

消费金融创新案例研究—爱财集团

2016年

1

消费金融发展的宏观环境

2

爱财集团案例分析

3

爱财集团案例启示

消费金融兴起

六大因素助力消费金融兴起

从2013年互联网消费金融元年开始，消费金融一直处于一个快速“奔跑”的状态。艾瑞咨询认为，以下六大因素是促进消费金融快速发展的主要原因。

消费环境丰富：随着居民物质生活的提高，各类消费及娱乐场景逐渐增多，人们的消费环境也随之丰富起来。而消费环境的丰富在很大程度上推动了我国消费规模的快速增长，从2011年到2016年，我国社会消费品零售总额从18.4万亿元增长了将近一倍，达到了33.2万亿，年均复合增长率为10.3%。

传统信贷升级：近5年来，消费金融年均复合增长率达到了16.4%，远高于整体信贷规模的年均复合增长率9.1%。在传统信贷增速放缓的这一段时期，消费金融异军突起，填补了金融市场的空白，也倒逼了传统信贷的升级转型。

互联网促进：互联网技术与电商消费给我国居民所带来的最大的改变就是新的消费习惯以及消费观念的形成，也就是消费升级。如今，人们的品牌意识、理财观念不断增强，对消费品的要求不断提高，超前消费意识不断被解放。而这些改变也促进了消费金融的快速发展。

用户信贷需求旺盛：我国传统金融机构由于长期被政府过度保护，因此业务模式较为僵化，不能很好地覆盖到新兴的大学生、蓝领等消费群体，而这些潜在信贷用户被压抑的需求急需新型消费金融模式来释放。

政策促进：国家政策引导的方向是大力鼓励消费金融的发展，从打开地域限制，到参与主体放开，允许符合要求的互联网公司开展消费金融业务，再到加强监管，规范市场，防止“劣币驱逐良币”。整体来看，我国政策对消费金融的发展是利好的。

资本圈关注：2016年资本市场发生30例以上与消费金融有关的融资事件，融资总金额近200亿元。

六大因素助力消费金融兴起

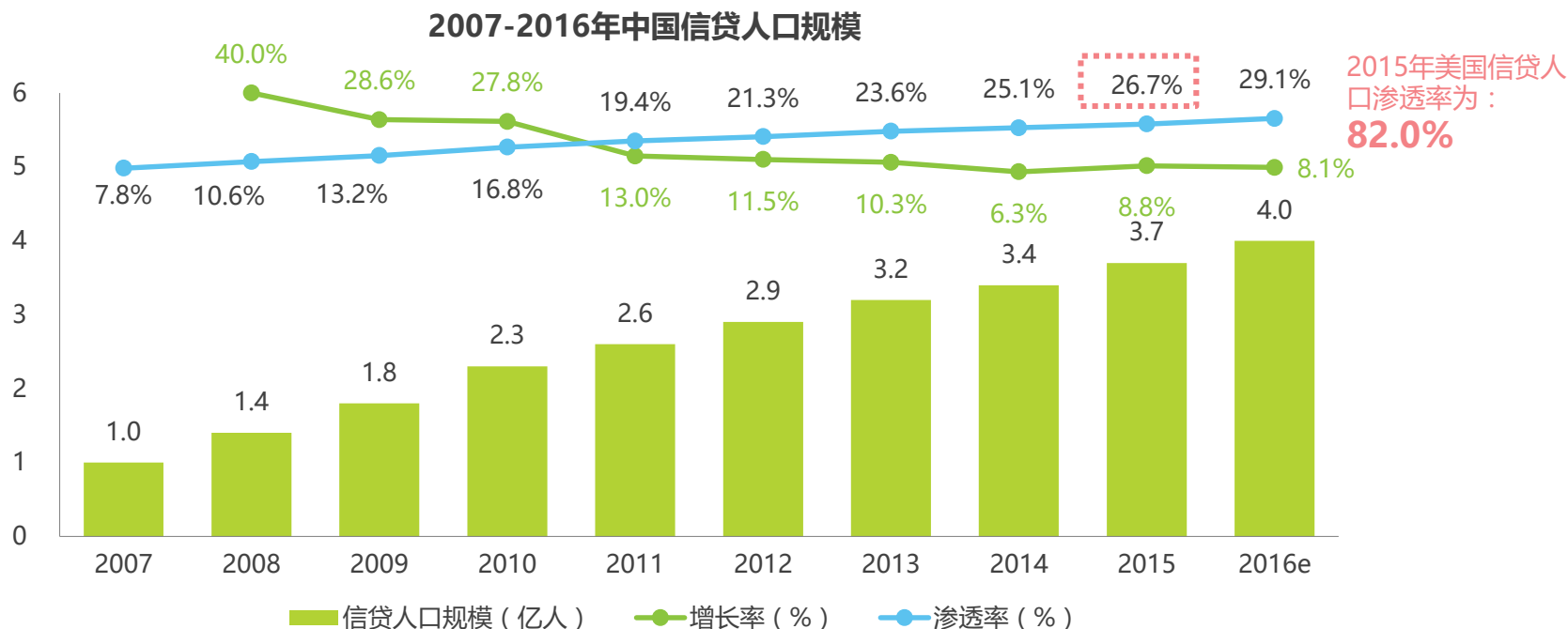


中美消费金融市场对比

相较美国，我国信贷覆盖程度低，提升空间大

2015年，我国信贷人口渗透率仅为26.7%，相当于只覆盖了我国四分之一左右的人口，而同时期的美国信贷人口渗透率则是达到了82.0%。对比来看，我国信贷覆盖程度相较美国差距巨大，因此参考美国的发展情况，我国信贷人口潜力十分可观，消费金融行业将继续享受信贷人口快速增长所带来的红利。

艾瑞咨询认为，传统金融坚信“二八”法则，即20%的高净值用户可以带来80%的利润，从而忽视了剩余80%的普通客户。而互联网消费金融则抓住了这部分长尾用户，使他们能享受到真正的消费信贷服务，并且这些用户的消费能力正在提升，消费需求也在不断释放，拥有极高的价值。传统金融造成的缺口是互联网消费金融崛起的主要原因。



来源：中国人民银行、中国银联、艾瑞咨询。

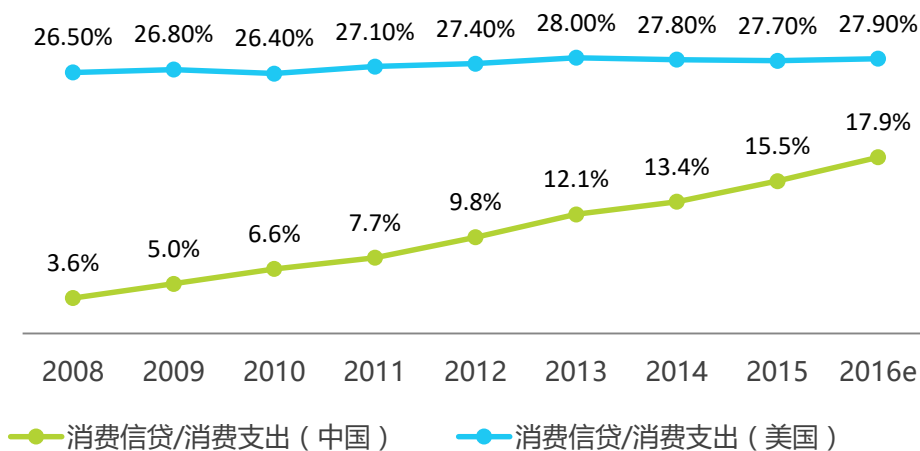
中美消费金融市场对比

中国短期消费信贷占比远低于美国，消费金融提升空间巨大

据中国人民银行公开数据及艾瑞计算，2008年我国短期消费信贷占居民消费支出的比例仅有3.6%，而美国作为消费模式和信贷模式都已成熟的国家，其信贷支出比高达26.5%。随着我国居民对消费信贷的熟知和认可，短期消费信贷占比呈线性持续上涨，2016年占比达到了18%左右，相较2008年增长了数倍，但仍和美国有很大的差距，增长空间巨大。

