

互联网创新金融模式研究

2013年7月

互联网金融的发展机遇

P2P贷款发展概况

众筹融资发展概况

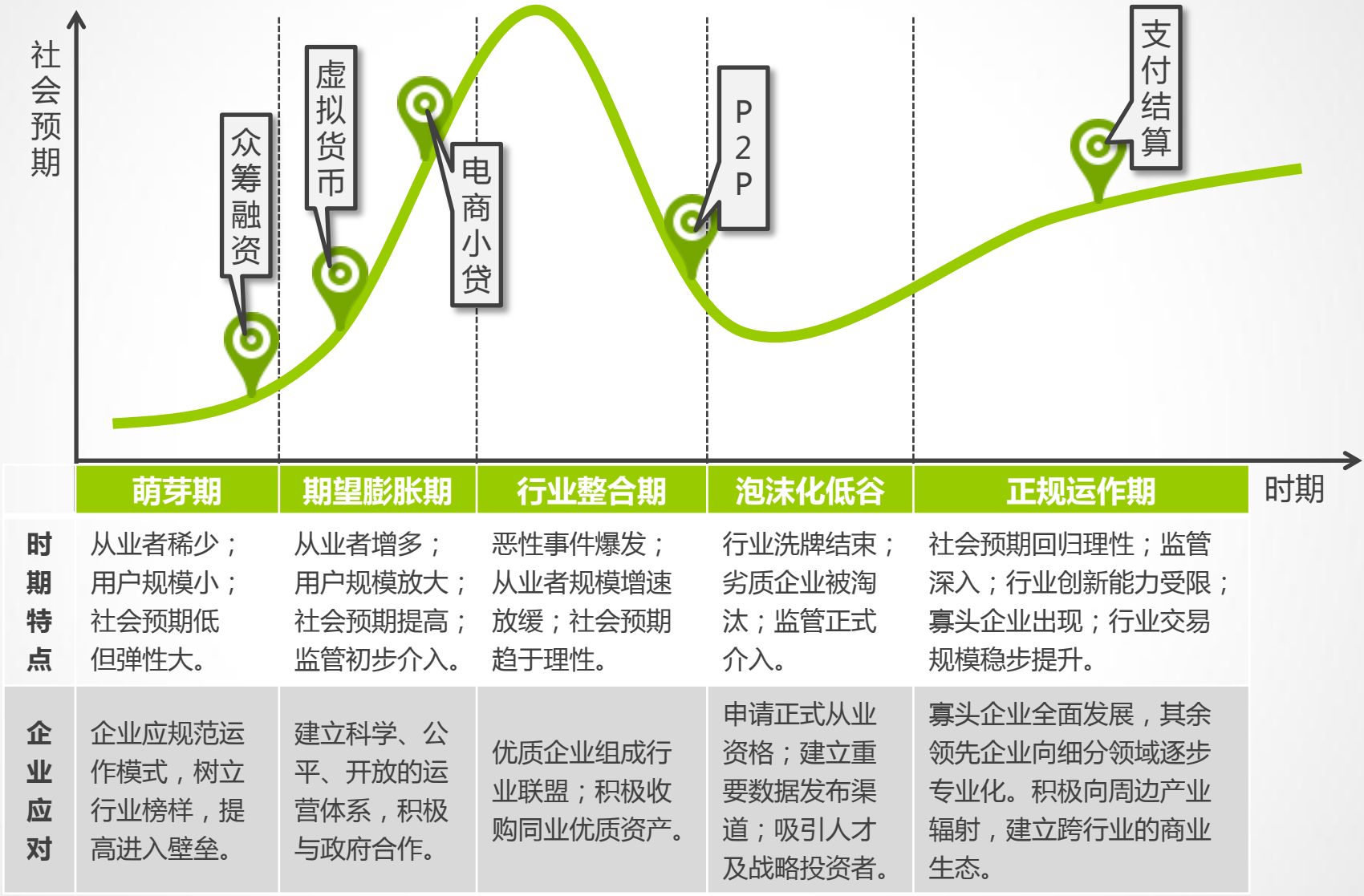
电商小贷发展概况

虚拟货币发展概况

互联网金融带来的变革

	 包含内容	 行业特点	 所处时期	 创新能力
支付结算	 第三方支付	独立于商户和银行为商户和消费者提供的支付结算服务。	正规运作期	
网络融资	 P2P贷款	投资人通过有资质的中介机构，将资金贷给其他有借款需求的人。	行业整合期 即将进入泡沫化 低估	
	 众筹融资	搭建网络平台，由项目发起人发布需求，向网友募集项目资金。	萌芽期	
	 电商小贷	利用平台积累的企业数据，完成小额贷款需求的信用审核并放贷。	期望膨胀期	
虚拟货币	 虚拟货币	以比特币为代表的非实体货币，以提供多种选择和拓展概念为主。	期望膨胀期 即将进入行业整合期	
渠道业务	 金融网销	基金、券商等金融或理财产品的网络销售。	期望膨胀期	
其他	 周边产业	金融搜索、理财计算工具、金融咨询、法务援助等。	N/A	N/A

互联网金融主要模式在中国所处不同时期



中美金融市场发展环境比较



银行主导型



市场主导型

市场流动性



以银行为核心向外辐射



资金成网状体系流动

主要风控技术



代际跨期平滑



跨行业风险分担

市场影响力



银行任何政策调整都引发市场地震



单一机构难以左右市场，但容易形成连锁反应

市场信息敏感性



银行内部信息为主，外部信息难渗透



随着资金网状流动传播

主要资产性质



实物资产



无形资产

主要服务对象



通过审核的企业



市场筛选后的优质企业

创新能力



比较弱，惰性大



以盈利为目的，金融衍生品数量较多，风险容易汇集

政府监管力度



易于政府监管



需要良好的法律体系作基础



宏观趋势

我国经济经历30多年的发展，金融市场从效率较为低下的初级阶段，向高效而活跃的新时代过渡。这使得金融模式的创新成为发展的必然趋势。



自身进步

2003年，泡沫破裂后的互联网行业重新爆发出新的活力，整体产业呈现强劲的增长态势。随着金融与互联网交叉渗透的深入，互联网的经济模式已经孕育出很多具有强大竞争力的创新金融模式。

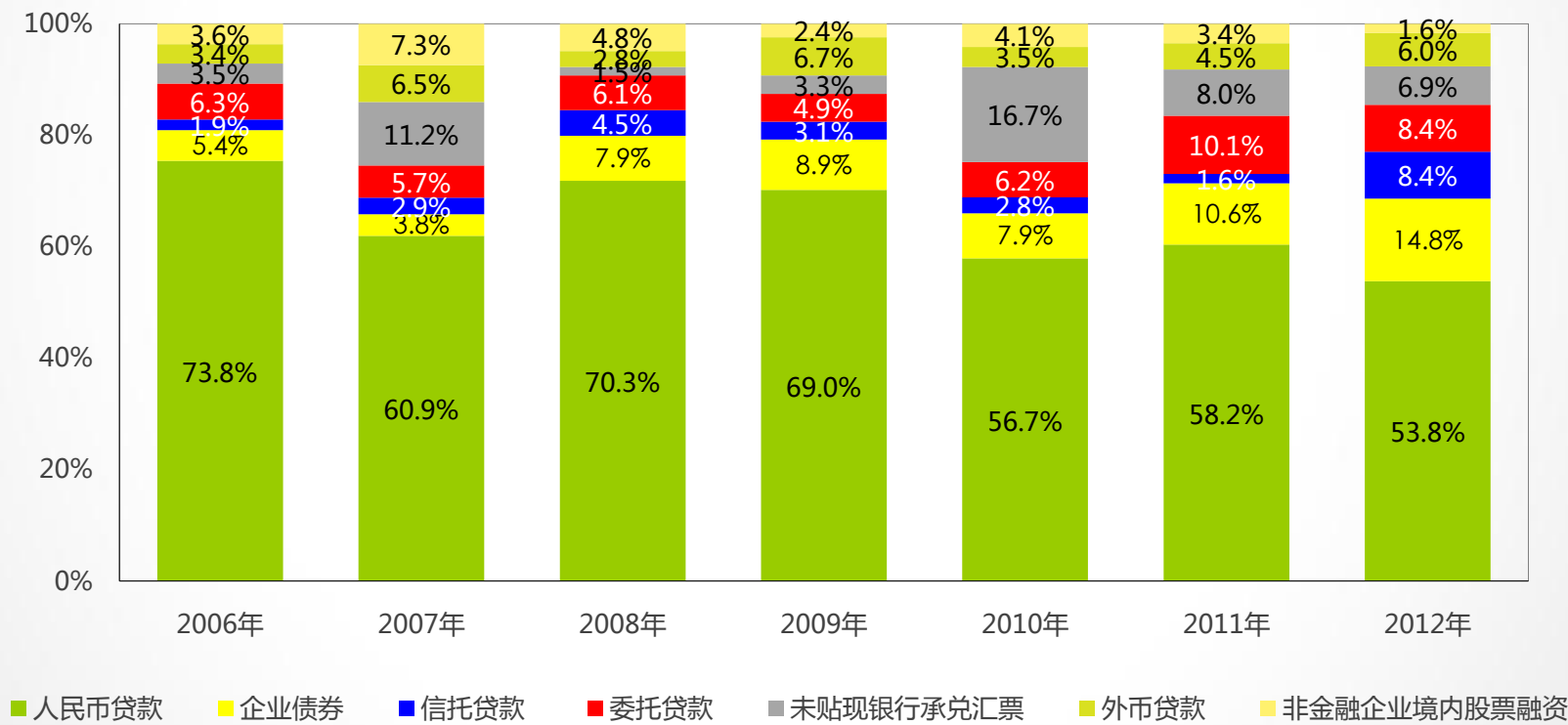


用户需求

目前，随着中小微型企业及创业者的资金需求逐步增多，传统银行体系并不能予以完全满足，这给创新型的金融手段提供了历史性的发展机遇。

iResearch 分析认为，互联网金融的重要意义在于：当通过金融市场融资的项目成功率超过银行融资时，金融市场的活跃不仅有助于自身效率的改善，而且将通过与银行部门的互补性竞争，促进金融市场和银行部门双方效率的共同提升，从而大大提高金融体系的整体效率。因此，互联网创新金融模式的增多，不仅是多种融资方式的简单替代，而是促进金融市场向成熟高效演变的重要助力。

