

中国互联网金融市场专题研究报告2015

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



互联网金融是传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式。按照《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》对于互联网金融各类型的划分，共分为7种（其中消费金融领域研究参见《中国互联网消费金融市场专题研究报告2015》），由于征信作为互联网金融一个重要的支撑点，也放入本报告体系内进行阐述。



目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

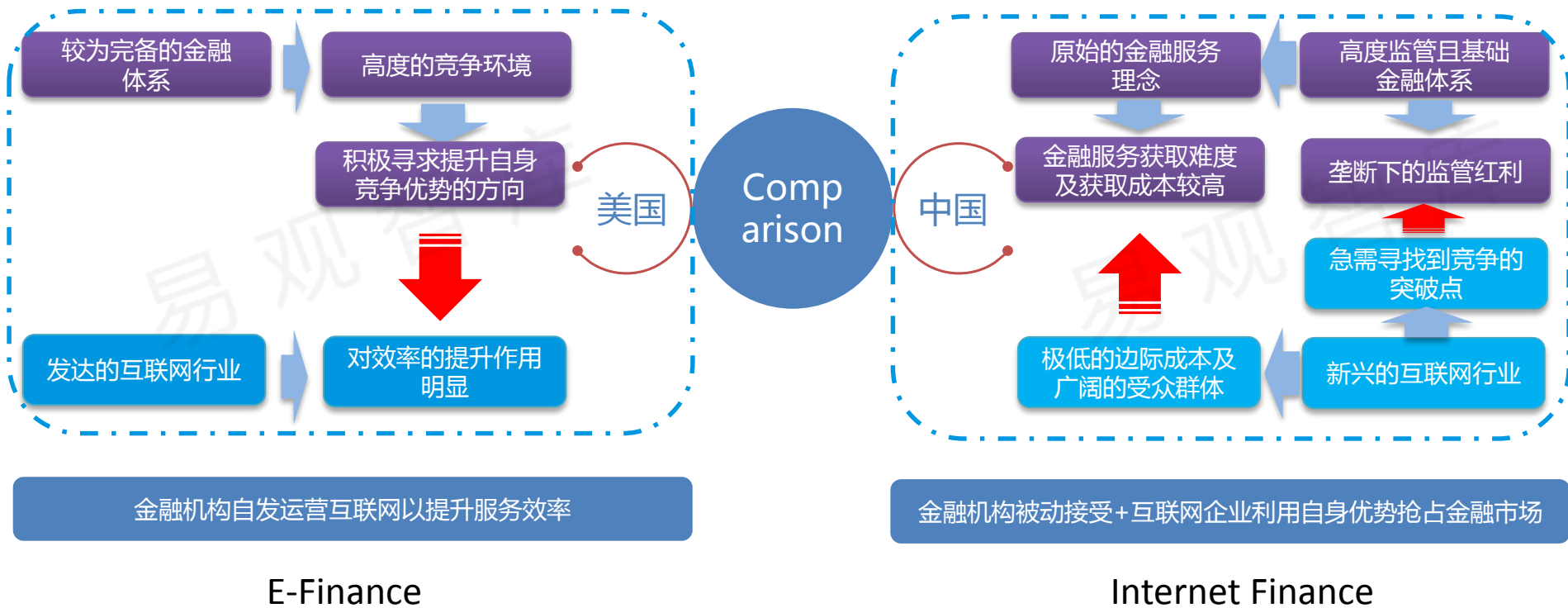
07 征信行业分析

08 典型案例解读

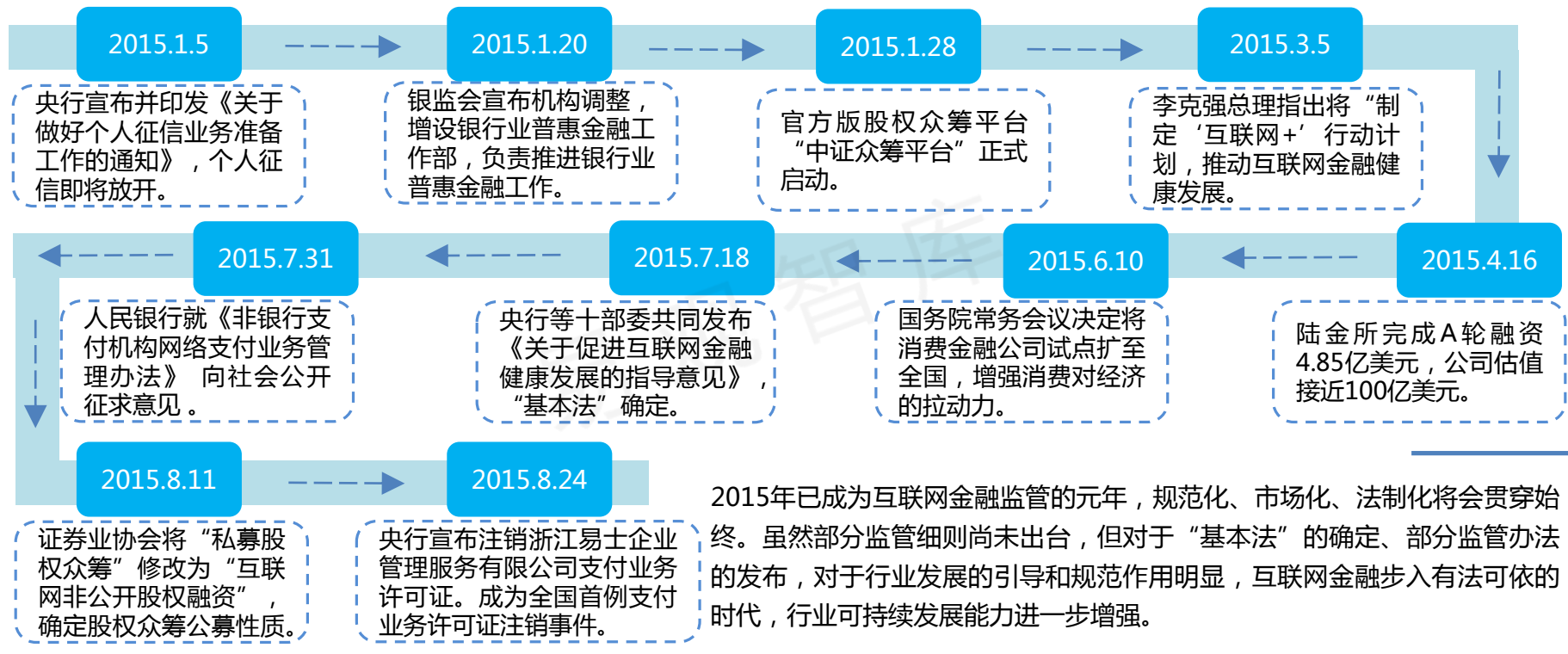
09 未来趋势分析



监管与竞争的差异造就了不同的“互联网金融”



监管元年下，互联网金融行业规范性进一步加强



在满足普惠金融方面，互联网金融更具优势

2013年11月12日，第十八届三中全会通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，正式提出“发展普惠金融，鼓励金融创新，丰富金融市场层次和产品”。普惠金融，就是能够有效、全方位地为社会所有阶层和群体提供服务的金融体系，主要任务就是让列于正规金融体系之外的农户、贫困人群及小微企业，能及时有效地获取价格合理、便捷安全的金融服务。而通过比较发现，现阶段传统的金融服务模式无法满足普惠金融的需求，而互联网金融则更具优势。

传统金融机构的服务方式决定其注重服务高净值客户，而服务基础客户越多，成本压力愈加明显。

遵照20/80原则，主要面对大中型企业、高净值客户



服务客户

依据长尾理论，覆盖尽可能多的客户

主要通过线下网点、人员提供金融服务



服务方式

利用网络覆盖的方式提供简单、标准化的金融服务

通过网点覆盖、专人营销的方式成本较高，提升服务价格



服务价格

利用网络服务的方式，服务客户数量越多，边际成本越低

通过网点覆盖、专人营销的方式进行，效率较低



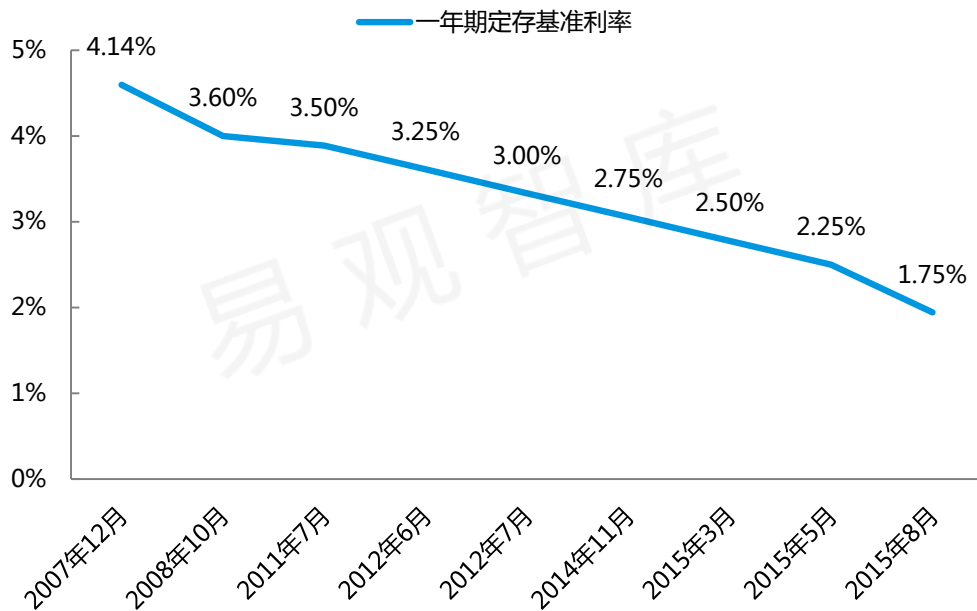
服务效率

通过线上提供服务，获客及服务效率高

互联网金融机构服务的客户数越多，其单个成本就越低，更为符合普惠金融的理念。

企业对于客户需求满足程度不同，构成未来竞争和布局的差异化

2007-2015年中国一年期定存基准利率



© Analysys 易观智库 中国人民银行

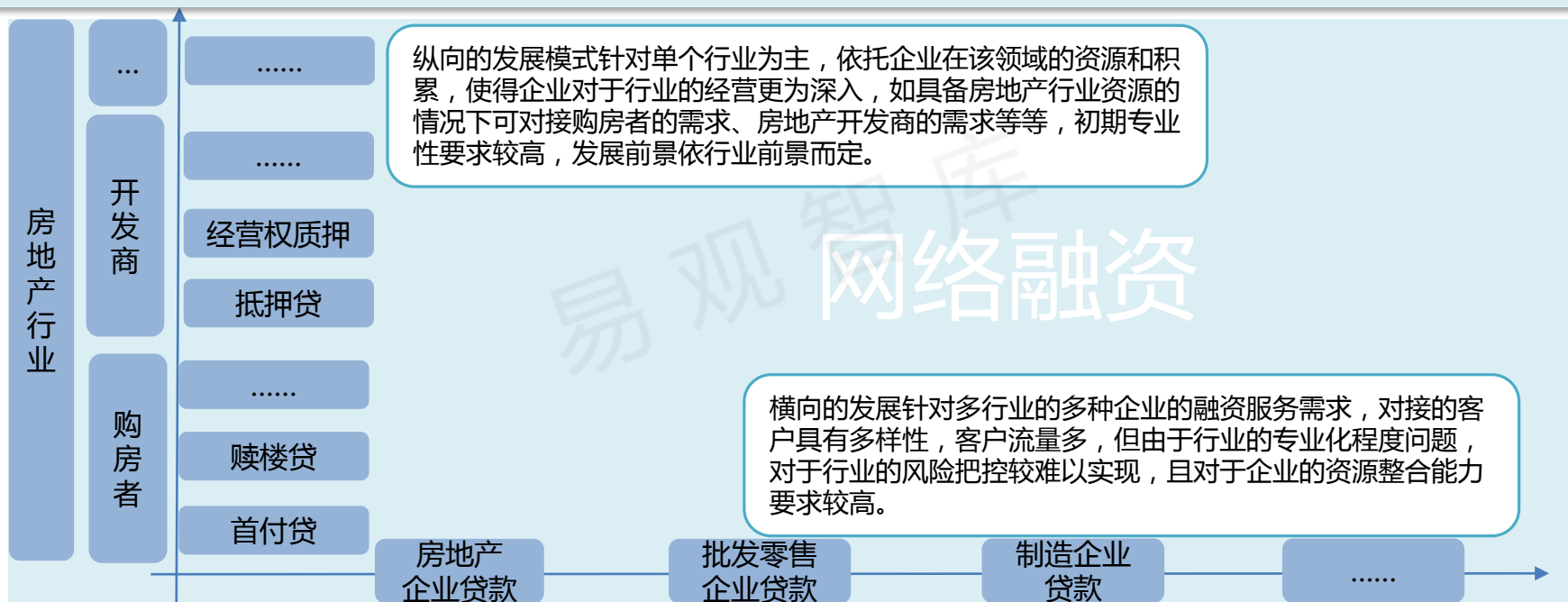
www.analysys.cn

Analysys易观智库分析认为：伴随利率市场化进程的加快，居民存款在传统金融机构的保值增值的需求无法满足的情况下，会自发的寻找满足其需求的投资、理财渠道。从2014年人民币存款增加9.48万亿元人民币，与上年相比少增加3.08万亿元人民币可以看出这一点。

