

2015中国互联网金融趋势报告

金融业态重构与需求之变

腾讯科技 企鹅智酷

第35期 2015年11月10日



导语



金融的目标是资金时空分配效率的提高，需要解决信息不对称问题。而同样是中介的互联网，其介质正是信息。两者的相遇注定会带来中介效率的提升。

这场相遇，**金融业务的逻辑被重构**，新兴业态开始出现。但介质终归要进入实体。

2013年互联网金融元年之后，行业从业态创新进入了产品向垂直场景渗透阶段。“**互联网+金融+场景**”开始启动。这里的场景包括C端的消费场景和B端的资产场景。

个人和企业的投、融资需求场景开发并不同步。因为两类主体相关的信用数据和资产的标准程度存在差异。

我们试图梳理这些变化的脉络，并回答以下问题：

1. 从金融产品供给看，互联网如何重构金融业态？
2. 从需求来看，个人和企业投、融资存在哪些值得关注的趋势？
3. 不同背景的市场参与者，开展互联网金融业务的逻辑是什么？

一、发生了什么？

- 互联网金融业态创新基本完成
- 不同互联网金融产品的用户渗透产生了梯度差异
- 政策规则逐渐清晰



业态创新基本完成

重要的金融创新事件

2007年

第一家P2P平台拍拍贷成立
阿里巴巴与银行合作提供商户贷

2011年

央行发放第三方支付牌照

2012年

平安集团旗下陆金所推出P2P业务
支付宝推出二维码支付

2013年

余额宝上线
微信5.0开通支付功能
第一家互联网保险公司众安保险获批
支付宝开始销售基金产品

业态创新基本完成

重要的金融创新事件

2014年

微信理财通公测

微信红包诞生

京东白条公测，随后淘宝推出花呗

腾讯、阿里推出虚拟信用卡

首只大数据股指“中证百度百发策略100指数”发布

2015年

李克强视察微众银行，发放网络银行第一笔贷款

央行允许八家机构开展个人征信业务

首批八家股权众筹平台成为中证协会员

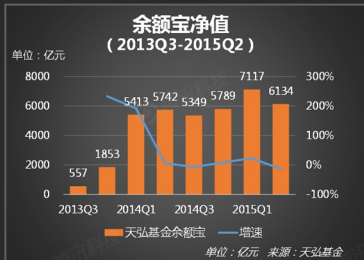
芝麻信用分公测

腾讯微粒贷上线

招商银行成为首家转账免手续费的银行

产品渗透形成梯度

- 网络货币基金和网上银行两种业态相对成熟，扩展速度趋缓。
- 尽管货币基金规模受宏观利率和流动性影响，宝类网络基金已从早期的高速渗透进入稳态发展阶段。
- 近两年来，网上银行用户增速保持在13%左右。



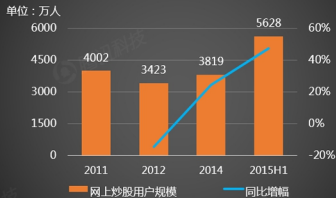
产品渗透形成梯度

- 网上支付用户规模依然保持近20%的增速。移动端增速高于互联网支付增速。
- 炒股工具用户增速高，但受股指影响波动大。随着多层次直接融资市场完善和A股机制优化，仍有较大增长潜力。

网上支付用户规模



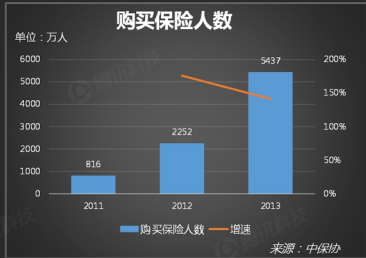
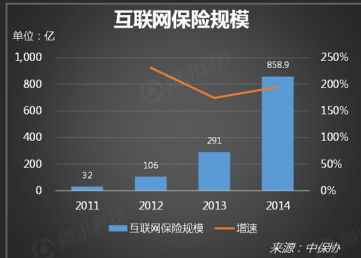
网上炒股用户规模



说明：由于缺少2013年数据，2014年增速是2012到2014年复合增速。

产品渗透形成梯度

- 2014年网络保险销售规模为858.9亿，连续3年增速超过150%。截至2013年底，互联网保险购买人数超过5000万人，连续两年的增速超过150%。
- 我国保险渗透率不到5%，远低于发达国家水平。随着小额、高频保险消费受到市场接受，保险仍有长期高速增长空间。



产品渗透形成梯度

- 2014年底，P2P平台投、融资者分别达到116万和63万。渗透率低，但保持超过200%的高速增长。
- 随着更多债权场景开发，以及平台经历优胜劣汰的筛选，中介平台同样具备持续高速增长潜力。