2006-2012年中国社会融资结构



来源：中国人民银行。

互联网金融的发展机遇

P2P贷款的发展概况

众筹融资的发展概况

电商小贷的发展概况

虚拟货币的发展概况

互联网金融带来的变革

P2P贷款 (Peer To Peer Lending) : 中文官方翻译为“人人贷”，投资人通过有资质的中介机构，将资金贷给其他有借款需求的人。

P2P贷款的理念源起于1976年，但碍于技术限制，发展并不顺利。直到2005年，全球第一家P2P贷款公司在英国成立，2007年**传入中国**。

2007

经过5年的发展，P2P贷款在2012年成为互联网金融领域**最火爆的话题**，一方面因为它的影响力越来越高，另一方面也因为行业爆发了许多恶性事件。

2012

行业**呼唤规范**，呼唤政策监管，纷纷成立行业联盟进行自我约束，以求健康发展。

Now



呼唤监管



行业自律



探索发展

中美欧发展环境对P2P贷款的适合度



居民储蓄率

30%-50%

0%-5%



10%-15%

信用体系

各机构不统一
数据库不能对接



市场主导，依需求建
设数据库，竞争力强

央行主导，强制执行
短期内可见效

信息征集

依赖线下，线上空白



线上线下均已完备，并可影响全球信用评级

利率市场化

刚刚起步

1986年完成



1976年德国完成
1980年英国完成

资源分布

以北上广为中心
集中于沿海地区



比较平均

平均分布，但国家间
差距正在逐步增大

人力成本



员工薪酬占企业收入
10%

员工薪酬占企业收入
23%-35%

员工薪酬占企业收入
20%-25%

用户需求



比较旺盛

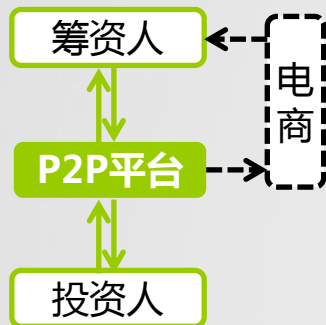
无刚性需求

一般

P2P贷款的四种模式

传统模式：

搭建网站
线上撮合



优点：

利于积累数据，品牌独立，借贷双方用户无地域限制，不触红线



缺点：

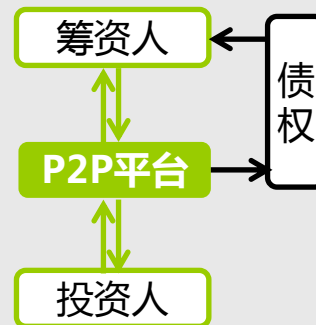
如果没有用户基础，则很难实现盈利

典型案例：



债权转让：

线下购买债权
将债权转售



优点：

平台交易量迅速提升，适合线下



缺点：

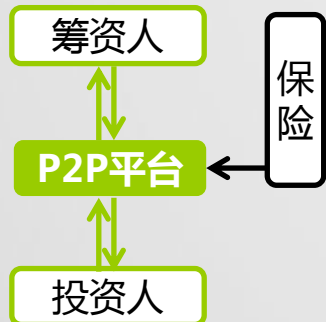
有政策风险，程序繁琐，由于需要地勤人员，所以地域限制不利于展业

典型案例：



担保模式：

引入保险公司
为交易担保



优点：

保障资金安全，符合中国用户的投资理念



缺点：

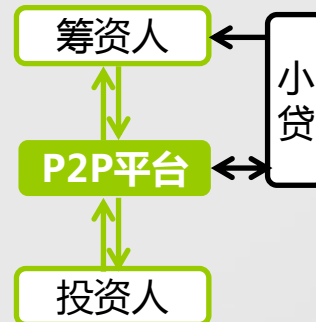
涉及关联方过多，如果P2P平台不够强势，则会失去定价权

典型案例：



平台模式：

引入小贷公司
的融资需求



