



2017年中国消费金融行业发展分析报告

2017年10月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

研究综述

- 研究对象：中国移动互联网网民
- 数据来源：Trustdata自建的日活跃用户超过5000万（月活跃用户超过1.5亿）的样本集
- 采集方法：只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期：2016年1月至2017年9月

指标说明：

- DAU---日活跃用户量
- MAU---月活跃用户量
- 用户粘性---月均DAU/MAU
- 使用时长占比---月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月新增---每月新增用户数
- TGI指数---用户指标/目标群体用户相同指标，反映目标群体在特定研究范围的强弱程度



Contents

- 1 消费金融行业发展概况
- 2 现金贷及消费分期对比分析
- 3 消费金融用户行为分析
- 4 消费金融发展指数



Part One 消费金融行业发展概况

消费金融需求图谱及行业定义

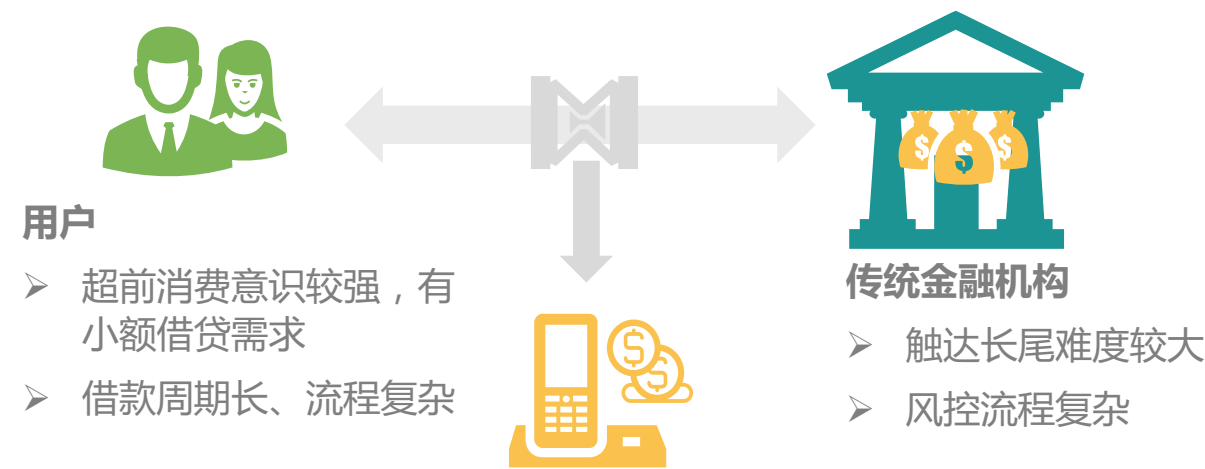
消费金融行业发展现状

消费金融发展主要驱动因素



移动消费金融解决了传统金融机构与用户需求契合度低的痛点，移动消费金融主要分为现金贷及消费分期两种形式

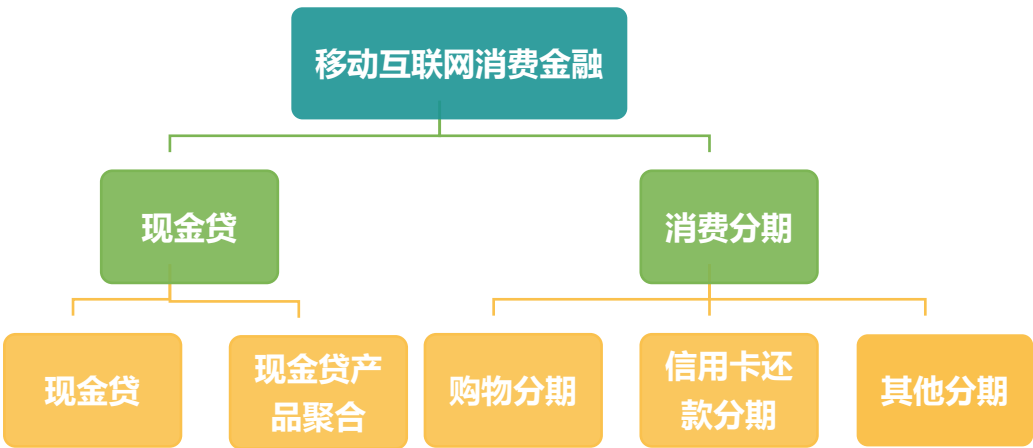
移动互联网消费金融需求图谱



移动互联网消费金融

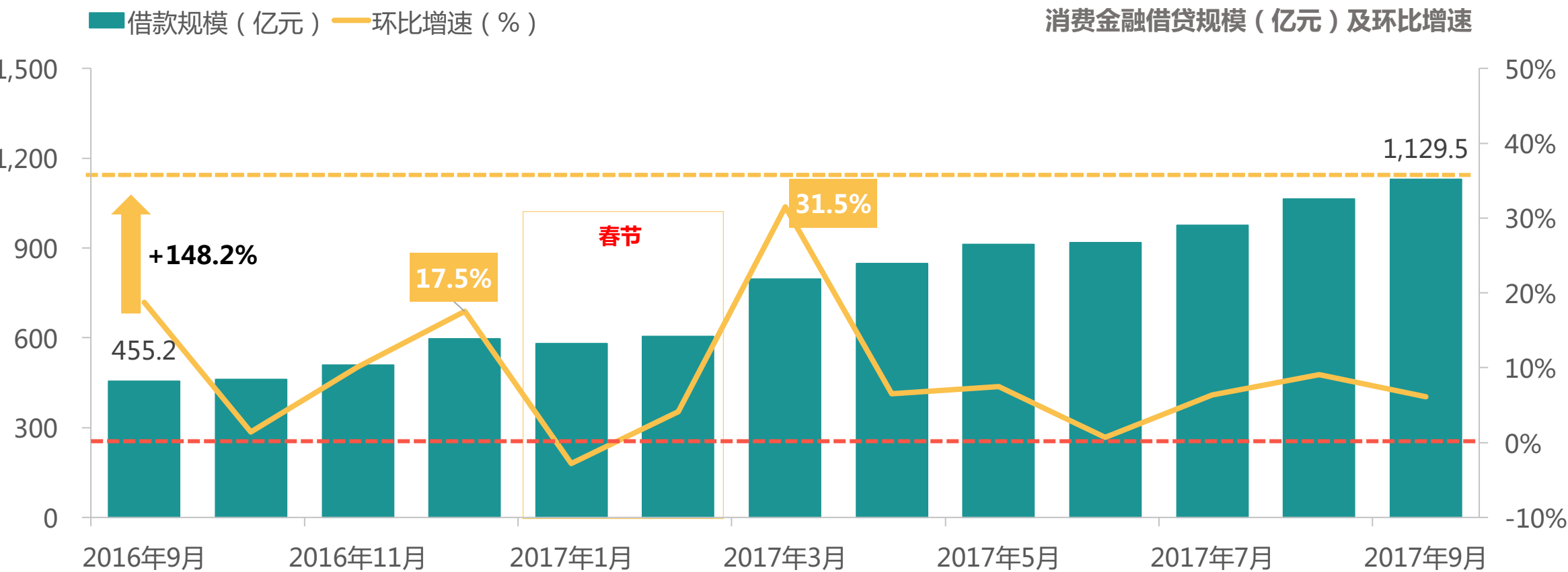
- 长尾用户获取更加容易
- 技术进步，风控及定价模型成熟
- 聚合多平台金融产品

