

中国蓝领人群消费金融市场 研究报告

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

互联网消费金融市场发展概述	1
蓝领人群消费金融市场发展现状分析	2
蓝领人群消费金融用户行为研究	3
蓝领人群消费金融创新案例—买单侠	4
蓝领人群消费金融市场发展趋势	5

互联网消费金融市场发展概述

消费金融的概念

消费金融，即以消费为目的的信用贷款。一般指机构或个人提供的、以消费为主要需求的小额贷款产品和金融服务。信贷期限较短，一般在1个月至12个月之间，部分可延长至24个月。消费金融可分为广义消费金融和狭义消费金融。

消费金融的定义

NOW



FUTURE



本质：用未来的资金满足现在的消费需求



■ 信贷以消费为需求



■ 个人短期周转为主



■ 贷款金额小、期限短



■ 还款压力小、风险易控

广义消费金融：

泛指一切以消费为目的的信用贷款，包括住房按揭贷款、汽车贷款等大额信贷



狭义消费金融：

不包括住房和汽车等消费贷款，专指日常消费需求，包括日耗品、衣服、房租、电子产品等小额信贷



互联网消费金融市场发展概述

互联网消费金融的定义及范围

互联网消费金融，指依托互联网技术发展起来的新型消费金融模式，即借助网络进行线上的审核、放款、消费、还款等业务流程。互联网消费金融亦可分为狭义与广义。广义的互联网消费金融泛指一切依靠互联网打造的金融服务平台，包括传统消费金融的互联网化。狭义的互联网消费金融仅指互联网公司创办的消费金融平台。本报告中狭义的互联网消费金融为重点研究对象。

艾瑞咨询认为，互联网消费金融是作为传统消费金融的补充而存在的。传统消费金融专注于大额信贷产品，且用户大部分为净值较高的人群。虽然近几年随着互联网化的进程，消费金融正在向大众日常生活渗透，但是受信用风险等因素，整体进程较缓慢，造成部分细分市场仍处于空白状态，例如大学生消费金融、蓝领消费金融，消费场景多为电商和3C类数码产品。与此同时，受商业模式、风险、资金和法律约束等因素影响，互联网消费金融目前还没有能力触及大额消费信贷市场。

互联网消费金融定义及范围



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

互联网消费金融市场发展概述

互联网消费金融公司的分类

2013年，随着分期乐等互联网公司的成立，消费金融开始进入大众的视线内。2015年，各方开始大力布局互联网消费金融业务，该年被称为互联网消费金融的元年。按照企业业务类型分类，我们把现阶段互联网消费金融公司分成三大类：电子商务系、网络借贷系和纯消费金融系。

随着更多的企业进入市场，创新产品将不断推出，面向人群会越来越细致、广泛。市场逐渐向群体细分化、产品差异化发展。比如，按照客户群体分类，有大学生、蓝领等人群；按照行业领域分类，有旅游、教育、3C等产品；按照模式分类，有现金贷款、消费分期付款等类型。

