

基于P2P平台的互联网金融消费分析

周 阳

(安徽财贸职业学院 安徽 合肥 230601)

【摘要】互联网金融是目前金融市场中新型市场,银行、消费金融公司、电子商务企业均纷纷投身其中,而P2P平台因为其自身独特的互联网基因,在于其他类型的企业竞争中脱颖而出。本文即针对P2P平台的主要运作特征和优势劣势展开分析,展望未来P2P平台发展互联网金融的前景。

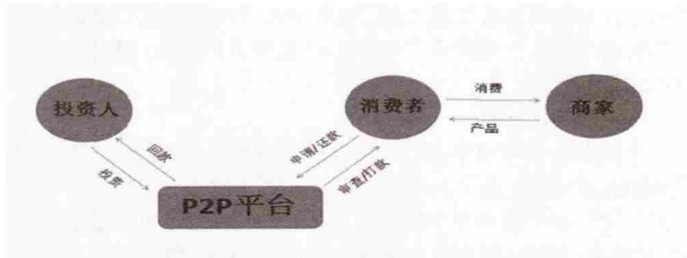
【关键词】互联网金融 P2P平台 大数据分析

一、引言

消费金融是指向消费者提供的用于消费品购买的专项信贷产品或服务。随着中国全面深化改革的不断推进,居民物质需求的不增长,消费金融成为了居民购买大额耐用消费品的常用支付手段之一。在传统消费金融模式之外,近几年,随着互联网技术的革新和普及,新型网络化消费金融模式正在呈现爆发式增长,其中以P2P平台为基础的互联网金融模式尤为突出。

二、P2P消费金融模式

P2P是指peer to peer,意为“点对点”,基于P2P平台的金融模式主要是指借助网络平台,将不同网络节点的借贷双方连接起来,实现资金投融资的接待方式。这种模式下,需求资金方在平台上提出借贷要求,给付资金方自愿选择是否投资及具体投资额度,平台仅作为展示标的信息、实现资金转化的中介机构。作为P2P平台的互联网金融是指,消费者将自己需要借贷的资金金额、购买物品、资信状况在平台上公布,需求融资,投资者自由选择投资与否或投资金额,当投资标的筹资满额,该项融资行为结束。在后续约定期限内容,借款的消费者按期还款,支付相应的本金利息。(如下图所示)



三、基于p2p平台的互联网金融消费特征

P2P消费金融模式具有较为明显的互联网特征。从消费信贷的每一个环节,都体现着互联网的“烙印”。在资金来源方面,是利用互联网平台吸收社会上的闲散小额资金,不利用自身资金。这一运作机制可以为P2P企业在提供消费信贷时提供持续的成本较低的资金来源,保证业务的顺利开展。在需求资金者进行信贷申请时,利用互联网手段进行大数据分析,对其在网络环境中留下的所有“痕迹”进行追踪,采用云计算等手段进行数据提炼、分析,得出客户信用评分,决定是否放贷。在贷后风险管理方面,利用互联网平台对客户进行定期审查,如出现逾期,进行在线的追缴。在投资客户的本息收付方面,也是利用互联网平台提领,转入对应的资金账户。P2P消费金融的互联网特征最根本的变革在于体现了高效性,在传统领域可能需要较长时间才能完成的业务,在P2P平台可以缩短至较短的时间,提升了客户体验消费金融的便利感,扩大了消费金融的受众面。

四、基于p2p平台开展互联网金融消费的优势和劣势分析

(一)优势分析

P2P平台开展互联网金融消费的优势之一,在于其拥有充足的资金来源。银行的消费信贷规模受存款规模、存贷比限制、其他信贷业务的影响。电商系消费金融资金来源主要是企业盈利。消费金融公司的资金来源为公司积累的盈利或是借入资金。而P2P平台最为突破性的一点,是打破了资金来源的限制,采用最低资金成本,利用互联网筹集众多分散投资者的资金。尤其是拥有良好口碑、风控体系的P2P平台,其用户具备平台忠诚度,会不断地形成平台的有效资金来源。

