

# “穿透式” 监管到来 行业步入正规化发展

## 中国互联网消费金融市场专题分析2018

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
你要的数据分析



## 分析定义

**互联网消费金融：**是指资金供给方通过互联网及移动互联网的技术手段，以小额、分散为原则，为中国境内居民个人提供以消费为目的的贷款，包括个人耐用消费品贷款及一般用途个人消费贷款等。

**消费金融：**指的是消费者提供消费贷款的现代金融服务方式，消费贷款一般是指消费金融公司向借款人发放的以消费（不包括购买房屋和汽车）为目的的贷款。

**消费金融公司：**是指经银监会批准，在中国境内设立的，不吸收公众存款，以小额、分散为原则，为中国境内居民个人提供以消费为目的的贷款的非银行金融机构。





**征信：**指专业独立的第三方机构收集、整理、保存、加工个人或企业的信用信息，并对外提供信用报告、信用评分、信用评级等业务活动。

## 分析范畴

本报告主要针对互联网消费金融市场进行深入分析，包括市场发展背景、市场现状、市场趋势等内容；本报告主要涉及以生活消费为目的的产品和服务，覆盖的消费场景主要包括医美、电商、旅游、教育等，房地产和汽车消费金融不在本报告分析范围内；涉及厂商包括银行、互联网巨头企业、分期购物平台，持牌消费金融公司等等，以及受到政策影响越来越多的P2P平台、助贷平台和小贷平台等，分析其在互联网消费金融市场的主要产品与服务等。

# 目录

## CONTENTS

- 01  | 互联网消费金融市场发展背景
- 02  | 互联网消费金融市场发展现状
- 03  | 互联网消费金融市场典型企业
- 04  | 互联网消费金融市场发展趋势

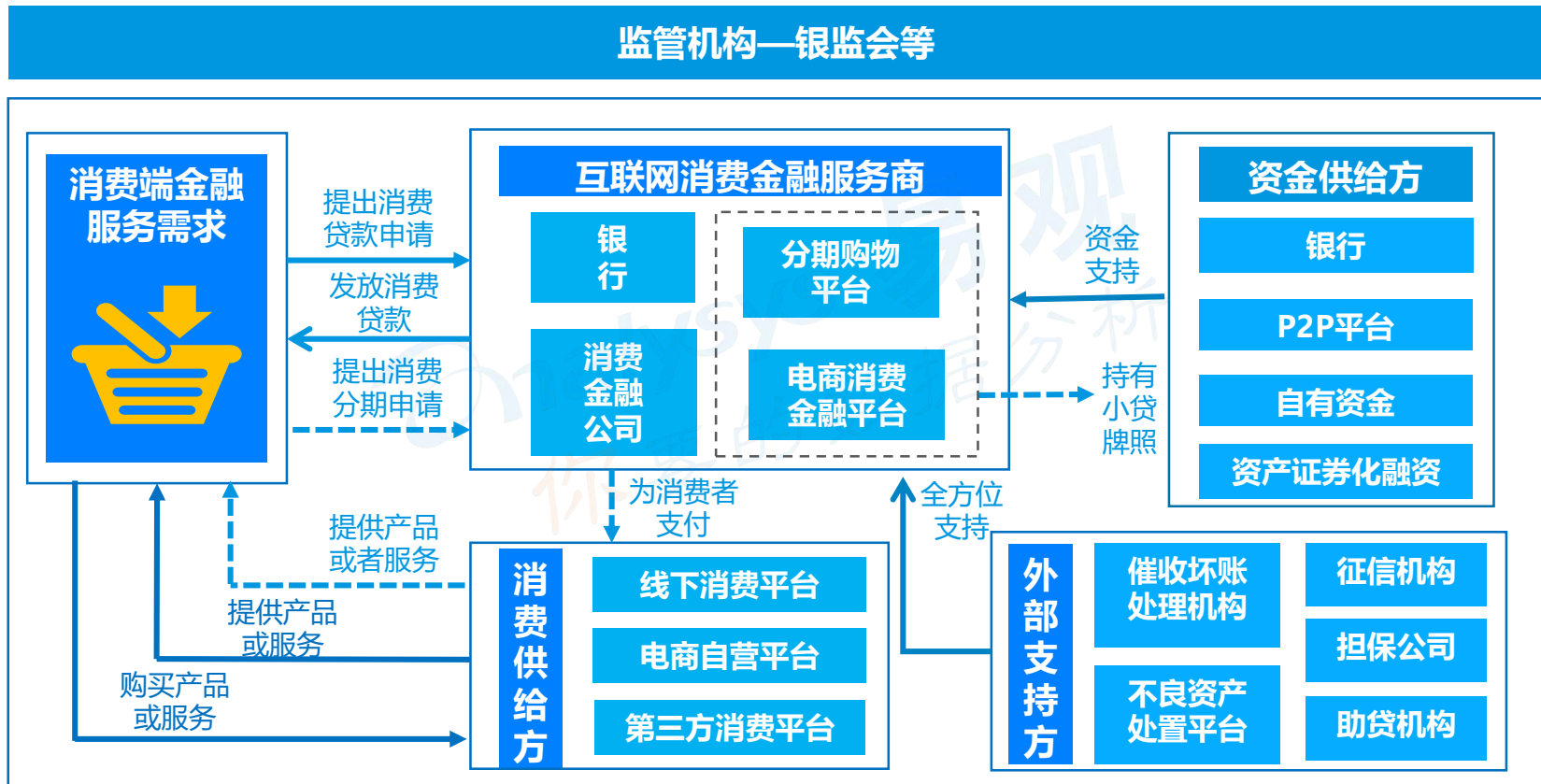
# PART 1



## 互联网消费金融市场发展背景

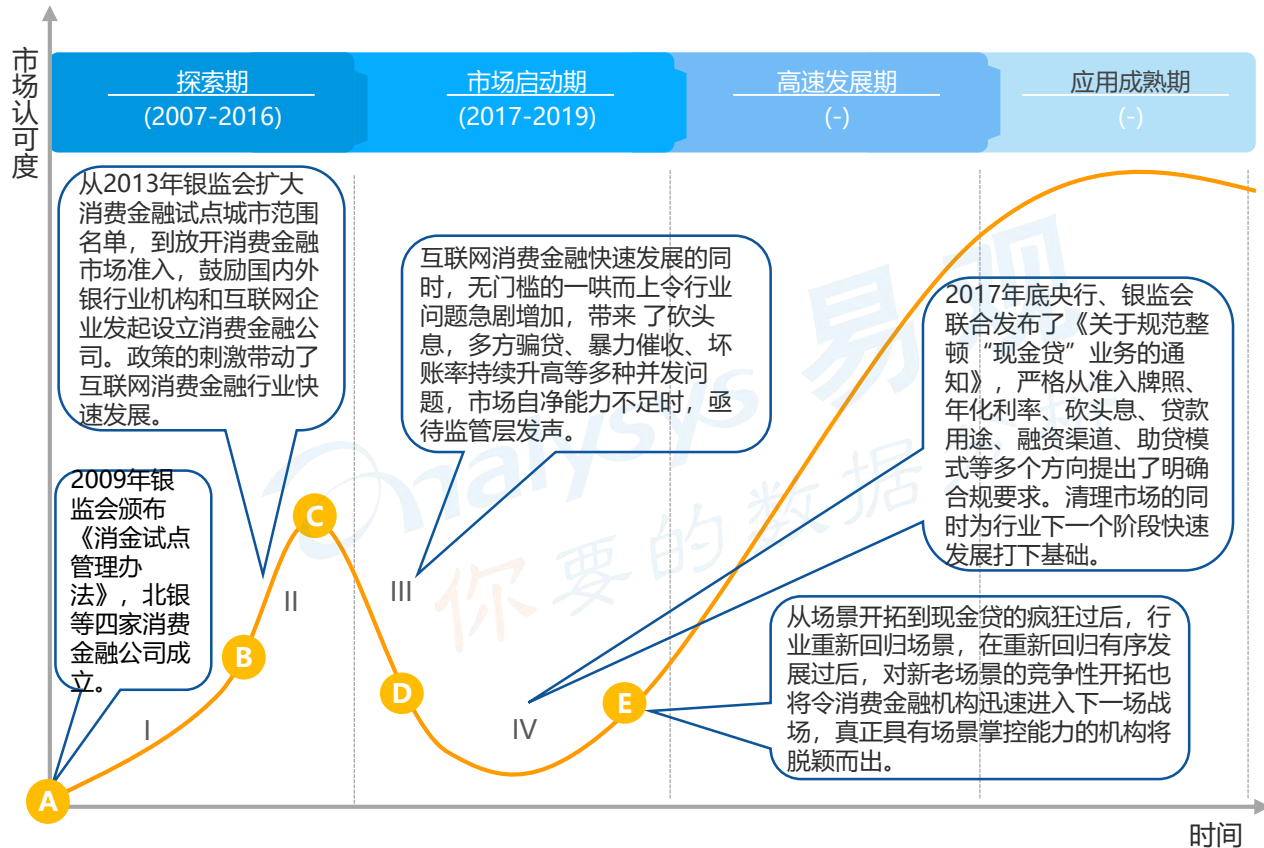
© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)





# 互联网消费金融市场AMC模型分析



- 易观分析认为，虽然在政策的支持下，消费金融市场经历了两年的爆发式繁荣时期，但无门槛的一哄而上也令整个行业随之积累了多方骗贷、暴力催收、坏账率持续升高等多种问题，行业发展过于混乱。随着2017年底监管的强势介入和“穿透式”管理，消费金融行业重新回归场景竞争。

# | 从全力支持到从严监管 监管层2017收紧政策力度

- 实际上，从2009年银监会颁布《消费金融公司试点管理办法》开始，消费金融公司正式设立，监管层对消费金融行业发展一直持有的是谨慎支持的态度，从2013年开始，支持力度明显增长。但从2017年年初开始，受到行业乱象和监管大环境的影响，监管的行业态度持续收紧，易观预计，从严监管将持续一段时间。

## 消费金融试点增加

银监会增加武汉、广州等城市参与消费金融公司试点工作，新增加的试点城市主要兼顾东中西部地区。

2014

## 牌照审批权下放

监管部门将审批权下放到省级部门，鼓励包括互联网企业在内的各类机构发起和设立消费金融公司。

2016

## 强监管时代来临

从年初开始要求非银行机构退出校园贷行业到网络小贷牌照暂停审批，再到下发整顿规范现金贷的全面通知。

2013

## 消费金融股权多元化

修订后的《消费金融公司试点管理办法》正式实施，鼓励更多具有消费金融优势资源和分销渠道的出资人参与试点。

2015

## 行业开放力度持续加强

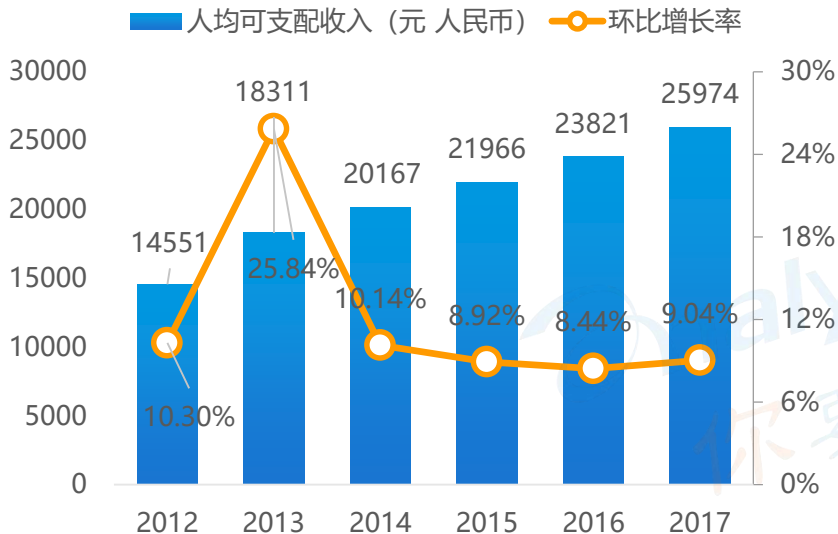
人行、银监会联合印发《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》，鼓励银行业金融机构与网络零售平台在小额消费领域开展合作。

