



智产智融
Smart P&L

Smart P&L
智产智融

市场分析报告

by Sparklefish



目录

一、 中小企业融资市场概况.....	1
1.1 直接融资市场状况.....	1
1.2 间接融资市场状况.....	2
二、 基于波特五力模型的行业分析	3
2.1 现存竞争者.....	3
2.2 潜在竞争者——有较小威胁	5
2.3 替代品威胁 ——有较大威胁.....	6
2.4 购买者议价能力.....	6
2.5 供应商议价能力——较弱	7
三、 基于 VRIO 模型的企业内部条件分析.....	7
3.1 价值性 (Value) 问题	7
3.2 稀有性 (Rareness) 问题	8
3.3 不可模仿性 (Inimitability) 问题.....	8
3.4 组织 (Organization) 问题	8
3.5 市场规模估算.....	9
四、 经营战略选择与规划.....	9
4.1 第一阶段 (2018 年~2019 年)	9
4.1.1 经营范围.....	10
4.1.2 战略目标	10
4.1.3 战略规划	10
4.2 第二阶段 (2020 年~2021 年)	11
4.2.1 经营范围	11
4.2.2 经营层次	11
4.2.3 战略目标	12
4.2.4 战略规划	12
4.3 第三阶段 (2021 年之后)	13
4.3.1 经营范围	13
4.3.2 经营层次	13
4.3.3 战略目标	13
4.3.4 战略规划	13





一、 中小企业融资市场概况

根据我国《中小企业促进法》规定，中小企业是指在中华人民共和国境内设立的有利于满足社会需要、增加就业、符合国家产业政策、生产经营规模属于中小型的各种所有制和各种形式的企业。中小企业融资可以分为内源性融资和外源性融资。内源性融资主要是中小企业的原始投入和生产经营过程中的自我积累，即中小企业利用自己所拥有的资金满足自身的资金需求，主要包括资本金、留存收益、折旧基金等。外源性融资是指利用企业外部资金来进行融资，按照是否有金融机构参与，外源性融资又可以分为直接融资和间接融资两种，主要包括发行股票、发行债券、商业信用、民间借贷、银行贷款、融资租赁等。

1.1 直接融资市场状况

中小企业直接融资的主要方式有股票融资、债券融资和民间融资等，直接融资方式取决于我国的资本市场发育程度和民间资金的充裕状况。

（1）股票融资。目前我国绝大多数中小企业不能在公开的证券市场进行融资，所以只能在一定范围内进行筹资，通常是在发起人、相关部门和内部职工之间认股，这在一定程度上限制了中小企业融资的范围。

（2）债券融资。大多数中小企业在公开的资本市场上发行债券无一席之地，即使有条件的中小企业又受到“规模控制、集中管理、分级审批”的约束，因此中小企业多在非公开的资本市场上，在小范围内发放企业债券，以满足企业对资金的需求，如在关联企业之间，内部职工之间等，这种债券一般时间多为 1 年左右，利息高于银行同期利息。

（3）民间融资。中小企业在申请银行贷款被拒、在资本市场又无上市资格的情况下，民间融资则成为了中小企业主要的资金融通来源之一。民间融资是一种最原始的融资方式，是个人与个人之间、个人与企业之间的融资，如亲戚朋友之间的借贷、个人财产抵押借款等。

在我国改革开放之前，个人之间的借贷只有用于维持最基本生存所需要的消费，改革开放之后，民间融资才逐渐进入生产领域。由于中小企业，尤其是民营中小企业不能从金融机构获得贷款，资本市场发展不完善，在一些地方，如浙江的宁波和温州等经济发达地区，民间融资成为私营企业融资的重要渠道。



综上所述，我国中小企业直接融资市场以民间融资为主，在不同地区之间发展十分不平衡。

1.2 间接融资市场状况

中国中小企业的间接融资方式中以银行贷款为主。银行贷款由于服务品种多样，手续简单方便快捷，成为中小企业获得外部融资的主要方式。但是实际上间接融资除了银行贷款，还有融资租赁、基金融资等。而受到企业体制和经营者思想观念等因素的影响，我国中小企业通过设备租赁进行融资的量非常少，各种风险投资基金和创业基金，对绝大多数中小企业而言还是一个新生事物，只有少数高科技中下企业利用这一间接融资方式进行融资。此外，由于信用担保体系尚未确立，银行对于信贷方向采取了专注于抓大项目大企业和个人消费信贷的策略，以及中小企业本身风险高，管理不规范，信用观念淡漠等原因，中小企业难以从银行获得贷款。