优点：

成本小，见效快



缺点：

核心业务已经脱离金融范畴

典型案例：

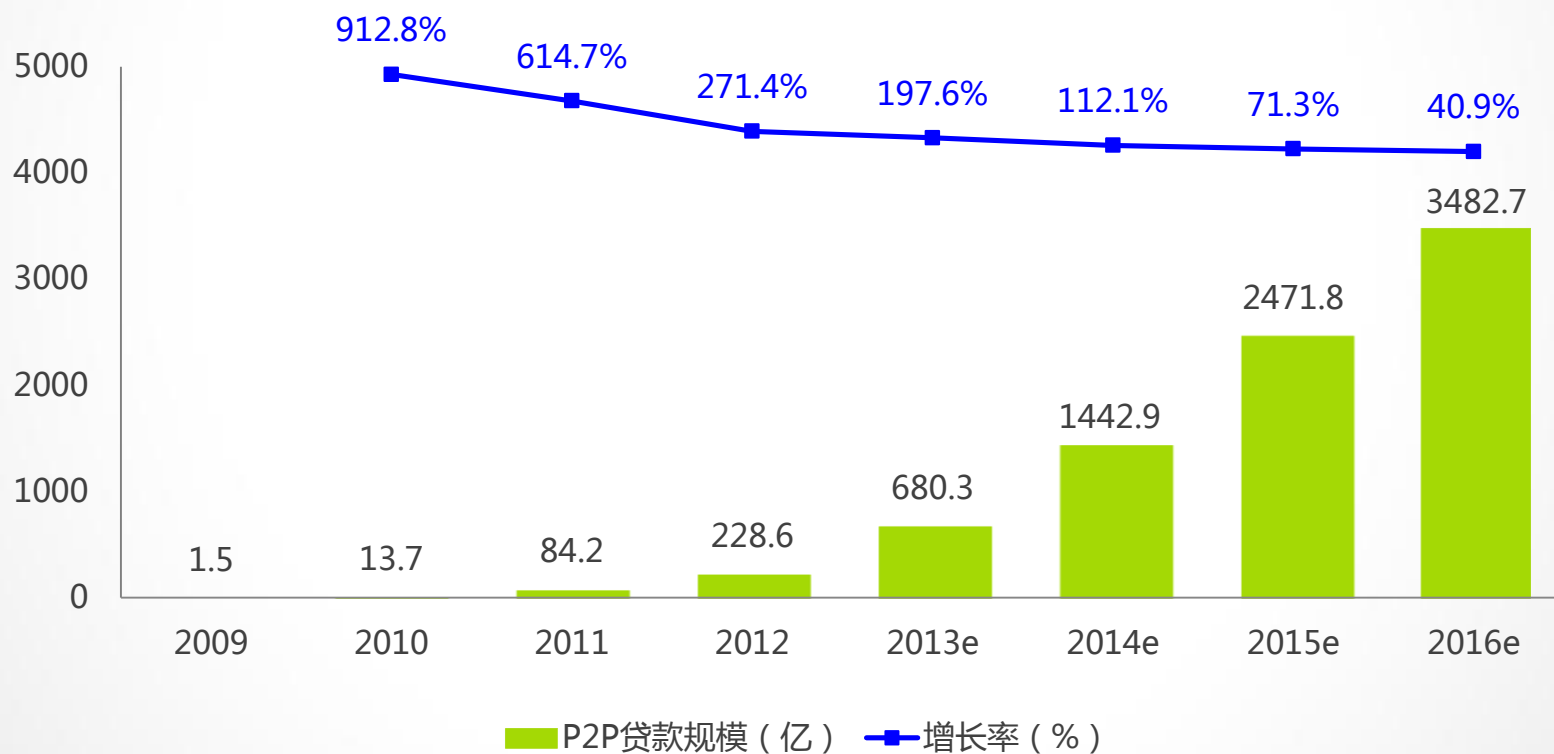


2012年中国P2P贷款交易规模228.6亿元

截至2012年，我国P2P贷款公司放贷规模达到228.6亿元，同比增长271.4%。

iResearch 预计，贷款规模未来两年内仍将保持200%左右的增速。

2009-2016年中国P2P贷款交易规模

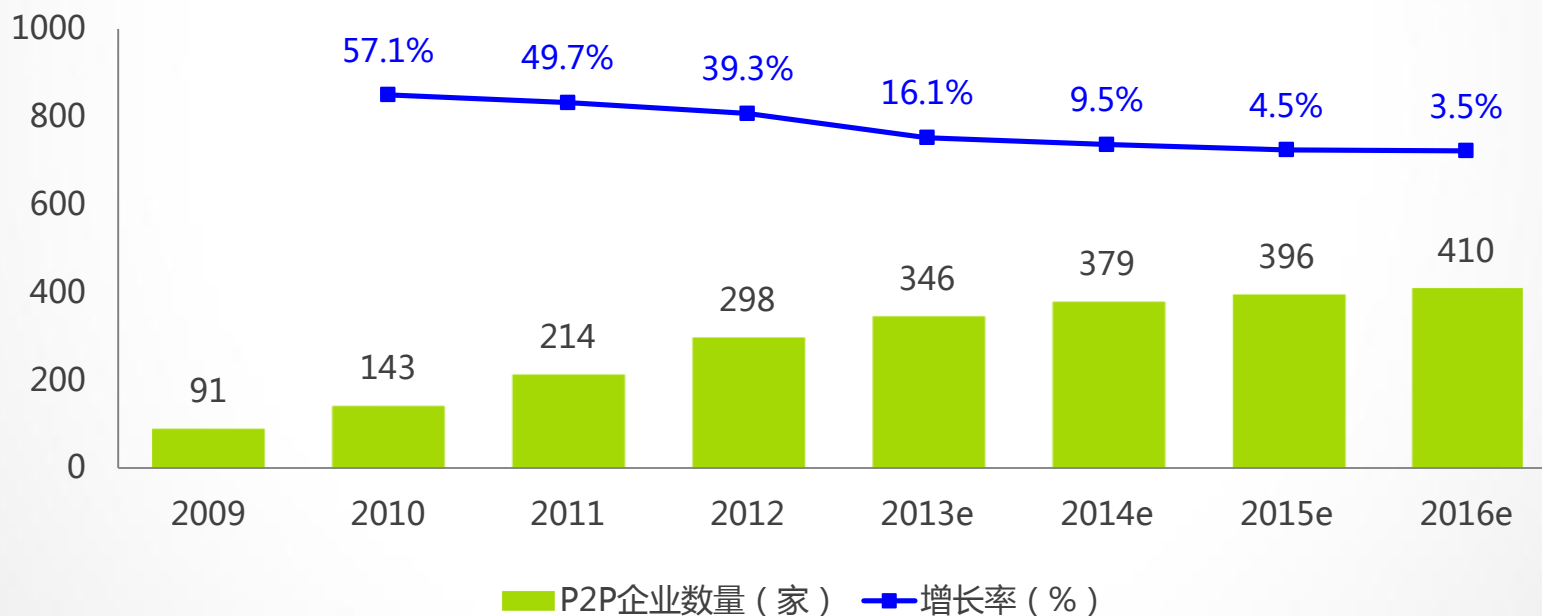


2012年中国P2P贷款公司数量298家

2012年中国P2P贷款公司将近300家，同比增长39.3%。

iResearch 分析认为，一方面，由于2012年P2P贷款行业已经暴露出风险，全行业面临洗牌，劣质的公司将被淘汰，并且新的进入者将会趋于谨慎，因此未来公司规模增速将进一步放缓；另一方面，未来P2P贷款行业或将面临政府加强监管，牌照发放等正规化进程，将导致全行业野蛮拓展的终结，这也会影响从业公司规模扩张。

2009-2016年中国P2P贷款公司数量





趋势一：法律监管

行业内将出现更多，针对布局地域、信贷模式、服务行业等不同维度的行业联盟以进行行业自律和规范。将形成“国家——行业联盟——企业自律”三级监管体系，并有可能颁发P2P贷款牌照。

趋势二：风险控制

P2P贷款公司将站在更加宏观的角度，控制平台内融资项目风险，评估坏账影响，并利用二次筹资等手段，弥补资金损失。

建立开放的风险数据库，使之具备开放性、兼容性和普适性。

一个健康良好的P2P贷款市场不但丰富了我国居民的投资理财方式，还极大程度的完善了我国信用体系。

趋势三：线上爆发

线上P2P贷款公司真正拥有核心竞争力，而线上线下结合的P2P贷款公司需要尽早建立只做线上业务的投融资平台。

互联网金融的发展机遇
P2P贷款的发展概况
众筹融资的发展概况
电商小贷的发展概况
虚拟货币的发展概况
互联网金融带来的变革

众筹融资（Crowdfunding）：利用网络良好的传播性，向网络投资人募集资金的金融模式。在募集资金的同时，达到宣传推广的效果。

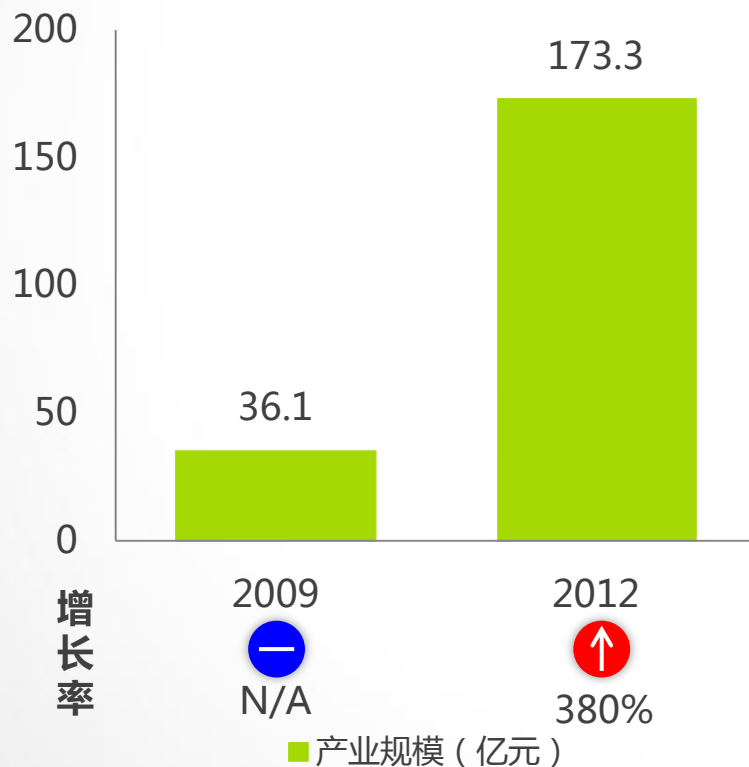


亚洲地区众筹严重落后

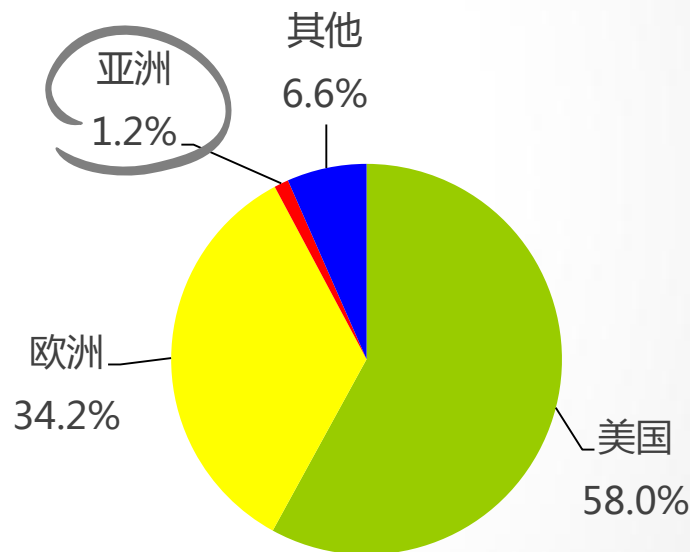
根据Massolution 数据显示，全球众筹融资产业规模从2009年的36.1亿元飙升至2012年的173亿元，3年增长380%。但是2012年亚洲地区仅占1.2%。

iResearch 分析认为，影响亚洲众筹发展的因素主要有：一方面，亚洲还没有出现有重要影响力的众筹平台，因此无法形成规模效应；另一方面，亚洲地区用户投资理念趋于保守，创新金融方式的接受能力较弱。