而伴随国家政策、经济环境等变化，在金融服务满足居民最基本的金融服务需求的基础上，传统金融机构与新兴互联网金融机构在对于客户需求满足程度的不同也就构成未来竞争和布局的差异化。

对于传统行业补充、支持的差异化同样影响业务布局

由于互联网金融企业自身原有属性的不同，对于行业的深入程度、自身资源的积累程度乃至经营方法和思路的差异，互联网金融企业之间在自身行业的发展和布局模式也逐渐趋异。下图是以网络融资领域为例的差异化布局图示：



互联网金融企业两极化的发展路径逐步形成

依据获取资源的不同，互联网金融企业的发展路径呈现两极化方向发展，一是纵深的垂直化发展方向，二是横向的综合化平台发展方向，由于两种路径各项指标需求不尽相同，互联网金融企业可根据自身实力选择不同的发展路径。在不同时间段上也会出现综合化经过并购、扩张向垂直化方向的蔓延，垂直化发展过程中，伴随着资源、能力的获取也将逐渐向综合化方向布局。

垂直化

服务客户：行业相关者、客户较为狭窄

发展模式：走产业融合发展道路，金融与行业相互支撑

管理模式：管理精细化，对融合行业的熟知度较高即可

资源需求：资源需求量少，走合作共赢的道路

前景与难度：依行业而定，发展难度较小

前景与难度：发展前景广阔，发展难度较大

资源需求：资源需求庞大，走扩张、整合道路

管理模式：规模化，对现有管理能力要求大

发展模式：平台式发展，走综合化服务道路

服务客户：金融需求者，客户群体广泛

综合化

目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

07 征信行业分析

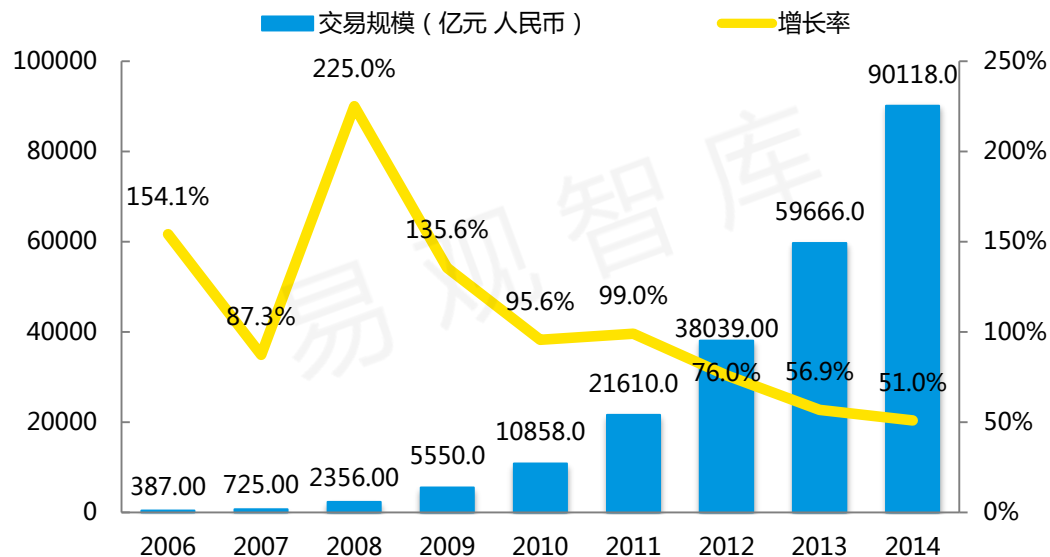
08 典型案例解读

09 未来趋势分析



2014年中国第三方互联网支付市场交易规模已达90118亿元人民币

2006-2014年中国第三方互联网支付市场交易规模



说明：以上数据根据厂商访谈、易观智库自有监测数据和易观智库研究模型估算获得，易观智库将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

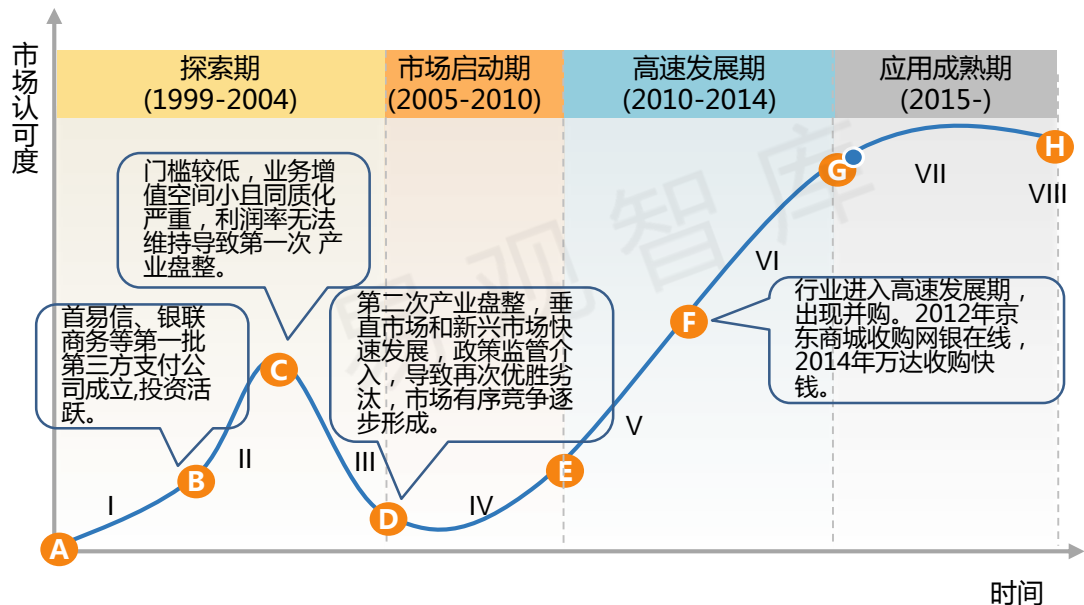
© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

根据Analysys易观智库产业数据库监测显示，2014年，中国第三方互联网支付规模达到90118亿元人民币，较2013年同比增长51%，增速小幅下降。从整体趋势看，自2008年以来，中国第三方互联网支付市场交易规模迅猛增长，2014年市场交易规模为2008年的38倍左右，预计未来中国整体第三方互联网支付依旧保持快速增长的态势。

支付企业主要业务服务已获认可，互联网支付已进入应用成熟期

中国第三方互联网支付市场AMC模型

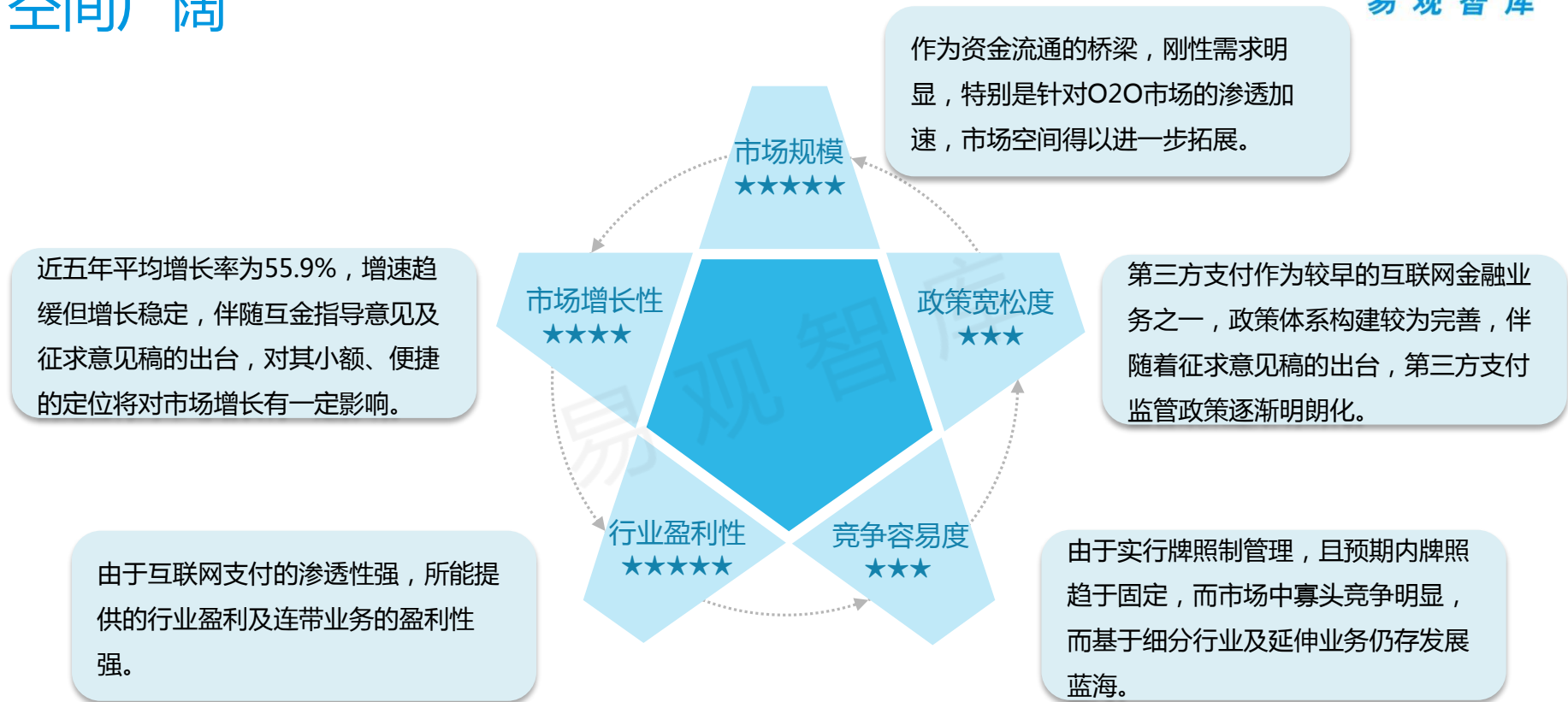


©Analysys 易观智库

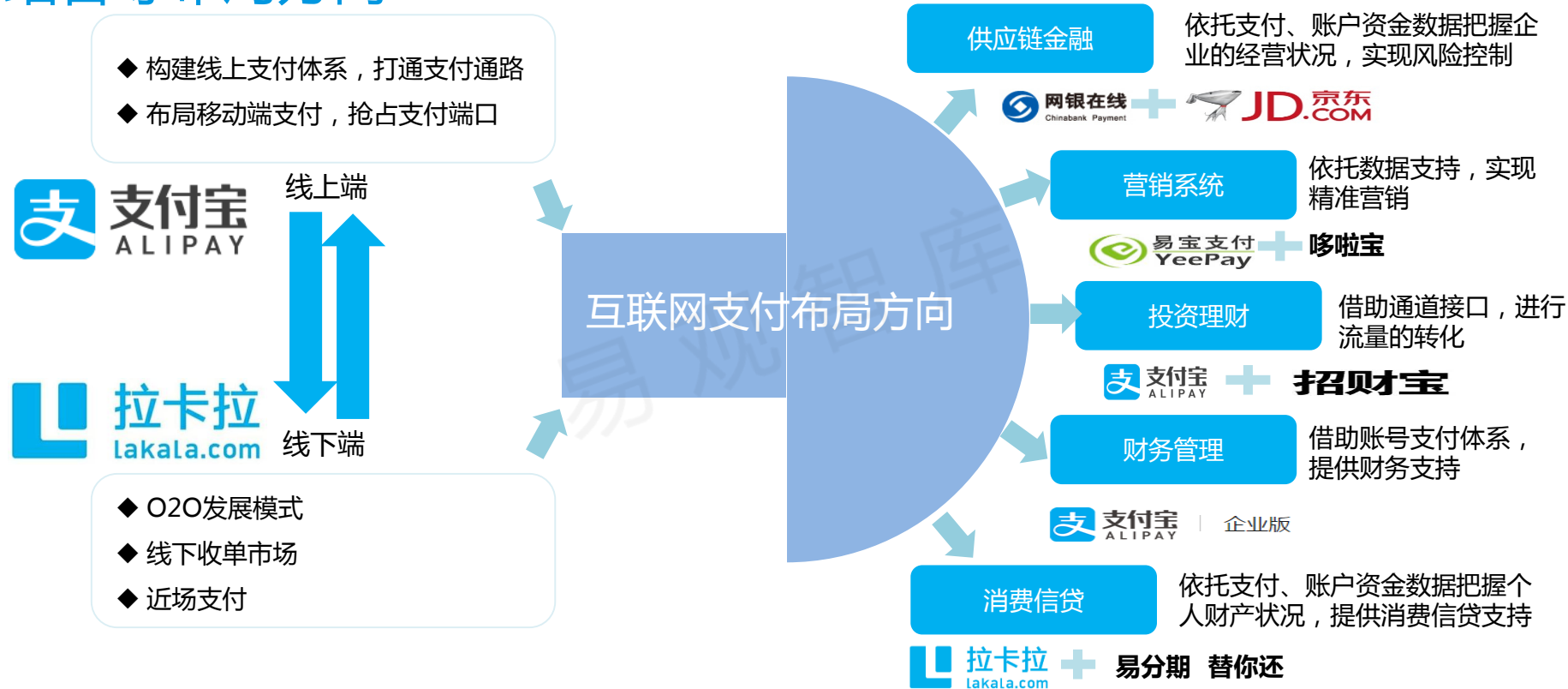
www.analysys.cn

Analysys易观智库经过多年研究，通过AMC曲线模型对第三方支付产业发展阶段和关键影响因素进行分析发现：现阶段互联网支付行业进入应用成熟期，支付企业的主要业务服务已经被用户认可，市场正在高速增长中，已有一些企业具备一定规模体量，第三方支付牌照的陆续发布使得行业门槛已建立，已有的第三方支付企业将不断发展整合，未来将更加规范。