2017

# 居民可支配收入持续增长为消费金融发展奠定基础

- 2012年以来，中国社会消费品零售总额保持了较为强劲的增长势头，随着全面深化改革的不断推进，刺激消费的相关政策不断发挥作用，2017年社会消费品零售总额继续保持10.21%增长。与此同时，中国人均可支配收入2017年增速也达到9.04%，为消费金融的高速发展奠定了坚实的基础。

## 2012-2017年中国人均可支配收入

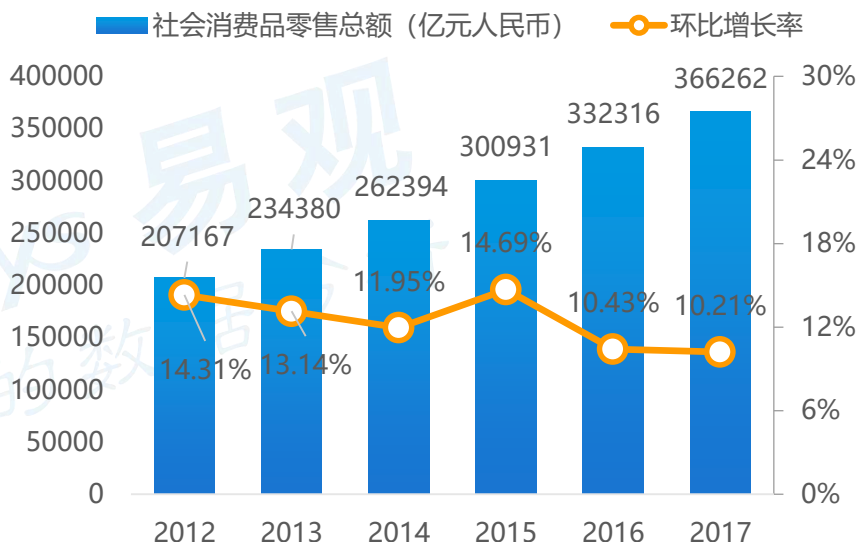


说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2012-2017年中国社会消费品零售总额



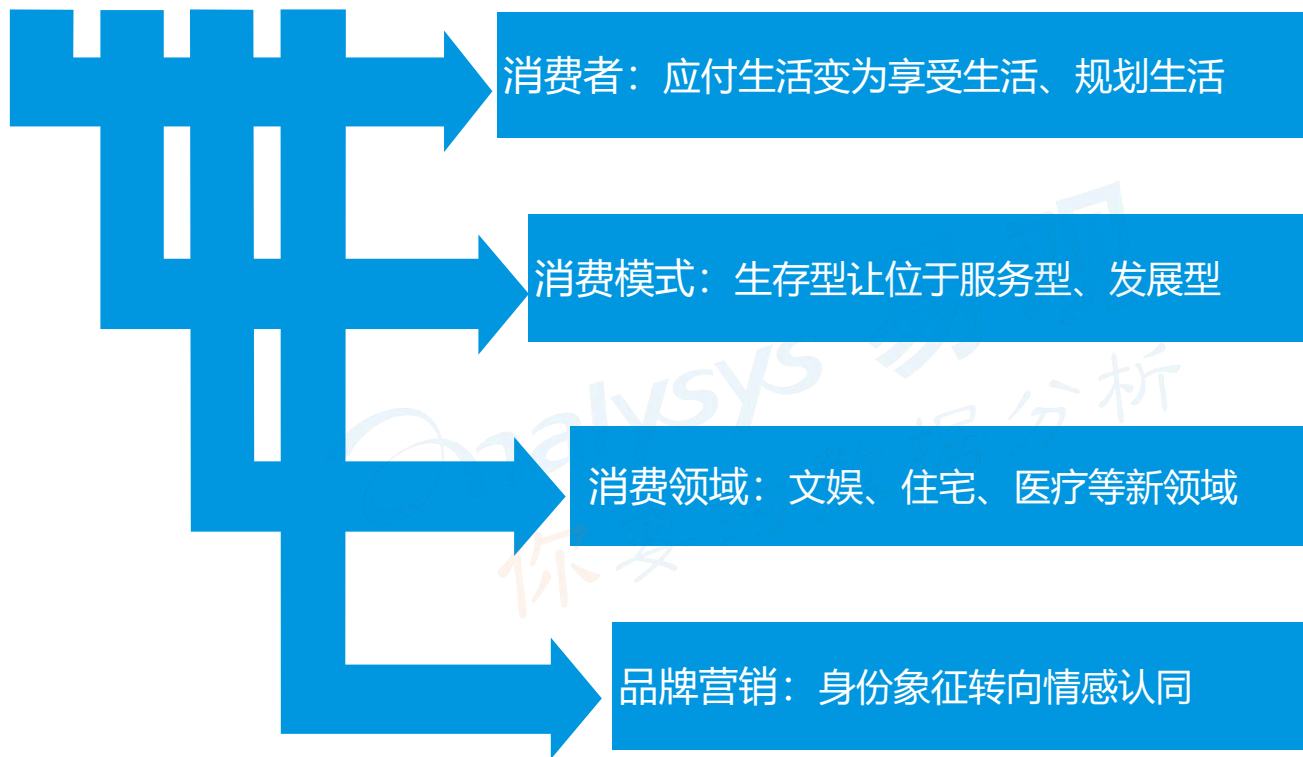
说明：以上数据根据中国国家统计局公开数据所得，易观整理。

© Analysys 易观

www.analysys.cn



# 社会消费转型升级带动消费金融爆发式增长



- 中国正迎来新一轮消费升级的浪潮，无论是消费者自身还是消费模式和消费领域都正在发生天翻地覆的变化，消费升级正在从品质和数量两方面对供给侧改革提供动力，从而充分发挥出消费在经济增长中的基础性作用和促进产业转型的关键作用。值得注意的是，企业也要抓住机会让品牌随之升级，从奢侈品营销策略转“情感认同”等宣传。

# 消费金融行业紧密结合新技术 开发新产品满足用户

- 消费金融行业作为近些年政策催生出来的新兴行业，一直和新技术紧密结合，部分独立掌握一定消费金融场景的金融科技企业，持续的将大数据、人工智能、云计算等新技术利用在数据收集、风控、用户画像等多种层面。



从多维度的数据抓取开始，利用新发展的数据技术，在自主开发的征信体系模型支持下，完成数据提炼



在云计算等新技术帮助下，搭建风控模型，实时分析提炼数据，实时防范和拦截风险订单



利用大数据云计算等技术，构建完整的用户画像模型，从而完成基于账户体系下的用户画像描述



人工智能等技术显示出其在智能客服、精准营销等方面的优势，金融科技公司将基于用户画像，利用其满足用户更多的场景和增值服务需求

## PART 2



### 互联网消费金融市场发展现状

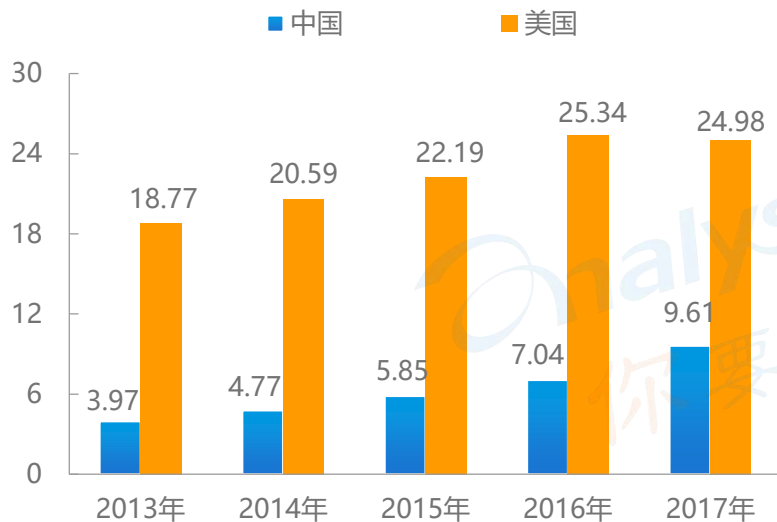
© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 2017年狭义消费信贷达9.61万亿元人民币 增长空间巨大

- 我国消费信贷近年来保持快速增长，截至2017年末，我国狭义消费信贷（不含个人住房贷款）市场规模已经达到将达9.61万亿元，占GDP的比例为12.08%，但与美国相比，差距仍非常明显，受到汇率影响，美国狭义消费信贷余额达到24.98亿元人民币，占GDP比例仍增长到20.05%，可以看到，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）

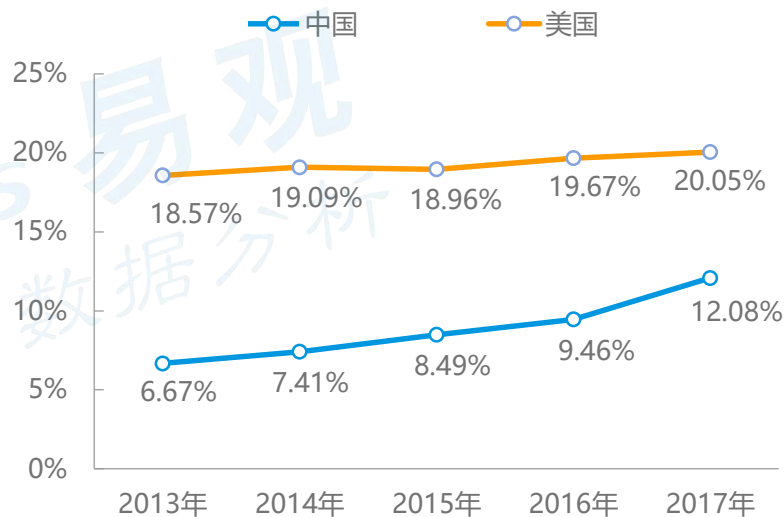


数据说明：以上数据根据央行、美联储数据获得，易观整理。（消费信贷指狭义消费信贷。）

© 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。（消费信贷指狭义消费信贷。）

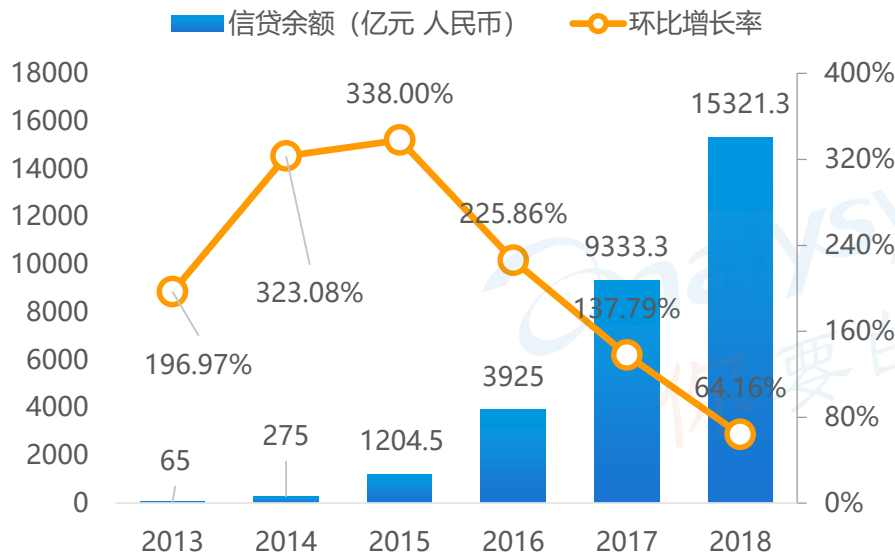
© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 2017年中国互联网消费金融信贷余额达到9333亿元

- 易观预测，2017年中国互联网消费信贷余额可达9333亿元，环比增长137.79%，到2018年中国互联网消费金融信贷余额环比增幅将达到64.16%。与此同时，互联网消费金融渗透率将增加到4%，未来互联网消费金融发展空间仍然较大。