P2P成交量和平台数



来源：网贷之家

P2P平台投融资人数

单位：万人



来源：网贷之家

政策导向逐渐清晰

1 互联网金融业务边界逐渐清晰。

- 核心是区分互联网金融中介业务与互联网金融业务。互联网金融中介只做信息平台 and 通道；互联网金融业务的本质仍属于金融，没有改变金融经营风险的本质属性，应该接受同类监管规则。
- 明确各类业态的业务边界，防止利用互联网金融业务渠道绕开原有监管要求的情况。

2 监管责任明确。

- 根据业态特征分类监管，明确准入规则和业务管理条款。
 - 央行监管互联网支付和征信。
 - 银监会监管网络借贷、互联网信托和消费金融。
 - 证监会监管股权众筹和互联网基金销售，证券业协会负责私募股权众筹备案管理。
 - 保监会监管互联网保险。
- 《指导意见》后，互联网保险、互联网支付、股权众筹和网络借贷等领域已经出台了针对性的政策法规。（详见后文）

注：本报告所称《指导意见》指《关于促进互联网金融健康发展的指导意见（征求意见稿）》。

政策导向逐渐清晰

3

监管套利空间缩小。

- 准入规则的建立与业务边界的明确，缩小了制度套利的空间。已经明确了业务边界和监管差异的业务包括：
 - 互联网保险：保险机构与互联网保险销售平台
 - 股权众筹：私募股权众筹与股权众筹融资（公募）
 - 互联网支付：非银行支付机构网络支付与银行支付业务
 - 网络银行和互联网征信：通过试点，设定准入条件的方式进行限入监管。
- 存款利率浮动上限放开，银行类金融机构负债业务灵活性增加。

二、供给：金融业务重构

- 6个业务板块发生了不同程度的重构。
- 重构主要聚焦在3个方面：产品设计逻辑、盈利模式和应用场景。
- 推动重构的双重力量是“互联网+”和金融市场改革。



重构的互联网金融业务体系

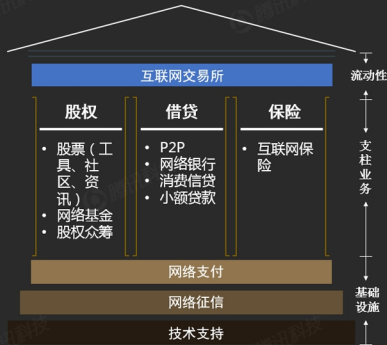
支柱业务

- 股权投资主要指对上市公司和非上市公司的股权投资；
- 借贷业务中，投资人与融资人形成债权债务关系；
- 保险是风险分担机制。

基础设施

- 支付是支撑所有交易的结点；
- 征信为业务提供风控、定价信息；
- 技术包括数据库、安全等支撑业务的基础技术。

创造**资产流动性**的是资产交易所。



被重构的业务板块

1 借贷业务

关键词：去中介、长尾、协同效应

2 股权投资

关键词：去中心化、大众化

3 保险业务

关键词：C to B、碎片化

4 支付业务

关键词：移动、入口化

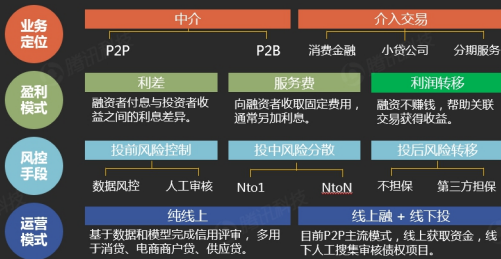
5 征信业务

关键词：大数据

6 基础技术

关键词：云端化

1. 借贷业务重构



1. 借贷业务重构

- 1 业务“脱媒”，P2P作为中介平台直接撮合投融资需求。
- 2 盈利模式从借贷利差向关联业务收益转移。
 - 互联网金融与产业结合，通过产业内其他业务收益。如：消费金融通过销售更多的产品获得收益。
 - 金融业务之间的协同（金融混业经营），通过低价甚至免费业务获客，再用其它金融业务获取收益。
- 3 风控从基于抵押物的风险控制，扩展到基于数据的风险衡量和分散。
- 4 更多的小微投、融资需求被满足，基于零边际成本服务了借贷业务的长尾人群。

