

# 艾媒报告|2019中国 3.15消费者权益调查报告 消费金融行业篇

新消费

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 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
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



# 目录

1

2019中国消费金融行业发展概况

2

2019中国消费金融行业负面舆情盘点

3

2019中国消费金融行业消费者消费模式

4

2019中国消费金融行业舆情观点总结

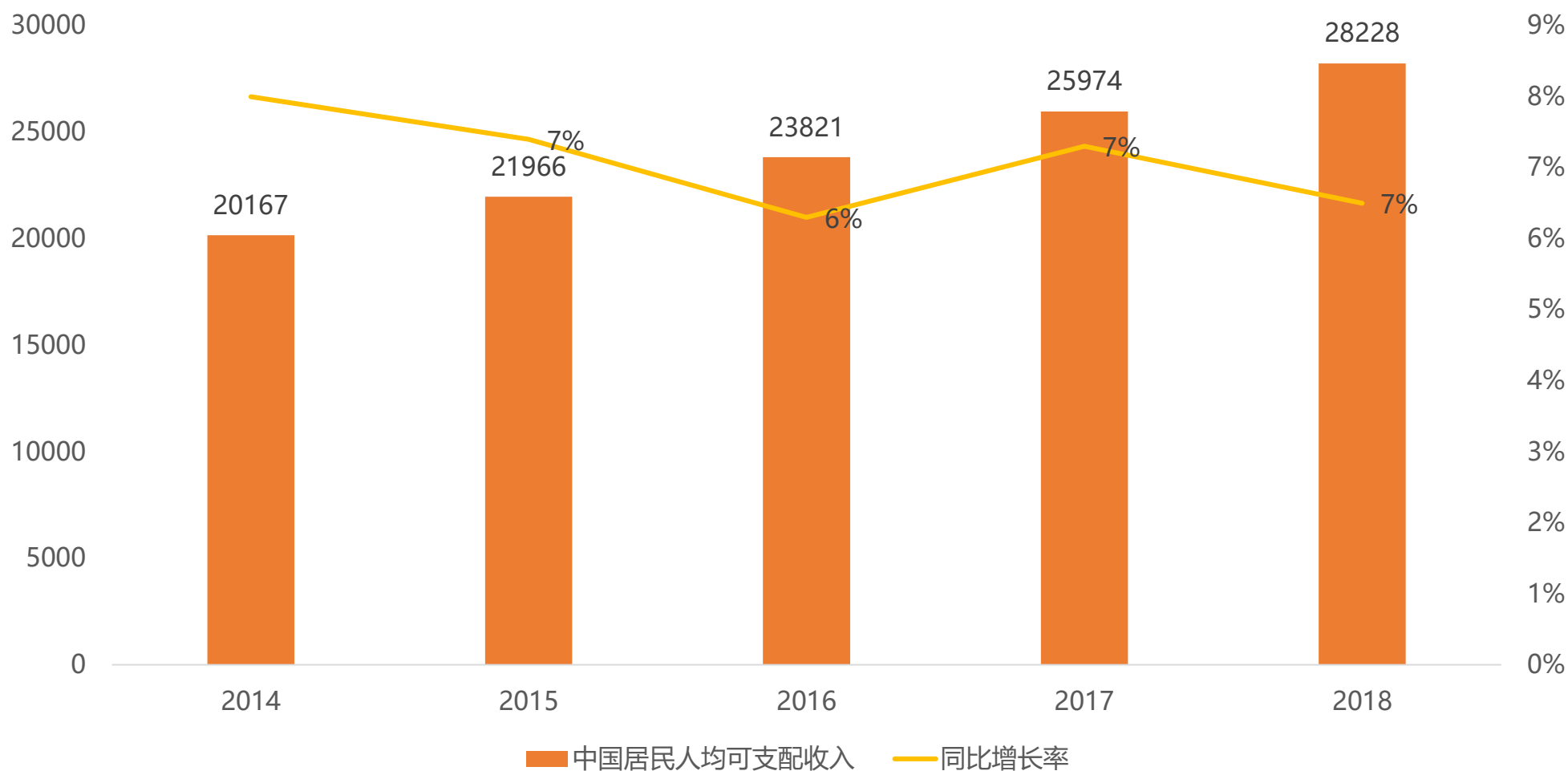
01

## 2019中国消费金融行业发展概况

# 2019中国居民可支配收入上升，消费能力增强

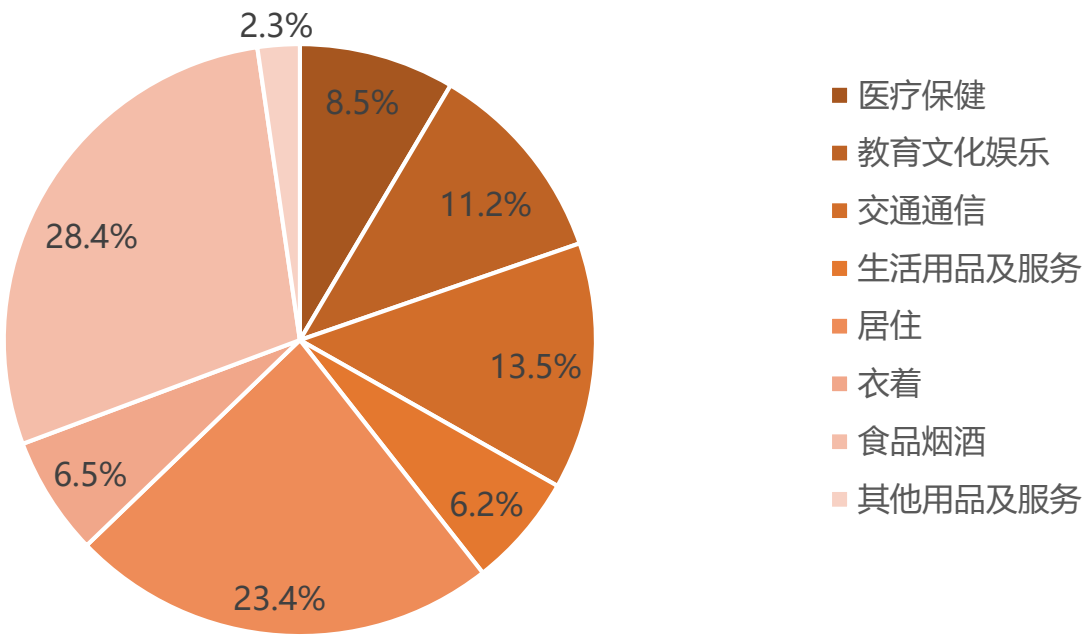
图1-1 2014-2018中国居民人均可支配收入及增速

单位：元



数据来源：国家统计局，iiMedia Research (艾媒咨询)

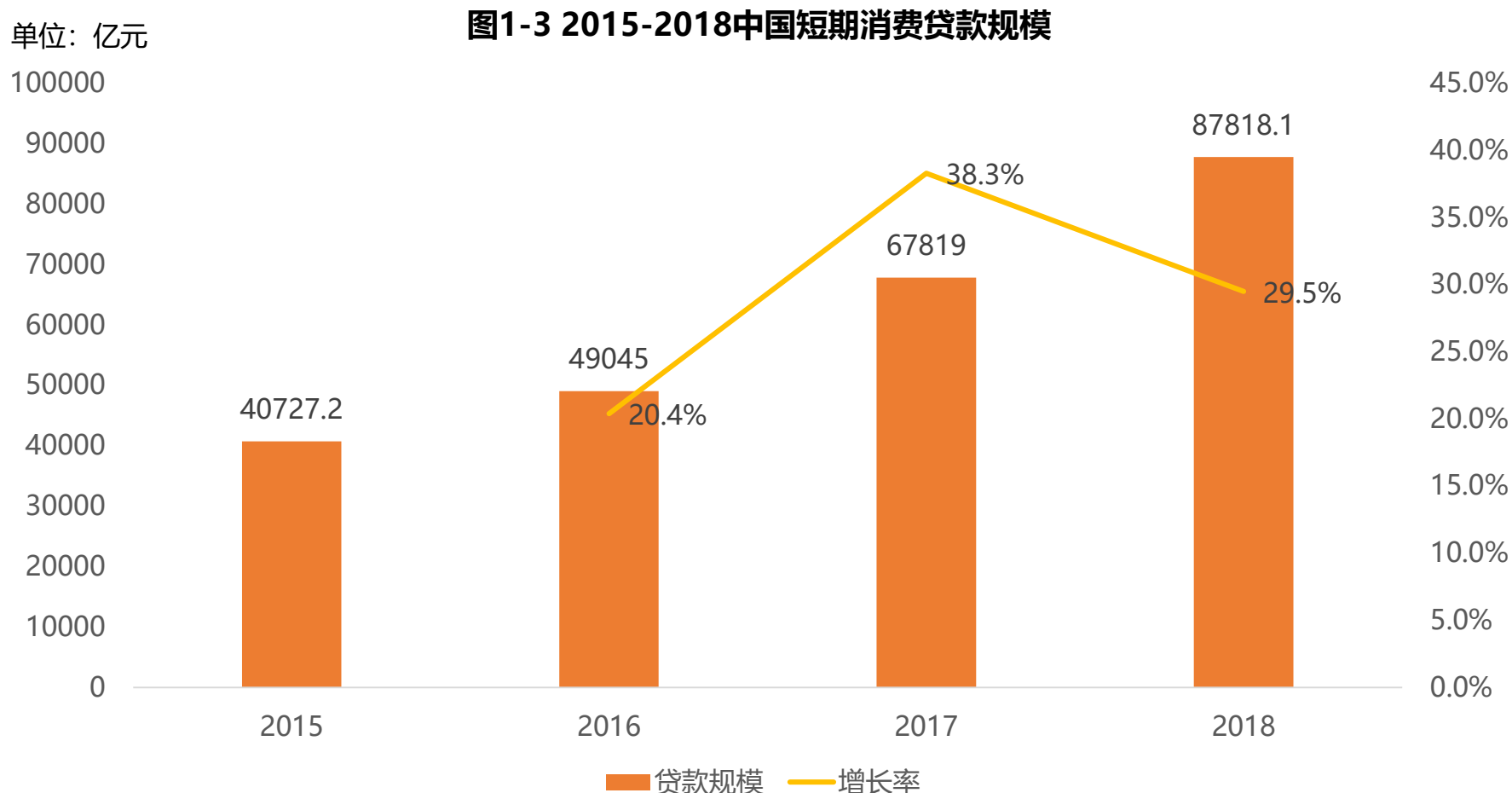
图1-2 2018年中国居民人均消费支出及构成



数据来源：国家统计局，iiMedia Research（艾媒咨询）

# 中国消费金融行业处于高速发展阶段

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，从2015年至2018年中国短期消费贷款规模（该数据不包括房贷）不断上涨，以2017年短期消费贷款的增长率最高，高达38.3%。2018年，中国短期消费贷款的增幅有所下降。



数据来源：中国人民银行，iiMedia Research（艾媒咨询）

## 消费金融的广义与狭义之分



### 广义消费金融

广义消费金融指的是向各阶层消费者提供消费贷款的现代金融服务方式。严格意义上来说，信用卡也属于消费金融的一部分，授信主体为各个银行的信用卡中心，服务提供方为银行金融机构。



### 狭义消费金融

狭义消费金融指经中国银监会批准，在中华人民共和国境内设立，不吸收公众存款，以小额、分散为原则，为中国境内居民提供以消费为目的的贷款。服务范围包括个人耐用品消费贷款和一般用途的个人消费贷款，不涉及房地产和汽车贷款。



# 消费金融的模式

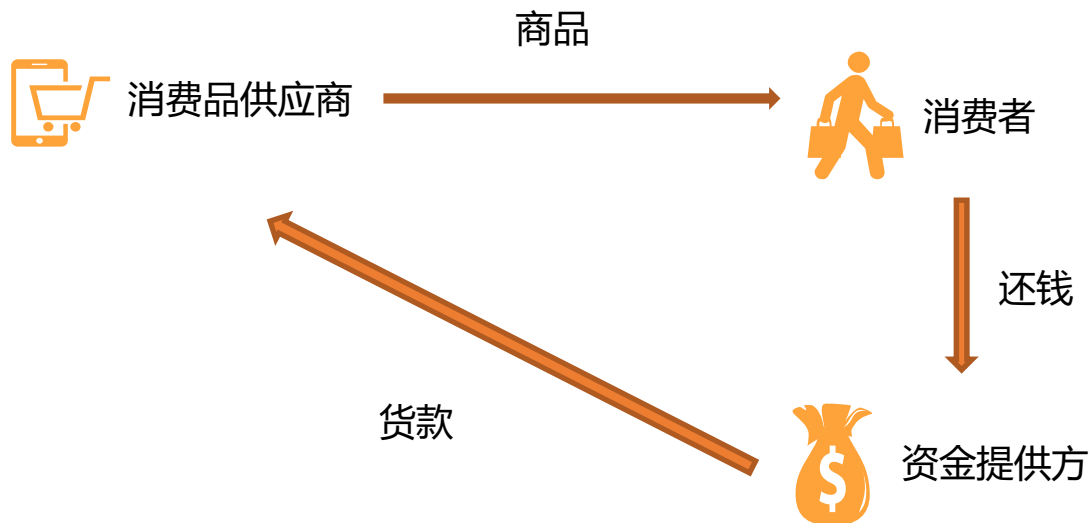
## 直接借款式

资金提供方直接借钱给消费者，消费者再从消费品提供商处购买商品，未来将钱直接还给资金提供方。



## 受托支付式

消费者在购买商品时，资金提供方直接代替消费者向产品提供商支付货款，消费者再选择不同方式向资金提供方还钱。



艾媒研究院自主绘制

# 2019年中国消费金融行业图谱

## 2019年中国消费金融行业图谱

### 商业银行

ICBC 中国工商银行



### 电商消费金融平台



分期乐

### 消费金融公司

海尔消费金融  
海·尔·金·控·成·员

马上消费金融  
www.msxf.com



### 网贷平台

小赢网金

人人贷  
renrendai.com

宜人贷  
宜信旗下P2P网贷平台

拍拍贷  
ppdai.com

注：未穷尽所有企业，LOGO露出不涉及排名

艾媒研究院自主研究及绘制

# 中国消费金融行业发展动态：监管趋严

## 校园贷、现金贷业务整顿

2017年6月银监会、教育部、人力资源社会保障部联合发布《关于进一步加强校园贷规范管理工作的通知》，2017年12月互联网金融风险专项整治工作领导小组联合网贷风险专项整治工作领导小组发布《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》，对校园贷、现金贷相关业务进行清理整改。

