

# 2017年中国消费信贷市场专题分析

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析





## 分析定义与分析范畴

- 消费信贷隶属于消费金融范畴，具体指各机构向个人提供的以消费为目的的贷款，本文主要分析狭义的消费信贷，即不包含房贷，主要包括耐用消费品贷款、一般用途消费贷款等
- 本分析内容主要围绕新金融领域下，包括消费信贷发展环境、经营现状、用户特征、案例分析、发展趋势等内容，涉及企业为行业内的一些典型企业。



## 易观千帆A3算法升级说明

- 易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：
  - 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”；
  - 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等；
  - 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

- 消费升级、政策支持、金融科技等共同推动消费信贷市场发展，同时，我国消费信贷规模及渗透率与美国相比差距仍非常明显，未来发展潜力大，为此，商业银行、消费金融公司、电商平台、分期购物平台等纷纷发力消费信贷。
- 为对中国消费信贷市场进行全面的分析，融之家联合易观发布《2017年中国消费信贷市场发展报告》，旨在为整个消费信贷市场经营现状、用户特征、未来趋势及机遇提供洞见。该报告主要核心观点如下：

## 经营情况，现状及典型场景

- 1 中国消费信贷市场发展强劲，快速发展的同时面临获客成本上升、利率及共债率较高等问题；场景日趋丰富，电商、旅游、教育、汽车、家装等细分市场快速发展

## 用户画像，新一代消费势力

- 2 主要根据易观千帆数据，全面呈现消费信贷市场的用户画像，新一代消费势力特征明显，为行业发展提供参考

## 发展趋势，快速规范化发展

- 3 从规模来看，消费信贷市场仍将保持快速增长，预计到2019年末，我国消费信贷余额将达14.67万亿元；从发展趋势来看，预计监管政策细化促进消费信贷行业更加规范化发展，探索和拓展消费信贷服务场景

# 目录

## CONTENTS

01 | 消费信贷市场发展环境

02 | 消费信贷行业经营现状  
分析

03 | 消费信贷市场用户分析

04 | 消费信贷市场典型案例

05 | 消费信贷市场规模预测  
及发展趋势

# PART 1



消费信贷市场发展环境：政策利好 市场升级



# 国务院、银监会政策逐步完善 奠定消费信贷市场保障基础



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 宏观政策环境层面，2009年以来，国务院、银监会、央行等持续加大对消费信贷的政策支持力度，针对市场准入、合规管理、产品创新等多方面，出台相关政策或指导意见，促进消费信贷市场发展。

时间	发文部门	政策
2009年	银监会	《消费金融公司试点管理办法》发布，之后北银、中银、捷信、锦程四家消费金融公司陆续成立
2013年	银监会	《消费金融公司试点管理办法（修订稿）》发布，扩大了消费金融公司的试点城市范围，增加武汉、广州等城市参与消费金融公司试点工作
2015年	国务院	将消费金融公司试点扩大至全国，审批权限下放，设立条件放宽
2015年	银监会、人民银行等	《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，确立了互联网消费金融等互联网金融主要业态的监管职责分工，互联网消费金融业务由银监会负责监管
2016年	国务院	国务院总理李克强在《2016 年政府工作报告》指出，在全国开展消费金融公司试点，鼓励金融机构创新消费信贷产品
2016年	银监会、人民银行	《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》鼓励银行业金融机构与网络零售平台在小额消费领域开展合作，自主发放小额消费信贷
2017年	银监会、人民银行	发布修订《汽车贷款管理办法》，调整汽车贷款有关政策，其中自用新能源汽车贷款最高发放比例为85%

# 消费信贷市场迎发展契机 社会消费品零售总额稳步增长

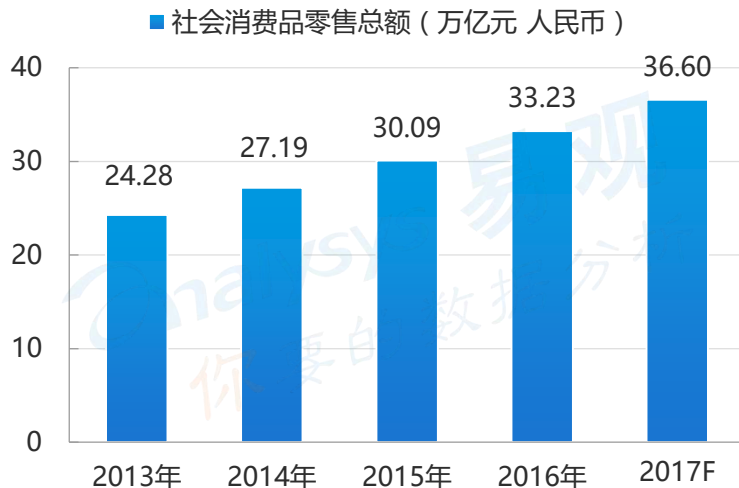


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 宏观经济环境层面，我国消费市场前景广阔，预计2017年我国社会消费品零售总额达到36.60万亿元，绝对规模仍保持增长态势，同时城镇居民人均可支配收入也逐年增加，为消费升级奠定了坚实的基础。

## 2013-2017年社会消费品零售总额

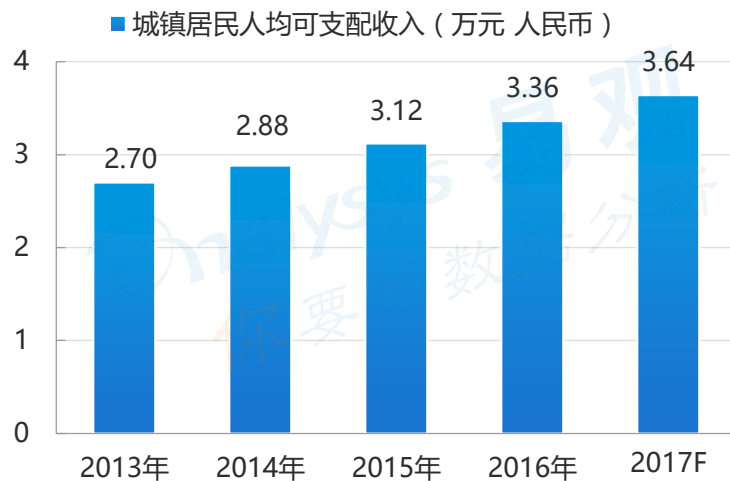


数据说明：以上数据根据国家统计局公开数据获得，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2013-2017年城镇居民人均可支配收入



数据说明：以上数据根据国家统计局公开数据获得，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 市场服务主体多元化 消费信贷加速扩张



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 互联网从客户、产品、服务、业务流程和风控等各方面颠覆了传统的消费信贷。不仅是持牌消费金融公司，电商平台、P2P平台、分期购物平台等纷纷发力消费信贷；传统金融机构也逐渐依托互联网技术开展消费信贷业务，目前，工商银行、建设银行、招商银行、兴业银行、中信银行等都推出了线上消费信贷产品。
- 线上消费分期，指各机构通过互联网技术，以小额、分散为原则，为个人提供的以消费为目的的分期贷款服务。

	传统消费信贷	线上消费分期
目标客户	主要是银行优质客户	年轻客户、中低收入客户
产品模式	信用卡、大额消费贷款等	消费分期、小额借款等
贷款利率	较低	较高，风险定价
放款速度	较慢，一般在2周及以上	分钟级或小时级
贷款流程	线上或线下申请，线下面签	线上申请、审核及放款
风险手段	央行征信、人工审核	大数据征信、场景合作方审核、机器审核（AI审核）



# 消费信贷市场规模及渗透率低 潜力巨大

## 市场整体发展

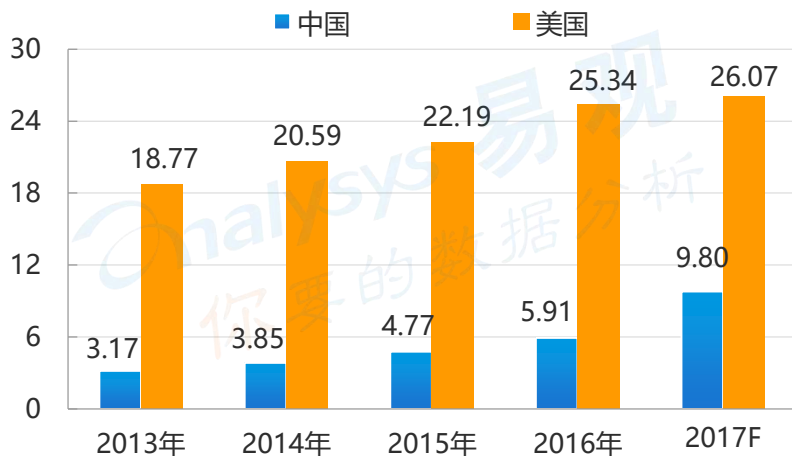


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 我国消费信贷保持快速增长，截至2017年末，我国消费信贷（不含房贷）市场规模将达9.80万亿元，占GDP的比例为12.32%，但与美国相比，差距仍非常明显，未来我国消费信贷行业市场空间非常大。

### 2013-2017年中国、美国消费信贷余额 (万亿元 人民币)

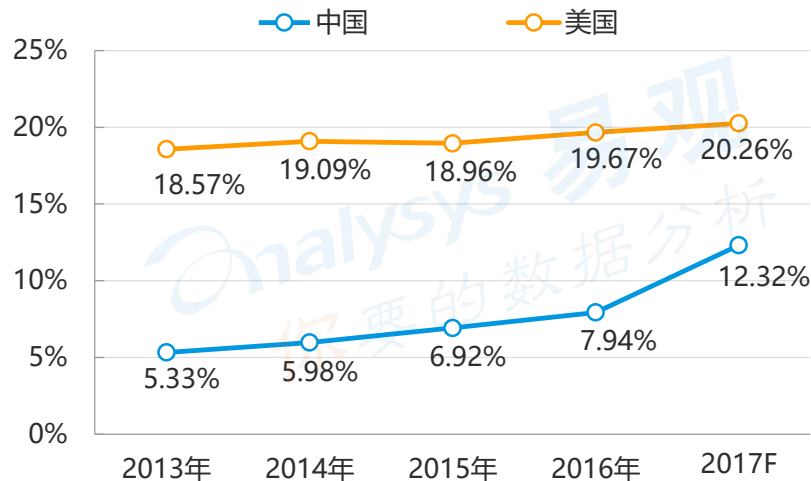


数据说明：以上数据根据央行、美联储数据获得，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

### 2013-2017年中国、美国消费信贷占GDP比例



数据说明：以上数据根据央行、国家统计局、美联储数据获得，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