2. 股权投资：创业公司投资方式重构

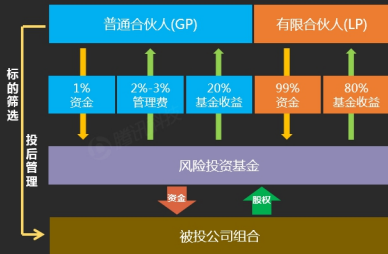
传统风险投资基金运作方式：

募：LP投资门槛高

投：GP是专业投资人，负责筛选标的

管：GP具备投后管理经验，向创业公司提供资源和辅导。

退：通过IPO、M&A、回购等方式退出。



2. 股权投资：创业公司投资方式重构

新的股权众筹融资方式：领投+跟投模式

- 众筹平台降低了投融资双方的信息不对称。
- 领投者是专业投资者，具备项目筛选、投后管理等经验，向创业公司提供资源和辅导。
- 跟投者是大众投资人，资金和能力门槛低，通过跟投方式进行小额分散投资。
- 一旦“跟投”者获取固定收益，这种模式就会具备配资特征，成为“领投者”加杠杆工具。



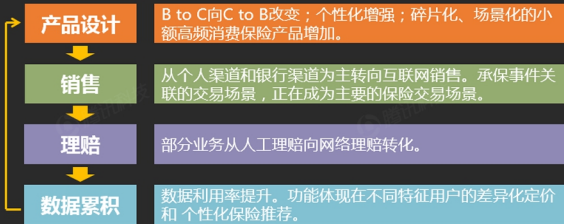
创业公司评价指数化：

- 根据用户活跃度、项目关注度等数据指标，对创业公司进行量化评价。

2. 股权投资：上市公司投资方式重构

- 1 分析师去中心化，通过社区UGC方式获取观点。 如：雪球
- 2 账户跟投机制。 如：Motif，股票雷达
- 3 大数据选股。 如：百度百发指数
- 4 个性化股票组合。 如：eToro，股票赢家
- 5 交易移动化，App成为主要的交易工具。

3. 保险业务重构



4. 支付：盈利模式重构

传统支付业务盈利方式：支付转账手续费

互联网支付业务盈利方式：免手续费，支付入口化，盈利转移

商户端

{ 深入商户交易管理，集成订单管理、用户管理等功能；
基于积累的商户交易信息，提供贷款服务；
虚拟账户沉淀资金收入

用户端

{ 多种商品/服务销售
虚拟账户沉淀资金收益

互联网支付免手续后，倒逼传统金融机构的支付从盈利业务转变为成本业务。2015年9月，招商银行成为首家转账免手续费的银行。

4. 支付：盈利模式重构

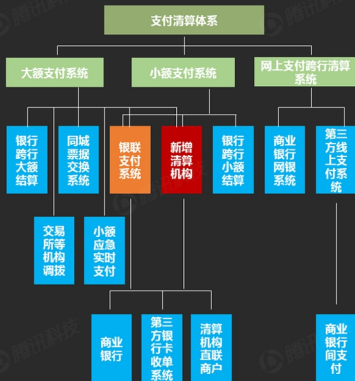
以银行卡刷单为例，收费率分成比例为：

7 : 2 : 1

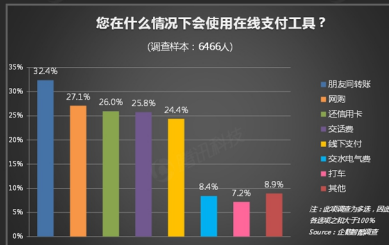
(发卡方) (收单方) (清算方)

互联网机构一旦进入清算市场，银联将失去清算业务定价权。2015年4月，国务院印发《关于实施银行卡清算机构准入管理的决定》，符合条件的第三方支付机构、银行、国际卡组织等可以进入银行卡清算市场。

互联网银行如果获得发卡权，费率结构会产生更大变化。

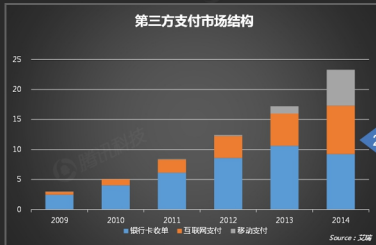


4. 支付：应用场景重构



在线支付场景多元化：

除了转账和网购外，信用卡还款、话费和线下收单是在线支付业务渗透率较高的场景。



支付需求移动化：

支付整体向网上转移，其中互联网支付的增速放缓，移动支付加速增长。

5. 征信行业重构

传统征信业务

数据采集

来源单一：

主要是银行信用卡数据

采集频率低

互联网征信业务

来源多元：

1. 第三方数据

- 信贷
- 司法
- ...

2. 互联网数据

- 网络行为
- IP
- 社交网络
- ...

3. 用户提交数据

- 电商
- 运营商
- 社保
- 教育
- 职业
- 信用卡
- ...

高频、实时采集

5. 征信行业重构

传统征信业务

数据挖掘：传统统计方法

线性回归

聚类

因子分析

分类树

... ..

数据使用：范围有限

只有金融机构和小贷公司能够接入央行征信中心，主要用于贷款审批。

互联网征信业务

数据挖掘：结合大数据方法

Deep Learning

Page Rank

Neural Network

RF

... ..

