

伍典
2019.12

金融科技助力消费金融大放异彩

36Kr-消费金融行业研究报告



报告摘要

- **我国消费金融市场快速增长，行业前景广阔，竞争格局较为分散，不同细分领域各有所长**
- 2018年我国消费金融市场约8.45万亿元，预计2020年将达12万亿元，渗透率将达25.1%，与美国40%渗透率相比，发展前景广阔。目前从整体来看，市场竞争格局较为分散，尚未形成垄断局面。在传统银行、持牌消费金融、互联网消费金融领域均有领先的优势企业出现，各具特色，各有所长。
- **资金需求方、资金供给方、消费金融服务商、消费供给方、消费金融基础设施共同构成消费金融产业链**
- 在消费金融产业链中，上游为资金需求方和资金供给方，中游为消费金融服务商，下游为消费供给方。此外还有对产业发展起到监管与支持作用的金消费基础设施，包括银保监会等监管机构，第三方支付机构与征信机构，大数据、云计算及金融科技公司等。
- **金融科技用以解决消费金融领域借贷流程中的诸多痛点问题，智能风控将成为消费金融发展的关键**
- 大数据分析、人工智能、物联网和区块链等金融科技的应用正在颠覆金融行业价值链。目前较为成熟的是大数据分析和人工智能，用以解决消费金融领域存在于贷前、贷中和贷后流程中的诸多痛点问题。随着国内金融行业监管收紧，消费金融领域历经多年规范与洗牌，利润空间收窄，对客户需求和风险点识别要求更加精准，智能风控将成为消费金融发展的关键。

案例分析公司

数禾科技

金融科技服务商

B轮 2019年2月

捷信消费金融

持牌消费金融服务商

拟IPO 2019年7月

SoFi

学生贷款再融资，个人

理财解决方案服务商

E轮以后 2019年5月

相关研究报告

36Kr- “AI+ 医疗” 行业研究报告
(2019.12)

36Kr-2020年中国新经济趋势洞察报告
(2019.10)

36Kr- 商用服务机器人行业研究报告
(2019.08)

目录 Contents

一. 消费金融行业概况

- 定义与分类
- 市场空间
- 行业竞争格局
- 发展驱动力
- 资本分析

二. 消费金融产业链分析

- 产业链图谱
- 产业链分析

三. 金融科技背景下的消费金融

- 金融科技的应用
- 金融科技对消费金融的影响

四. 案例分析

- 数禾科技
- 捷信消费金融
- SoFi

CHAPTER I

消费金融行业发展概况

- 定义与分类
- 市场空间
- 行业竞争格局
- 发展驱动力
- 资本分析

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析



图示：消费金融分类

数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

行业概况

消费金融是以消费为目的的信用贷款，包括消费贷与现金贷

- **消费金融有广义和狭义之分，本报告仅研究狭义范畴**
根据中国人民银行《中国区域金融运行报告(2018)》所示，消费金融包括广义与狭义两种定义方式。**广义消费金融**包括传统商业银行向消费者发放的住房按揭贷款、汽车贷款、信用卡和其他贷款，持牌消费金融公司向消费者提供的家装贷、购物分期，以及新兴的基于网上购物等消费场景为消费者提供购物分期服务的互联网消费金融。**狭义消费金融**是从广义消费金融范畴中扣除传统商业银行车房贷款的部分。本报告仅研究狭义消费金融范畴，即以消费为目的，贷款周期不超过24个月，金额不超过20万元，小额分散的信用贷款。
- 根据是否依托于具体消费场景，消费金融可以分为依托具体消费场景的**消费贷**和不依托于具体消费场景的**现金贷**两种模式。
- 根据参与机构和法律规定的主体资格不同，消费金融又包括商业银行、持牌消费金融公司和新兴互联网消费金融三种模式。
- **商业银行**。依托其稳定和低成本的资金优势，在消费金融领域占据优势地位，其业务模式主要包括信用贷款和信用卡两种模式。近年来，不断通过创新方法切入新兴市场中，如控股或参股持牌消费金融公司，开发创新型消费金融产品和消费金融平台，以及与电商

*数据来源：中国人民银行，36氪研究院整理

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析

行业概况

消费金融是以消费为目的的信用贷款，包括消费贷与现金贷

等互联网平台合作，共同探索打通线上线下的消费金融业务等。

- **持牌消费金融公司。**银保监会颁布《消费金融公司试点管理办法》对消费金融公司的设立、变更与终止，业务范围及经营规则，监督管理等作出明确规定。获得消费金融牌照的公司准入门槛较高，除了对注册资本和盈利能力的要求外，还要获得银保监会批准。**需要注意的是，消费金融牌照不同于小贷公司牌照。**我们熟知的互联网巨头旗下的明星产品如阿里花呗、借呗，腾讯微粒贷，京东白条等，均不属于持牌消费金融公司。相比于传统小贷、互联网小贷等牌照，消费金融公司被定位为非银行金融机构，业务范围覆盖线上与线下。按照规定，持牌消费金融机构除可在全国范围内发放个人消费贷款外，还可以从事向境内金融机构借款、境内同业拆借、经批准发行金融债券、代理销售消费保险产品、固定收益类证券投资等业务。此外，持牌消费金融公司的资金来源也十分多样化，包括向境内金融机构借款、同业拆借、发行债券等。在资金杠杆方面，消费金融具有10倍杠杆优势，而互联网小贷通常只有1-3倍。基于诸多红利，消费金融牌照获批严格，目前全国持牌公司仅有27家，多为银行系，排队等待批文的公司还有12家，监管机构持谨慎态度，尚未确定批准*。

*数据来源：银保监会，前瞻产业研究院，36氪研究院整理

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析

行业概况

消费金融是以消费为目的的信用贷款，包括消费贷与现金贷

- **新兴互联网消费金融**。参与主体通常包括互联网小贷公司、电商平台、购物分期平台等。众多拥有**小贷牌照**和**网络小贷牌照**的公司成为新兴互联网消费金融的参与者。自2011年起，蚂蚁金服、百度、京东金融、苏宁金融等多家科技公司均成立了小贷公司，并持有网络小贷牌照，为个人消费者和小微企业提供消费金融服务*。此外，**电商平台**依托其庞大的在线客户消费群体、丰富的产品消费场景、平台分发与大数据沉淀等优势，发展消费金融。**分期购物平台**，不同于电商平台，平台本身不直接提供商品与服务，而是将用户的电商消费数据当作其授信和风控监测的基础，代替消费者向电商完成支付，之后消费者需要向代支付平台分期偿还。而房产、汽车、旅游、家电等**垂直行业龙头公司**也利用其多年深耕优势，发展自身基于场景类的消费金融。**P2P网贷平台**也在监管趋严的市场环境下谋求自身业务转型，向消费金融业务靠拢。

参与主体	产品形态	核心优势	相对劣势
商业银行	信用卡、信用贷	资金来源稳定，成本低	难以满足小额分散的消费需求
持牌消费金融公司	家装贷、线下购物分期等	资金成本适中，审批较快	行业规模尚小，规模优势不明显
新兴互联网消费金融	互联网小贷、电商平台、购物分期平台等	大数据和智能风控	资金来源不稳定，成本较高

图示：消费金融业务模式及主要特点，36氪研究院整理

*数据来源：中国人民银行，36氪研究院整理

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

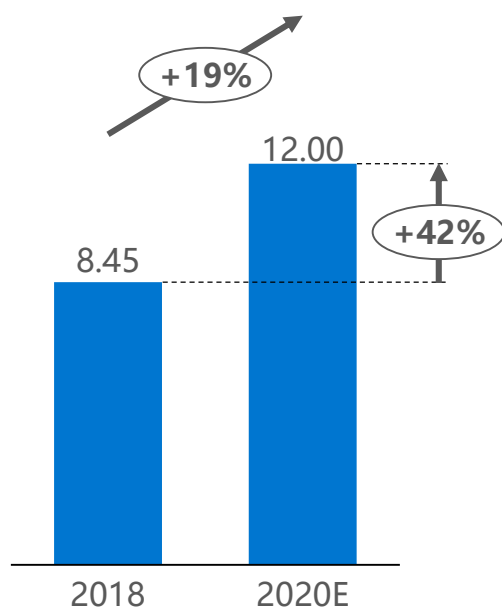
- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析

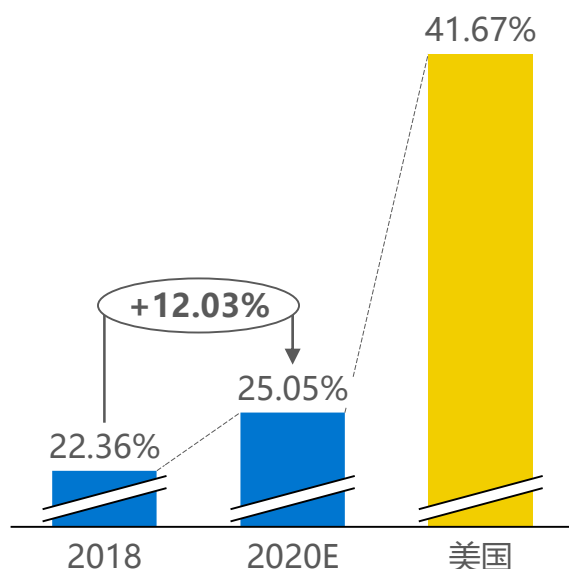
行业概况

我国消费金融市场规模快速增长，渗透率逐步提高，行业前景广阔

- 根据商务部有关报告显示，2018年我国消费金融市场（不含房贷）规模8.45万亿元，市场渗透率22.36%，预计2020年市场规模将达到12万亿元，渗透率逐渐提高至25.05%*。
- 美国消费金融产业起步较早，经过70余年发展，社会观念发生转变，伴随科技发展与大数据风控的应用，以及法律监管措施渐趋完善，消费金融随之普及。目前，美国消费金融渗透率超过40%，我国仅为22%，与美国相比，我国消费金融市场仍有较大提升空间，发展前景广阔。



图示：我国消费金融市场规模（万亿元）
数据来源：商务部，前瞻产业研究院，36氪研究院整理



图示：我国消费金融渗透率及与美国对比
数据来源：前瞻产业研究院，清华大学，36氪研究院整理

*数据来源：前瞻产业研究院，36氪研究院整理

1.1 定义与分类

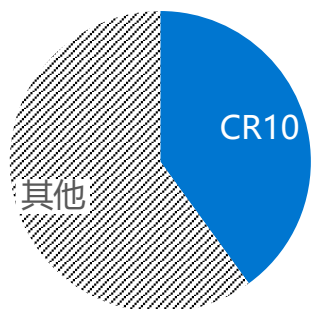
1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析