二、 基于波特五力模型的行业分析

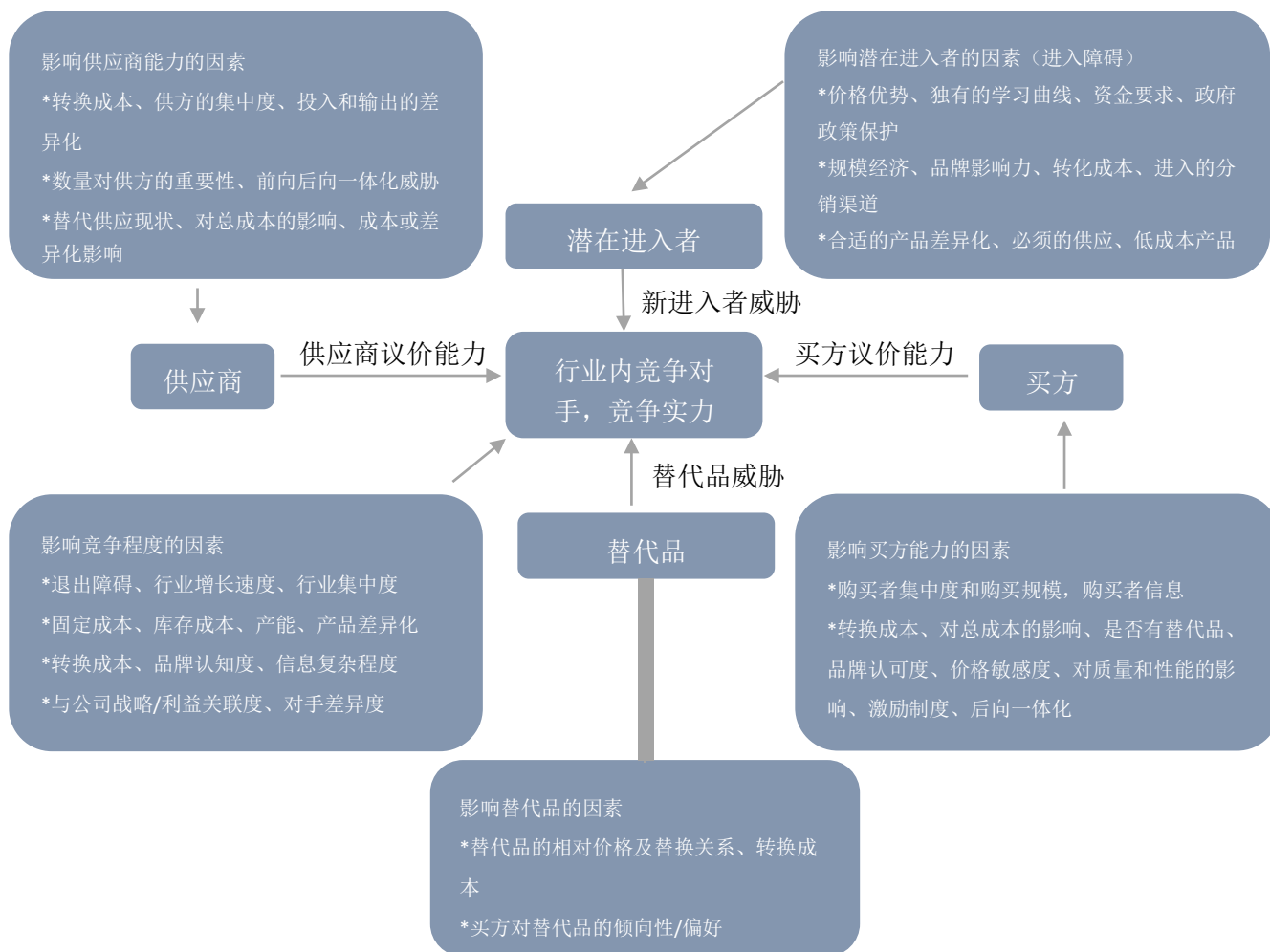


图1 波特五力模型分析

2.1 现存竞争者

当前中小企业贷款主要分企业信用贷款、企业抵押贷款、企业担保贷款（联保贷款）三类。企业信用贷款是一种流程简单、审批快捷、放款迅速的贷款，但信用额度较低，只适用于资金缺口小的企业；企业抵押贷款则是企业用自身的土地或有产权的房产、有价值的设备或商品库存作为抵押物进行贷款，相对于信用贷款，抵押贷款的额度会相对较高；而企业担保贷款则是在以上所说的两种贷款无法进行时企业通过选择有银行任何第三方提供连带责任的担保，申请担保贷款。





根据平台竞争主体进行竞争者划分，由于银行信贷是企业贷款难的源头，因此我们不将银行纳入我们的主要竞争对手。而在剩下的民间借贷中，以个人为主体的零散借贷由于不具有规模，发展零散，因此也不作为主要考虑的竞争对象。因此平台的主要竞争对手也是各种类型的接待平台，尤其是网络借贷平台。我们根据企业的在现存市场上，根据投融资对象的不同而提供资金支持的平台主要分为 P2B,P2B,P2C 三大类。

分类	功能	应用
P2B	P2B 全称是互联网融资服务平台, 个人对企业的一种贷款模式, P2B 平台只针对中小微企业提供投融资服务, 借款企业及其法人 (或实际控股的大股东) 要提供企业及其个人的担保, 并且基本上不提供纯粹的信用无抵押借款, 再加上类似担保模式的借款保证金账户, 因此从投资风险角度分析, P2B 比 P2P 具有更高的投资安全性。	鑫合汇、爱投资、 PPmoney、中汇在线、花果金融、理财范、银豆网、星投资、爱钱帮、金银猫
P2P	又称点对点网络借贷, 是指以公司为中介机构, 把借贷双方对接起来实现各自的借贷需求。借款方可以是无抵押贷款或是有抵押贷款, 而中介一般是收取双方或单方的手续费为盈利目的或者是赚取一定息差为盈利目的的新型理财模式	陆金所、宜人贷、点融网、人人贷、拍拍贷、微贷网、搜易贷、爱钱进、开鑫贷、投哪网