互联网支付渠道属性明显，业务延展性强，可布局空间广阔



互联网支付行业呈现线上、线下融合及与产业深度融合等布局方向



目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

07 征信行业分析

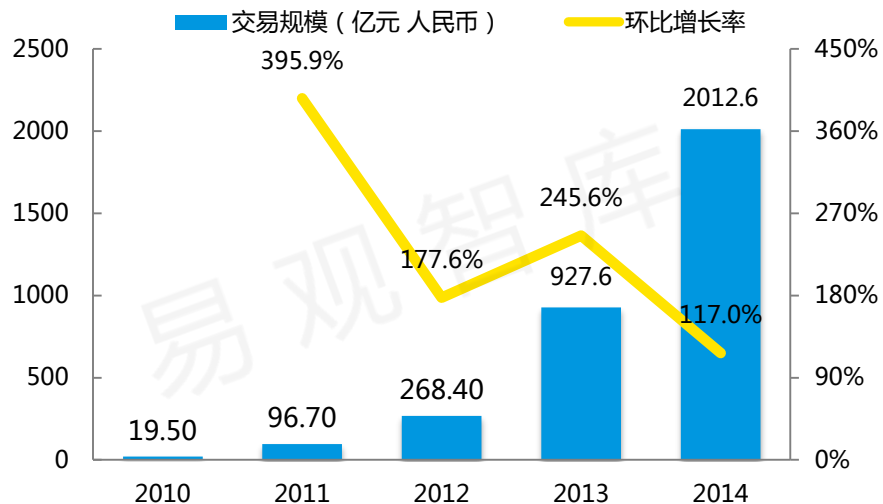
08 典型案例解读

09 未来趋势分析



运营平台数量快速增长及投资者认可度提升，促使网贷行业交易规模快速攀升，已达2012.6亿元人民币

2010-2014年中国P2P网贷市场交易规模

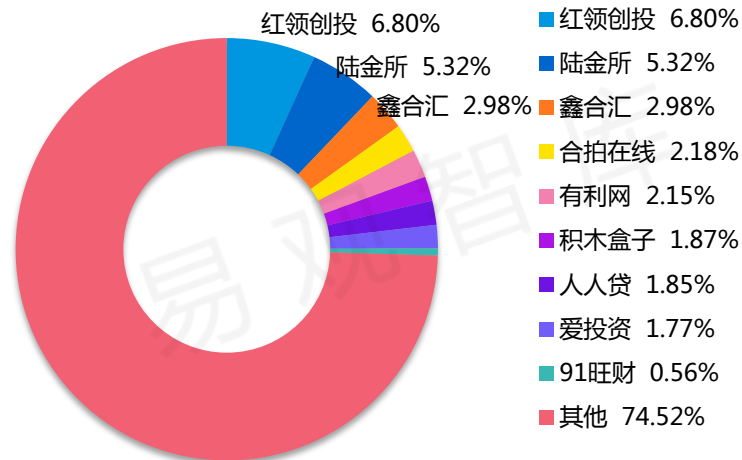


数据说明：P2P网贷市场范畴指P2P借贷用户至少一方通过线上实现交易的市场，具体数据据企业调研、访谈、二手资料及易观方法论估算获得，易观会根据市场最新信息对历史数据进行微调。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2014年中国P2P网贷市场交易份额

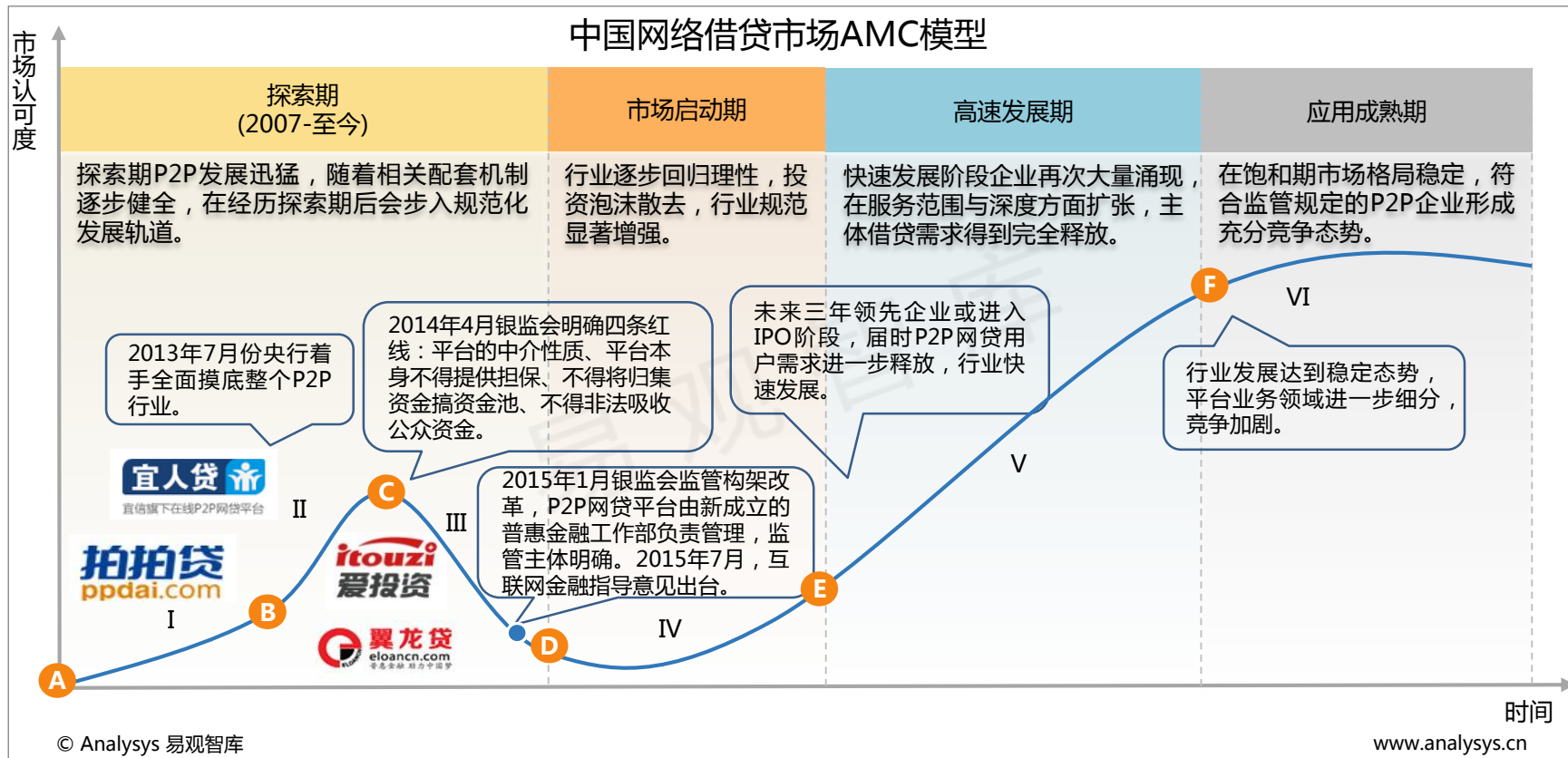


数据说明：P2P网贷市场指P2P用户在线上实现交易的市场，此图对用户类型、交易额度、产品类型、产品期限等暂未区分，数据据企业调研、系统抓取、及易观方法论估算获得，易观会根据最新信息对历史数据进行微调。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

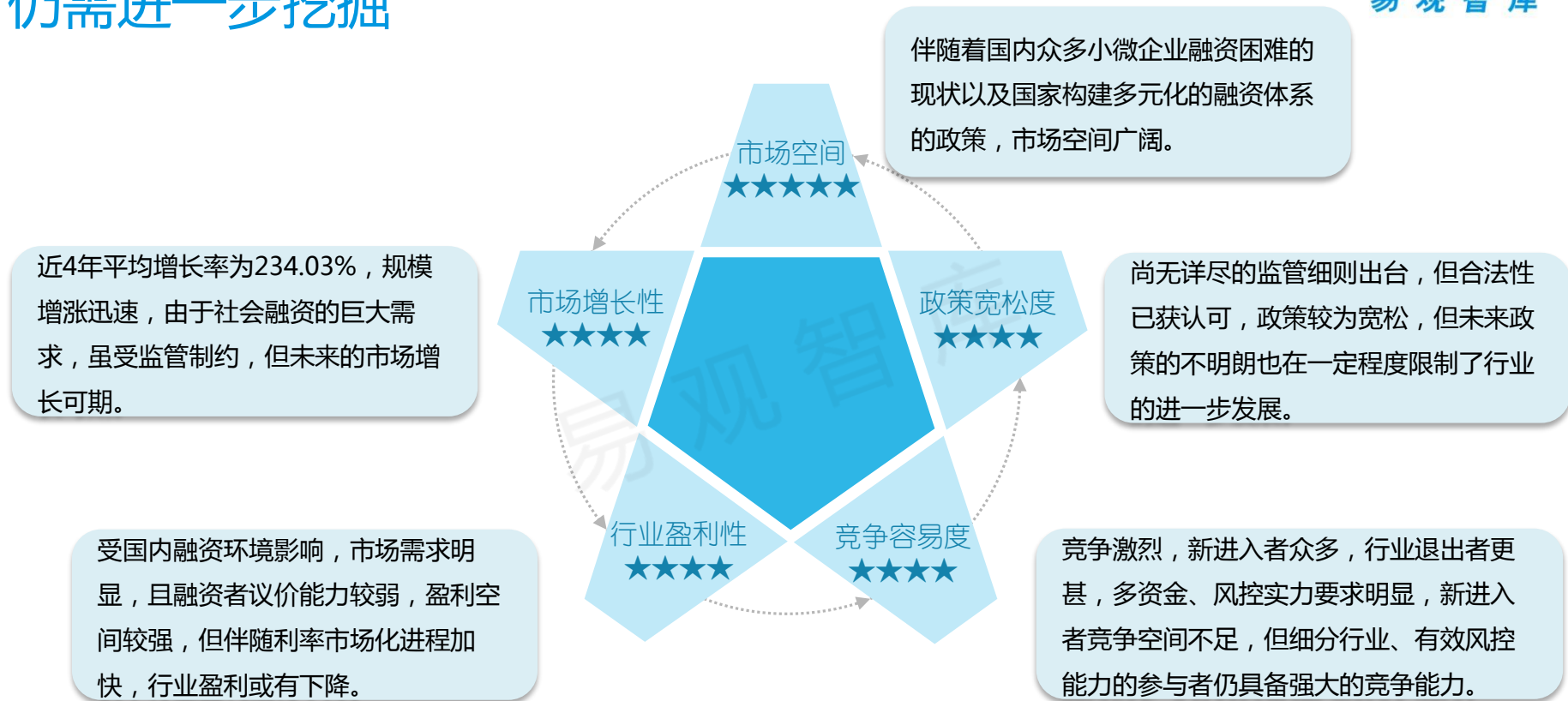
中国网络借贷市场趋于规范化，目前仍处于探索期



顶级结构及支持机构的完善，有利于行业的进一步发展



社会融资、理财需求明显下的网络借贷行业价值 仍需进一步挖掘



从行业的把握和渗透程度划分，网贷企业布局主要分为三类：纯线上、线上线下结合、产融结合

传统金融机构贷款过程中，风险是其主要考虑因素，网络融资行业同样如此，网络融资过程中的对于风险如何进行有效把控成为布局以及成功的关键点之一。根据各类型企业布局分析，现阶段主要有三种类型，分别是：纯线上布局模式、产融结合模式、线上线下结合模式。

纯线上布局模式：完全基于互联网技术、大数据技术实现对于融资过程中的风险把控，在业务拓展过程中较为依赖有效的数据来源、经过验证的风控模型、社会征信体系建设。



拍拍贷
ppdai.com

拉卡拉 商户贷
lakala.com

海融易
hairongyi.com

Haier
海尔集团成员

产融结合模式：这种模式主要依托产业实力，对于产业内融资需求、产业生态圈内融资需求能够进行深度的把控和掌握，依托产业核心对于融资对象的信息掌握、产业链把握，实现风险的有效把控。