图示：我国消费金融市场集中度
数据来源：36氪研究院整理

行业概况

我国消费金融市场竞争格局较为分散，不同细分领域各有所长

- 根据参与主体、牌照资质以及经营模式的不同，大致可以将我国消费金融市场分为传统商业银行、持牌消费金融公司和新兴互联网消费金融三大细分领域，在定义与分类章节已经对此作出清晰界定。目前，**从整体来看，我国消费金融市场的竞争格局较为分散，头部CR10公司的市场份额不足50%，尚未形成垄断局面***。形成这一格局的根本原因在于，金融借贷行业的高风险本质。如果行业集中度过高，一旦头部公司发生违约风险，将引发系统性金融风险，甚至使整个金融市场陷入动荡局面，进而引发金融危机等一系列严重后果。因此，风控一直是金融借贷行业的红线。此外，自2017年以来，随着行业监管及相关配套制度法规的不断完善，行业呈现出整合与重新洗牌的发展趋势。一些资金实力弱小、运营不规范、风控薄弱的平台，在行业洗牌中被淘汰。在不同的细分领域，均有领先的优势企业出现，各具特色与核心竞争力。
- 传统商业银行。**根据中国银行业协会相关统计数据显示，目前我国的银行业机构达4588家，银行网点数已近23万个*，覆盖我国多级行政区划体系。随着我国经济结构调整、金融监管的收紧，自2016年以来，上市银行纷纷加码针对个人客户的零售业务，以信用卡和消费贷为新增驱动，主动求变，以平安银行、中信银行、招商银行等股份制银行为战略变革的代表*。以平

*数据来源：爱分析，中国银行业协会，安信证券，36氪研究院整理

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

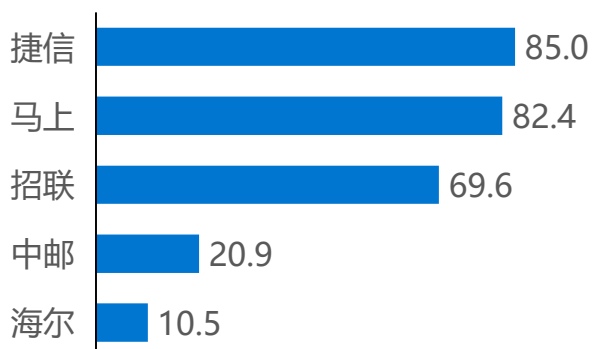
1.5 资本分析

行业概况

我国消费金融市场格局较为分散，不同细分领域各有所长

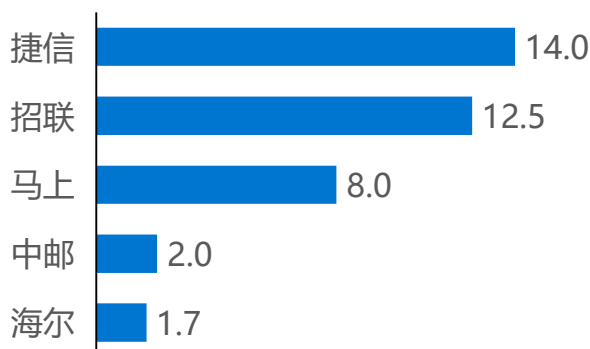
安银行和招商银行为例，零售业务线的盈利明显高于对公业务，总资产收益率两倍高于对公业务*，以此拉动业绩大幅提升。而在工农中建四大行中，则以房贷为消费信贷的主要驱动力*。在信用卡和消费信贷业务中，股份制银行因其主动变革的前瞻性与灵活机动的创新业务模式，占据了更有利的竞争地位。

- **持牌消费金融公司。**因消费金融牌照门槛较高，目前市场上仅有27家机构取得消费金融牌照，其中发起公司大部分为金融机构，包括商业银行和地方银行，一部分非金融机构如海尔消费金融、苏宁消费金融和华融消费金融。从各家公司公布的2018年度财报来看，不同持牌消费金融公司之间的业绩分化比较明显。截止2018年12月31日，捷信消费金融净利润达13.96亿元，为行业最高，同比增长36.56%；而幸福消费金融则净亏损0.13亿元*。此外，部分消费金融公司因风控不足，遭到行政监管处罚。



图示：持牌消费金融公司营收Top5（亿元）

数据来源：36氪研究院根据公开资料整理



图示：持牌消费金融公司净利润Top5（亿元）

数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

*数据来源：经济日报，相关企业年报，36氪研究院整理

每日报告

不要错过让你洞察整个商业世界的
每日报告

如何免费入群？扫码加好友后回复
【入群】

每日精选3份最值得学习的资料给您
，不定期分享顶级外文期刊



撩他！撩他！

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析

行业概况

我国消费金融市场格局较为分散，不同细分领域各有所长

- **新兴互联网消费金融。**在新兴互联网消费金融赛道，拥有电商平台、分期平台、小贷公司和P2P平台转型等多种玩家。在互联网与金融的融合过程中，**流量和风控是两大核心要素**，同时也是对产品价值与企业竞争力评估的重要指标。
- **在流量领域**，传统小贷公司和互联网小贷公司的打法多为线下地推，线上广告宣传等，收效甚微。电商平台因其携带电商或社交属性，经过多年深耕已获取一定线上流量优势，一部分用户可以自然转化为消费金融使用者。同时依靠其大数据模型，可以进行精准推广，提高转化效率。而分期平台则瞄准对于某些产品具有消费刚需的人群，如资金不够充裕的学生和蓝领人群，以及对家装和旅游等垂直场景有需求的特定人群，挖掘人群需求，产生流量裂变。
- **在风控领域**，银行系玩家基于多年风控模型迭代，央行征信系统与银行间风险监控的互通互联，以及高门槛的审核标准，拥有较强的风控优势。但值得注意的是，近年来随着人工智能和大数据的应用，电商系企业凭借其积累的数据流量，通过评估用户的购物习惯与日常消费大数据，也可依其自有评估维度描绘用户画像，搭建风控模型，提高风控能力。
- **综上，在新兴互联网消费金融赛道中，电商平台在流量和风控上更具优势。**

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场

- 消费升级

- 电子商务

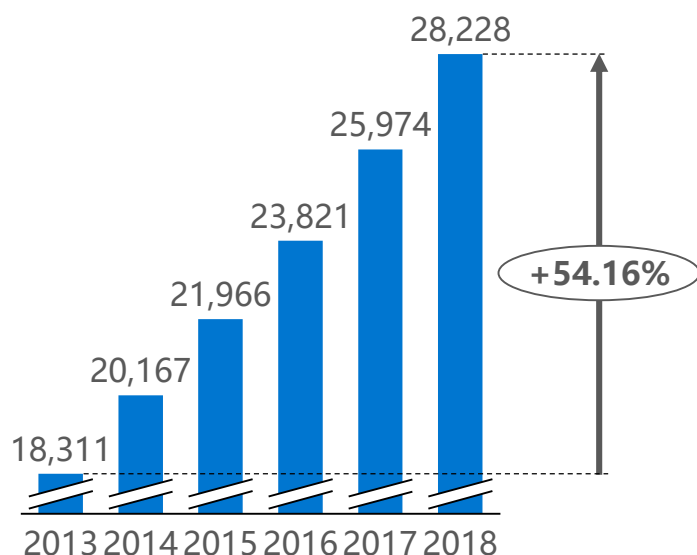
- 政策红利

1.5 资本分析

行业概况

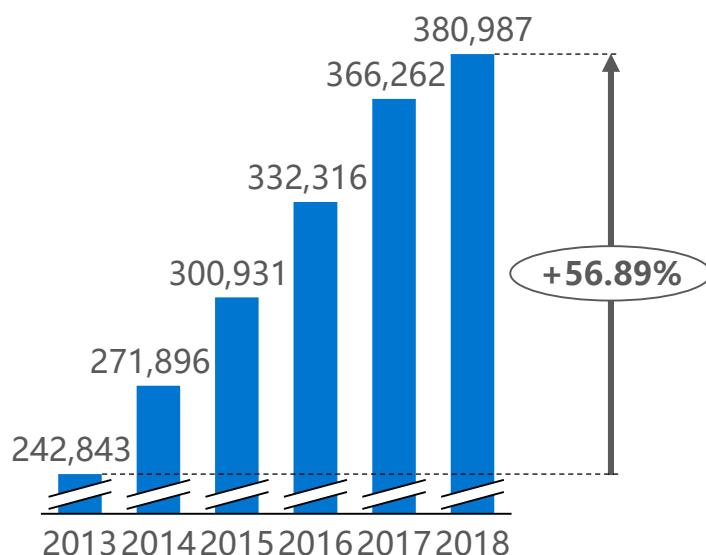
居民可支配收入持续增加，消费成为我国经济增长主要驱动力

- 根据国家统计局有关数据显示，我国人均居民可支配收入由2013年18311元增至2018年28228元，CAGR为9.04%。同时，我国社会消费品零售总额由2013年24万亿元增长至2018年38万亿元，CAGR为9.43%。



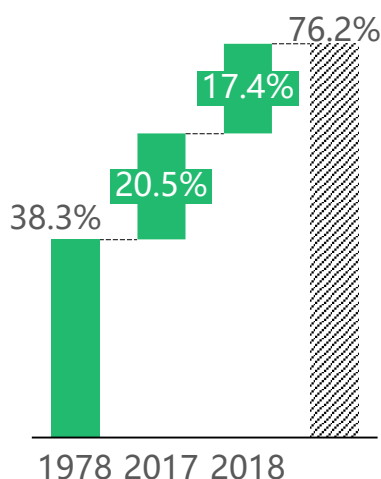
图示：我国人均居民可支配收入（元）

数据来源：国家统计局，36氪研究院整理



图示：我国社会消费品零售总额（亿元）

数据来源：国家统计局，36氪研究院整理



图示：我国消费支出对GDP贡献率（%）

数据来源：国家统计局，36氪研究院整理

- 2012年以来我国经济发展进入新常态，消费取代投资和出口成为我国经济增长第一驱动力。根据国家统计局有关数据，我国最终消费支出对GDP的贡献率在40年间由1978年的38.3%快速增长至2018年76.2%，尤其是2017-2018年，消费支出对GDP的贡献率大幅提高，对我国消费金融发展起到了极大的促进作用。

