后&90后医美分期用户偏爱医美项目TOP10

排名	80后偏爱医美项目	用户占比
1	鼻综合整形	9.96%
2	切开双眼皮	7.64%
3	开内外眼角	4.42%
4	假体隆鼻	4.19%
5	假体隆胸	3.82%
6	激光	3.67%
7	瘦脸针	3.45%
8	眼部综合	3.07%
9	玻尿酸隆鼻	2.77%
10	韩式定点双眼皮	2.55%

排名	90后偏爱医美项目	用户占比
1	鼻综合整形	9.35%
2	切开双眼皮	6.11%
3	开内外眼角	4.34%
4	瘦脸针	3.69%
5	假体隆鼻	3.37%
6	韩式定点双眼皮	3.01%
7	玻尿酸隆鼻	2.96%
8	眼部综合	2.52%
9	牙齿矫正	2.06%
10	激光	1.61%

数据来源：米么金服，2017Q1；

4

消费金融行业发展趋势



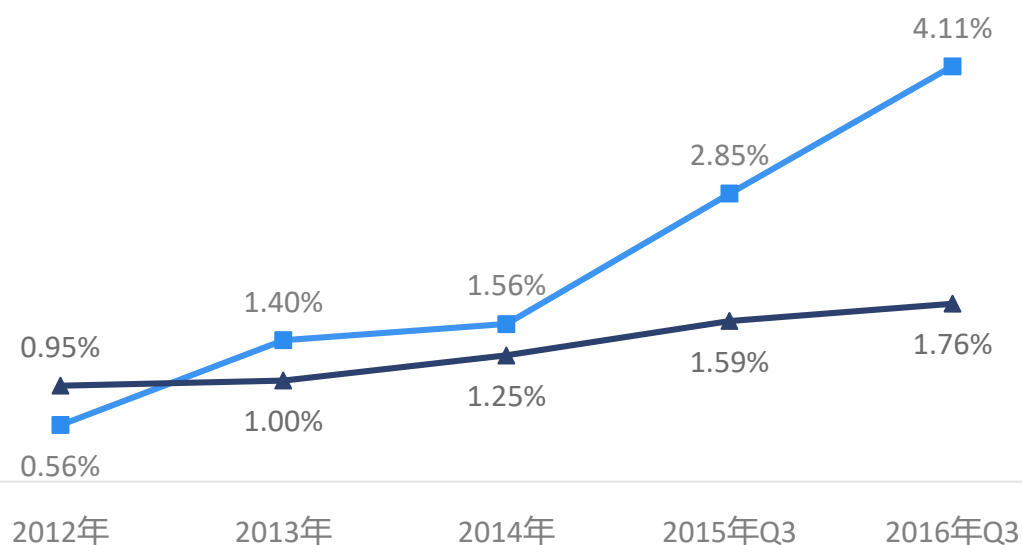
消费金融行业野蛮生长下潜藏风险，对风控和监管提出更高要求

从消费金融公司与商业银行的不良率对比来看，消费金融公司的不良率持续走高，且上涨速度明显高于商业银行，消费金融公司需加强风控水平，抑制不良率持续快速增长；部分消费金融公司在开展业务时，催收手段不规范，导致风险事件频发，相关部门应该加强对非持牌消费金融公司的监管力度。

不良率持续走高

2012-2016年 消费金融公司与商业银行不良率对比

■ 消费金融公司不良率 ▲ 商业银行不良率



风险事件频发

- 2016年11月30日，“裸贷门”事件爆发，大小达到10G的裸条照片被泄露，涉及167名女大学生的裸贷照片和视频；
- 2017年4月，厦门在校大二女学生陷入校园裸贷，无力偿还贷款，不堪还债压力和催收电话骚扰，选择自杀。
- 部分催收机构与债权人签订委托协议后，除电话、短信等手段外，还采用长期盯梢跟踪、扣押贵重物品、电话恐吓家人、泼油漆等手段，有的还采用暴力手段或者非法拘禁，逼迫当事人偿还债务。

裸贷风波

暴力催收

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

数据助力贷前、贷中、贷后等消费金融全过程

从营销、反欺诈、身份验证等贷前审核阶段，到共债分析、信用评估、风险定价等贷中评估阶段，再到监控预警、催收管理等贷后控制阶段，数据已经渗透到消费金融整个流程，为消费金融企业整个贷款流程提供全方位的服务。