2009和2012年全球众筹融资产业规模



2012年众筹融资产业规模地域分布结构

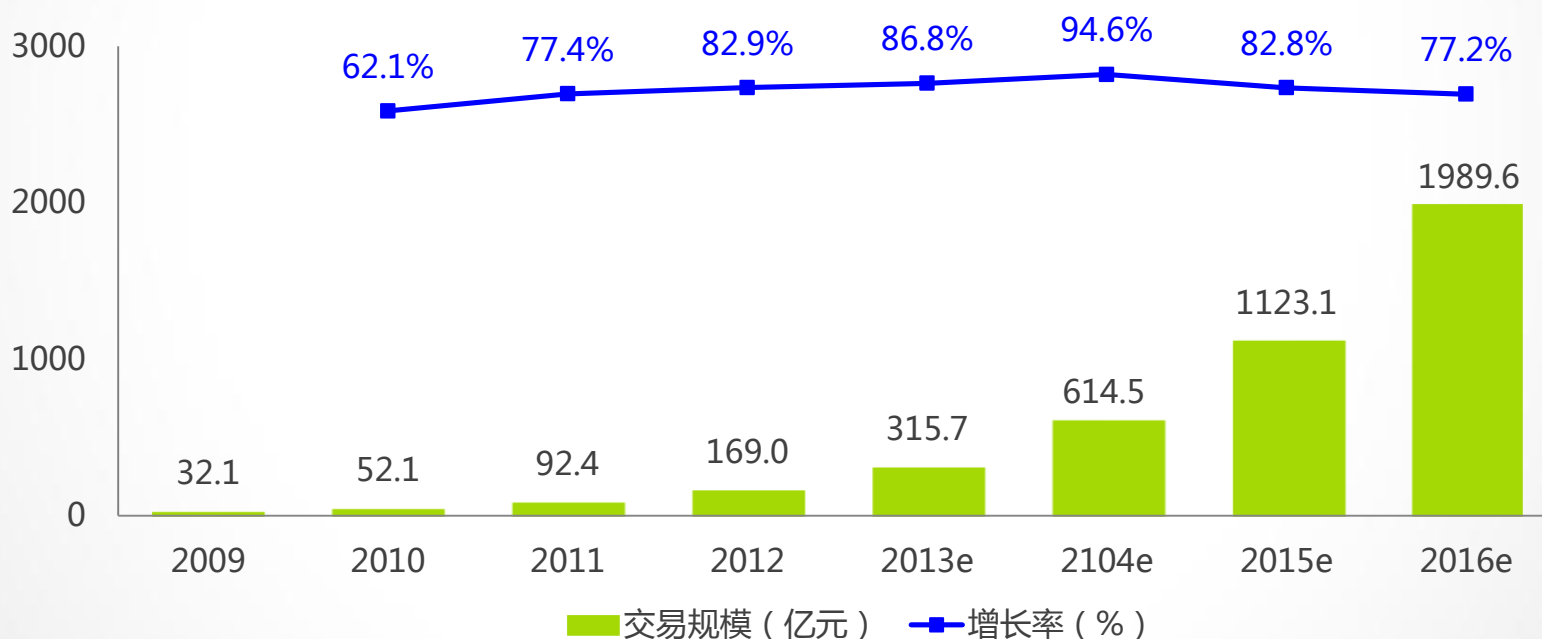


2012年全球众筹公司交易规模169亿元

根据Massolution 数据显示，2012年全球众筹融资交易规模达到168亿元，增长率为83%。

iResearch 分析认为，未来推动众筹融资交易规模增长的原因有以下两个方面：一方面，投资理念的成熟，经过4年的发展，用户对众筹融资理念接受度更强，促使更多用户进行众筹融资；另一方面，机构投资者的介入，随着众筹逐步正规化，以及平台内项目质量的提升，一些传统金融机构亦会进入寻找投资机会，这将为未来众筹融资交易规模的提升提供重要助力。

2009-2016年全球众筹融资交易规模及增长率

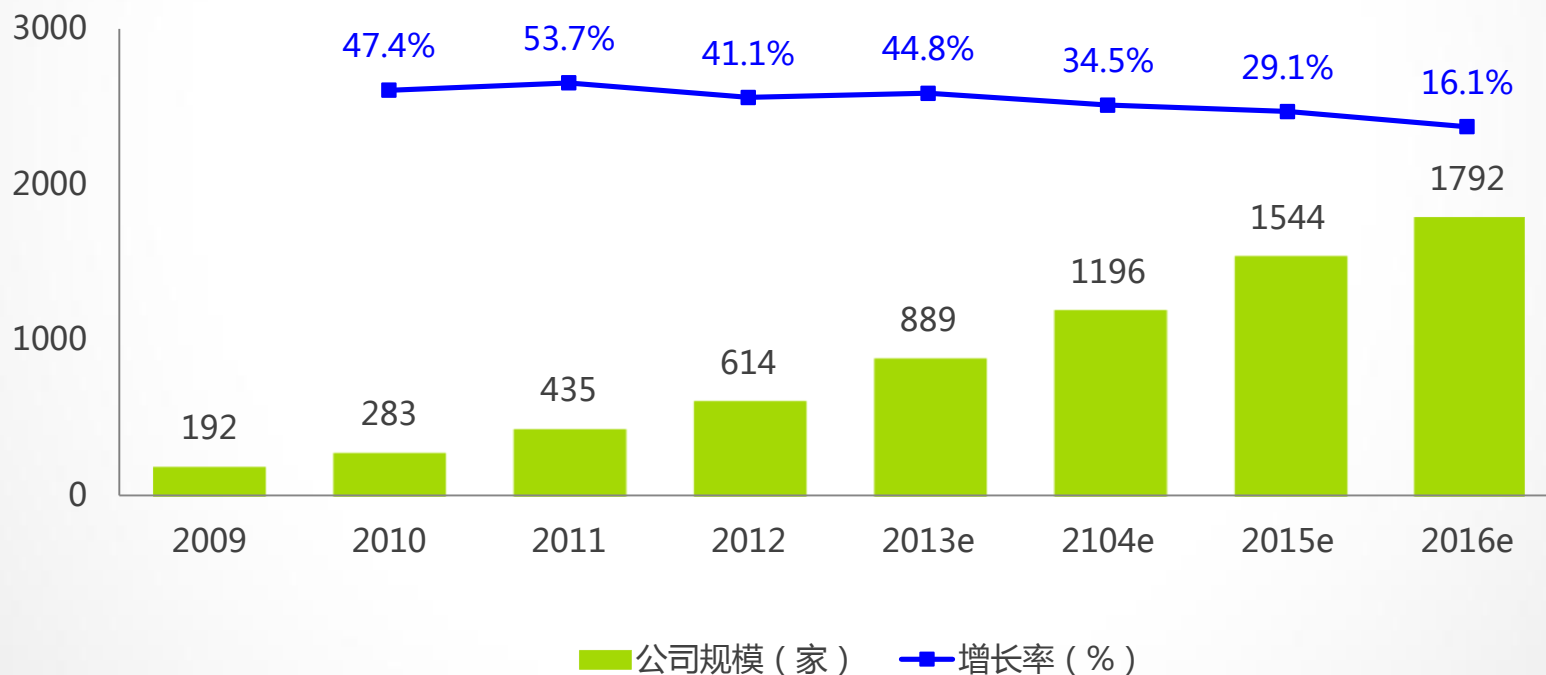


2012年全球众筹公司突破600家

根据Massolution 数据显示，2012年全球众筹融资公司规模超过600家，增长率为41%，预计未来依然会缓慢增长。

iResearch 分析认为，未来推动众筹融资公司规模增长的原因有以下两个方面：一方面，投资环境的成熟，随着众筹融资概念的进一步深入，用户需求的增多会催生更多众筹公司的创立；另一方面，完善的市场细分程度会提高，更多针对某一特定行业的专业性众筹融资平台将会涌现。