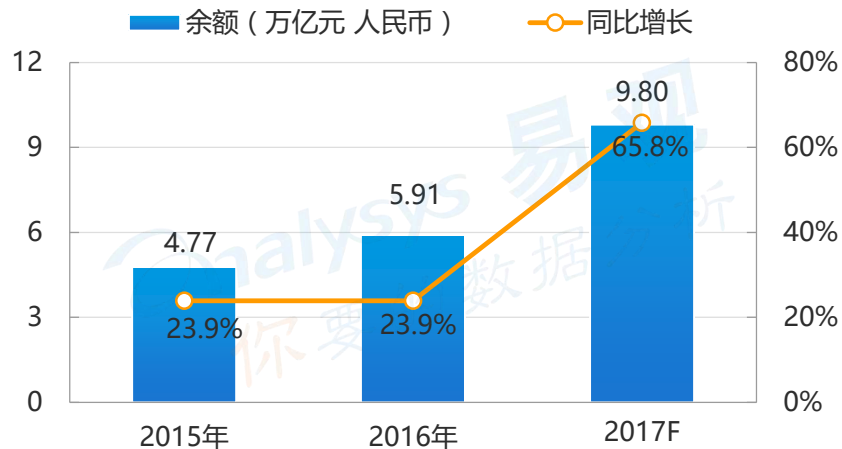
## PART 2



消费信贷经营情况：现状及典型场景

- 2017年，个人消费信贷需求强劲，传统金融机构消费信贷当年增加3.89万亿元，为历史最高增量，2017年末余额达9.80万亿元。互联网平台消费信贷发展时间较短，规模保持快速增长，2017年末余额为3500亿元。

## 2015-2017年金融机构消费信贷余额及增幅

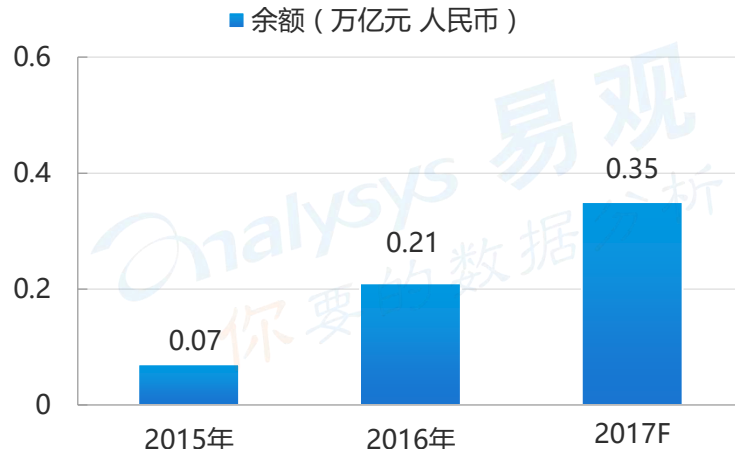


数据说明：以上数据根据央行公布数据、易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。统计范围包括商业银行、信用社、汽车金融公司等金融机构。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2015-2017年互联网平台消费信贷余额



数据说明：以上数据根据央行公布数据、易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。互联网平台包括电商平台、分期购物平台、P2P平台等。

© Analysys 易观

www.analysys.cn



## 获客成本快速上升

- 由于线上流量的竞争加剧以及线下场景的割据，消费信贷平台的获客成本呈上升趋势。
- 以互联网消费金融平台为例，获客成本持续上升，目前注册成本是15-30元/单，下款成本是2%-6%。

互联网消费金融平台获客成本

CPA (注册量)	15-30元
CPS (下款量)	2%-6%

## 降低获客成本措施

### 营销渠道

- 精准捕捉目标客户以降低无效费用支出
- 自身拥有流量或场景的平台可有效获取用户，而其他平台需要深入合作垂直消费分期场景或流量平台提升用户转化率

### 用户运营

- 针对优质客户提升授信额度、引导循环多次借贷、适当延长借款期限，可拉低平均获客成本

### 产品设计

- 由一次性贷款产品转向高粘性的循环额度产品

# 各消费信贷服务机构资金成本及利率需差异化对待



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

机构	资金成本	年化贷款利率 (含平台管理费)
商业银行	成本最低，1%-2%	4.4%-15.1%
消费金融公司	5%-6%	7.2%-18%
电商平台	5%-8%	10%-18%
分期购物平台	7%以上	18%-50%
P2P平台	7%-12%	---
互联网助贷平台	10%-20%	---

- ❖ 资金成本很大程度上决定贷款利率，较高的资金成本需要更高的投资回报。银行的资金来自存款，成本最低，提供的消费信贷利率也最低。
- ❖ 利率是产品依据风险水平的量化表现，不同资金产品的用途、周期不尽相同，不能单纯从时间角度进行年度折算来揭示风险，故P2P、互联网助贷等不进行年化比较。

数据来源：以上数据根据厂商访谈及易观自有监测数据获得

# 批贷率、复借率及共债率等指标共同考察消费信贷平台质量



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

## 批贷率

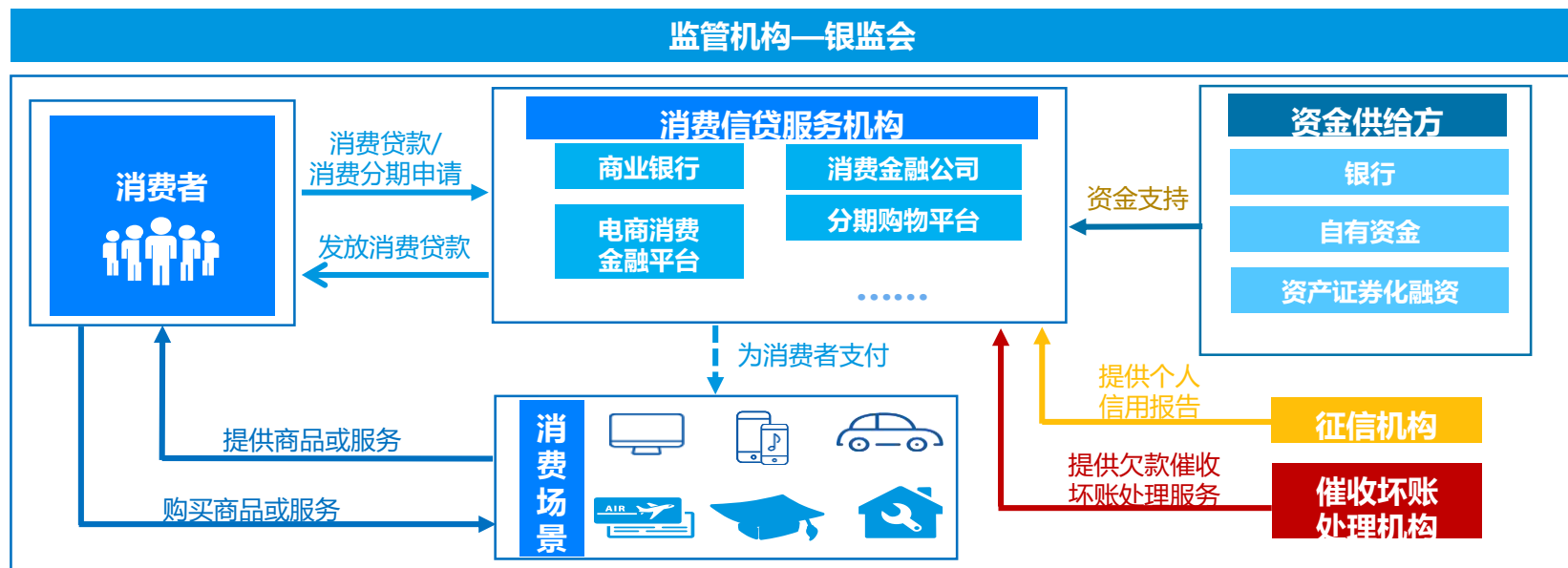
- 综合来看，各消费信贷平台的批贷率差别较大，消费金融公司的批贷率通常在20%左右，有消费场景的分期业务批贷率较高，如3C产品可达70%
- 对于相关服务方批贷率差异，主要原因在于，从不同平台导流的客群风险属性不同，具有某些特定数据维度的客群能够获得较高的通过率，如芝麻信用分、公积金数据等经过合作方审核之后的客户通过率会相应提高
- 批贷率一定程度上代表了平台最终审核的严苛性，以及对于风险敞口大小的接受程度，具体水平跟其现阶段风险甄别技术以及当前社会条件有关

## 复借率、共债率

- 考察平台用户质量，需要参考多方面因素，复借率结合共债率等会更加科学合理，部分平台在追求目标用户群体高复借率的同时，需要严防其共债率的上升
- 一方面，部分平台为追求增量快速提升，用户多头借贷现象较为严重，这对于长期发展而言有较大的隐患
- 另一方面，也存在客观条件的制约，相关平台无法直接获得借款人在其他平台的借贷情况，只能通过第三方征信平台的查询次数、借贷APP使用情况等间接信息来做判断，此类问题的有效解决，仍需各方共同努力推动市场间数据共享机制的完善，值得注意的是，目前已有部分机构在积极行动



- 随着行业竞争逐渐向垂直领域渗透，包括商业银行在内的传统金融机构、持牌消费金融公司以及电商系等互联网平台均逐渐向租房、旅游、医美、教育、旅游等细分领域切入。
- 目前在各个细分领域均出现了许多竞争者，但不同的细分市场发展状态和竞争格局存在较大差异，整体来看，旅游、租房、装修、医美等细分领域，仍有待深入挖掘，存在较大的市场空间。



# 垂直场景下交易规模持续增长 为消费信贷服务机构发展奠定市场基础



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 消费信贷场景日趋丰富，覆盖率越来越高，包括电商、旅游、教育、汽车、家装等，各种场景的消费信贷向垂直细分市场快速发展。

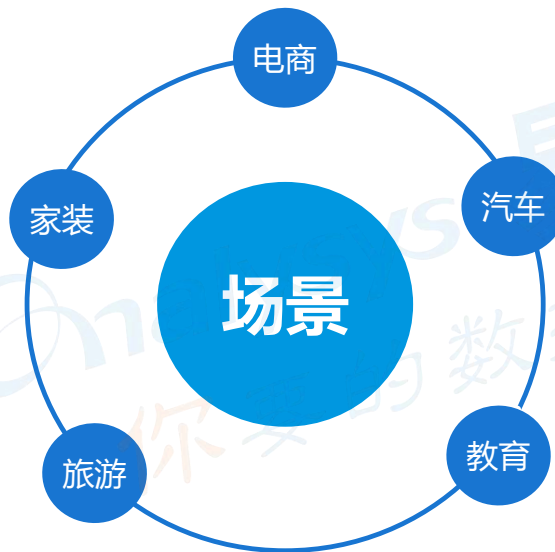
2017年1-3季度，中国网上零售B2C市场交易规模达26390亿元，同比增长38.2%，电商巨头凭借着流量入口、场景生态、资金等优势，打通线上购物消费等场景