贷前控制 目的：找到合格贷款人

营销

- ◆ 针对不同区域、不同用户，进行个性化标签定投服务

反欺诈

- ◆ 黑名单；
- ◆ 黑中介识别；
- ◆ 基于业务规则和消费场景的反欺诈服务；

身份验证

- ◆ 姓名、身份证等信息验证；
- ◆ 行为数据、位置数据等进行用户信息的交叉验证；

贷中控制 目的：根据信用、风险等因素的综合评定结果，给予贷款人合理贷款额度

共债分析

信用评估

- ◆ 利用用户信用风险评级模型进行信用评估；
- ◆ 基于社交、网购、金融、生活服务等消费&行为数据的信用评估。

风险定价

贷后控制 目的：当贷款发生逾期时，通过催收降低损失

监控预警

- ◆ 对还款有威胁的行为进行监控并及时反馈、预警催收，减少逾期率、降低坏账率；






催收管理

- ◆ 失联修复；
- ◆ 资产定价；

专注垂直场景的创业企业独立研发APP未必带来客群的拓展

从消费金融细分行业应用覆盖来看，装修分期覆盖用户较多，但覆盖率也仅有0.118%，教育分期、租房分期等其余应用覆盖用户极为有限；从同比增长来看，装修分期、租房分期和旅游分期覆盖用户均有所减少；综上，可以看出，专注部分垂直场景的创业企业独立研发APP未必带来客群的拓展，而和专注垂直场景的C端企业合作或许是拓展客户的有效方式。

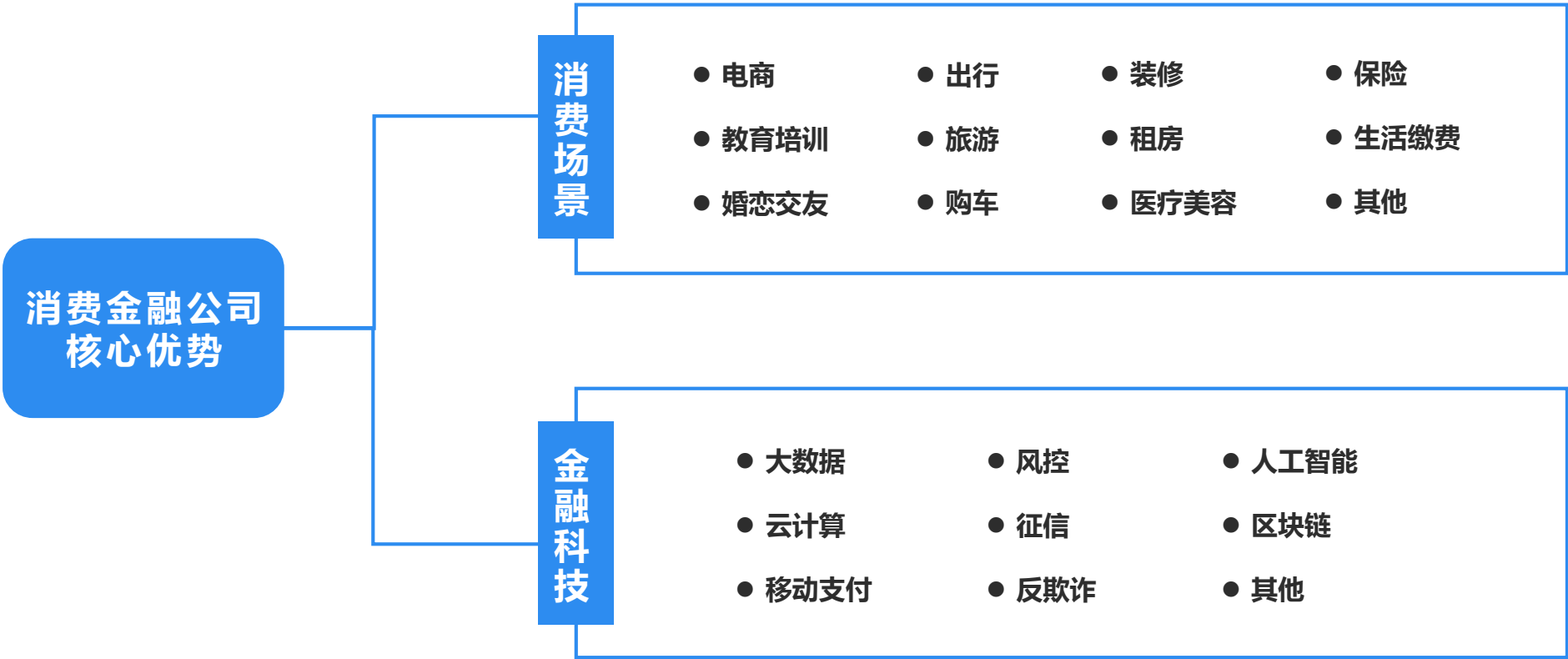
2017年4月 消费金融部分细分行业应用覆盖率&同比增长情况

细分行业	 装修分期	 教育分期	 租房分期	 汽车分期	 旅游分期
应用覆盖率	0.118%	0.019%	0.010%	0.004%	0.002%
同比增速	-3.37%	68.48%	-74.08%	101.14%	-4.33%

数据来演：TalkingData 移动数据研究中心，安卓平台数据；注：某行业应用覆盖率=某类型应用覆盖用户/移动互联网整体覆盖用户*100%。

消费金融产业持续优化，掌握消费场景+金融科技的企业将会胜出

消费金融行业参与者众多、竞争激烈，要想脱颖而出，还需与场景深入结合，比如，京东白条、蚂蚁花呗与电商消费场景充分融合，客群下沉为消费金融导流；而大数据、风控、征信、反欺诈等金融科技可以为消费金融企业筛选优质客户，减少欺诈发生率，降低不良率和逾期率等，为消费金融保驾护航。在消费金融这场激烈争夺的战争中，掌握消费场景+金融科技的企业将会胜出。