## 金融监管统计

2018年4月9日国务院办公厅印发《关于全面推进金融业综合统计工作的意见》，明确提出建立地方金融管理部门监管的地方金融组织和互联网金融机构统计，全面覆盖金融机构，纳入监管统计监测范围。

## 金融市场乱象治理

中国银保监会召开2019年银行业和保险业监督管理工作会议，明确提出要持续治理金融市场乱象，遏制违法违规经营行为，打击非法金融活动，推进互联网金融和网络借贷风险专项整治。

# 中国消费金融行业发展动态：处罚不断

## 多家持牌消费金融机构被罚

### 海尔消费金融

2018年1月10日，中国人民银行青岛市中心支行公布海尔消费金融有限公司因违反《中华人民共和国消费者权益保护法》中关于消费者权益保护的相关规定，被罚款10万元。

### 中银消费金融

2018年5月25日，中国银行业监督管理委员会上海监管局公布中银消费金融有限公司因2016年7月份办理部分贷款时，存在以贷收费的行为，依据《金融违法行为处罚办法》对其警告并处罚款合计人民币138.68万元。

### 北银消费金融

2018年8月7日人民银行营业管理部公布北银消费金融有限公司因违反《征信管理条例》，处以人民币30万元罚款，1名相关责任人被处以人民币4万元罚款。

# 中国消费金融行业发展动态：投诉重灾区

2018年中国消费金融行业成消费者投诉的重灾区， iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示， 2018年仅21CN聚投诉平台消费者有效投诉量达31.5万件， 其中， 互联网消费金融行业的有效投诉量达21.0万件。

图1-4 2018年中国消费者投诉情况（万件）



表1-1 2018年中国消费者重点行业投诉TOP5

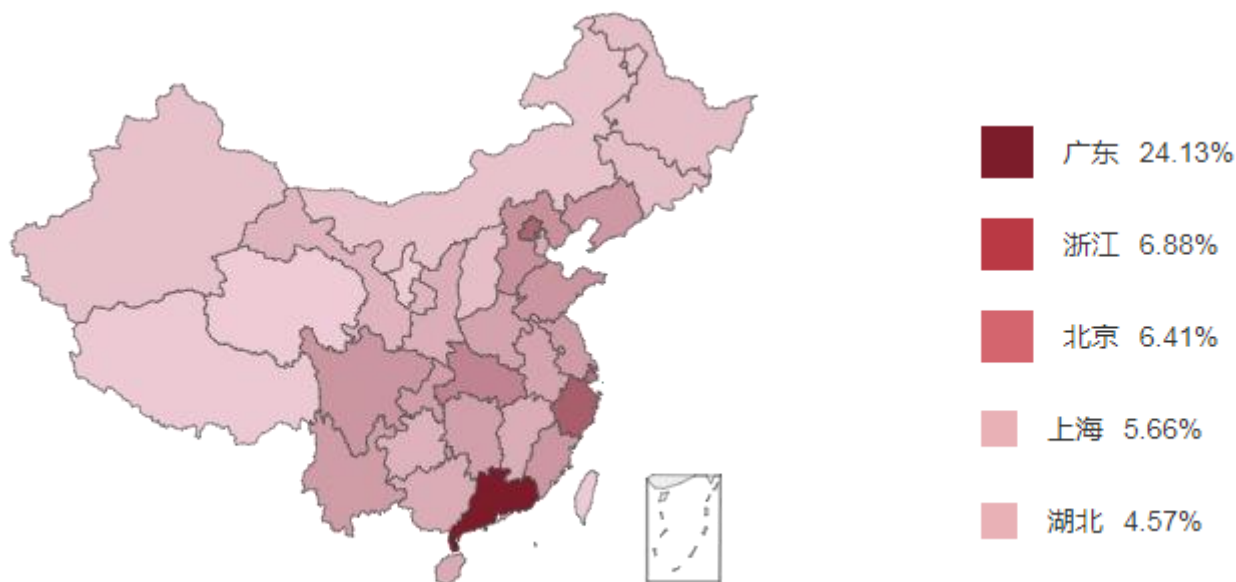
行业	有效投诉量（万件）
互联网消费金融（网贷）	21.0
电商	2.6
第三方支付	1.5
银行	1.0
共享出行	1.0

数据来源： 21CN聚投诉， iiMedia Research（艾媒咨询）

# 广东地区最关注消费金融行业

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年广东地区最关注消费金融行业，其次是浙江、北京和上海。

图1-5 2019年中国消费金融行业网络关注度地域分布



数据来源：艾媒大数据商情舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

监测时间截止2019年3月

02

## 2019中国消费金融行业负面舆情盘点

# 中国消费金融行业重要舆情事件盘点

2018年

1月

工信部就个人信息保护约谈百度、支付宝、今日头条

2月

拍拍贷暴力催收上投诉黑榜 涉13起法律诉讼  
25岁理工硕士自缢，网贷欠5万多债务

3月

中央全面深化改革委员会第一次会议召开，《关于加强非金融企业投资金融机构监管的指导意见》获审议通过，财经企业入股金融机构正式被纳入监管

4月

善林（上海）金融信息服务有限公司法定代表人周某某因涉嫌违法犯罪，向公安机关投案自首，已依法立案侦查，普林金融被查封

5月

中央全面深化改革委员会第一次会议召开，《关于加强非金融企业投资金融机构监管的指导意见》获审议通过，财经企业入股金融机构正式被纳入监管

6月

企业唐小僧涉嫌“非法吸收公众存款”被立案。  
2018年6月1日至7月12日的42天内，中国共有108家网贷平台爆雷

数据来源：根据公开资料整理，iiMedia Research（艾媒咨询）



# 中国消费金融行业重要舆情事件盘点

2018年

7月

小米平台多个网贷项目爆雷  
广州互金协会发布网络借贷信息中介机构业务退出指引

8月

鼎家、自如房租赁企业被爆租金贷，北京住建委表示将严查这些中介机构的资金来源和流向

9月

深圳一次性通报8起网贷平台爆雷，涉事企业包括利民网、牛牛通宝、福迈斯、零钱罐、发财猪、天天财富、中金黄金、中融投

10

北京金融局将正式启动京籍网贷现场检查

11月

中国央行2日正式发布《中国金融稳定报告(2018)》，对2017年以来中国金融体系的稳健性状况进行了全面评估。总体看，中国经济金融风险可控，不会发生系统性风险

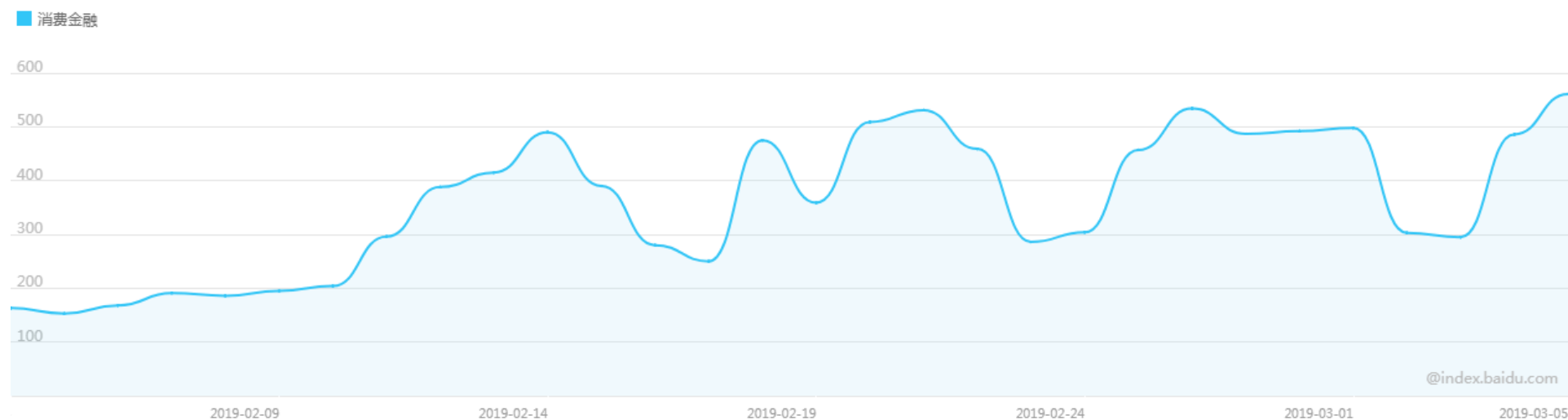
12

京东金融近日上线的网贷平台“和丰网贷”上线不到十日内宣布下线

数据来源：根据公开资料整理，iiMedia Research（艾媒咨询）

# “消费金融”一词的网络关注度走势

图2-1 2019年中国消费金融网络关注度走势



数据来源：百度指数，iiMedia Research（艾媒咨询）

# 网民对消费金融行业的言论评价多为负面

图2-2 2019年中国消费金融行业言值指数



艾媒大数据舆情监控系统数据显示，系统监测期间消费金融行业言值数据为22.7，整体舆论偏负面。艾媒咨询分析师认为，近来消费金融公司、电商消费金融平台以及网贷平台等问题频发，促使其舆论整体偏向负面。

言值：客观实时反映网友对事件、人物、品牌的评论态度，数值范围0~100；50以上时正向言论

越多数值越大，言论偏负面时数值常低于45

舆情监测时间区间：2019年2月4日——3月6日

数据来源：艾媒大数据商情舆情监控系统 (yq.iimedia.cn)

# 负面舆情盘点一：网贷平台暴力催收

## 定义

暴力催收为非法催收的一种。非法催收指平台自身或委托第三方机构通过暴力、恐吓、侮辱、诽谤、骚扰等方式催收，或者向债务人、担保人之外的人员催收。

表2-1 2017-2018 中国网贷平台暴力催收投诉情况

平台名称	投诉信息数（单位：条）
拍拍贷	1372
你我贷	340
宜人贷	81
微贷网	83
爱钱进	42
点融网	56
人人贷	19
翼龙贷	2
PPmoney	1
积木盒子	1

数据来源： 21CN聚投诉， iiMedia Research（艾媒咨询）

时间范围： 2017年3月——2018年3月

# 主要舆情事件分析

涉事企业:



拍拍  
贷

《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》，将综合年化利率36%定为现金贷的“红线”，但拍拍贷的年化利率高达708%。拍拍贷是各大平台投诉量最多的消费金融产品，存在被明令禁止的“砍头息”问题，而暴力催收手段广受诟病，频繁曝光借款人的个人隐私。

小黑  
鱼

小黑鱼为多家失联现金贷导流，被大量投诉暴力催收。除了借款必须充值会员外，小黑鱼还涉嫌强制捆绑销售保险。国家企业信用信息公示系统显示，2018年11月1日，小黑鱼科技有限公司因通过登记的住所或者经营场所无法联系被列入经营异常名录，至今仍未被移出。

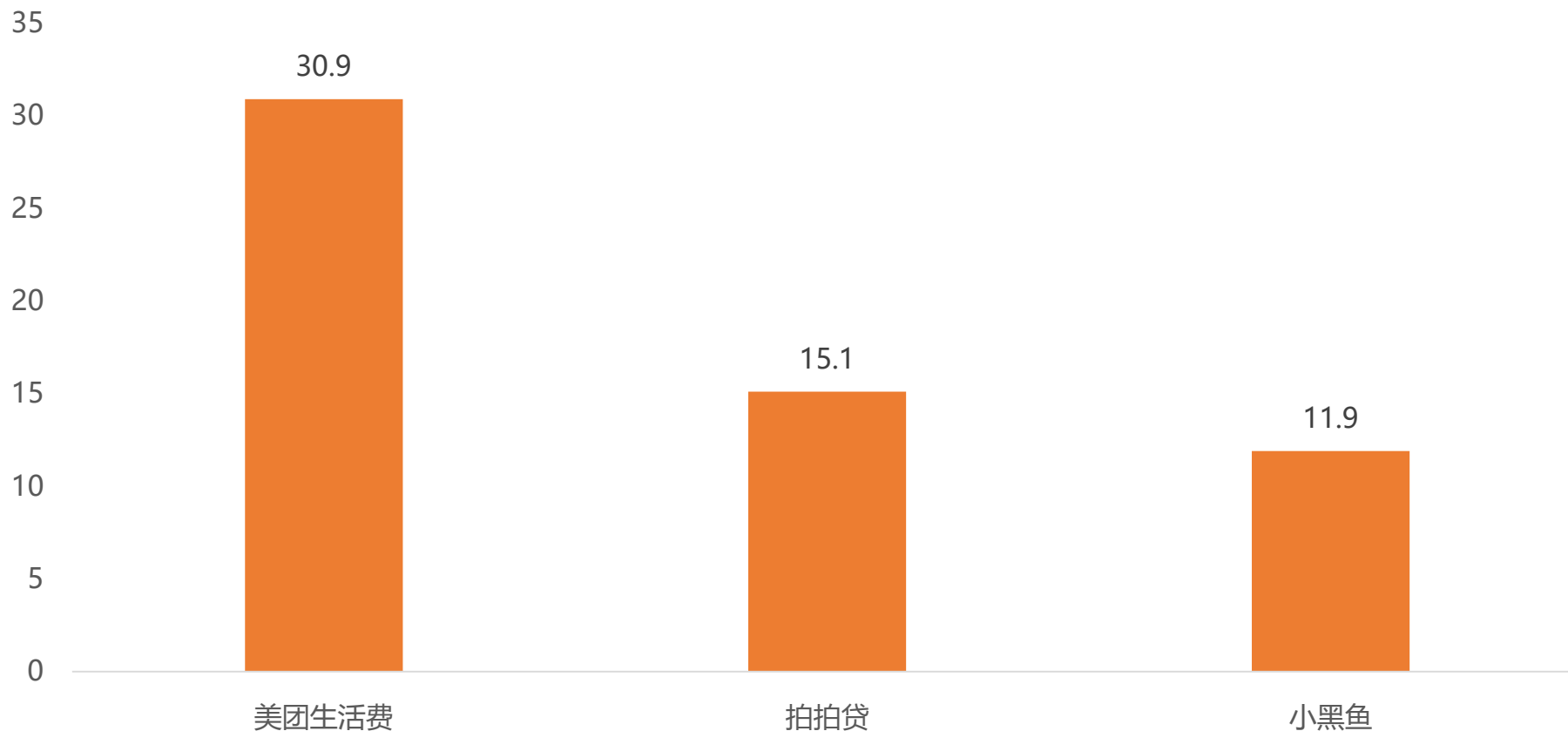
美团  
生活  
费

美团于2016年11月取得小额贷款牌照。小额贷款业务美团小贷在美团平台上为用户及中小商家提供无抵押小额贷款。截至2019年3月12日，聚投诉网站显示关于美团生活费暴力催收、结清证明不给开、高利贷的帖子达到37条。同时，美团生活费还存在结清证明不给开、高利贷的嫌疑。

