清科观察：《2016中国消费金融研究报告》发布，场景、数据和风控成竞争关键

- 近年来，中国互联网金融消费行业发展十分迅速。
- 互联网金融消费者的的网民渗透率从2012年的29.4%上升到2015年的71%，预计2016年将上升到72%。
- 互联网金融已进入发展深水期，增势从95.1%放缓至18.7%，预计2016年将进一步放缓至6.3%。
- 从2014年银监会扩大消费金融公司试点范围，到2015年初十部委推动互联网金融平台、产品和服务创新，资产证券化由审批制改为备案制，推动了消费金融市场主体多元化和资金渠道畅通。

消费需求的持续升级

- 个人消费呈现金融化和互联网化两大趋势，预计2020年个人消费的线上渗透率将达20%~30%；同时，随着中国年轻消费群体成为家庭消费决策的主力军，也将拉动中国消费金融的增量市场。

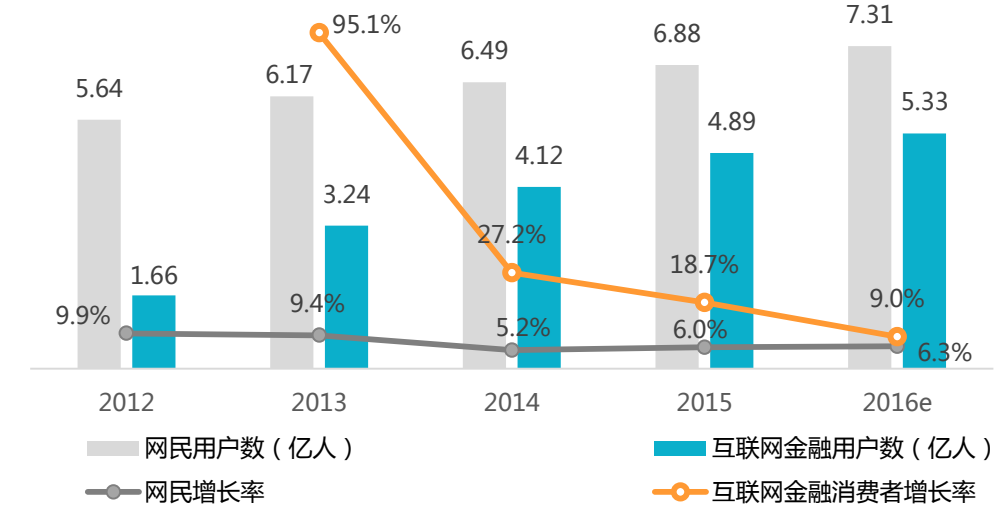
大数据与金融科技的发展

- 互联网社交数据、交易数据和行为数据的积累沉淀和挖掘应用，提升了消费金融服务能力，降低了边际成本，金融服务得以触达更多传统金融机构难以覆盖的空白客群。
- 2014年是消费金融领域投资元年，清科集团私募通数据显示，2014年行业投资规模同比增长近10倍，投资案例数同比增长近8倍
- 行业投资活跃度降低，但优质项目魅力更胜以往，清科集团私募通数据显示2016年上半年18起投资事件所涉投资总额已超2015年全年70起投资事件所涉总额的近2.7倍

我国互联网金融行业高速发展后进入发展深水

- 互联网金融消费者的的网民渗透率从2012年的29.4%上升到2015年的71%，预计2016年将上升到72%
- 互联网金融已进入发展深水期，增势从95.1%放缓至18.7%，预计2016年将进一步放缓至6.3%