## 2013-2018年中国互联网消费金融信贷余额预测

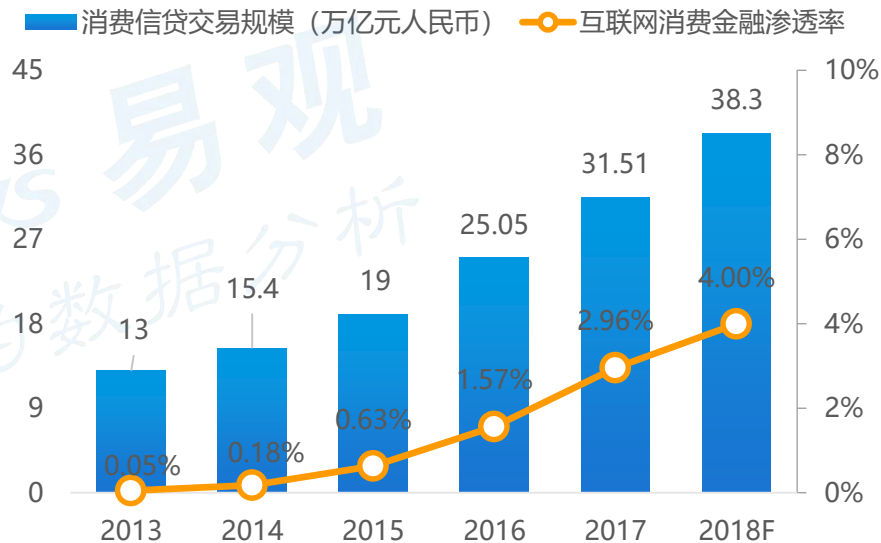


说明：以上数据根据央行公开数据、厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2013-2018年互联网消费金融对消费信贷渗透率



说明：以上数据根据央行公开数据、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。（消费信贷包含个人住房贷款）。

© Analysys 易观

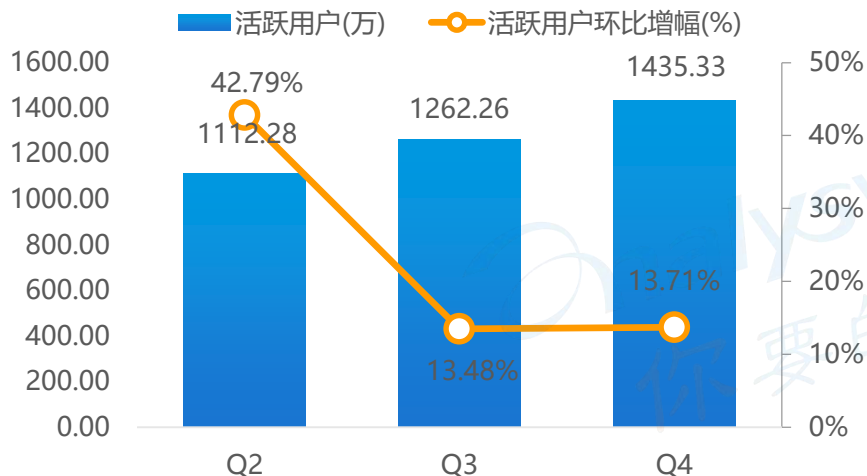
www.analysys.cn



# 消金领域APP2017年活跃用户和使用时长均高速增长

➤ 易观千帆对消费金融行业监测显示，消费金融行业APP在2017年Q2到2017年Q4时间段之内，不管是活跃用户还是使用时长都经历了大幅增长，消费金融行业在2017年活跃程度取得了有效增长。

## 2017Q2-2017Q4消费金融行业APP活跃用户

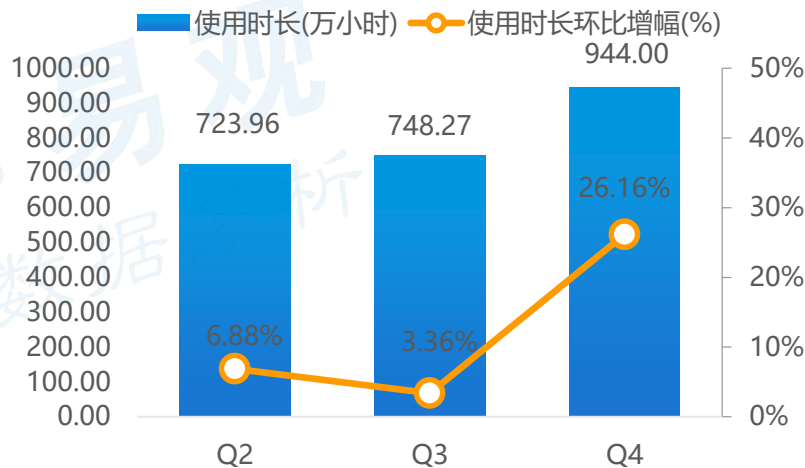


数据说明:易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计, 不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术, 帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

## 2017Q2-2017Q4消费金融行业APP使用时长



数据说明:易观千帆只对独立APP中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。截止2018年第1季度易观千帆基于对22.9亿累计装机覆盖及5.8亿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。

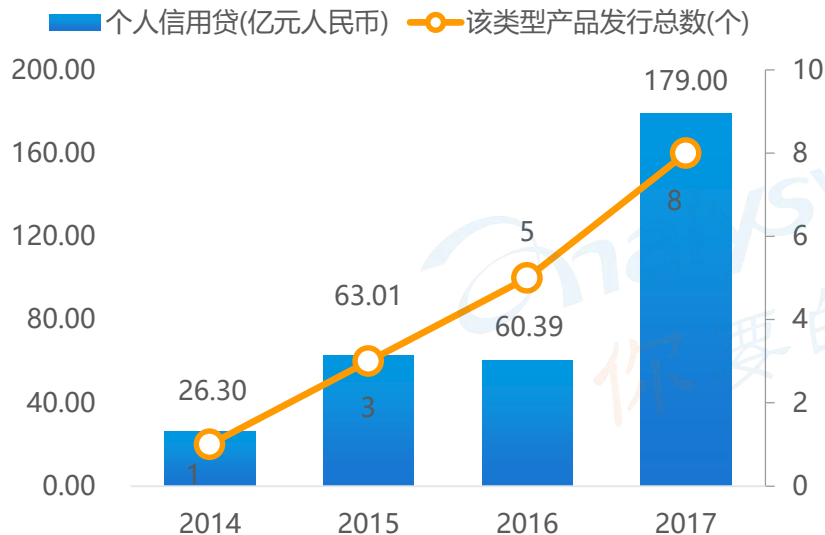
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

# 消费金融ABS2017年加速发展 个人消费贷发行数量猛增

- 统计显示，消费金融涉及ABS在2017年继续加速发展，信贷ABS-个人信用贷和企业ABS-个人消费贷在2017年发行均保持井喷状态，个人信用贷ABS发行规模达到179亿元，个人消费贷则发布123只，超过289亿规模。

## 2014-2017年信贷ABS-个人信用贷发行统计

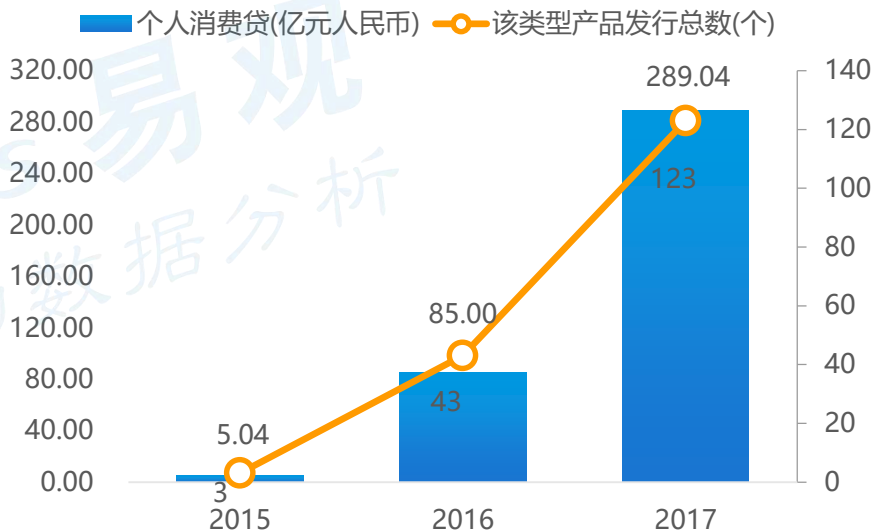


说明：以上数据根据CNABS公开数据、厂商访谈、易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2015-2017年企业ABS-个人消费贷款发行统计



说明：以上数据根据CNABS公开数据、厂商访谈、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。

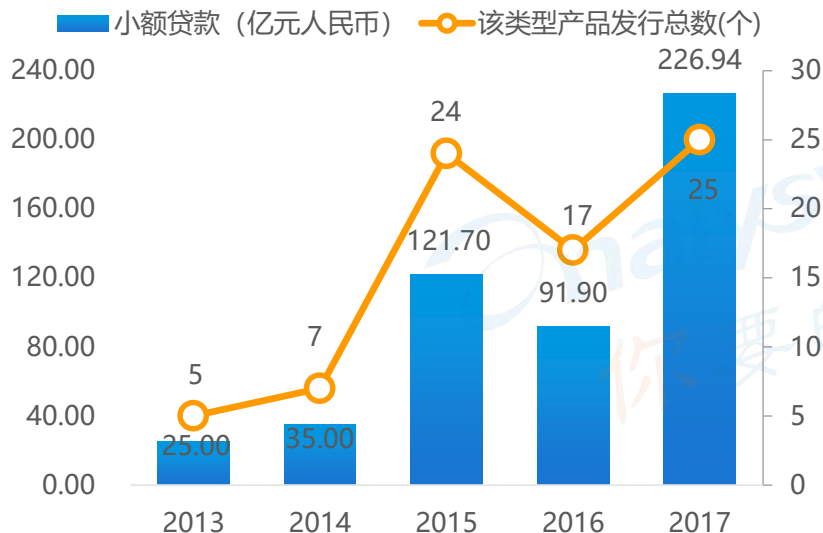
© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 2017年小贷和应收账款类企业ABS发行规模再创新高

- 按照基础资产的不同，小额贷款和应收账款均为消费类ABS的重要组成部分。统计显示，企业ABS中，小额贷款和应收账款类ABS2017年也保持了快速发展，发布规模总和达到856.84亿元。

## 2013-2017年企业ABS-小额贷款发行统计

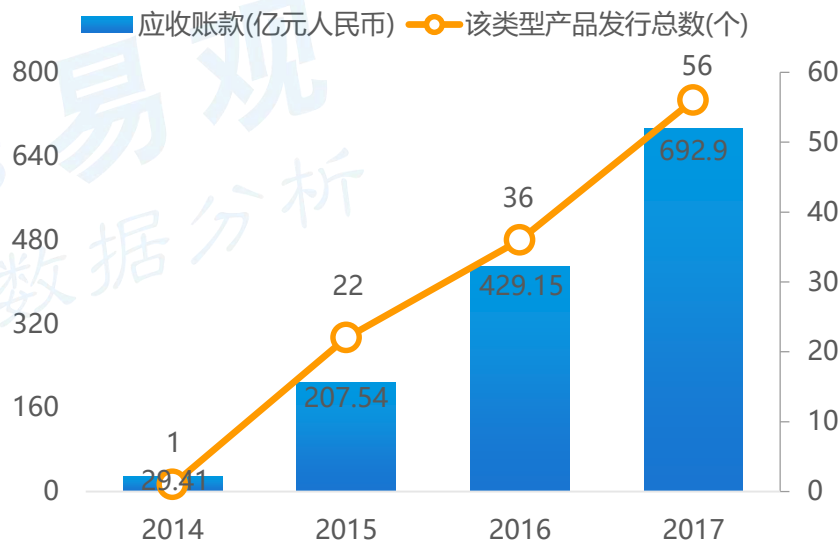


说明：以上数据根据CNABS公开数据、厂商访谈、易观自有监测数据和易观研究模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2014-2017年企业ABS-应收账款发行统计



说明：以上数据根据CNABS公开数据、厂商访谈、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。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

# ABS云平台发展迅猛 百度金融等技术平台初露峥嵘

## 输出模式



风控模型



数据处理



新技术应用



夹层资金



电子支付



中介平台



黑名单查询

.....