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场

- 消费升级

- 电子商务

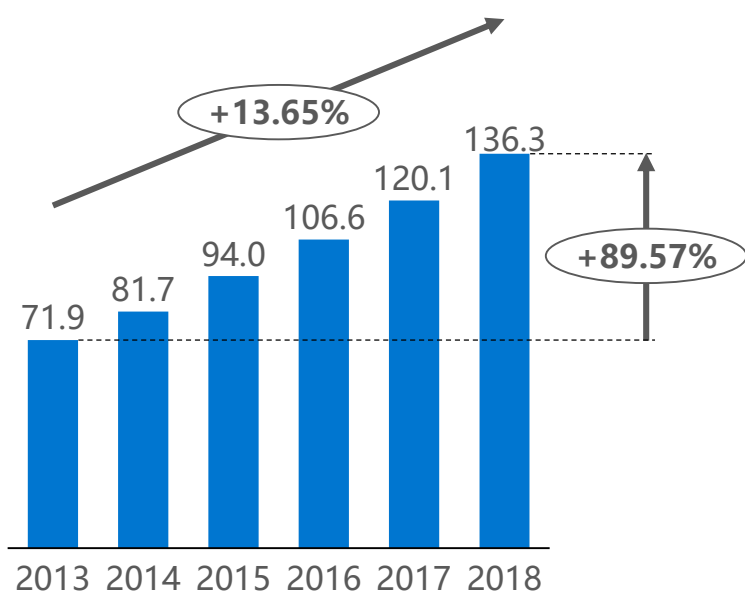
- 政策红利

1.5 资本分析

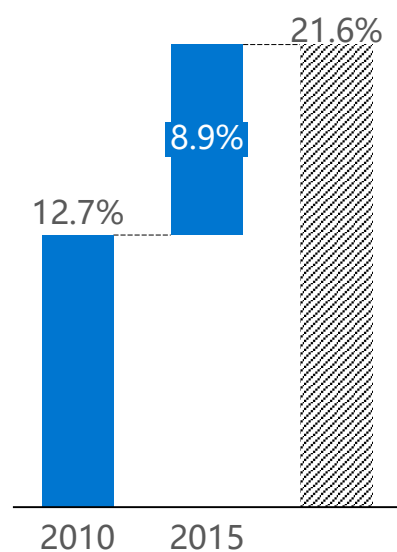
行业概况

消费升级促进信贷总额不断增长，短期普惠信贷增多

- 根据中国人民银行有关统计数据，2013至2018年我国金融机构人民币信贷余额不断提升，从2013年72万亿元增长至2018年136万亿元，保持13.65%的年复合增长率。与此同时，新一代年轻人逐渐成为社会消费主力，受西方提前消费的思想影响较大，且注重个性化展示与生活品质，今年来伴随消费升级，消费信贷在总的贷款余额中比重逐年上升，由2013年24%增长至2018年35%，消费信贷快速发展。在消费信贷结构中，除了传统的车房贷和中长期贷款，短期小额分散的普惠消费信贷显著增多，由2010年占比12.7%增至2015年21.6%*。



图示：我国金融机构人民币贷款余额（万亿元）
数据来源：中国人民银行，36氪研究院整理



图示：短期普惠消费信贷之于信贷总额占比 (%)
数据来源：中国人民银行，36氪研究院整理

*数据来源：中国人民银行，36氪研究院整理

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

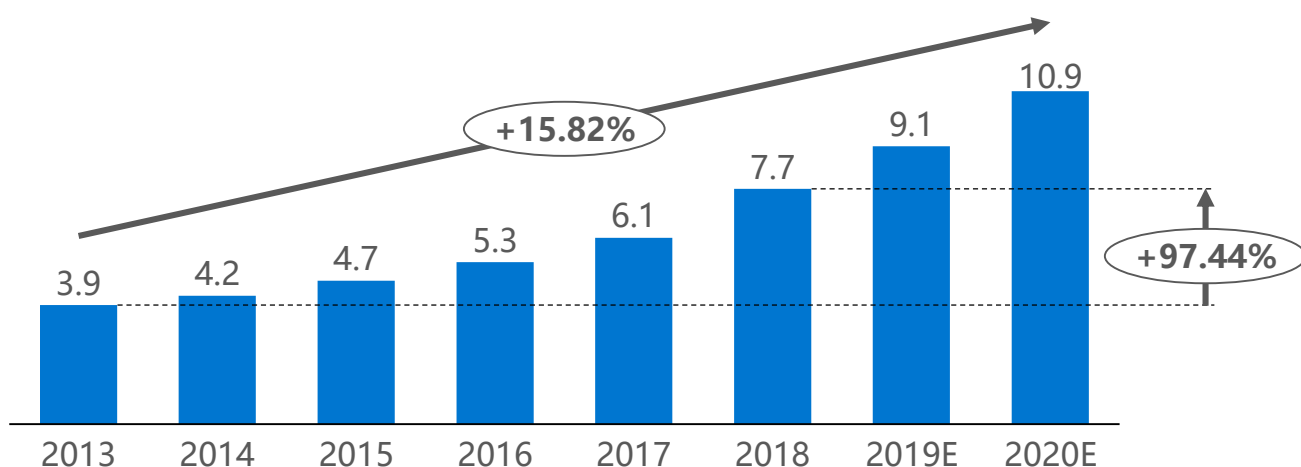
- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析

行业概况

电子商务的快速发展为消费金融提供扩张土壤

- 近年来，互联网及移动互联网不断普及，为电子商务的发展奠定了广阔的用户基础。截至2018年12月，我国网民用户规模已达到8.29亿，其中网络购物用户规模为6.10亿，较2017年增长14.4%，占网民整体比例达73.6%，手机网络用户规模达5.92亿，较2017年增长17.1%，使用比例达72.5%*。随着支付、物流、大数据、云服务、电商平台、社交与导购平台等相关配套体系的完善，电子商务以其方便快捷高效、跨越空间限制的独特优势逐渐渗透进入我们的日常生活，改变人们的生活方式。2018年中国网络购物市场交易规模达7.7万亿元，预计2020年将达10.9万亿元。使用人数和交易规模迅速上升，电商取得蓬勃发展，在电商发展带动下，消费金融的适用场景更加丰富。



图示：2013-2020年我国网络购物交易规模（万亿元）

数据来源：中国产业信息网，36氪研究院整理

*数据来源：中商情报网，36氪研究院整理

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析

行业概况

政策红利为我国消费金融的高速发展提供助力

- 2009年，《消费金融公司试点管理办法》颁布，首批消费金融公司经国务院批准成立，分别为中银消费金融、北银消费金融、锦程消费金融和捷信消费金融*。
- 2013年，国务院办公厅出台《关于金融支持经济结构调整和转型升级的指导意见》，要求将“扩大消费金融公司试点城市范围”、“尝试由民间资本发起设立自担风险的消费金融公司”作为工作重点*。
- 2013年11月4日，银监会发布《消费金融公司试点管理办法（修订稿）》，扩大消费金融试点城市范围，新增10个试点城市，招联消费金融、兴业消费金融和海尔消费金融等7家消费金融机构相继成立*。
- 2015年6月，国务院召开常务会议，提出发展消费金融，重点服务中低收入人群。将消费金融公司16个试点城市扩至全国，并将审批权下放到省级部门，鼓励民资和互联网企业发起设立*。
- 2016 年政府工作报告再次提及消费金融，鼓励金融机构创新消费信贷产品*。
- 2018年三季度以来，国务院颁布了《完善促进消费体制机制实施方案(2018-2020年)》等多项政策利好，释放促进消费金融良性发展的信号*。
- 政策红利为我国消费金融的高速发展提供助力，我国逐渐形成以商业银行为主导、消费金融公司、新兴互联网消费金融公司为补充的消费金融供给格局。

*数据来源：银保监会，中央政府门户网站，36氪研究院整理

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

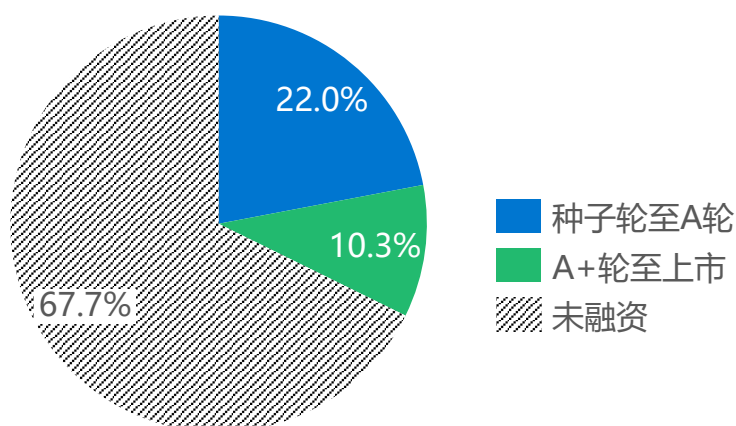
- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析

行业概况

消费金融投资渐趋理性，头部项目持续获得资本偏爱

- 消费金融项目数量渐增，热度不减，但长尾明显，资本向头部项目集中。根据鲸准数据库，截至2019年8月15日，共收录1327个消费金融相关项目。其中，种子轮至A轮项目292个，A+轮至上市前项目136个。IPO方面，除了上市银行的零售线业务外，捷信消费金融所属母公司捷信集团于2019年7月提交赴港IPO申请，若未来上市成功，捷信金融将成为国内持牌消费金融公司中首家上市公司。天阳科技，为银行等金融客户提供IT业务解决方案的金融科技公司，于2017年摘牌新三板，并于2019年6月向证监会提交相关上市材料，拟于创业板IPO。



图示：我国消费金融公司融资轮次分布

数据来源：36氪研究院根据鲸准数据库整理

- 2018年以来资本市场降温，行业重新洗牌，消费金融投资渐趋理性，在不同细分领域之间出现分化态势。依托消费升级的需求爆发和政策释放的利好信号，银

1.1 定义与分类

1.2 市场空间

1.3 行业竞争格局

1.4 发展驱动力

- 消费市场
- 消费升级
- 电子商务
- 政策红利

1.5 资本分析

行业概况

消费金融投资渐趋理性，头部项目持续获得资本偏爱

银行与持牌机构利用其自有资金，大举拓展业务，放贷金额创新高。而2017年12月发布的现金贷新规，从合规层面上扼制了高利率信贷，一部分互联网消费金融公司因合规和融资成本高等问题陷入瓶颈，一些头部平台型公司开始转型做引流平台，将客户传导给更具资金成本优势的银行，银行消费金融的市场份额迅速提升，部分互联网平台的自营业务发展陷入迟滞，融资较为困难，加剧行业分化。

- 90后正在逐渐发展成为新的消费主力，是高风险与高消费并存的潜在消费金融客户群体，此外二三四线城市的消费升级也是拉动消费金融发展的重要驱动力。基于90后及某些特定消费人群，垂直于细分应用领域的消费金融项目在2019年获得更多资本关注。

企业名称	融资轮次	融资金额	融资时间	所属领域
度小满金融	战略投资	19亿美元	2018年4月	综合性互联网金融服务提供商
京东数科	B轮	130亿人民币	2018年7月	综合性互联网金融服务提供商
懒财金服	C+轮	5亿人民币	2018年7月	智能投资服务平台
蚂蚁金服	F轮	140亿美元	2018年6月	综合性互联网金融服务提供商
数禾科技	B轮	3000万美元	2019年2月	金融科技服务商
58金融	A轮	4亿人民币	2018年7月	综合性互联网金融服务提供商