P2C	P2C 网贷 (Person to company) 模式是一种个人与企业之间的融资借贷模式, 通过线下开发优质的中小企业客户, 并引进实力的融资性担保机构对项目进行担保, 在线上通过互联网平台寻找普通投资者	积木盒子、人人贷、爱投资、玖富
-----	--	-----------------

表 1 企业借贷市场的平台分类

通过对于现有针对现有中小企业的接待平台进行分析, 我们认为虽然这些平台的竞争目标相近, 但是现有针对中小企业的投融资平台面临的困境主要在于信用评估与风险管理。在大力鼓吹高回报率大力吸金的同时, 这些平台却面临着接连不断的网贷安全事件, 同时这些网络借贷平台的高利率贷款在加重了企业负担的同时, 也增加了其资金池的风险。

相对于 P2P、P2B 和 P2C 平台, “智产智融”平台通过直接建立企业间生态圈和职能评估提高企业信用评估的可信度与精确性, 并避开自建资金池带来的流动性风险, 从而提高平台的安全性及可靠性。与此同时, “智产智融”平台在作为第三方金融服务平台基础上提供了自主搭建企业交流圈、寻找多方企业申请联保型贷款的功能, 目前现有投融资平台尚未综合上述所有功能, 因而, “智产智融”平台具有较强的竞争力。

综上所述, 平台目前所在的目标市场虽然具有一定数目的竞争者, 由于平台目标客户的细分, 已经平台定位上的不同, 在目标市场上, 平台所面临的竞争压力较小。

2.2 潜在竞争者——有较小威胁

一般而言, 主要的行业进入壁垒有以下几个方面: 资本投入、客户忠诚度、成本优势、技术壁垒、供应商资源、销售渠道使用权、规模经济、政府政策等。

根据产品类别、服务对象等分析, “智产智融”平台的潜在竞争者可能存在于供应链金融领域。目前供应链金融平台发展迅速, 但是由于存在行业间千差万别, 目前平台上的理财产品也千差万别, 从电商、木材供应到金属冶炼, 均有不同的供应链金融平台。并且因为受限于科技水平, 目前区块链技术、大数据追踪、云计算等并未真正应用到供应链金融的风险管控层面, 信用违约风险突发情况得不到有效解决, 因而潜在竞争者的威胁目前也比较薄弱。