# 主要涉事企业舆论呈负面态势

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，美团生活费、拍拍贷和小黑鱼言值均低于45，舆论呈负面态势。

图2-3 暴力催收涉事企业言值对比



言值：客观实时反映网友对事件、人物、品牌的评论态度，数值范围0~100；50以上时正向言论越多数值越大，言论偏负面时数值常低于45

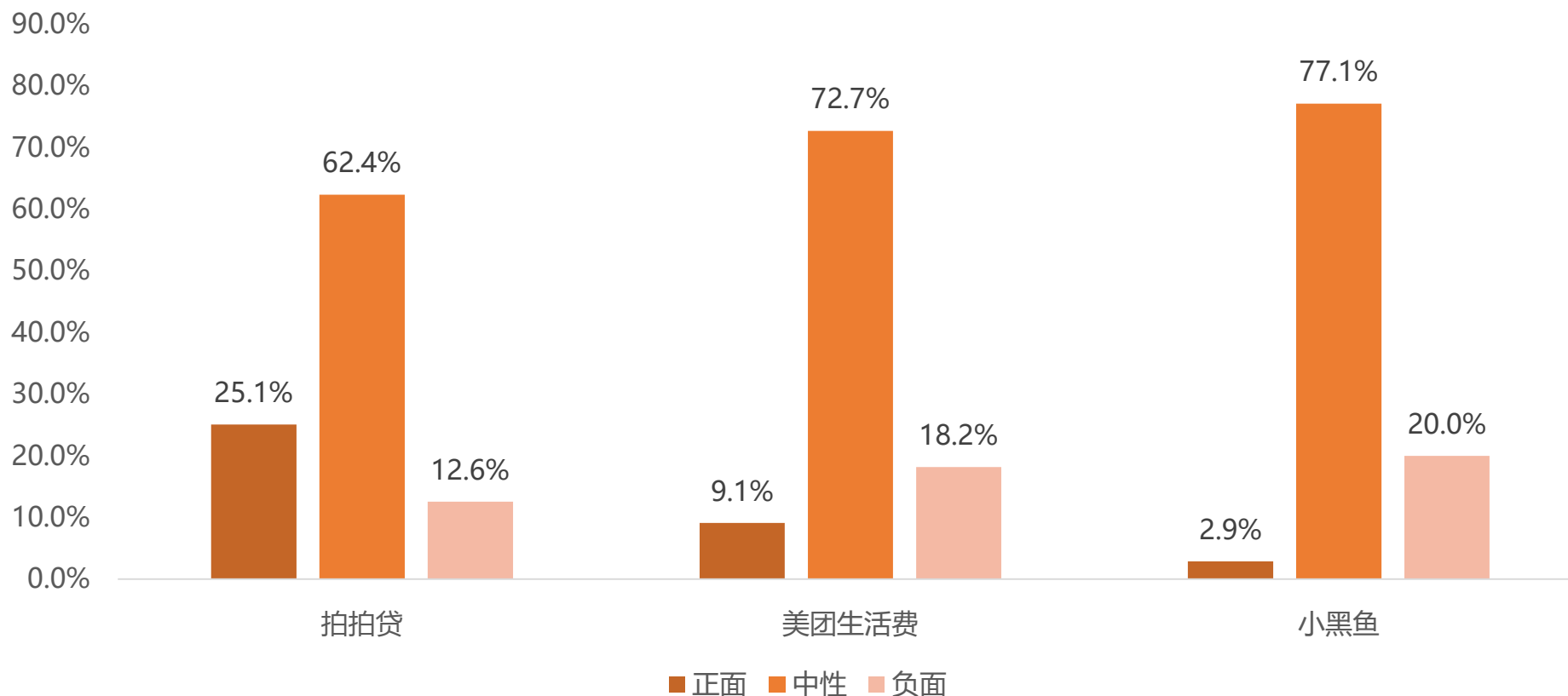
舆情监测时间区间：2019年2月11日——3月13日

数据来源：艾媒大数据舆情监测系统 (yq.iimedia.cn)

# 涉事企业好评率低，媒体报道呈中性倾向

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在三家暴力催收主要涉事企业的相关报道中，均表现出了中性的倾向，较为理性客观，但是正面报道较为稀少。

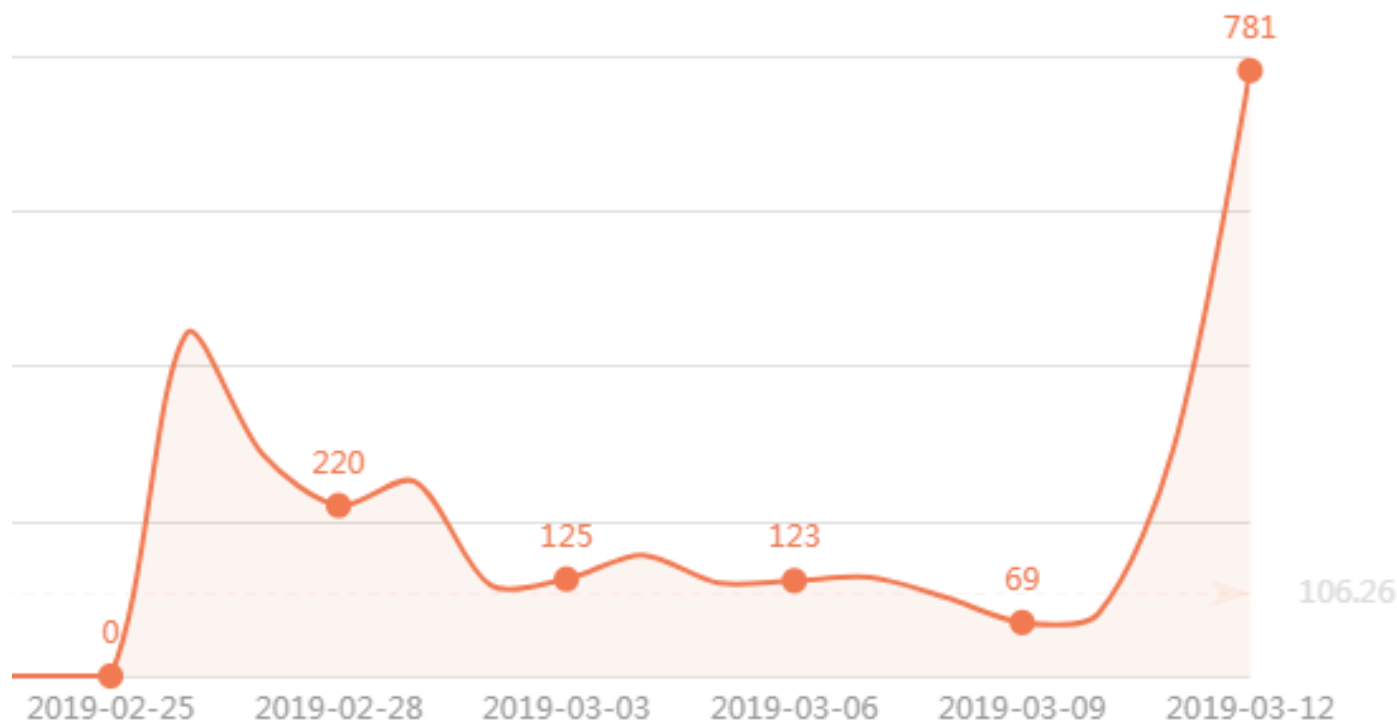
图2-4 暴力催收涉事企业舆论情感倾向值对比



数据来源：艾媒大数据舆情监测系统 (yq.iimedia.cn)

舆情监测时间区间：2019年2月11日——3月13日

图2-5 2019中国拍拍贷网络讨论热度



注：热度指数是指在从新闻媒体、微博、微信、客户端、网站等互联网平台采集海量信息的基础上，提取与指定企业相关的信息，并对所提取的阅读量、评论量、点赞转发量等进行标准化计算后得出的指数。

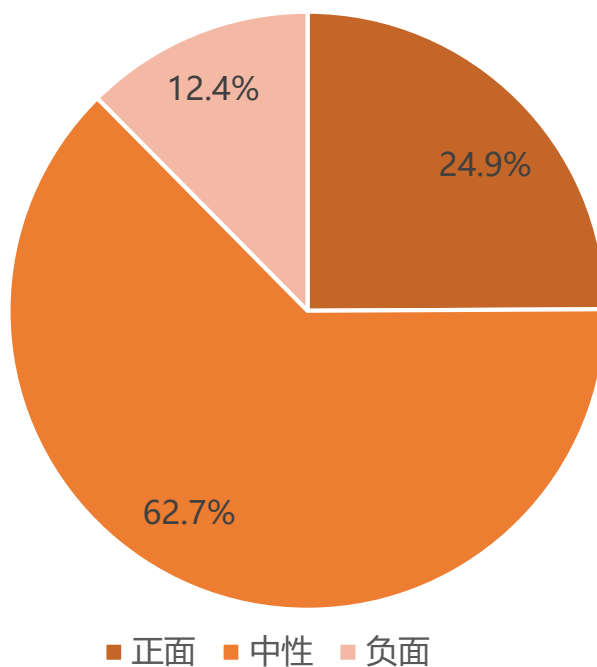
数据来源：艾媒大数据舆情监测系统 (yq.iimedia.cn)

舆情监测时间区间：2019年2月11日——3月13日



# 拍拍贷情感比例以中性为主

图2-6 2019拍拍贷情感比例



iiMedia Research (艾媒咨询)  
数据显示, 2019年“拍拍贷”相关讨论以中性情感为主。

数据来源: 艾媒大数据舆情监测系统 (yq.iimedia.cn)

舆情监测时间区间: 2019年2月11日——3月13日

# 负面舆情盘点二：网贷平台爆雷

## 事件 开端

2018年6月15日，网贷平台唐小僧发布公告称，将于6月15日至19日进行系统升级，系统升级期间暂停运营。随后，上海警方的公告显示，唐小僧平台因涉嫌“非法吸收公众存款罪”被上海市公安局浦东分局经侦支队立案调查。随后，联壁金融、小诸葛金服等网贷平台也相继出现资金链断裂或负责人逃跑的情况。

## 事件 发酵

2018年7月，网贷平台“爆雷潮”延续，相继有四家交易规模“百亿级”的网贷平台停业，包括钱爸爸（累计交易金额300亿元）、牛板金（累计交易金额390亿元）、银票网（累计交易金额140亿元）、投融家（累计交易金额103亿元）。据统计，6月1日至7月12日的42天内，全国共有108家网贷平台爆雷。

## 舆情 应对

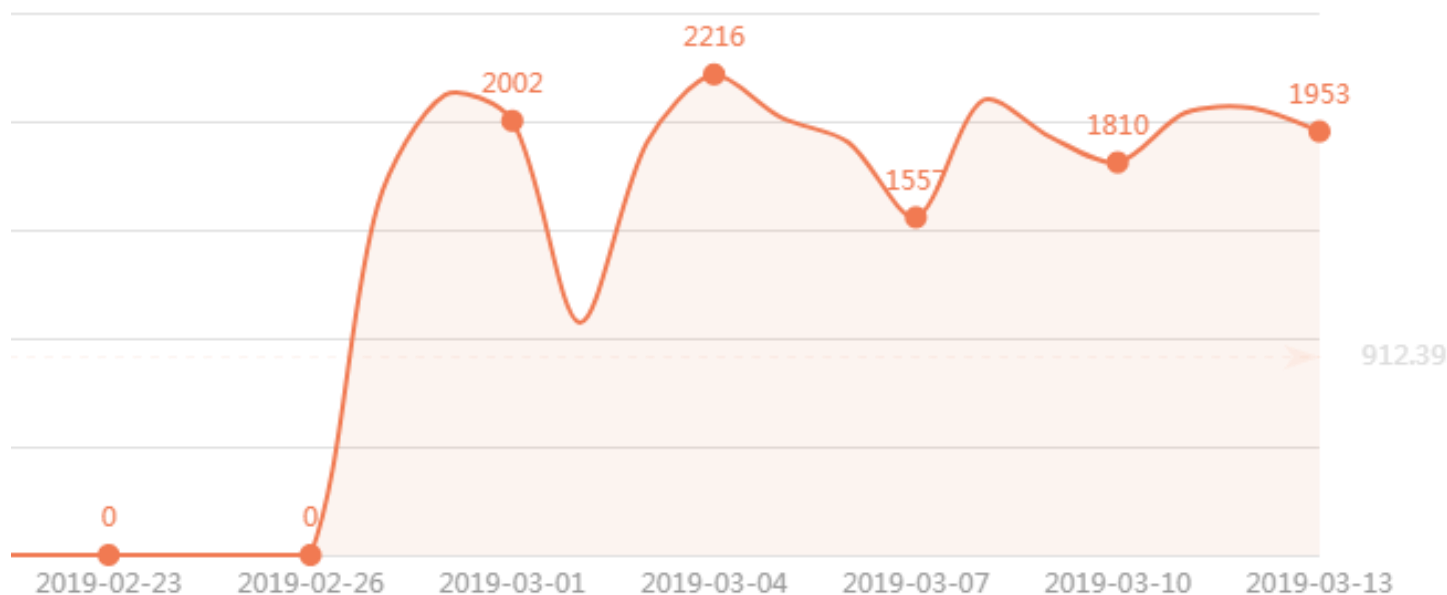
2018年7月24日，针对推广网贷平台集体“爆雷”现象，小米方面回应称，已第一时间下线了所有网贷推广广告，也在尽全力帮助用户向涉事平台追索维权。