艾瑞咨询认为，美国信贷消费的占比远高于我国的原因主要有三个：第一是美国很好地在校内就普及了信贷服务，使得许多人在学生时期就建立了信贷习惯；第二是美国消费金融发展时间较长，行业竞争者多，结合消费场景的消费金融生态建立得更完善；第三是美国消费金融法律制度相对完善，市场更加规范，企业普遍能够做到合规经营。而中国消费金融要获得长足地发展，也需要借鉴美国这三个方面的经验。

2008-2016年中国短期消费信贷/消费支出



美国短期信贷消费占比较高的三大原因

学生时期建立的信贷习惯

美国学生贷款人数超过4000万，后高中教育（大学，高职）当中有超过70%的学生有信贷记录，学生时期的信贷习惯一般会延续到毕业后。

消费金融产品多样化，细分化

美国消费金融发展时间较长，大量的金融机构都加入了消费金融行业。如今美国的消费金融已经衍生出了多种多样的基于场景的消费金融产品，产品模式也愈加细分化。

消费金融法律制度的相对完善

伴随着消费金融的快速发展，从1968年开始，美国花费大约10年的时间制订了一系列专门针对消费金融的法律，形成了一套相对完善的法律系统。

来源：2008-2015年数据来自于中国人民银行，2016年及以后数据为艾瑞预测。

来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

中国消费金融发展格局

牌照优势尚未突显，消费金融行业百舸争流

金融牌照是允许企业或机构从事与金融有关领域的资质许可证明，是维护金融市场秩序的保证。多数成熟的细分行业中，相关牌照已成为稀缺资源，持牌机构的价值不断突显。截至2016年12月30日，全国共有20家消费金融公司获得了牌照，且多数为银行系。

消费金融牌照获取情况及价值

2010年4家获牌机构

北银消费金融有限公司
中银消费金融有限公司
四川锦程消费金融有限公司
捷信消费金融有限公司

2014年6家获牌机构

招联消费金融有限公司
兴业消费金融股份公司
海尔消费金融有限公司
苏宁消费金融有限公司
湖北消费金融股份有限公司
马上消费金融股份有限公司

2015年4家获牌机构

中邮消费金融有限公司
杭银消费金融股份有限公司
华融消费金融股份有限公司
盛银消费金融有限公司

2016年6家获牌机构

晋商消费金融股份有限公司
长银消费金融有限公司
包银消费金融有限公司
哈银消费金融有限责任公司
上海尚诚消费金融股份有限公司
中原消费金融股份有限公司

目前市场上存在300多家消费金融公司，但获得牌照的平台仅有20家。多数持牌机构的股东有银行背景；像苏宁、海尔等非银行系消费金融公司为少数。京东白条、蚂蚁花呗等规模较大的消费金融平台也不属于“正规军”。艾瑞咨询认为，消费金融牌照本应具有四个方面的价值，但由于行业尚未成熟，牌照的合规性价值尚未体现出来，造成目前行业鱼龙混杂。但是随着行业不断成熟，牌照合规性的价值将不断突显。但是，目前牌照申请要求稍显严苛，将一些优质平台挡在门外。考虑到这些企业对于行业的影响力，消费金融牌照许可条件会放宽。

背书



获得消费金融牌照意味着该平台具有丰富的运营经验和充足的资金。一定程度上代表行业里的龙头企业，知名度较高。

资金



在资金方面，持牌企业获取经营资本渠道拓宽，既可以同业拆借，也可以吸收股东存款，大大降低融资成本。

风控



获得牌照的企业可以接入央行的征信系统，获得一定规模级别的征信数据，一定程度上提高了风险识别能力。

合规



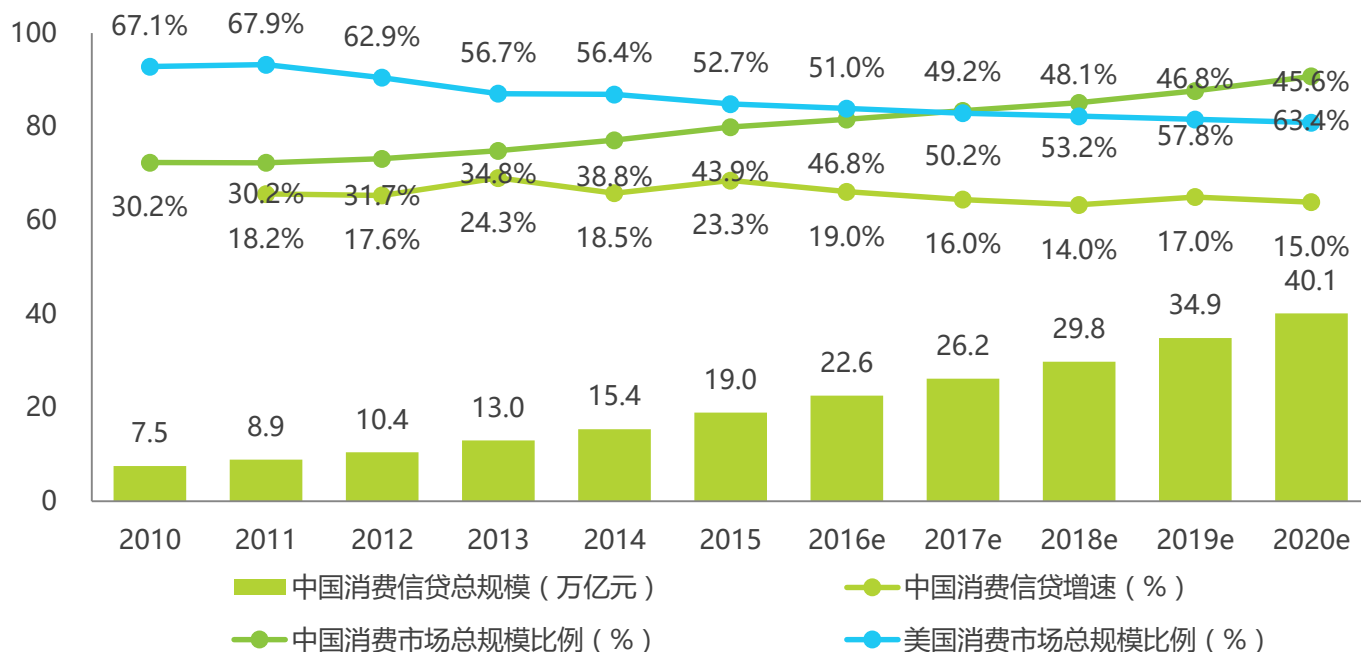
获得牌照意味着获得了开展消费金融的资质许可证明，未来在行业规范期，政策收紧的情况下具有强大的优势。