移动互联网消费金融细分领域

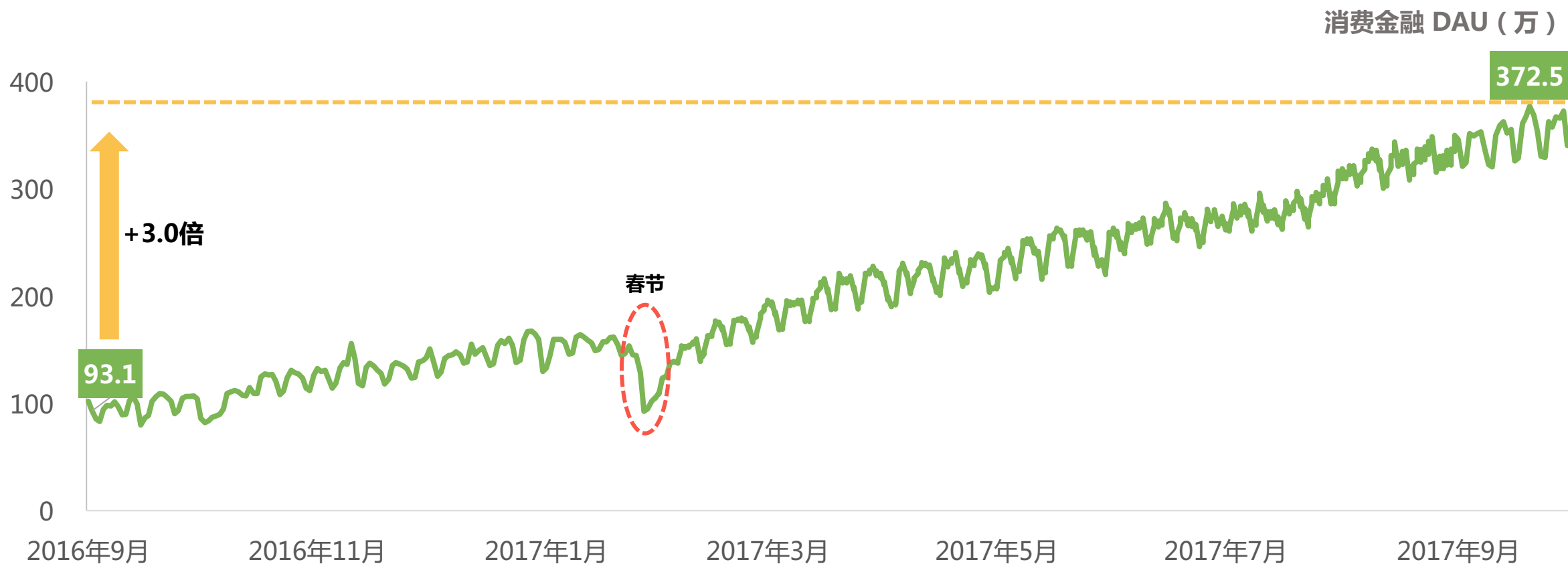


注：本报告仅包括现金贷及消费分期类独立APP数据，不包括应用内消费金融产品数据，如微信微粒贷及手机银行消费金融产品等

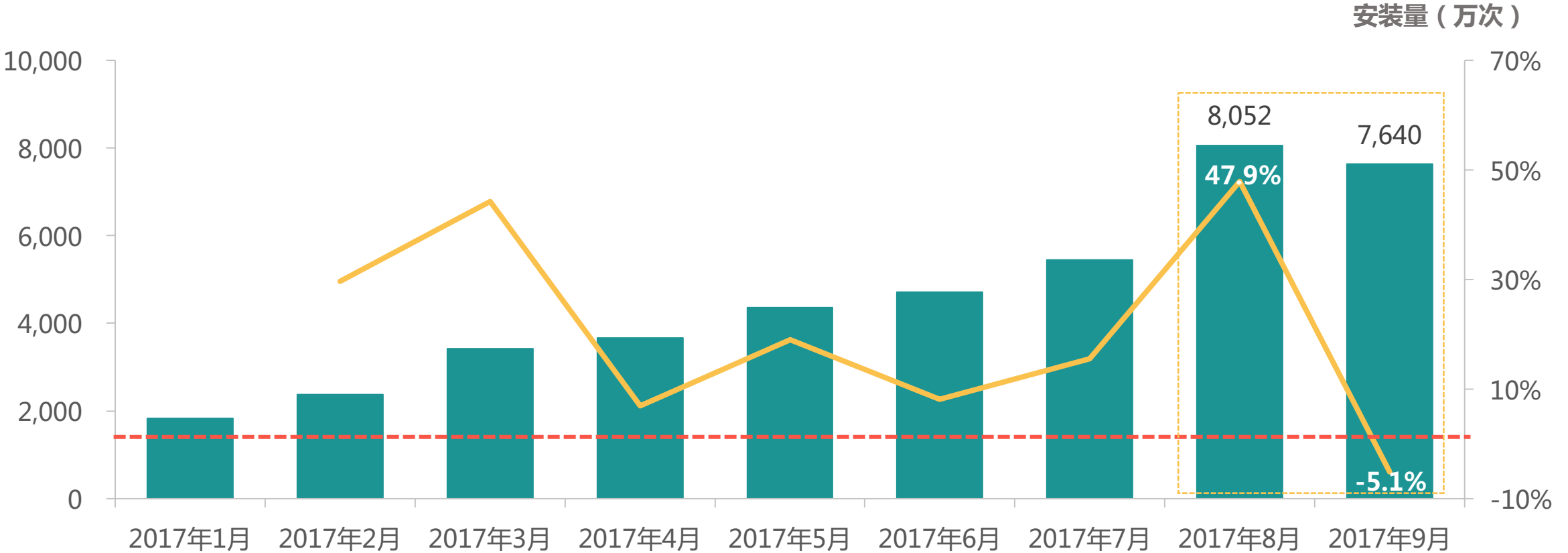
2017年9月，消费金融借贷规模突破1100亿元，同比增长约1.5倍，春节前后借贷需求旺盛