2.3 替代品威胁 ——有较大威胁

在现存市场上，“智产智融”的替代品主要是除企业间借贷之外提供其他投融资形式的产品，包括 P2B、P2C、P2P 平台上的理财产品。一方面，由于国内互联网借贷平台众多，理财产品同质化现象严重；而另一方面，由于对融资对象企业生产经营情况不了解，信息存在严重的不对称性，大部分平台产品同时也面临着不低的违约风险。

“智产智融”平台则主要以第三方金融服务平台为基础为企业用户提供借贷服务以及联保贷款服务。基于企业生态圈与严格的信用审核与智能推荐，平台能够通过建造一个借贷双方彼此了解企业生态圈，降低信息的不对称性，做到每个企业在进行投资或为对方企业担保的同时能对于合作的企业的业务与经营情况有较多的了解，从而降低信用违约风险，并通过企业间智能匹配与推荐，提高融资贷款效率。

然而，鉴于目前市场上相关理财产品较多，因此平台面对的替代品威胁较大。

2.4 购买者议价能力

平台的服务对象主要为受困于融资问题的中小企业以及合作的金融机构。

1、中小企业客户议价能力——较弱

对于中小企业而言，由于目前国内市场上同时提供联系企业间借贷与担保业务的平台尚未出现，“智产智融”平台的推广能够以其独特性与先入性优势迅速占领市场。客观合理的管理费用、独具特色的企业洽谈圈、多种贷款类型的综合应用能够有效地吸引中小企业。同时不断发展的企业用户群也会产生集聚效应，从而提高用户忠诚度。因此当平台用户达到一定规模后，中小企业企业的议价能力较弱。

2、金融机构用户议价能力——较强

对于金融机构而言，平台的各项服务，如信用评级、担保评估能否被金融机构认可平台是否具有竞争力的关键因素之一，因此平台需要一直听取金融机构的需求，满足金融机构对于信用审核，信息提供的要求，因此金融机构的议价能力较强。





2.5 供应商议价能力——较弱

我们将“智产智融”的供应商看作企业数据提供商和行业分析的提供商。由于“智产智融”的企业信用评级数据库是基于企业注册信息和企业在平台上的使用记录共同构成，因此仅有企业初始的注册数据需要相关提供方如第三方征信机构的合作。而行业分析信息部分，大部分行业新闻与咨询企业均可以通过爬虫技术实现获取，平台本身也会提供相关分析。因此数据提供方的议价能力较弱。

三、基于 VRIO 模型的企业内部条件分析

目前，本平台在筹建期间拥有的资源包括技术资源、人力资源、组织资源等等。我们将基于 VRIO 模型对本平台的资源和能力进行分析，找出自身的优势和不足之处。

3.1 价值性（Value）问题

作为专业的中小企业融资服务平台，本平台充分体现了“智产智融”的技术亮点，通过建立企业间合作伙伴关系网，依托合作伙伴关系网发布企业融资信息和企业间相互担保合作信息，提供便捷的信息对接匹配，规范化交易服务，企业间相互担保服务，促进企业之间相互担保向银行贷款以及企业间贷款等业务的达成。平台利用自身技术优势创造企业间融资担保的“朋友圈”，助力中小企业贷款融资和借贷双方的信息对称，显著缓解中小企业的借贷难题。在当前中小企业融资困难、融资渠道窄、融资成本高的背景下，本平台瞄准中小企业这一经济发展的重要推力，创新地建造企业间借贷融资的桥梁，帮助企业解决借贷难题的同时开拓蓝海市场，其创造的价值是显而易见的。“智产智融”团队的目标为打造市场第一款联结企业与企业、企业与金融机构的借贷无忧平台和“朋友圈”，并以规范中小企业借贷交易，维护市场秩序为愿景，运用区块链等前沿理论潜心研发控制交易市场道德风险的创新技术。团队团结程度高，目标明确，并且具有强大的应变能力，将“智产智融”打造成市场上第一款成熟的中小企业融资伙伴圈是抓住市场暂不存在这一类型平台的机遇以抢占市场先机。