## ABS云平台能力输出



风险识别



结构化设计



存续期管理



产品发行

...

对于消费金融公司来讲，资产证券化已经成为重要融资融资途径。但由于行业一直以来存在的风控缺失、资产非标评估、定价标准混乱等问题，处于成长期的消费金融公司ABS融资门槛持续上升，ABS云平台兴起。该领域越来越受到超级玩家的关注，以百度金融为首的互联网巨头到厦门国金、中科金财等重磅金融机构陆续入场。ABS云平台在2017年发展势头迅猛，统计显示，以百度金融ABS云平台为例，已经创设外部资产ABS规模接近300亿人民币。易观预计，随着区块链等新金融科技陆续被应用到ABS项目，ABS云平台将迎来快速发展时期。

# 互联网消费金融机构和传统金融巨头合作增加

- 2017年互联网消费金融第一梯队的“队员”纷纷开启和传统金融巨头合作的模式，蚂蚁金服、京东金融、百度和腾讯和建行、农行、工行等银行传出合作消息，双方均表示将拿出自己的优势产品，深化在传统金融领域的多方位合作。

## 提升银行运营效率

传统金融机构对于在自己的短板，比如线上大数据风控和活跃用户运营等方面将有极大提升，业务将进一步突破传统金融模式。



## 互联网巨头加深金融理解

用户运营和流量转化等方面是互联网巨头的看家“法宝”，但对于金融的理解，特别是针对金融业务本身的“平衡性”理解不足是互联网巨头需弥补的短板。



## 合作深度将进一步加强

此前银行方面和互联网新兴势力的合作一般局限在银行的外围业务，比如用户应答等方面，但随着金融科技的发展，双方合作将深入到核心业务，比如信贷拓展等方面。



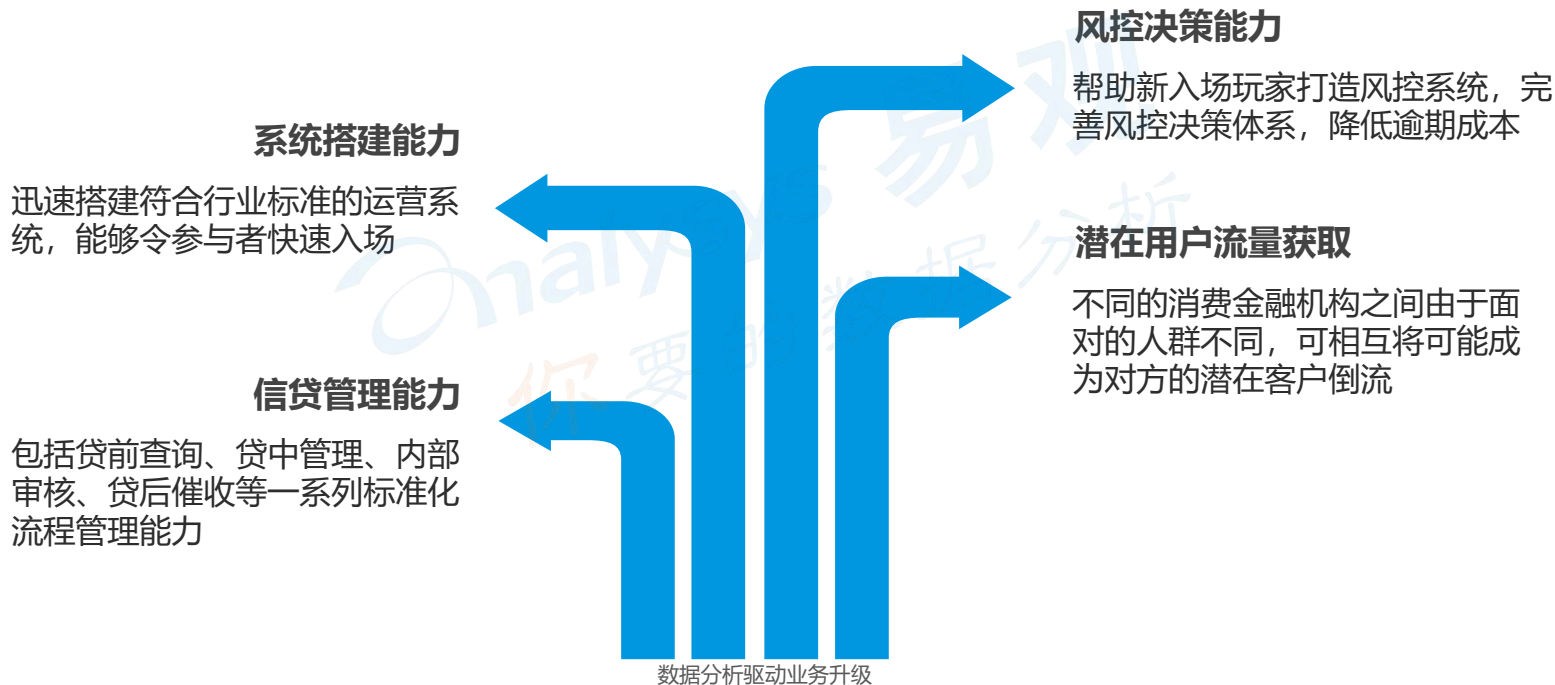
# 行业开放性增加 头部消费金融机构开始对外输出系统能力

- 易观注意到，从2017年开始，部分头部消费金融参与者，在自身用户数据、风控模型。信贷管理等方面的积累完成以后，已经开始对外输出系统能力，包括系统搭建、前期获客、风控模型搭建、贷款查询、数据甄别、贷后催收的一系列能力，在《现金贷管理办法》出台以前，平台甚至能够提供资金支持。此举也进一步刺激了整个行业的热度，不同行业参与者之间也在进行数据交叉互换等优势整合，行业间跨境营销行为逐渐增加。

市场概述

持牌机构

政策解析



# 消费金融不良资产处置价格步入下行通道

- 随着监管层的强势介入，消费金融风控乱象将进一步显现，多头借贷等问题逐渐浮出水面，催回率直线下降将直接导致行业整体不良资产增加。与此同时，监管对催收的限制也导致消金行业不良资产风险增大，消费金融不良资产处置价格显示出直线下降的状态。易观预计，2018年消费金融不良资产规模将持续增加，价格也将步入下行通道。

市场概述

持牌机构

政策解析



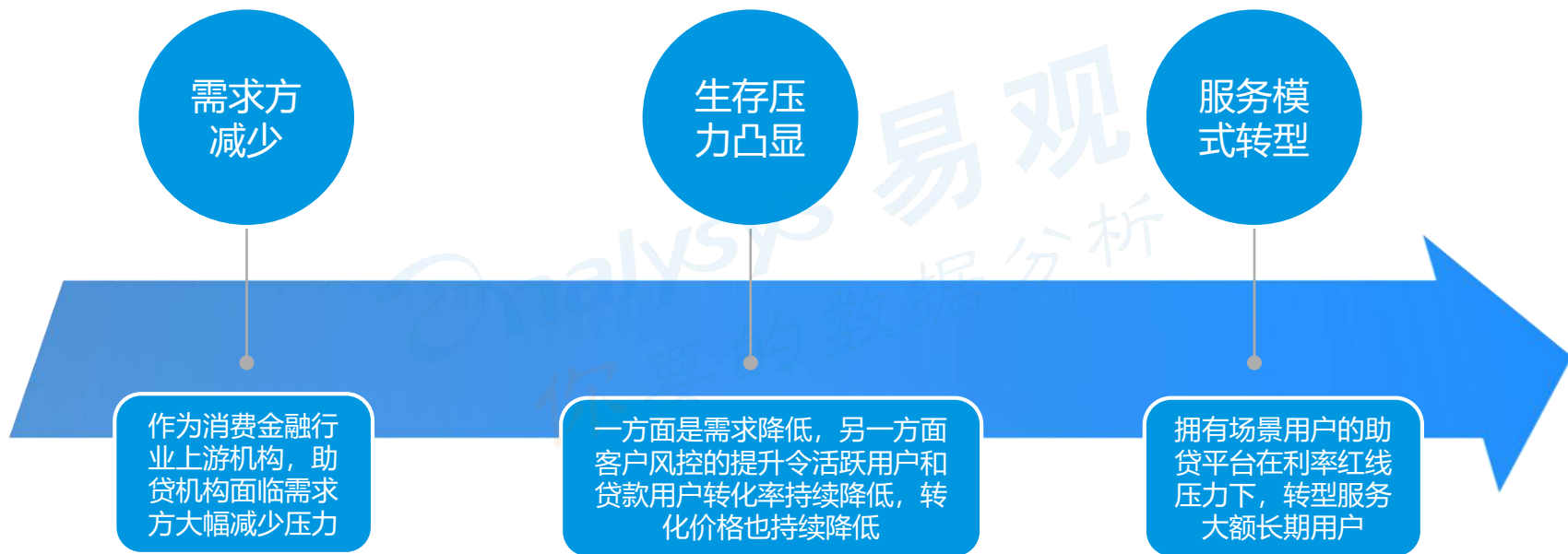
# 助贷平台面临生存压力 最大化提高收益成为转型要素

- 易观注意到，现金贷新政下发后，随着现金贷平台的转型和关停，作为行业上游机构，在现金贷最红火之时伴随现金贷共同成长的贷款超市等助贷倒流平台客户骤然减少，市场需求降低的同时导流价格也随之降低，贷款超市面临巨大生存压力。但随着场景再次成为消费金融的关键因素，能够掌握消费金融场景的贷款超市正在转型服务大额长期用户，从而在符合监管利率限制下，最大化提高收益率。

市场概述

持牌机构

政策解读



# | 粗放式发展过后，精细化运营变成最重要能力

- 在经过2017年狂飙式粗放发展过后，消费金融企业更加重视自主获客能力、风险控制能力、客户服务能力等方面的能力提升。2018年当强监管来临之后，在产品品类、场景拓展等方面取得突破的企业才能更好生存。



## 自主获客能力

- ✧ 学习市场上已有的场景并进行科学管理，完善应答系统；
- ✧ 业务与场景深度融合，主动扩展渠道，以开放姿态寻求多方合作；
- ✧ 积极进行场景创新和产品创新，且产品设计与场景创新相适应。

## 客户服务能力

- ✧ 根据风险水平寻找合理费率，进行差异化精准定价；
- ✧ 把握用户真实需求，产品适配才能提高客户满意度及产品回购率。



## 风险控制能力

- ✧ 建立缓冲和防范机制，对客户个人信用进行评估，提高风险识别技术，加强贷后跟踪、保证资本充足；
- ✧ 优化大数据征信模型，精确用户画像，防范违约和恶意欺诈风险。



# 消费金融公司主流业务模式优劣势分析

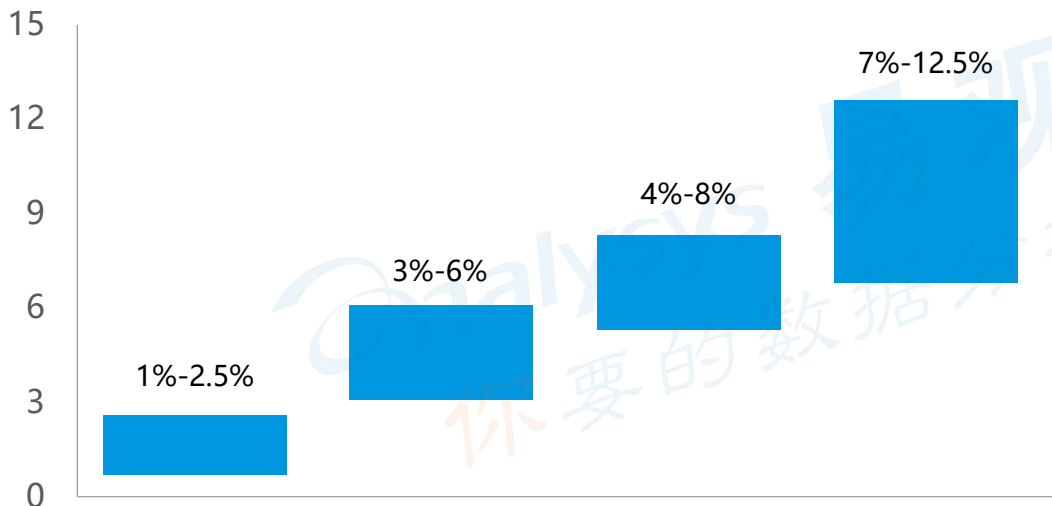
- 持牌消费金融公司目前开展业务主要有三种业务模式，包括渠道商模式、自主全渠道模式和纯线上模式，三种模式各有优劣，在行业发展较快之时各家机构均能够取得不错的业绩。易观注意到，随着行业发展，消费金融公司的业务模式也发生了一些交叉，未来全渠道线上线下通吃的模式或更为普遍，消费金融公司将更看重对场景的深度挖掘。