消费金融日活用户持续增长，2017年9月，峰值逾370万，同比增长超三倍

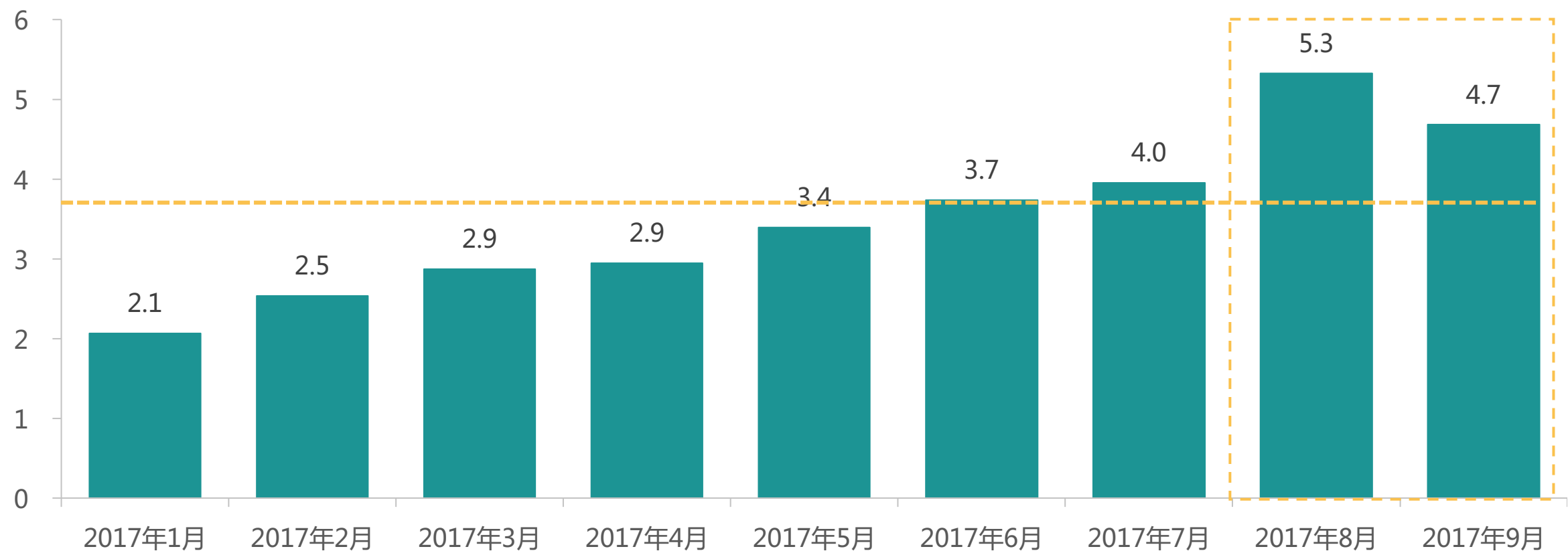


消费金融市场推广力度持续加大，2017年8月，用户安装量一举超越8000万，环比增长47.9%



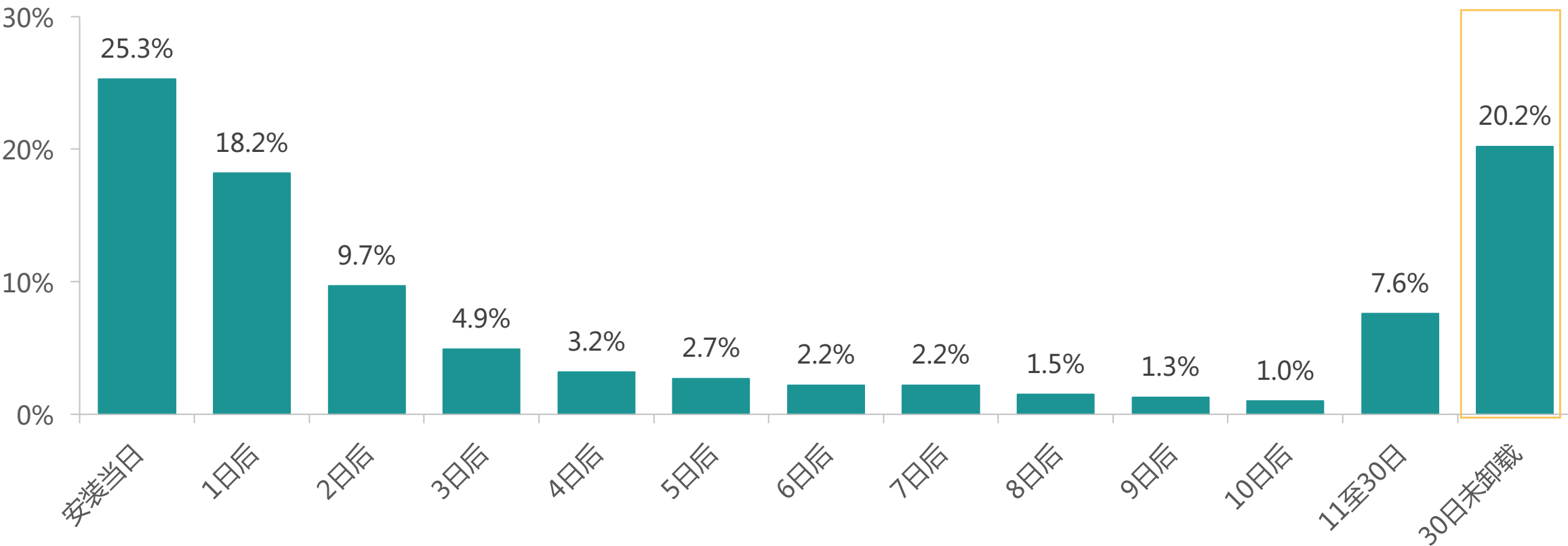
消费金融服务同质化严重，平均每个用户安装约五款消费金融应用

用户平均安装消费金融应用数量=消费金融应用安装总量/消费金融MAU



消费金融市场推广效率普遍较高，用户安装消费金融应用后30日未卸载超两成

用户安装消费金融应用后卸载分布



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



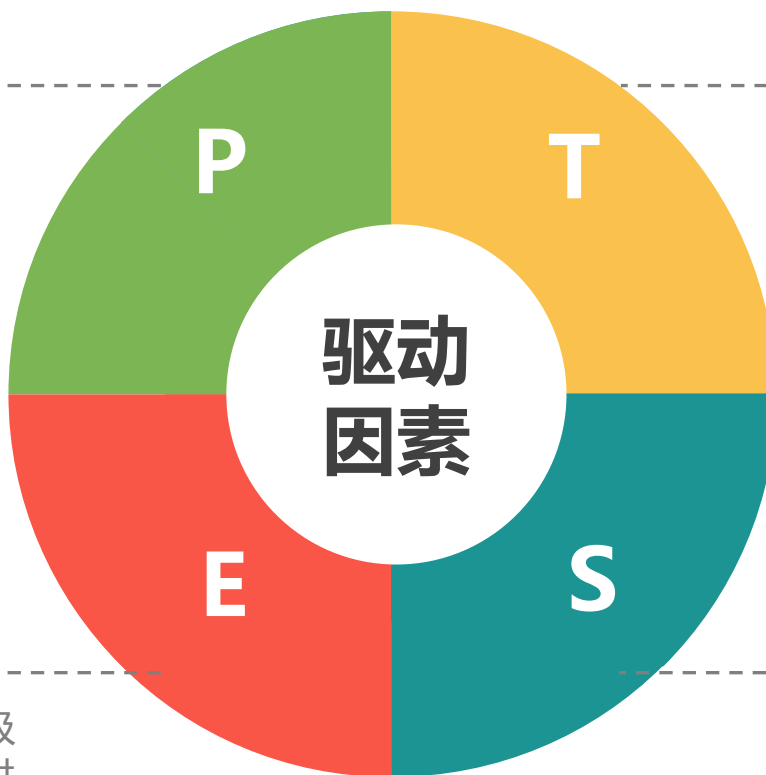
消费金融发展驱动因素分析

政策环境分析

- 2016年3月，央行及银监会联合印发《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》
- 2016年4月，发改委印发《关于促进消费带动转型升级的行动方案》，加快推进消费金融发展
- 2017年4月，银监会发布《关于银行业风险防控工作的指导意见》进一步规范行业发展