我国互联网网民与互联网金融消费者规模与增速对比

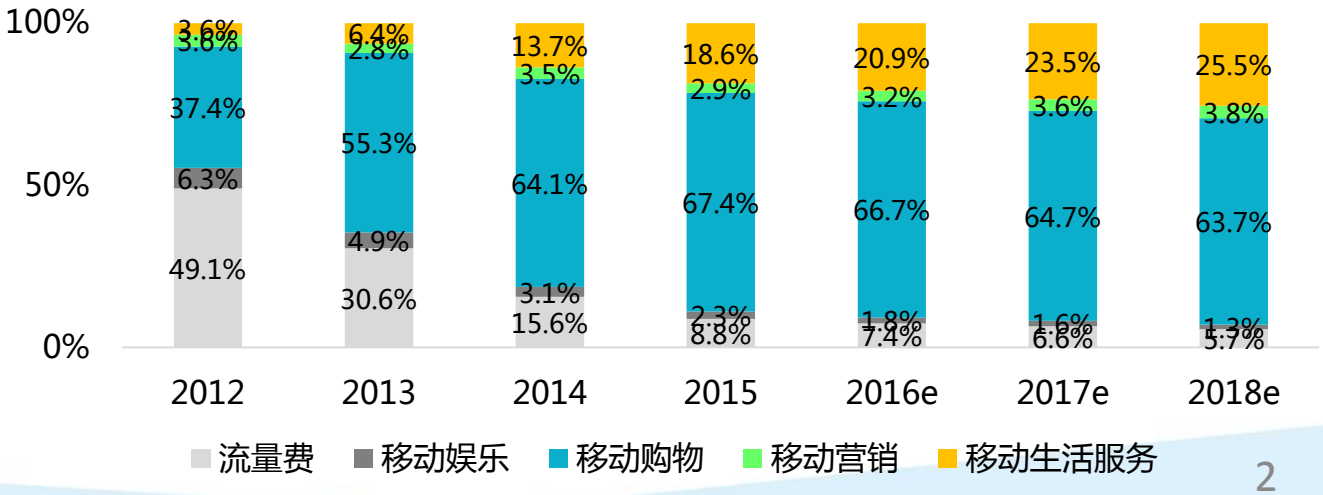


来源：中国互联网信息中心，速途网、清科研究中心整理

移动购物是行业整体收入主体，移动生活服务最具成长性

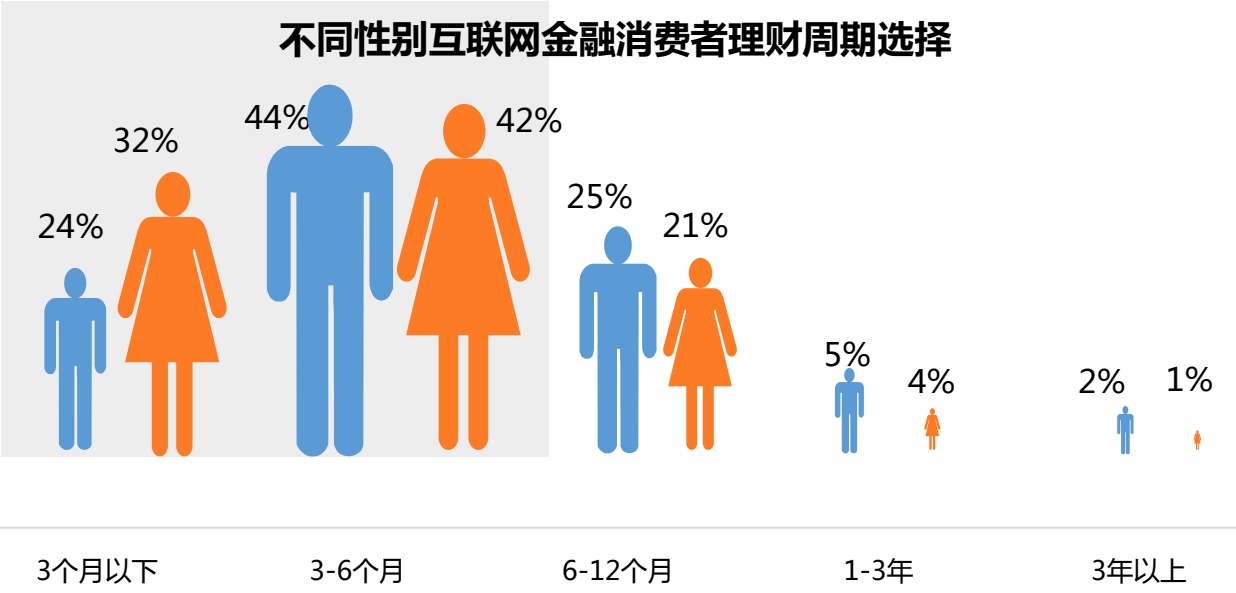
- 移动购物构成行业收入的主体，2015年移动购物收入占行业整体的比例达67.4%
- 移动生活服务最具成长性，12年起4年时间内收入规模占行业整体比例增长超5倍