红岭创投
HONGLING CAPITAL

itouzi.com
爱投资

线上线下结合布局模式：通过布局线上，搭建客户引流平台，线下提供项目，并依据线下渠道进行风险把控，利用线下渠道优势对于融资对象的融资风险进行评估以及贷后风险防范。

目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

07 征信行业分析

08 典型案例解读

09 未来趋势分析

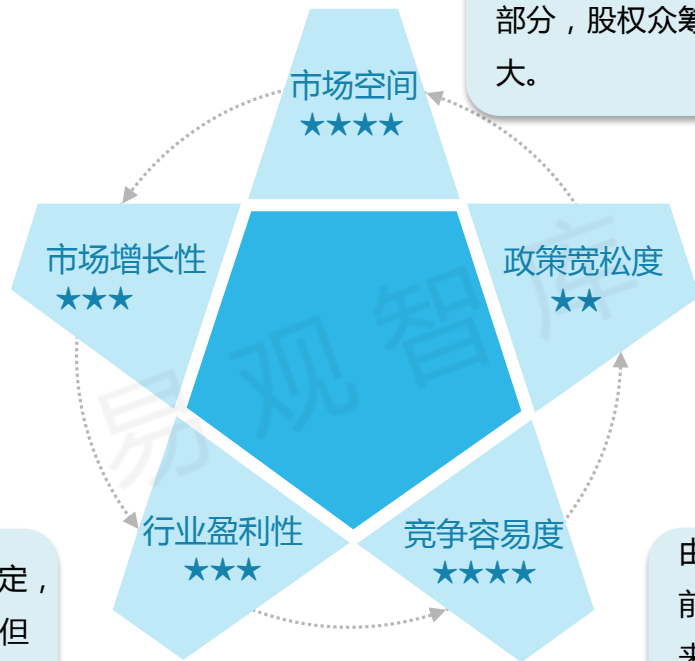


股权众筹行业监管逐步完善，股权众筹监管“公私”有别



股权众筹行业对于经济环境、投资者教育的要求明显，发展土壤仍待完善

作为中国多层次资本市场的重要组成部分，股权众筹未来发展空间将会很大。



由于国内股权众筹行业发展较晚，初期发展缓慢，随着投资需求的增加，近些年发展较为迅速，由于其投资门槛限制，未来发展速度或将趋缓。

合法性已获认可，详尽的监管细则尚未出台，但在双重核准、牌照准入的模式将限制新进入者，未来的“审批或许可”机制将进一步规范行业发展。

初期对于股权众筹的私募属性的界定，使得投资门槛较高，投资回报高，但风险性大，容易形成投资壁垒。

由于证监会对于股权众筹的界定，目前行业仅有3家股权众筹企业，且未来牌照准入的模式将限制多数企业介入同时，也导致竞争较小。

垂直化布局将更适合当前股权众筹行业的发展

股权众筹作为通过互联网形式进行公开小额股权融资的活动，必须通过股权众筹融资中介机构进行，且必须向投资人如实披露企业的商业模式、经营管理、财务、资金使用等关键信息，国内较为普遍的“领投+跟投”模式，对于股权众筹融资中介机构的专业能力要求较高，Analysys易观智库分析认为，未来垂直化的股权众筹模式更为适合当前国内的发展现状。主要原因有：

行业发展较晚，发展模式尚待探索，随着行业竞争加剧，各股权众筹平台的同质化较为明显，基于细分行业的股权众筹模式有利于树立品牌，进行差异化竞争。

垂直化

“领投+跟投”模式下，对于股权众筹融资中介机构的专业能力要求较高，而现阶段国内专业的领投人规模较小，尚不足以支持行业的综合发展需要，而垂直化的发展模式更能够提升平台的专业能力。

新三板



线下实体连锁



专注O2O项目



微电影项目



餐饮行业



早期创业者



目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

07 征信行业分析

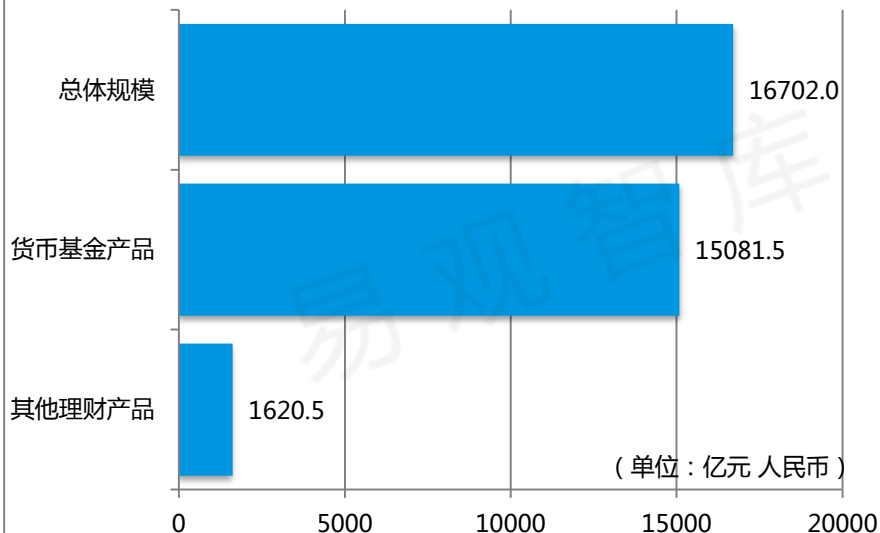
08 典型案例解读

09 未来趋势分析



2014年互联网理财市场规模已达16702亿元人民币，货币基金产品占主导

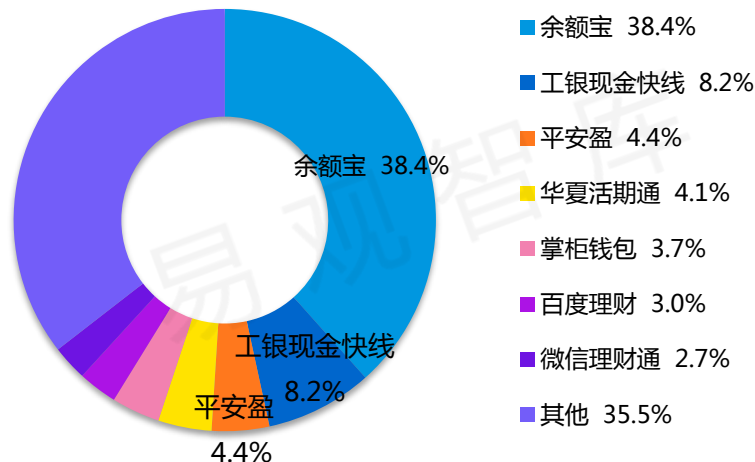
2014年中国互联网理财市场规模



© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

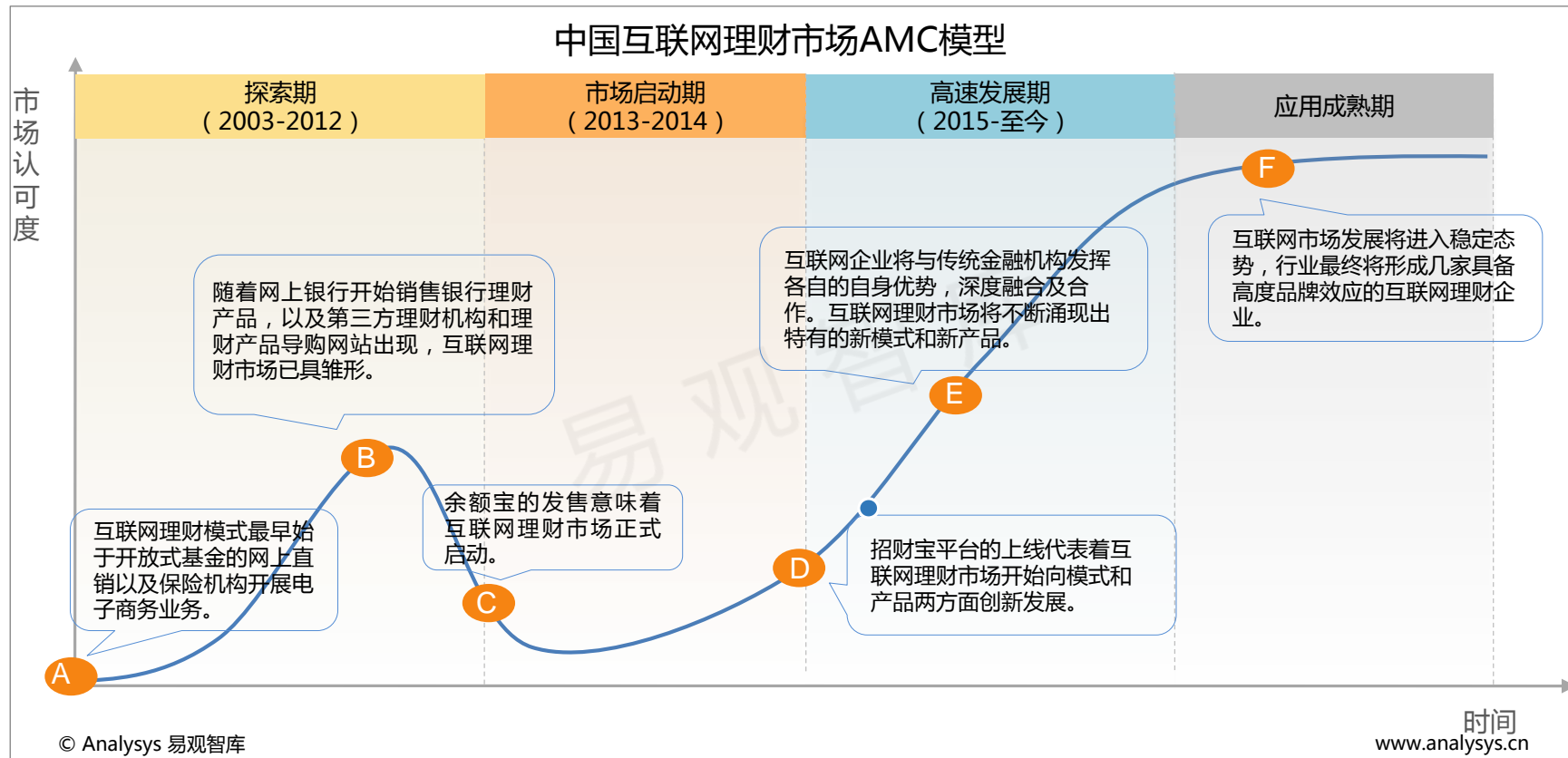
2014年中国互联网理财市场货币基金市场份额



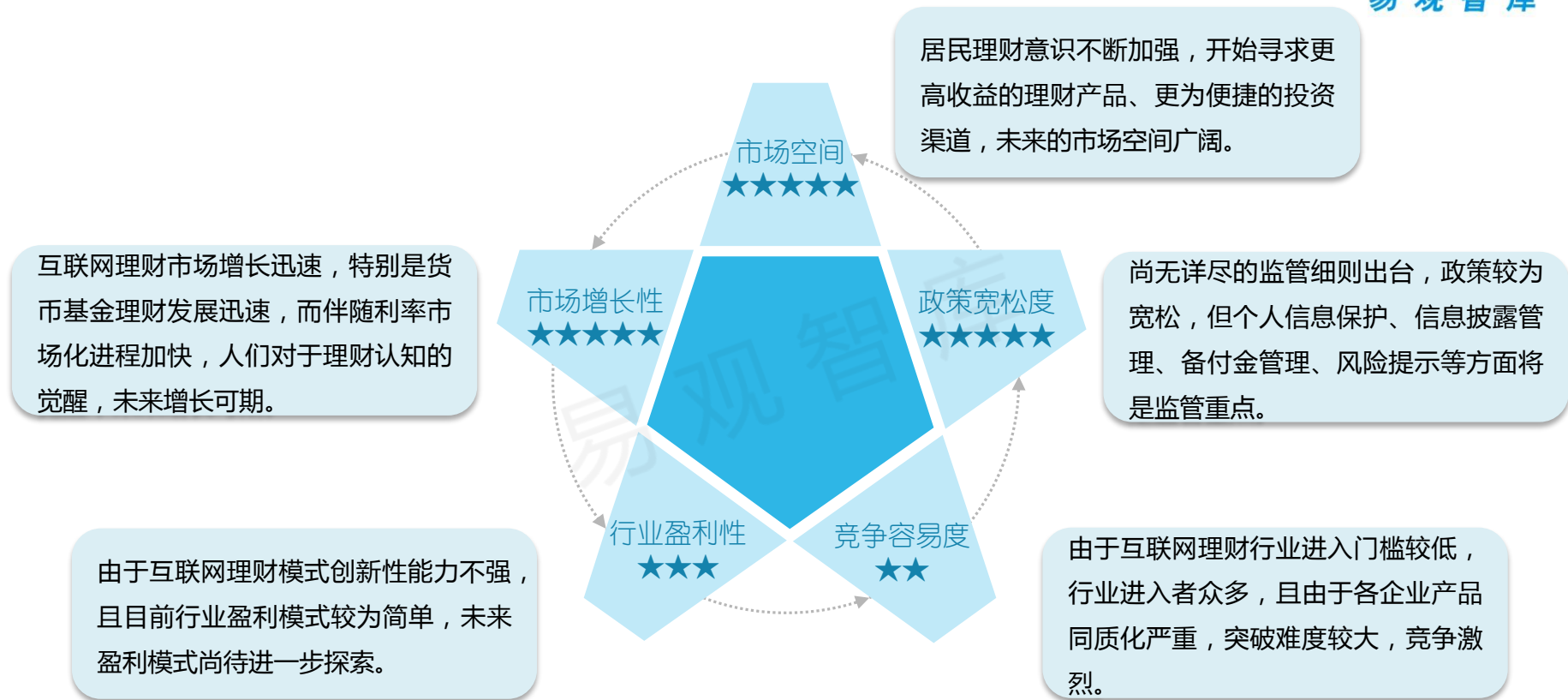
© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