图示：2018-2019年消费金融及金融科技领域部分融资事件（按首字母顺序）

数据来源：36氪研究院根据鲸准数据库整理

CHAPTER II

消费金融产业链分析

- 产业链图谱
- 产业链分析

2.1 产业链图谱

2.2 产业链分析

产业链分析

消费金融产业链图谱



注：此产业链图由36氪研究院梳理，图中只列出部分企业作为代表，未覆盖全产业

2.1 产业链图谱

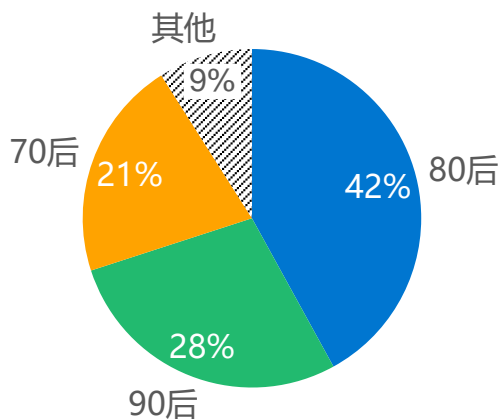
2.2 产业链分析

- 资金需求方
- 资金供给方
- 消费金融服务商
- 消费供给方
- 消费金融基础设施

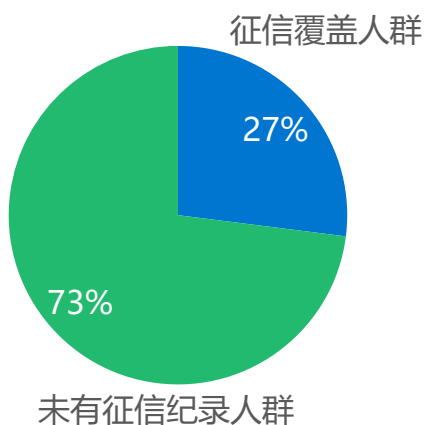
产业链分析

消费金融使用率不断提升，90后及征信未覆盖人群为增量群体

- 随着社会发展，我国居民的消费观念发生深刻变化，超前消费逐渐为社会文化普遍接受。伴随消费升级，90后等青年群体的消费能力大幅提升，消费金融渗透率与使用率不断提升。
- 据中国银行业协会发布的《中国银行卡产业发展白皮书(2018)》，截至2017年末，我国信用卡累积发卡量7.9亿张，当年新增1.6亿张，活卡率达73.1%。从目前持卡人群来看，80后用户占比42%，90后用户占比28%紧随其后，70后用户占比21%。在持卡人群中，近八成用户月收入在万元以下，月收入5000-10000元用户占比最高，达49%，接近半数；月收入5000元以下用户占比28%，月收入万元以上用户仅占23%。55%持卡用户的平均月刷卡金额在5000元以上，月均消费5505元*。通过以上数据，我们可以得出如下结论：**目前我国信用卡消费群体以80后为主，90后市场增速快且增量较大，用户消费偏理性。**
- Wind数据显示，目前我国央行征信系统收录信贷纪录覆盖率仅为27%，远低于美国的75%，约有6-7亿人尚未有征信记录*。未被计入征信纪录的人群包括老人和小孩、广大蓝领、年轻白领、学生和无业居民等。对于这些群体，工资收入无法满足日常消费需求，银行等金融机构无法为他们提供信贷服务，于是他们成为持牌消费金融公司和互联网消费金融的增量群体。



图示：我国信用卡用户年龄分布
数据来源：36氪研究院整理



图示：我国征信覆盖情况
数据来源：36氪研究院整理

*数据来源：中国银行业协会，Wind数据库，36氪研究院

2.1 产业链图谱

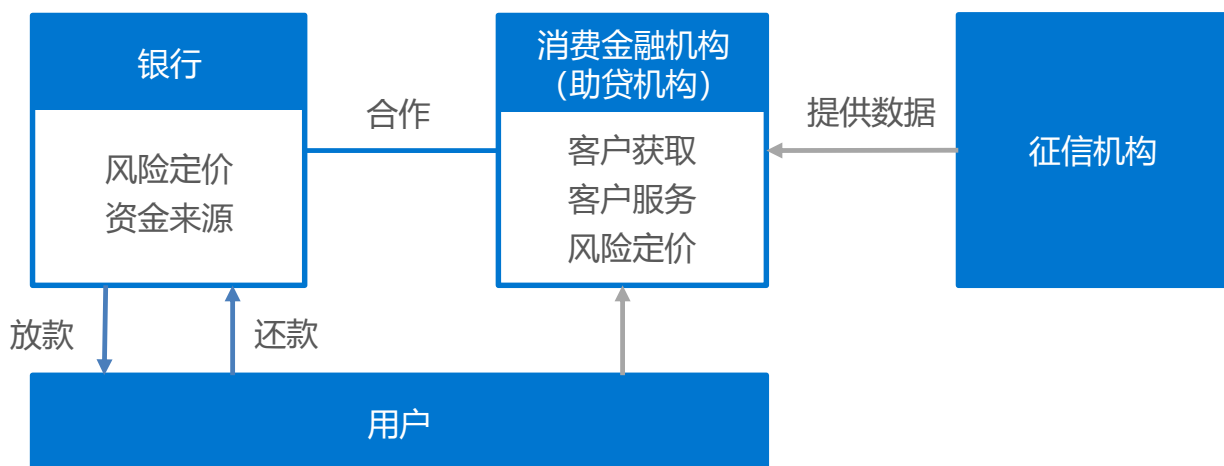
2.2 产业链分析

- 资金需求方
- 资金供给方
- 消费金融服务商
- 消费供给方
- 消费金融基础设施

产业链分析

依不同法律框架及监管要求，消费金融资金来源及成本各有差异

- 对于依据不同法律框架与监管要求而成立的消费金融服务主体，其资金来源与资金成本也有所不同。
- **对于银行机构**，资金来源丰富且稳定，多依赖于吸收的公众存款或其理财资金，随着息差的日渐收窄，银行也在尝试通过消费信贷ABS等方式丰富资金来源。
- **对于持牌消费金融机构**，主要包括向金融机构借款、同业拆借、接受股东境内子公司及境内股东存款、发行金融债券和资产证券化五种途径，此外也可通过发行资产支持商业票据或理财计划等方式来筹措资金*。
- **对于新型互联网消费金融公司**，无法吸收公众储蓄，在资金来源上具有一定局限。其主要通过自有资金进行放贷，当自有资金不足时通过股东与投资方融资、ABS、信托和银行等渠道解决资金来源问题，因此资金成本较高。目前，由银行提供资金而互联网消费金融公司提供获客与风控的助贷模式盛行*。



图示：助贷模式说明，36氪根据公开资料整理

*数据来源：国家金融与发展实验室，艾瑞咨询，36氪研究院

2.1 产业链图谱

2.2 产业链分析

- 资金需求方
- 资金供给方
- **消费金融服务商**
- 消费供给方
- 消费金融基础设施

产业链分析

消费金融服务商采取不同经营策略，主打不同类型消费金融产品

- 消费金融是一个广阔的市场，在第一部分内容的行业分类与不同领域的竞争格局中，我们研究过不同参与主体因牌照和资质不同，在设立条件、资金来源和企业负债方面的差异。在本节中，我们从产品端进行研究。不同类型参与者在实际经营中采取不同的经营策略，主打不同类型的消费金融产品。消费金融使用场景多元，授信额度大小不一，利率有高有低，期限有长有短，满足不同客群需要，错位发展。
- **银行。**1) 消费贷款产品，以公积金缴存、房贷房产、保险保单等作为证明材料，额度可达30-50万，利率上浮约30%，客户群体是收入较高的白领和拥有稳定工作与住房的公务员和事业单位人群；2) 信用卡，普卡额度从几千到几万元不等，刷卡消费有20-50天免息还款期，亦提供账单分期和现金分期，分期利率年化平均在9%以上*。
- **持牌消费金融公司。**1) 银行系消费金融公司，线下审核方式与银行无异，额度最高可达20万，期限2年左右，年利率15%左右；2) 产业系消费金融公司，提供消费金融的目的在于增加产品销量，促进产品消费，年化利率与信用卡利率基本持平*。
- **互联网消费金融公司。**授信额度几千到几万元不等，依据征信、社交和历史消费等维度综合评估，借贷期限30天至30个月不等，年利率约12%-16%*。

*数据来源：招商证券，天风证券，36氪研究院

2.1 产业链图谱

2.2 产业链分析

- 资金需求方
- 资金供给方
- 消费金融服务商
- 消费供给方
- 消费金融基础设施

产业链分析

消费金融借贷资本流入线上与线下两大消费渠道，消费场景多样

- 客户群体从消费金融服务商获得借贷资本后，消费主要流入线下消费场景和线上消费场景等。
- **在线下消费场景中**，资金多流入美食餐饮、旅游、出行住宿、购物娱乐等消费场景，用户日常消费支出以信用卡刷卡为主。许多消费金融服务商与航空公司、酒店、商场、餐饮机构等合作推出刷卡满减、优惠券赠送、多倍积分和里程兑换等多种优惠活动，增强用户粘性，刺激消费。
- **在线上消费场景中**，电商平台是较为集中的一个消费流量入口，数码电子产品是其中重要的消费品类，此外，家电类产品、美妆类产品和奢侈品也是消费者青睐的产品品类。目前，蚂蚁花呗和京东白条类产品，已经基本实现了线上信用卡功能，依托其电商平台优势，不定期推出分期免息购物，平台会员卡折扣等优惠策略，进一步刺激消费，逐渐抢占银行在线上信用卡支付的用户和渠道。
- 消费金融服务商一般同时覆盖线上和线下渠道，一方面对线下渠道进行技术升级，如无纸化办公、应用人脸识别技术以及OCR识别技术等；另一方面拓宽线上合作渠道，通过渠道融合挖掘新市场。此外，多元垂直消费场景也成为一大趋势，除了传统3C产品，家庭装修、家电、医美、旅游、出行、职业教育和健身等垂直领域的消费渗透率也在逐渐提高。

2.1 产业链图谱

2.2 产业链分析

- 资金需求方
- 资金供给方
- 消费金融服务商
- 消费供给方
- 消费金融基础设施

产业链分析

监管、支付、征信、大数据风控等共同构成消费金融基础设施

- 在消费金融产业链中，除上游资金需求方和资金供给方，中游消费金融服务商和下游消费供给方，我们把与消费金融相关且对产业发展起到整体支持及监管作用的主体等统称为消费金融基础设施。主要包括中国人民银行和银保监会等监管机构，制定行业政策与相关法规，引导行业发展；支付宝、银联等支付机构，为消费金融的资金运转提供支付保障；中国人民银行征信中心等征信机构，为消费金融提供征信评估和风险防范护城河；大数据与金融风控及金融科技公司，通常提供软件解决方案，优化风控模型及大数据处理等服务；其他包括为消费金融提供云计算服务、深度学习、人脸识别等公司。
- 云计算、大数据、人工智能和区块链等新兴技术的发展与应用对消费金融的业务与服务模式产生了极大影响，已逐渐成为驱动行业发展的关键性技术。在行业内，大多数网贷平台和消费金融公司是以产品为导向的，快速聚集C端某一细分客户群体，以现金贷或消费场景切入，经过拓展与沉淀，搭建针对某一细分人群的有效风控模型；而以数据和人工智能为驱动的金融科技公司，则是以技术为导向，从数据提取与分析切入，作出模块化、高配适的风控模型，根据不同场景平台和消费金融机构的风控准入要求，提供定制化的技术支持。