我国移动互联网市场结构（收入规模划分）



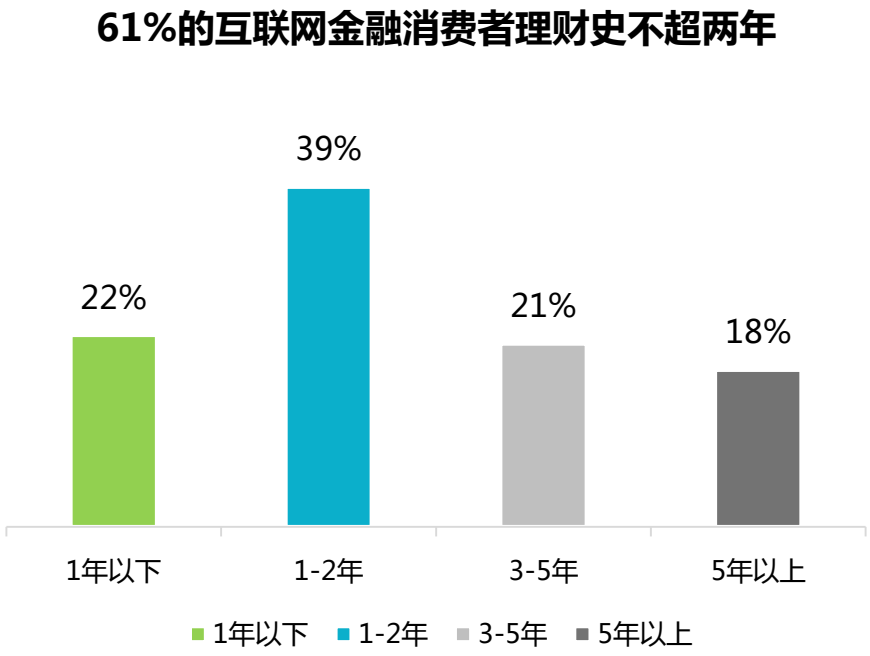
女性消费者更青睐3个月以下周期的产品

- 超过60%的互联网金融消费者选择周期在半年内的理财产品
- 女性投资者对短期获利的追求强于男性，女性消费者选择3个月以内产品的比例高于男性，但在其他理财周期产品选择上，情况则刚好相反