2016年，家装市场规模达1.9万亿元，同比增长12.6%，目前，银行、土巴兔等推出了家装消费信贷

2016年汽车市场销量突破2800万量，绝对规模有望继续提升，对汽车消费信贷市场发展利好，包含银行、消费金融公司、互联网平台等多主体在内的参与方增多

2016年，国内旅游总收入39390亿元，其中在线旅游7394亿元，产品主要有银行旅游消费贷款及信用卡分期、在线旅游分期等

当前，我国教育市场总规模约为9万亿元，包括技能培训消费信贷、学业消费信贷等，银行、消费金融公司、百度有钱花等推出了教育消费信贷



# 电商消费信贷：拥有流量及场景 优势明显

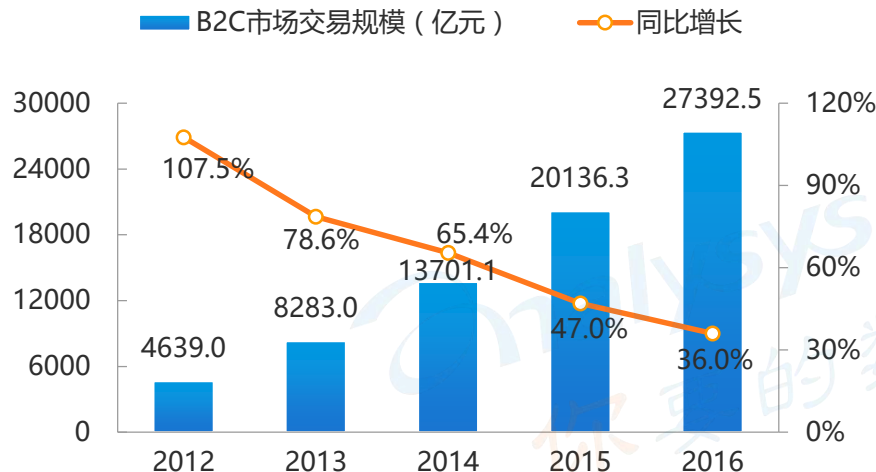


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 电商消费信贷指基于电商购物为消费场景，对消费者提供的贷款服务。从2014 年开始以京东和阿里为代表的电商系巨头率先切入消费信贷领域，围绕自身所搭建的购物场景和积累的海量用户，分别推出了“京东白条”，“蚂蚁花呗”等消费分期产品，电商消费信贷具有流量及场景等优势。

## 2012-2016年网上零售B2C市场交易规模



数据说明：以上数据根据厂商访谈及易观自有监测数据获得。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

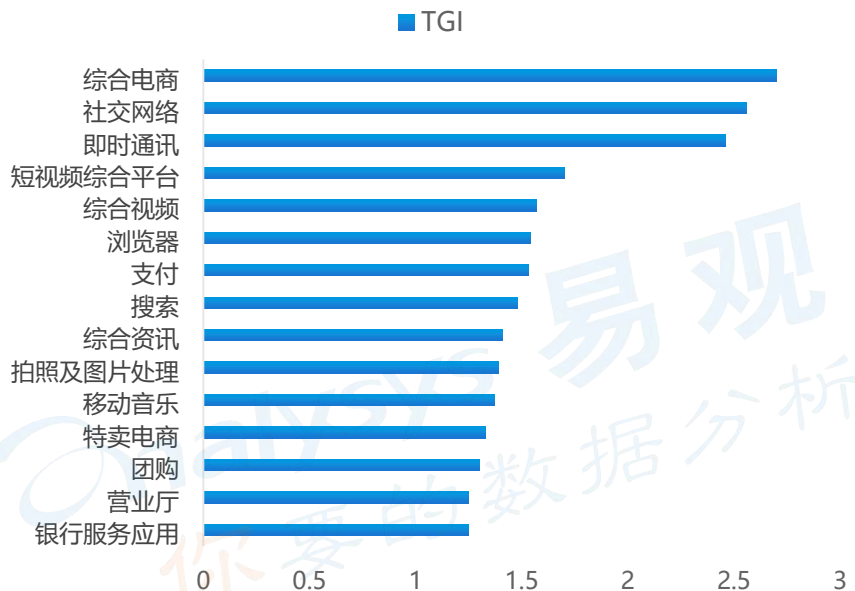
电商巨头除购物场景外，向租房、旅游、医美、教育、装修、购车、生活娱乐等细分垂直领域切入：

- **蚂蚁花呗**：除阿里体系内的天猫淘宝网购平台，还接入了滴滴打车、12306、口碑、线下的大型超市、便利店、商场等高频生活场景，以及音乐、游戏等娱乐场景
- **京东白条**：已经全面打通了京东体系内的线上消费场景，覆盖了京东到家，海淘以及产品众筹等一系列京东系产品线，同时逐渐向独立的线下消费场景拓展

# 电商领域综合电商、社交及视频需求高

- 电商领域用户对综合电商、社交网络偏好高，爱奇艺、腾讯视频等平台成为用户最佳的闲时娱乐项目，同时，用户对支付偏好较高。

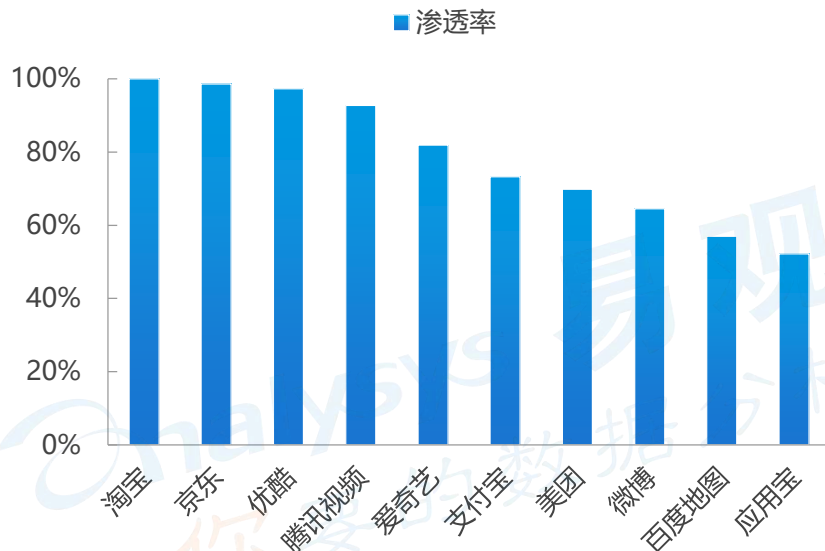
## 电商领域行为偏好TGI



© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 电商领域人群渗透TOP10



© Analysys 易观

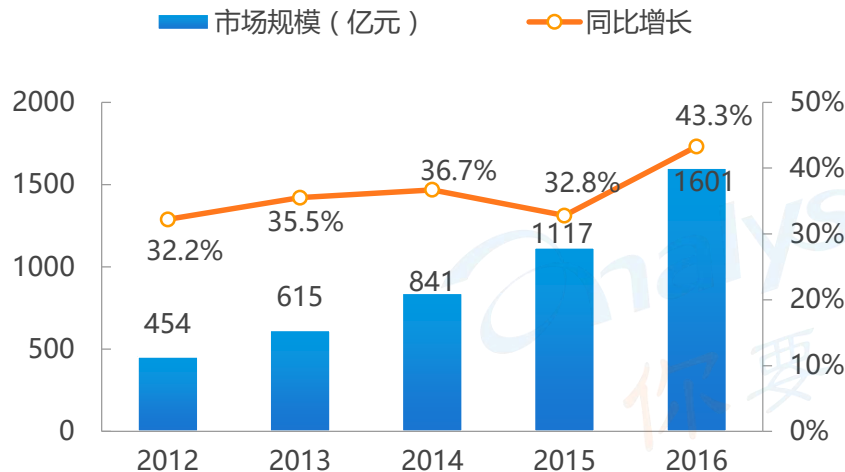
www.analysys.cn

数据说明：行为偏好TGI指在指定时间段内，所选人群对相应领域的偏好程度；TGI指数=【目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例】\*标准数100；TGI值等于1即等于全网平均水平，TGI值大于1即有偏好，值越大偏好越强。

# 教育消费信贷：覆盖整个教育全流程

- 教育消费信贷是基于教育为消费场景，对消费者提供的贷款服务。包括技能培训消费信贷、学业消费信贷等。当前，我国教育市场总规模约为9万亿元，相比线下整体教育行业而言，互联网教育市场规模占比较低但绝对规模保持快速增长，教育消费信贷市场潜力非常大。

## 2012-2016年互联网教育市场规模



数据说明：以上数据根据厂商访谈及易观自有监测数据获得。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

教育消费信贷业务已经覆盖了教育过程的各个阶段，包括婴幼儿早教阶段，K12 教育阶段，职业教育阶段等：

- 获客方式**：为线上和线下相结合，线上主要为与在线教育平台合作，线下主要为建立合作的教育机构。
- 收入来源**：主要来源于与教育机构合作学费的差价、学费分期利息、招生返佣等

# 教育领域儿童、中小学教育及社交需求高

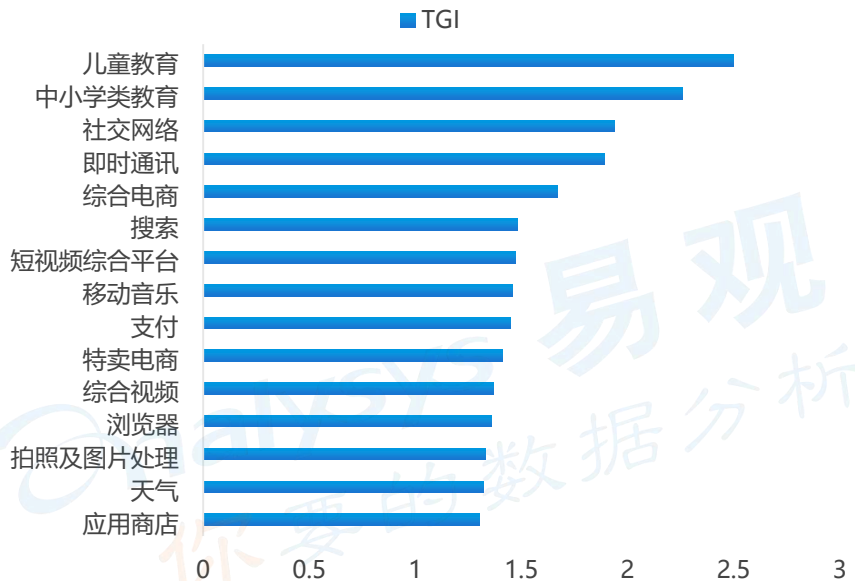


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 教育领域用户对儿童教育、中小学类教育、社交网络偏好高，同时对即时通信、综合电商、搜索等偏好较高，表明用户涉猎范围较为广泛。