在未来的发展中，平台计划与现有的电子商务平台，如阿里巴巴等达成合作意向，做到与这些公司信息共享，或依托电子商务平台快速完成用户群体构建的业务。当平台大规模应用于中小企业借贷市场时，将很大程度均摊成本，提高公司利润。





3.2 稀有性 (Rareness) 问题

本平台最大的独特性在于建立起企业合作伙伴圈，搭建关联企业联络平台，在相互了解企业中公布企业借贷信息，避免企业信息外泄，同时控制风险，促进供应链金融的发展。在当前中小企业借贷市场中，虽已存在众多的企业借贷平台，但大多只是充当 P2F 的“信息公告栏”和企业贷款“辅导老师”的角色。智产智融首创地建立企业伙伴圈，监控借贷双方业务往来，为 P2P、P2F 提供关系更密切的资金来源，同时为伙伴圈内的信息共识打下坚实基础。智产智融率先进入中小企业贷款和供应链金融的互联网市场，将抢占市场先机，成为企业融资平台中稀有的一员。此外，智产智融团队敏锐的市场决策能力和平台业务机制实际及客户信息分析是智产智融有力的核心资源。

3.3 不可模仿性 (Inimitability) 问题

“智产智融”中小企业的核心竞争力在于基于“企业合作伙伴关系网”的业务开展和基于企业历史数据的信用评估机制。在平台层面上，其所依托的合作伙伴关系网和其中的信用评估算法是“智产智融”区别于其他公司的显著特征。然而这在技术上较容易被其他企业复制，因此，在用户体验和用户群体所带来的优势才是企业需要去争取的地方。

“智产智融”中小企业融资平台率先提出基于“熟人借贷”的合作伙伴网络模式，并率先提出企业间担保的规范流程，这在市场上具有先动优势。而平台的价值将随着平台使用用户的增加而成倍增长。当平台的用户规模和历史数据带来的技术优势无法被其他平台模仿时。长时间发展的积淀将让平台在经验、技术和用户体验上胜出，大规模也使得我们在竞争上具有成本优势。因此，当平台好好利用先动优势，在市场上获得足够的市场份额之后，其他竞争对手将不可模仿。

3.4 组织 (Organization) 问题

“智产智融”平台设置了金融研究部、商业规划部、技术研发部、设计宣传部等部门，职能式与矩阵式的扁平化组织架构相结合是公司高效运行的重要保证。由于处于初步进入市场的时期，市场潜力的挖掘以及消费者对新产品的接受还需要一定的时间，但采取绩效与薪酬相结合的激励模式，有助于鼓励人才创新，提高竞争力。此外，平台计划与现有的电子商务平台，如阿里巴巴等达成合作意向，做到与这些公司信息共享，或依托电子商务平台快速完成用户群体构建的业务，更加能够有效控制企业资源和架构。





3.5 市场规模估算

根据 2010 年中国银行公布的金融资料，2009 年末全国共发放短期贷款 74248 亿元，其中私营企业及个人贷款 1059 亿元，仅占 1.43%。由此来看，我国中小企业的间接融资是严重不足的。此外，根据 2013 年国家信息中心的数据显示，81% 的企业流动资金不能满足需求，60.5% 的企业无法获得中长期贷款。这也反映了中小企业融资缺口的巨大。由于 2017 年中国注册中小企业和个体户已经超过五千万家，因此我们保守估计，我国的中小企业融资缺口规模应达到 5000 亿元以上，且将不断增加。

四、经营战略选择与规划

根据对行业与市场环境的分析，同时结合未来 5 年内的预计发展趋势和团队的自身发展能力，我们为公司未来的发展制订“三步走”的战略规划：

第一阶段以产品模型的完善、扩大市场份额、提高数据处理分析系统的准确率为主要目标，为公司的发展打造坚实的服务质量基础和用户基础；

第二阶段则主要着重于主要业务的深化，进一步加强与银行等金融机构方面的合作，同时采取多种策略提高用户黏性，积极发展战略合作伙伴；

第三阶段将结合公司累积的竞争优势，依据同心多元化战略，发展其他相关的金融服务业务如保险、基金、股权融资等，为用户提供一个安全优质、多元体验的金融服务平台。

以下将根据“三步走”的发展战略规划，具体阐述各个阶段的主要内容。

4.1 第一阶段（2018 年~2019 年）

第一阶段公司处于市场导入期，根据已有资料显示，目前同类竞争者较少，产品和服务属于市场导入期，此阶段是占领市场的最好时期，公司应以完善产品服务、提高服务质量、扩大市场份额为主要任务，围绕占领市场的目标，着重向合作的金融机构以及各中小企业经营者推广“智产智融”融资平台，初步建立公司品牌。