经济环境分析

- 社会物质水平不断丰富，消费升级趋势明显。然而传统金融机构提供的金融服务滞后



技术环境分析

- 大数据风控，人工智能等技术的进步，让长期游离在传统金融机构之外的长尾用户，有了比较成熟的金融服务定价模型及风控技术

社会环境分析

- 年轻用户群体超前消费习惯逐步养成，但收入较低，消费分期及借贷需求强烈

Part Two 现金贷及消费分期对比分析

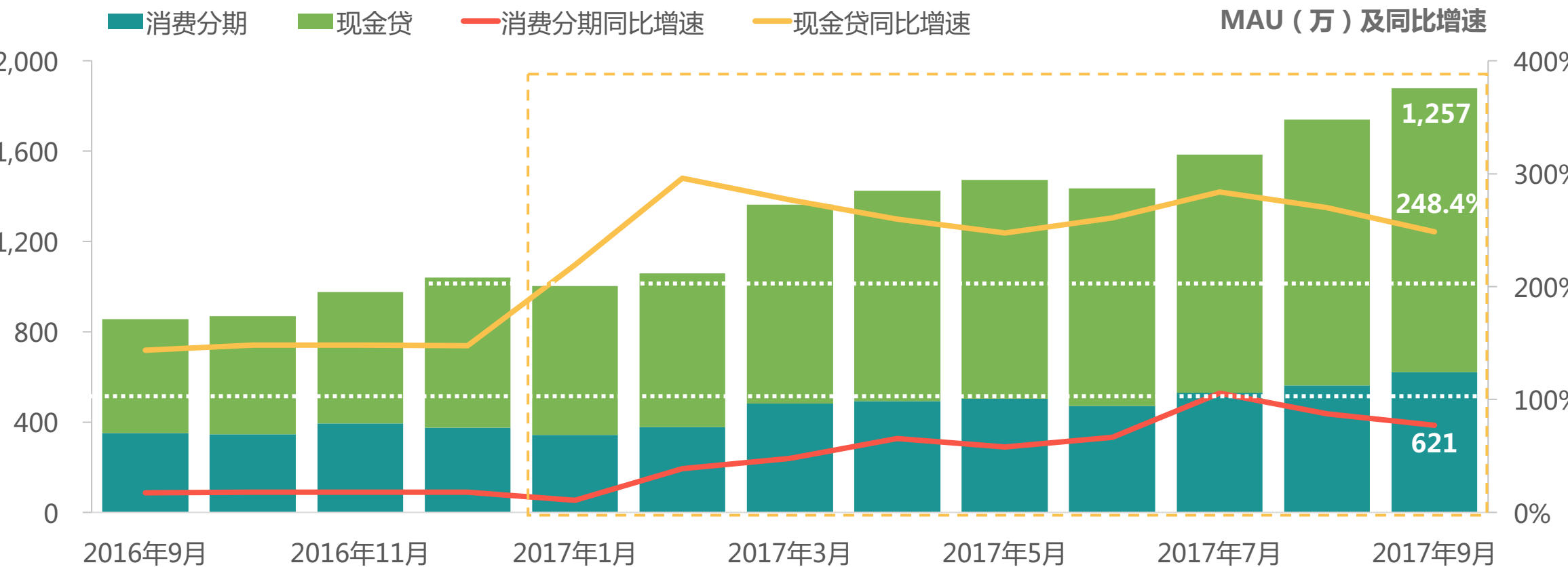
现金贷及消费分期用户规模分析

现金贷及消费分期用户应用安装分析

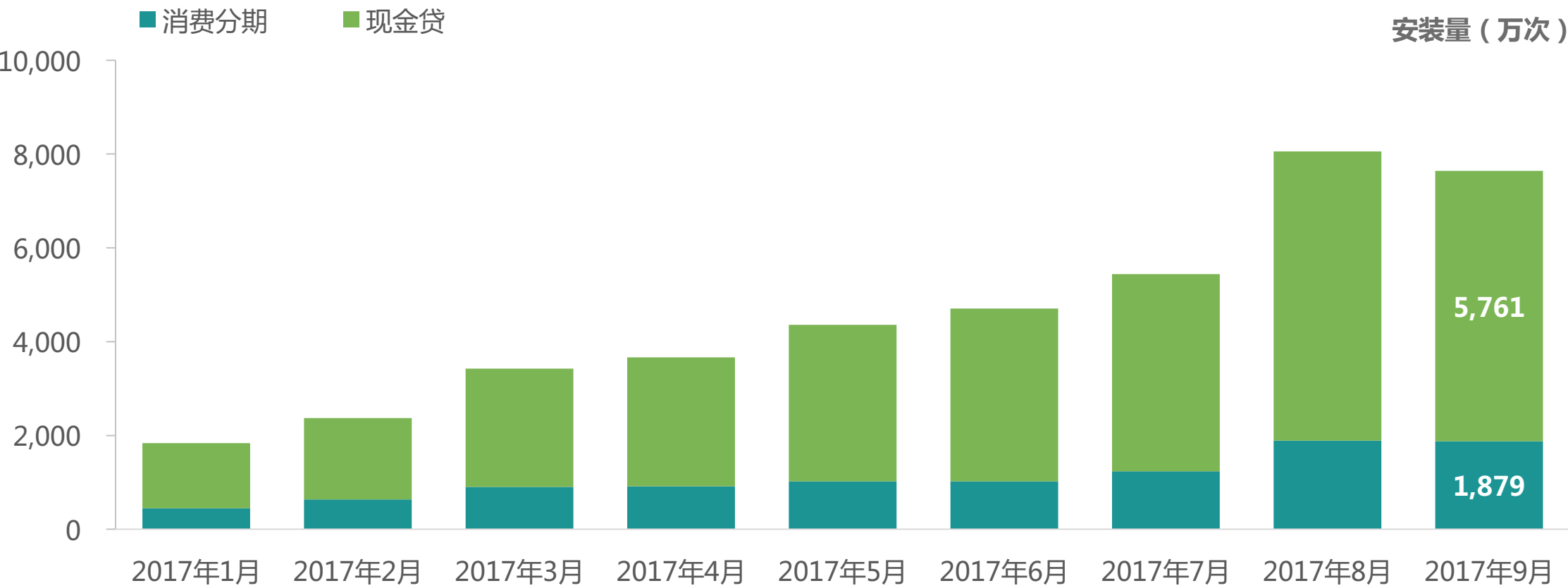
现金贷及消费分期用户城市分布分析



现金贷用户规模及增速显著高于消费分期，2017年9月，用户规模达1257万，同比增速近250%



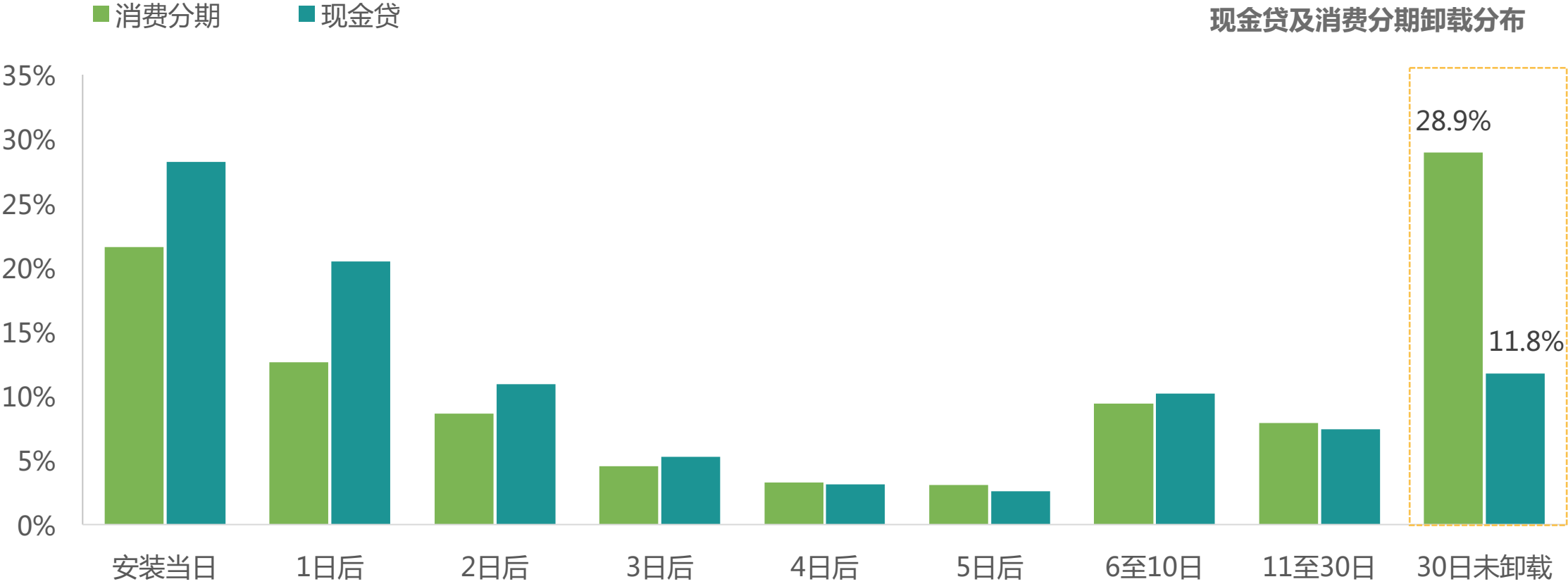
2017年9月，现金贷应用安装量近六千万次，远超消费分期



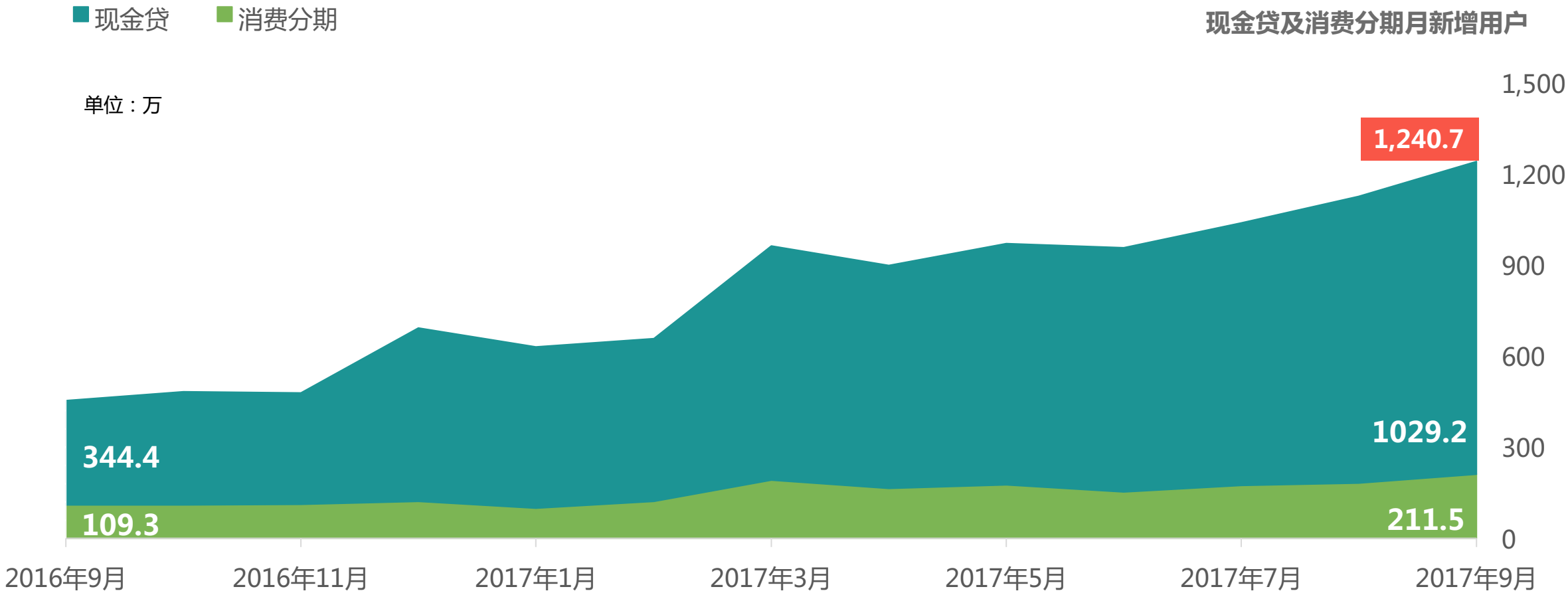
数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