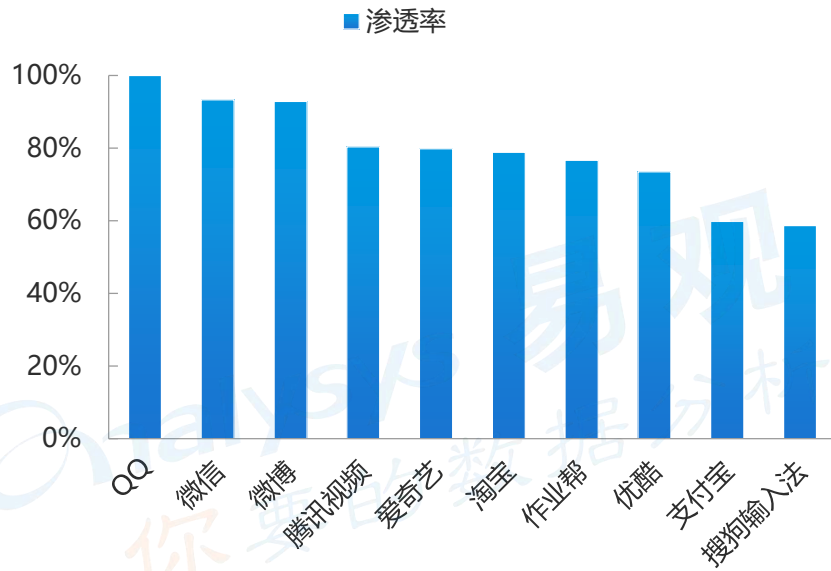
## 教育领域行为偏好TGI



© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 教育领域人群渗透TOP10



© Analysys 易观

www.analysys.cn

数据说明：行为偏好TGI指在指定时间段内，所选人群对相应领域的偏好程度；TGI指数=【目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例】\*标准数100；TGI值等于1即等于全网平均水平，TGI值大于1即有偏好，值越大偏好越强。



# 家装消费信贷：市场空间大 业务模式较成熟

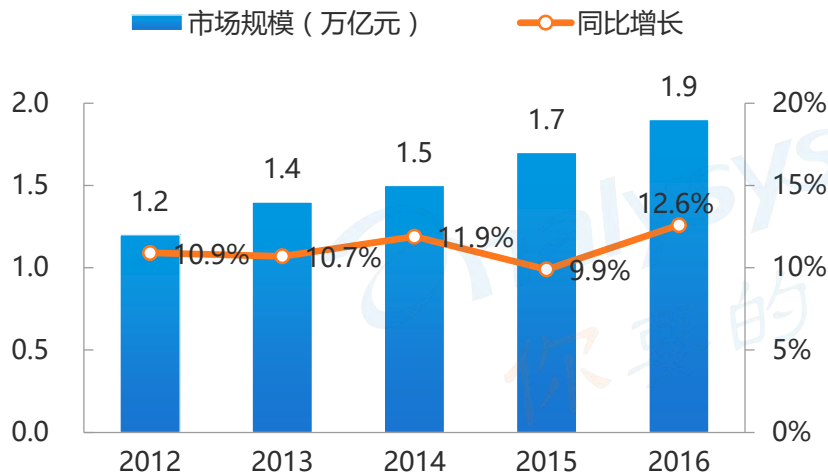


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 家装消费信贷指基于家庭住房装修为消费场景，对消费者提供的贷款服务。家装消费信贷兴起的原因在于家装行业极大的市场需求，家装市场规模多年维持稳定增长，2016年达1.9万亿元，可开拓空间巨大。

## 2012-2016年住宅装饰行业市场规模



数据说明：以上数据根据中国建筑家装协会公开数据获得，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

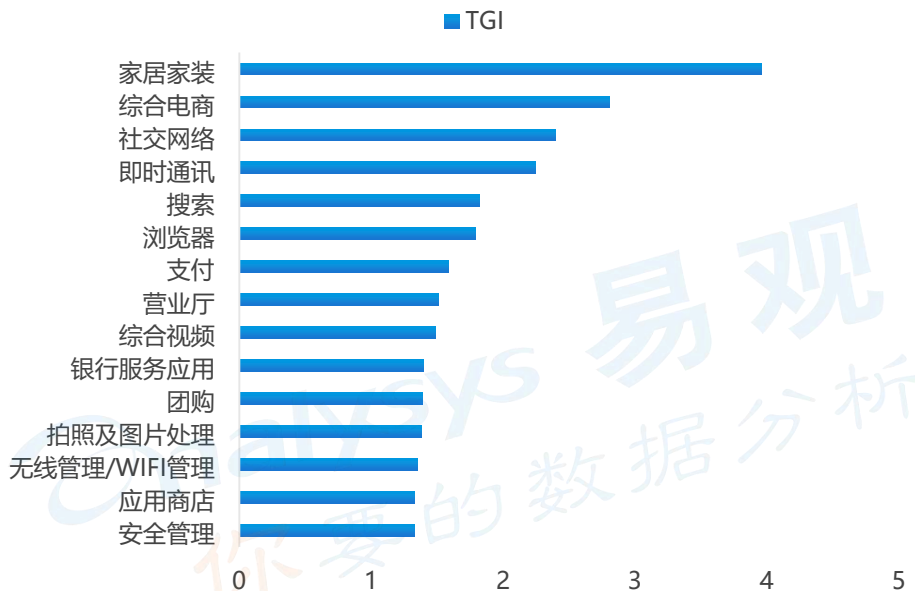
家装消费信贷业务模式：

- 消费供给方业务在产业链上延伸至消费信贷服务平台**：易日升金融等平台采用此种模式，易日升金融于2015年2月成立，业务覆盖家装、家居等领域
- 消费供给方与消费信贷服务平台合作互补**：采用此种模式的平台较多，如家装平台土巴兔与招联金融合作

# 家装领域家居、购物及社交需求高

- 家装领域用户对家居、综合电商、社交网络偏好高，同时对搜索、浏览器等平台偏好较高，表明用户对各类媒体资讯等关注广泛，且更加偏好利用APP产品检索相关资讯。

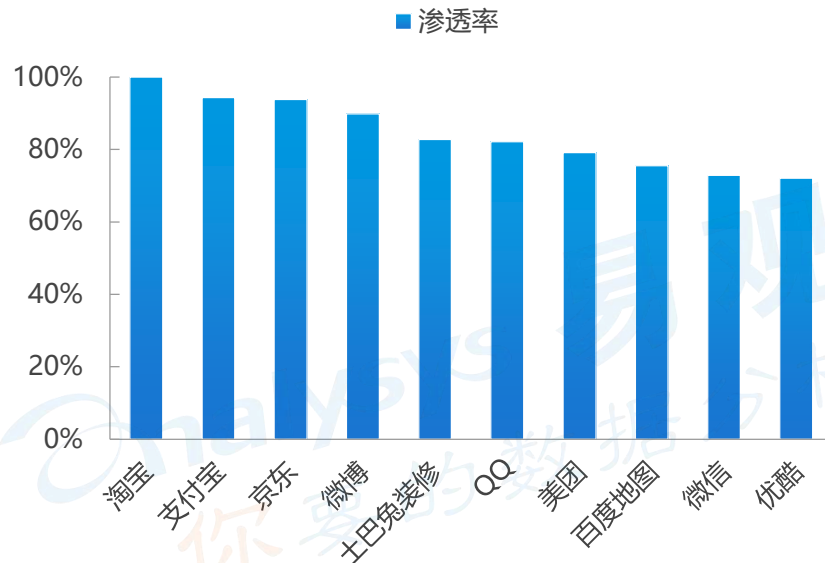
## 家装领域行为偏好TGI



© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 家装领域人群渗透TOP10



© Analysys 易观

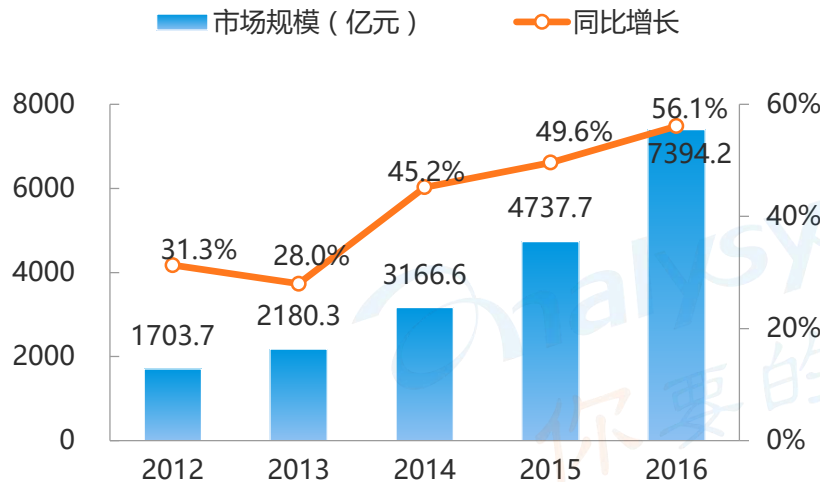
www.analysys.cn

数据说明：行为偏好TGI指在指定时间段内，所选人群对相应领域的偏好程度；TGI指数=【目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例】\*标准数100；TGI值等于1即等于全网平均水平，TGI值大于1即有偏好，值越大偏好越强。

# 旅游消费信贷：在线旅游分期加速发展

- 2016年，国内旅游总收入39390亿元，其中在线旅游7394亿元，旅游互联网化加速，在线旅游渗透率不断提升。在线旅游市场的火热加速了旅游消费分期的发展。

2012-2016年在线旅游市场规模



数据说明：以上数据根据厂商访谈及易观自有监测数据获得。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

旅游消费信贷业务模式：

- 银行旅游消费信贷**：银行通过消费信贷及信用卡分期的方式较早介入旅游市场，但发展较慢
- 在线旅游分期**：一是在线旅游平台推出旅游消费分期产品，如途牛（首付出发）、去哪儿（给你花）、同程旅游（程程白条）等；二是垂直旅游分期平台，产品端供给主要是和一些线上线下旅游平台合作，资金端供给主要是和一些P2P、银行、小贷公司合作，而其自身只搭建消费场景平台，不接触资金和旅游产品