中国互联网理财市场已步入高速发展期



互联网理财需求明显，成长空间广阔

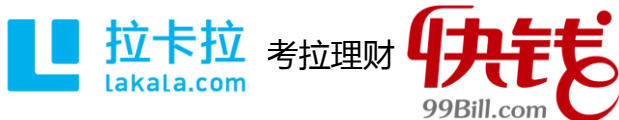


产品线上销售、互联网理财服务、门户服务为互联网理财发展的三种主要方式

互联网理财行业的发展布局主要是依据自身所拥有的资源，通过布局相应的市场区隔，从而实现经营壁垒，主要有三种方式：理财产品线上销售模式适用于具有理财产品设计能力的企业，企业素质要求高；互联网理财服务则对于经营者的专业能力有一定的要求，主要提供投资者教育以及更为专业的私人理财服务；互联网理财门户主要是通过“搜索+比价”的方式方便投资者使用，对于渠道建设及互联网技术有一定的要求。

理财产品线上销售

此种布局较为适用于具有理财产品设计的专业公司，通过线上端的布局，增强其理财产品的销售渠道。



拉卡拉、快钱等转型综合互联网金融服务，布局线上理财产品销售，且提供快捷支付、生活服务等产品支持。

互联网理财服务

根据较为专业的理财顾问式服务，提供互联网金融理财信息查询、理财信息分析、个性化理财方案设计。



钱景、通联数据等通过借助专业能力、大数据技术等提供较高水准的理财、投资服务。

互联网理财门户

采用金融产品垂直比价的方式，将各家金融机构的产品放在平台上，用户通过对比挑选合适的金融产品。



融360及百度财富则通过与其他金融机构合作，集合多类型产品，提供理财产品的搜索、比价服务。

目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

07 征信行业分析

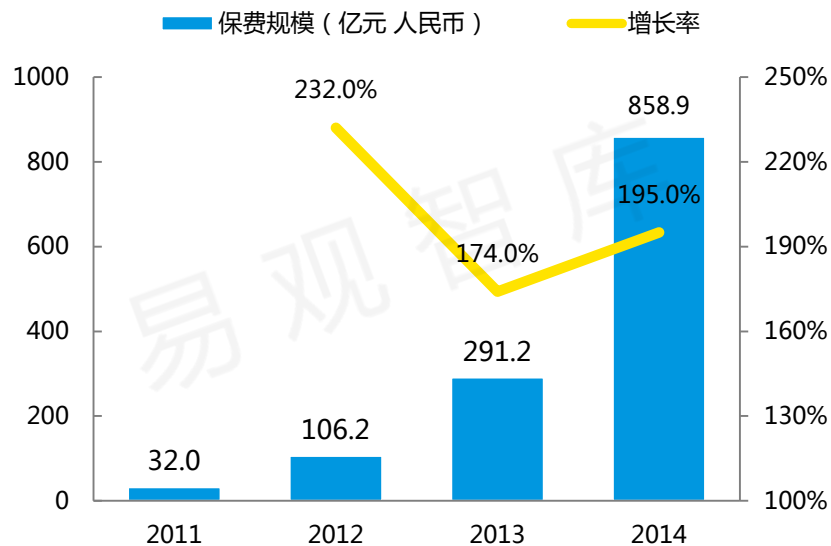
08 典型案例解读

09 未来趋势分析



2014年中国互联网保险市场保费规模已达858.9亿元人民币，保险企业参与度进一步提升

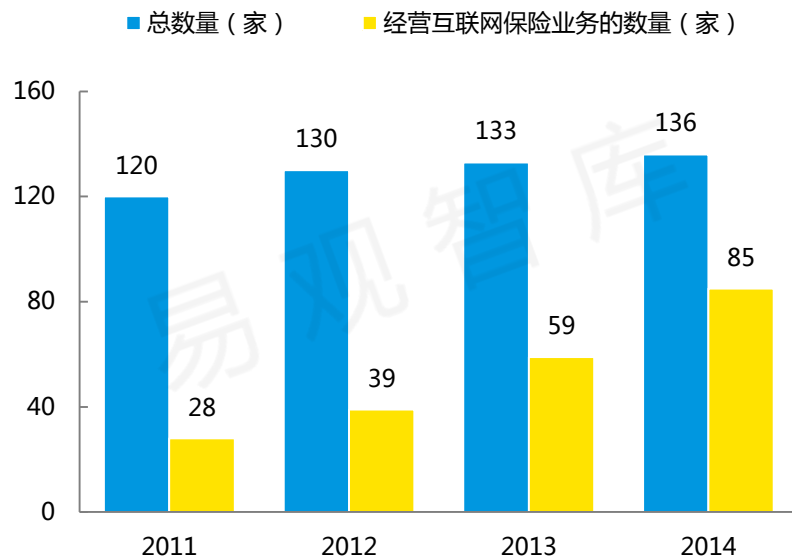
2011-2014年中国互联网保险市场保费规模



© Analysys 易观智库·中国保险行业协会

www.analysys.cn

2011-2014年中国保险公司数量

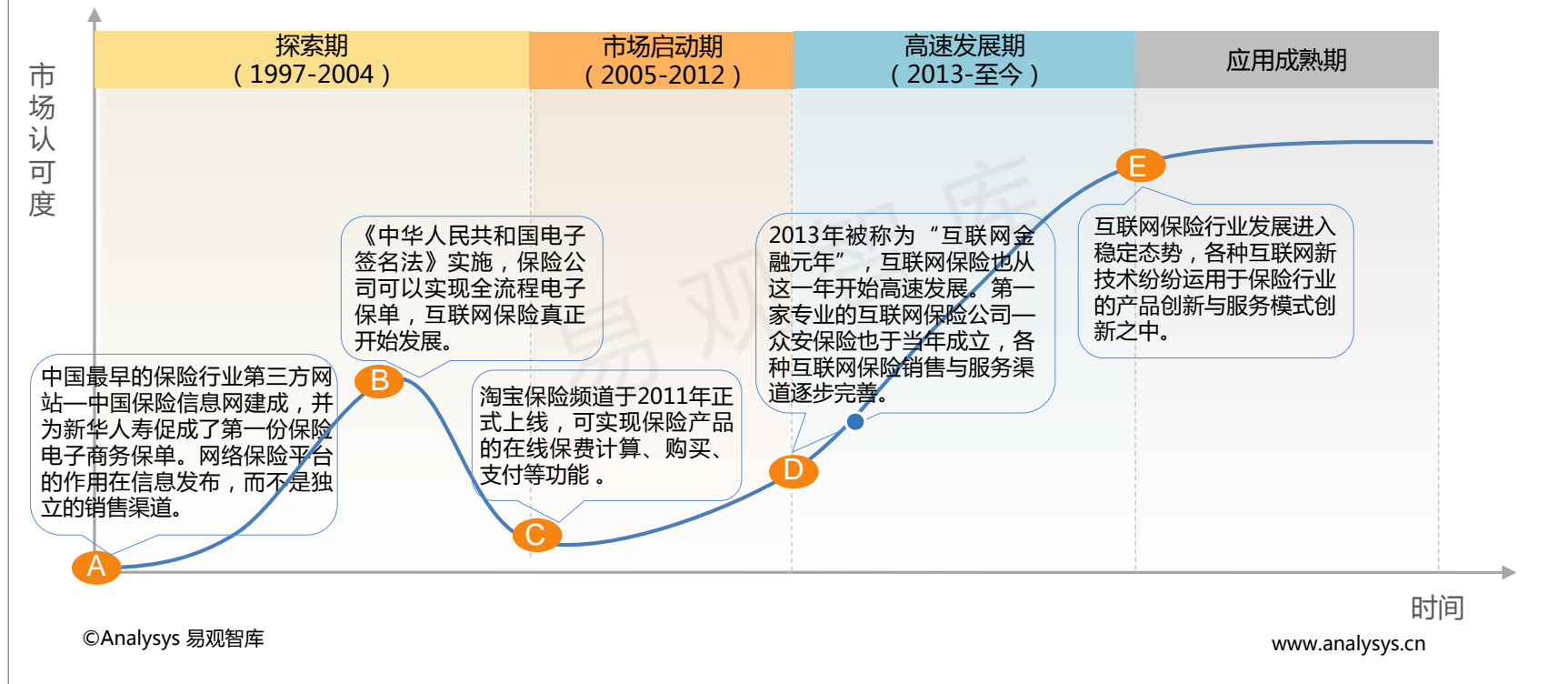


© Analysys 易观智库·中国保监会

www.analysys.cn

互联网保险销售与服务渠道逐步完善下的中国互联网 保险行业处于高速发展期

中国互联网保险市场AMC模型



中国互联网保险对于互联网金融行业支持及对传统保险行业的改变作用明显，未来提升空间广阔



线下保险现有规模较大，而作为线上端的互联网保险不仅为线下的保险提供渠道，还将更多地为互联网金融行业保驾护航，未来空间广阔。

近3年平均增长率约为200%，规模增长迅速，中国保险市场仍多为线下渠道，未来线上渠道将成各家保险公司的重要发力点。

2015年7月，《互联网保险业务监管暂行办法》正式出台，监管政策日趋完善，对于放开互联网保险行业规范发展起到积极作用。

目前，互联网保险主要体现在销售渠道拓展方面，对于提升保险公司的盈利能力、节约销售成本及固定成本支出方面作用明显。

由于保险公司、保险专业代理公司、保险经纪公司等准入门槛的不断提高，行业竞争压力相对较小，更多体现在产品创新与差异化服务提供上的竞争。

互联网保险行业呈现前中后端的互联网化发展方向



目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

07 征信行业分析

08 典型案例解读

09 未来趋势分析



中国征信行业逐步步入市场化

20 世纪80 年代后期，为适应企业债券发行和管理，中国人民银行批准成立了第一家信用评级公司——上海远东资信评级有限公司。通过坚持以市场化为导向，中国逐步建立了各类征信机构并存，信用信息基础服务与增值服务等相辅相成的多层次、全方位的征信市场。据人民银行公布数据，截至2012 年底，我国有各类征信机构150多家。2015年1月，中国人民银行印发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》，公布了首批获得个人征信牌照的8家机构名单，中国征信市场进入市场化快车道。

政府信用信息服务机构

政府背景的信用信息服务机构约20家。各级政府推动社会信用体系建设，政府或其所属部门设立征信机构，接收各类政务信息或采集其它信用信息，并向政府部门、企业和社会公众提供信用信息服务。