2009-2016年全球众筹融资公司规模及增长率

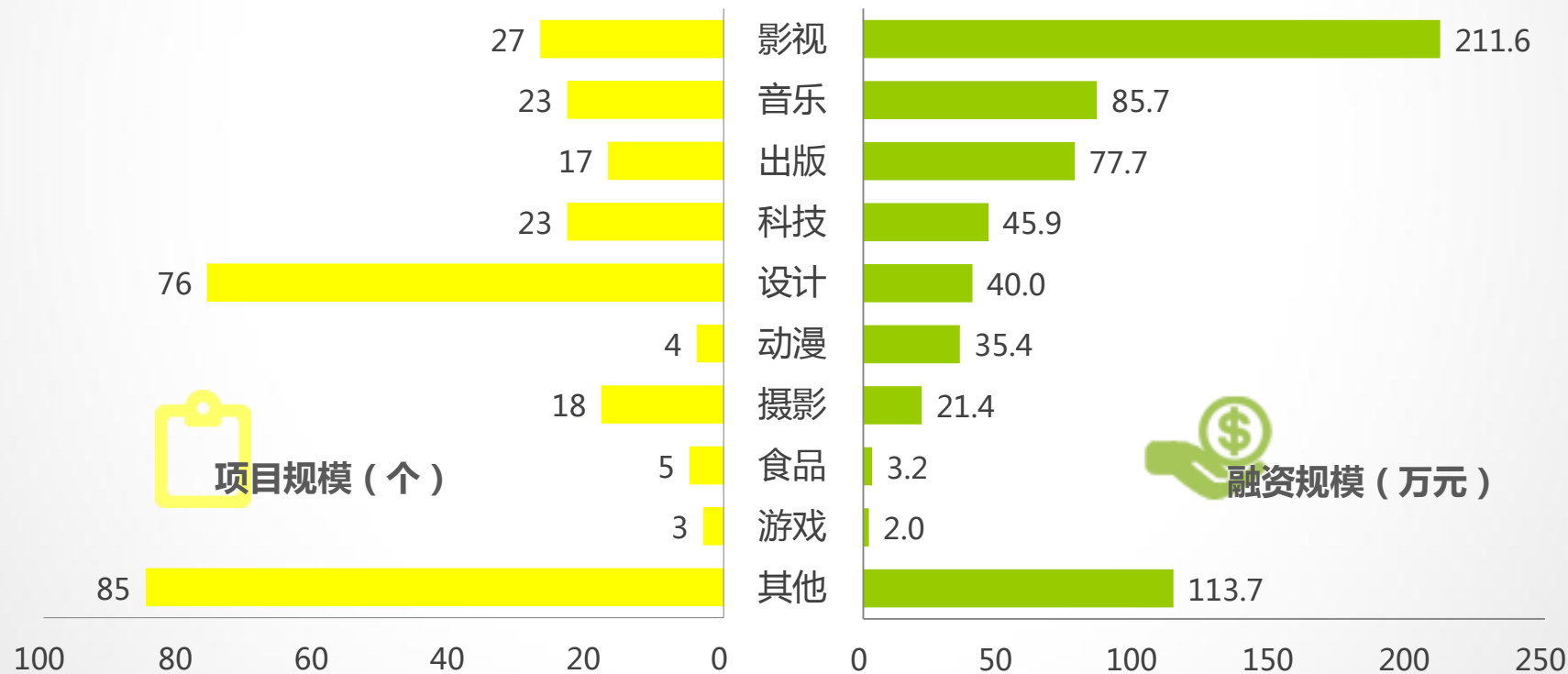


点名时间：影视类众筹项目融资规模最高

截止2012年7月，国内第一家众筹公司点名时间共成功完成项目281个，成功融资规模达到636.7万元。其中设计类项目规模最多76个；影视类项目虽然只有27个，但融资规模高达221.6万元。

iResearch 分析认为，影响亚洲众筹发展的因素主要有：一方面，亚洲还没有出现有重要影响力的众筹平台，因此无法形成规模效应；另一方面，亚洲地区用户投资理念趋于保守，创新金融方式的接受能力较弱。

截止2013年7月点名时间成功融资项目规模和融资规模



来源：点名时间官方网站，企业及专家访谈，根据艾瑞统计预测模型核算及预估数据。

众筹融资的模式演变

股权众筹

以股权作为投资标的物，进行融资。涉及大量线下审核过程，与传统风险投资差别不大。存在法律风险。



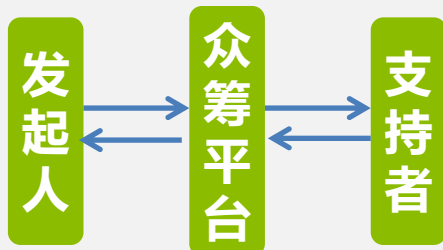
股权交易所

股权众筹的发展方向。交易非上市股权，形成自由市场。但政策风险很大。



项目众筹

最原始的众筹方式，团购加预购的结合。



债权众筹

因为债权的标准化程度高，因此项目众筹最简单的衍生模式。存在法律风险。



发展线下

发展线下

众筹融资的一般流程&费率



Step 1



Step 2



Step 3



Step 4



Step 5



项目众筹

项目发起人提出项目申请。

部分众筹网站允许项目发起人自行提出所需资金额度和筹资期限。



债权众筹

通常附带视频以及具体落地方法的项目最容易得到支持。



股权众筹

平台对所提交项目进行审核。

标准化程度较高、落地较容易的项目审核过程相对简单。

股权众筹的审核需要工作人员与项目发起人直接沟通，风险控制主要依赖于审核人的个人判断。

审核通过的项目在网站列出。

中国的众筹融资尚处起步阶段，因此多数项目发起人进行众筹融资的目的并不是获得资金，而是推广宣传。

而众筹平台也乐于吸纳这些不缺资金的项目，借助项目已有的影响力，提升自己平台价值。达到双赢。

在筹资期限内进行融资。

融资完成。

成功的项目，众筹公司会收取服务费。目前项目众筹和债权众筹免费。

股权众筹的收费方式是打包收费，并不针对某一服务收费，费率为0%~5%。



优势

iResearch 分析认为，众筹融资的优势主要体现在以下几个方面：

- 首先，**融资速度快**。对于项目细节完善，可落地性强，且创意俱佳的项目一旦发布，很容易得到项目支持者认可，融资效率远高于传统金融渠道；
- 其次，**增强参与感**。相对于传统金融方式来说，众筹模式更加透明，项目支持者能够亲身经历项目完成前的所有流程，增加对项目的认同感；
- 最后，**利于宣传推广**。由于项目支持者直接使用资金支持，因此缓解了“劣质粉丝”的不利情况。创意好的项目能够迅速借助支持者进行社交网络传播。



缺陷

iResearch 分析认为，众筹融资的缺陷主要体现在以下几个方面：

- 首先，**类似团购**。由于项目众筹不涉及资金回报问题，这样的模式闭环已经脱离了金融的范畴，更像是一种团购；
- 其次，**法律风险**。股权众筹、债权众筹面临巨大的法律风险，有非法集资的嫌疑，所以在中国法律体系完善之前，众筹融资的金融属性很难有所体现；
- 最后，**服务缺失**。一个项目从诞生到落地需要各个不同领域的支持和补足，尽管众筹可以帮助企业融资，但是融资之后企业仍然需要财务管理、企业运营、技术顾问等其他服务，这是众筹无法全部满足的。

法规

众筹融资法律法规逐步完善
立法原则将注重消费者保护
或颁发众筹融资牌照

垂直

市场结束跑马圈地的阶段
将按照不同行业进行细分
出现垂直众筹平台

线上

线上模式能最大作用的发
挥互联网的优势
线下活动减少



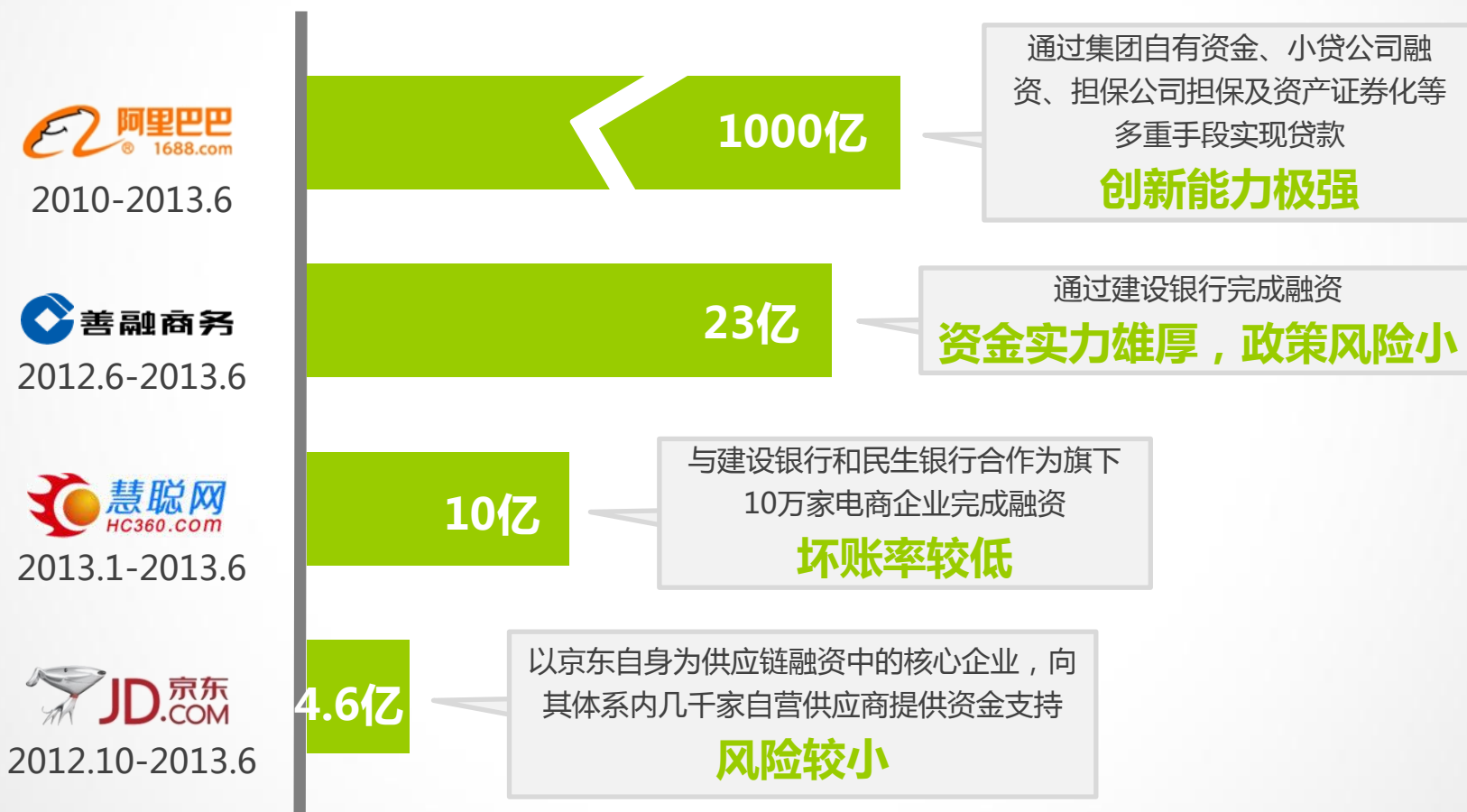
互联网金融的发展机遇
P2P贷款的发展概况
众筹融资的发展概况
电商小贷的发展概况
虚拟货币的发展概况
互联网金融带来的变革