# 汽车消费信贷：银行及汽车金融公司占主导地位

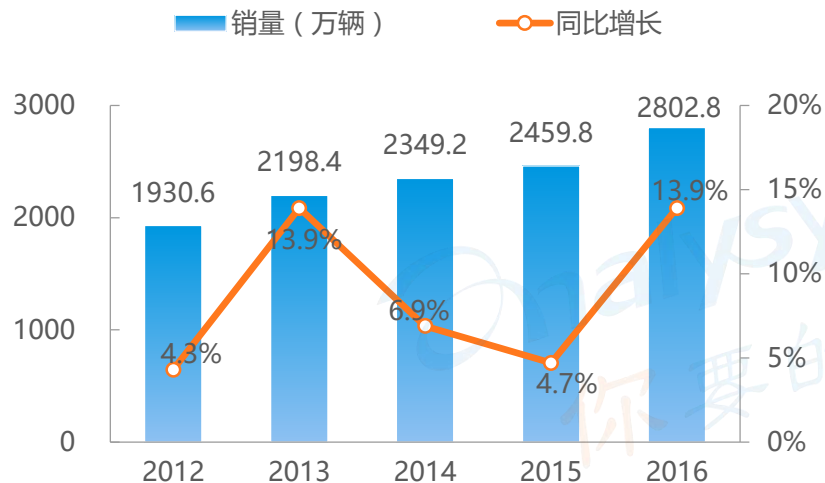


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 2016年，中国汽车销量突破2800万辆，继续保持了中国汽车销量多年来全球领先的地位。汽车消费信贷市场前景广阔，目前参与主体也逐渐丰富，仍以银行和汽车金融公司为主导地位，但互联网车贷平台等服务模式也正在崛起。

## 2012-2016年汽车销量



数据说明：以上数据根据公开数据及易观自有监测数据获得。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

汽车消费信贷业务模式：

- 银行、汽车金融公司**：传统的汽车消费信贷主要包括银行汽车消费信贷、信用卡购车分期、汽车金融公司汽车消费贷款，发展成熟且放款规模大
- 车贷平台**：易鑫等互联网车贷平台发展较快，超过半数二手车交易产生的信贷需求

## PART 3



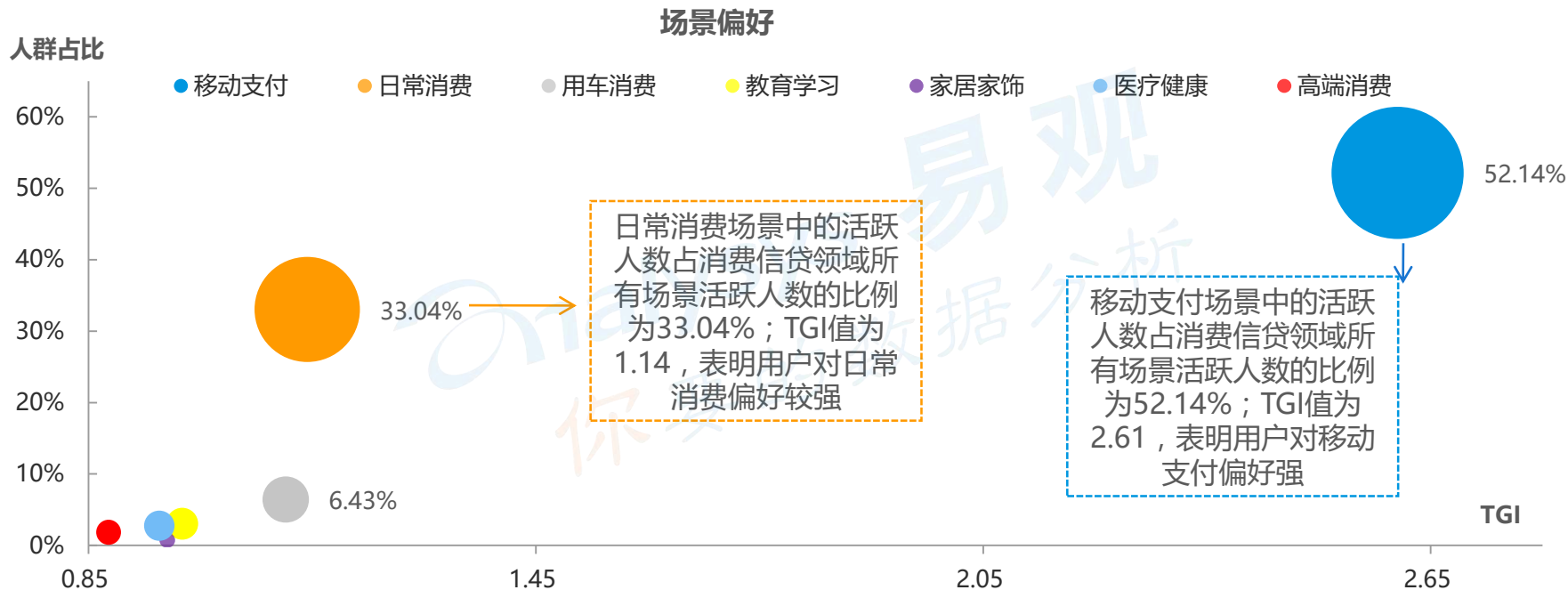
消费信贷市场用户分析：新一代消费势力特征明显

# 消费信贷领域移动支付需求高 日常消费及用车消费偏好较强



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析



© Analysys 易观

www.analysys.cn

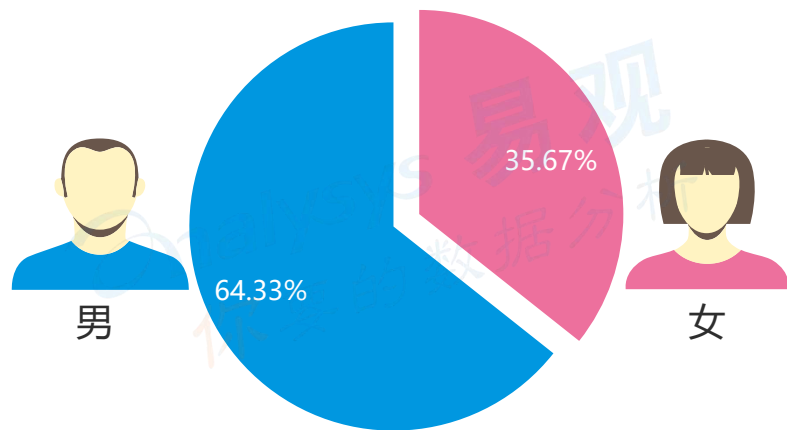
数据说明：场景TGI指在指定时间段内，所选人群在该画像中各个场景相应领域的偏好程度；TGI指数=【目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例】\*标准数100；TGI值等于1即等于全网平均水平，TGI值大于1即有偏好，值越大偏好越强。



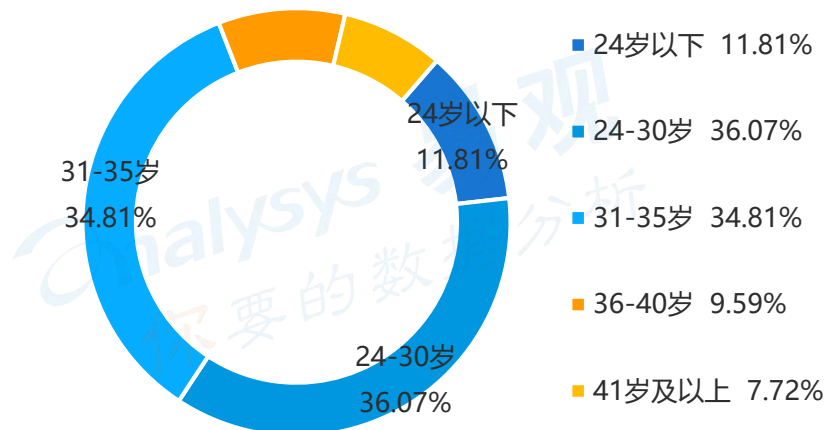
# 用户男性偏多 24-30岁的青年最多

- 从性别分布来看，用户男性占比达64.33%，普遍高于女性。从年龄分布来看，24-30岁的用户占比最大为36.07%，其次是31-35岁用户占比为34.81%。

## 用户性别分布



## 用户年龄分布情况



© Analysys 易观.易观千帆.A3

www.analysys.cn

© Analysys 易观.易观千帆.A3

www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

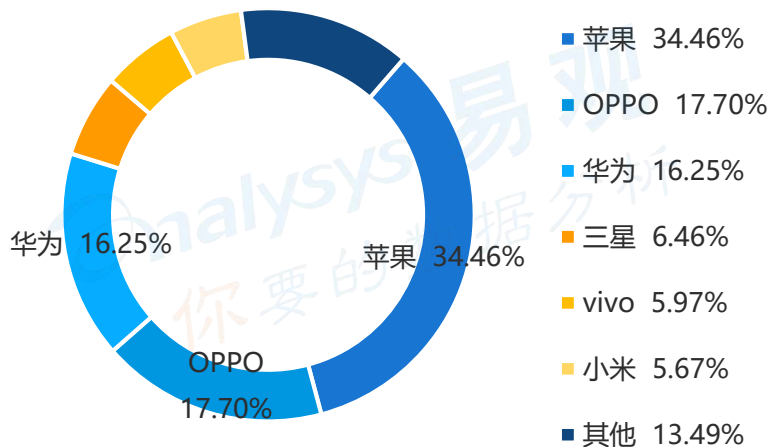
# 三成以上用户用苹果手机 多数具有中等及以上消费能力



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

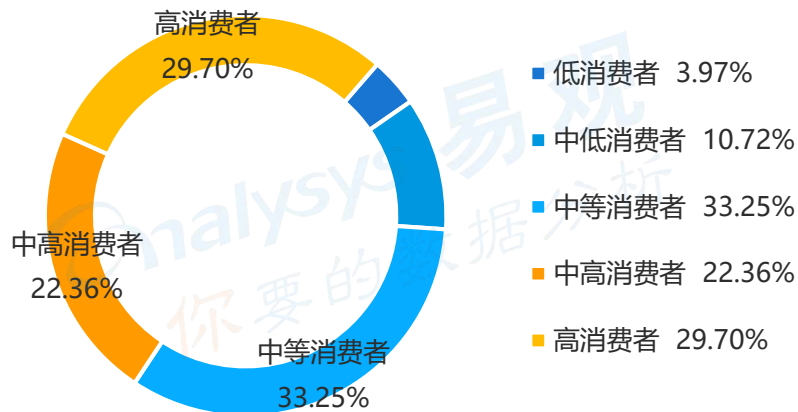
## 用户设备分布情况



© Analysys 易观.易观千帆.A3

www.analysys.cn

## 用户消费能力情况



数据说明：高消费者指在一定时间周期内有显著的投资性及固定资产消费偏向的人群；中高消费者指在一定时间周期内有一定的投资性、高端商旅消费偏向的人群；中等消费者指在一定时间周期内有较强的日常消费偏向的人群；中低消费者指在一定时间周期内有一定的日常消费偏向的人群；低消费者指在一定时间周期内无显著消费偏向的人群。