中国消费金融总规模

万亿级消费信贷规模

2016年，中国消费信贷规模突破了22万亿，同比增长19%，同时消费信贷在我国所有消费中的占比达到了46.8%，成为了我国消费的主流形式。消费信贷规模的快速增长，除了消费环境丰富、传统信贷升级等六大因素助力之外，另一个很重要的原因是中国消费市场规模本身就非常巨大，2016年社会消费品零售总额已经达到了33.2万亿元。但值得注意的是，虽然目前我国消费信贷占消费的比重与美国接近，但形式上有很大区别，我国的消费信贷仍以房贷车贷为主，居民日常生活中的消费所占比例很小。因此未来消费金融要获得长足的发展，还需要向美国学习，在校园市场推广信贷业务，培养大学生的信贷习惯；基于场景细分消费金融市场；完善消费金融法律体系，规范市场，督促企业合规经营。

2010-2020年中国消费信贷规模及占消费的比重



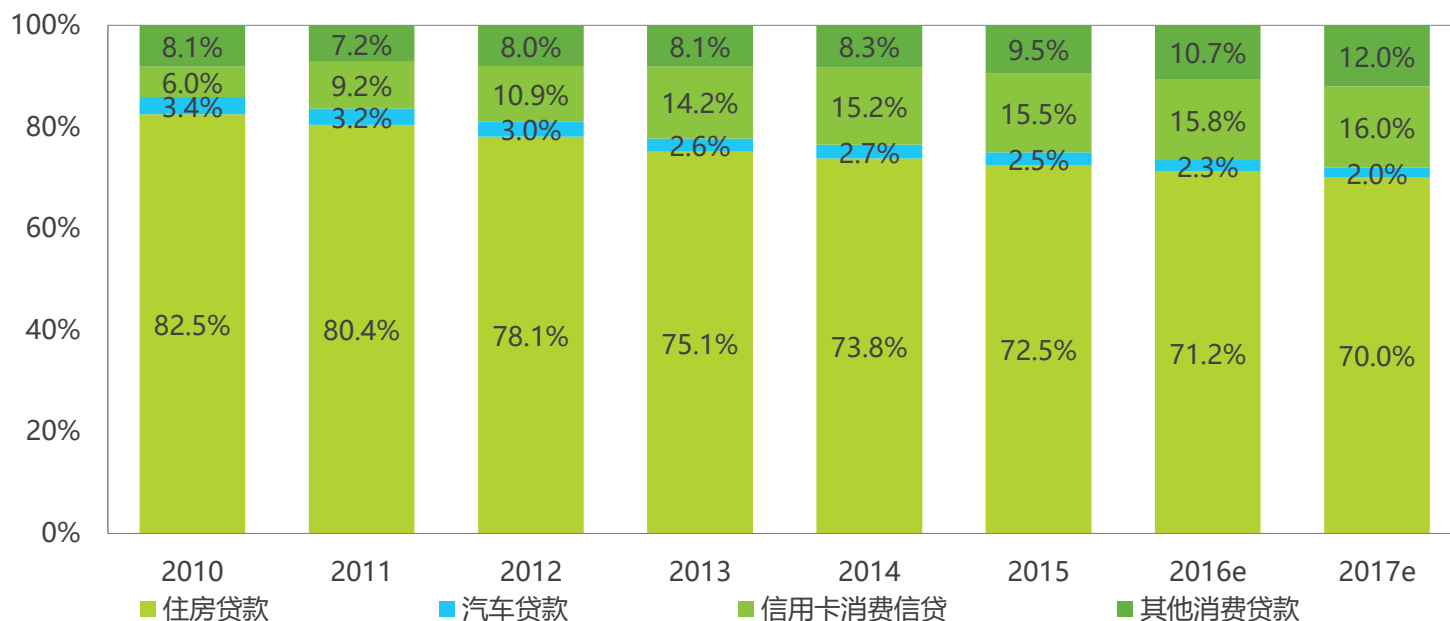
来源：中国人民银行、世界银行、艾瑞咨询。

中国消费金融结构细分

房贷占比持续减少，信贷源头正逐步变化

目前，房贷和车贷在我国的信贷结构中仍占据主要地位，而传统金融机构依靠房产抵押和汽车抵押贷款牢牢掌控着这部分的信贷源头。但是从2010年以来，房贷车贷所占比重逐步减小，信用卡消费信贷及其他消费贷款占比逐渐增加。而以小额信贷为主的信用卡消费信贷及其他消费贷款多采用无抵押的形式，因此小额信贷的源头并不像房贷车贷一样是物品，而是具有消费及信用延续性的贷款者。也就是说新型的消费金融的源头是用户，是流量，因此未来掌控主要信贷源头的将是具有获取流量和留存客户能力的这类消费金融公司。