4.1.1 经营范围

为企业间借贷业务及相互担保业务、企业向金融机构借贷业务、企业和其他企业或相关金融机构的债权交易提供第三方中介服务平台。

4.1.2 战略目标

(1) 2018 年 1 月之前，“智产智融”融资平台产品正式在互联网平台上线；

(2) 到 2018 年 6 月份，“智产智融”平台用户注册量达到 10 万，活跃用户达到 30%以上，初步覆盖广州及周边珠三角地区的主要城市，与珠三角地区 10 家以上金融机构达成合作协议并展开业务对接试点；

(3) 到 2018 年底，平台用户注册量达到 20 万以上，活跃用户百分比有较好的保持，在持续增加合作的金融机构网点数量的同时，进一步深化和金融机构的业务对接，同时不断地提高产品的安全性、稳定性与灵活性，结合用户反馈，完善平台功能与线下服务体系；

(4) 完善公司内部管理运营，包括一系列的技术研发、产品创新、组织管理和营销推广体系；

(5) 完善公司商业模式，实现盈利并保持较高的利润增长率，树立品牌形象。

4.1.3 战略规划

(1) 不断完善公司内部体系

以任务性质为依据，根据不同任务的人才要求，建立并不断发展管理、技术、推广团队，以适应公司规模扩大和发展；针对校园内外进行适当的人才招聘，充实公司的人才资本。

(2) 初步建立公司品牌

公司创立之初就应该拥有品牌意识，依据自身的竞争优势，结合用户的反馈，不断建立、培育、经营自己的品牌，通过时间的积累，为之后品牌的做大做强奠定坚实基础。





(3) 以广东作为首要战略发展市场

广东珠三角地区毗邻港澳，拥有广州、深圳等金融业与互联网行业均高度发展的大城市，创业氛围浓厚且已形成较为完善的支持体系，拥有一大批具有良好发展前景的中小企业，适合互联网金融的发展。

(4) 提高分析系统的准确性

公司创立之初，产品的分析系统还不够成熟，为了满足产品快速扩张的需要，公司应该着力于研发分析系统，采用科学的方法，优化系统，提高准确率，为金融机构提供更为准确的中小企业经济状况信息，更好地推动借贷款业务发展。

(5) 寻求多种盈利方式，调整商业模式

作为发展初期的创业公司，盈利模式的多样化有利于提高公司的发展潜力。而初期的“智产智融”融资平台致力于为中小企业的债权融资交易服务，盈利来源主要是中介费用以及一些广告推广费用。较为单一的盈利模式必然不能成为公司日后长期发展的模式，因此公司需要在这一期间探索出一种可持续化发展的多元化业务发展模式。

4.2 第二阶段（2020 年~2021 年）

经过初期的推广，产品已经拥有了一定的用户基础和行业口碑，市场追随者开始出现；与此同时，较多同类竞争者也开始进入市场。因此，公司该阶段的主要任务是一方面持续深化与金融机构的业务合作，发展企业的战略合作伙伴，初步建立战略联盟；另一方面针对平台用户，需要通过多种策略提高用户粘性，并加快扩大用户群体。在以这两个任务为重点的基础上，进一步建立公司的品牌形象，提高公司的核心竞争力。此外，启动针对中小企业金融服务需求的业务单元，扩大用户群与资金流动规模，拓宽公司的业务范围，提升公司获利能力。