© Analysys 易观.易观千帆.A3

www.analysys.cn

数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 用户最活跃时段为11点到16点 12点达到峰值

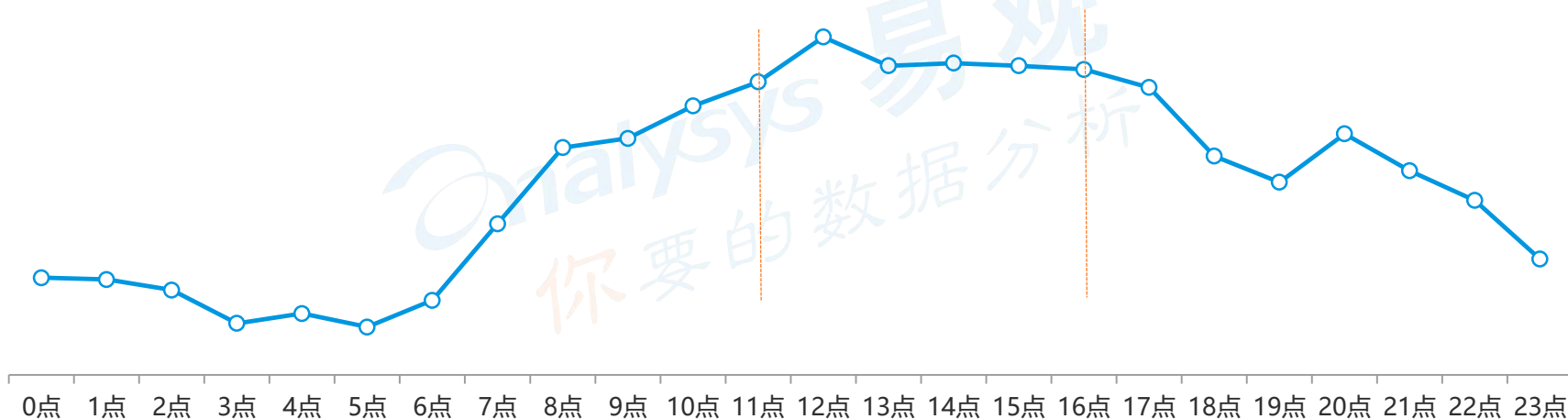


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 用户一般从早上5点开始逐步活跃，11点到16点为相对最活跃区间段，其中12点达到峰值，从16点开始，活跃用户有所下降。

## 分时活跃人数情况



数据说明：易观千帆只对独立APP的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截至2017年3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfotech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

# 用户主要分布在南部沿海及中西部城市

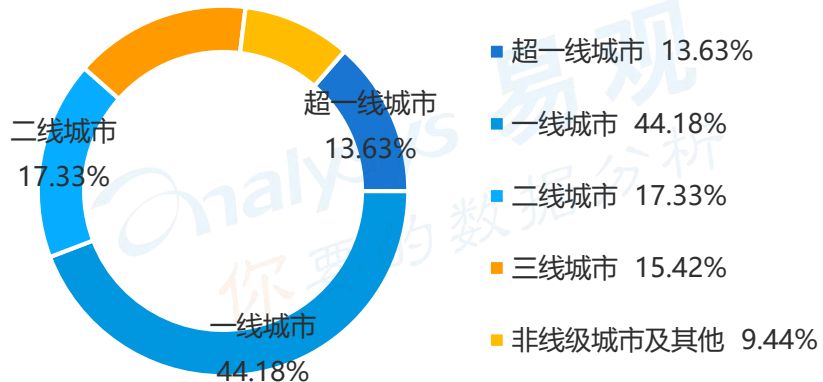


融之家  
rongzhijia.com

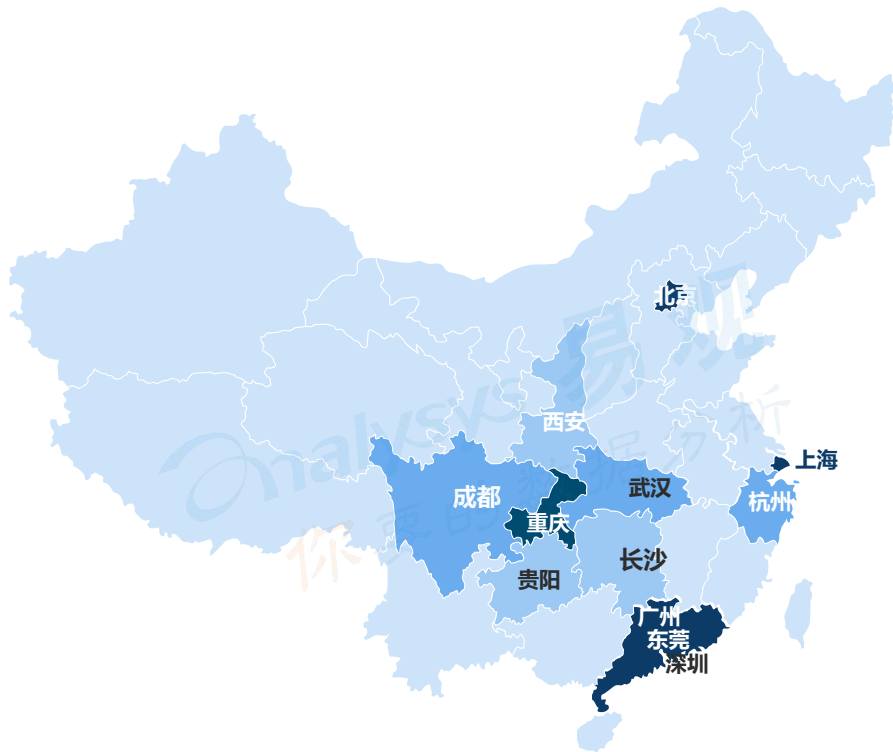
Analysys 易观  
你要的数据分析

- 从地域分布来看，用户主要分布在一二线及三线城市，从南部沿海及中西部城市向华东、华北区域扩展，用户最多的是广州，其次是深圳、成都和重庆。

## 用户地域分布情况



数据说明：超一线城市包括北京、上海、广州、深圳；一线城市指部分商业活跃度强且经济发达的省会城市、沿海开放城市等；二线城市指经济水平较高的地级市省会及大中型城市；三线城市指经济水平一般的地级市及中型城市；非线城市及其他指经济水平较弱的地级市及地级市下的县级市、城镇等。



# 人均放款金额保持平稳 借款期限主要分布在6个月到12个月



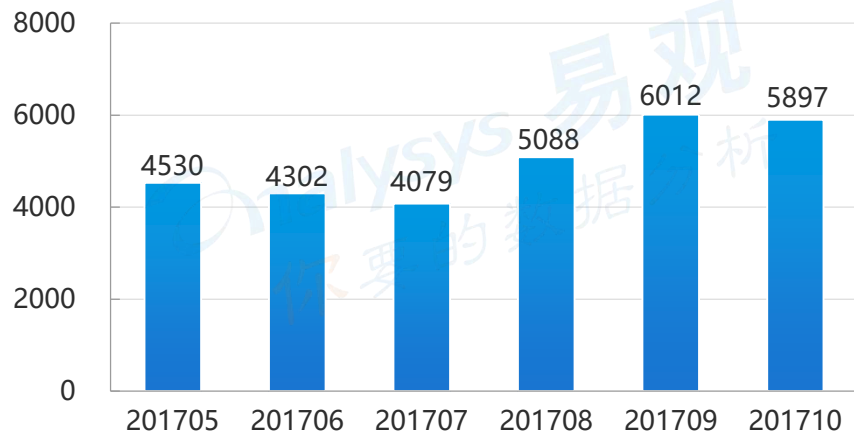
融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 人均放款金额整体保持平稳，2017年10月人均放款金额为5897元。从借款期限分布来看，6个月到12个月期限占比最大为36.35%，其次是1个月以下、个月到2个月，分别占18.13%、19.15%。

## 2017年5月-10月人均放款金额

■ 人均放款金额（元）

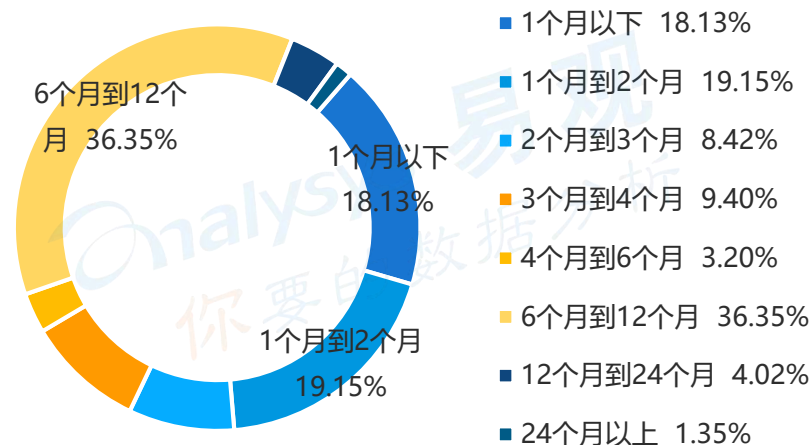


数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 借款期限分布情况



数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 月人均申请次数为4.82次 复借率普遍较高

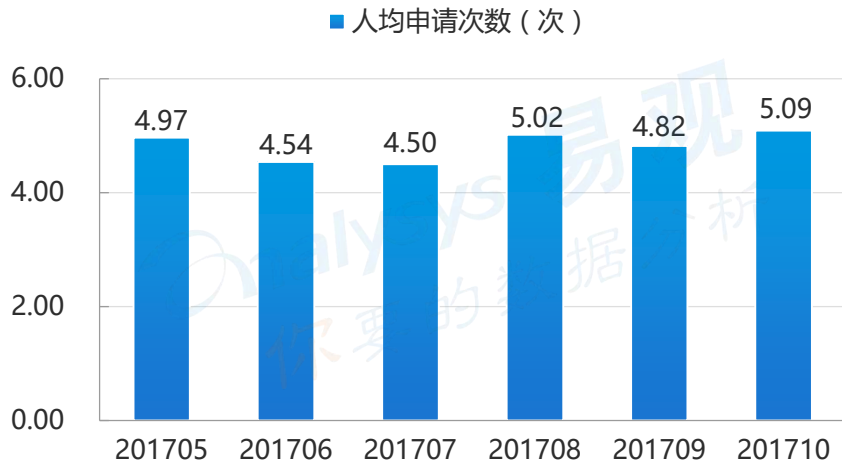


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 2017年5月-10月，月人均申请次数平均为4.82次，大多数存在复借行为，72%的用户借款次数在2次以上，23%的用户借款次数在6次以上，一定程度上反应了用户对于产品的高认可度。