# 网贷平台讨论度高，舆论呈负面态势

图2-7 2019中国网贷平台言值



图2-8 2019中国网贷平台网络讨论热度



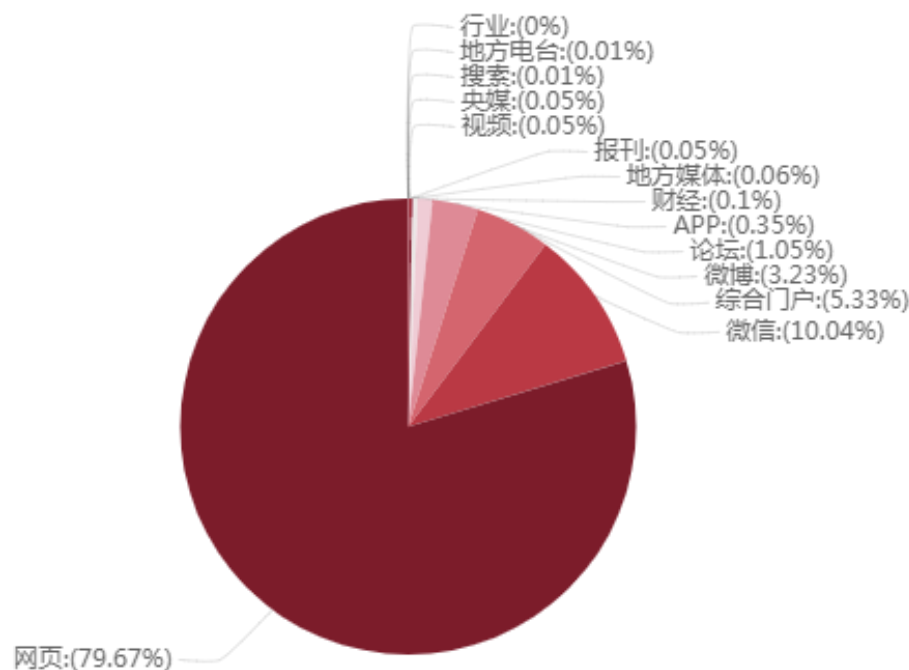
注：热度指数是指在从新闻媒体、微博、微信、客户端、网站等互联网平台采集海量信息的基础上，提取与指定企业相关的信息，并对所提取的阅读量、评论量、点赞转发量等进行标准化计算后得出的指数。

数据来源：艾媒大数据舆情监测系统 (yq.iimedia.cn)

舆情监测时间区间：2019年2月11日——3月13日

# 网页为主要传播渠道，央媒多次发声

图2-9 2019中国网贷平台爆雷事件报道媒体占比



权威媒体



网络媒体

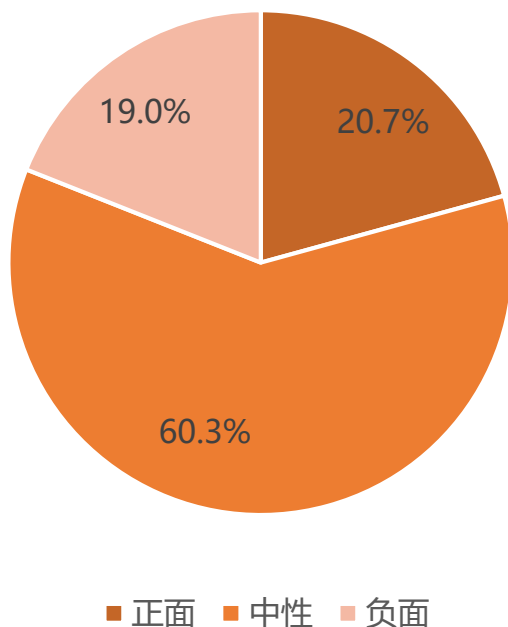


数据来源：艾媒大数据舆情监测系统 (yq.iimedia.cn)

舆情监测时间区间：2019年2月11日——3月13日

# 媒体报道较为理性，负面舆情控诉网贷骗局

图2-10 2019中国网贷平台媒体报道情感比例



## 中性报道比例：60.3%

- 央视《新闻1+1》：网贷平台倒闭，监管如何更明朗？
- 澎湃新闻：人大代表栗琼建议：加大网贷监管力度，防止变相“高利贷”

## 负面报道比例：20.7%

- 新浪网：一场财富毁灭的大骗局
- 经济参考报：公安机关对380余个网贷平台立案侦查 查扣冻结涉案资产约百亿元

## 正面报道比例：19.0%

- 人民日报：有些网贷平台退出是正常市场出清，也是良币逐劣币

数据来源：艾媒大数据舆情监测系统 (yq.iimedia.cn)

舆情监测时间区间：2019年2月11日——3月13日

03

## 2019中国消费金融行业消费者消费模式

# 消费金融产品用户画像：85后、90后为主力军

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2019年中国消费金融用户年龄主要集中在26-45岁，其中26-35岁用户占比约为50.0%。同时，男性比例高于女性。

图3-1 2019中国消费金融产品用户年龄分布

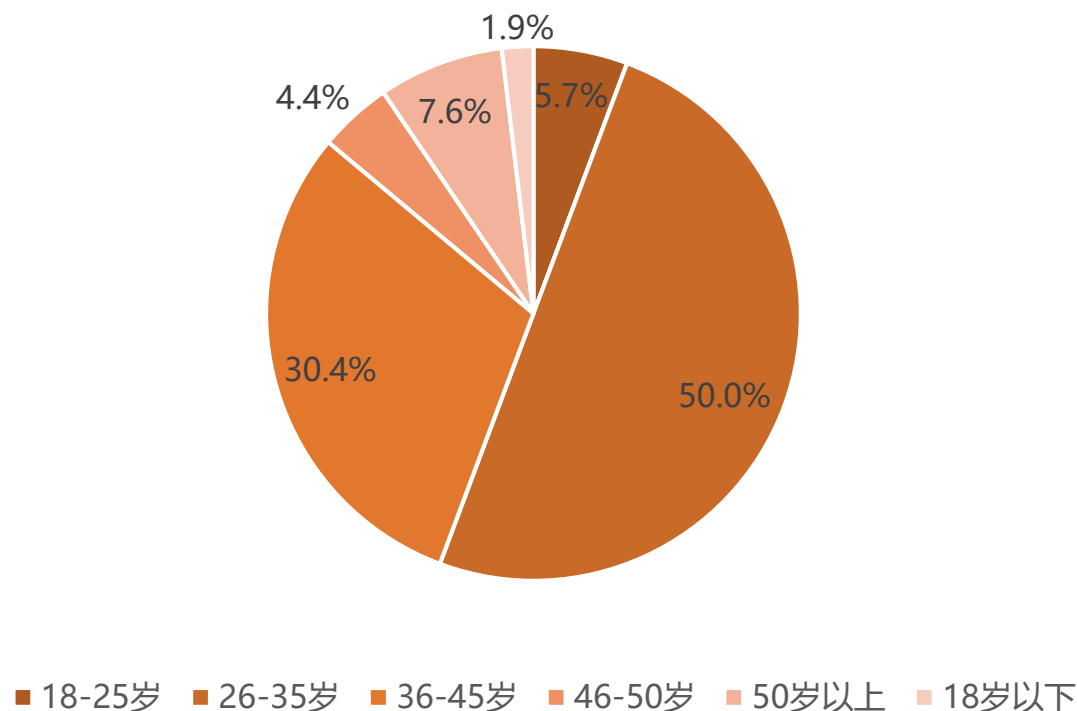
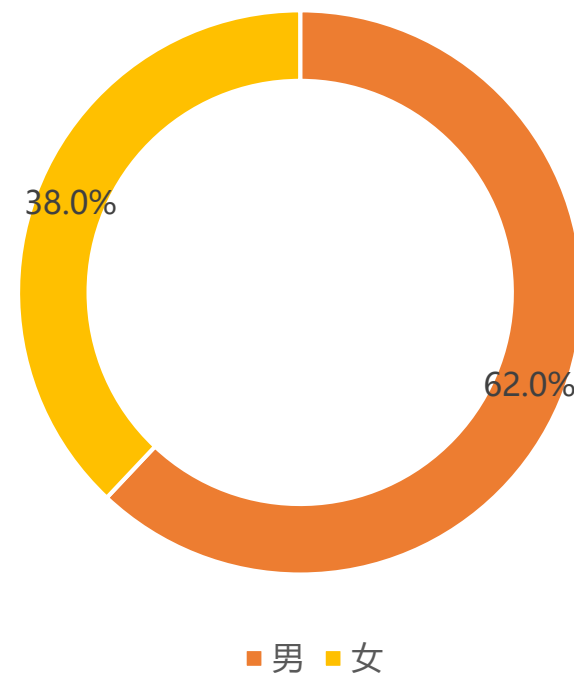


图3-2 2019中国消费金融产品用户性别分布



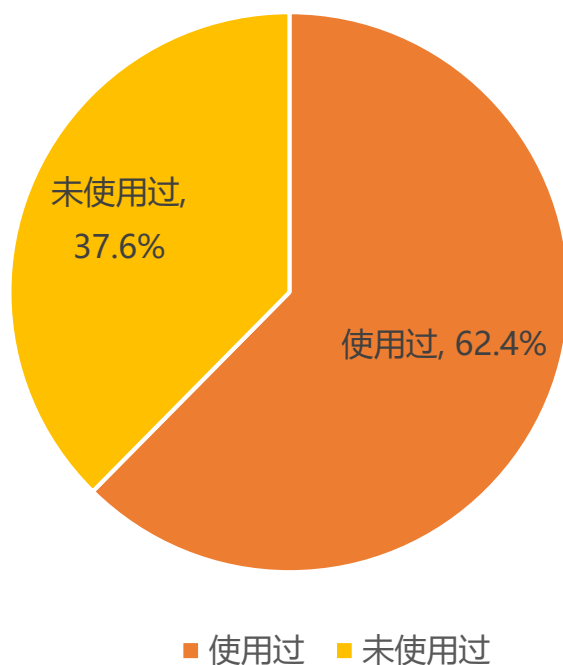
样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 超六成 “90后” 网民使用过消费金融

图3-3 2018中国 “90后” 网民消费金融情况调查



iiMedia Research (艾媒咨询)  
数据显示, 中国受访的 “90后”  
网民中有62.4%的网民表示使用  
过消费金融。

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统

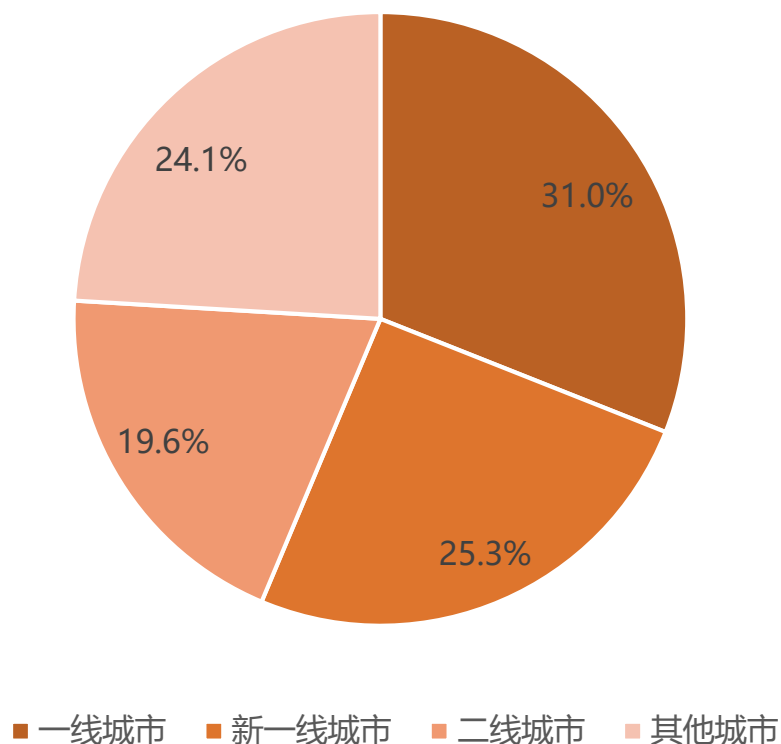
样本量: N=2272; 调研时间: 2019年3月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)