类别	渠道商	自主搭建全渠道	纯线上模式
模式	业务集中在线下，大额信贷业务前期获客主要依靠线下渠道商导流	消费金融公司自己在线下铺设地推团队，从获客到场景管理全渠道服务自主完成	获客、风控、贷款管理、催收等流程全部依靠线上完成
优劣势	对渠道商比较依赖，前期能够迅速在各个地区铺开业务，但后期利润等方面容易受制于渠道商	前期人员和推广成本较高，属于重资产模式，但后期风控和成本可控，渠道能够自主掌握，发展相对稳健	前期投入资金相对较低，短时间内能够完成大规模放款，但风控可靠性降低，后期管理成本上升



# 消费金融参与者资金成本统计：消金公司资金优势明显

主要消费金融参与机构资金成本解析 (%)



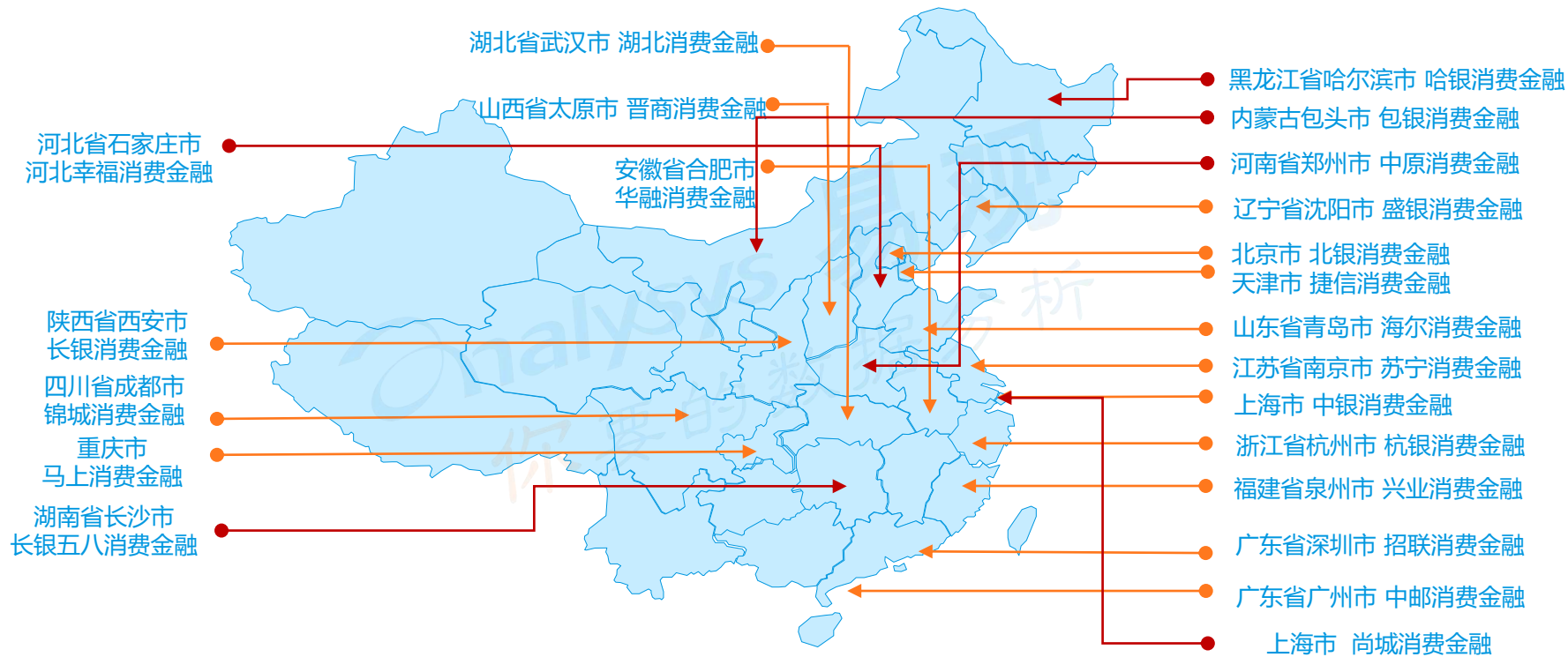
说明：以上数据根据机构公开数据、厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

对于消费金融参与机构来讲，除了资产证券化这条重要融资途径之外，还包括银行存款吸收，股东自有资金注入，持牌消费金融公司和银行进行的同业拆借行为，银行间借款以及P2P投资人借款等多种方式。易观统计，机构获得资金成本不同，其中，银行资金成本最低仅为1%-2.5%，P2P公司资金成本最高达到7%-12.5%之间。不同的资金成本也直接造成了各家商业模式的不同，在场景化再次成为焦点之后，将成为决定利润关键因素。

# 截止2017年底新增6家持牌消费金融公司 总量达到22家

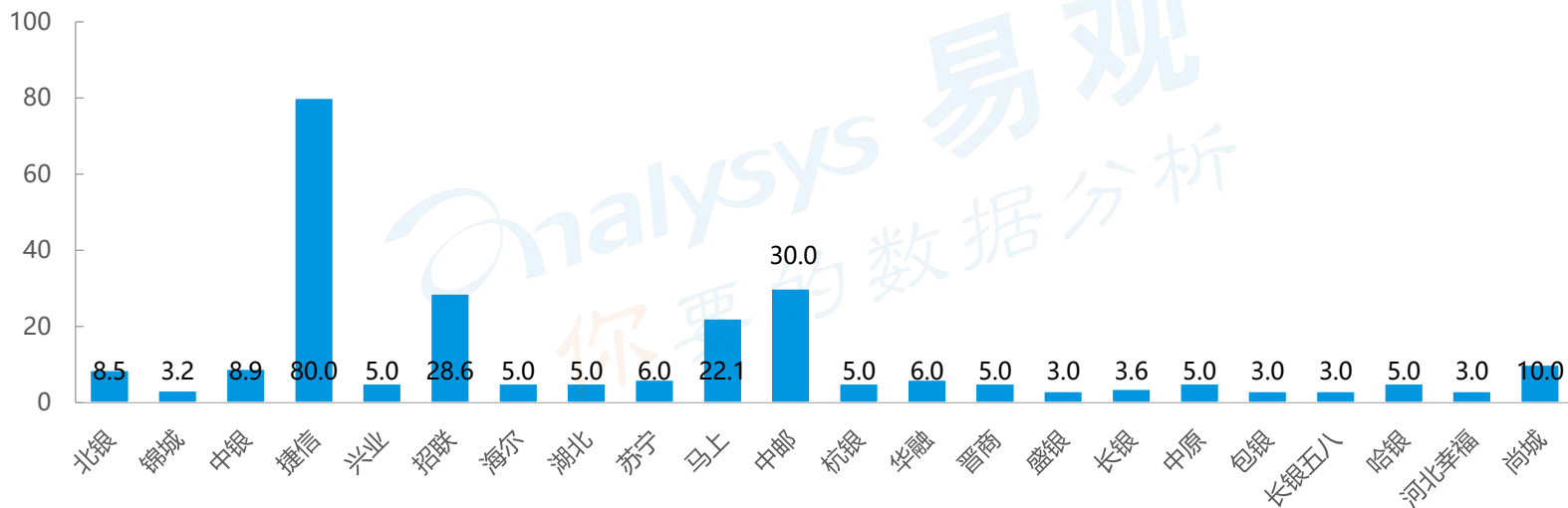


➤ 从2016年底开始，银监会陆续批准了6家筹备中的消费金融公司开业，包括黑龙江、湖南、河北、内蒙古、河南都陆续有了省内第一家消费金融机构，截止2017年底，持牌消费金融机构已经达到了22家。（红线指向新增消费金融公司）

# 经过2017年增资 捷信、招联、马上排注册资本规模前三

- 易观统计显示，部分消费金融公司在2017年有了陆续增资的行为。其中，捷信注册资本增加到80亿元，仍然保持行业透明，中邮和招联消费金融以30和28.6亿元人民币排名第二三位。总体来看，注册资本在10亿以上的公司已经达到5家。

消费金融公司注册资本规模统计（亿元人民币）



说明：以上数据根据公开数据、厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

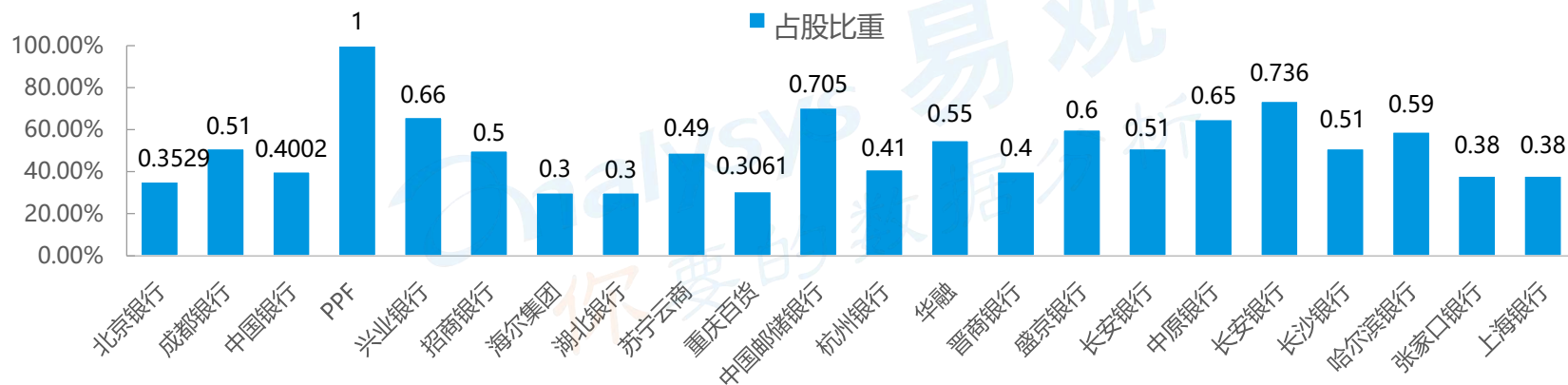
© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 主出资人统计：省级商业银行争当消费金融公司大股东

消费金融公司	北银	锦城	中银	捷信	兴业	招联	海尔	湖北	苏宁	马上	中邮
主出资人	北京银行	成都银行	中国银行	PPF	兴业银行	招商银行	海尔集团	湖北银行	苏宁云商	重庆百货	中国邮储银行
占股比重	35.29%	51.00%	40.02%	100.00%	66.00%	50.00%	30.00%	30.00%	49.00%	30.61%	70.50%
消费金融公司	杭银	华融	晋商	盛银	长银	中原	包银	长银五八	哈银	河北幸福	尚城
主出资人	杭州银行	华融	晋商银行	盛京银行	长安银行	中原银行	长安银行	长沙银行	哈尔滨银行	张家口银行	上海银行
占股比重	41.00%	55.00%	40.00%	60.00%	51.00%	65.00%	73.60%	51.00%	59.00%	38.00%	38.00%