互联网消费金融企业类型

电子商务系



任性付



蚂蚁花呗
ANT CHECK LATER

利用自有**消费流量**的优势，结合信贷发展业务。

网络借贷系

惠人贷

拍拍贷
ppdai.com

麦子金服
让金融温暖由门处

众可贷
zkep2p.com

利用自身**信贷风控**的优势，结合消费发展业务。

纯消费金融系

分期乐
fenqile.com

趣店

买单侠
PAYMIAK

马上消费金融
www.msxf.com

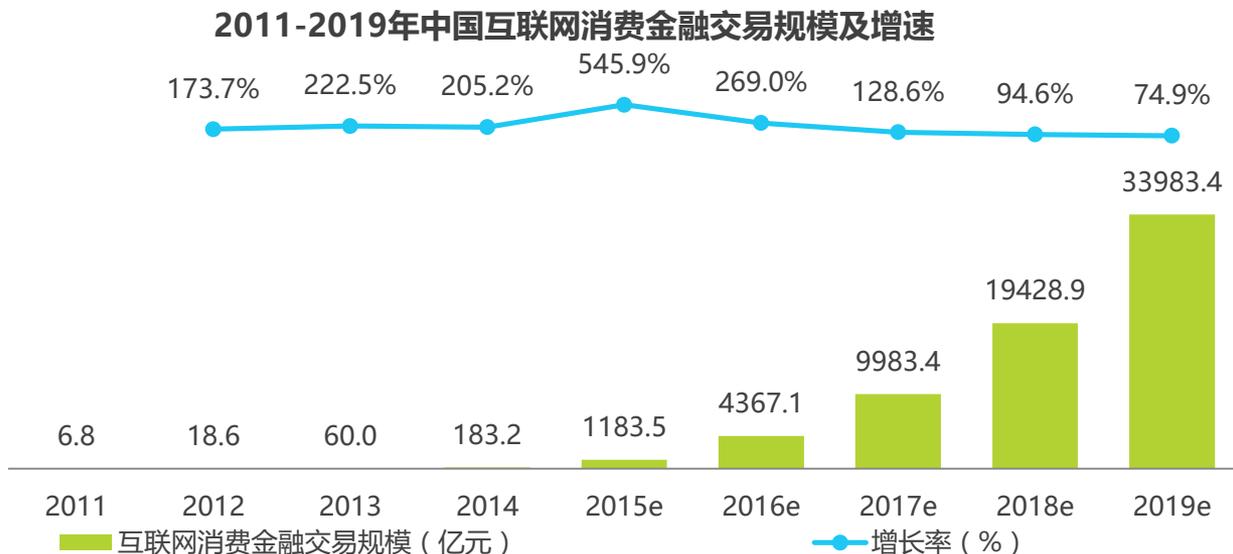
专注细分市场，关注**产品差异性**。

互联网消费金融市场规模

2015年交易规模突破1000亿元，增速超过500%

2013-2014年，中国互联网消费金融市场正处于发展的起步阶段，陆续有电子商务企业、在线支付企业以及P2P信贷企业加入进来，同时，传统的互联网金融企业也加快互联网化的步伐，在互联网领域不断进行新的尝试。艾瑞咨询数据显示，2013年，中国互联网消费金融市场交易规模达到60.0亿元，伴随着京东与天猫的进入，2014年互联网消费金融交易规模突破183.2亿元，增速超过200%。2015年，互联网整体消费金融市场规模突破了千亿元。

艾瑞咨询认为，整体市场高速增长的原因主要包含以下几个方面：1) 首先，市场参与企业的类型和数量逐步丰富和增加，从原有的P2P平台为主导的消费金融市场拓展到以电商生态为基础的互联网消费金融，直接从供给端给了消费者更多的选择；2) 其次，用户的消费需求和消费能力进一步提升，新的需求能够通过多样的消费金融渠道得到满足；3) 最后，互联网金融在2013年开始进入真正的爆发期，2014年则延续了2013年的强势表现，在理财、投资以及信贷领域均有突破，这也是促进互联网消费金融市场快速发展的重要因素。



来源：艾瑞数据库，综合行业访谈及艾瑞统计预测模型推算。

互联网消费金融产业链图谱

多线并联的产业结构

实体经济

用户

监管机构

以央行、银监会为主的监管机构，对行业发展走向，以及不同势力间的角力，起着至关重要的作用。同时工商、工信部，地税等机构也在产业链中占有重要地位。

相关组织

主要分两层：
第一、行业协会；第二、市场监测机构

消费环节

消费环节是消费金融的核心场景。从艾瑞的角度看，主要区分为线上和线下两部分：
线上部分主要以电商平台为主：淘宝、京东等。还包括各大品牌商自建的网销平台和虚拟产业。

线下部分内涵更加丰富，不仅包含商品的消费，还包括美容、教育等服务类消费。

电商金融

电商系消费金融凭借自身电商平台天生的消费场景，将信贷服务直接搭载到用户购物的过程中，进而实现分期或直接信贷的金融业务，相比于传统金融机构有着风控、场景和用户需求等多种优势。

网络金融

互联网消费金融的内涵更加丰富，实现方式也更加多样。相比于电商环境，互联网消费金融所从事的业务更接近于金融服务，以风险控制 and 资金融通为核心，帮助用户完成消费，通常会跟金融机构合作完成。

传统金融机构

以银行和消费金融公司为主的传统金融机构。

风控合作

根据贷款过程，合作机构切入不同的合作方式：

贷前：信息验证
贷中：信用评估
贷后：坏账追缴

除此之外，跟信贷相关的抵押物评估等也常通过合作机构完成

其他合作

第三方支付
线下地推、营销广告
以及其他辅助公司发展
的合作机构。

互联网消费金融市场政策环境

政策利好，加速互联网消费金融布局

2015年11月23日，国务院发布《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》。《意见》指出，需推动金融产品和服务创新，支持发展消费信贷，鼓励符合条件的市场主体成立消费金融公司，将消费金融公司试点范围推广至全国。

艾瑞咨询认为，《意见》的推出一方面表现，新消费的发展和作用离不开金融服务的创新，消费与金融需有机结合，肯定消费金融的价值。另一方面表现，消费金融的发展需建立大范围、多层次、普惠大众的有效市场，需结合消费人群、消费行为和消费场景开发创新金融产品。在这两个方面的发展均需要互联网消费金融注入全新的血液。

2009-2015年中国互联网消费金融市场政策环境

🔍 政策

📝 内容



地域放开

2009 《消费金融公司试点管理办法》

2013 银监会扩大试点城市

2014 修订《消费金融公司试点管理办法》

2015.11 国务院颁布《意见》



首次成立消费金融公司，并设立成立条件

由最初的4家试点公司扩充到16家

放开限制条件，试点城市进一步扩大

将消费金融试点范围推广至全国

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21547