CHAPTER III

金融科技背景下的消费金融

- 金融科技的应用
- 金融科技对消费金融的影响

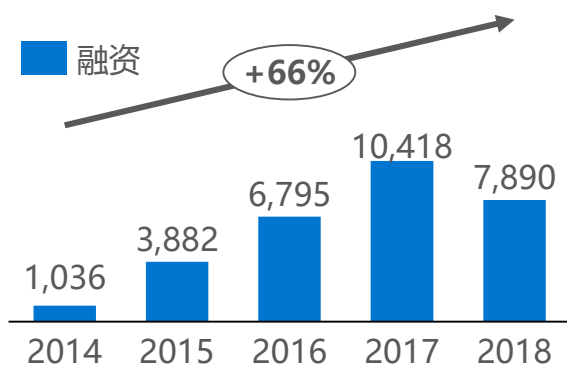
3.1 金融科技的应用

3.2 金融科技对消费金融的影响

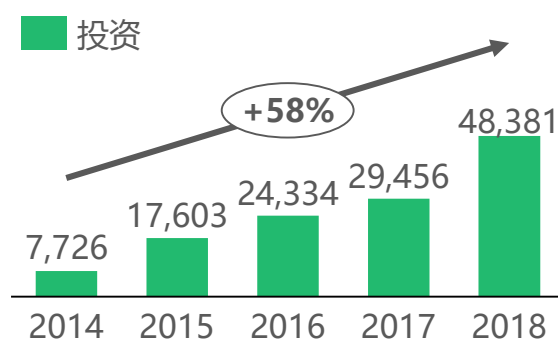
+金融科技

我国金融科技市场在过去五年中呈指数级增长

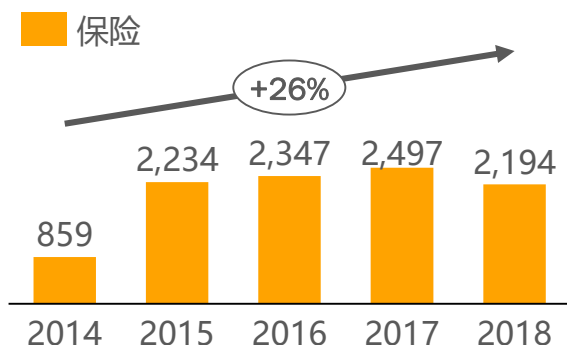
- 金融科技，即FinTech (Finance Technology)，正在试图用科技来重塑传统金融行业。金融科技兼具互联网金融的互联网基因与传统金融行业的融通经验，在区块链、人工智能、大数据、云计算、物联网等技术融合下，实现双方及多方连接与流通。
- 2013年被公认为金融科技开始蓬勃发展元年，在随后五年时间里，我国金融科技市场呈指数级增长，在融资、投资、保险、交易四大领域均表现优异。



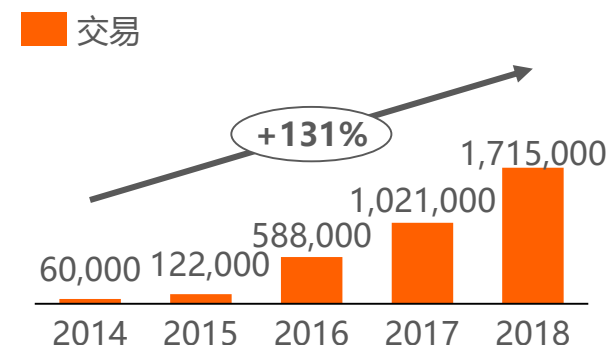
图示：第三方在线及移动支付交易总额（亿元）*



图示：在线财富管理平台交易总量（亿元）*



图示：互联网保险保费收入总额（亿元）*



图示：在线借贷平台未偿还贷款总额（亿元）*

*数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

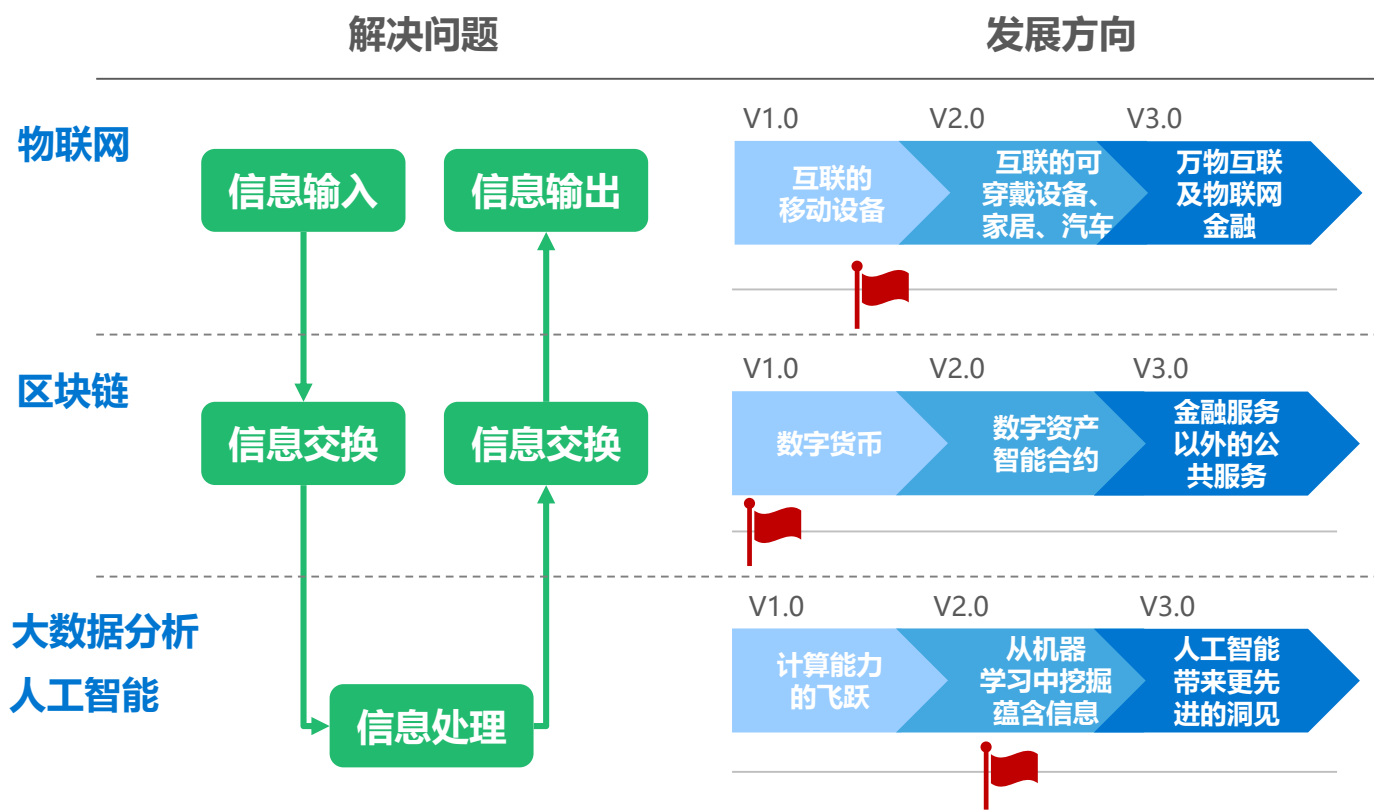
3.1 金融科技的应用

3.2 金融科技对消费金融的影响

+ 金融科技

大数据、人工智能、区块链和物联网是金融科技的四大核心技术

- 与发达国家成熟的金融市场相比，我国金融体系尚未完善，存在结构性失衡，基础设施缺乏等问题。得益于我国政府金融改革举措，经济与市场环境变化，以及互联网生态繁荣，我国金融行业正在发生进化。
- 数据处理与信息处理是金融服务决策的核心，这一点在中国尤为明显。中国金融机构与金融数据虽多，但大部分处于不透明和不完整的状态、甚至存在某些风险与问题。我们认为大数据分析、人工智能、物联网和区块链作为典型金融科技技术，将在解决信息获取、组合、分析与应用方面具有突破性能力。



图示：中国关键科技驱动力发展的应用和阶段

数据来源：36氪研究院分析

中国目前所处阶段

3.1 金融科技的应用

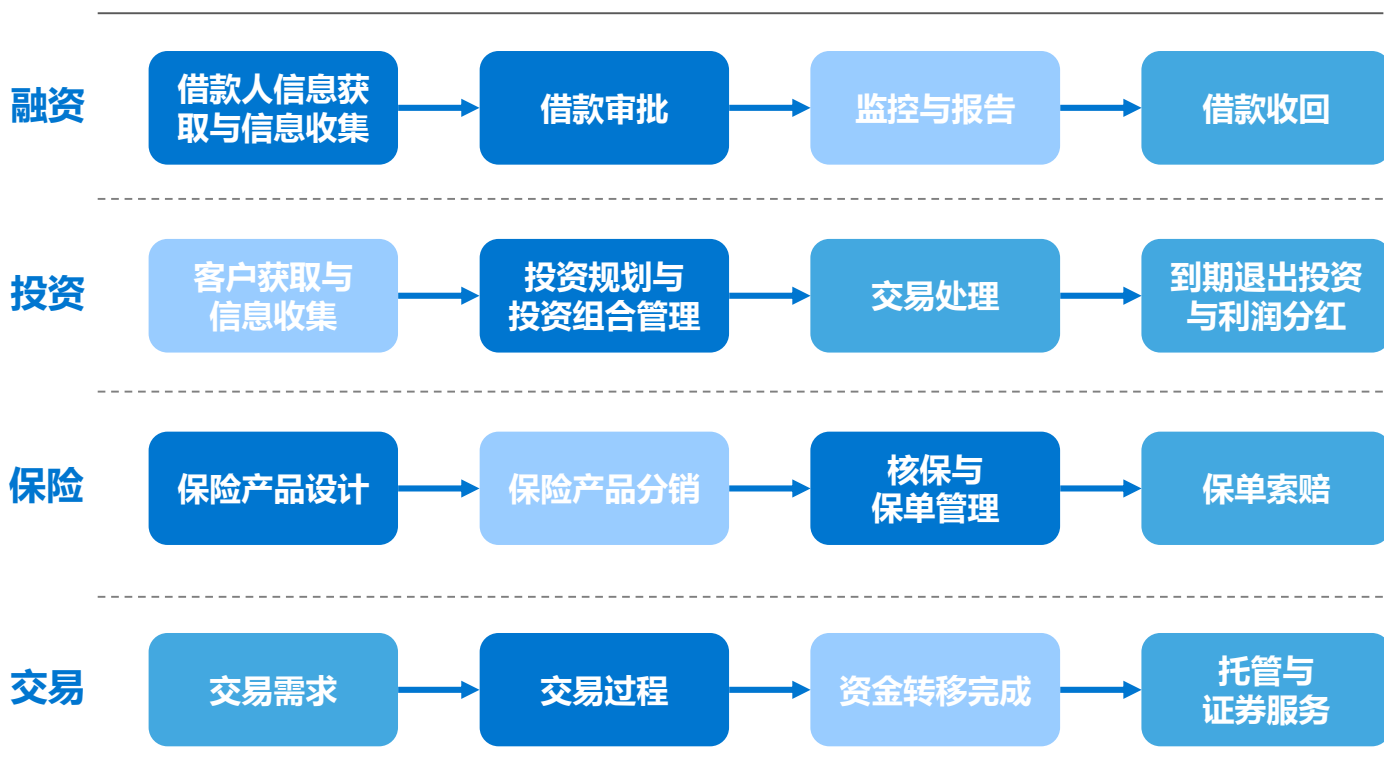
3.2 金融科技对消费金融的影响

+ 金融科技

金融科技的应用将推动金融行业整体及各领域价值链升级

- 金融科技的应用正在颠覆金融行业价值链，为四大金融领域在不同环节带来不同程度的变革与价值提升。
- 融资领域中，金融科技可以帮助收集用户更多非财务数据，整体了解借款人的生活与财务状态，在借款审批环节提高风控能力。在投资领域，金融科技可以个性化匹配用户需求，制定投资规划，管理投资组合，降低投资风险。在保险领域，金融科技对保险产品设计与核保及保单管理价值提升较大。在交易领域，金融科技可以提高交易效率，区块链等去中心化交易方式能够进一步增强交易安全性。