数据使用：场景丰富

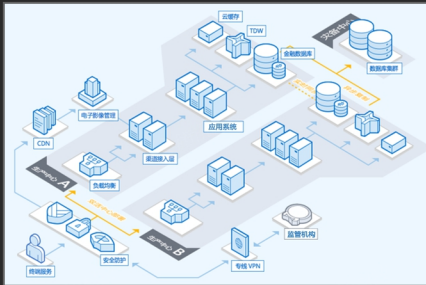
贷款额度、定价、雇主服务、反欺诈、租赁、定向营销

6. 基础技术：IOE到金融云

IOE结构



金融云



重构的第一重力量：互联网+

互联网特质

被改变的金融市场

零边际成本

服务长尾用户

重构金融产品需求结构：小微投融资需求被纳入市场。

大数据

改善信息不对称

重构金融产品供给：个性化的投融资产品出现；抵押担保向数据风控转变。

网络外部性

带来用户聚合

重构金融市场竞争格局：从政策垄断转向自然垄断。

泛在网络
(入口)

产生业务协同

重构金融服务场景和盈利模式：金融产品和服务扩展到更多的交易场景；金融服务价格转移，本身可以不赚钱，关联交易赚钱。

判断互联网金融公司业务模式优越性的标准。

重构的第二重力量：金融市场改革

• 混业经营逐步放开：

混业经营为互联网+金融+产业业务闭环的形成提供了机会。有助于发挥金融业务之间、金融业务与其他业务之间的协同效应。

• 行业准入壁垒降低：

这并不意味着“垄断”的减少。由于网络外部性和金融行业的信任背书特征，未来金融行业的“垄断”将从“政策垄断”转向“自然垄断”。

• 价格机制市场化：

传统金融机构的政策性盈利空间缩小，相对优势进一步减弱。转型和重构原有业务的动力增加。

• 资产证券化深入：

针对同样的资产包，金融产品有了更多的结构化设计可能，数据发挥作用的空間增大；金融机构“表外”资产会继续增加。

三、需求：C端投融资需求率先开发

- 个人借贷业务容易标准化、规模化，核心是接入消费场景。
- 企业借贷标准化难度大，数据主要依托交易流水，市场开发速度慢。
- 个人组合理财意识开始觉醒。
- 企业理财市场静待花开。

	融资（债权端）	投资（资金端）
To C	个人借贷	个人理财
To B	企业借贷	企业理财

个人借贷：走向消费场景

消费贷款市场比企业贷市场启动更快，更容易形成规模。

个人借贷小额、分散，但更容易标准化。基于消费贷款资产进行证券化设计，生成结构化产品的创新速度也会更快。

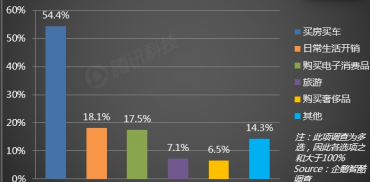
个人信用贷款向消费场景渗透。

在传统的房贷、车贷之外，电子消费品、旅游和奢侈品消费借贷正逐渐为大众所接受。

针对大学生、蓝领和白领等不同市场，垂直赛道龙头“候选人”开始出现。

如果借款方便，您愿意在什么情况下借款？

(调查样本：2305人)



企业借贷：走向资产场景

互联网依靠入口优势，能快速聚合投资资金。但资产是分散的，很难直接用互联网连接。只有打通触达这些资产的场景，才能通过数据完成风险资产定价，完成整个业务链条。

与个人数据不同，可以获得的有关企业运营的标准化数据维度少，大多数数据具有非标准化特征。因此，大规模标准化放贷方式目前只在特定业务领域可行。

数据化的主要来源是交易流水。代表模式是电商交易记录（商户贷）和供应商供货信息（供应贷）。商户贷中大型电商平台有天然优势。

典型产业场景：



汽车



房地产



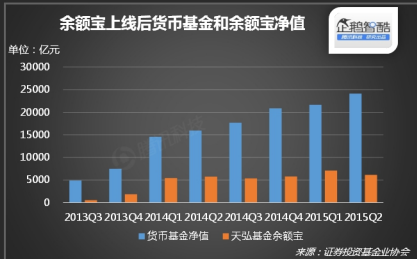
农业

个人理财：观念觉醒

第一步：完成低风险理财市场教育

2013年·余额宝诞生

出现低风险货币基金投资热，普及了活期存款之外的低风险理财产品投资。



个人理财：观念觉醒

第二步：高风险投资参与度增加

2014年·股市上涨

互联网化的一代入市。配资盛行，在杠杆的作用下，投资风险进一步放大。

本轮股市涨幅不如2007年，但股市上升期间，沪深两市月均开户数远高于2007年。截至2015年6月底，沪深两市总账户数2.25亿个。

	2005年6月- 2007年10月	2014年3月- 2015年6月
月均开户数	122万	327万
股指峰值前3个月月均开户数	377万	1227万



个人理财：观念觉醒

第三步：组合投资的资产配置理念觉醒

2015年615 · 股市下行

2015年4月后（在3800点以上）追涨建仓的账户多数被套。人们的风险意识逐渐觉醒，合理的投资需要的是Portfolio，即不同风险特征和流动性特征资产的投资组合。