# 一线、新一线城市更愿意使用消费金融产品

图3-4 2019中国消费金融产品用户城市分布



iiMedia Research (艾媒咨询)  
数据显示, 2019年中国消费金融用户中, 31.0%居住在一线城市, 25.3%居住在新一线城市, 说明消费金融产品的接触意愿与城市经济发展水平具有一定的相关性。

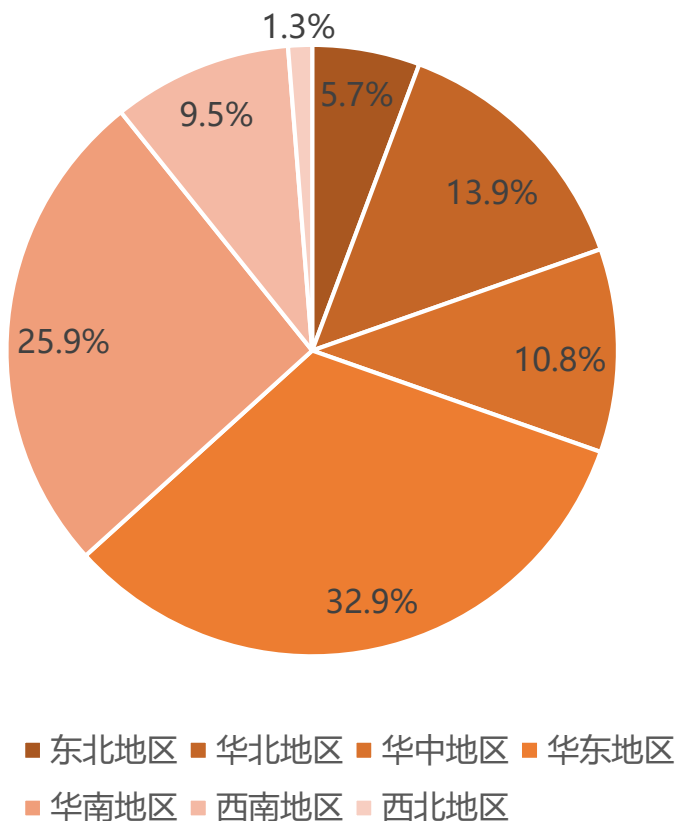
样本来源: 草莓派数据调查与计算系统

样本量: N=1307; 调研时间: 2019年3月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

# 华东地区消费金融用户最多

图3-5 2019中国消费金融产品用户地区分布



iiMedia Research (艾媒咨询)  
数据显示，华东地区消费金融用户最多，占比32.9%。此外，东北（25.9%）和华北（13.9%）地区也表现出了使用意愿。

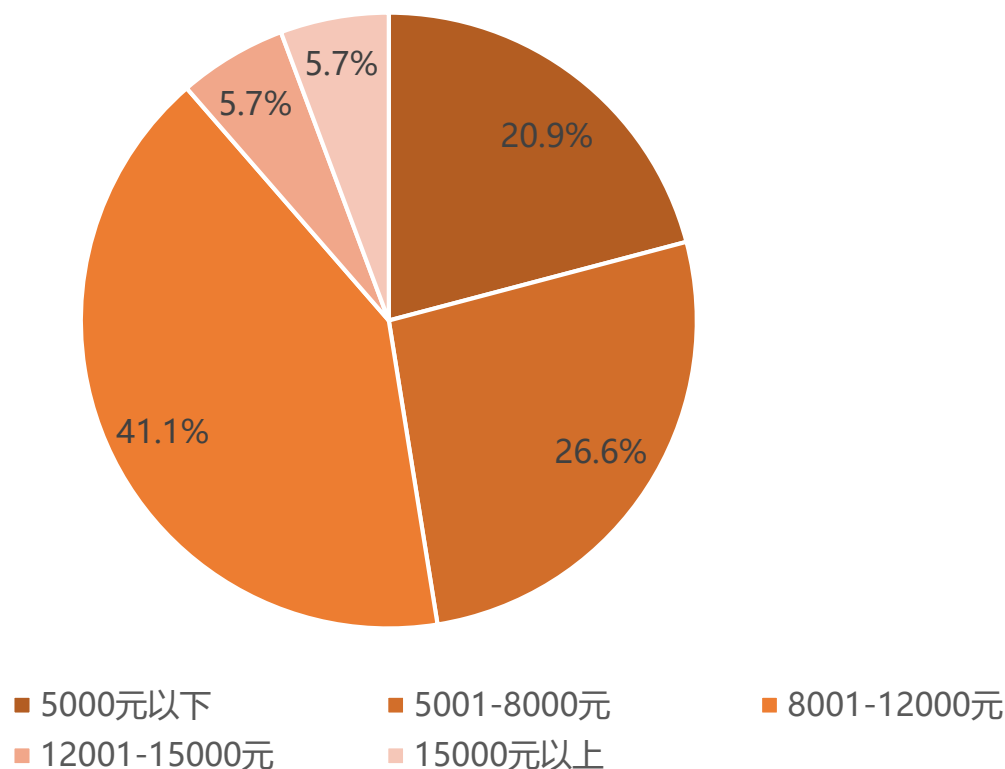
样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research (艾媒咨询)

# 消费金融用户集中于中高收入

图3-6 2019中国消费金融产品用户收入分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 消费金融用户遍布各收入阶层, 其中8001~12000元用户分布最集中, 占比41.1%。同时, 5000元以上占比近七成。说明中高收入人群较为青睐消费金融产品。

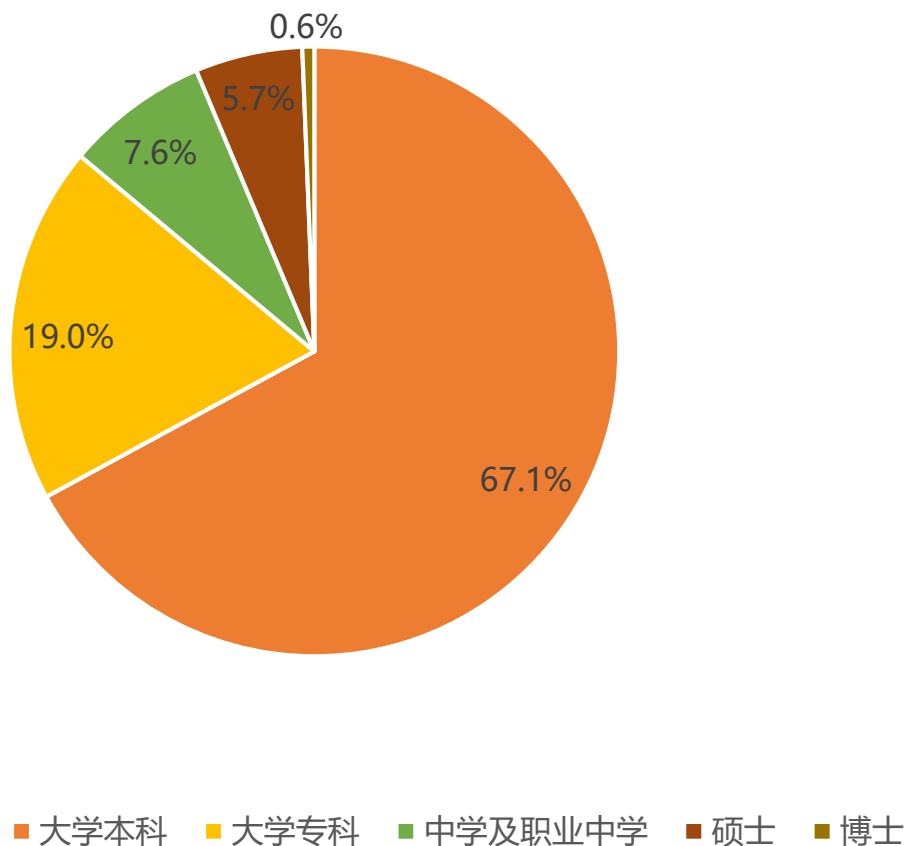
样本来源: 草莓派数据调查与计算系统

样本量: N=1307; 调研时间: 2019年3月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

# 消费金融用户以高学历人群为主

图3-7 2019中国消费金融产品用户学历分布



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2019年中国消费金融 67.1%用户拥有大学本科学历, 为消费金融的主要用户。同时, 大学专科用户也比较愿意尝试相关产品 (19.0%)。

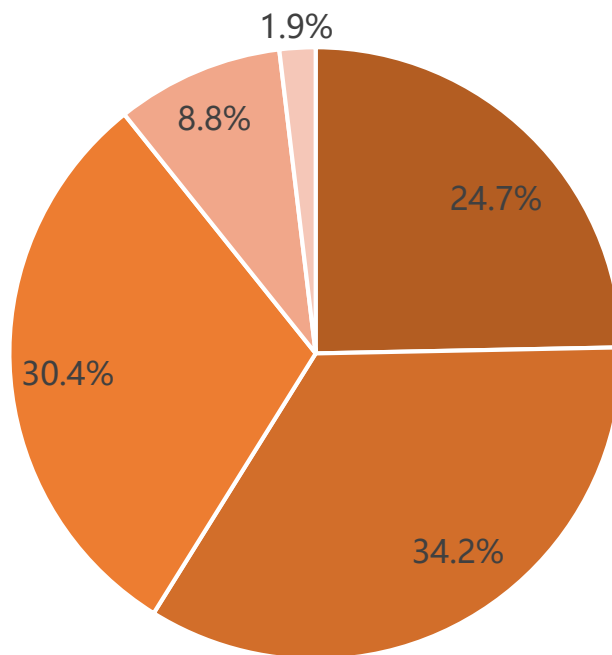
样本来源: 草莓派数据调查与计算系统

样本量: N=1307; 调研时间: 2019年3月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

# 用户偏好开通消费金融的中小额度

图3-8 2019中国消费金融产品用户额度分布



iiMedia Research (艾媒咨询)  
数据显示, 对于消费金融产品用户来说, 1001-5000元以及5001-10000元为普遍额度, 分别占比34.2%和30.4%, 说明中小额度是用户的普遍选择。

■ 1000元以下 ■ 1001-5000元 ■ 5001-10000元 ■ 10001-30000元 ■ 30000元以上

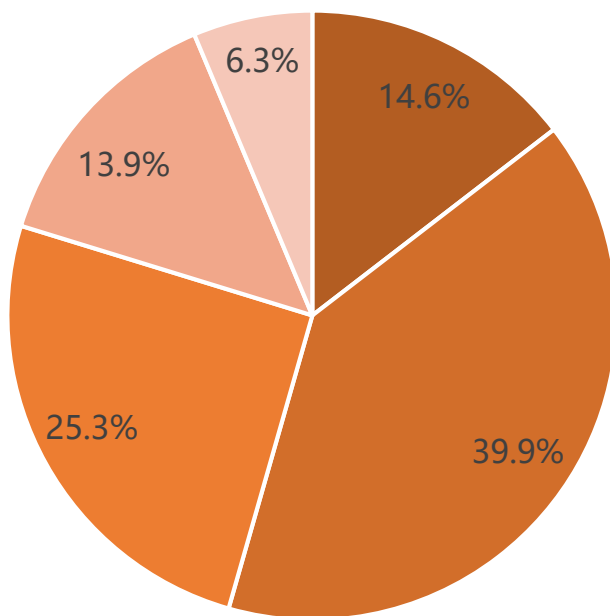
样本来源: 草莓派数据调查与计算系统

样本量: N=1307; 调研时间: 2019年3月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

# 近四成用户消费金融产品月均消费501~1000元

图3-9 2019中国消费金融产品用户月均消费分布



iiMedia Research (艾媒咨询)  
数据显示, 2019年中国消费金融  
近四成用户月均使用产品消费区  
间为501-1000元。同时, 25.3%  
的用户月均消费达到1001-2000  
元。

■ 500元以下 ■ 501-1000元 ■ 1001-2000元 ■ 2001-3000元 ■ 3000元以上

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统

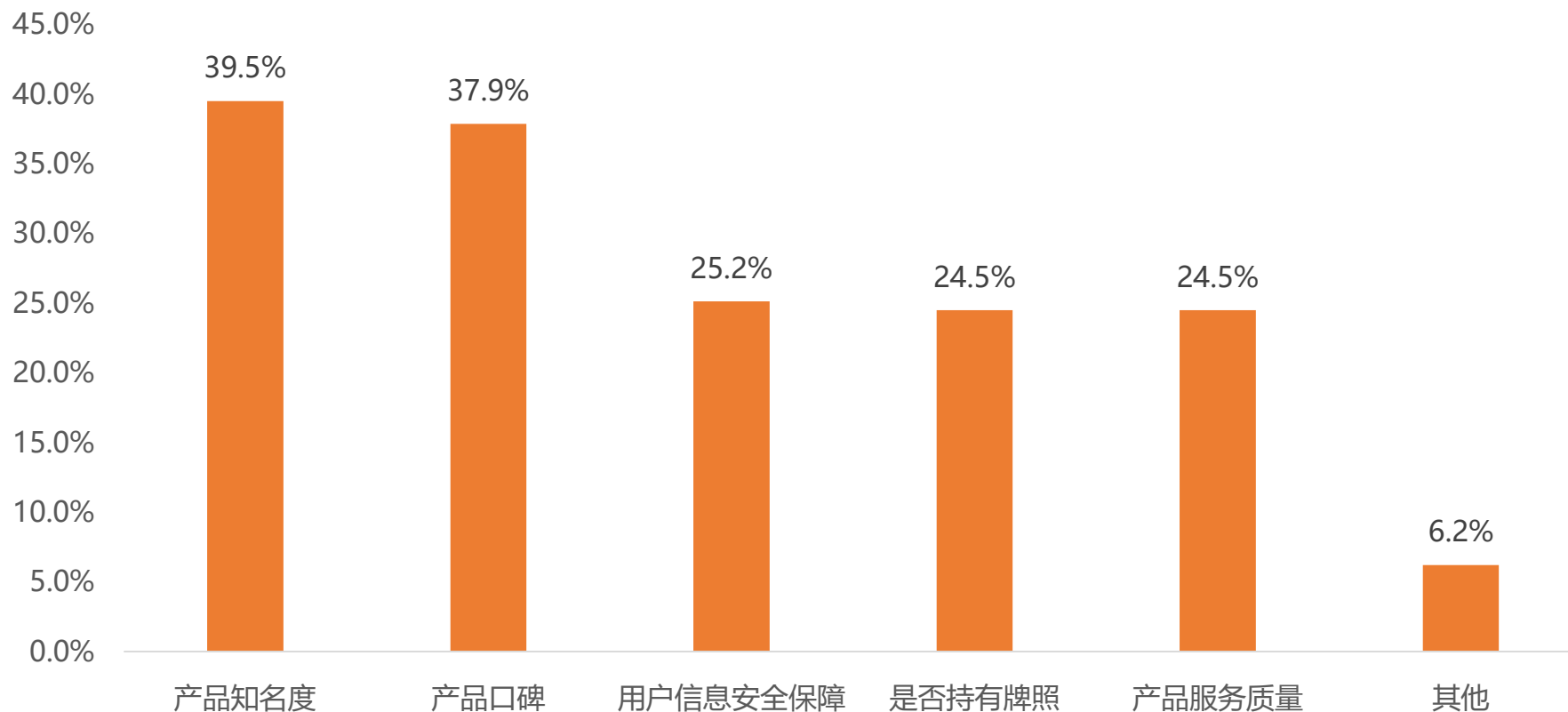
样本量: N=1307; 调研时间: 2019年3月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