金融价值链受金融科技颠覆程度



数据来源：36氪研究院分析

覆盖程度：低 高

3.1 金融科技的应用

3.2 金融科技对消费金融的影响

+ 金融科技

金融科技用以解决消费金融领域借贷流程中存在的诸多痛点问题

- 云计算、大数据、区块链、生物识别以及人工智能等金融科技在我国消费金融领域应用广泛，目前较为成熟的是大数据和人工智能，用以解决消费金融领域存在于贷前、贷中和贷后流程中的诸多痛点问题。
- 从金融科技助力消费金融市场发展情况来看，2014和2015两年在获客端拥有大量机会。彼时移动互联网敞口尚未闭合，流量获取较为容易，做一些简单的页面和APP导流就可以取得收益。但从趋势角度来看，消费金融的核心是风控，应用科技实现智能风控将成为未来推动消费金融发展的关键。

消费金融存在的痛点

金融科技解决方案

贷前

人工审核

成本高，效率低，体验差

自动审核

反欺诈和用户违约风险高

反欺诈

个人信息校验
生物识别等

用户画像

文本分析
行为特征分析等

风险识别

自动识别虚假交易、恶意套现等

贷中

信用风险

用户在借贷期间信用风险变化，共债风险

信用行为追踪

交易行为跟踪
大数据分析

共债风险识别

催收记录反馈
关联交易追踪

信用风险预警

基于风险监测模型，作出预警

贷后

用户复贷

对优质还款用户，促进复贷

智能运营提升复贷

会员体系
精准营销等

智能催收

智能客服
催收策略

公安司法部门连通

数据连通
跟进执行进度

逾期催收

对逾期未还款用户进行催收

图示：金融科技解决消费金融领域存在的痛点问题

3.1 金融科技的应用

3.2 金融科技对消费金融的影响

+ 金融科技

智能风控作为信贷核心环节，将成为未来消费金融发展的关键

- 随着国内金融行业监管收紧，消费金融行业经历了数年规范与洗牌，利润空间收窄，对客户需求和风险点识别要求更加精准，对风控能力及风控体系建设要求提高，智能风控将成为未来消费金融发展的关键。
- 从银行金融机构、持牌消费金融公司和新型互联网消费金融公司对于智能风控的需求来看，各类信贷主体对于智能风控的要求不同。银行信贷风控机制较为成熟，持牌消费金融和互联网消费金融公司具有一定创新性，风控仍有提升空间。各类信贷主体需要通过自建风控系统及与第三方合作的方式提高风控能力。
- 由此，消费金融的智能风控公司主要可分为三类：互联网公司、银行金融科技子公司和金融科技公司。互联网公司主要从大数据端切入信贷风控业务，而金融科技创新型公司则多从技术端切入。此外，随着大数据采集与分析技术成熟及数据量的爆发式积累，征信机构也在积极利用大数据、人工智能等技术推动智能风控与征信体系建设。
- 对于信贷风控来说，数据与标准产品是第一步，如何将数据与金融服务场景深度结合才是关键。除了强调贷前风险控制，如身份认证、授信、反欺诈和信用评级等，贷中和贷后环节风控也十分关键。随着监管趋严，行业规范增强，单一环节的风控产品将难以适应市场需要，基于“数据+模型+平台”的全信贷周期的智能风控产品将成为未来发展方向。

3.1 金融科技的应用

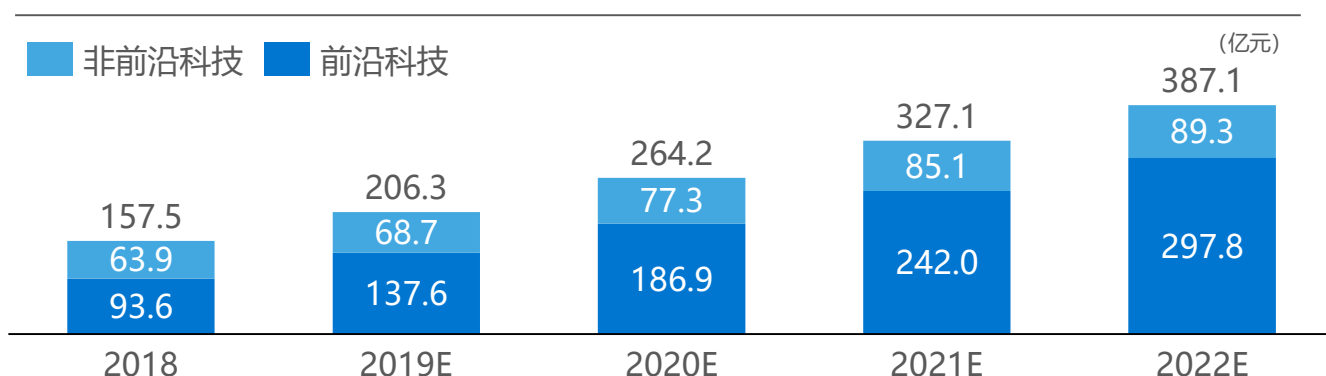
3.2 金融科技对消费金融的影响

+ 金融科技

目前云服务和大数据技术资金投入较多，未来AI占比将逐步提升

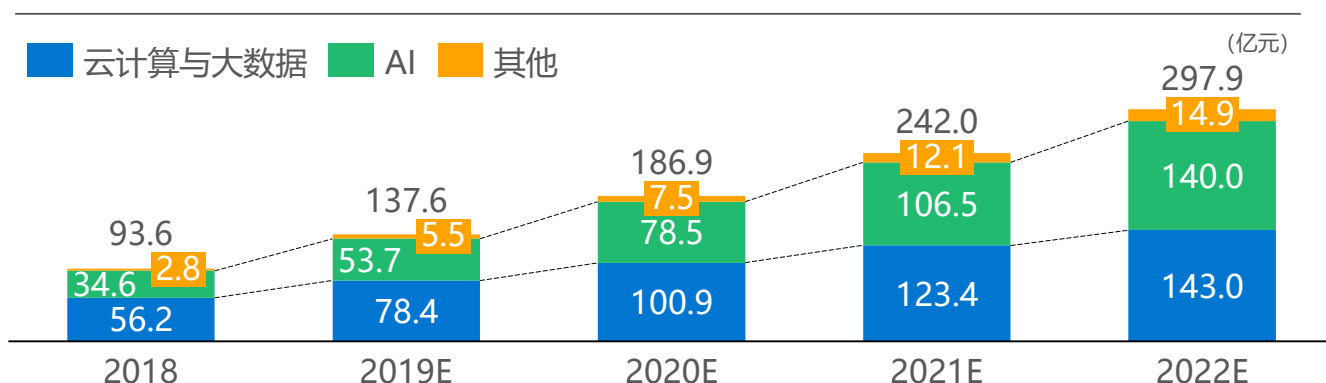
- 2018年消费金融业务技术资金投入达157.5亿元，其中前沿科技达93.6亿元。在前沿科技领域中，云计算与大数据资金投入量最大，人工智能次之，但人工智能增速较快，预计未来五年将有较大资金投入。
- 较强的金融科技能力将更好利用消费金融业务中产生的大量数据，在完成自身技术及风控平台搭建后，仍有能力将这一优势扩展至整个行业，获得行业标准定义权，从而为自己构筑竞争壁垒。

2018-2022年中国消费金融业务技术资金投入情况



数据来源：艾瑞咨询，36氪研究院整理

2018-2022年中国消费金融业务前沿科技资金投入情况



数据来源：艾瑞咨询，36氪研究院整理

CHAPTER IV

案例分析

- 数禾科技
- 捷信消费金融
- SoFi

4.1 数禾科技

4.2 捷信消费金融

4.3 SoFi

案例分析

数禾科技是深具潜力的金融科技公司之一

- 数禾科技（全称“上海数禾信息科技有限公司”）成立于2015年8月，是一家金融科技服务商，核心团队来自招商银行和Capital One，主要面向都市人群提供个性化金融服务，涉及消费信贷和智能投顾等业务。自成立以来，数禾科技先后获得了分众传媒、红杉资本、新浪、信达香港和诺亚财富等知名机构投资，目前已融资至B轮，是深具潜力的金融科技公司之一*。



数禾科技融资历程

融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
2016年1月	天使轮	1亿元人民币	分众传媒
2017年11月	A轮	3.5亿元人民币	诺亚财富、红杉资本中国、信达投资
2019年2月	B轮	3000万美元	新浪

数据来源：鲸准数据库

- 数禾科技旗下主打“还呗”和“拿铁智投”两款APP产品。“还呗”是在线智能信贷产品，为用户提供消费借贷和信用支付等业务。“拿铁智投”基于自主研发的智能投顾模型，为银行等金融机构提供定制化解决方案，助力银行构建智能财富管理体系，丰富理财产品线，更好服务广大白领阶层的理财需求，从而提升银行效益与竞争力。