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

关于TalkingData

- TalkingData 成立于2011年，致力于用数据改变企业做决策的方式，改善人类自身和环境。目前已完成C轮融资，是中国领先的独立第三方数据服务提供商，在全球开设多个分支机构。
- 融合了互联网“开放精神”和传统IT“严谨服务”的企业文化，为客户提供独树一帜，融创新与严谨为一体，全方位智能数据解决方案。业内独一无二的TalkingData智能数据平台，集海量数据、极致的技术和专业的咨询服务为一体，逐步打造开放的数据生态，为客户带来独特的数据价值。
- 目前，TalkingData智能数据平台覆盖超过6.5亿/月活跃独立智能设备，客户既包括像Google、腾讯、滴滴出行等互联网企业，也包括中国银联、招商银行、欧时力、碧桂园等传统行业巨头。

关于米么金服

- 上海米么金融信息服务有限公司，是一家专注于为年轻女性提供金融服务的消费金融企业，聚焦年轻女性的生活方式，深入剖析群体消费习惯，以解决其消费分期的需求。
- 公司目前拥有600+名员工，全国30多个分部，业务覆盖全国180+座城市。米么金服旗下产品么么钱包已成功占领18-32岁女性用户市场，截止2017年第一季度，平台交易额已突破50亿元，月均交易额增速保持20%，合作商户数千家，注册用户已达数百万，是年轻女性消费者进行分期支付的首选品牌。米么金服源自医美分期市场，持续打造女性线上线下消费金融生态闭环，行业逐步向医疗美容、生活美容、齿科、百货、培训、租房、健身、轻奢等领域扩展。

TalkingData

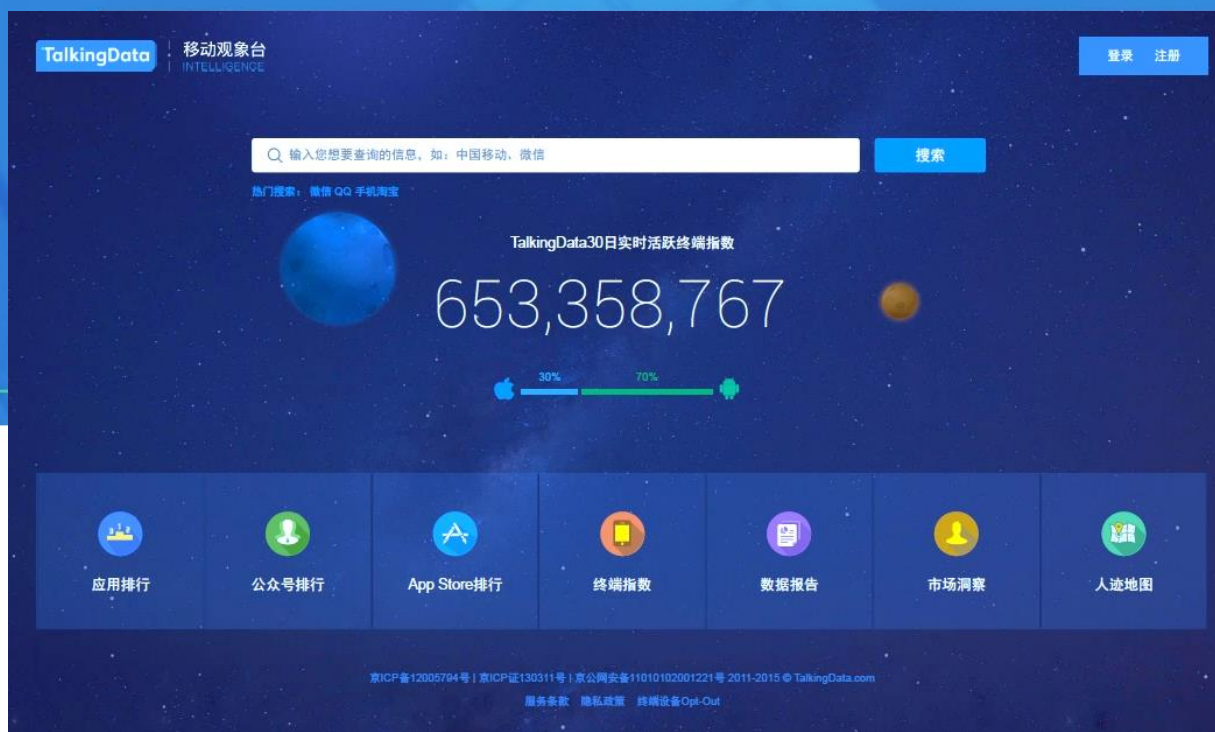


移动观象台

移动观象台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com





微信订阅号



应用排名

洞悉市场动态，提供最新Android应用排行，针对单款应用绘制人群画像



公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行



终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析



市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度



人迹地图

挖掘用户行为轨迹，分类解析品牌受众群体，提供可视化数据解读

谢谢



移动观象台