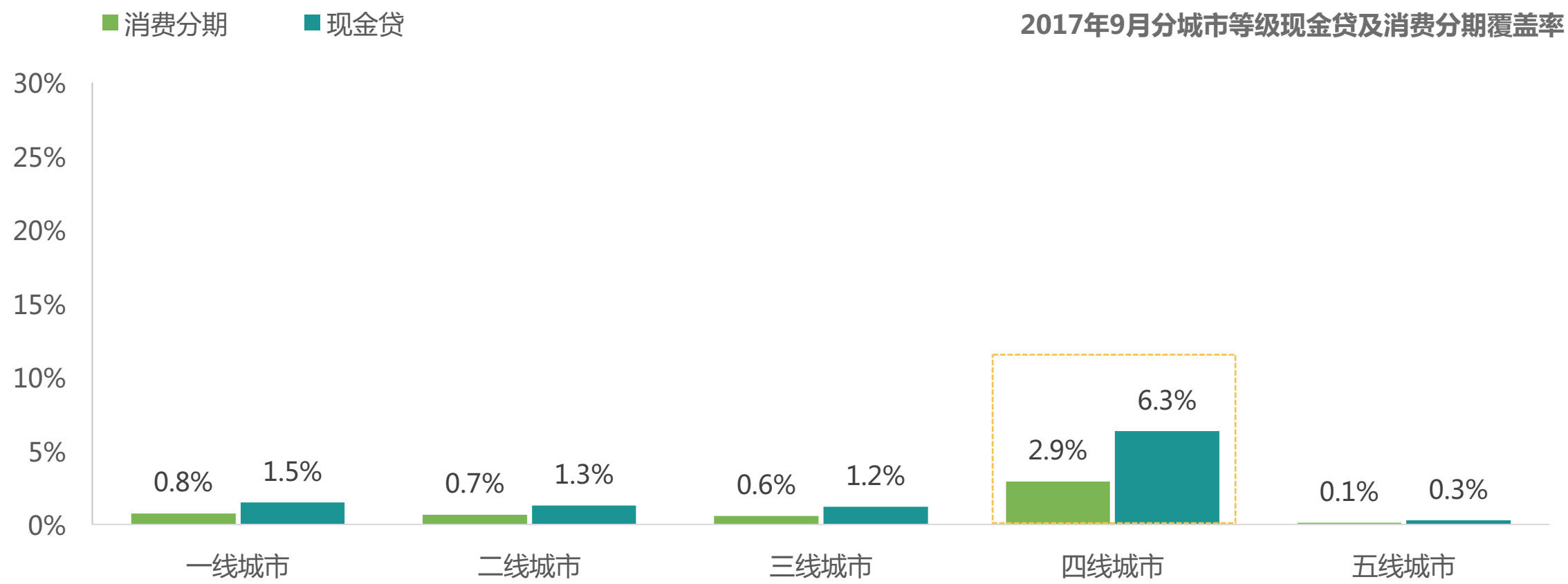
现金贷应用安装30日内未卸载率仅11.8%，相比消费分期用户忠诚度较低



现金贷用户需求旺盛，月新增用户规模超千万，为消费分期的近五倍



消费金融依然处于市场培育阶段，四线城市现金贷及消费分期覆盖率显著高于其他城市



注：本报告仅包括现金贷及消费分期类独立APP数据，不包括应用内消费金融产品数据，如微信微粒贷及手机银行消费金融产品等

数据来源：Trustdata移动大数据监测平台



Part Three 消费金融用户行为分析

用户现金贷及消费分期应用使用习惯

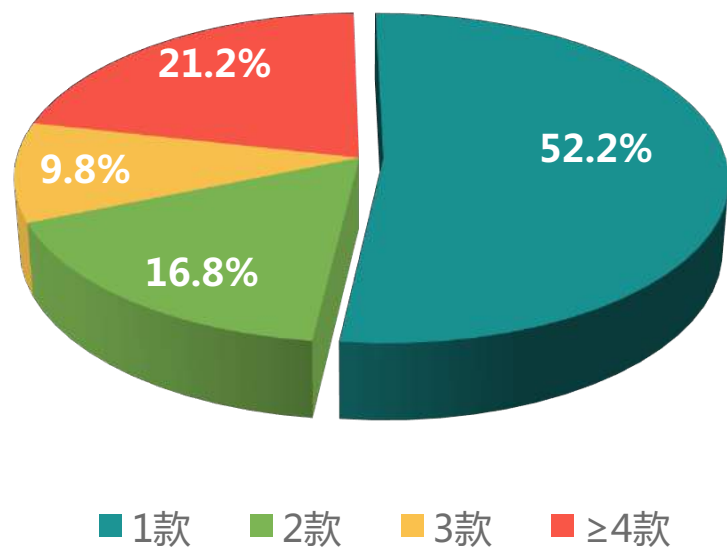
现金贷及消费分期学生用户分析

现金贷及消费分期用户人群画像

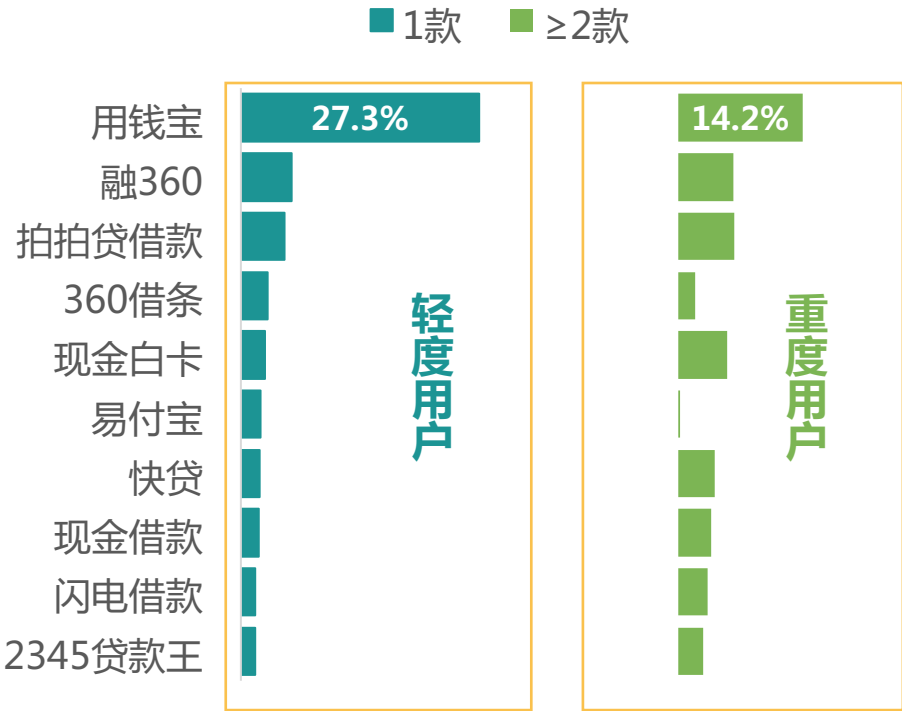


近半数现金贷用户同时使用不只一款应用，轻度用户近三成使用用钱宝，重度用户应用使用相对分散

用户使用现金贷应用数量分布

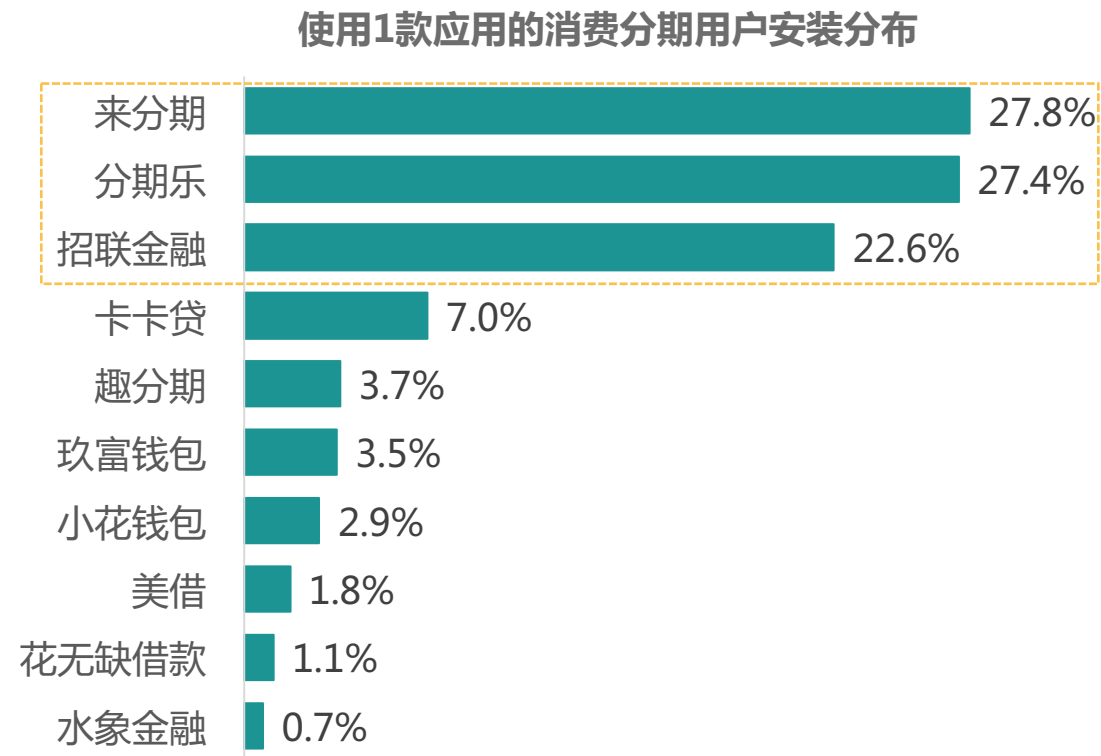
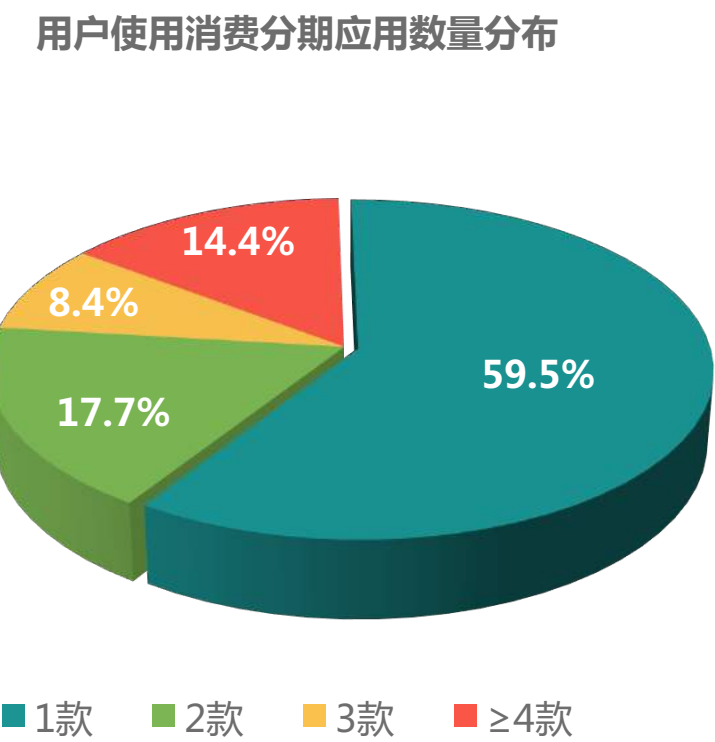