## 2017年5月-10月人均申请次数



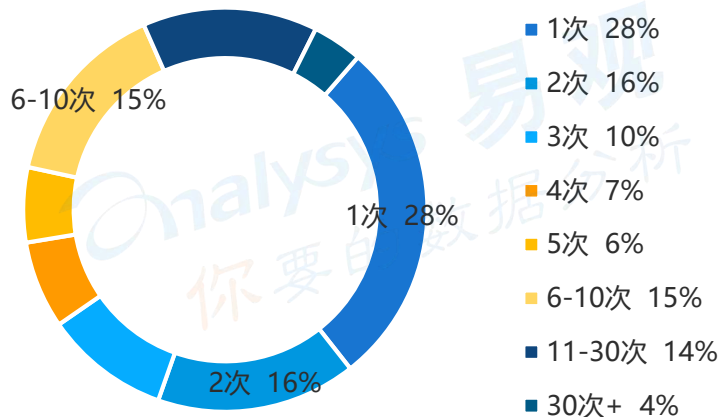
数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2017/12/1

## 用户借款次数分布



数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

数据分析驱动变革

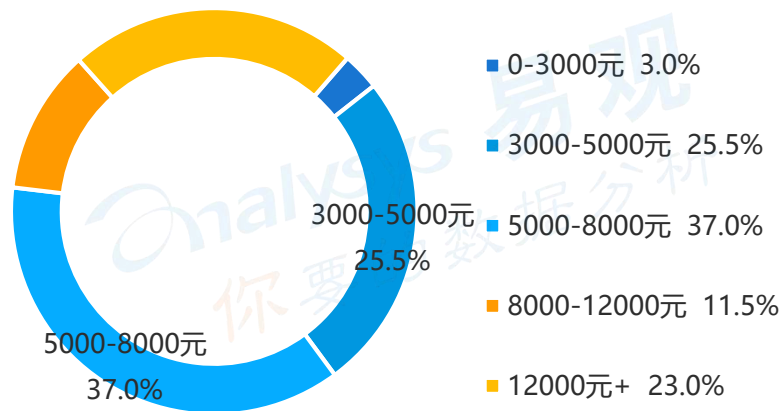
32



# 用户月收入多在3000-8000元 三成用户月支出在5000元以上

- 用户月收入主要为3000-8000元；而月支出5000元以上的最多，占比为29.5%。整体来看，用户收入普遍不高，而支出较大，借款需求巨大。

## 用户收入分布情况

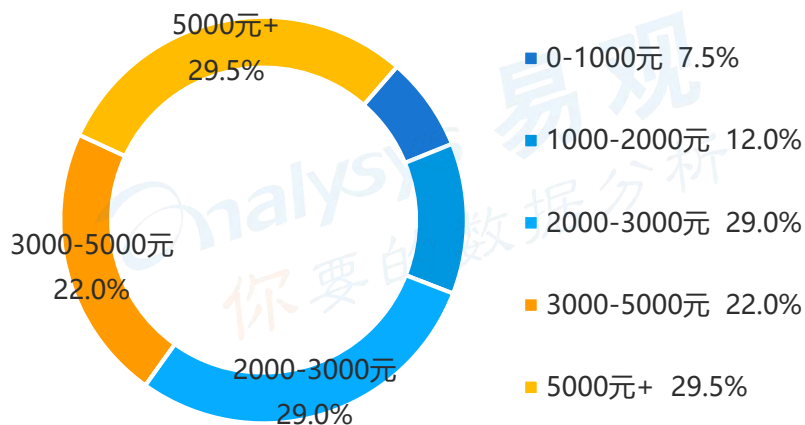


数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 用户支出分布情况



数据说明：以上数据来源于平台调研

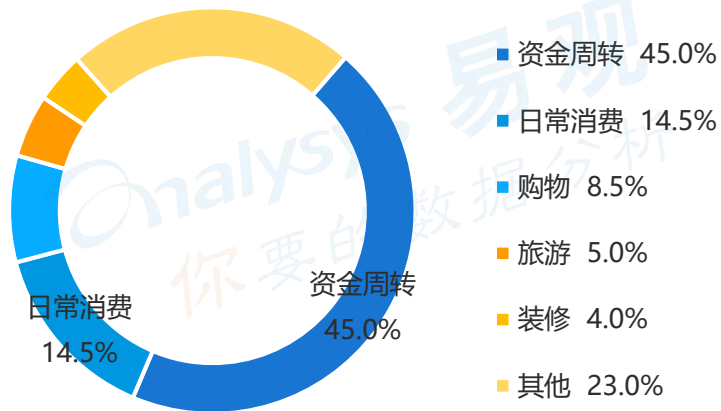
© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 借款用途主要是临时资金周转及日常消费 用户还款意愿及还款能力良好

- 用户借款主要用于资金周转及日常消费。另外，调研显示，借款用户还款意愿及还款能力良好，79%的借款用户无逾期情况，出现3次及以上逾期的用户仅占4%。

## 借款用途分布情况

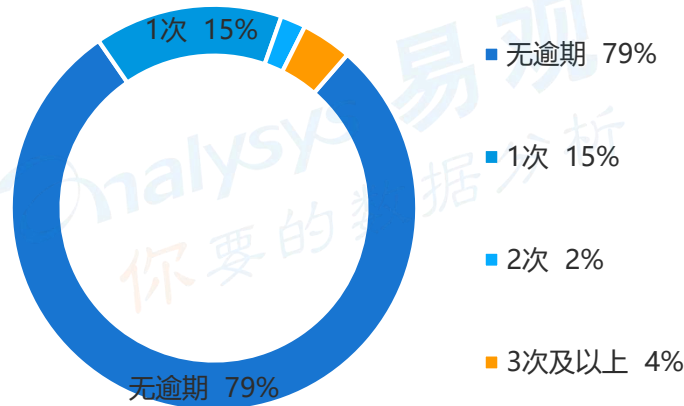


数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 借款用户逾期情况



数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 用户主要通过线上广告、朋友推荐等方式了解产品 最大的痛点是贷款利率

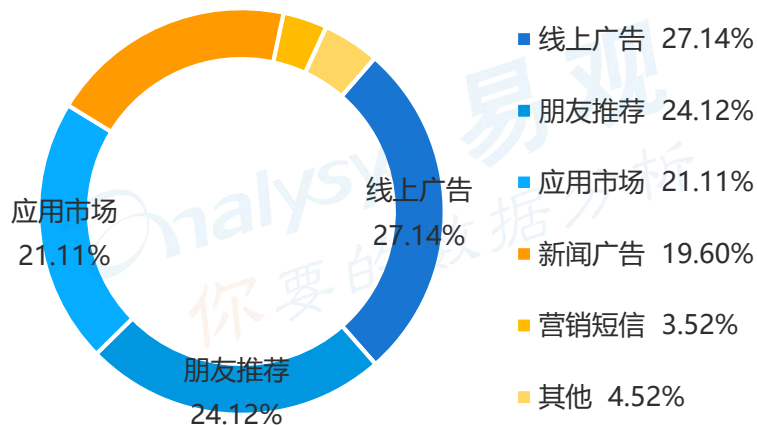


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 从了解产品的渠道来看，用户主要通过线上广告、朋友推荐、应用市场等渠道了解贷款产品；与大多数借贷用户类似，最大的痛点是贷款利率，其次是额度。