# 消费金融产品的知名度和口碑最影响用户选择

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，近四成消费者在选择消费金融产品时主要考虑产品的知名度，同时产品口碑也成为多数用户考虑的因素（37.9%），占比高于产品本身的服务情况。

图3-10 2019中国消费金融产品吸引用户选购因素分布



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

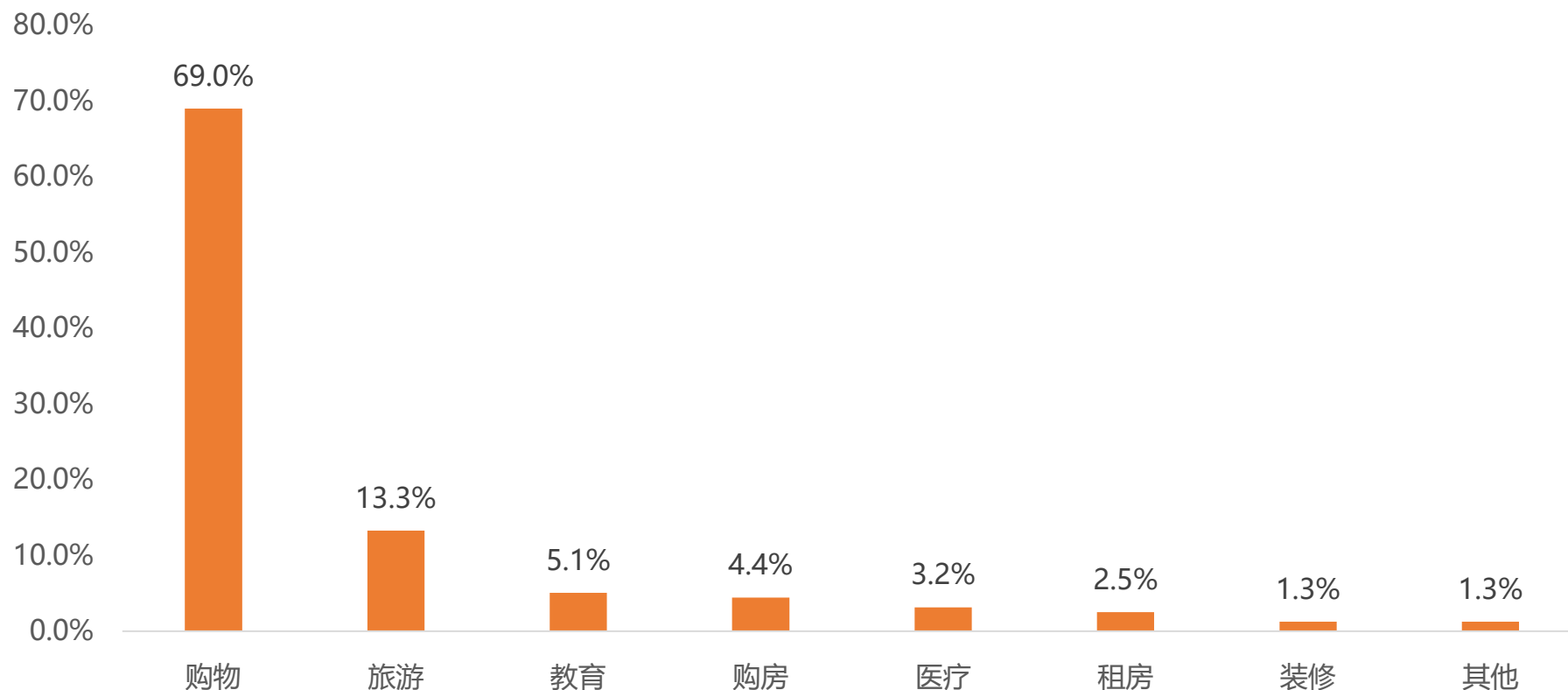
样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 消费金融主要被用于购物

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，购物成为中国消费金融产品用户使用最主要的目的（69.0%）。购房、租房、装修等传统交易活动一次性花费较高且涉及合同问题，大部分用户不会优先选择使用消费金额产品。

图3-11 2019中国消费金融产品用户消费类型



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

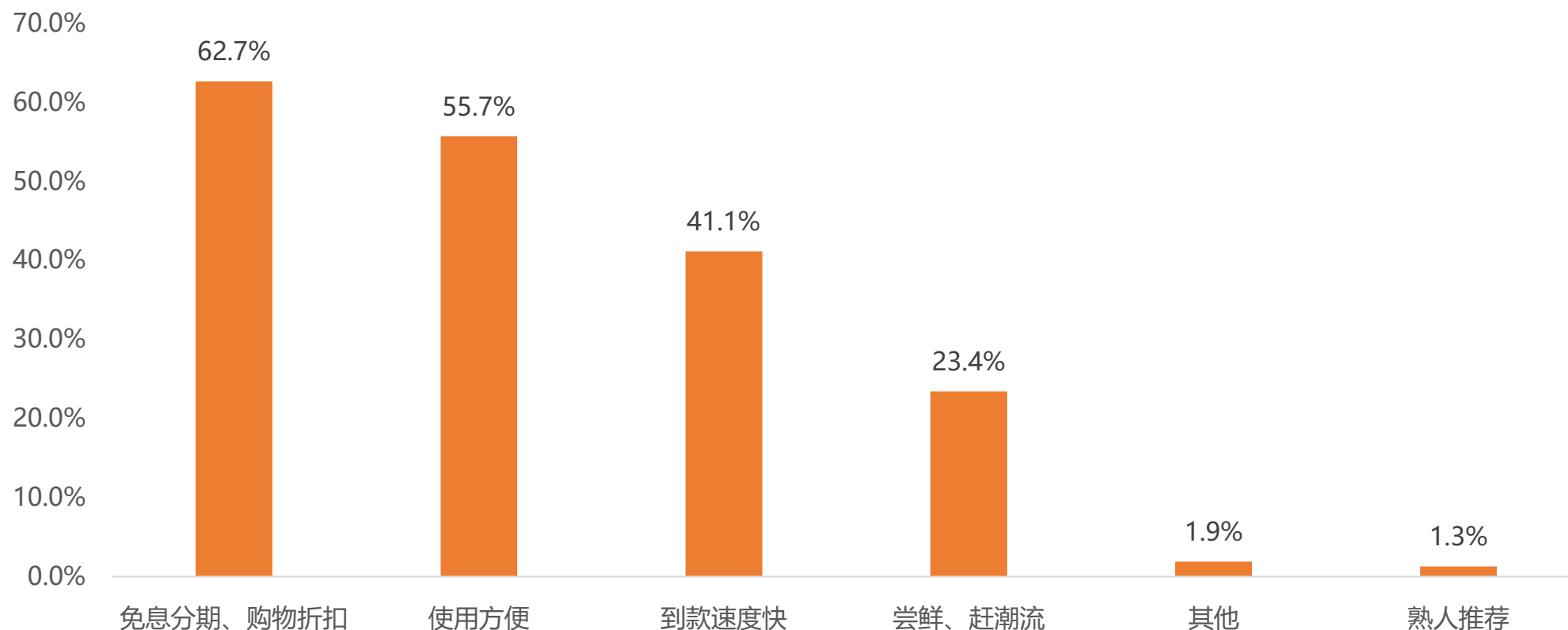
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）



# 消费金融因免息、折扣和便捷性俘获较多用户

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，消费金融产品因免息、折扣和便捷性吸引用户，占比62.7%。同时55.7%用户认为消费金融产品具有使用便捷的优点。

图3-12 2019中国消费金融产品用户使用原因



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

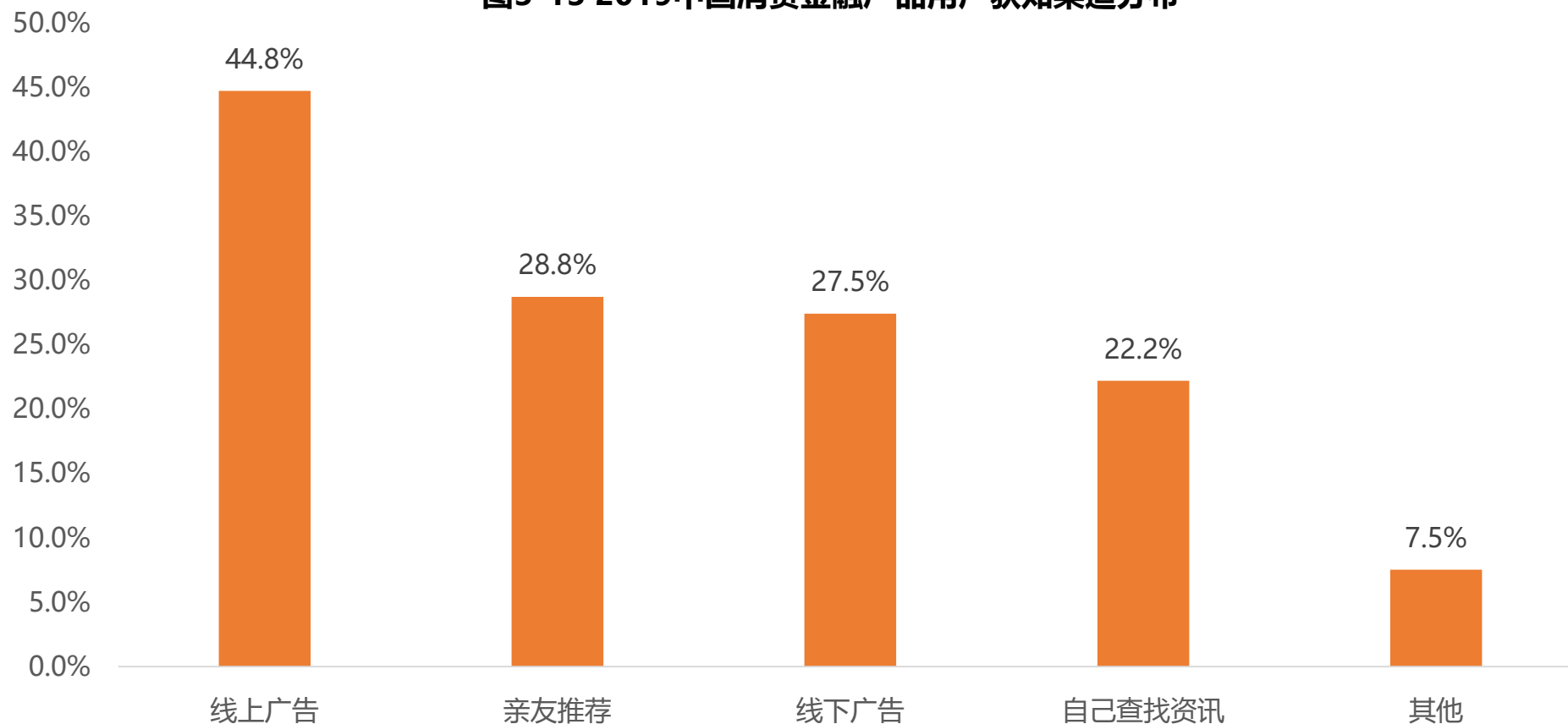
样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 线上广告为消费金融产品传播的有效途径

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，消费金融产品获知率较高。其中，线上广告是主要的获知渠道（44.8%）。