电商小贷的模式演变



阿里小贷累积贷款规模最高

iResearch 预计2013年，中国电商小贷累计贷款规模将达到2300亿元。截止2013年上半年，全国主要电商平台中，阿里巴巴累计贷出1000亿元，善融商务23亿元，慧聪网10亿元。



电商小贷的一般流程&风险控制



一般流程



Step 1

商户提出贷款
申请



Step 2

平台审核商户
数据



Step 3

视频远程沟通
确认



Step 4

基于数据评估
资信



Step 5

电商平台发放
贷款



风险控制

贷 前

根据企业电子商务经营数据和第三方认证数据，辨析企业经营状况，反应企业偿债能力。

贷 中

通过电商自有数据分析平台实时监控商户的交易状况和现金流，为风险预警提供信息输入。

贷 后

通过互联网监控企业经营动态和行为，可能影响正常履约的行为将被预警，建立贷后监控和网络店铺关停机制。



共享平台事业群

主要负责技术、客服、资金结算、安全、财务

国际业务事业部

负责处理支付宝涉及的线下和跨境业务

国内事业群

负责商户、B2B、无限航旅及农村业务

创新金融事业群

目前负责所有金融事务，设计担保、信用和小贷等



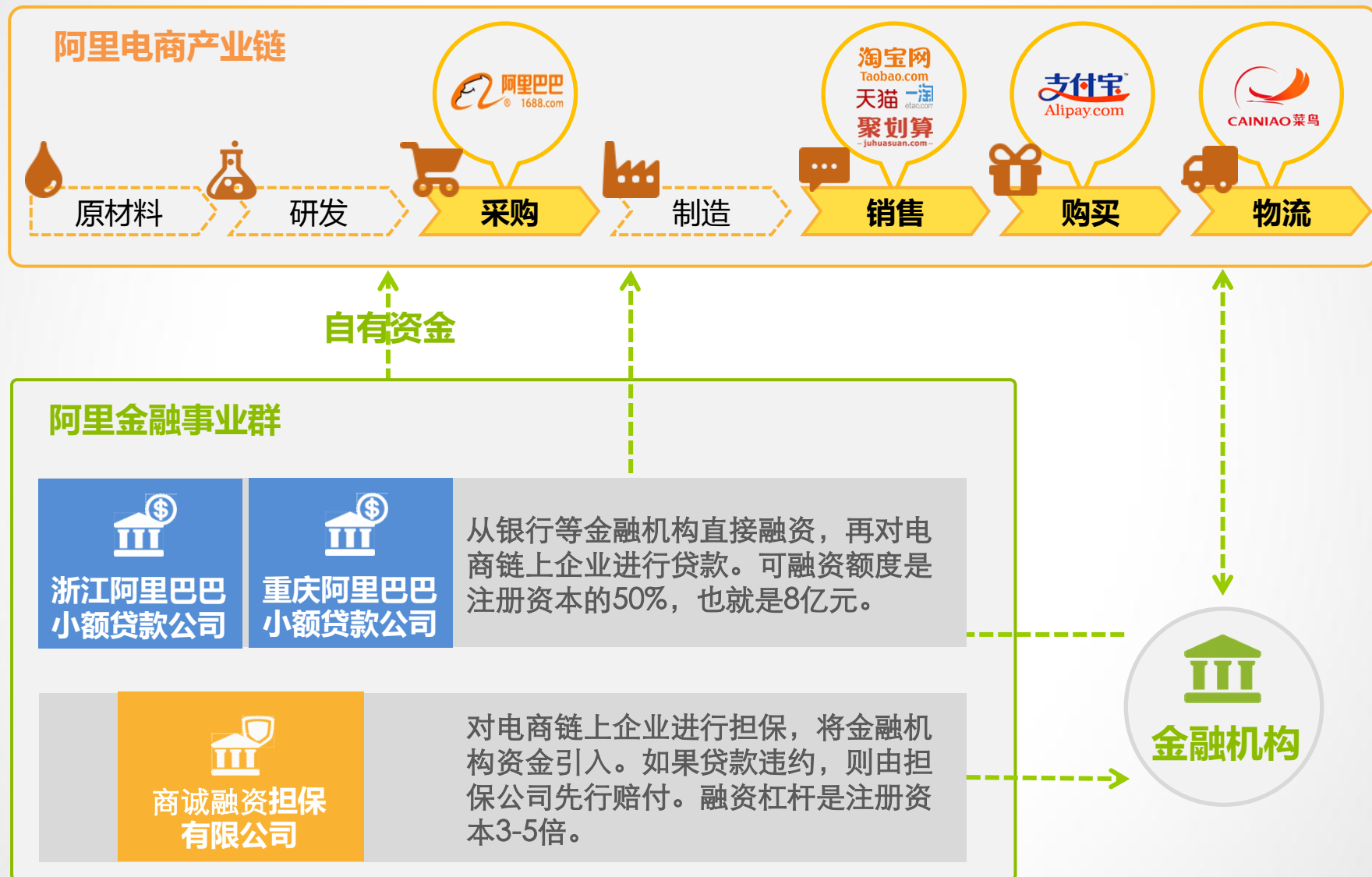
	阿里小贷	淘宝小贷	
		订单贷	信用贷
额度上限	300万	100万	100万
期限上限	一年	30天	一年
贷款利率	按月等额本息还款，1.5%/月	日息0.05%	日息0.05%
还款方式	提前5天通知 支付宝自动扣款	系统自动还款	按月付息 到期还本

重庆阿里巴巴小额贷款公司

浙江阿里巴巴小额贷款公司

深圳市一达通企业服务有限公司

商诚融资担保有限公司



互联网金融的发展机遇
P2P贷款的发展概况
众筹融资的发展概况
电商小贷的发展概况
虚拟货币的发展概况
互联网金融带来的变革

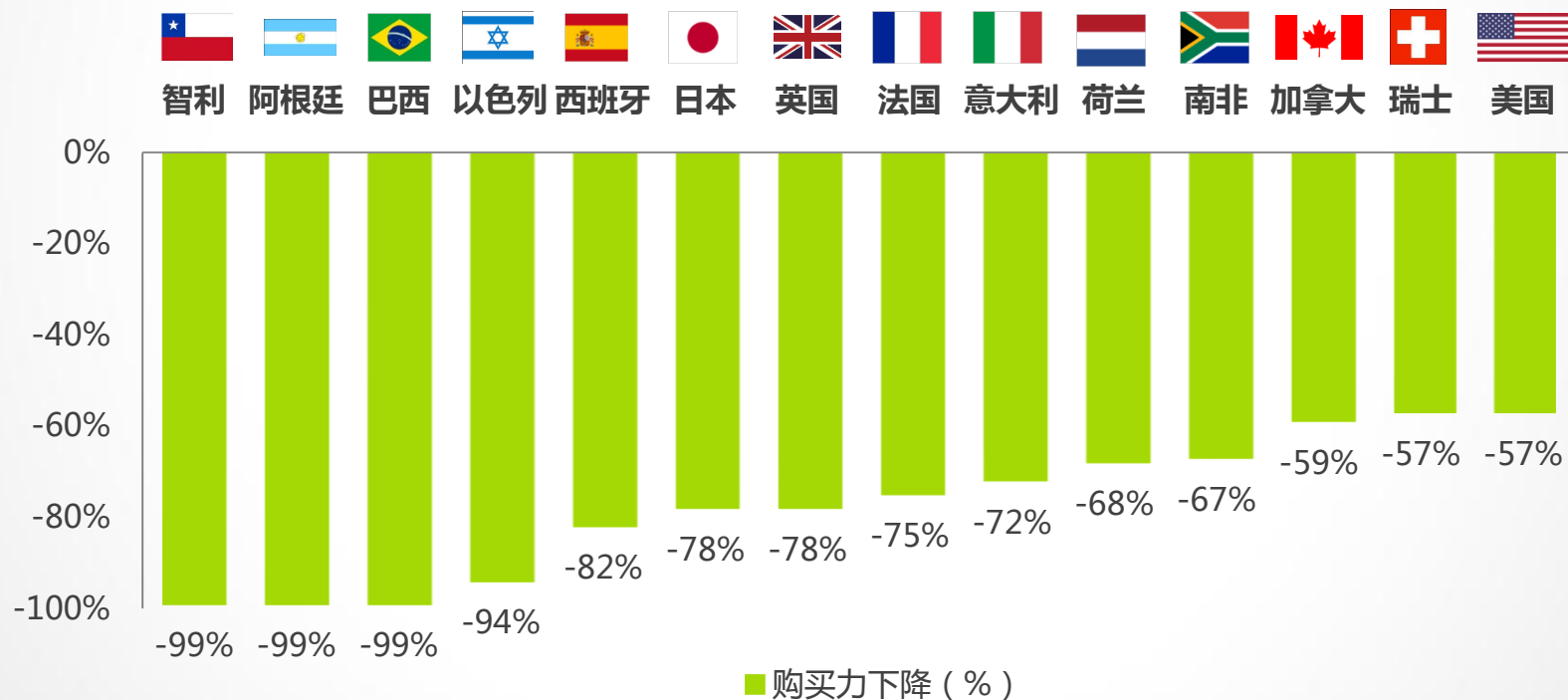
虚拟货币：广义上讲一切非实体的货币都是虚拟货币。随着数字技术的发展，电子货币的出现极大的提升了虚拟货币的重要性以及应用价值。