## 用户了解产品的渠道分布情况

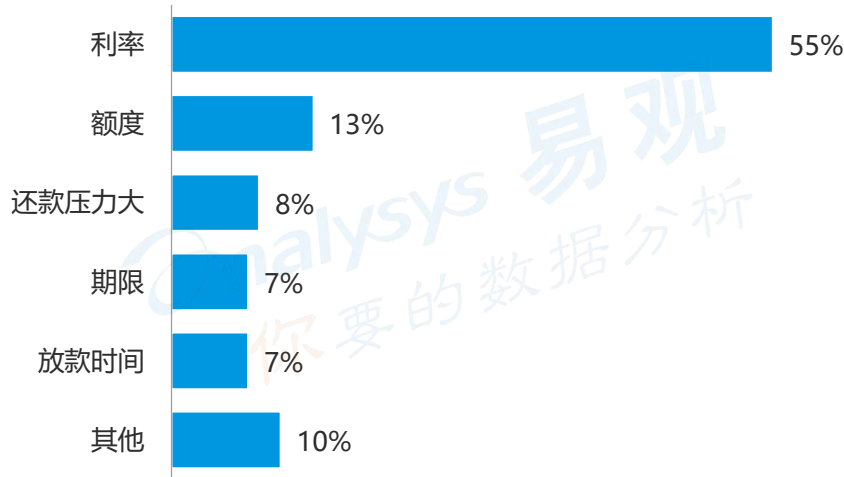


数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 用户痛点分布情况



数据说明：以上数据来源于平台调研

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## PART 4



消费信贷市场典型平台—差异化服务输出

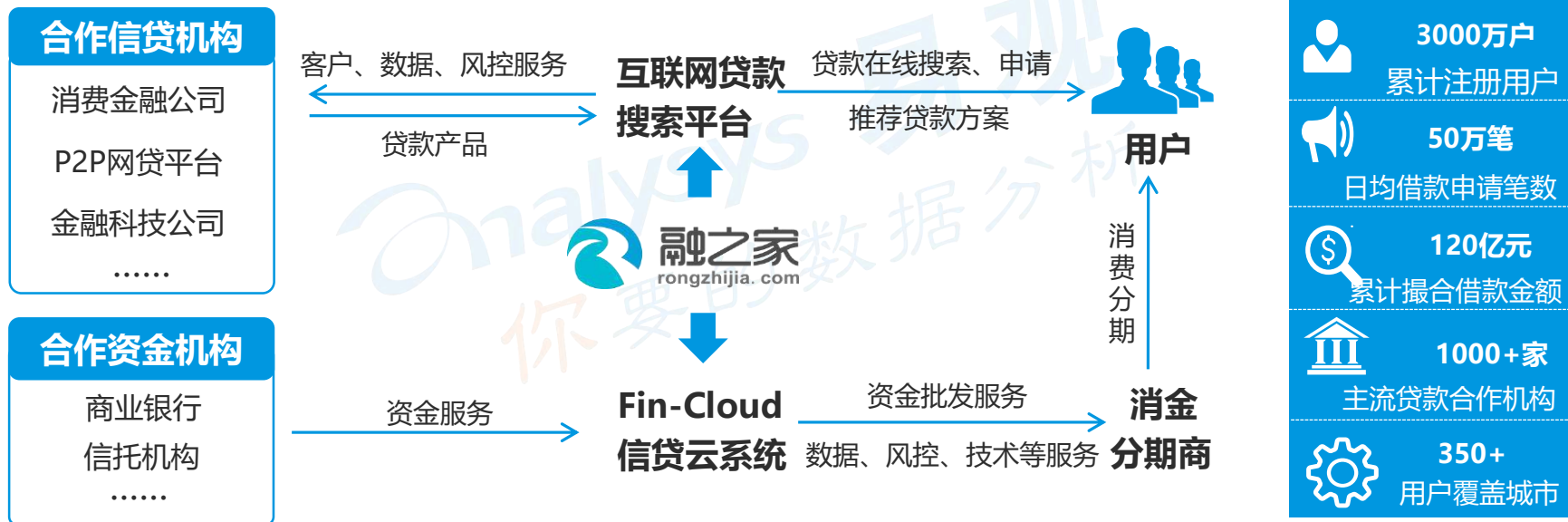
# 融之家为消费金融行业领先的信息技术服务提供商 为信贷机构提供一体化解决方案



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 融之家成立于2015年，消费金融行业领先的信息技术服务提供商，主要通过对接借款人与信贷机构，为信贷机构提供精准获客、大数据风控、信息系统建设、咨询服务在内的一体化解决方案。Fin-Cloud信贷云系统连接资金端金融机构与资产端流量渠道，希望将技术、人与服务无缝连接，为传统线下信贷机构快速、低成本互联网化提供技术支持，海量用户触达，加速行业转型，驱动新生态。



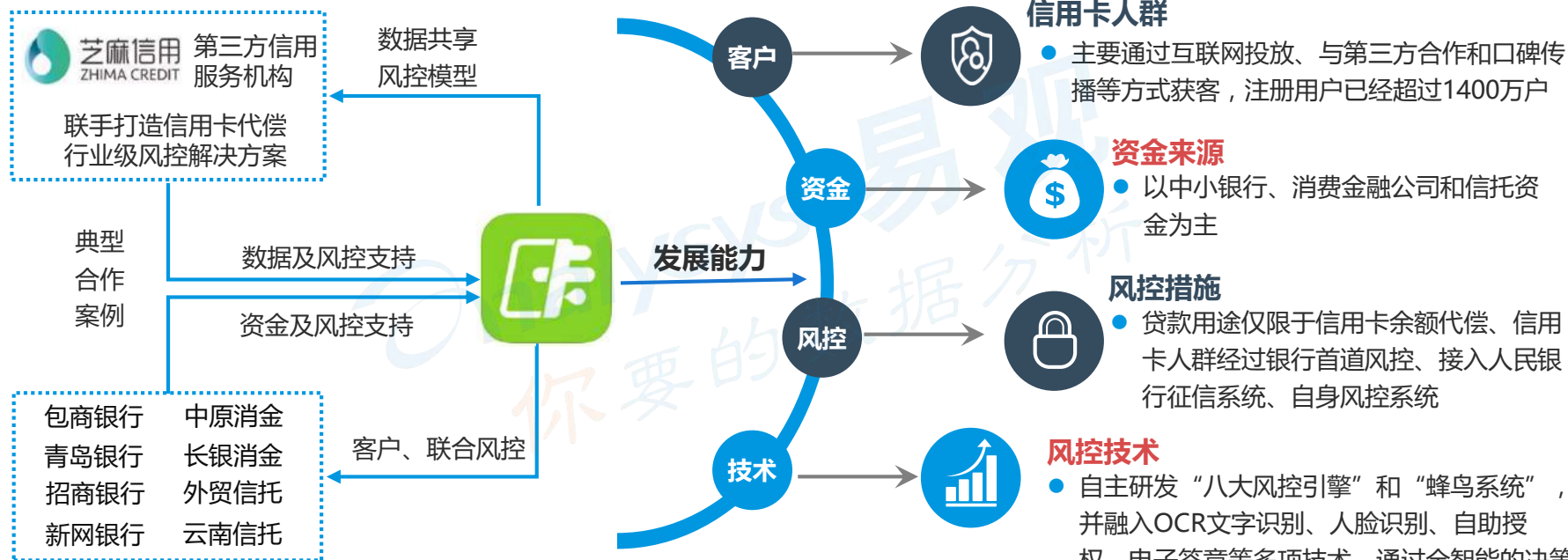
# 卡卡贷深耕信用卡余额代偿服务 业务发展驶入快车道



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- “卡卡贷”是维信金科集团旗下的互联网贷款服务平台，为广大银行持卡人提供信用卡余额代偿服务。目前，卡卡贷注册用户为1800万户，单月放款额突破20亿元，累计发放贷款160亿元。



# 明特量化定位全球化金融科技公司 提供网络智能信贷服务



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析



- 明特量化创办于2015年，是一家全球化金融科技公司，随着近两年的成长和历练，先后在美国、中国、东南亚分别设立分公司，为三地的用户带来网络智能信贷服务。仅以中国区为例，截止2017年11月底，注册用户超1500万人。

## 2017年

1月，获B轮融资  
7月，印尼分公司成立

## 2016年

1月，美国分公司成立  
5月，美国Ubicash上线  
9月，中国向钱贷上线  
10月，获A轮融资

## 2015年

10月，明特量化中国总部成立

## 竞争优势

### 全球化金融科技公司

目前已在北美、东南亚等区域建立了分支机构，亦深耕国内市场，为全球用户提供优质专业的金融创新服务

### 智能量子引擎

自主研发智能量子引擎系统，包含变量引擎、定量引擎、筹量引擎、盘量引擎四大模块，形成独具特色的全流程智能金融服务体系

### 产品采用会员卡形式

产品全部采用会员卡形式，可以帮助用户形成良好的信用值，同时也增加了用户的产品粘性



## PART 5



### 消费信贷市场发展趋势

# 消费信贷市场保持快速增长 达14.67万亿元

## 2019年余额将

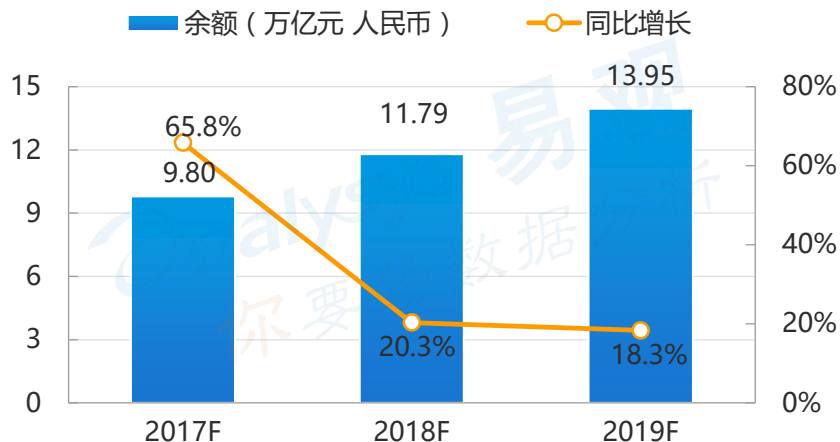


融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 我国消费信贷市场近年来一直保持快速增长，预计到2019年末，我国消费信贷余额将达14.67万亿元，其中银行等传统金融机构消费信贷余额为13.95万亿元，互联网平台消费信贷余额为0.72万亿元。

## 2017-2019年金融机构消费信贷余额预测

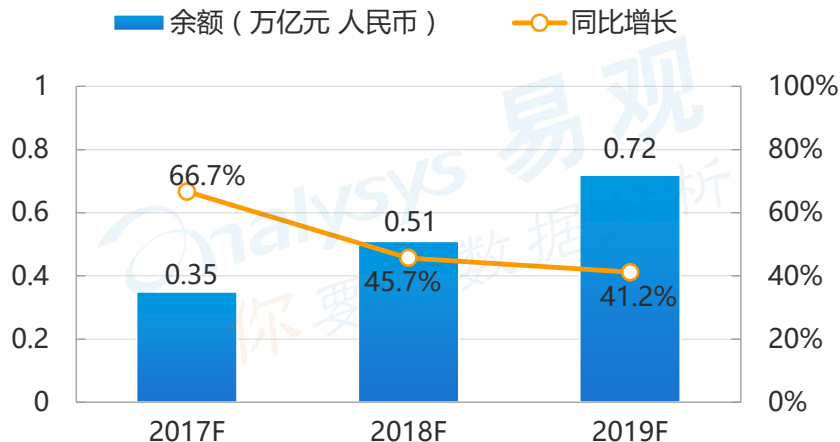


数据说明：以上数据根据央行公布数据、易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。统计范围包括银行、信用社、汽车金融公司等金融机构。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2017-2019年互联网平台消费信贷余额预测



数据说明：以上数据根据易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。互联网平台包括电商平台、分期购物平台、P2P平台等。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 监管政策细化 消费信贷行业将更加规范化发展



融之家  
rongzhijia.com

Analysys 易观  
你要的数据分析

- 预计监管机构将从持牌经营、利率规定、催收、借款用途等方面加强消费信贷行业监管，从而促进行业更加规范化发展，同时也将促进合规运营的消费信贷平台龙头崛起。



## 持牌经营

- 未来监管层可能进一步促进消费信贷行业牌照化监管，如互联网助贷平台需要持牌经营，同时推进P2P备案制的统一实施

## 严格的利率规定

- 针对当前部分平台借贷利率奇高的情况，监管层可能会出台更严格的借贷利率规定，制定利率上限



## 用途、催收等相关规定

- 监管层还可能对互联网助贷平台的额度、借款用途、催收等方面作出相关规定，促进平台合规运营

- 目前消费信贷市场的利润主要来源于利息收入、客户服务费等。受利率市场化、监管趋严等因素影响，金融体系整体利差收窄，消费信贷行业利润空间受到挤压，在植入场景延展的基础上，探索和拓展依附于消费信贷的其他盈利点是发展趋势。

## 升级

提供更多金融服务需求：以消费信贷服务为突破口，可以为客户持续提供更多层级的服务，挖掘更深的客户价值，如保险、理财等综合性金融服务

商户贷款：针对合作商家的消费场景进行放贷的消费信贷服务机构，可以通过与商家的合作，了解商家的基本信息情况，从而给商家提供贷款服务

强化消费信贷产业链关系，培育新的盈利增长点

# 数据分析驱动变革

• 易观千帆 • 易观万像 • 易观方舟 • 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用