2010-2017年中国信贷结构

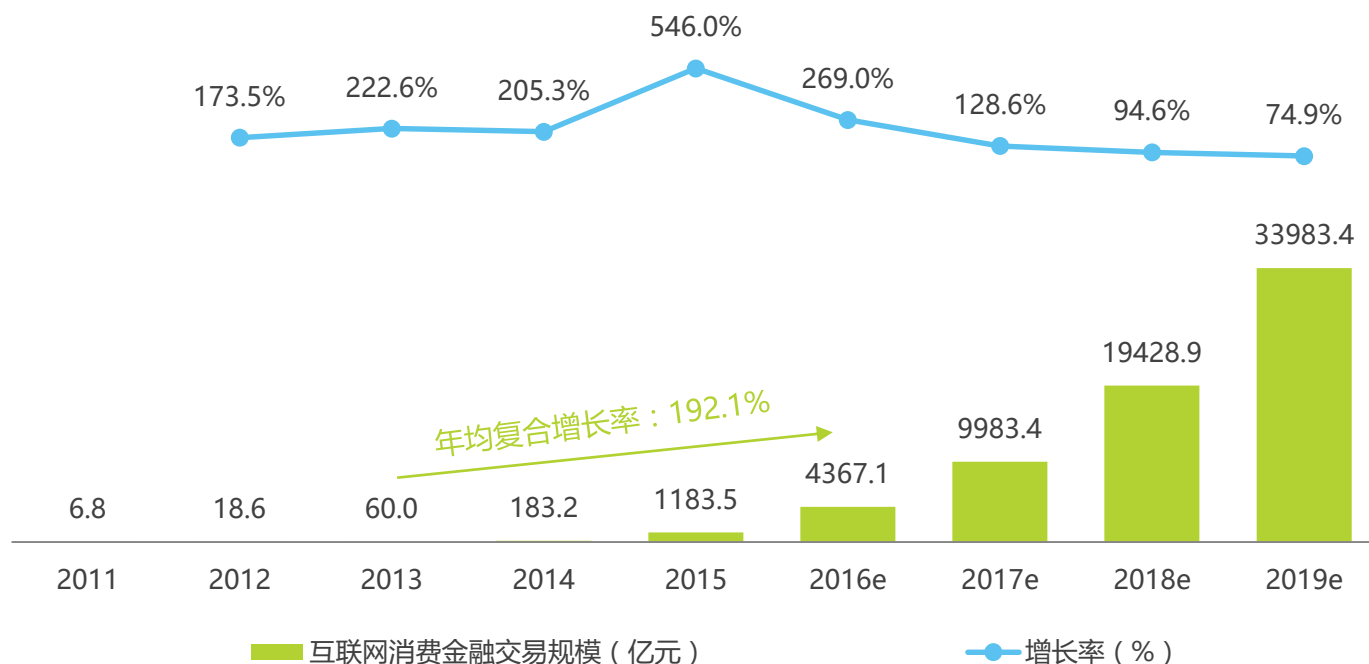


互联网消费金融规模

千亿级互联网消费金融市场

互联网消费金融从2013年开始爆发到2016年，其交易规模从60亿增长到了4367.1亿，年均符合增长率达到了192.1%。艾瑞咨询认为，整体市场高速增长的原因主要包含以下几方面：首先，参与主体逐步丰富，从之前P2P为主导拓展到目前以电商生态和网络分期平台为基础，参与其中的企业数量和类型较2013年有明显突破；其次，新兴市场不断被开拓，大学生、蓝领等新兴消费金融市场被企业深耕，长期被压抑的消费金融需求爆发式释放；最后，我国政府对互联网消费金融的发展也是持鼓励扶持态度，这也是互联网消费金融市场得到高速发展的重要因素。

2011-2019年中国互联网消费金融交易规模及增速



来源：艾瑞数据库，综合行业访谈及艾瑞统计预测模型推算。

©2017.1 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

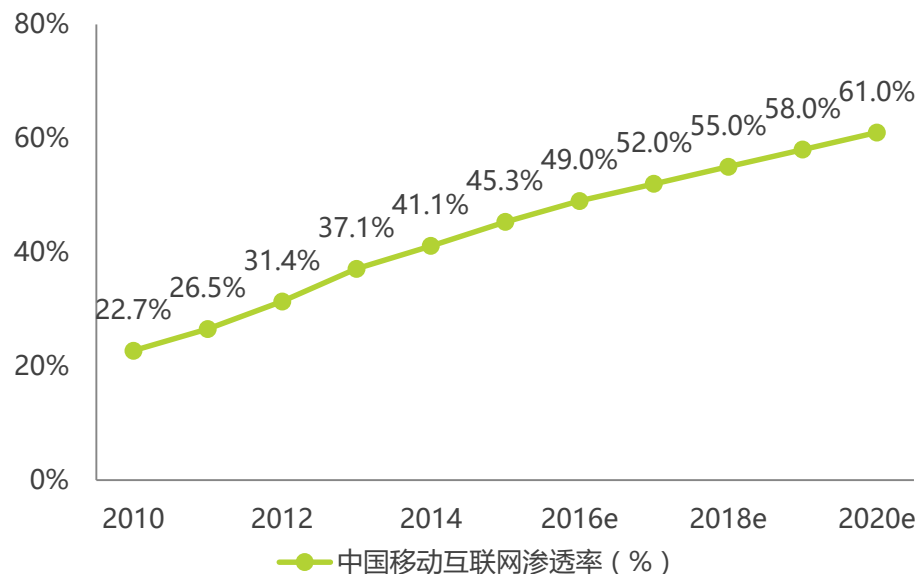
互联网消费金融改变

电商和移动互联网共同刺激下的线上消费金融

移动互联网方面：2010年以来，移动互联网的渗透率持续上涨，预计2020年其渗透率将达到61%。而移动互联网的普及使得消费金融公司可以通过App端与用户的消费场景紧密结合起来，为互联网消费金融的发展带来了巨大的便利。

电商方面：从电商巨头的真实消费数据来看，电商平台使得用户的消费习惯发生了巨大变化。以蚂蚁花呗为例，2016年其整体成交笔数、双11购物节交易笔数同比均大幅增长。2015年双11期间，用户使用花呗支付占整体交易笔数的8.4%，2016年提升到9.52%。由此可以看出电商生态正在逐步解放我国居民的超前消费意识，培养居民的信贷消费习惯，而这也为其他领域的消费金融公司的发展带来了巨大的机会。

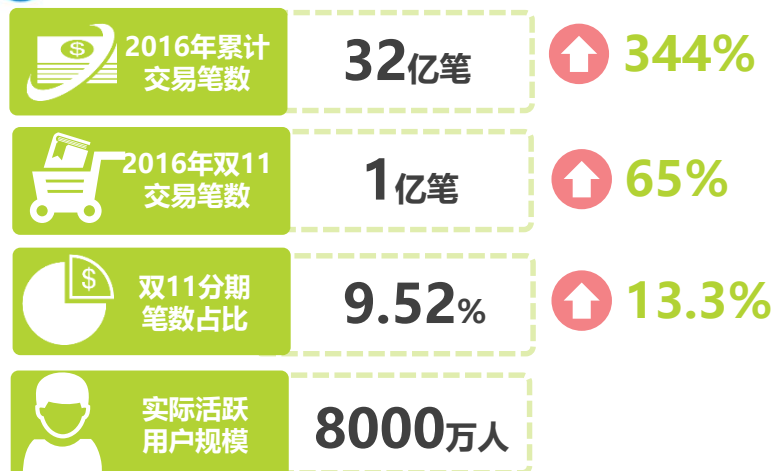
2010-2020年中国移动互联网渗透率



来源：艾瑞咨询，CNNIC, 软银，Statista



蚂蚁花呗 相关消费数据如下：



来源：蚂蚁金服，艾瑞数据库。

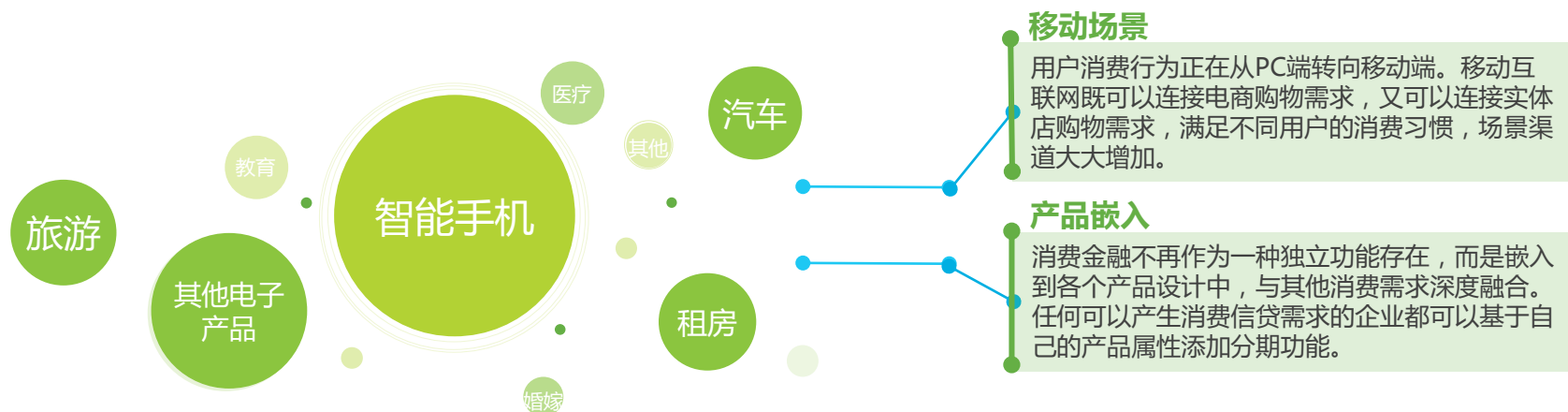
场景创新深化消费金融市场

基于场景构建消费金融生态

场景是消费金融的命脉。无论是互联网消费金融公司，还是大型企业开展消费金融业务，都在以各种创新形式不断渗透到大众生活中。之前传统金融机构仅提供金融服务，而消费金融的核心改变就是基于消费生态链中的各个消费场景深化金融服务。而这也这就要求消费金融机构不仅要有足够的金融能力，也要有完备的生态构建能力。