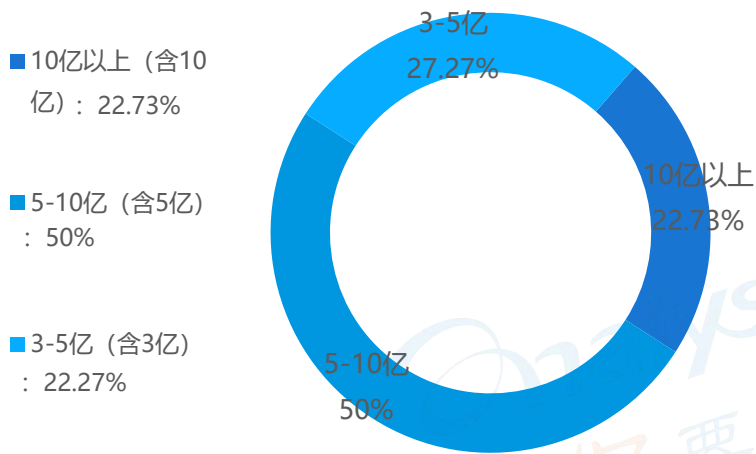
消费金融公司主出资人及其占股比重统计



# 消费金融注册资本集中在5-10亿 主出资人更愿意分散持股

- 易观统计显示，中国消费金融公司注册资本集中在5-10亿规模，占比达到50%。而主要出资人占股比例分布显示，绝大部分股东选择占股在30%-70%之间，30%-50%规模也达到45.45%，说明分散持股更符合大股东意愿。

## 中国消费金融公司注册资本规模分布

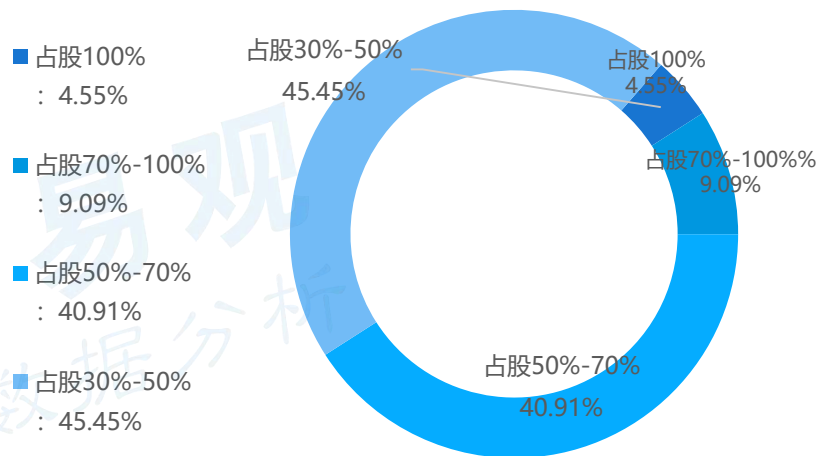


说明：以上数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调，数据截止2017年底。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 中国消费金融公司主出资人占股比例分布



说明：以上数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调，数据截止2017年底。

© Analysys 易观

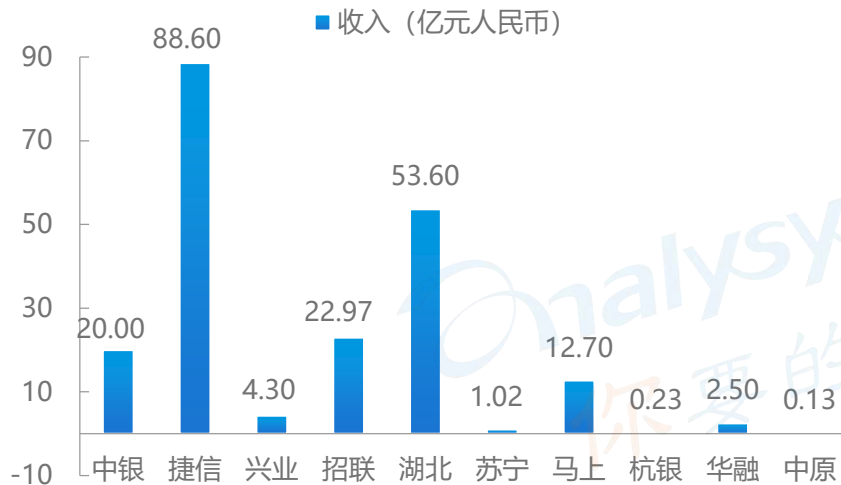
www.analysys.cn



# 消金公司营收利润对比 中银利润超过捷信达6.45亿

- 2017年上半年，有10家持牌消费金融公司公布营收和利润数据。易观统计显示，营收前三位包括捷信、湖北和招联，其中，捷信以88.6亿元排名第一。而中银、招联和捷信则占据利润榜前三名。

## 2017H1主流消费金融公司营收对比统计

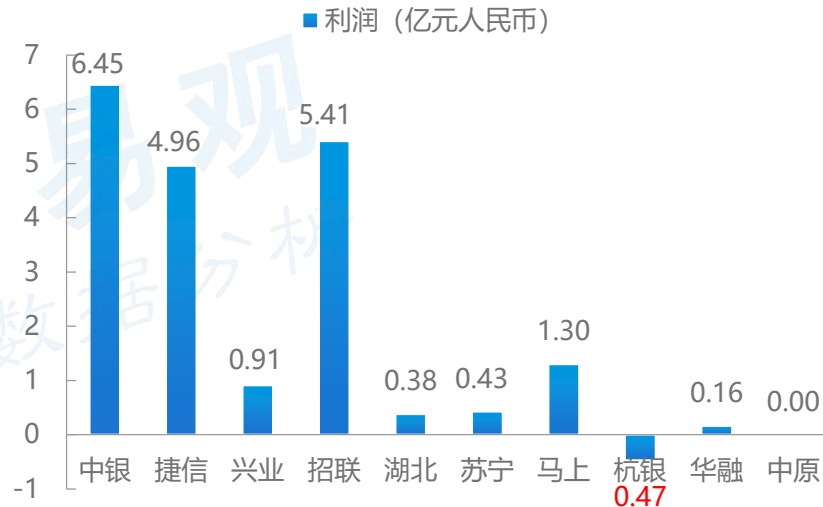


数据说明：以上数据根据易观访谈、公开数据等渠道获得。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2017H1主流消费金融公司利润对比统计



数据说明：以上数据根据易观访谈、公开数据等渠道获得。

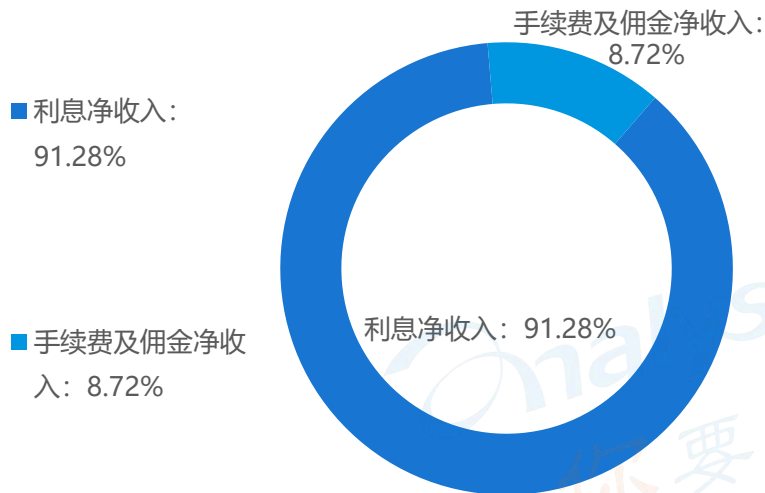
© Analysys 易观

www.analysys.cn

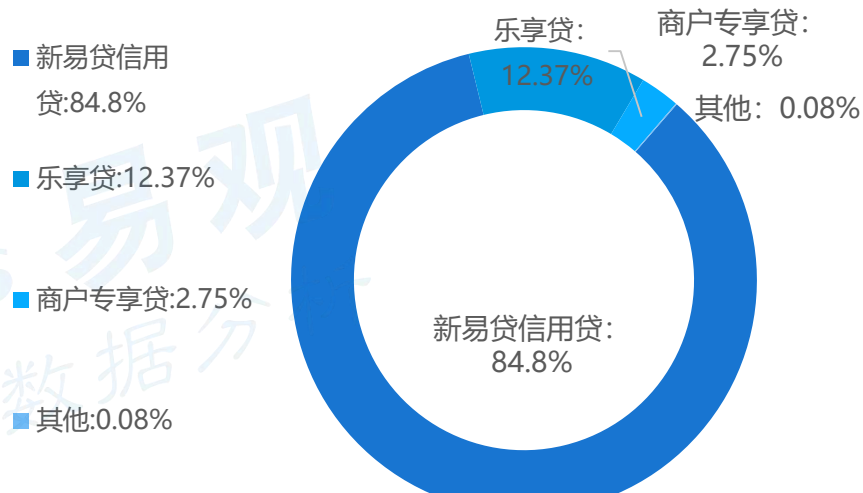
# 中银消费金融2017H1绝大部分利润来自利差收入

- 2017年上半年，有10家持牌消费金融公司公布营收和利润数据。易观统计显示，营收前三位包括捷信、湖北和招联，其中，捷信以88.6亿元排名第一。而中银、招联和捷信则占据利润榜前三名。

## 中银消费金融2017H1收入构成统计



## 中银消费金融2016业务产品规模构成



说明：以上数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调，数据截止2017年底。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

说明：以上数据根据厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调，数据截止2017年底。

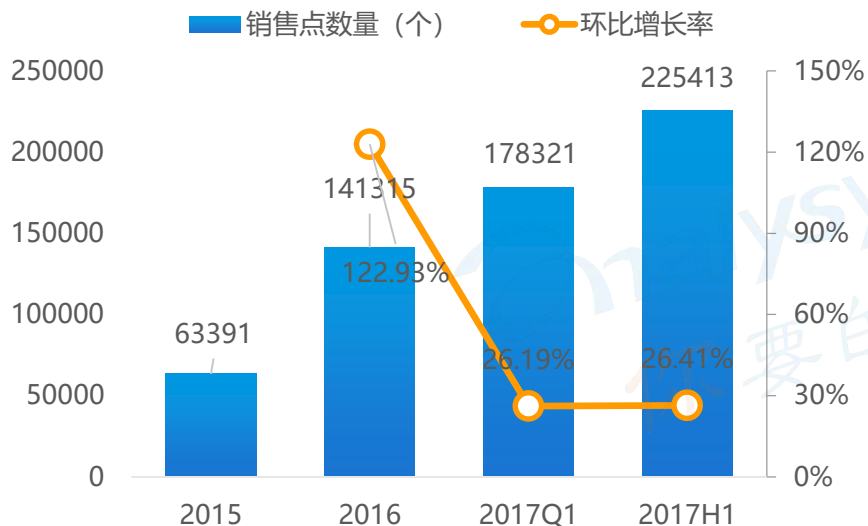
© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 捷信净利润降低或因网点扩张过快 用户营销成本增加

- 捷信中国在其财报中并未公布收入和支出具体信息。从其公布的数据能看出，捷信在中国的线下销售点2017H1仍然在快速扩张，已经增加到22.54万个。与此同时，捷信中国2017H1的活跃用户数也较之2016年全年增加超过50%增幅。

## 2015-2017H1捷信中国销售点数量统计

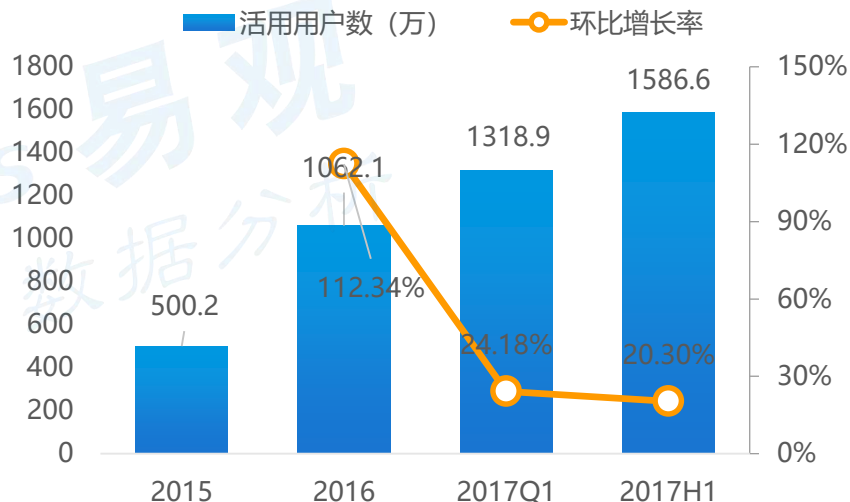


说明：以上数据根据捷信中国公开数据、厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

## 2015-2017H1捷信中国活跃用户数统计



说明：以上数据根据捷信中国公开数据、厂商访谈、易观自有监测数据和易观分析模型估算获得，易观将根据掌握的最新市场情况对历史数据进行微调。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