*数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

4.1 数禾科技

4.2 捷信消费金融

4.3 SoFi

案例分析

运营合规化为数禾科技带来经营资质、业务运营与资金优势

- 2017年至今，消费金融行业监管趋严，一方面针对经营资质合规化进行市场肃清，一方面在定价和贷后方面加大整治力度，行业面临深度洗牌。可以预见，未来消费金融市场供给侧将形成以持牌机构为主，金融科技公司为卫星的整体生态结构。在更加规范的市场环境下，运营合规化将成为消费金融公司的生命线。
- 数禾科技自成立之初即进行一系列合规布局，于2017年11月**拿下互联网小贷牌照，在经营资质、业务运营与资金方面取得领先优势***。
- **经营资质方面**，目前全国互联网小贷牌照发放总量约300张，市场准入滞缓。而互联网小贷公司顶层监管及配套制度正在酝酿出炉，融资渠道、杠杆率和放款额度等规定也将进一步明确，牌照价值与日俱增。
- **业务运营方面**，数禾科技主营消费信贷、信用支付和智能投顾等业务，以收入稳定、消费需求旺盛、珍惜信用的高成长性优质人群为目标用户。这些用户全生命周期金融价值较高，用户体量稳健增长，资产质量优质稳定。
- **资金方面**，数禾科技资金来源多元化，主要以银行、消费金融公司、信托、小贷、保险公司等持牌金融机构为主，资金非直接来自个人资金，以此区分于部分行业参与者。

*数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

4.1 数禾科技

4.2 捷信消费金融

4.3 SoFi

案例分析

数禾科技以数字和技术为驱动，持续打磨精细化运营能力

- **数禾科技以数字和技术为驱动**，应用大数据和人工智能，在用户获取、用户经营和风险管理等方面打磨精细化运营能力。
- **数据能力方面**，随着业务量增长，数禾科技积累了大量贷款交易样本数据，同时深化与更多机构合作，增强数据连接能力，通过持续应用人工智能和大数据分析技术，用数据丰富用户画像，并基于精准用户画像提升各业务环节的运营效率。
- **技术能力方面**，数禾科技持续推进技术研发工作并增强基于云的架构体系，支持各业务功能实现更高的运营效率，同时有效提高数据存储与应用的安全性。
- **用户获取方面**，数禾科技实行精细化与智能化营销战略，持续拓展获客渠道，以触达更广泛的用户受众。一方面，改进算法和技术，提高借款人风险识别精准度，高效筛选合格借款人，提高获客的成本效益；另一方面，与头部互联网公司开展战略合作，封装化进行数据挖掘与联合建模，扩大用户受众人群并有针对性向其推荐信贷服务，降低获客成本和违约风险。
- **用户运营方面**，基于平台积累的丰富的借款人行为数据，数禾科技对用户偏好与需求的理解不断加深。基于对用户情况的深刻理解，数禾科技可以更准确地预测用户的信贷需求，并提供量身定制的产品及价格，满足用户的多样化需求，提升用户体验。

4.1 数禾科技

4.2 捷信消费金融

4.3 SoFi

案例分析

数禾科技以数字和技术为驱动，持续打磨精细化运营能力

- **风险控制方面**，数禾科技依托大数据分析和人工智能技术，搭建不同层次核心业务风控模型，以提高风险管理效率。随着数据库扩展和技术升级，数禾科技通过“有监督的机器学习”，完善其“以数据为驱动导向”的信用评估模型，优化“基于风险”的定价机制准确性，并采用适用于业务模式的新型有效的产品特征和风控模型。
- 数禾科技的核心团队来自招商银行，有超过20年的消费金融从业经验。公司引入来自Capital One的资深数据分析专家，加强对大数据的挖掘与应用，通过数据提升整体运营、营销和风控等业务能力。
- 未来数禾科技将持续在获客、用户经营、风控和技术等方面精耕细作，优化自身能力，构筑核心竞争力。



图示：数禾科技运营模式

4.1 数禾科技

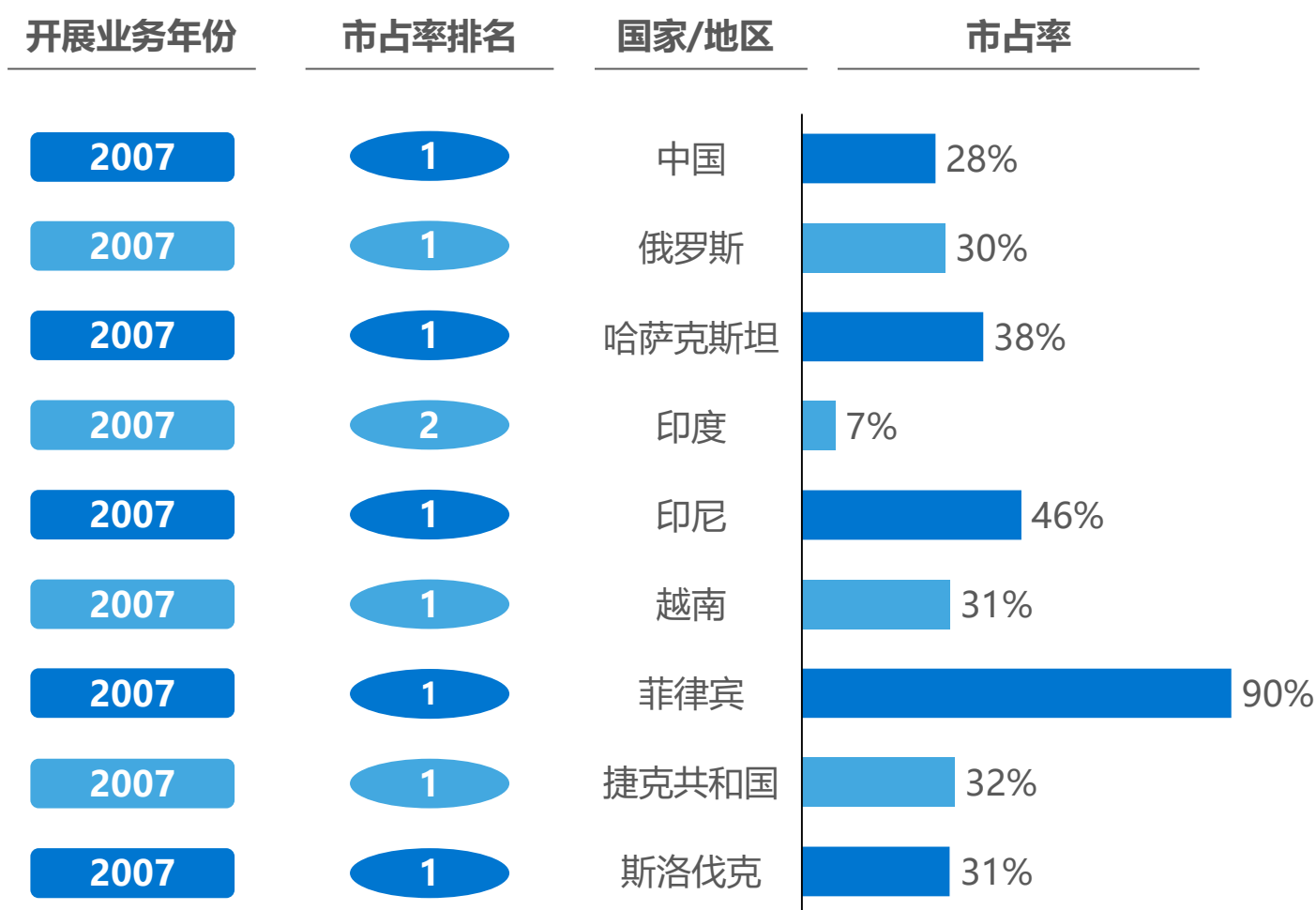
4.2 捷信消费金融

4.3 SoFi

案例分析

捷信消费金融以消费贷和现金贷为主，市占率领跑所进入市场

- 捷信1997年成立于捷克共和国，最初以非银行放债人开始运营，凭借内生增长及外延并购，将消费金融服务范围扩张至斯洛伐克、俄罗斯、中国、越南等地。捷信主营销售点贷款（消费贷）、现金贷和循环贷产品，以前两者为主。2018年捷信集团业务覆盖国家人口规模共计34亿人，未偿还总贷款余额为209亿欧元（约1619亿元人民币），在所进入市场居领先地位。



图例：捷信消费贷款未偿还余额于各市场排名及市场占有率

*数据来源：招商证券，36氪研究院整理

4.1 数禾科技

4.2 捷信消费金融

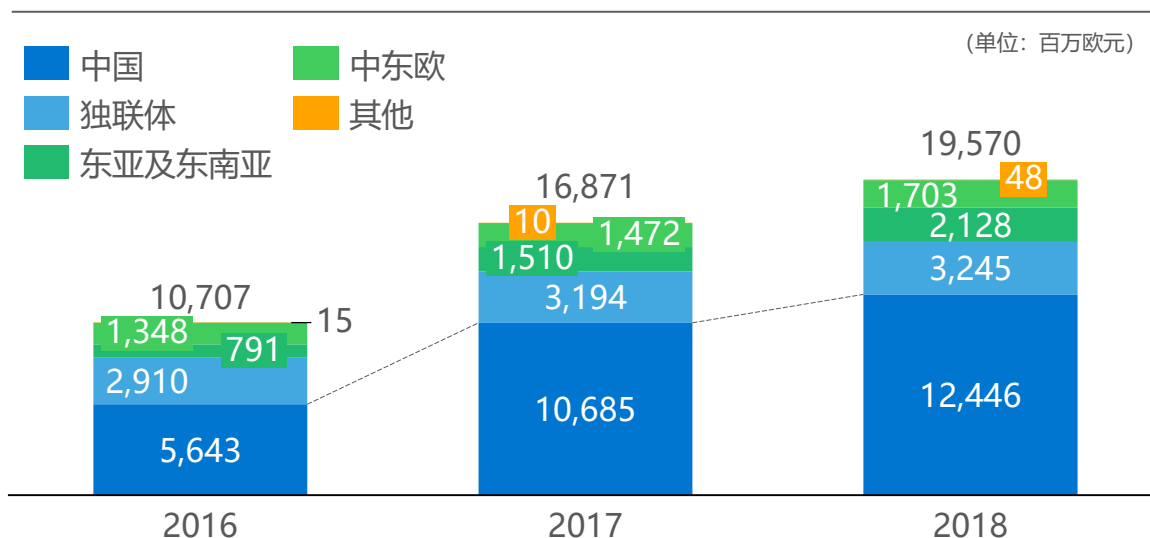
4.3 SoFi

案例分析

中国是捷信最大的借贷市场，植根下沉市场扩大线下服务网络

- 捷信于2007年进入中国，成为首批获得消费金融牌照的四家企业之一。目前，中国已成为捷信最大的借贷市场，中国市场占捷信利息收入净额的62.6%，占客户提供贷款总额的63.6%，活跃客户超过1900万*。

捷信消费金融各地区贷款余额



数据来源：公司招股书，36氪研究院整理

- 线下方面，捷信扎根实体场景，不断扩大自身的线下服务网络。**自2010年开始，捷信选择下沉到中国二三线城市的线下消费场景，服务对象主要为未被银行等传统金融机构覆盖的人群。捷信的消费场景挖掘较为多元，最初主要针对手机消费场景，后来逐渐扩展到家电、装修、生活美容、教育、旅游等场景。此外，在年度各重要消费节点，配合线下零售商开展全面促销活动。截至2018年9月，捷信已在中国覆盖29个省和直辖市，312个城市，拥有25万余个贷款服务点。