企业理财：静待花开

中小企业理财市场尚未动，企业经营现金主要以活期存款的方式存于银行。

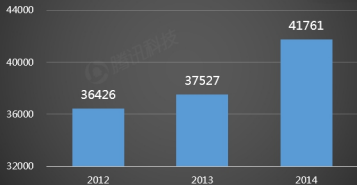
小微企业理财困境：

- 企业经营现金的流动性要求高，周转速度快，流动性匹配难。

- 传统金融机构缺少开展业务动力。一方面单个企业资金规模对于银行而言太小。另一方面，这些企业的现金大多以活期方式存储，银行可以获得较高的利差收益。

- 互联网金融平台在形成规模前，很难匹配这些资产的流动性需求。

A股非金融企业货币资金

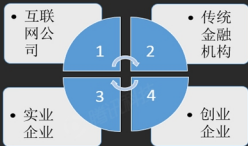


Source: Wind



四、玩家的逻辑

- 不同背景的公司从事互联网金融业务有不同的业务逻辑。
- 业务协同是核心，协同主要体现在数据获取、构建交易闭环、定价等方面。
- 创业企业开拓市场越来越难，要么掌握更好的数据技术，要么先干“累活”。



互联网公司金融业务逻辑

目的	特点	效应	案例
收益增强	该金融业务可以获得直接收益，但与公司原有业务关联度不高。	加法效应	销售理财产品
业务增强	金融业务本身收益不是最重要目标，关键是利用该业务增强其他关联业务盈利能力。	乘法效应	消费信贷
生态增强	具有前瞻性、战略性，企业更看重他们在生态体系中的价值。这类业务是企业业务体系中的基础设施，能与其他业务协同产生新的大市场机会。	化学反应	征信

互联网公司金融布局

	渠道		基础业务			网络借贷				股权类		保险	交易所
	理财保险 销售	基金	技术	支付	征信	P2P/P2 B	消费小贷	商户贷	银行	股票	股权众筹	保险	交易所
蚂蚁金服	√	√	√	√	√	投资	√	√	√	√	投+筹	投资	√
腾讯金融	√	√	√	√	√		√	√	√	√		投资	
京东金融	√	√		√	筹备		√	√		√	√		
小米		√		√	筹备	投资	√		筹备	投资			
乐视		筹备				投资		筹备					
华为			√										
百度金融	√	√		√	筹备		√						
新美大	√	筹备					筹备						
58赶集	√	√					√						
携程	√	√					√						
去哪儿	√						√						
滴滴出行		筹备											

注：本报告中呈现的各家公司业务布局，信息收集截至2015年10月，未来不排除有变化的可能。

腾讯互联网金融布局

	投资理财	网络借贷	网络银行	互联网保险	其它
业务线	综合理财 - 理财通 (含：货基、定期、保险、指数基金) 股票 - 自选股	信用贷： 微粒贷	微众银行		- Q币 - 微信红包
	股票 富途证券 (美股)			财产险： 众安保险	
基础设施	支付：微信支付/QQ支付/理财通				
	征信：微信征信				
	技术：腾讯金融云				

注：黄色字体为投资业务。本报告中呈现的各家公司业务布局，信息收集截至2015年10月，未来不排除有变化的可能。

阿里巴巴互联网金融布局

业务线	投资理财	网络借贷	网络银行	股权众筹	互联网保险	交易所
	货基： - 余额宝 定期理财 - 招财宝 综合理财 - 蚂蚁聚宝	商户贷： - 蚂蚁小贷 消费贷： - 蚂蚁花呗	网商银行	蚂蚁达客（筹）		
基础设施	- 天弘基金 - 数米基金 - 德邦基金	消费贷： 趣分期（大学生市场）		36kr（控股）	财产险： - 众安保险 - 国泰产险	网金社
	支付宝					
	芝麻信用					
	蚂蚁金融云、恒生电子					