艾瑞咨询认为，基于场景的创新需考虑两个方面的内容：一方面紧追随着大众消费习惯的变化（消费形式、消费金额、消费频率）；另一方面注意到不同细分人群消费习惯的不同（白领和蓝领人群的消费习惯有很大不同）。这是保证场景成功的两个前提。

基于场景构建消费金融生态



来源：年轻人最常借贷购买产品 N=974；于2016年7月通过艾瑞iClick调研社区调研获得。

金融科技助力消费金融发展

提高效率与业务合规的需求

金融科技以输出技术能力的方式，服务于金融体系，使其效率得到提高，业务更加符合规范。提高效率方面，大数据+云计算通过线上快速处理多维度数据进行用户风险评级，极大提升了传统风控的效率。业务合规方面，区块链技术作为公共分布式账本，用可信的数学模型代替了第三方机构，提高了金融服务机构的公信力，而人工智能通过不断试错与迭代，逐步提升准确程度，避免了人工处理时出现疏忽错误的情况。

金融科技助力消费金融发展

大数据+云计算

丰富征信数据来源，提高风控判别准确度

区块链

打破征信数据孤岛，保证信息安全

人工智能

利用机器学习，使得机器突破人脑极限

来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

消费金融市场仍是蓝海，风控与场景是消费金融核心点

消费金融本身具有消费+金融双重属性。消费端，我国消费环境日益丰富，互联网技术以及电商消费促进了我国居民的消费升级，我国政策也不断鼓励引导居民消费；金融端，传统信贷面临升级，新兴的消费群体信贷需求十分旺盛，资本追捧消费金融市场并不断注入大量资金。在这六大因素的推动下，就目前来说，我国消费金融仍处于一个蓬勃发展的时期，其未来发展空间仍旧非常大。

而在消费金融兴起的大浪潮当中，结合消费场景获取客户，提升风控能力降低坏账率是消费金融的核心点。2016年，我国消费信贷规模已经达到了22.6万亿元并仍将保持快速增长。而这万亿级的市场所催生出的竞争也是非常激烈的，因此消费金融企业只有修炼好“内功”，场景结合能力与风控水平共同提高才能保证企业脱颖而出。

消费金融市场仍是蓝海，风控与场景是消费金融核心点



1

消费金融发展的宏观环境

2

爱财集团案例分析

3

爱财集团案例启示

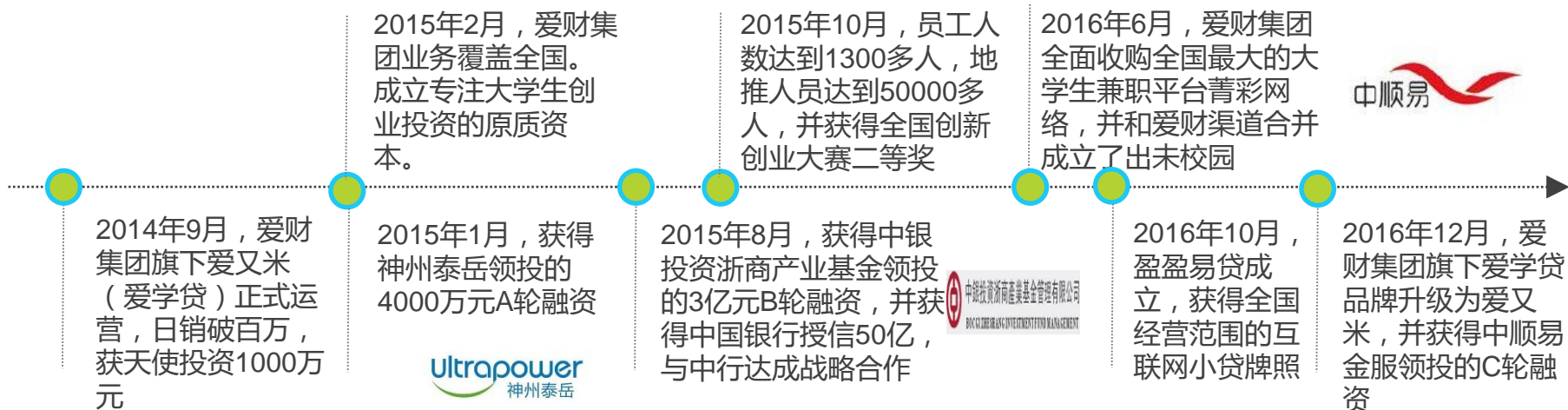
爱财集团基本情况介绍

企业发展背景

爱财集团总部位于杭州。依靠创新思变的企业经营战略和高效专业的管理理念，迅速成长为一个以消费金融服务为核心的多元的金融服务集团。基于普惠金融和价值创新的理念，爱财集团以“创建高效安全的消费环境”为企业使命，致力于打造简单、开放、健康的生态系统。成立至今，爱财集团旗下涵盖有小额分散、规模庞大的金融业务板块，背靠3000万精准用户的渠道业务板块，战略和资本双管齐下的投资业务板块，专注于优质资产、风控严谨的资管业务板块。

团队介绍：爱财集团创始人钱志龙，毕业于浙江大学，2000年加入阿里巴巴，工号75，十年半时间完成3次内部创业，一手组建中国供应商、支付宝、阿里妈妈等项目；2010年，辞去支付宝消费者事业部总经理职务开始连续创业。爱财集团其他高管团队成员分别毕业于浙江大学、北京大学、武汉大学等知名学府，并曾经任要职于雅虎、优酷土豆、银行、四大会计师事务所、连连集团、颐高集团等公司及机构。爱财集团的高管团队在技术、风控、销售、财务等方面均积累了丰富的经验，为公司的快速发展奠定了基础。截止目前，爱财集团的员工数已经达到1500人左右，而产品和技术人员的比例达到三分之一。

爱财集团发展历程及融资情况：



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

爱财集团商业布局

布局金融、渠道、投资、资管四大板块

爱财集团布局金融、渠道、投资、资管四大板块，形成了完善的产业闭环。爱财集团以最初的爱又米（爱学贷）业务为基础不断沿产业链拓展，最终形成了包含全国最大的高校项目拓展运营平台**出未校园**、专注旅游消费的金融服务平台**信程分期**、拥有网络小贷牌照的**盈盈易贷**、关注大学生创业的创业投资机构**原质资本**、专注教育金融的**享学科技**等多个平台的综合金融服务集团。

爱财集团商业布局

出未校园

全国最大的高校项目拓展运营平台出未校园既是爱财集团切入大学校园，获取优质客户的重要渠道，又是大学生寻找实践与兼职机会的绝佳平台。

渠道

原质资本

原质资本是爱财集团构建校园生态的重要一环。通过投资以校园为核心的校园快递、打印等不同消费场景下的企业，在扶持大学生创业的同时，也起到了为爱财集团引流以及降低获客成本的效果。