通货膨胀刺激虚拟货币的需求

iResearch 分析认为，全球用户对虚拟货币需求提升的原因在于：纵观历史，任何一种货币体系都没能阻挡通货膨胀对社会购买力以及金融系统的毁灭性打击，其主要原因在于货币管理当局对货币价值的操纵。而虚拟货币的出现，将竞争机制引入货币体系，这就迫使各国货币管理当局无法任意操纵货币价值，从根源上缓解了通货膨胀发生的人为因素。

1950-1975年世界各国购买力下降情况



iResearch 分析认为，除了电子货币之外，虚拟货币并不由国家发行，这极大的促进了货币的非国家化进程，改变了单一货币流通的现状，将竞争机制引入货币体系。这对于虚拟货币的发展产生了以下两方面影响。



货币信用

无国家信用支撑

由于虚拟货币的发行机构是私人企业或根本没有发行机构，因此也不具备国家信用，这对用户广泛的接受和使用造成障碍。



稳定性

维持货币稳定

因为失去了国家信用，所以一种虚拟货币能否被广泛接受完全取决于其购买力的稳定性，波动过大的虚拟货币将失去竞争优势。

虚拟货币的分类

iResearch 分析认为，按照现行虚拟货币的发展情况，可以按照其重要性将全部虚拟货币分成三类：次级货币、商品货币和道具货币。



概念定义



获取方式



典型代表



次级货币

没有正式货币地位，但却可以参与正常经济生活的虚拟货币

电子挖掘获得，或与真实货币进行双向兑换

比特币
耐特币
Ripple币



商品货币

通过购买获得的虚拟货币，用以在发行方平台内部使用

类似点卡，只可用真实货币购买，很难反向兑回

Q币
亚马逊币
各类游戏平台点卡
手机充值卡



道具货币

没有实际货币意义的道具、积分或产品，用以增加用户粘性

通过购买，或用户在平台内的使用行为获得，几乎无法兑回

游戏货币，如：金币
论坛积分
商场积分

三类虚拟货币在货币职能方面的对比

		 次级货币	 商品货币	 道具货币
交换媒介		已经形成了自己的交换市场，并可与常规货币兑换	只限于发行方体系内交换，与常规货币单向兑换，无法兑回	只限于少量特定物品之间的交换，很难与常规货币兑换
价值尺度		未对实体经济形成实际影响	无价值尺度作用，或以其兑换货币的价值尺度等价	只在特点范围内发挥作用
支付手段		少量实体商家接受次级货币支付	仅限于发行方内部产品的支付结算，很难向外渗透	仅限于发行方内部产品或奖励使用，很难向外渗透
价值储藏		少部分人储藏价值的选择	只以商品的形式储藏	无价值储藏作用
世界货币		可在世界范围内通用，但影响力较弱	不通用	不通用

比特币：文明的第一步



名称： 比特币 Bitcoin

符号： ₿

国际流通： 除泰国以外的所有国家

通货膨胀： 限定发行数量2100万枚，
不存在通货膨胀问题

基本单位： 1比特币=100 比特分
=1000 毫比特
=1000000 微比特
=100000000 聪

发行机构： 无，完全通过P2P网络完成
流通和管理

官方网站： www.bitcoin.org

1982年： David Chaum最早提出了不可追踪的密码学网络支付系统，后将其扩展为密码学匿名现金系统。

2008年： 中本聪发表论文，构建了电子现金系统。次年开创比特币P2P开源用户群节点和散列函数系统，比特币诞生。

2010年： 比特币用于实体交易。次年，世界各地非营利性组织开始接受比特币捐赠，同时小型企业接受比特币结算。

2012年： 全球1000家企业接受比特币结算，同时比特币超越国际支付系统封锁，帮助肯尼亚、海地和古巴被封锁地区互联网用户购买服务。

2013年： 各地慈善机构接受比特币捐赠；比特币带热挖矿机，托管等周边产业；泰国封杀比特币；德国承认比特币是一种“货币资产”。

- 比特币的获取过程俗称**挖矿**。
- 每一个挖矿的节点会形成一个**数据块**，数据块中所储存的数据是通过散列运算将任意长度的数据，变成固定长度的数据串，这个数据串被称为**哈希值**。
- 通过计算获得的哈希值有可能是已有的交易信息，也有可能是新的比特币。如果确认为是新比特币，即宣告挖矿成功。

获取

- 比特币储存的地方被称作**地址**。
- 每一个比特币地址大约33位长，由字母和数字构成的一串字符，总是由1或者3开头。比特币软件可以自动生成地址，生成地址时也不需要联网交换信息，可以离线进行。

储存

交易

- 收款方**新建**一个地址用以接受比特币，付款方提出一个交易申请。
- 付款方使用收款方的**私钥**对该申请签名，以保证其他地址无法获取这一组比特币。

安全

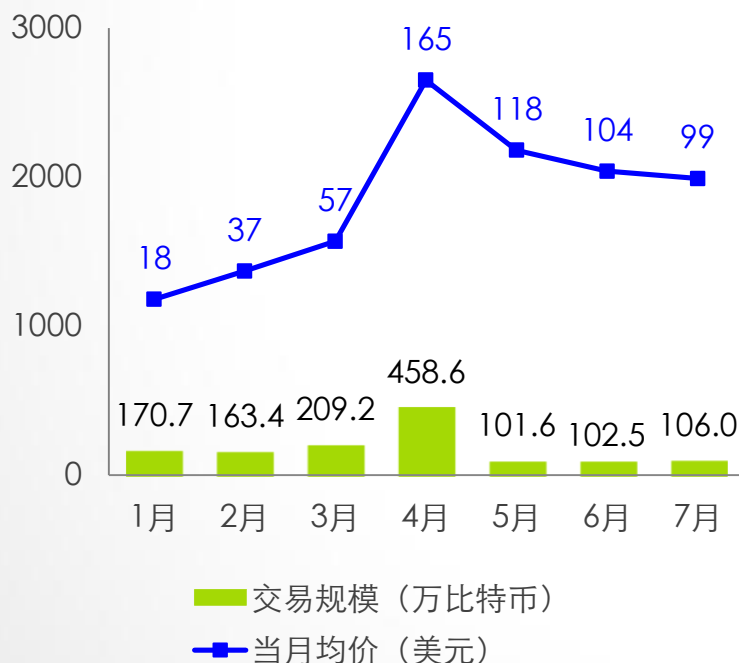
- 当一笔交易申请提出后，比特币的交易数据被打包到一个数据块并向整个网络**广播**。一旦另外6个数据块确认这笔交易，此交易便不可逆转。
- 由于任何一个节点的数据块都可以确认已有的交易，因此如果想用非法手段更改交易信息，或劫获比特币就需要对所有节点的数据进行修改，这是不可能完成的任务，所以保证了交易的安全性

比特币：交易规模&节点分布

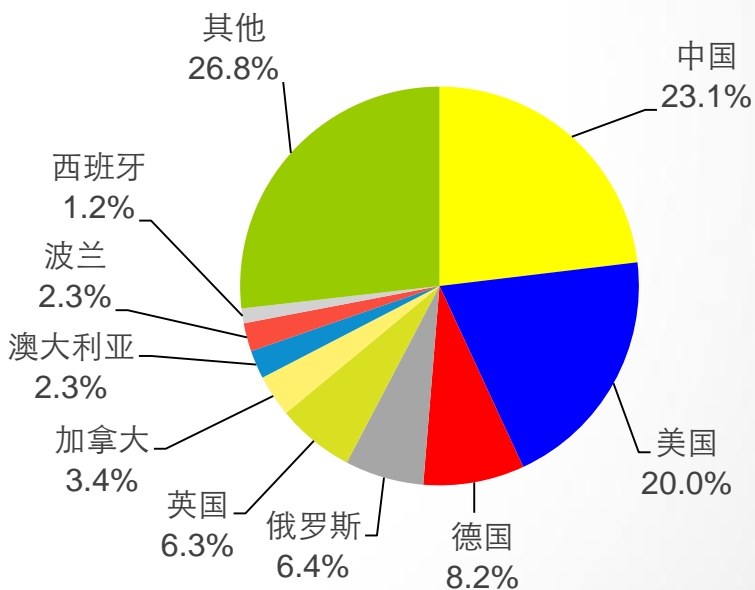
2013年1-7月，Mt.Gox比特币交易平台，比特币交易规模高达1311.9万比特币，其中随着4月比特币创造266美元的新高，交易规模猛增到458.6万比特币，但5月比特币走势平稳，因此交易规模又汇付到100万比特币的平均水平。