图3-13 2019中国消费金融产品用户获知渠道分布



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

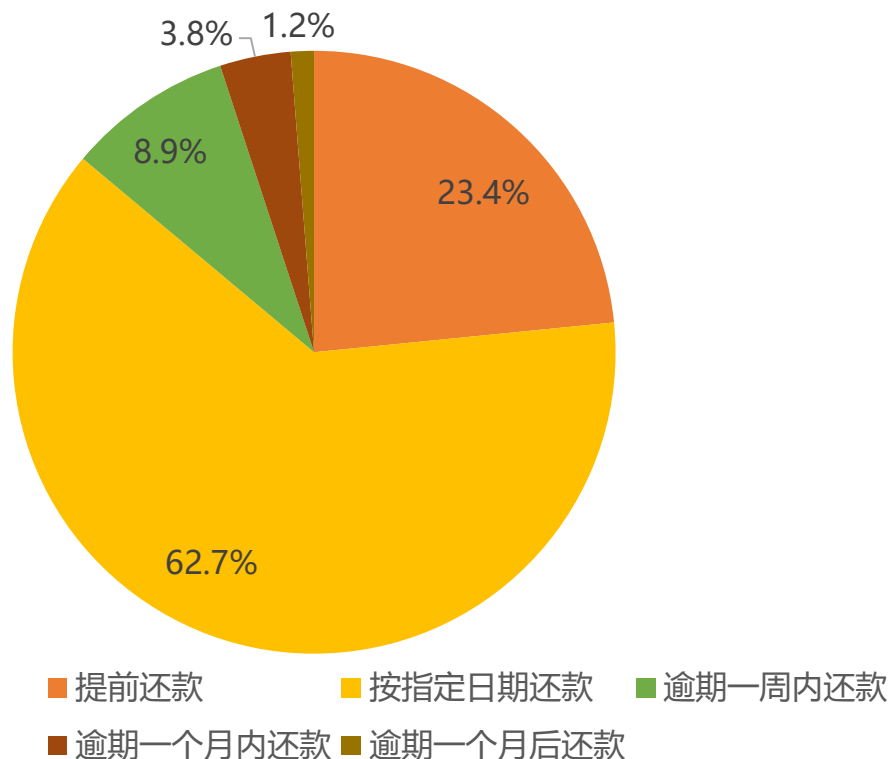
样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 六成用户偏好按指定日期还款

图3-14 2019中国消费金融产品用户还款时间偏好



iiMedia Research（艾媒咨询）  
数据显示，超过六成消费者偏好  
在制定日期还款，逾期还款的用  
户仅占5.1%。

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

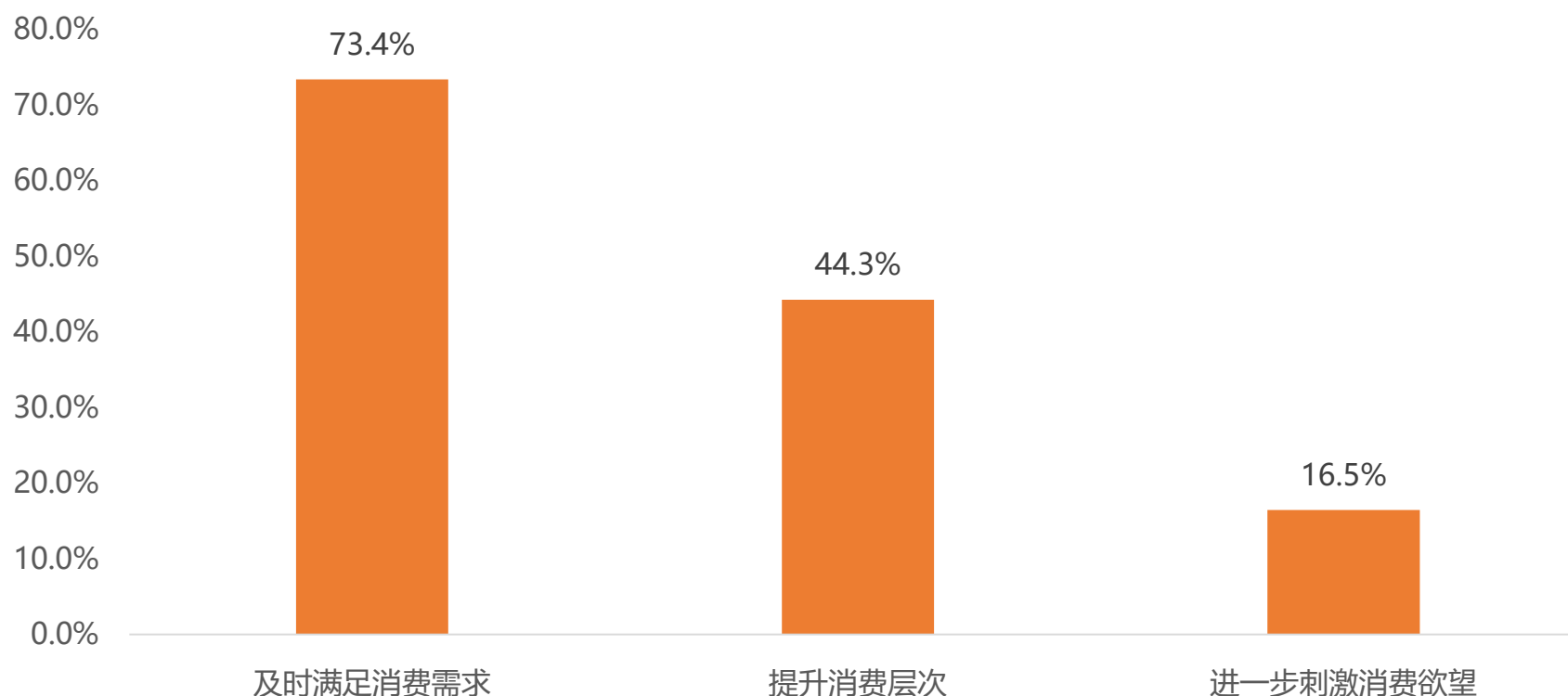
样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 七成用户表示消费金融产品能及时满足需求

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，消费金融产品的使用会对用户的消费心理产生影响。73.4%的用户表示能够及时满足其消费需求。

图3-15 2019中国消费金融产品给用户消费带来的影响



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

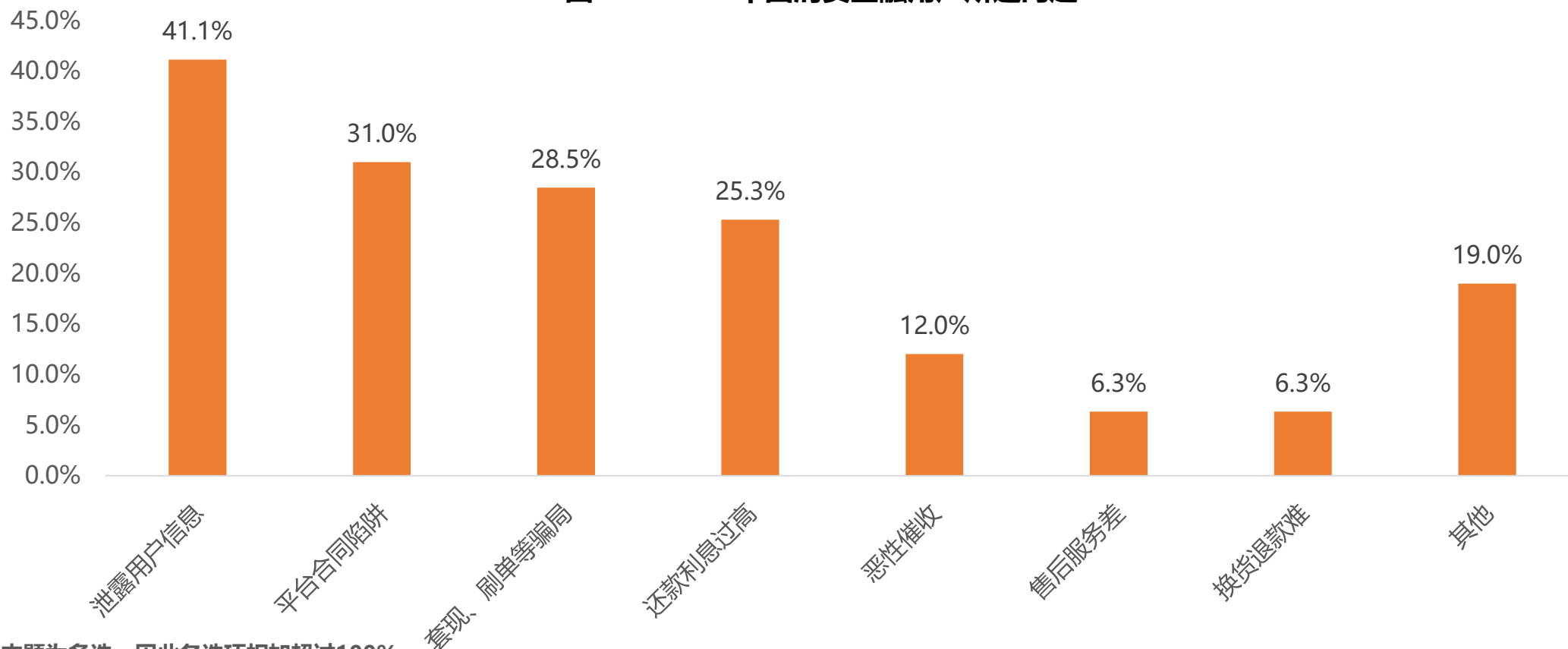
样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 消费金融用户最常遭遇信息安全、合同陷阱等问题

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，泄露用户信息（41.1%）、平台合同陷阱（31.0%）和套现等骗局（28.5%）成为消费者所遇到的最主要的问题。

图3-16 2019中国消费金融用户所遇问题



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

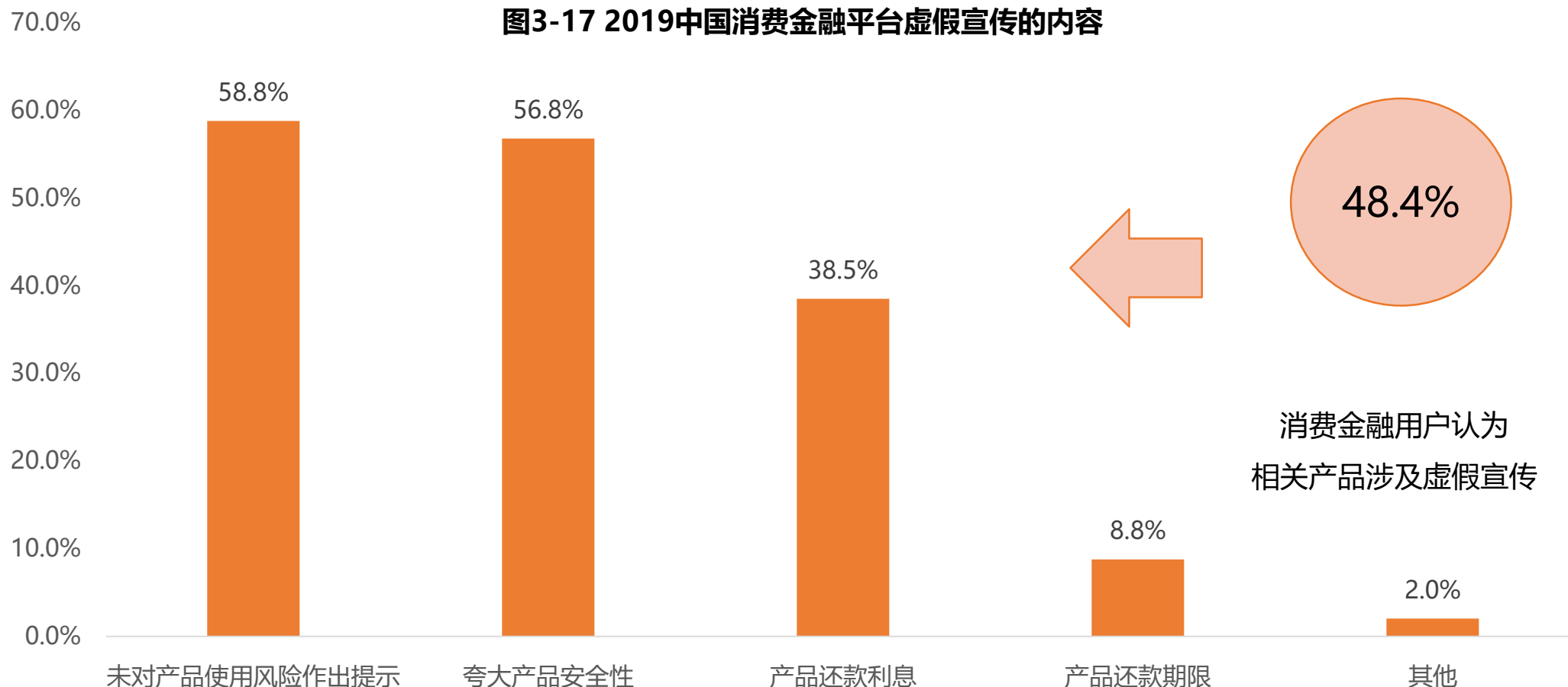
样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 半数用户认为消费金融平台存在隐瞒使用风险的问题