注：黄色字体为投资业务。本报告中呈现的各家公司业务布局，信息收集截至2015年10月，未来不排除有变化的可能。

京东互联网金融布局

业务线	投资理财	网络借贷	股权众筹	互联网保险
	• 京东金融 • 京东钱包 • 小京库 • 小白理财 • 基金 • 票据 • 定期 • 固收 • 京东股票	商户贷： • 京保贝 • 网商贷 • 京小贷 • 动产融资 消费金融： • 京东白条 • 白条+ • 小白卡 • 校园白条 • 汽车金融 • 农村金融	• 京东众筹 • 京东众创	• 京东保险 (销售平台)
基础设施		消费贷 • 分期乐 (大学生市场)	• 3W咖啡	
	支付：京东支付			
	征信：白热度、Zestfinance (信用评估技术)			
	技术：京东云 (目前未推金融云)			

注：黄色字体为投资业务。本报告中呈现的各家公司业务布局，信息收集截至2015年10月，未来不排除有变化的可能。

硬件生态三剑客：小米、乐视、华为

- 他们在手机、电视、智能硬件，以及操作系统和云服务上有着广泛的布局。

- 智能设备获取的数据维度和精确性可能使这些公司在新的金融产品场景之争上占优。

比如：基于可穿戴的保险业务。

- 此外，他们同样可以基于庞大的硬件产业链开拓面向供应商的金融业务；基于产品销售开展面向个人消费者的金融业务。

| 实业企业金融业务逻辑

目的	特点	典型业务
开展金融业务 获取直接收益	企业掌握产业链上关联交易方信息，核心企业还具备更好的风控条件。利用这些优势提供金融服务，获取收益。	“1+N” 供应贷
构建业务闭环 获取协同收益	通过金融业务与原有业务协同，可以形成服务用户的闭环，提高用户粘性，甚至有助于企业在其他业务上的扩张。	为下游客户提供 融资贷款
资本结构轻量化 降低财务风险	利用互联网金融工具可以帮重资产企业实现轻量化转型。	融资租赁、众筹

实业企业优势：

- 能直接获取关联业务链上的融资需求；
- 掌握业务链上游供应商和下游客户信息；
- 熟悉行业运行特征。

金融机构的困境与求变

困境之一：通道化

互联网金融公司利用使用频率更高的互联网业务占据了用户入口，金融产品入口向社交、电商、高频垂直消费等产品转移。如：微信、支付宝

困境之二：利润业务被迫转向成本业务。

互联网典型盈利模式：羊毛出在猪身上

典型案例：

- 支付结算 → 向关联交易引流获得收入
- 贷款利息 → 消费类产品销售利润
- 券商佣金 → 向理财业务转化、增值服务盈利

金融机构的困境与求变

银行：

中间业务——与用户隔离；利润转成本。

资产业务——资产被互联网金融分流。

负债业务——丢失入口、线下成本劣势。

证券公司：

经纪业务——佣金降低

资管业务——被新兴的量化（数据化）投资方法分流

研究业务——遭遇UGC

保险：

产品——在互联网C to B的产品生产方式下处于竞争劣势。

销售——入口转移，控制力降低。

金融机构的困境与求变

平安保险集团互联网金融布局

一扇门：“任意门”打通后台账户体系，用户可以在平安各类APP应用中自由跳转。实现一站式满足用户在“医、食、住、行、玩”各个场景下的金融业务需求。

两个聚焦：资产管理和健康管理

四个市场：资产交易市场（陆金所）、积分交易市场（万里通）、汽车交易市场（平安好车）以及房产交易市场（平安好房）

转型路径：初期以独立业务单元试水互联网业务，通过打通账户体系，实现关联业务相互转化的协同效应。



金融机构的困境与求变

工商银行互联网金融布局：“三平台、一中心”

融e联

I (Information, 信息)
核心是把握客户的信息流

- 银行与企业实时沟通
- 银行与客户实时沟通
- 银行内部实时沟通

融e购

C (Commerce, 商贸)
核心是把握客户的商品流

- B2C: 消费者电商
- B2B: 企业采购
- B2G: 集团采购

融e行

B (Banking, 银行业务)
核心是把握客户的资金流

- 直销银行, 实现全部业务网络直销化

网络融资中心

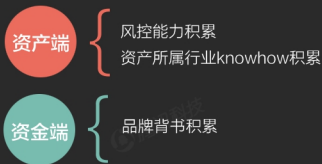
C (Credit, 信贷)