社会征信机构

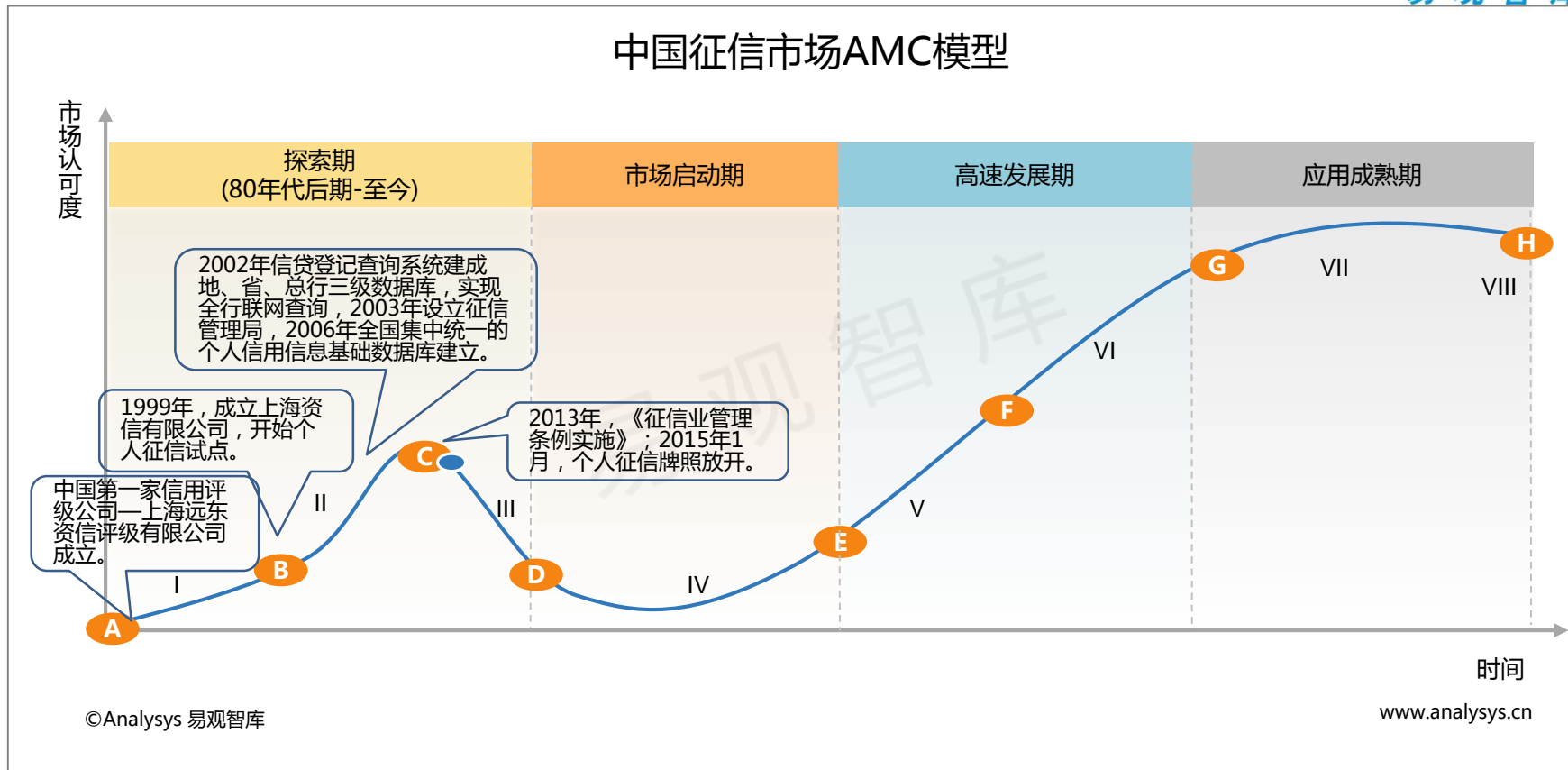
社会征信机构约50家。业务范围扩展到信用登记、信用调查等；征信机构主要以从事企业征信业务为主，从事个人征信业务的征信机构较少，2015年1月开始放开个人征信牌照限制。

信用评级机构

目前，纳入人民银行统计范围的信用评级机构共70多家，其中，8家从事债券市场评级业务，业务规模相对较大；从事信贷市场评级业务，主要包括借款企业评级、担保公司评级等。

尚未实现市场化的中国征信行业仍处于探索期

中国征信市场AMC模型



按照数据生产者的不同，征信机构采取的发展方式、面对服务对象也存在差异化

从征信行业输入、整合、输出的流程来看，征信行业布局从数据输入端与服务输入端的细分布局更为明显。上游数据生产者的细分与整合是征信机构布局的主要方式，而针对数据输入的类型不同，为下游信用使用者提供的服务也具有差异。



目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

07 征信行业分析

08 典型案例解读

09 未来趋势分析



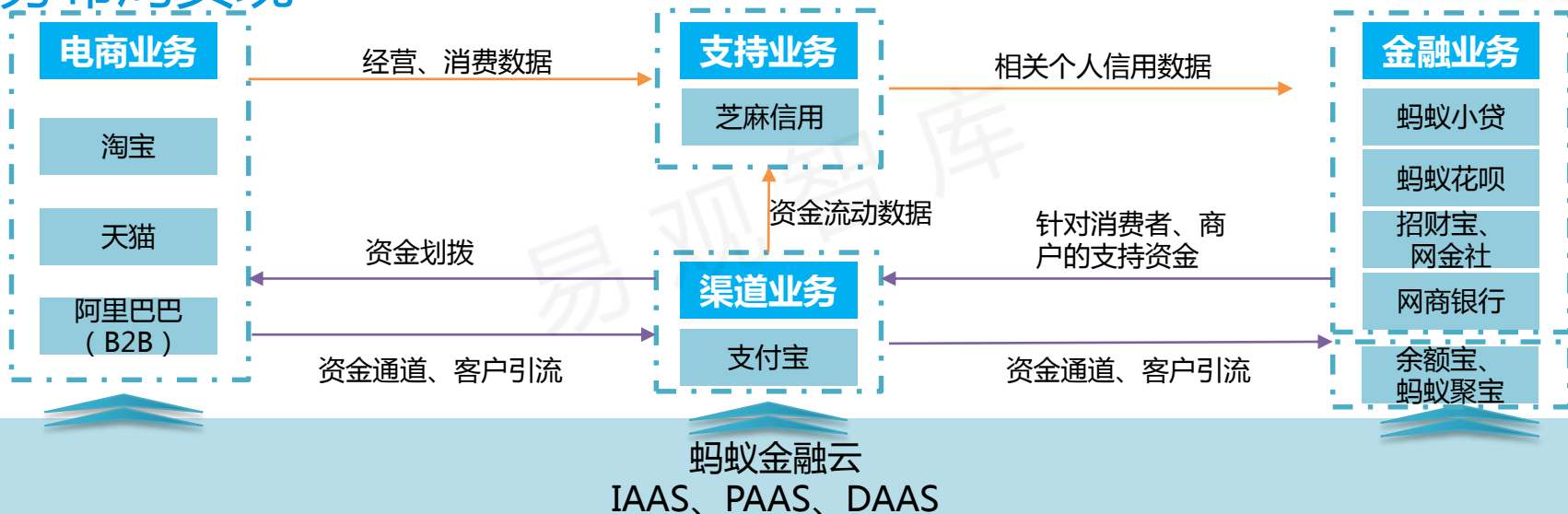
蚂蚁金服综合化布局模式显现，触及支付、小贷、理财、征信、银行等多领域

2014年10月，蚂蚁金融服务集团的名义正式成立，其前身为浙江阿里巴巴电子商务有限公司小微金融服务集团，小微金融（筹）将服务人群锁定为小微企业和个人消费者。2015年7月，蚂蚁金服完成首轮融资，引入全国社会保障基金理事会、国开金融、人寿保险、太平洋保险、新华保险、人保资本、中国人寿、太平洋人寿等股东。



蚂蚁金融服务集团自成立以来，在第三方支付（支付宝）、互联网理财（余额宝、蚂蚁聚宝）、P2P（招财宝、网金社）、网络小贷（蚂蚁小贷）、股权众筹（蚂蚁达客（筹备中））、互联网消费金融（蚂蚁花呗）、征信（芝麻信用）等、大数据（蚂蚁金融云）、民营银行（网商银行）等领域进行布局。

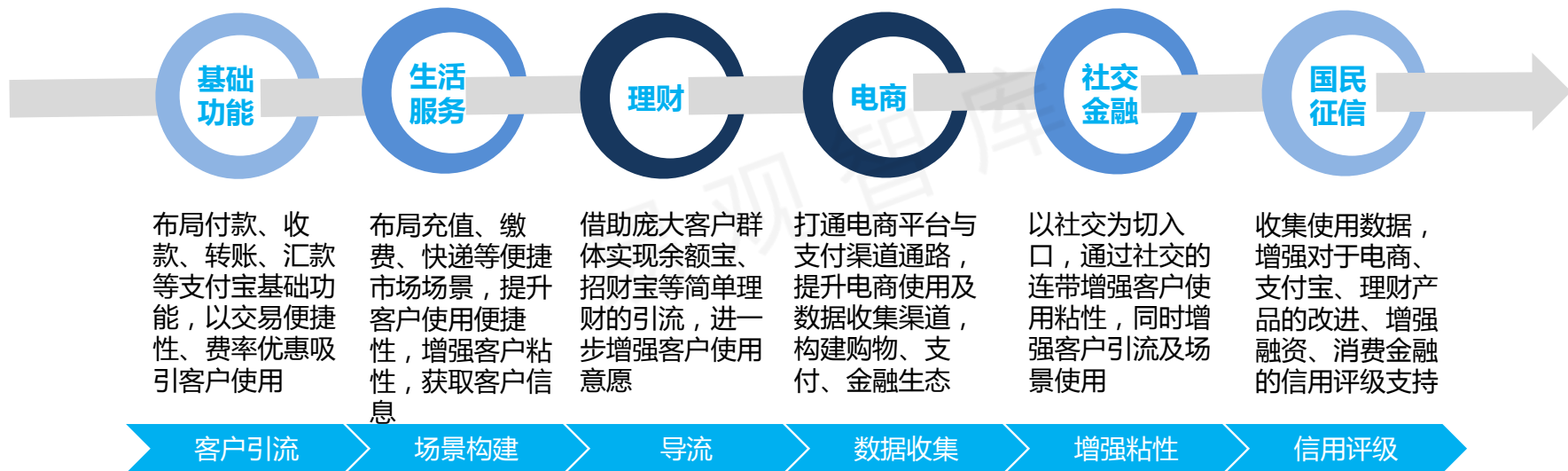
蚂蚁金服集团通过系统内数据、资金流转促进总体业务布局实现



蚂蚁金融服务集团通过总体布局，实现各业务模块的互补与支撑。蚂蚁金融云服务提供整体的系统、数据支持，电商业务模块负责整体客户引流，并提供客户数据，支持业务模块通过电商业务及渠道业务模块提供的数据信息，通过整合、分析为金融业务模块的发展提供信用数据支持，金融业务模块通过直接业务支持及间接融资支持，支持电商业务模块中的商户、消费者的融资、消费支持，丰富平台的融资环境，而支付宝发挥支付渠道作用，提供支付渠道支持及基于数据监测的数据支持。

支付宝作为主要渠道，对接各功能，促进业务引流

自2004年支付宝从淘宝网分拆独立以来，支付宝拓展的服务场景不断增加，截至2015年6月底，支付宝平台的实名用户数已经超过4亿。通过庞大的用户群体引流，在支付宝渠道中已完成基础功能、生活服务、理财、电商、社交、征信等领域的功能接口，极大促进接口的引流及业务发展。



芝麻信用为金融业务提供信用评估支持

芝麻信用是面向社会的信用服务体系，通过手机互联网上的各类消费及行为数据，结合传统金融机构借贷信息，运用大数据及云计算技术客观呈现个人的信用状况，通过信用评分的方式展现信用等级，并通过连接各种服务，让客户体验信用所带来的价值，增强社会群体的认可程度及使用程度。