投资

云金融

爱财集团将消费分期、消费信贷所产生的小额分散且规模庞大的优质资产供给理财投资者，并与银行、券商、信托、消费金融公司等多个资金渠道对接，获得低成本的资金。

资管

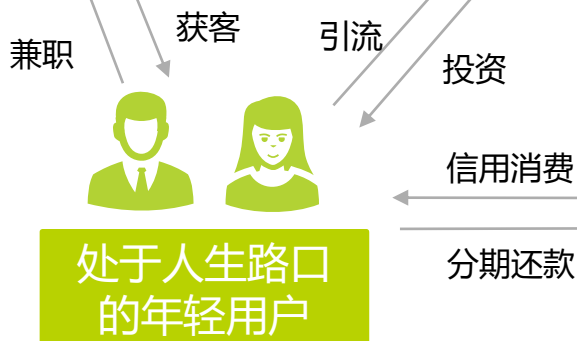
资产证券化
产品对接理
财需求

理财投
资者

投放资金
理财

金融资产
证券化

低成本
资金



爱财集团旗下爱又米（爱学贷）将普惠金融带入校园，并通过毕业金、信程分期、超级信用卡等业务板块完成了从大学生市场到学生后市场的延伸。但爱又米（爱学贷）并不直接与用户进行信贷交易，而是通过向爱财旗下的盈盈易贷输出运营与数据，并由有信贷资格的盈盈易贷来完成与用户间的信贷业务。

盈盈易贷

输出运营
与数据

利润

爱又米

付款

提供商品
或服务

消费服
务商

金融

爱财集团产品体系

金融板块：立足场景，合规经营

爱财集团金融业务板块以快捷、安全的全场景消费金融服务为主体，实现了信息、技术、数据、风控、场景以及人才的最大程度资源共享，全方位连接了消费金融和线上消费场景，通过小额分散的模式最大程度降低风险。

爱财集团经营多元化金融业务，旗下爱又米（爱学贷）将普惠金融引入校园，促进年轻人对金融服务的认知，完成高校市场全覆盖的战略布局；并通过旗下毕业金、信程分期等业务板块，实现了用户群体从大学生到白领等年轻人全消费场景的延伸。并且爱财集团在金融领域以爱又米（爱学贷）为核心，一方面立足场景，不断增加深度结合消费场景的金融产品；另一方面，又秉持合规经营理念，通过获得网络小贷牌照的盈盈易贷与客户完成信贷业务。

不仅如此，爱财集团立足通过与中国银行等传统银行签署战略合作协议，完善信用消费大数据，将社会征信提前4年，致力于培养社会信用习惯。

金融板块：立足场景，合规经营



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

爱财集团产品体系

渠道板块：连接年轻人与各大品牌的高速公路

大学生是未来的消费主力，高校市场已成为各大商家争先占领的市场。互联网时代，线上推广成本日益增加，而地推因成本可控、用户精准受到很多品牌甚至互联网平台的重视。爱财集团旗下的出未校园拥有覆盖全国高校的500人全职管理团队和6万人大学生兼职地推团队，是全国最大的高校项目拓展运营的全案服务商和大学生创业实践平台。一方面承接各大品牌商的校园推广项目，助其打通高校流量入口，深入校园市场；另一方面为千万学子提供创业实践和就职名企的机会。

渠道板块：连接年轻人与各大品牌

承接众多品牌厂商推广

覆盖95%以上高校



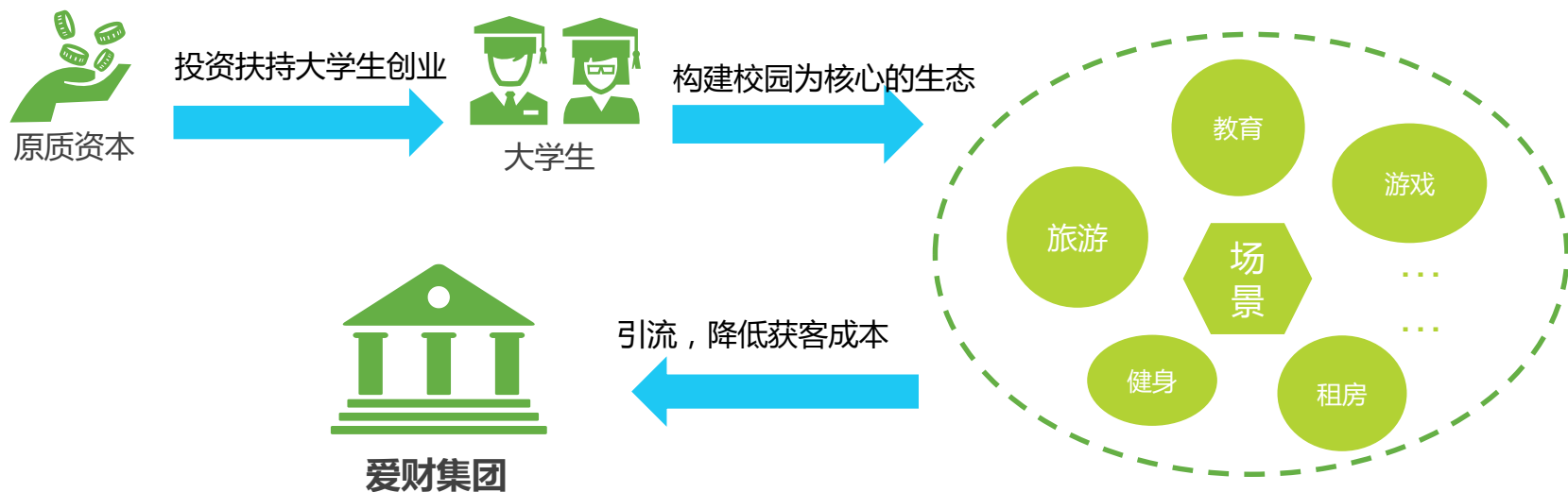
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

爱财集团产品体系

投资板块：构建校园为核心的生态

“大众创业，万众创新”的大环境下，为扶持广大的优秀大学生加入到创业热潮，提升其创业成功率，2015年，爱财集团、老阿里人和知名天使投资人共同发起成立关注大学生创业的风险投资机构——原质资本。以科技创新、消费金融、“互联网+”、移动互联网为主导投资领域，着力挖掘优秀的青年创业团队、项目，向创业团队输出资本与战略资源，并通过“创业导师制”和国际孵化理念提升创业的品质和成功率。目前已累计投资1.2亿元，管理资产达5亿元，管理旗下原质创想、创·空间等近万方孵化空间。