数据来源：零壹财经、清科研究中心整理

消费者整体具有一定的“理财小白” 特征

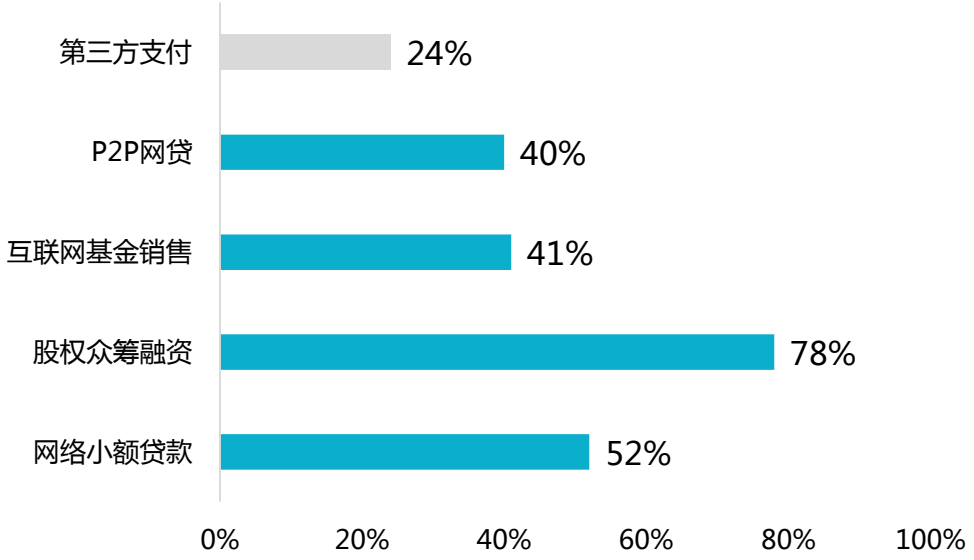


数据来源：零壹财经、清科研究中心整理

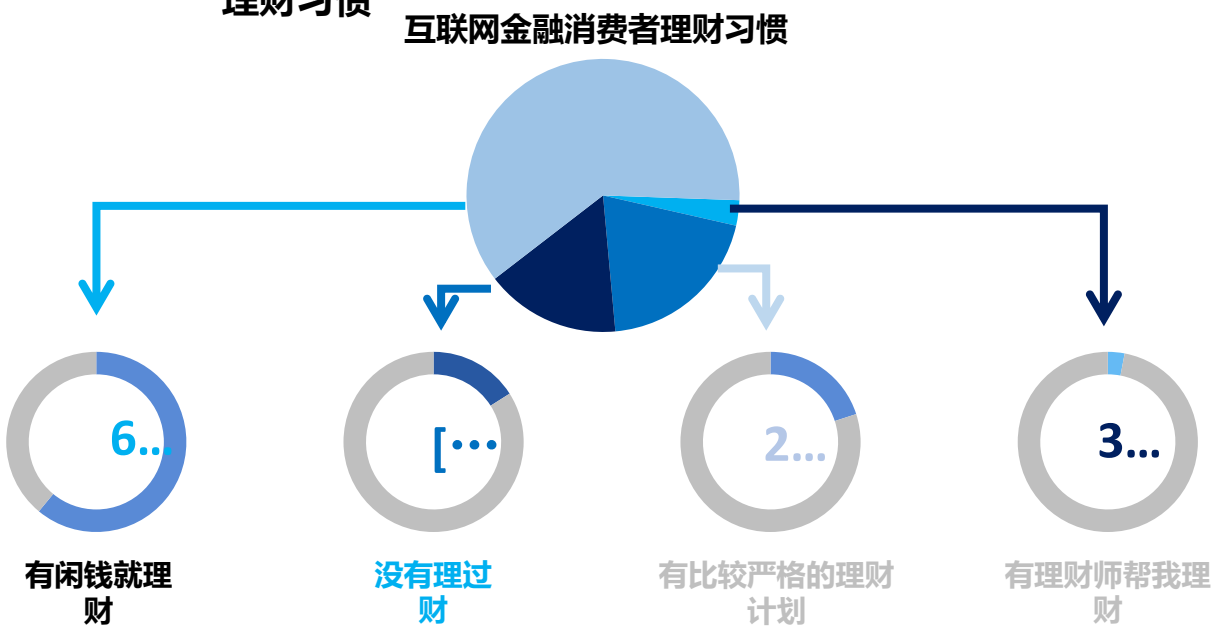
注：更多信息请见清科研究中心最新报告：《2016年中国消费金融研究报告》

消费者整体具有一定的“理财小白” 特征

超过40%的互联网金融消费者对四大主要产品形态表示“不了解”