◆信用住宿

对接酒店对于信用评分在一定等级以上的使用者免押金、免查房等服务

◆信用出行

对于信用分650分以上的用户给予额度为5000元的免预授权

◆招联好期贷

对于评分等级在规定以上的用户提供消费贷款服务

◆花呗

根据信用评分情况给予一定的信用额度，可用于提前消费



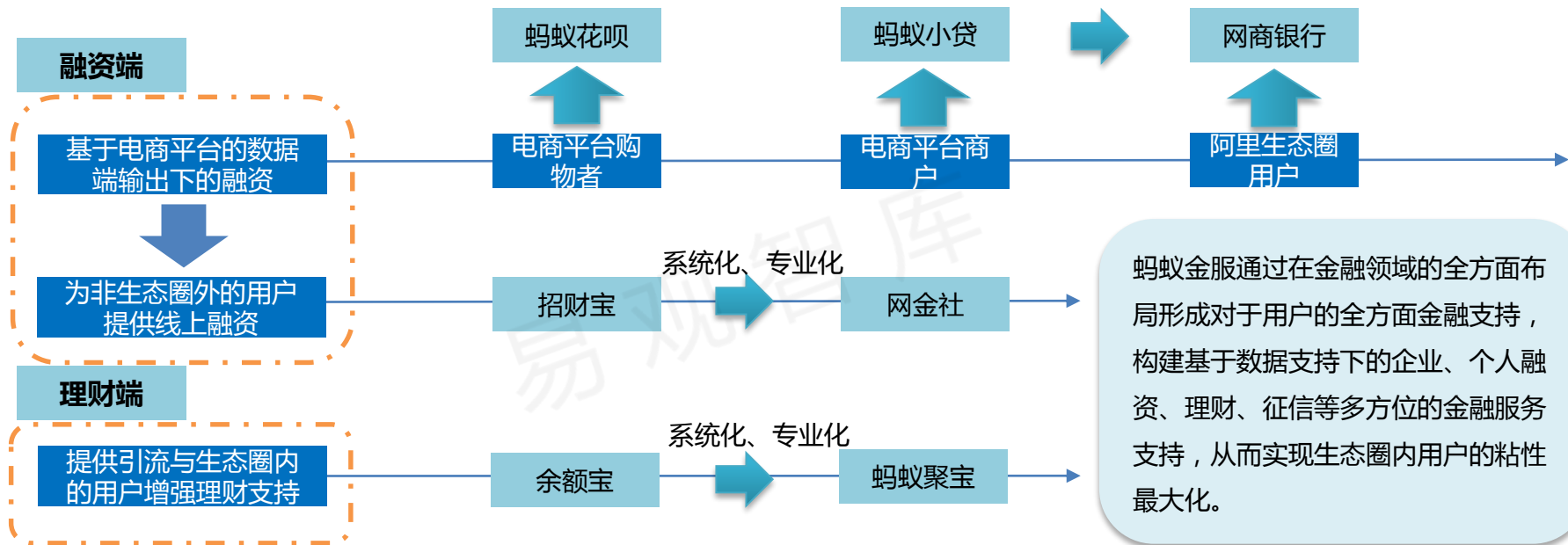
促用户使用，便于客户引流与信息收集

信用
评分

根据信用等级提供相应等级的金融服务

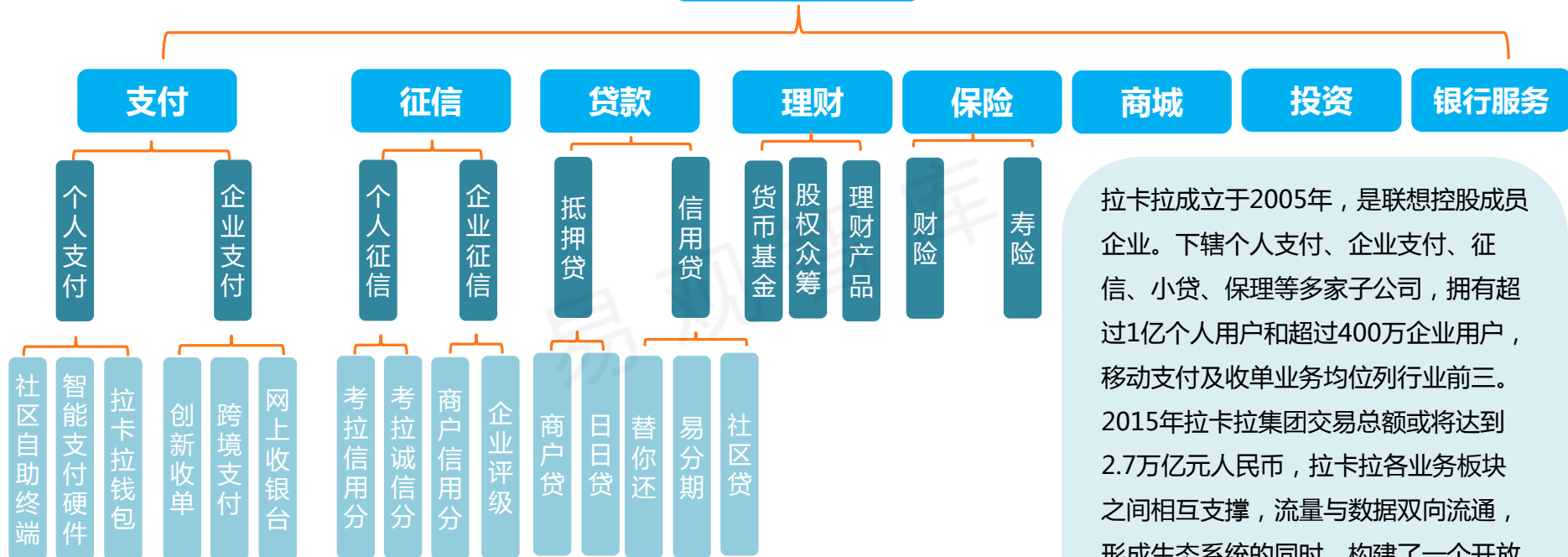
多类型金融业务的布局，满足客户多方面金融需求

蚂蚁金服在金融业务领域覆盖用户存（余额宝）、贷（蚂蚁花呗、蚂蚁小贷、网商银行）、汇（支付宝）、理财（余额宝、蚂蚁聚宝）等方面，且在布局方面，遵循综合化的布局模式，满足多方面的客户金融需求。



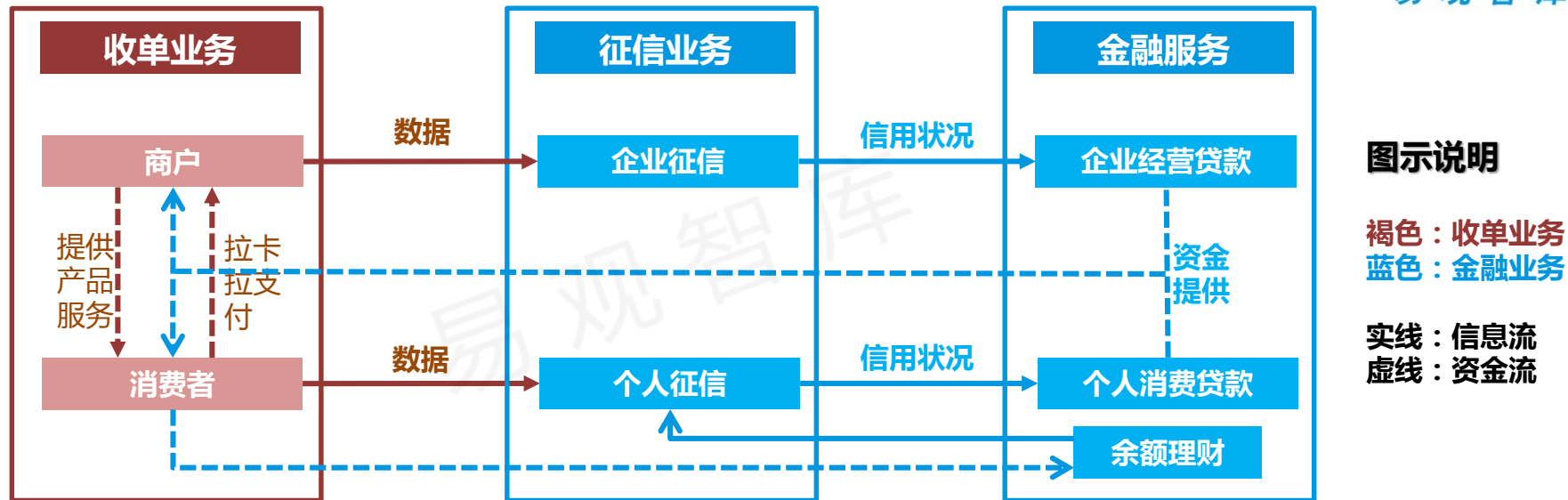
综合性的互联网金融集团：拉卡拉

拉卡拉集团



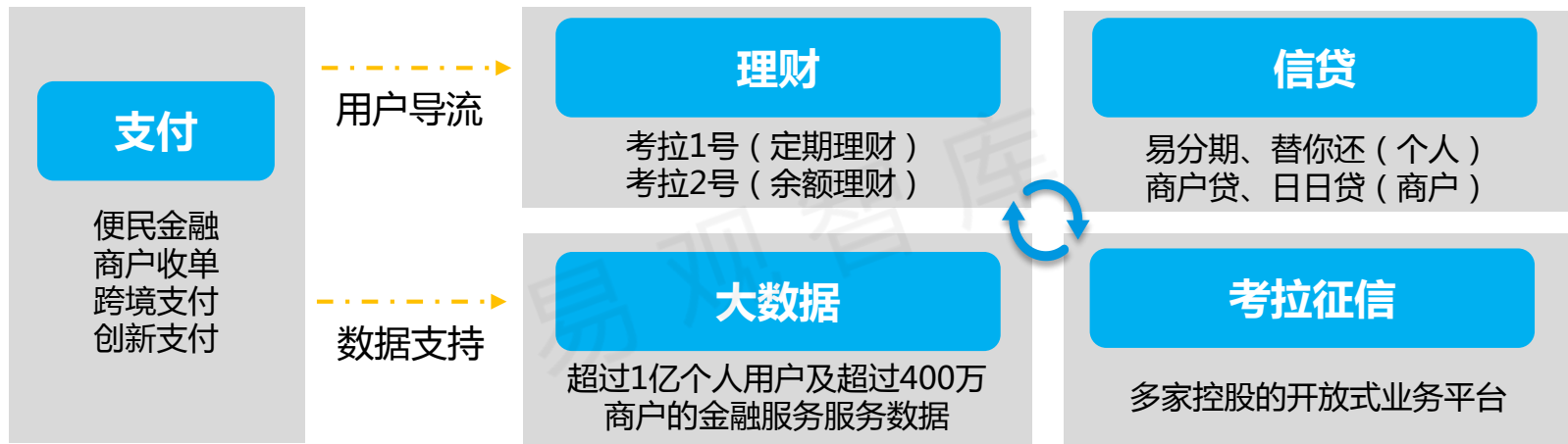
拉卡拉成立于2005年，是联想控股成员企业。下辖个人支付、企业支付、征信、小贷、保理等多家子公司，拥有超过1亿个人用户和超过400万企业用户，移动支付及收单业务均位列行业前三。2015年拉卡拉集团交易总额或将达到2.7万亿元人民币，拉卡拉各业务板块之间相互支撑，流量与数据双向流通，形成生态系统的同时，构建了一个开放的综合性互联网金融平台。

拉卡拉相互支撑下的整体业务板块布局



拉卡拉与蚂蚁金融布局思路相类似，但发展侧重及业务支撑结构方面略有不同，拉卡拉以支付及收单业务引入商户及消费者，构建消费者购买互联网理财产品等渠道，并通过积累大量支付交易数据，运用大数据分析手段挖掘数据的衍生价值，形成个人及企业的信用状况评估信息。基于上述信用信息，为企业提供经营贷款，为个人提供消费贷款，总体上形成资金流与信息流的体系内闭环。通过实现综合化的业务布局，构建生态金融体系，形成生态圈内的各模块支持以及客户粘性的增加。

拉卡拉金融业务：以支付为切入口的综合化互联网 金融发展和布局思路



拉卡拉支付业务是整个综合性互联网金融平台的起点，也是发力点，一方面作为强大的基础提供流量入口，另一方面源源不断的提供大数据来为征信、理财、信贷等业务提供参考，是整个平台的基石。拉卡拉的综合性互联网金融与其他行业内的企业有着本质区别，当行业中的垂直性互联网金融企业关注理财、信贷、众筹、征信等单一业务时，拉卡拉将这些业务合二为一放在综合性的平台上，并且更加丰富，满足用户多样化需求的同时，相互呈现掎角之势，借力辅助发展。

拉卡拉收单业务：高速发展的POS收单服务



国内移动支付市场
排名前三

2011年5月
进军收单市场

2012年-2013年中
直营拓展阶段

2013年中-2015年
合作伙伴模式



大力推动移动支
付业务

符合商户需求的
增值服务

大力推动商户营
销

风险监控

证件核查

收单风险监控

风险分级

用户黑名单

准实时监控

大数据+征信

拉卡拉的商户服务独具特色。在收单方面，凭借线下400万商户资源与自身支付系统，提供传统收单服务的同时，用互联网思维创新收单机具与收单方式；在商户金融服务方面，为商户提供从经营贷款到资金理财的服务，让商户从经营性贷款——收单（支付清算）——理财，资金有效流通起来，对商户的金融需求做到全覆盖。

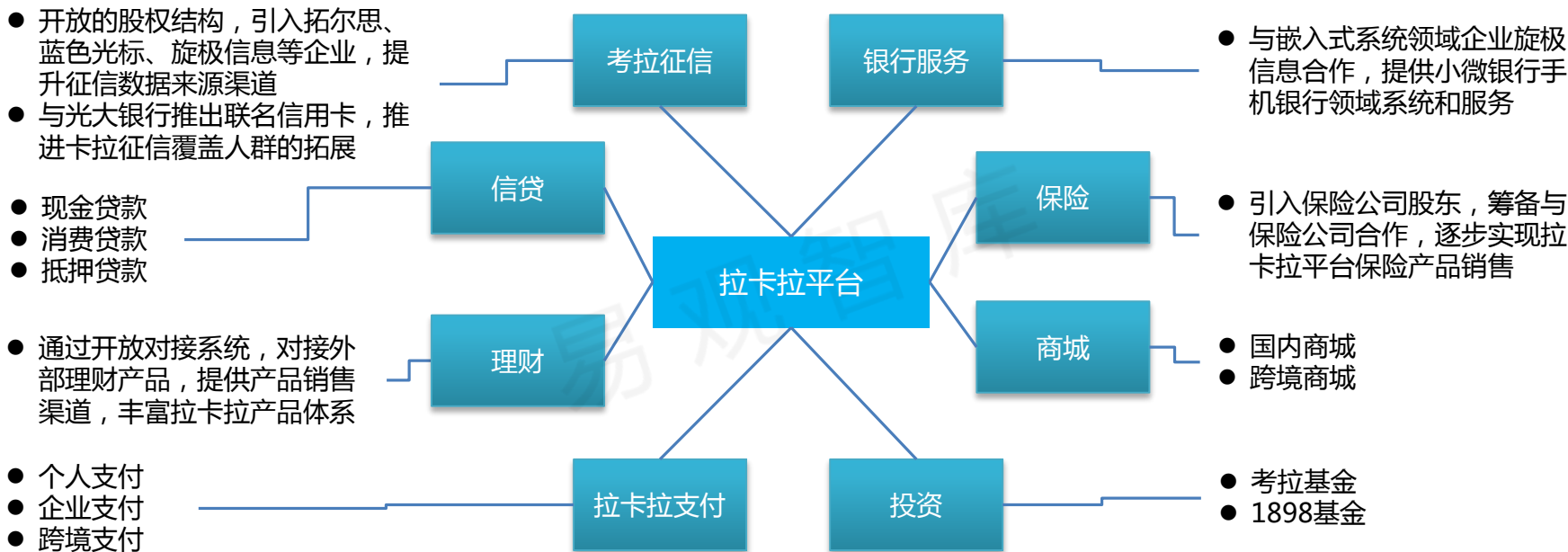
拉卡拉征信业务：公共、开放思路下发展的考拉征信



拉卡拉不仅是首批获得开展个人征信准备资质的8家企业之一，同时还拥有企业征信的牌照。通过对自身电商体系内的商户及企业进行大数据采集，可以让考拉征信从多维度去建立自身的信用数据体系。为将来拉卡拉对不同行业商户进行授信时，降低违约风险、提高融资效率提供了有力的数据支撑。而与联合蓝色光标、拓尔思、旋极信息、梅泰诺等多家企业合作的方式，使得数据收集渠道更为完善，且能通过不同维度的数据构建更为完整的信用评估体系。