信贷标准化平台, 运用互联网与大数据技术, 实现批量化房贷, 主要针对小微贷款和个人。

转型路径: 电商盘活账户流量、直销银行和大数据信贷。

创业公司的机会

在位者的先发优势：



新进者建立壁垒的两大机会：

- 数据技术
- 差异化的产业定位：由于金融产品的资产端分散在各个产业，产业端很难做到winner takes all，这给新进入者提供了机会。

五、正在开启的机会

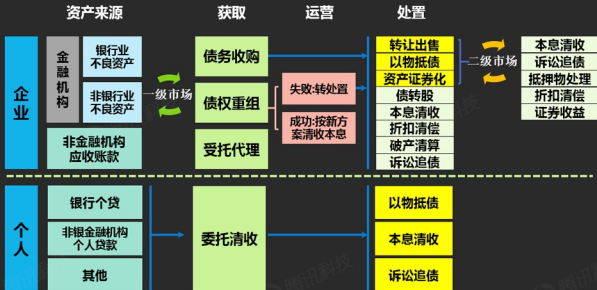
- 机会一：不良资产处理
- 机会二：农业互联网金融

“机会”定义：

- 市场空间大；
- 需求已经打开，且趋势性增长；
- 行业问题没有解决，尚未找到确定的模式解；
- 巨头短期内不会出现。

机会一：不良资产处理

不良资产处理行业业务链



机会一：不良资产处理

现象之一：

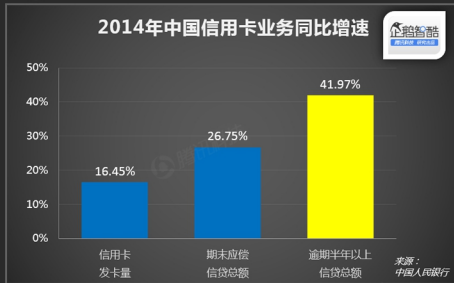
商业银行不良贷款和不良率“双升”。



机会一：不良资产处理

现象之二：

个人信用扩张的同时信用卡坏账率提高。

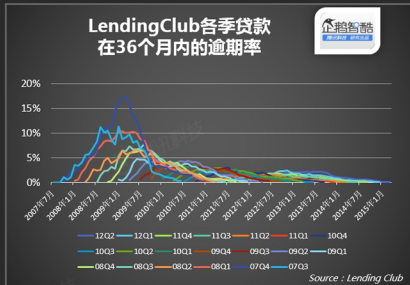


机会一：不良资产处理

现象之三：

新兴的互联网金融业务还没有经历一个完整的经济周期检验。

2008年底和2009年美国金融危机期间LendingClub逾期率达到高峰。平台贷款有FICO指数作为参考，只发放660分以上的用户。而国内P2P平台的风控难度更大。在目前的经济周期背景下，可以合理的推测会出现比LendingClub更差的情况。



机会一：不良资产处理

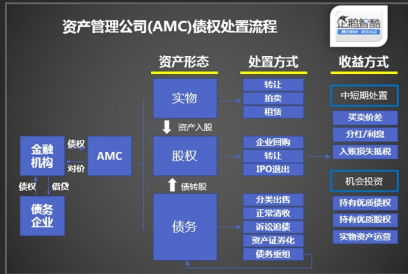
企业不良资产处理互联网化

难点：

- 流动性匹配：不良资产交易周期长，多在12个月以上，与强流动性的互联网金融投资产品特征不匹配。
- 个性化、复杂的交易设计。

互联网金融机会：

- 利用P2P平台等互联网融资方式为交易融资。
- 通过结构化设计，重组现金流，提供满足投资者需求的金融投资产品。
- 互联网金融交易所提升市场流动性。如：天津金融交易所、北京金融交易所



机会一：不良资产处理

个人不良债权处理互联网化

特点：

不需要复杂的交易设计：大多数个人不良债权都只涉及催收或抵押资产处置两类服务。

业务处理相对标准化：

- 催收业务：主要有电话催收、上门催收等方法。
- 抵押资产：以汽车和房屋两类资产为主，确权后主要的处理环节是估值和拍卖。

互联网金融机会：

- 催收：网络O2O催收平台
案例：资产360、青苔债管家、人人催
- 资产处置：利用电商模式完成资产处置
案例：优信拍、淘宝资产处置

机会二：农业互联网金融



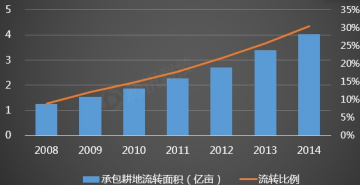
机会二：农业互联网金融

变化带来的机会

土地确权和流转：

- 农户获得有价值抵押物。
- 在此基础上的土地流转创造了规模化生产的机会。

中国耕地流转面积和比例



Source: 农业部

机会二：农业互联网金融

2014年农户经营耕地规模分布

	数量（万户）	占比
30亩以下	25500	96.1%
30-50亩	1024	3.9%
50亩以上的专业大户	341	1.3%

需求测算

经营30亩以上的农户管理的土地占全部耕地的40%以上。假设50%有借贷需求，抵押率40%，按每年2000元/亩的收入估计，耕地部分将产生2000多亿的贷款需求。而农村土地改革范围包括约 44 亿亩农地，其中家庭承包耕地只占13亿亩。