77%的互联网金融消费者没有养成固定的理财习惯



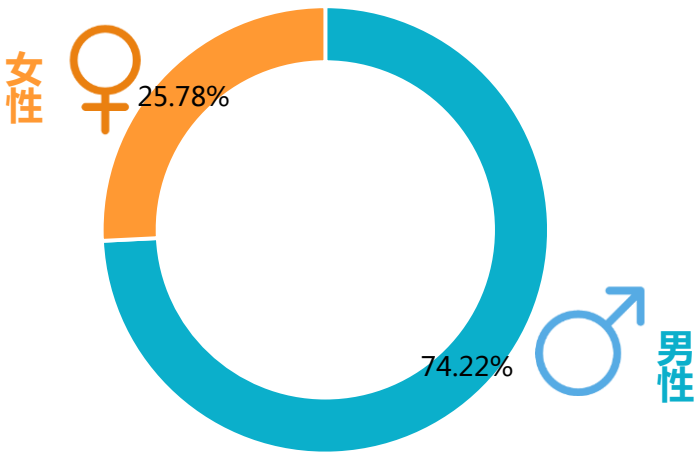
数据来源：零壹财经、清科研究中心整理

注：更多信息请见清科研究中心最新报告：《2016年中国消费金融研究报告》

青年男性是我国消费金融发展的核心力量

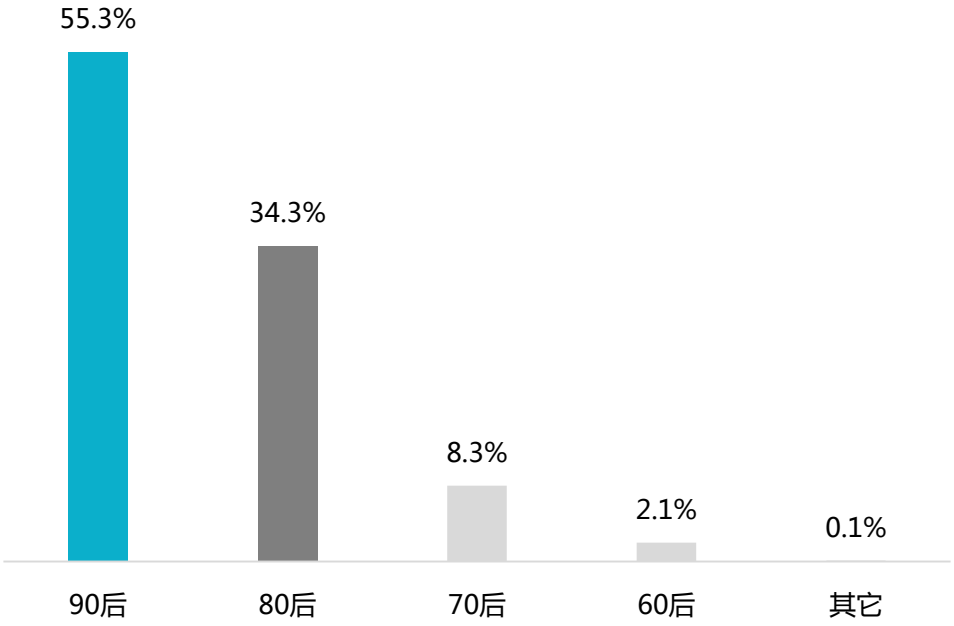
- 消费金融用户中男性占比达74.22%
- 消费金融用户中，90后用户占比55.3%，80后占比34.3%，两者占整体用户群的比例达89.6%