*数据来源：公司招股书

4.1 数禾科技

4.2 捷信消费金融

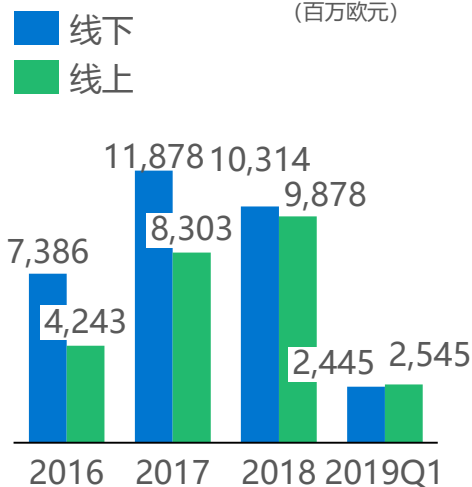
4.3 SoFi

案例分析

捷信正在由单一模式转变为线上和线下场景联动，推动市场扩张

按销售渠道划分贷款金额

(百万欧元)



数据来源：公司招股书，
36氪研究院整理

- 线上方面**，捷信积极进行线上消费场景开拓，通过互联网（包括移动APP）购买产品及服务的消费者比例逐渐提高。根据捷信招股书显示，截至2019年Q1，捷信的纯网上渠道为其发放贷款额贡献30%，而网下网上一体化贡献则为21%*。
- 场景方面**，头部效应明显，线上大流量聚焦，线下流量比较长尾且分散，运营负担较重；此外，银行强势下沉，争夺消费金融业务，也让市场竞争更为激烈。因此，构建“线上+线下”一体化的消费场景服务能力，将成为未来消费金融赛道的突破点。目前，捷信的业务模式正在进行快速切换，从单一的线下模式转变成线上线下相结合的模式。用户通过线上了解捷信的分期产品后，可以到线下网点进一步了解和选购商品，通过销售人员的讲解也能够更为直观地了解分期产品和商品。至此，捷信实现了从线上到线下的闭环销售，推动市场扩张。

线下渠道



线上渠道



图示：捷信销售渠道分类

*数据来源：公司招股书，36氪研究院整理

4.1 数禾科技

4.2 捷信消费金融

4.3 SoFi

案例分析

SoFi估值达到43亿美元，成为美国估值靠前的金融科技公司之一

- SoFi公司 (Social Finance) 成立于2011年，是美国个人理财解决方案提供商。SoFi最初专注于在线学生贷款再融资业务，后扩展到更广泛的金融业务，包括个人贷款、智能投顾、保险等财富管理业务，以及加密货币交易等。SoFi目前已融资至E轮以后，累计融资超过23亿美元，2019年5月最新一轮融资估值达到43亿美元，是美国估值靠前的金融科技公司之一。



SoFi 融资历程

融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
2011年9月	A轮	400万美元	Ron Suber、Ulu Ventures、基线投资、Innovation、Endeavors、纪源资本、RPM Ventures
2012年3月	A+轮	400万美元	Ron Suber
2012年9月	B轮	7720万美元	基线投资、DCM资本、人人网、RPM Ventures
2014年4月	C轮	8000万美元	Peter Thiel、SGVC、基线投资、Wicklow Capital、DCM资本、人人网、Discovery Capital、Thomvest Ventures、QED Investors、RPM Ventures
2015年1月	D轮	2.13亿美元	个人投资人、Wellington、Third Point Ventures、SharesPost Investment Management、Lakestar、RPM Ventures、IVP
2015年9月	E轮及以后	10亿美元	Jeff Seibert、Wayne Chang、Wellington、基线投资、Third Point Ventures、软银集团、DCM资本、人人网、RPM Ventures、IVP
2017年2月	E轮及以后	5亿美元	Na.
2019年5月	E轮及以后	5亿美元	个人投资人，卡塔尔投资局

数据来源：鲸准数据库

4.1 数禾科技

4.2 捷信消费金融

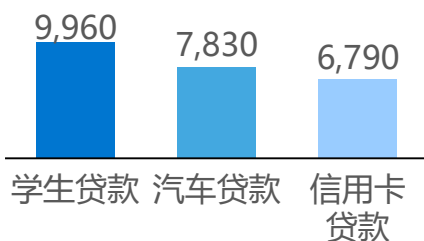
4.3 SoFi

案例分析

细分差异化赛道选择让SoFi在激烈的网贷竞争中脱颖而出

2012年美国贷款余额

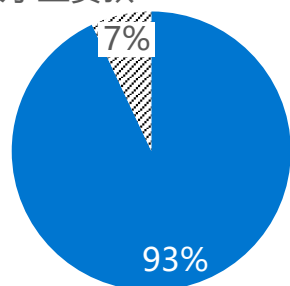
(亿美元)



数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

2012年美国学生贷款构成

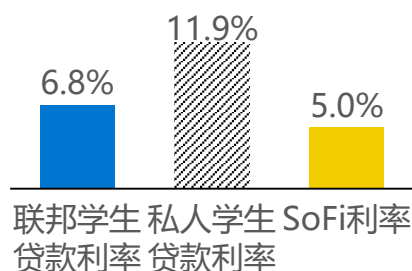
私人学生贷款



美国联邦学生贷款

数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

2012年学生贷款利率比较



数据来源：36氪研究院根据公开资料整理

- SoFi由四名斯坦福大学MBA学生共同创立，最初专注于名校学生贷款再融资业务。**学生贷款再融资**是一种“申请新贷款偿还原有学生贷款”的业务，SoFi对已有学生贷款的毕业生提供低于联邦贷款利率的低息贷款，约2%左右的利率差将为用户节约一笔利息费用。再融资服务申请者只需在SoFi平台在线填写个人信息并提出贷款申请，SoFi将在线审核申请者资质，决定借款利率及是否给予放款。
- SoFi成立之时，美国网贷行业经历5年成长期，正处于蓬勃发展阶段，行业领跑者LendingClub和Prosper均经营广泛信贷业务，包括信用卡贷款、汽车贷款、房屋装修贷款等，而SoFi却只选择专注做学生贷款。
- SoFi的细分差异化赛道体现在以下两方面：**第一，在线上借贷领域只选择学生助学贷款。**受2008年金融危机及学费连年上涨影响，**学生贷款市场成为美国最大贷款市场。**学生贷款利率高是2011年SoFi进入学生贷款市场的主要原因，SoFi以低利率优势进入市场争取用户。2012至2013年间，美国教育部整体大幅下调联邦学生贷款利率，SoFi停止发放学生贷款，转而对已有的学生贷款再融资，这一选择区别于头部广泛信贷玩家。**第二，对学生贷款业务，只服务高质量借款者。**如此有利于加强风控，降低逾期风险。双重细分差异化赛道选择，让SoFi在激烈的网贷竞争中另辟蹊径，脱颖而出，2017年Q2贷款金额超过30亿美元。

4.1 数禾科技

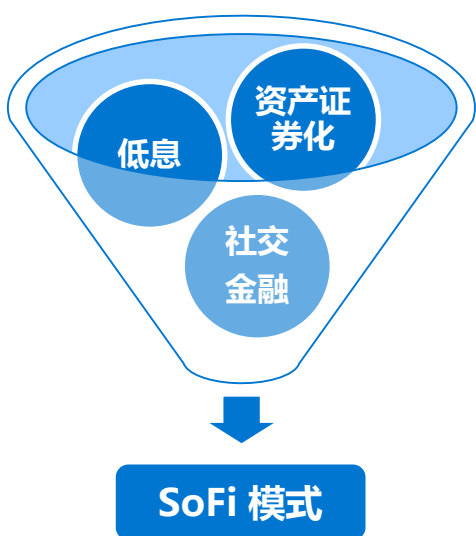
4.2 捷信消费金融

4.3 SoFi

案例分析

“差异化低息+资产证券化+社交金融”模式为SoFi构筑竞争壁垒

- SoFi的商业模式可归结为“差异化低息+资产证券化+社交金融”，这一模式为SoFi构筑了有力竞争壁垒。
- **差异化低息。**得益于美国较为健全的征信系统，SoFi为高信用人群提供差异化低利率贷款，无论是学生贷款、再贷款还是抵押贷款，利用价格歧视，奖励高信用人群，打破了传统金融机构的统一定价模式。
- **资产证券化。**SoFi的低利率商业模式要求其必须以低成本获得资金，而SoFi尝试了资产证券化。SoFi将信贷资产按风险切割为优先级票据和权益两部分，前者出售给合格的机构投资者，后者则针对个人投资者。由于资产质量高，2014年6月SoFi的资产证券化获得15倍超额认购，资产证券化有效降低了资金成本。
- **社交金融。**SoFi在学生贷款中加入社交元素，一方面以社会关系约束降低违约率，另一方面利用校友资源及工作机会介绍的方式，吸引校友投资人与借款人。此外，SoFi并不针对贷款发放收取费用，只对投资收取服务费或管理费，这与Lending Club略有不同。
- 近三年来，SoFi不断进行产品与业务范围扩张，在贷款和财富管理方面提供了多种个人理财解决方案。除了学生贷款再融资和抵押产品，还有诸如SoFi Invest和Sofi Money等新产品。2017年，SoFi曾向美国政府申请ILC银行牌照，意图转型银行业务，但后因负面信息缠身而未被许可。**网络借贷公司进军挑战者银行领域是否可行，前景尚不明朗，有待市场检验。**



图示：SoFi公司的商业模式

36氪研究院介绍

附录

- 36氪研究院依托36氪媒体与创业服务属性，拥有完善的一级市场企业数据库和强大的传播资源；配备多名深耕于各细分领域的资深分析师；研究覆盖人工智能、区块链、医疗、金融、文娱、消费、汽车、教育等多个领域；受众集中于投资者、创业者等高净值人群，兼具行业深度与影响力。目前，36氪研究院已形成行业研究报告、企业调研报告、用户数据报告等三大产品矩阵，致力于让一部分人先看到未来。

01



资源

36氪研究院依托36氪媒体与创业服务属性，拥有完善的一级市场企业数据库和强大的传播资源

02



资深

配备多名深耕于各细分领域的资深分析师

03



研究领域

研究领域覆盖人工智能、区块链、医疗、金融、文娱、消费、汽车、教育等多个领域

04



受众

受众集中于投资者、创业者、分析师等高净值人群，兼具行业深度与影响力

05



产出

目前，36氪研究院产出形式主要包括行业研究报告、企业调研报告、用户数据报告等三大产品

36Kr-消费金融行业研究报告

作者具有专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

36氪不会因为接收人接受本报告而将其视为客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在法律许可的情况下，36氪及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司的股权，也可能为这些公司提供或者争取提供筹资或财务顾问等相关服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，36氪对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映36氪于发布本报告当日的判断，本报告所指的公司或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，36氪可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。36氪不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，36氪对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。



36Kr

让一部分人先看到未来