P2P平台开展互联网金融消费的优势之二在于其模式更加开放。这既是指P2P消费金融的资金来源是广泛的、零散的、不确定的,同时也是其客户对象和产品也是广泛的、小额的、多层次的。电商消费金融模式主要立足于自身平台,协助平台消费扩张。这是阿里、京东此类企业能够快速开展互联网金融消费业务的优势,同时也是限制其进一步拓展的障碍。而P2P平台形式的消费金融,可以满足客户基于一切场景的消费需要,除了一般性的消费品购买信贷之外,还可以提供住房、汽车、大型家电、教育、旅游、医疗等多方面的消费信用产品,一站式解决客户需求。

P2P平台开展互联网金融消费的优势之三在于先进的技术手段。主要指在征信环节利用互联网手段进行大数据分析。与传统银行和消费金融公司的征信不同,P2P平台面对客户时往往利用用户网络信息来进行判断包括网络社交、电子游戏、支付习惯、兴趣爱好、职业倾向等,这些数据如果经过合理、完善的数据分析,可以得出客户信用信息。传统征信渠道并不能全面涵盖消费金融客户,如何分辨大量不具有信用背景的客户,互联网大数据信息很好地弥补了这一空白。

(二)劣势分析

P2P平台是更为纯粹的资金借贷平台,需求资金和投放资金的客户均可以在开放平台上进行融资和投资行为,资金链完整。但是基于消费金融的信贷业务却没有具象化的消费场景。电商消费金融企业往往在消费场景中开展业务,刺激消费金融主要的目的也在于提高消费品的推广和销售额的提升。在消费金融链中,首先是消费需求产生,进而才是相关金融服务需求的产生。为了解决这一问题,目前有些P2P平台的做法是,在平台上设置消费场景,譬如分期付款、销售商品,这其实是往传统电商的方向靠拢。此外,与电商平台合作,乃至并购电商平台也是未来P2P消费金融发展的一个方向 and 选择。

在完成消费信贷业务投放的同时,保证P2P消费金融平台长久发展的重要因素是合规有效的风险控制体系,只有过往信贷业务的合理发放和回收,才能保证后续业务的顺利开展。特别是P2P平台是基于完全自由的互联网平台,客户的忠诚度是以有效回报率为基础。如何克服P2P互联网金融消费信贷的风险性,既要考虑新兴的互联网手段,也要兼顾传统的个人征信系统。在国内征信体系不完善、央行征信系统尚未接入互联网金融行业的背景下,完善的风险控制体

(下转第48页)

参考文献

- [1]王海啸.中国大众家庭金融投资理财趋势分析[J].东方企业文化, 2015(07): 297.
- [2]何锦旭, 胡显东.对我国普通家庭金融投资理财现状及趋势的几点探讨[J].时代金融(下旬), 2015(06): 174-185.

(上接第36页)

系建设无疑制约和影响着P2P平台开展这一业务。

五、总结及展望

互联网时代是未来金融业务发展的主体方向,鉴于P2P模式的创新性和优势,在消费金融领域,P2P平台未来会成为银行、消费金融公司、电子商务企业的有力竞争者。

(上接第46页)

施意见》,杭州市政府颁布《关于推进长三角南翼金融中心建设的若干意见》;另一方面,明确提出要建设区域金融中心。例如:郑州CBD建设区域金融中心,南京市河西CBD建设区域金融中心,青岛市建设区域金融中心,武汉市建设中部区域金融中心,济南市建设区域金融中心等。

(五)利用区位优势和地理特点

我国不同城市的CBD发展不是凭空造城运动,而是在一定的产业基础上进行的,各城市的CBD发展都具有各自的特点。例如:西安高新区CBD位于高新技术开发区之中,这与其发展较快的西南部产业园区战略有关,早在1991年3月就被国务院首批批准为国家级高新区;宁波南部鄞州CBD的发展则与浙江高度发达的民营经济、海洋经济相关,沈阳CBD与东北地区发达的工业相关,实现工业振兴基地,实现先进制造业与现代金融业双轮驱动发展。