2015年不同性别消费金融用户分布



数据来源：公开信息、清科研究中心整理

2015年不同年龄段消费金融用户分布



注：更多信息请见清科研究中心最新报告：《2016年中国消费金融研究报告》

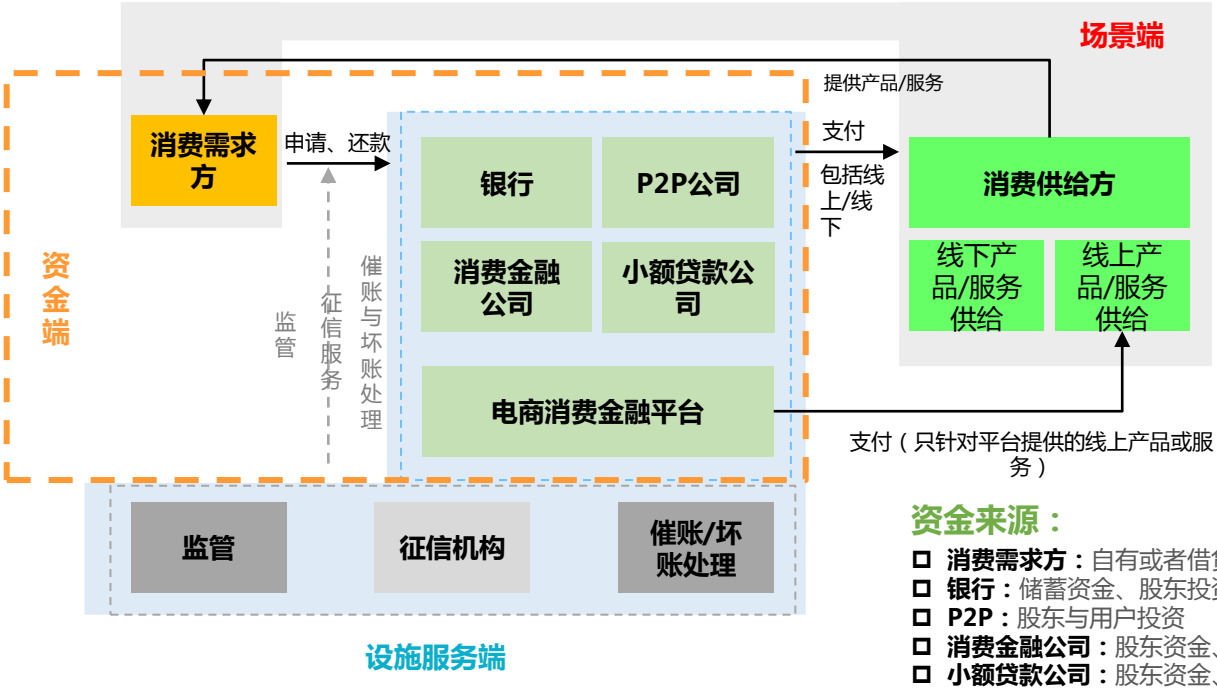
逐步完善的产业链为行业整体发展提供了坚实的动力

- 场景端是消费金融的基础，资金端是消费金融的价值所在，设施服务端支撑行业创新性与可持续性

- 资金端：指产业链运转的资金源，广义上指消费需求方、银行、P2P公司、消费金融公司、小额贷款公司以及电商消费金融平台，狭义上指消费需求方

- 场景端：指形成产品/服务需求并交付的情景，其主要参与方为消费需求方与消费供给方

- 设施服务端：指链接消费需求方与消费供给方的各方参与者，包括银行等金融机构、监管机构、征信机构以及催账/坏账处理等其它参与方



资金来源：

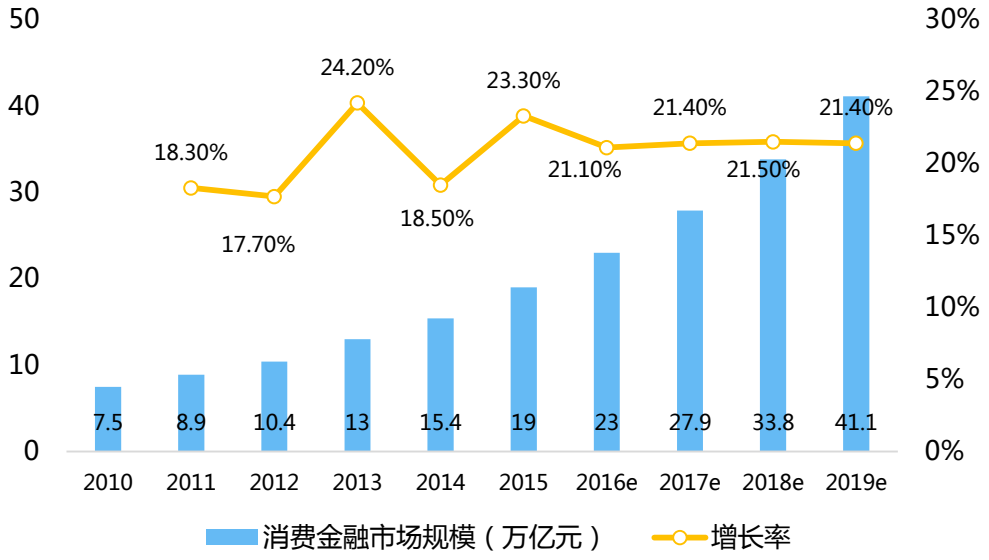
- **消费需求方：**自有或者借贷
- **银行：**储蓄资金、股东投资
- **P2P：**股东与用户投资
- **消费金融公司：**股东资金、运营收入
- **小额贷款公司：**股东资金、运营收入
- **电商消费金融平台：**自有资金或提供赊欠

注：更多信息请见清科研究中心最新报告：《2016年中国消费金融研究报告》

我国消费金融行业保持两位数增长，预计2019年将达41.1万亿

- **消费金融**：指向各阶层消费者提供消费贷款的现代金融服务方式，互联网金融时代，各类消费场景被接入到消费金融，消费金融的涵义已从单纯的“借钱消费”向“边消费边赚钱”转变。

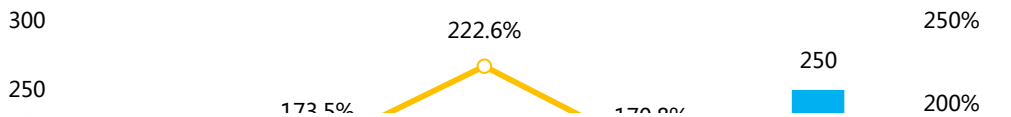
2010-2019中国消费金融规模及增长率



数据来源：中国人民银行、清科研究中心整理

而互联网消费金融将是消费金融中最具增长性的领域

2011-2015我国互联网消费金融规模及增长率



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_15104