# 消费金融行业2017政策盘点—由点到面逐步从严

- 2017年消费金融行业乱象逐渐出现，从最受关注的校园贷到现金贷问题的持续累积爆发，监管层的监管政策也因此受到影响，从停止网贷机构开展校园贷业务到严格规范网贷业务发展，政策也经历了逐渐从严的过程。

4月

## 银监会颁布《关于银行业风险防控工作的指导意见》

- 银监会要求各地监管部门清理整顿现金贷，并制定了一份包含429家企业在内的现金贷相关平台排查名单，并要求各地监管部门重点做好校园网贷的清理整顿工作。

6月

## 中国银监会、教育部等部位联合发文加强校园贷规范管理

- 文件明确，未经银行业监督管理部门批准设立的机构不得进入校园为大学生提供信贷服务。一律暂停网贷机构开展在校大学生网贷业务。

11月

## 《关于立即暂停批设网络小额贷款公司的通知》

- 自即日起，各级小额贷款公司监管部门一律不得新批设网络（互联网）小额贷款公司，禁止新增批小额贷款公司跨省（区、市）开展小额贷款业务。

12月

## 央行、银监会联合发布了《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》

- 从准入牌照、年化利率、砍头息、贷款用途、融资渠道、助贷模式等多个方向对现金贷提出了明确合规要求。

# 从准入到隐私保护 现金贷发展被规定六大原则

## 《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》现金贷部分

### 准入

- 设立金融机构、从事金融活动，必须依法接受准入管理。未依法取得经营放贷业务资质，任何组织和个人不得经营放贷业务。

### 利率

- 各类机构以利率和各种费用形式对借款人收取的综合资金成本应符合最高人民法院关于民间借贷利率的规定，禁止发放或撮合违反法律有关利率规定的贷款。各类机构向借款人收取的综合资金成本应统一折算为年化形式。

### 客户

- 各类机构应当遵守“了解你的客户”原则，充分保护金融消费者权益，不得以任何方式诱致借款人过度举债，陷入债务陷阱。单笔贷款的本息费债务总负担应明确设定金额上限，贷款展期次数一般不超过2次。



### 风控

- 各类机构应坚持审慎经营原则，全面考虑信用记录缺失、多头借款、欺诈等因素对贷款质量可能造成的影响，加强风险内控，谨慎使用“数据驱动”的风控模型，不得以任何方式隐匿不良资产。

### 催收

- 各类机构或委托第三方机构均不得通过暴力、恐吓、侮辱、诽谤、骚扰等方式催收贷款。

### 隐私

- 各类机构应当加强客户信息安全保护，不得以“大数据”为名窃取、滥用客户隐私信息，不得非法买卖或泄露客户信息。

# 行业影响：牌照价值凸显 费率限制或令机构利润降低



01

## 不具备放贷资质机构或将退市

能够开展直接放贷业务的牌照包括银行、消费金融公司、网络小贷等，《通知》等于进一步规范和行业参与者的范围，也令网贷牌照价值凸显，部分不具备放贷资质的公司将被迫退出市场。

02

## 现金贷平台“暴利”时代一去不返

《通知》主要针对现金贷机构利用高利率覆盖高风险的行为，对现金贷利率进行限制，重申了最高人民法院关于民间借贷利率的规定，对民间借贷利率24%以下支持、36%以上不予保护。同时，利率的计算方法统一折算为综合年化形式，遏制“砍头息”，预计大部分现金贷平台利润将受到严重影响。

03

## 消费者多范围保护升级

《通知》再次明确了不得暴利催收，保护客户个人信息安全，尊重客户个人隐私，以及不得诱导借款人过度举债等多方面对消费者保护的条款。但令人担忧的是，在社会信用评级并未覆盖现金贷的情况下，主动违约行为或大幅度增加。



## 《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》网贷部分

### 整顿网络小贷

#### 资质管理：暂停新增网络小贷牌照

《通知》第二部分表示，小额贷款公司监管部门暂停新批设网络（互联网）小额贷款公司；暂停新增批小额贷款公司跨省（区、市）开展小额贷款业务。已经批准筹建的，暂停批准开业。小额贷款公司的批设部门应符合国务院有关文件规定。对于不符合相关规定的已批设机构，要重新核查业务资质。

#### 业务限制：网络小贷发放要有场景依托

严格规范网络小额贷款业务管理。暂停发放无特定场景依托、无指定用途的网络小额贷款，逐步压缩存量业务，限期完成整改。应采取有效措施防范借款人“以贷养贷”、“多头借贷”等行为。禁止发放“校园贷”和“首付贷”。禁止发放贷款用于股票、期货等投机经营。

#### 资金来源：禁止通过P2P融资

加强小额贷款公司资金来源审慎管理。禁止以任何方式非法集资或吸收公众存款。禁止通过互联网平台或地方各类交易场所销售、转让及变相转让本公司的信贷资产。禁止通过网络借贷信息中介机构融入资金。

#### 严控杠杆：ABS融资被计入表内

以信贷资产转让、资产证券化等名义融入的资金应与表内融资合并计算，合并后的融资总额与资本净额的比例暂按当地现行比例规定执行，各地不得进一步放宽或变相放宽小额贷款公司融入资金的比例规定。



01

## 行业门槛直线上升 部分机构或转型

与传统的小额贷款公司相比，网络小贷可以全国范围内经营，可以形成更大的规模优势，因此网络小贷牌照在近年价值凸显。《通知》对没有牌照的现金贷公司一刀切政策，将令大量无牌照平台面临退出市场的风险，同时部分机构只能转型助贷机构。

### 现金贷业务范围被明显限制

02

根据《通知》要求，现金贷机构再发放网联小额贷款时，必须给出特定场景依托和指定用途，同时校园贷、首付贷等业务都被叫停。现金贷的业务范围被大大缩小，也为将来的监管给出明确方向。但特定场景和用途如何界定仍存疑问。

## 网络小贷高杠杆率被严格限制 巨头纷纷增资

03

《通知》对网络小贷公司资金来源进行了严格限制。但对行业影响更大的则是对高杠杆率的严格限制，此前网络小贷公司通过场外金交所债权拆分转让，或者发行小额贷款的资产支持证券（ABS）得到的资金不算在各地监管对表内融资余额杠杆率的限制内。同时，通知要求对于超比例规定的小额贷款公司，应制定压缩规模计划，限期内达到相关比例要求。此项规定一出，一众互联网巨头纷纷增资或者转而谋求消费金融牌照。

## 《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》银行业部分

### 银行业金融机构现金贷发放规模受限

银行业金融机构（包括银行、信托公司、消费金融公司等）应严格按照《个人贷款管理暂行办法》等有关监管和风险管理要求，规范贷款发放活动。银行业金融机构不得以任何形式为无放贷业务资质的机构提供资金发放贷款，不得与无放贷业务资质的机构共同出资发放贷款。

### 审查、风控等核心业务不得外包

银行业金融机构与第三方机构合作开展贷款业务的，不得将授信审查、风险控制等核心业务外包。“助贷”业务应当回归本源，银行业金融机构不得接受无担保资质的第三方机构提供增信服务以及兜底承诺等变相增信服务，应要求并保证第三方合作机构不得向借款人收取息费。

### 银行不得购买以现金贷为标的的证券化产品

银行业金融机构及其发行、管理的资产管理产品不得直接投资或变相投资以“现金贷”、“校园贷”、“首付贷”等为基础资产发售的（类）证券化产品或其他产品。银行业金融机构参与“现金贷”业务的规范整顿工作，由银监会各地派出机构负责开展，各地整治办配合。

# 行业影响：助贷机构业务模式被限制 现金贷失重要资金来源



01

## 无资质助贷机构失去重要资金来源

与银行联合放贷，获得银行贷款等资金帮助一直是助贷机构的重要资金来源，《通知》明确对银行发放贷款的范围进行限制，银行业金融机构不得以任何形式为无放贷业务资质的机构提供资金发放贷款，无放贷资质的助贷机构将失去重要的资金来源。

02

## 助贷机构业务范围被明显限制 兜底模式终止

《通知》关于银行业金融机构不得将授信审查、风险控制等核心业务外包的规定，实际上是对助贷机构业务范围的明显限定，助贷机构的业务范围只能在获客、营销等方面，并且助贷机构风险兜底的模式将无法继续，助贷机构利润将受到巨大影响，部分助贷机构将被迫转型，或谋求预计难度更大的持牌。

03

## 银行业表外资金不得投资现金贷 现金贷再失资金来源

《通知》关于银行业部分的第四条规定实际上涉及两个部分，第一个部分把银行理财投资等资管资金用途进行限制，现金贷又失去了一大资金来源，第二部分要求银监会派出机构开展现金贷整顿，将极大提高整顿效率。

## 《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》P2P部分

### P2P现金贷 业务规范

**利息收益：**不得撮合或变相撮合不符合法律有关利率规定的借贷业务；禁止从借贷本金中先行扣除利息、手续费、管理费、保证金以及设定高额逾期利息、滞纳金、罚息等。

**业务运营：**不得将客户的信息采集、甄别筛选、资信评估、开户等核心工作外包。

**资金来源：**不得撮合银行业金融机构资金参与P2P网络借贷。

**客户管理：**不得为在校学生、无还款来源或不具备还款能力的借款人提供借贷撮合业务。不得提供“首付贷”、房地产场外配资等购房融资借贷撮合服务。不得提供无指定用途的借贷撮合业务。

## P2P现金贷业务 规范影响解读

01

### 主营现金贷P2P平台面临合规资产减少窘境

《通知》禁止变相撮合不符合法律有关利率规定的借贷业务以及设定高额逾期利息、滞纳金、罚息等。目前几乎所有大的P2P平台都在开展或准备开展现金贷业务，但《通知》发布以后，都将面临着合规资产减少，平台收益下降等多种问题，现金贷业务占比较大的P2P平台，要做好转型服务高净值客户准备。

02

### 互联网巨头失重要“输出”渠道

不得将客户的信息采集、甄别筛选、资信评估、开户等核心工作外包。这部分规定实际上令P2P开展现金贷业务的成本和门槛极大提升，以后只有拥有资金实力的P2P平台才能开展现金贷业务。此外，助贷机构的业务也被大大压缩，包括部分想输出风控、资金、产品等能力的巨头也被排除在外。

03

### P2P平台备案登记或将受到影响

再次强调银行业机构不得将资金投入网贷平台，以及再次强调校园贷和首付贷等产品必须禁止。由各地网络借贷风险专项整治联合工作办公室清理整顿，也将影响主营现金贷的P2P平台在各地的备案等情况。



## PART 3



### 互联网消费金融市场典型企业

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 百度有钱花自带流量体系 依托百度商业生态深耕消费金融



「有钱花」，是百度旗下信贷服务品牌，提供面向大众的个人消费信贷服务，打造创新消费信贷模式。利用百度人工智能和大数据风控技术，具有申请简便、审批快、额度高、放款快等特点。目前，百度有钱花已布局多条产品线，包括：“有钱花-满易贷”、“有钱花-尊享贷”、“有钱花-小期贷”，场景已覆盖日常消费、教育、租房等。