4.2.1 经营范围

中小企业金融借贷业务信息的传播与分析；中小企业金融借贷项目推荐；中小企业融资深度咨询；用户数据库资源开发与商务应用。

4.2.2 经营层次

金融机构与中小企业客户间信息传播；中小企业金融借贷产品咨询；金融机构战略合作伙伴；中小企业用户个人融资平台。





4.2.3 战略目标

- (1) 到 2020 年 6 月，“智产智融”融资平台用户注册量达到 80 万，并将在广东的运营模式复制到华南地区其他省份，加强与金融机构的战略合作，增强用户粘性，提升企业品牌形象；
- (2) 到 2021 年 6 月，平台用户量达到 100 万，与超过 50 个金融机构达成合作意向，借助分析系统的优势，深化业务内容，进一步提供中介沟通、企业信息管理、借贷担保等服务，为中小企业用户带来优质体验；
- (3) 采取多种策略提高用户黏性，开展多种形式的线上活动，形成平台与用户、用户之间的互动，拓宽企业关系网；实现利润达到 50 万，并保持 20%以上的利润增长率；
- (4) 尝试引入与企业相关的消费者端口，扩大资金来源，不断探索业务合作方式与商业模式创新。

4.2.4 战略规划

- (1) 深化核心业务发展，形成地区战略布局

“智产智融”的核心业务是为中小企业的债权融资及企业间相互担保交易提供中介性质服务，促进企业之间相互担保向银行贷款以及企业间贷款等业务的达成。在第二发展阶段，一方面应着重建设优秀的商务推广团队，增加合作的金融机构网点数量，扩大借贷业务规模，拓宽中小企业融资空间；另一方面，应建设针对客户关系管理的营销团队，提高用户黏性；地区方面，着重针对华南地区进行战略布局，以珠三角为中心，呈辐射状形成覆盖华南地区的线下服务网络。

- (2) 发展战略合作，构建竞争壁垒

由于逐渐过渡到产品生命周期的“发展-成熟”阶段，出于对公司市场优势地位的保护以及未来发展的考虑，此阶段应充分利用公司先进的技术、丰富的数据库资源以及广大的用户基础，逐步与银行等金融机构形成战略合作伙伴关系，发挥协同作用，以构建有力的竞争壁垒。

- (3) 深入研究中小企业金融借贷需求

组建独立业务小组，为公司未来发展空间做进一步的探索，深入了解中小企业金融服务需求的变化趋势，运用与其他金融机构已有的合作机制，并尝试增加消费者端口，扩大借贷资金来源，从而完善需求与服务的对接环节。





4.3 第三阶段（2021 年之后）

此阶段，公司发展已经有一定规模，业务模式、技术开发、公司管理等体系都较为成熟，在金融领域具有一定的品牌影响力。鉴于单一业务单元发展空间的限制，公司应遵循同心多元化战略，启用企业累积的优势资源，发展多元化业务，进军金融业行业除资金借贷业务外的其他领域。

4.3.1 经营范围

中小企业金融借贷业务信息的传播与分析；中小企业金融借贷项目推荐；中小企业融资深度咨询；用户数据库资源开发与商务应用。

4.3.2 经营层次

金融机构战略合作伙伴；中小企业用户全方位的资金借贷服务中心。

4.3.3 战略目标

(1) 截止到 2022 年底，“智产智融”融资平台用户量达到 150 万，活跃用户保持在 30% 以上；服务网点覆盖国内各大城市，并逐步向三线城市发展业务；

(2) 契合新时代中小企业的融资与投资需求，发展综合型的中小企业金融借贷服务中心，实现中小企业融资与投资的一体化、优质化和个性化，提供一站式的全方位金融借贷服务，成为有行业影响力的金融服务提供商；

(3) 消费者融资端口体系进入完善与发展阶段，着重凸显互助与投资等金融服务。

4.3.4 战略规划

(1) 改进运营机制，加速多元化进程

利用与战略合作伙伴的业务合作，逐步发展除金融借贷外的其他金融领域内的业务，如可尝试除资金融资形式外的股权融资业务，不断加速自身的多元化进程。

(2) 打造品牌核心优势

为了取得公司的长足发展，公司需要打造品牌的核心优势和核心竞争力，从而提高用户忠诚度，为行业潜在竞争者设计更高的准入和模仿壁垒。





(3) 探索全面革新领域

公司希望能够研发出更多契合时代的技术，因此研发部门需要保持与时俱进的精神，时刻准备探索全面的革新领域。