优越的地理位置同样是CBD发展的必要条件。纵观国内外著名CBD都是建立在地理位置优越、经济发达、交通便利的城市中心区,如上海陆家嘴CBD、北京朝阳区CBD等。

四、发展建议

针对上述政策的分析,结合中央商务区现代发展的特征,提出以下四项相关建议。

(一)制定有针对性的金融政策

根据对各地CBD金融鼓励政策的分析,各地制定的政策缺乏针对性,所以制定有针对性的金融政策很重要。例如,刚建立不久的CBD注重引进大企业,那么应该考虑该类企业的真实需求,进而制定针对性的政策;对于引进外资企业而言,也许资金的补助不是他们特别关注的,简化办理相关的行政手续是他们所需要的,那么可以针对这一情况,采取简化行政手续的措施有效吸引外资企业入驻;对于处于成长期的CBD而言,其制定政策则要考虑现在已入驻企业的性质,致力于不让已有的企业流失。

(二)加大CBD内基础设施的建设

相较于CBD内部金融等产业的发展而言,其基础设施的建设进程较为缓慢。在很多地区CBD内部,缺乏为工作者提供快速便利的餐饮店,缺少小型可利用的室内外休息的场所、特色的小型博物馆、美术馆等文化设施。这些基础设施的缺失为商务区内人员带来诸多不便,加之交通拥堵和交通设施短缺也为商务区内的人员带来不便。因此,政府应该在基础设施发展方面加大力度,为商务区内的人员提供便利,争取基础设施的发展与经济发展同步。

(三)精简金融服务流程,提高业务办理效率

由于不同类型的金融机构入驻CBD,需要多样化的金融服务。

[3]张晓妮, 杨文治.中国家庭金融投资现状及趋势探析[J].新经济, 2015(22): 44.

[4]段兆琛.基于金融危机下家庭金融投资风险预防研究[J].中国经贸, 2014(19): 146.

参考文献

- [1]叶湘蓉.互联网金融背景下消费金融发展新趋势分析[J].征信, 2015(6).
- [2]孔晓文.浅谈互联网金融背景下消费金融的发展趋势[J].现代经济信息, 2016(1).

依据实地调研发现,一些地区CBD提供的金融服务程序繁琐。一方面,由于办公网络化的发展,使得办理业务在网上申请审核之后,必须再提交纸质版,需要等待很长时间;另一方面,由于CBD内部土地紧缺,一些政府办公大厅分布分散,在各个部门办理业务需要较长的时间。根据这一现象,应该简化业务流程,同时,在CBD内为各政府机构设立办事大厅,节省业务办理时间,提高业务办理效率。

加快CBD金融服务的发展,政府的作用主要体现在两方面:一方面可以从提供金融信息着手,例如,为CBD提供正在寻找入驻地的企业信息,为企业提供CBD的入驻鼓励政策的加强,从宏观上传播信息,发挥信息中介的作用;另一方面可以考虑开办非营利性辅导机构,为入驻CBD的企业提供咨询服务,发展金融服务配套设施,促进CBD经济全面发展。

(四)打造品牌,扩大品牌效应

组织不同层面的金融会议、讲座及培训,可以邀请各地财经、金融类大专院校在商务区开展论坛,也可以邀请各金融机构举办论坛。有国际金融宏观研讨,也有国际金贸微观操作讲座,有大牌名家和国际著名专家演讲,也有一般投资者、股评家自发的股市沙龙。可以与国内外名牌院校合办有学位的金融证券教育,也可以与一般机构合作举办各类金融证券讲座和培训。通过大力宣传,让更多企业了解当地的CBD,有利于提高CBD的知名度,扩大CBD的影响力,吸引更多企业入驻。

参考文献

- [1]李红, 蒋三庚.中国主要中央商务区(CBD)发展及特色研究[M].北京:首都经济贸易大学出版社, 2014.
- [2]蒋三庚, 宋毅成.我国特大城市中央商务区差异化发展研究[J].北京工商大学学报(社会科学版), 2014(9).
- [3]王曼怡, 刘同山.我国中央商务区金融集聚问题研究——以天津滨海新区为例[J].经济纵横, 2010(10).
- [4]蒋三庚.中央商务区研究[M].北京:中国经济出版社, 2008.
- [5]艾亚.金融企业入驻CBD享受政策优惠[J].国际融资, 2006(4).

基金项目:《北京CBD发展指数研究》北京市哲学社会科学“十二五”基金研究基地项目(15JDJGB061)。

作者简介:张欣(1993-),女,汉族,内蒙古呼和浩特人,就读于首都经济贸易大学,研究方向:国际金融。