轻度用户与重度用户现金贷应用分布

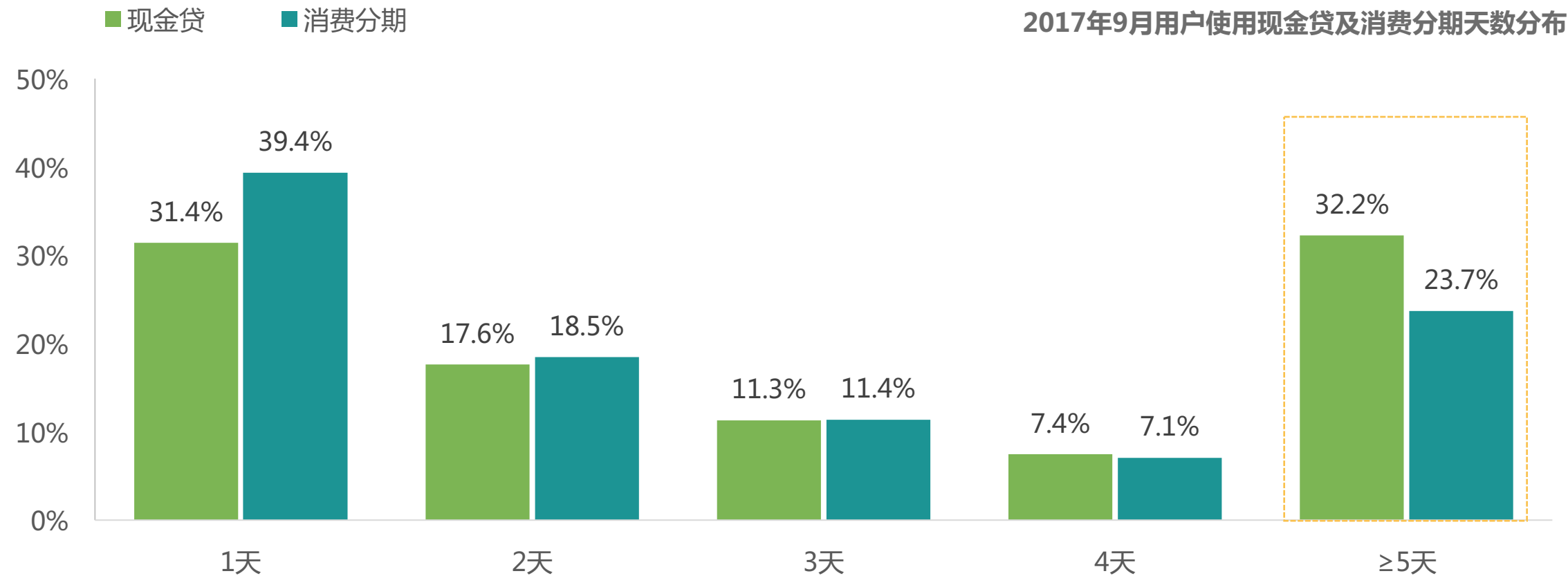


注：轻度用户—使用1款现金贷应用，重度用户—使用≥两款现金贷应用

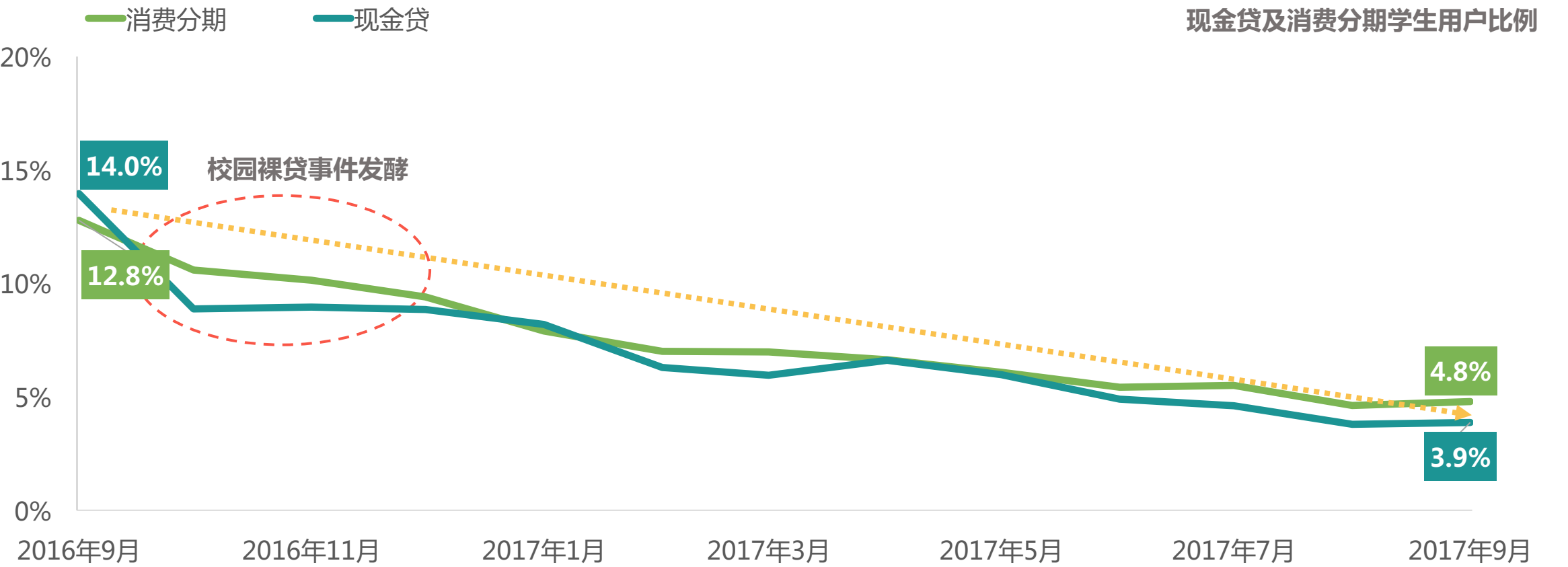
消费分期用户更倾向使用一款分期应用，其中最受欢迎TOP3应用：来分期、分期乐及招联金融，三者合计占比达77.8%



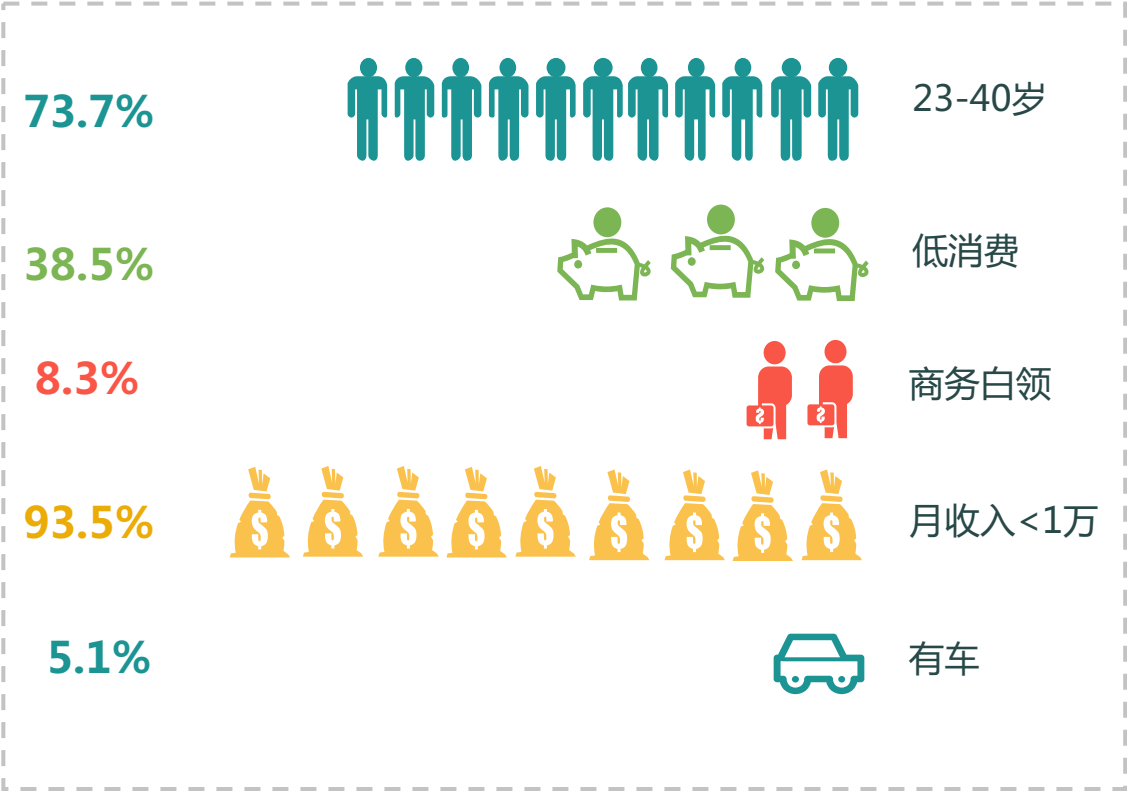
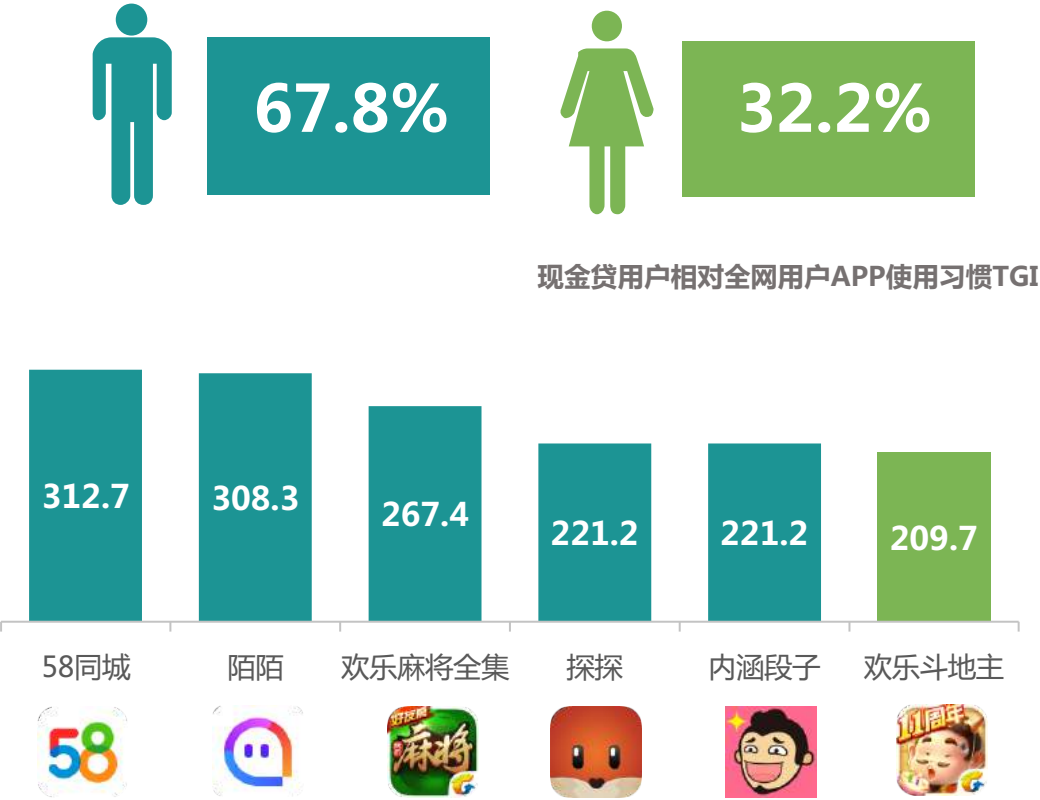
现金贷用户需求更加高频，逾三成用户每月至少五天使用现金贷应用