## 百度有钱花业务类型

满  
易  
贷



一次授信  
多次使用

尊  
享  
贷



面向多个  
高频场景

小  
期  
贷



小额贷款  
直接发放



## 产品优势

1

### 依托百度商业生态

百度有钱花深耕百度平台所能覆盖到的商业参与方，自有场景优势

2

### 领先的金融科技

通过人工智能、用户画像、账号安全、精准建模等领先的金融科技，破题消费金融行业面临的系列挑战

3

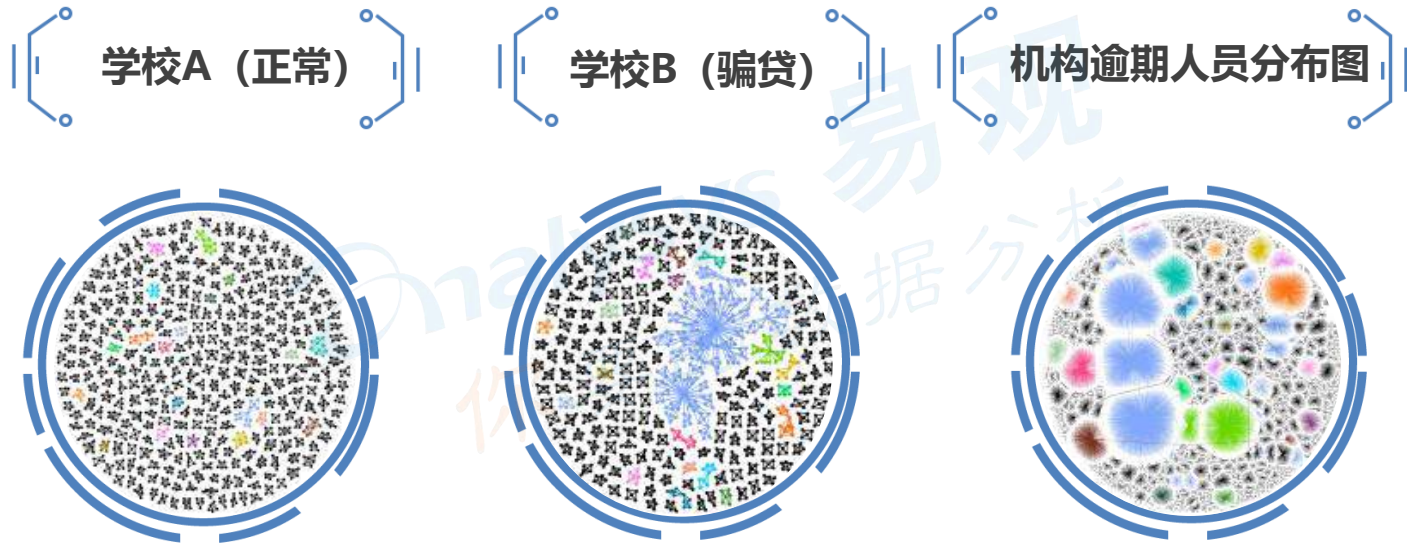
### 百度自带流量体系

百度作为互联网和移动互联网的一极，活跃用户稳定增长，流量优势明显

# 百度金融可依靠高辨识度风控工具 精确识别骗贷用户



百度金融“般若”大数据风控平台, 拥有高度的辨识能力, 可以通过海量数据精确地对用户进行信用评级。同时, 可实现覆盖信贷全业务流程, 包括贷前的智能获客; 贷中的身份核验、审批授信与反欺诈; 贷后的监控、催收、复联等。此外, 大数据风控系统包含全球领先图计算运用及反欺诈能力, 可有效识别黑产。



右图是百度对于不同的教育贷款客户的人际网络做的关系图, 从中可以看出正常的客户和骗贷的客户是完全不同的图结构。

# 百度推出金融科技整体解决方案 可灵活组合产品服务



百度金融已经能够输出面向不同群体和场景的金融科技产品与解决方案。包括智能获客、大数据风控、资产证券化平台等多方面功能。百度的金科产品与解决方案也正成为金融行业的普惠科技。数据显示，百度金融科技产品合作机构近400家，每天对外服务超两百万次。

大型金融机构：整体解决方案

中小型金融机构：可灵活组合的产品服务

金融科技产品与解决方案

## 场景化一体机解决方案

个人客户营销场景  
高端客户营销场景  
信用卡反盗刷场景  
在线语音导航场景  
柜面文字识别场景  
...

思维引擎 (学习、分析、预测)  
感知引擎 (听、看、读、说)  
金融大脑

## 智能获客平台

贷前

用户画像  
营销触达  
线上交易  
反馈跟踪

智能获客

## 大数据风控平台“般若”

贷中

活体人脸识别  
OCR证件识别  
风险名单  
多头防控  
关联黑产

身份验证

贷后

信用分  
LBS  
授权抓取  
智能催收  
失联修复

信用风险评估

催收

## ABS平台

资产证券化

资产AI分析  
资产信息增强  
置换回购合同  
兑付监控合约

区块链技术  
Block → Block → Block

ABS设计与发行

# | 以信贷科技平台和风控为核心 甜橙金融打造两大拳头产品

**甜橙金融**  
ORANGE FINANCE

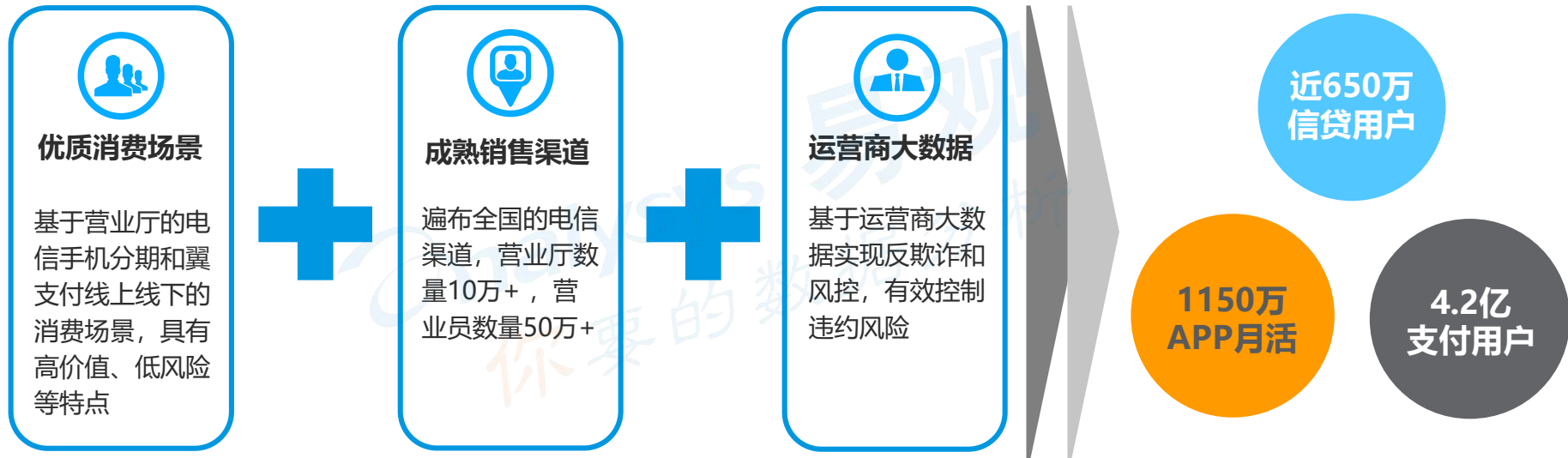
甜橙金融是中国电信旗下的综合金融科技服务解决方案提供商，也是首家运营商消费金融科技服务商。其中消费金融业务为持牌合作机构提供优质、高效的消费分期和消费贷款等科技解决方案，为广大消费者提供安全、便捷的互联网信贷金融科技服务。在创新层面，消费金融业务以信贷科技平台和风控系统为核心，打造出橙分期、甜橙白条两大科技产品，对于深耕用户消费场景是有力保障。





**甜橙金融**  
ORANGE FINANCE

甜橙金融的消费金融业务基于平台模式开展业务，即通过甜橙金融自有的信贷金融科技风控平台，支持合法放贷机构快速接入其平台并开展全国范围的手机分期、消费贷款等信贷业务。数据统计显示，截止2017年，在4.2亿支付用户，超过50万线下营业员资源支持下，甜橙金融已经发展出近650万信贷用户，APP月活用户超过1150万，为进一步发展奠定了基础。





# PART 4



## 互联网消费金融市场发展趋势

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# | 2018场景争夺将再次白热化 垂直行业分水岭出现

- 2017年现金贷的兴起也伴随着众多行业乱象的出现，根本原因是互联网带给消费金融的信息共享和渠道撮合虽然改变了原有的业务流程，但也提高了行业风险并且过分强调了流量的作用。当监管进一步收紧行业套利的口子，提高行业准入门槛并控制资金源以后，消费金融必将重新回到对场景的争夺之中，而真正金融科技的发展也将再次提升行业的效率并降低风险。

## 互联网改变金融销售渠道

新模式不断涌现，金融业务的互联网化改造升级，原有业务流程改变



## 监管收紧后场景再次称王

强监管下行业套利空间减少，行业发展重新步入正轨和提高消费效率的初心，预计2018年场景争夺将再次白热化，垂直行业分水岭出现



## 行业爆发同时风险加大

销售渠道和业务流程的改革令普惠金融普及速度加快，但监管短期内对行业创新的保护也令交易风险加大



数据分析驱动业务升级

# 2018行业集中度将提升 整体利润率下降成为必然

- 易观预计，伴随着一刀切式的监管，2018年消费金融行业将步入洗牌期，风控和合规成本将大大提高，多头借贷等现象将得到有效遏制，消费金融机构的资金成本和营销成本也将进一步升高，在行业利率受控，服务费限制的前提下，行业整体利润率下降成为必然。但持牌和能够掌控消费场景的机构将获得更多的发展良机，行业整体集中度将进一步提升。

## 机构成本提高

风控成本的提高、合规成本的提高、资金源的降低，营销成本提高等方面令消费金融机构成本大大提高。

## 强监管时代来临

监管从准入牌照、年化利率、砍头息、贷款用途、融资渠道、助贷模式对行业提出限制。

03

## 行业利润率下降

利息和服务费整体被限制在36%以下，行业收入将进一步降低。

02

01

04

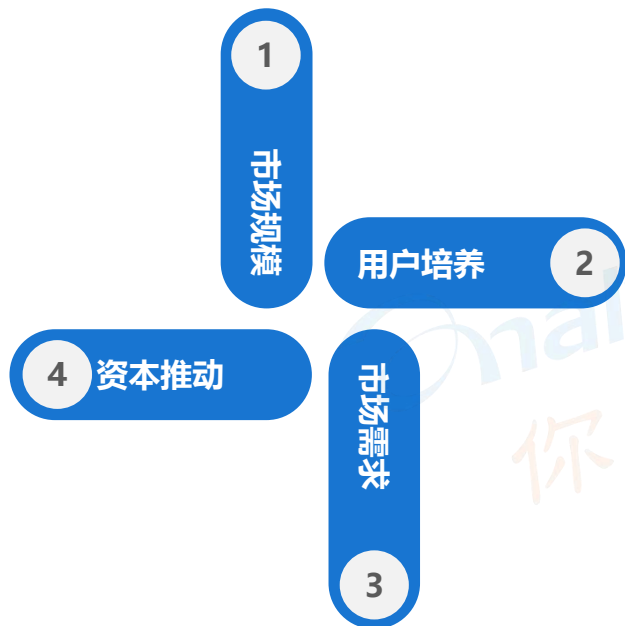
## 行业集中度提升

2018年将考验消费金融公司的资金获取能力和场景把控能力，能够掌控消费入口的机构将得到长足发展，在淘汰一批公司后，行业集中度提升。



消费金融

# 汽车消费金融将成为行业2018年争夺重点场景



## ■ 市场规模大且风险可控

- 根据国家信息中心预计，至2020年中国汽车保有量将达到2.5亿辆，汽车抵押贷款服务因为抵押物的存在风险可控，同时门槛较低，玩家是切入消费金融领域的好入口。

## ■ 潜在用户群体巨大

- 当今汽车消费主体逐渐变为倾向消费信贷的80后90后，而融资租赁模式低首付、手续简单、选择灵活，符合他们的消费观念，正是进入消费市场的好时机。

## ■ 机构寻求新业务增长点

- P2P平台、二手车电商市场疲软，传统汽车金融公司、互联网汽车金融公司业务规模有限，出于市场拓展及业务拓展需求将不断加入汽车消费金融领域且推动线上交易发展。

## ■ 资本大佬入场推动

- 2017年5月，易鑫获得40亿元人民币C轮融资，融资租赁模式受到资本追捧，类似投资越来越多，资本大佬纷纷看好行业发展潜力。

# 数据分析驱动业务升级

● 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