拉卡拉共生体系：各业务板块共生共赢

拉卡拉主要通过开放生态的方式来构建综合性互联网金融平台，通过理财、贷款、征信、支付、股权众筹、保险、银行服务等触角，接入外部合作方，通过拉卡拉平台资源的共享，促进各业务板块的发展，也利用这些外部体系的接入，弥补拉卡拉在该领域的布局盲区，实现快速、准确布局的目的，同时也促进了合作方资源的共享，从而实现合作方的共生共赢。



目录

01 互联网金融市场概述

02 互联网支付行业分析

03 网络借贷行业分析

04 股权众筹融资行业分析

05 互联网理财行业分析

06 互联网保险行业分析

07 征信行业分析

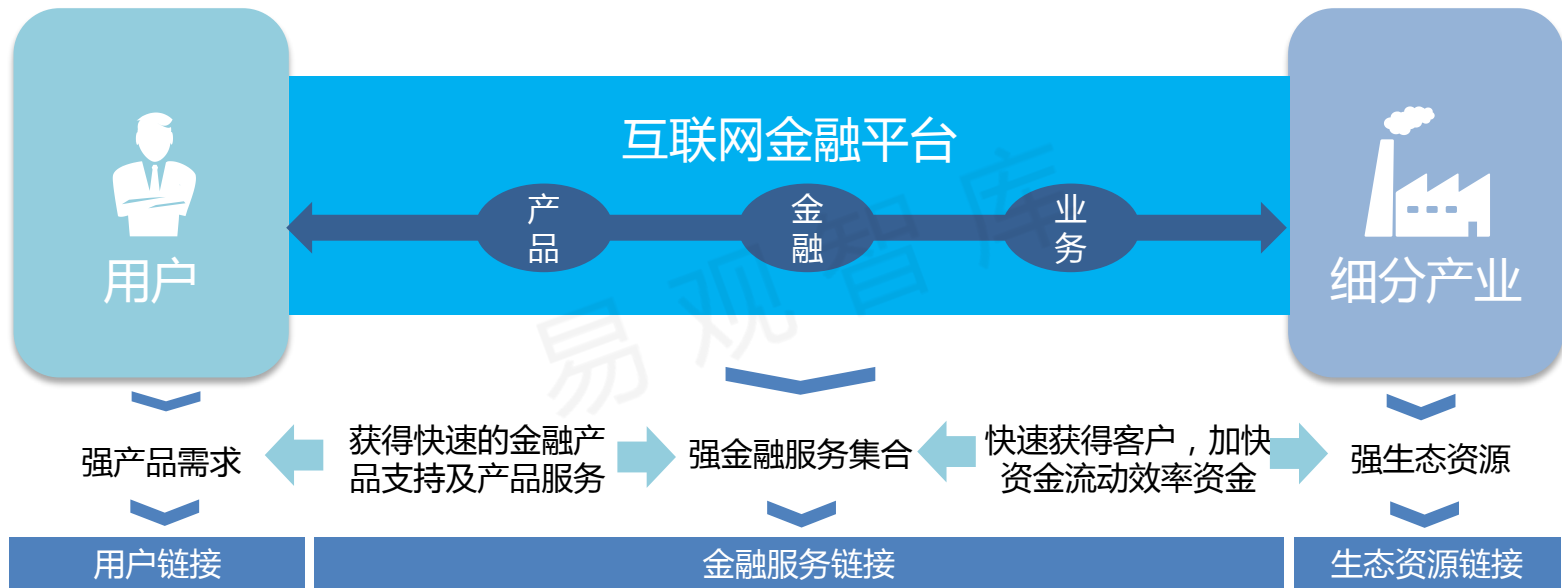
08 典型案例解读

09 未来趋势分析



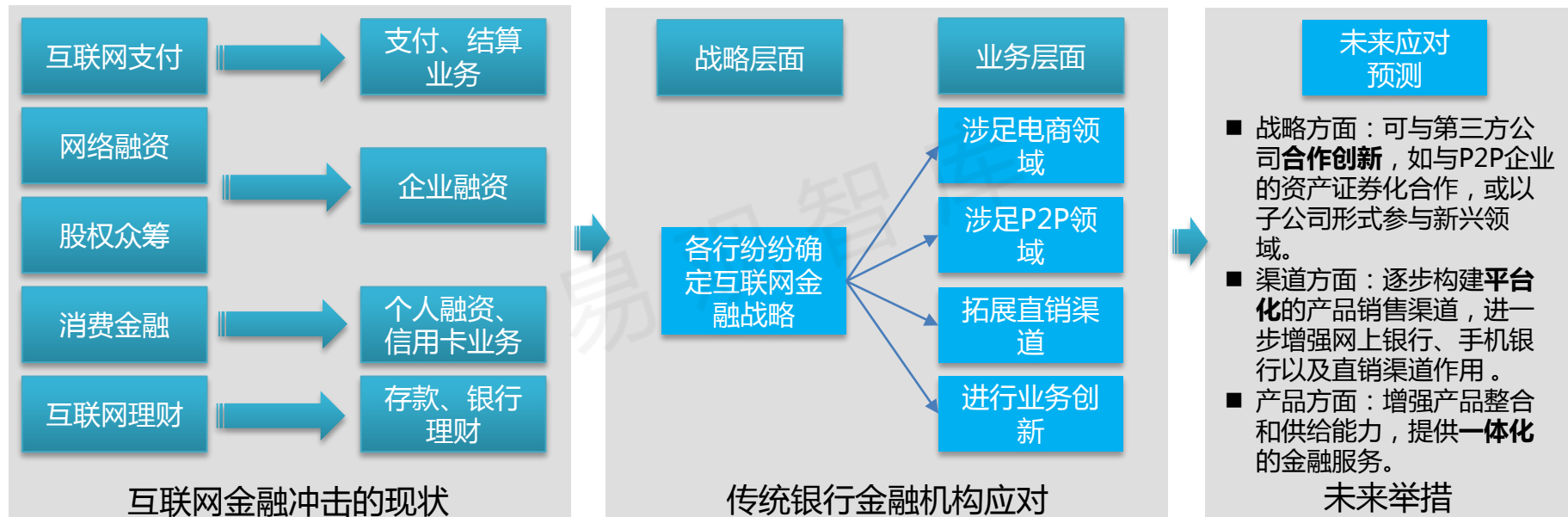
互联网金融将增强对于产业的支持力度，产业结合趋于普遍

产业结合普遍化主要体现在互联网金融通过与各细分产业的紧密结合，一方面通过对于各细分行业的金融服务支持，增强金融服务对于实体经济的支持，促进细分行业的发展；另一方面同样借助细分行业的客户吸引能力，增强互联网金融服务的线下场景建设，增强客户使用支持。



互联网金融冲击下，未来传统金融机构动作将愈发明显，针对性增强

2015年对于互联网行业的规范性加强，行业发展思路逐渐明晰，行业也将在监管思路确定的情况下愈加规范化，将成为推动行业的下一波发展浪潮。而由于互联网企业对于用户的高渗透率，互联网金融在对于C端用户的争取相较于传统金融机构更具有优势，传统金融机构对于互联网金融战略逐步明晰的情况下，未来举措将更具有针对性。



资产证券化将成为互联网金融下一个创新风口

资产证券化是金融资源优化配置，盘活存量资产的重要途径，符合中国金融发展的方向，可以提高融资效率，降低融资成本，支持实体经济发展，市场潜力巨大。而伴随着政策的放开，市场需求的加大，资产证券化将成为互联网金融领域重要的组成部分，被深度挖掘。

政策放开

2014年11月，原来需要证监会审批的资产证券化业务改成报备制。2015年3月国务院总理李克强又提到了“推进信贷资产证券化”。

市场期望

现有的金融体系存在金融资源配置扭曲，金融体系的投资功能和融资功能均不能满足实体经济发展的需要。市场期望获得更为灵活、多样的融资渠道。

发展需求

网络借贷行业风险高企，竞争逐步由资金来源的竞争转向优质资产端的竞争；消费金融企业资金难以满足广大消费信贷需求，资金缺乏……

资产证券化

网络借贷

互联网理财

消费金融

监管严格下的P2P网络借贷平台，将采取更为规范的资产证券化方式。

网络小贷模式下的资金来源将获得缓解。主要案例为蚂蚁小贷专项资产管理计划。

有利于丰富互联网理财产品种类，提高产品差异化。

将丰富消费金融企业的资金来源，促进消费金融的进一步发展，已有部分企业进行相关尝试，如京东推出的京东白条资产证券化就是此类典型。

互联网保险将成2016年新的业务亮点

伴随互联网的普及和发展，保险的线上销售成为各家保险公司争相争取的渠道，互联网保险规模得以快速递增，2014年中国互联网保险市场保费规模已达858.9亿元人民币，而伴随互联网保险监管政策——《互联网保险业务监管暂行办法》的下发，互联网保险的规范性得以大大增强，而伴随对于互联网保险销售区域限制的解除，以及互联网保险对于互联网金融领域的促进作用（《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》以下称“指导意见”）的发挥，未来发展空间更为广阔。

发展潜力

- ◆ 从行业规模来看，2014 年中国互联网保险的保费收入为 859 亿元人民币，整个保险行业的收入为 20235亿元人民币，互联网保险的**渗透率只有4.24%**，与发达国家相比仍有较大差距。
- ◆ 从参与企业来看，2014 年136家保险企业中，开展互联网保险业务的为85家，**尚有51家未参与**。

政策规范

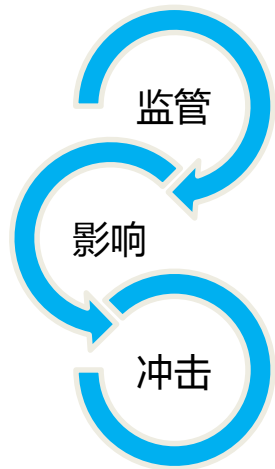
- ◆ 2015年7月，央行等十部委共同发布的“指导意见”，其中肯定了保险对于提升互联网金融企业风险抵御能力的作用，**鼓励**保险公司与互联网企业合作。
- ◆ 2015年7月，《互联网保险业务监管暂行办法》下发，对于经营条件、经营区域、信息披露、经营规则、监督管理等方面均提出明确的要求，**跨区域经营放松**。

未来布局

- ◆ 产品方面：大数据技术的应用促进保险产品和服务的个性化及私人定制，进一步降低产品同质化现象；产品趋于场景化，嵌入渠道和环节进一步丰富。
- ◆ 渠道方面：与多领域的企业合作，增强互联网保险多渠道销售能力。

监管来临，P2P网络借贷行业洗牌加剧

即将过去的2015年，被称为互联网金融监管元年，互联网金融各行业监管逐渐走向规范化，特别是摆脱了合法性疑虑的众多的P2P网络借贷企业，如何遵循“指导意见”中关于P2P网络借贷信息中介地位的界定、存管要求的实现、信息披露等要求，摆在众多平台的面前，而风险高企的现状下，未来监管细则的出台必将对于平台的规范化运营提出更为严格的要求，对于众多基于线上、优势不明显以及风控能力较弱的企业将形成巨大冲击，洗牌潮或将在细则出台后3-6个月来临。



- “指导意见”的总体原则是“鼓励创新、防范风险、趋利避害、健康发展”，鼓励和规范是主体思路。
- 各互联网金融行业中，P2P网络借贷的风险现状更为严重，设定行业准入门槛，增强行业规范性，强化监管力度将成为未来行业监管主体思路。

- 众多小型平台的风控能力、资金实力等不能满足行业监管要求，投资者的收益诉求。
- 如果银行存管确定，较高的资质、费用要求会将众多不满足银行存管要求的平台拒之门外。
- 经营不规范的企业，如自融、资金池模式的平台将倒闭。

- 行业规范加强，投资资本介入，行业并购将加剧。
- 行业大平台出现，行业竞争趋于激烈，优势不明显的平台将逐步淘汰。
- 风控能力、监管需求不满足的情况下遭到市场及监管的抵制。

大数据 大价值



■ 易观干帆 ■ 易观万像 ■ 易观方舟 ■ 易观博阅 ■ 易观司南