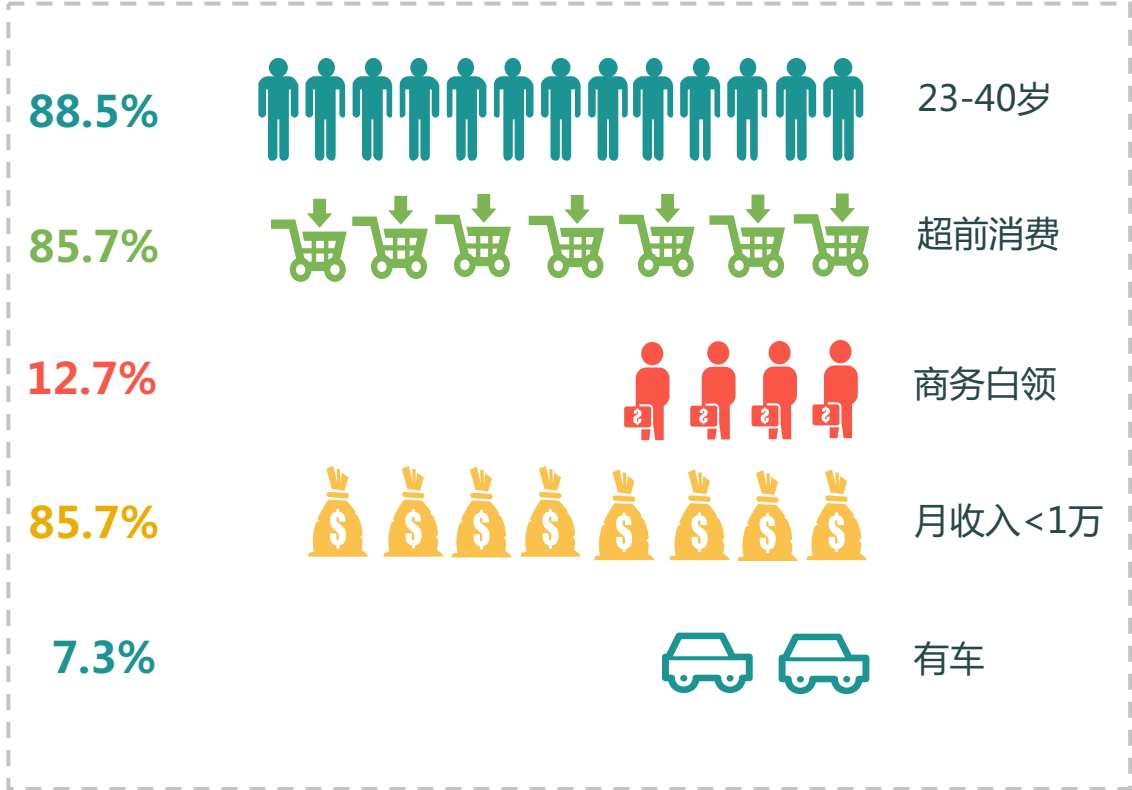
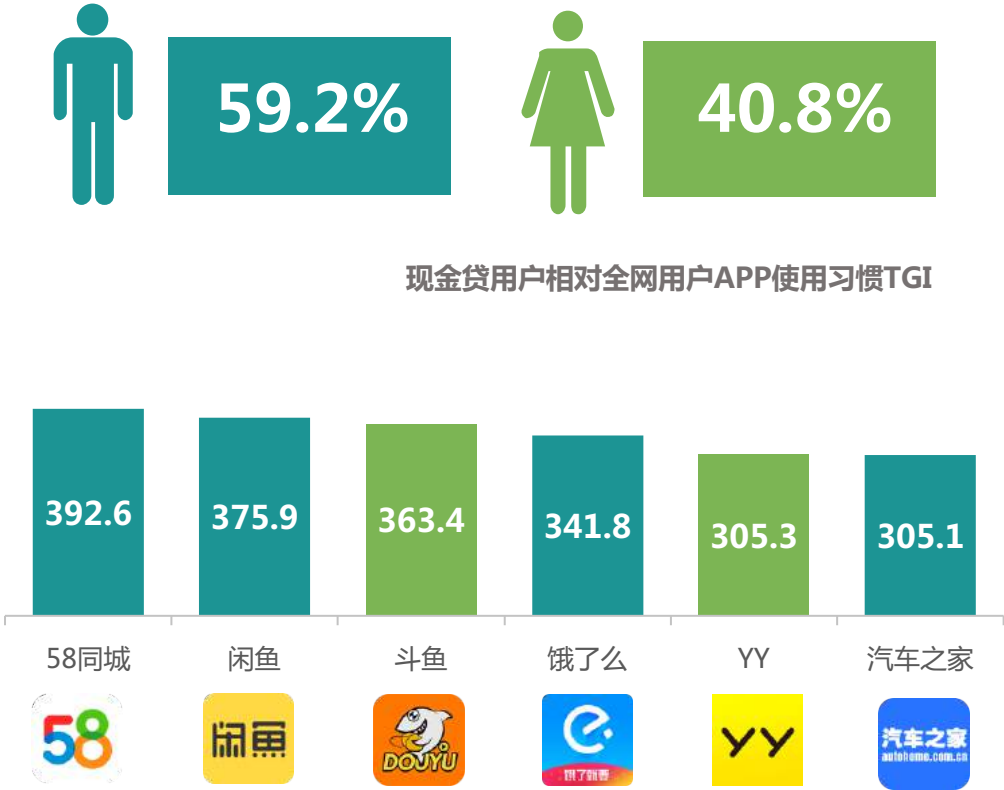
2016年9月起，校园裸贷等金融乱象频出，学生消费金融市场急滑，经国家有效监管政策陆续出台规范，现金贷及消费分期学生市场得到有序发展