图3-17 2019中国消费金融平台虚假宣传的内容



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

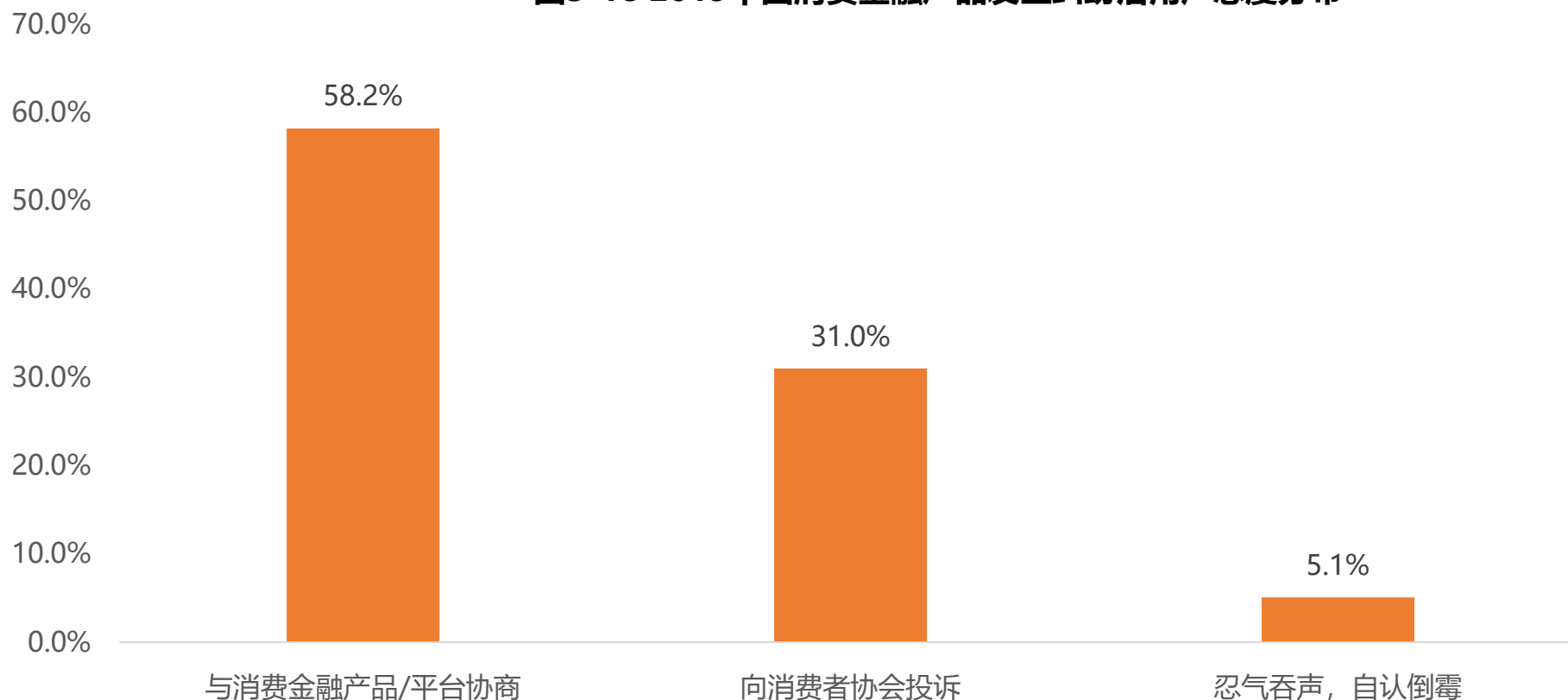
样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 58.2%用户会与消费金融平台协商维权

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，94.9%消费金融用户在发生纠纷后会选择维权。其中，与相关消费平台协商为主要的维权途径，占比58.2%。

图3-18 2019中国消费金融产品发生纠纷后用户态度分布



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

样本来源：草莓派数据调查与计算系统

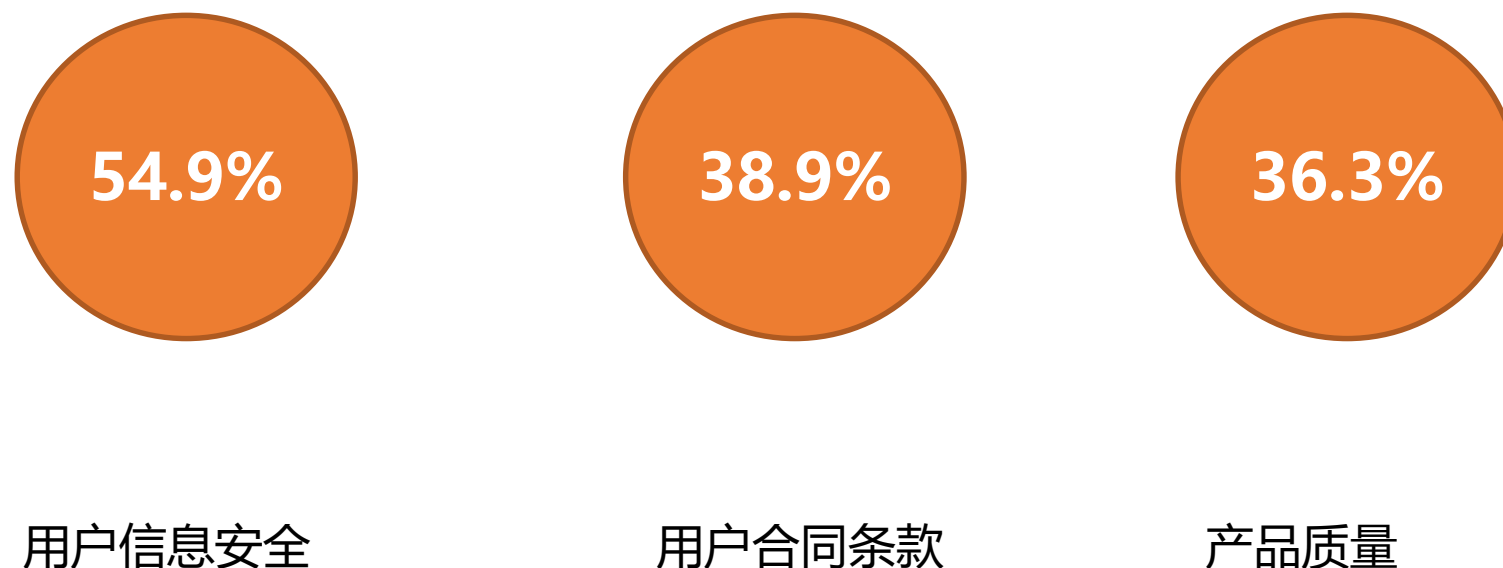
样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 提升信息安全为用户主要诉求

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，54.9%用户表示希望消费金融平台提升对用户信息安全的保护。

图3-19 2019中国消费金融用户最希望提升的服务类型



注：本题为多选，因此各选项相加超过100%

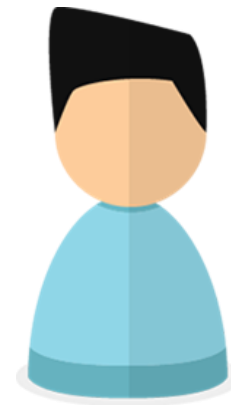
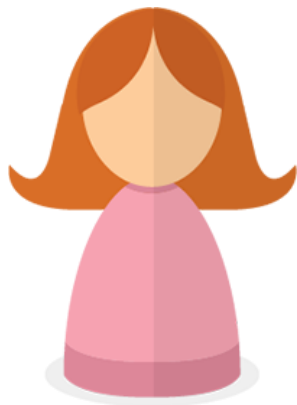
样本来源：草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=1307；调研时间：2019年3月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）



# 男性更爱用京东白条，女性偏好用蚂蚁花呗



41.0%

59.0%



30.0%

70.0%

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

舆情监测时间区间：2019年2月11日——3月13日

# 蚂蚁花呗90后用户占比略高于京东白条

数据显示，2018年蚂蚁花呗和京东白条20-29岁的用户即“90后”用户所占比例分别为24.0%和21.0%。

图3-20 2018蚂蚁花呗年龄分布图

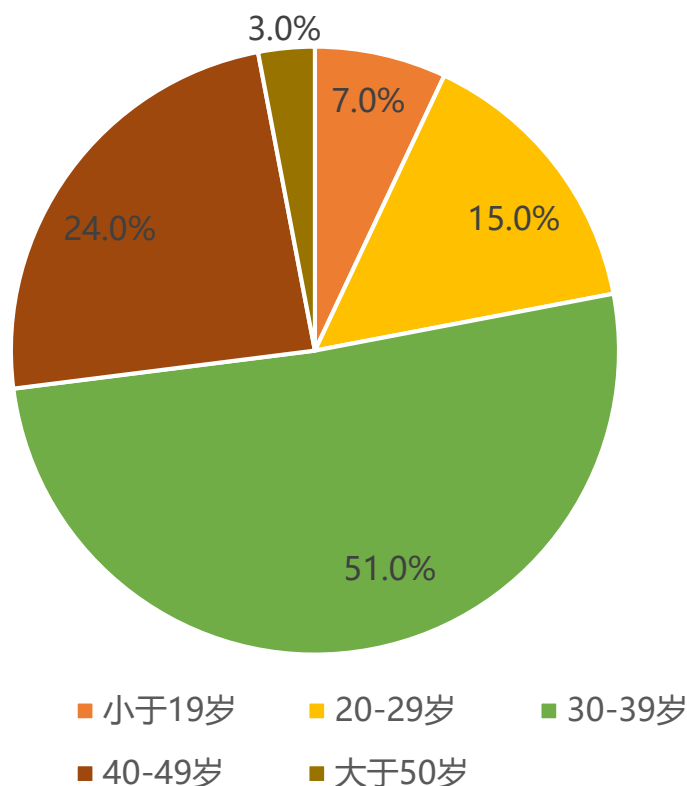
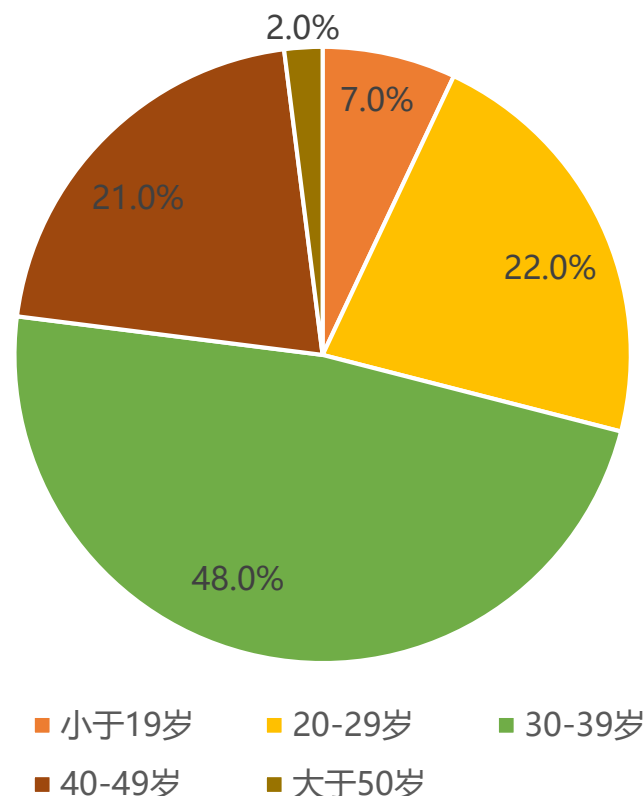


图3-21 2018京东白条年龄分布图



数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

舆情监测时间区间：2019年2月11日——3月13日

# 90后为蚂蚁花呗、京东白条主要使用人群

## 花呗“90后”用户占比

47.25%

数据显示，2017年中国近1.7亿“90后”中，有超过4500万人开通了花呗，也就是说平均每四个“90后”中就有1个在使用花呗的信用消费服务。

消费 贷款 90  
支付 花呗 后  
分期 信用卡



消费 90后  
分期 贷款  
京东白条  
支付 信用卡



## “90后”京东用户占比

55%

数据显示，京东白条分期成为“90后”最热衷的支付方式，占比达到京东“90后”使用人群的55%，平均分期数达到4.27期。

数据来源：花呗《2017年轻人消费生活报告》，京东金融大数据，iiMedia Research（艾媒咨询）

04

## 2019中国消费金融行业舆情观点总结

# 网络舆论敦促政府整治金融行业乱象



眼下互联网理财行业出现的一些变化是正常的市场出清。监管检查、行业和企业自查正在重塑健康的市场环境。同时，投资者自身应保持平和的投资心态。

——《人民日报》

## 政府机构

- ◆ 近两年，我国政府对消费金融的监管整治力度越来越大，“强监管”仍是大趋势。2018年，多项与消费金融有关的新规出台、政策落地。
- ◆ 推进消费金融行业的良性发展仍是下一阶段消费金融监管长效机制建设的重点问题。

## 消费金融行业

- ◆ 网贷平台爆雷潮是消费金融全行业面临的危机之一，对近两年蓬勃发展、处于上升期的消费金融业来说无异于当头一棒。但危机可以转化为契机，多个平台的退出是优胜劣汰、良币逐劣币，也是促进行业良性发展必不可少的过程。

## 建立舆情预警机制，及时回应

在消费金融行业强监管时期，各消费企业成为整顿重点，因此也更容易成为舆情关注的焦点。在应对敏感议题、有关政府部门的“点名批评”等舆情危机时，企业应及时对舆情危机作出相应，主动地回应有关疑点，在舆情危机扩大化之前将其扼杀，安抚投资者的情绪。其次，要主动与相关部门协商并回应争议，提出相关整改方案，表明企业的决心与诚意，使企业在未来避免同类争议。



## 提升企业口碑，构建良好形象

2018年，消费金融行业负面新闻层出不穷，网贷平台爆雷也加剧了行业的负面影响。在这种情况下，消费金融企业更要在严控风险的同时，提升企业口碑、构建良好的企业形象。在应对负面舆情危机时，一贯良好的企业形象有利于重建投资者的信心，使企业受到的负面影响最小化。

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

**新消费产业新视角的来源：**艾媒新消费研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对新消费产业商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是新消费产业解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在新消费产业领域开展相关研究，敬请关注。

iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被全球超过100家主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司独立自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。



### **POIIMedia(艾媒舆情)**

#### **大数据舆情监控系统**

(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

### **DatallMedia(艾媒北极星)**

#### **移动应用运营监测**

(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

### **SurveyiiMedia(草莓派)**

#### **用户感知与体验监测**

(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

### **SoicaliiMedia**

#### **微信微博媒体监测**

(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

### **RankingsiiMedia(艾媒金榜)**

#### **权威消费品牌评价监测**

(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

### **ADiimedia**

#### **移动广告效果监测**

(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

## **—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——**

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

本报告中的所有资料及图表仅供参考使用是基于大数据监测系统，结合行业特定标准以及学者及业界专家意见综合进行的，仅供参考。投资者依据本报告提供的信息、资料及图表进行投资项目所造成的盈亏与本报告无关。

**阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。**



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: [report@iimedia.cn](mailto:report@iimedia.cn)

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服↑

# 2019和我们 一起用数据预见未来



用数据说话!

全球领先的新经济产业  
第三方数据挖掘与分析机构

---