截止2013年上半年，全球比特币挖矿节点，中国占比23.1%，美国20%，遥遥领先于其他国家。欧洲地区，德国占比8.2%，俄罗斯6.4%，英国6.3%，其余地区均未超过4%。

2013年1-7月比特币价格走势
及交易规模



截止2013上半年全球比特币节点分布



分析认为，比特币的缺陷主要存在于以下三个方面：



价值 不确定性

虽然比特币是货币体系改革的重要尝试，但其依然没有和实体经济挂钩，因此其价值难以衡量，存在极大不确定性。



过度投机

目前存在大量的投机资金对价格进行炒作。这使周边产业火爆异常，如挖矿机、挖矿托管等。但是大量投机资金一旦清盘，不但比特币价值暴跌，周边产业的泡沫也将破裂。



法律地位 不明

由于比特币直接挑战全球现行的货币体系，因此政府出于国家安全的角度，势必会对其进行打压，但这并非良策。随着虚拟货币的逐步成熟，法律地位问题有可能妥善解决。



Litecoin

中文名耐特币。其使用方式依然基于比特币协议，相比比特币拥有更快的交易确认流程。

系统内可开采总量8400枚，目前已有20%被开采出来。预计世面流通总价约为5000万美元。

OpenCoin

Ripple

既是支付网络，又是虚拟货币。基于OpenCoin公司开发的协议运行。现已有风投投资该公司。

已有1000亿个Ripple币被开采，其中大部分被OpenCoin公司持有，预计未来将向市场投入500亿枚Ripple币。

N/A

Freicoin

同样基于比特币协议运行，但目前处于早期阶段。

系统内可开采总量1亿枚，目前已开采20%，Freicoin网络中同时在线的用户总数约为100人。

amazon

Amazon
Coins

亚马逊自己开发的虚拟货币，用于Kindle Fire平台、应用商店和网购。

亚马逊此举主要为刺激用户在其数字商店中购买应用程序，进而增加对Android开发者的吸引力。目前100亚马逊笔约等于1美元。

互联网金融的发展机遇

P2P贷款的发展概况

众筹融资的发展概况

电商小贷的发展概况

虚拟货币的发展概况

互联网金融带来的变革

分析认为，互联网金融对生活的冲击主要反映在以下三个方面：



新需求增多

互联网生态覆盖了制造商、分销商、电商平台、物流和最终消费者等多个产业链节点。这一庞大的体系对于金融服务的需求也迅速提升，为传统金融机构提供了新的利润增长点。



提高效率

传统金融服务业主要依托于人员布局及线下物理网点进行业务拓展和客户服务。电子化手段极大的提升了金融业务的服务效率，降低了传统金融机构的成本，优化了用户的体验。



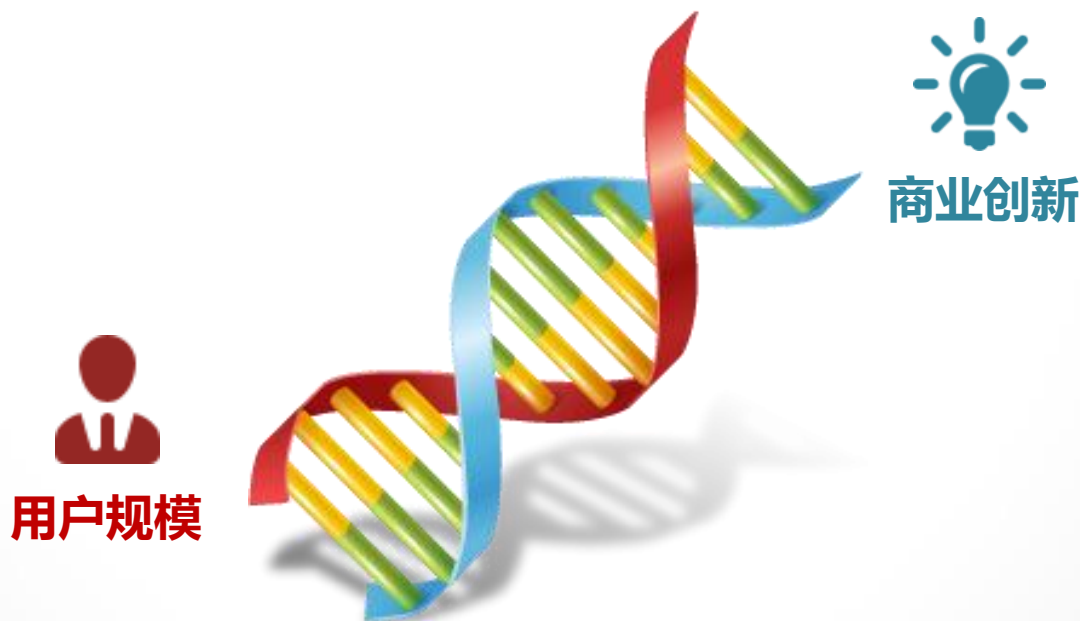
跨界竞争

互联网金融的出现使旧有的市场格局发生了剧变，不断衍生出的金融服务模式，正在蚕食传统金融机构的原有市场。未来传统金融机构面临的重大危险并非来源于业内而在业外。

趋势一：用户规模与商业创新的互相促进

iResearch 分析认为，互联网行业发展至今已经形成了一套以用户规模为基础的独特商业文化，能够在最短的时间内，积累用户规模的企业，就能够掌握市场主动权。在这种商业文化中，用户的价值得到了空前的提高，这造成了用户规模与商业模式创新之间的互相促进。

在企业创立之初，一种能够有效满足用户需求的创新商业模式必然能够吸引到最大规模的用户。在此之后，由于竞争对手的进入和用户需求的进一步挖掘，迫使企业必须继续专注于商业模式的创新，进而形成了双向促进，螺旋式上升。



趋势二：服务及定价更加市场化

iResearch 分析认为，过去用户只能被动的接受金融机构提供的一切服务，没有选择权，而现在互联网蕴含的大量信息缓解了过去用户与金融机构之间的信息不对称问题。不但让用户有了更多选择，更加了解市场，而且深刻的改变了以往的用户习惯。

在互联网背景下，用户在产生金融服务需求后，会先选择自行在网上收集信息，而后才会去找相应的金融机构咨询，主动权的变化使得未来金融机构必须改变思路，将现有的金融产品拆分成多个元素，让用户自行选择需要的元素，以满足其需求，并且价格必须更加公开透明。



趋势三：信用数据成为企业重要资产

iResearch 分析认为，目前我国信用数据分布在不同的机构手上，并没有统一的机构将其进行整合，导致企业所承担的风险和其所能获得收益并不匹配，优势资源分布极不平均。

未来随着互联网金融对用户数据的进一步整合，全社会的数据壁垒有望打破，形成统一信用环境，使用户可以得到更好的服务。这也使得用户的信用数据，成为未来互联网金融企业的核心竞争力。



趋势四：传统金融与互联网的联系更加紧密

效率的提高，影响力的扩大，使相对保守的金融行业意识到，互联网已经成了促进企业发展的重要助力，未来传统金融与互联网的联系会更加紧密。

iResearch 分析认为，互联网金融正在构建一个更加和谐，更加美好的金融环境，能够在新环境里得到良好发展的企业，必然要做到以下五点：



利用数字技术实现自动投融资
需求对接，降低人工成本



注重个性化、定制化的金融服务，
注重长尾效应



提供金融服务的方案更清晰更
透明



最大程度简化用户操作



降低用户参与资金门槛



P2P贷款 投资人通过互联网平台，将资金贷给其他有借款需求的人。

众筹融资 利用网络良好的传播性，向网络投资人募集资金的金融模式。

电商小贷 利用平台积累的企业数据及贷款企业上下游产业链关系，完成小额贷款需求的信用审核并放贷。

虚拟货币 广义上讲一切非实体的货币都是虚拟货币。本报告所指虚拟货币是以比特币为代表的，无国家信用支持的数字货币。

国家信用 是以国家为主体进行的一种信用活动。

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等研究方法，并结合了艾瑞自有的 数据监测系统。

- 通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面数据。
- 桌面研究，对部分公开信息进行比较，参考用户调研数据，最终获得行业规模的数据。
- 结合艾瑞咨询网络广告监测系统iAdTracker和网民网络行为连续性研究系统iUserTracker分析
- 艾瑞获得一些公开信息的渠道：
 - ✓ 政府数据与信息
 - ✓ 相关的经济数据
 - ✓ 行业公开信息
 - ✓ 企业年报、季报
 - ✓ 行业资深专家公开发表的观点

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作，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。没有经过本公司书面许可，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。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

公司服务介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

相信互联网的力量！