现金贷用户以男性为主，普遍收支不平衡，现金贷用户使用58同城及陌陌的比例为全网用户的三倍以上



消费分期用户超前消费需求旺盛，同时斗鱼及YY直播平台用户占比显著高于全网



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Part Four 消费金融发展指数

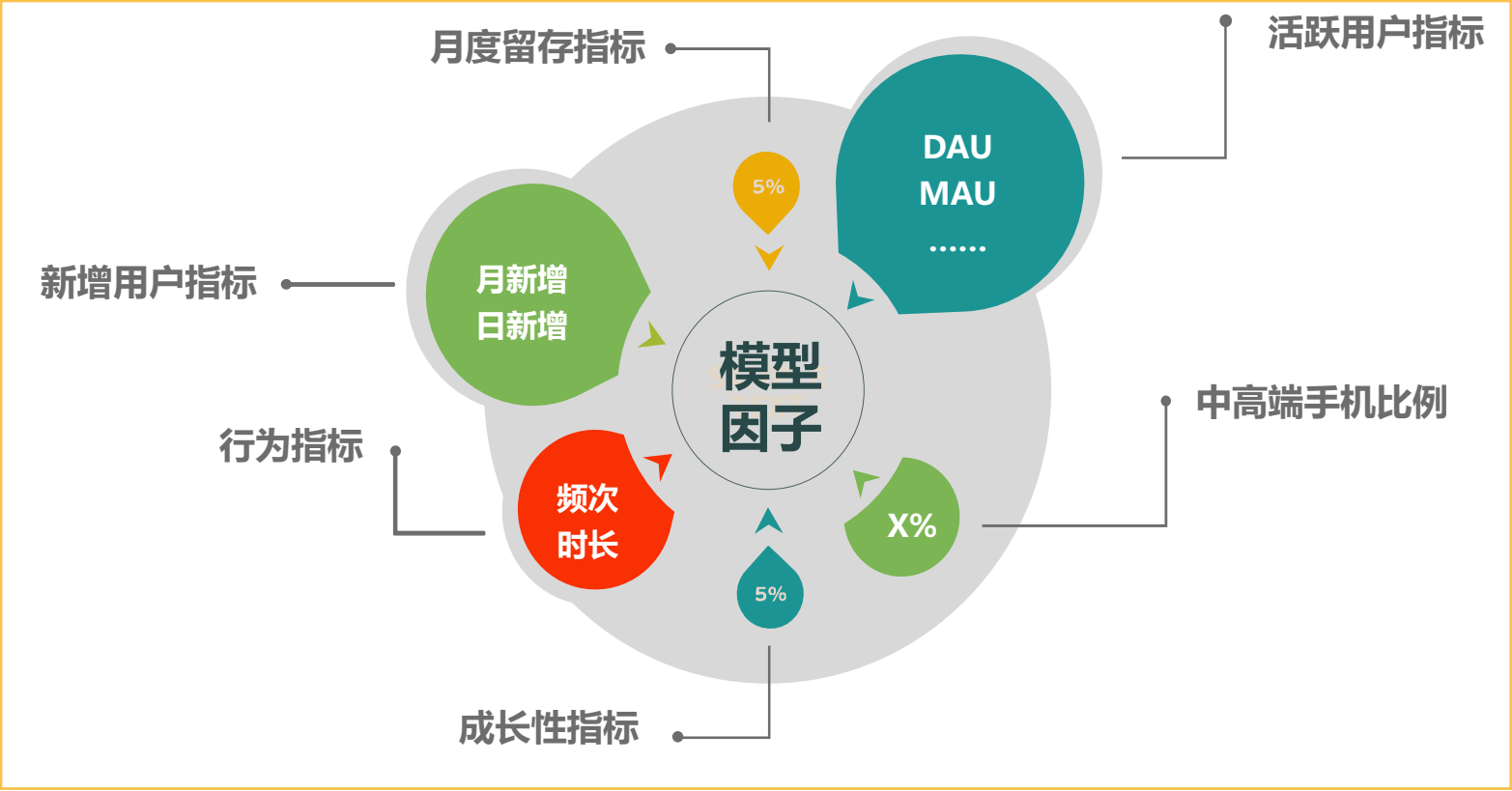
消费金融发展指数模型描述及说明

现金贷及消费分期发展指数

现金贷及消费分期最具价值应用

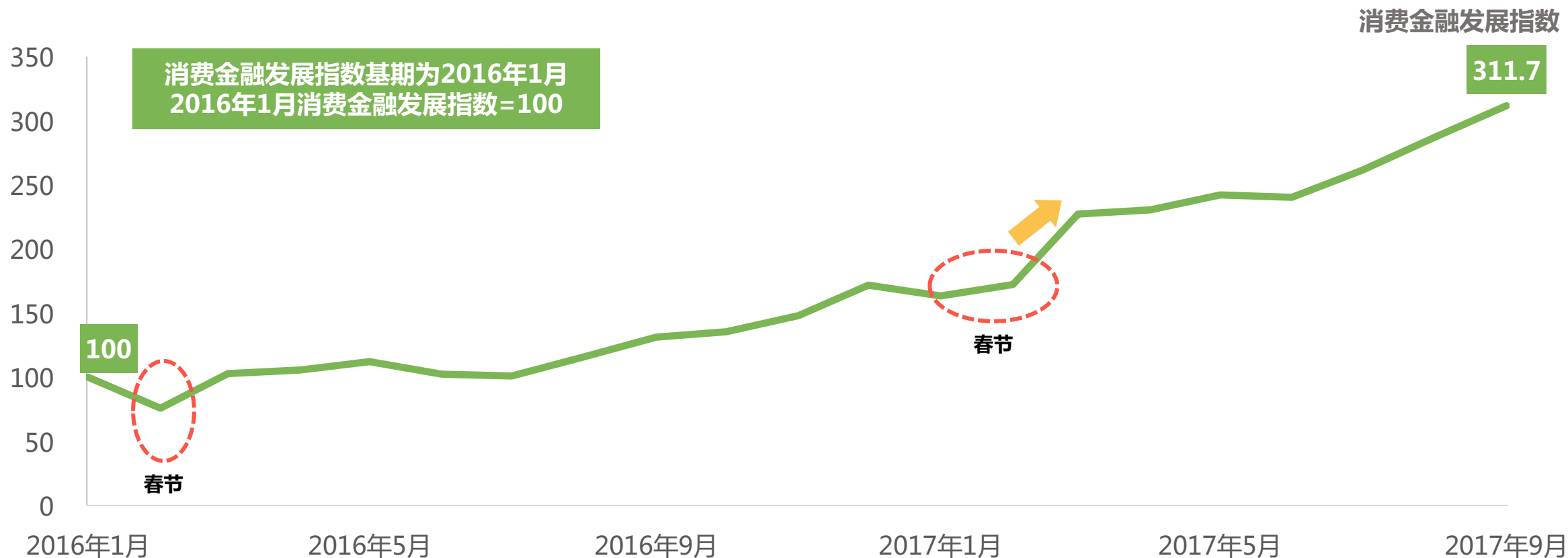


移动消费金融发展指数模型及影响因子

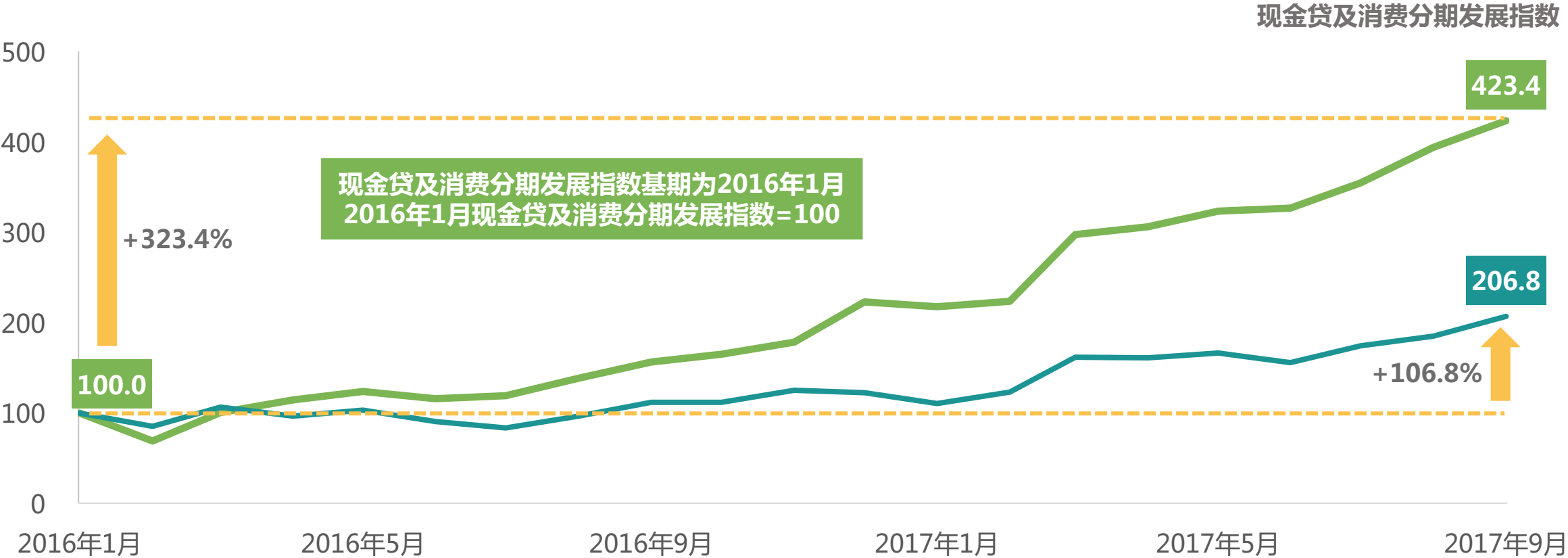


移动互联消费金融指数模型是基于Trustdata大数据平台自有1.5亿月活跃用户样本集，综合使用用户行为数据、用户画像等，结合专家访谈，综合得出各个影响因子权重。

2017年9月，消费金融发展指数超300点，较2016年1月增长超两倍



2016年1月至2017年9月，现金贷发展指数增长达323.4%，消费分期发展指数增长仅106.8%



最具价值现金贷应用TOP10榜单：用钱宝暂居最具价值现金贷应用TOP1，融360及拍拍贷借款排名紧随其后

价值指数TOP10	APP名称	MAU（万）	月均DAU（万）	月新增（万）	日均打开次数	价值指数
1	用钱宝	301.5	75.1	30.4	8.0	131.7
2	融360	209.8	36.2	84.6	3.0	104.1
3	拍拍贷借款	179.7	27.0	42.6	2.3	81.2
4	360借条	108.9	15.9	48.4	3.2	55.3
5	快贷	107.6	14.6	33.9	2.6	51.8
6	闪电借款	100.3	13.0	36.7	2.3	49.5
7	现金借款	99.9	16.5	31.0	2.1	48.1
8	宜人贷借款	80.5	8.4	48.0	2.6	45.3
9	现金白卡	87.6	14.3	16.1	3.8	39.6
10	贷款王	79.4	10.0	16.8	2.1	37.0

注：本报告仅包括现金贷及消费分期类独立APP数据，不包括应用内消费金融产品数据，如微信微粒贷及手机银行消费金融产品等



最具价值消费分期应用TOP10榜单：来分期、分期乐及招联金融三款消费分期应用价值指数稳居TOP3

价值指数TOP10	APP名称	MAU（万）	月均DAU（万）	月新增（万）	日均打开次数	价值指数
1	来分期	121.7	32.9	43.3	2.4	61.9
2	分期乐	130.4	22.6	22.3	3.9	57.5
3	招联金融	107.5	22.5	19.5	2.2	48.6
4	卡卡贷	45.8	7.2	20.7	3.3	24.2
5	省呗贷款	34.6	4.7	13.6	2.4	19.6
6	小花钱包	36.5	3.6	12.6	2.6	19.6
7	易付宝钱包	28.9	6.2	12.1	2.7	19.5
8	还呗	31.4	3.7	8.2	2.1	16.7
9	美借	24.6	3.4	14.9	2.9	16.0
10	趣分期	30.0	3.9	1.4	2.4	14.9

注：本报告仅包括现金贷及消费分期类独立APP数据，不包括应用内消费金融产品数据，如微信微粒贷及手机银行消费金融产品等



Trustdata，拥有行业领先的数据挖掘能力与分析能力

样本覆盖规模

月活用户

1.5亿

日活用户

5000万

数据采集频次

不带支付功能的APP

10秒/次

带有支付功能的APP

1秒/次

数据有效性

只在亮屏情况下，
进行数据采集，
确保数据真实性及有效性

数据处理能力

每日原始数据采集量

60TB

每日运算后结构化数据量

300G

数据报告生成时间

T+2

法律安全性

Trustdata 在数据采集过程中，只采集用户使用动作数据，不采集用户使用内容数据，并且所有的数据都将基于群体数据分析输出，不会带有任何个体数据



Trustdata 成立于2014年初，致力于成为大数据时代下最领先的移动应用数据内容解决方案提供商，为客户提供从数据产品到产品模型，技术平台到商业解决方案全方位服务体系。至2016年底，Trustdata 5000万日活用户，1.5亿月活用户。Trustdata的客户涵盖了PE/VC、政府机关、金融、快消等传统及互联网领域企业。



Trust Us, Trust Data