投资板块：构建校园为核心的生态



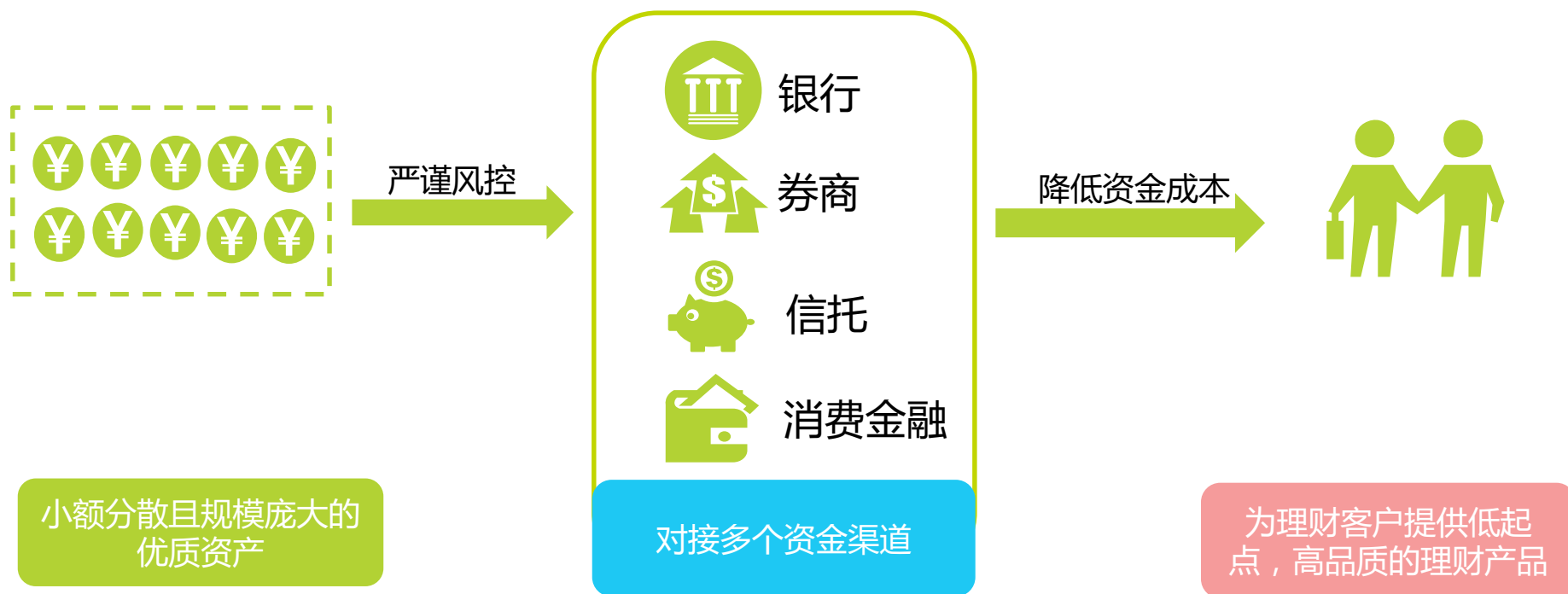
爱财集团产品体系

资管板块：小额分散规模庞大的优质资产

爱财集团资管平台致力于全民信用体系的构建与完善。一方面面向资产消费，有别于信托、银行等金融平台，其起点低，可进行小额资产买卖；另一方面专注于甄选小额分散且规模庞大的优质资产，并以严格的投行计量模型及严谨的风控体系，确保资产的安全可靠。

爱财集团资管平台对接券商、银行、信托、消费金融公司等多个资金渠道，降低资金成本，形成稳定的资金闭环。为有理财需求的人群营造安全、可靠的环境，优化财富管理，确保每个客户资金链安全、规范、协作运行。

爱财集团资管模式



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

爱财集团风控模式

风控模式

爱财集团建立了覆盖贷前、贷中、贷后全流程的风控模型和风控系统。贷前：风控模型分为反欺诈模型和评分模型，会综合用户的身份信息、学校信息、人脸识别、联系人信息、用户操作行为信息及多家数据源信息等维度对用户进行分层，其中部分用户需要进行人工审核，信审人员利用丰富的个人工作经验对申请人资料、信用记录、还款能力及意愿等进行核对，（风控系统综合人工审核和系统审核）最终做出授信审批。贷中：数据库实时更新，用户一旦出现多平台贷款等异常行为就会触发预警，提前触发催收。贷后：催收模型利用用户基本信息、用户消费信息、用户历史还款行为信息、用户操作行为信息等来对不同的用户制定不同的催收策略，并评估催收效果，此外催收的信息还将实时地返回给大数据平台，用于下次贷前审核参考。

爱财集团风控模式



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

爱财集团金融科技创新

金融科技创新

爱财集团围绕精准与高效两个维度进行了金融科技方面的创新。精准维度，一方面通过人脸识别与电子签名等高科技识别方法实现了用户身份的精准识别，另一方面通过多维度信用模型的评估，精准地审核用户的还款能力来匹配放款额度。高效维度，爱财集团自建大数据平台，并通过分布式计算的方法实现审核效率的高效化，而且爱财集团作为网上法庭的第一批试点企业，实现了法律纠纷的高效处理。

爱财集团四大金融科技创新

爱财集团积累了覆盖千万级用户数据的大数据基础，公司自建的大数据平台采用云计算的方式处理数据，迅速高效。

大数据+
云计算

多维度信用模型评估，准确用户特征定位使得爱财集团的坏账率控制在1%以内，远低于中国线上消费金融行业平均坏账率10%。

精准模型
评估

高科技
识别

智能机器审核应用了实时风控决策引擎、人脸识别与电子签名等多项高科技识别技术，并且识别信息都保存在合规的第三方平台。

高效处理
纠纷

爱财集团与阿里小贷作为网上法庭第一批试点企业。实现了网上纠纷网上解决，高效便捷地走法律流程，大幅降低了诉讼成本。

爱财集团战略布局

打造服务于年轻人的金融工厂

爱财集团依托其消费金融生态所获取的千万优质客户数据，一方面与如中国银行、招商银行、平安银行等传统金融机构战略合作，获取了较低成本的资金，另一方面又和一些大的风控征信公司战略合作，比如和同盾建立了互联网风险风控实验室来优化风控模型，增强风控能力。而未来爱财集团将打造服务于年轻人的金融工厂，将长期积累下来的资金成本优势和风控优势结合起来做成金融产品，并将这些产品推送给其他做消费场景的企业和个人，共同经营消费金融这个巨大的市场。

打造服务于年轻人的金融工厂



爱财集团核心竞争力总结

爱财集团三大核心竞争力

源头掌控

爱财集团以大学生人群为切入点，不仅积累了传统金融机构所没有的大学生征信记录，将我国的征信体系提前了4年。而且获取了大量的未来充满多种可能性的优质客户，并通过毕业金等业务实现了很高的毕业用户留存率，从而达到了持续为用户提供金融服务的效果。

生态构建

爱财集团紧密结合年轻人的消费场景搭建了一个简单、开放、健康的消费金融生态系统。而这个生态的建立也为爱财集团链接到了更多的用户，如今爱财集团的生态圈已为其输送了超过1000万的可触达用户。因此随着爱财集团向更多细分消费场景的延伸，其获客能力将得到进一步的增强，获客成本也将不断降低。

合规经营

爱财集团一直秉持着不忘初心，合规经营的理念。爱财旗下的爱又米（爱学贷）以及信程分期等并不直接与用户进行信贷交易，而是通过向爱财旗下的盈盈易贷输出运营与数据，由获得了网络小贷牌照的盈盈易贷来完成与用户间的信贷业务。在金融业务开展过程中，爱财集团一直坚持着自律标准远远高于监管要求。

最懂年轻人的消费金融服务平台

1

消费金融发展的宏观环境

2

爱财集团案例分析

3

爱财集团案例启示

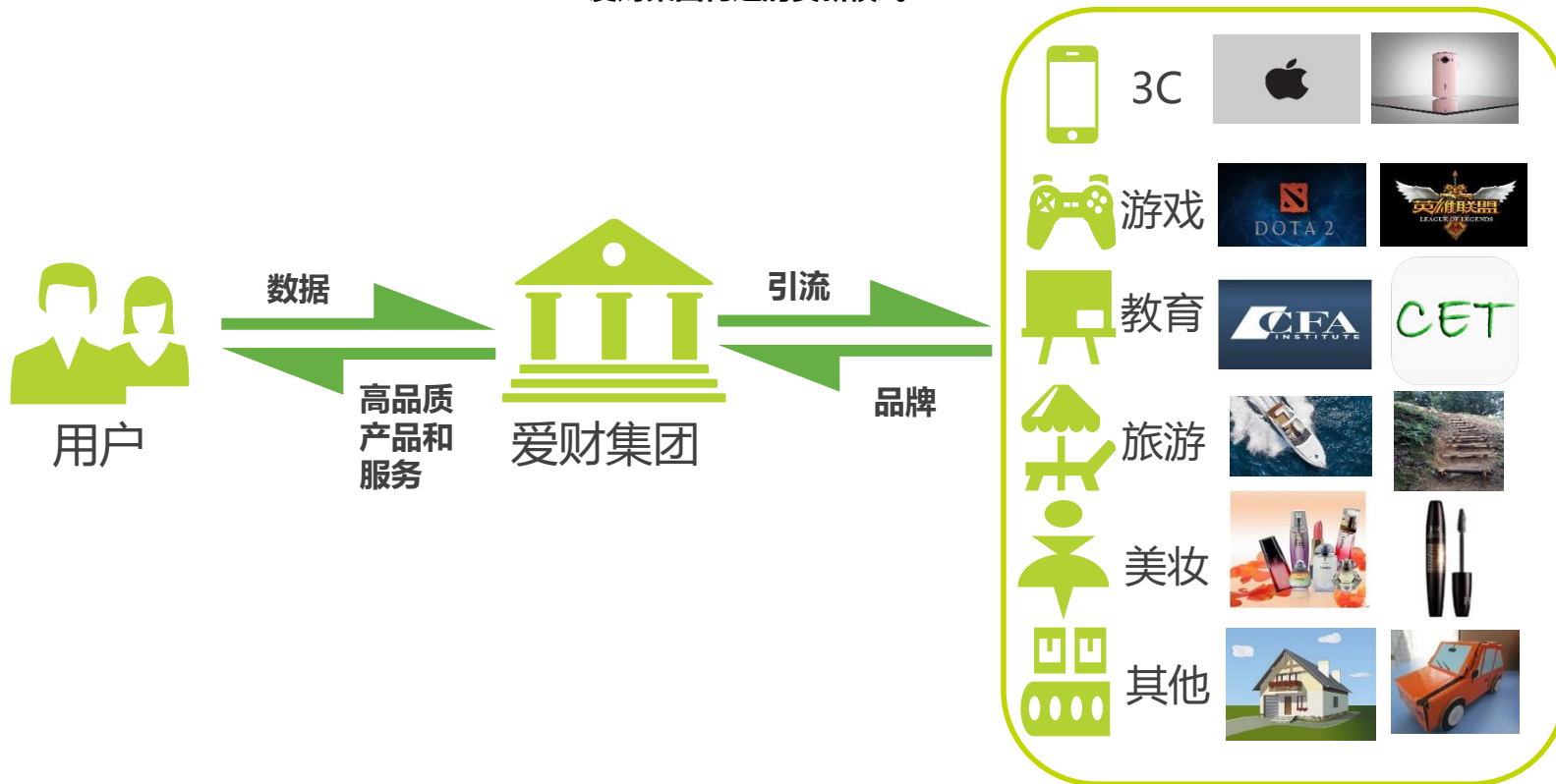
流量为王，与产业结合构建消费新模式

iResearch

艾瑞咨询

爱财集团通过布局金融、渠道、投资、资管四大业务板块，构造了完善的金融服务生态圈，而生态圈的构建也为爱财集团链接了千万优质客户。爱财集团依托这千万优质客户，与不同领域的企业共同合作，一方面为各大企业导流，另一方面也为自身的用户提供更加专业的金融服务，刺激了更多消费的产生，形成新的消费闭环，扩大内需。

爱财集团构建消费新模式



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

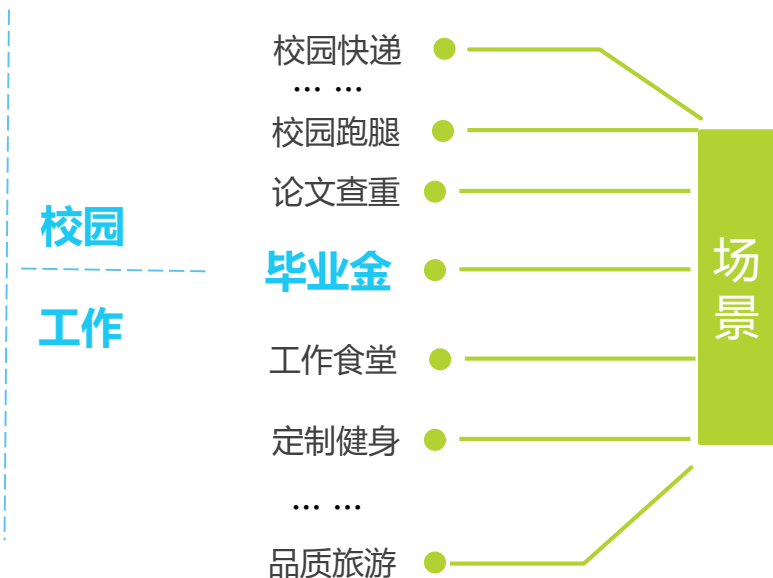
©2017.1 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

基于场景，深化服务

爱财集团为年轻人群体提供金融服务，却并没有仅仅停留在金融服务这一层面上。而是不断开拓年轻人的生活消费场景，基于场景，深化服务。这些深化服务包含了校园快递、论文查重、毕业金等，这一点一滴的场景构造起来的生态圈不仅为爱财集团输送了千万级的可触达用户，而且获取了年轻人的日常生活数据，使得爱财相比其他金融机构能更好地把控风险，并维持与客户的紧密关系，继续拓展场景。

爱财集团基于不同场景的深化服务



基于场景，深化服务

爱财集团基于场景构造的校园生态为大学生提供的不仅仅是金融服务，与之相伴随的还有许多贴合大学生日常生活场景的深化服务。



携手用户，共同成长

爱财集团以大学生作为消费金融市场的切入点，采取伴随战略，与用户共同成长，在用户不同的阶段为其提供专业的金融服务。爱财集团立足强势风控，围绕个人成长的主线，不断根据用户需求拓展场景，根据场景切入不同行业。在用户无论是毕业、还是第一次租房、第一次出国、第一次买车、第一次买房等最有借贷需求的时候提供金融服务。

爱财集团：提供陪伴一生的金融服务



为用户提供陪伴一生的金融服务

公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，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，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，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和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询