传统金融机构难以触达。因为按照同样的测算方式，一个经营50亩土地的农户，一年抵押贷款额度在4万元左右。

机会二：农业互联网金融

农业机械化：

	2010	2013	2020E
综合机械化率	51%	59%	68%
规模以上企业 农机销售收入	2768	3780	5000

我国农业机械化不均衡性明显：

- 区域不均衡：全国只有9个省份的机械化水平在70%以上，还有4个省份低于40%。
- 种植不同环节不均衡：耕中的机械化水平高于耕前和收割。
- 不同农产品间不均衡：小麦超过90%，而多数产品都在50%-70%之间。

山地丘陵地区机械化率的提升会受地形限制，但相同地区不同耕种环节和不同作物的机械化不均衡，意味依然存在较大的提升空间。

机会二：农业互联网金融

农业金融的四种模式

- 1 电商+综合金融：依托支付、电商物流网点获得数据和用户，并分担部分风控。
- 2 农业产业链金融：依托产业链信息化获取数据和用户。
- 3 第三方P2P贷款：依托线下信贷员，建立农业生产标准数据库。
- 4 利基市场：农机分期/融资租赁。

六、值得关注的政策法规

综合

发布时间	发文部门	政策法规	关键内容
2015年7月	央行等十部门	《关于促进互联网金融健康发展的指导意见（征求意见稿）》	指出金融机构、互联网公司、电商三类主体互金业务定位；确立了互联网支付、借贷、股权众筹、基金销售、保险、信托和消费金融等业态的业务内容、监管分工和责任。

网络借贷

发布时间	发文部门	政策法规	关键内容
2011年9月	银监会	《人人贷有关风险提示的通知》	揭示了人人贷中介服务存在的七大风险，要求银行业金融机构务必建立与人人贷中介公司之间的“防火墙”。
2015年8月	最高法	《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》	规定了民间借贷合同无效的条件；有效利率范围。

此外，需要遵守传统借贷业务相关法律，如：《合同法》、《担保法》、《物权法》、《民法通则》。此外，需要遵守传统借贷业务相关法律，如：《合同法》、《担保法》、《物权法》、《民法通则》。

股权众筹

发布时间	发文部门	政策法规	关键内容
2014年12月	证监会	《私募股权众筹融资管理办法(试行)(征求意见稿)》	明确私募股权众筹融资活动定义；规定了私募股权众筹平台的准入要求、责任、监管单位；界定了平台融资者和投资者的范围。
2015年3月	国务院	《国务院办公厅关于发展众创空间，推进大众创新创业的指导意见》	制定到2020年国内众创空间建设目标；从模式推广、公共服务、鼓励大学生创业和财政资金引导等方面，明确了支持大众创新创业的主要任务。
2015年8月	证监会	《关于对通过互联网开展股权融资活动的机构进行专项检查的通知》	明确区分私募股权众筹和《指导意见》所称股权众筹融资；提出开展股权融资业务的审批要求。
2015年9月	国务院	《国务院关于加快构建大众创业万众创新支撑平台的指导意见》	稳步推进股权众筹融资试点；对投资者实行分类管理。

此外，开展相关业务需要遵守的法律有《证券法》、《刑法》、《场外证券业务备案管理办法》和《公司法》等。

互联网证券

发布时间	发文部门	政策法规	关键内容
2013年3月	证监会	《证券投资基金销售机构通过第三方电子商务平台开展业务管理暂行规定》	明确了基金销售平台的定义和业务边界；要求网络销售平台需要基金销售业务资格，销售平台需要备案管理。

此外，开展相关业务需要遵守传统证券业法律法规，如：《证券法》、《证券投资基金法》等。

互联网保险

发布时间	发文部门	政策法规	关键内容
2013年8月	保监会	《关于专业网络保险公司开业验收有关问题的通知》	制定了专业网络保险公司开业验收的条件。
2014年4月	保监会	《关于规范人身保险公司经营互联网保险有关问题的通知（征求意见稿）》	就人身险公司经营互联网保险的条件、风险监管等问题向业内征求意见。
2015年7月	保监会	《互联网保险业务监管暂行办法》	定义了互联网保险业务范围；从经营原则、经营区域、信息披露、经营规则、监督管理等多个方面对互联网保险经营进行了规范。
2015年9月	保险业协会	《互联网保险业务信息披露管理细则》	明确信息披露主体是开展互联网保险业务的保险机构；规定了这些主体需要披露的内容、披露工作的流程和责任。

此外，开展相关业务需要遵守传统保险行业法律，如：《保险法》。

互联网银行

发布时间	发文部门	政策法规	关键内容
2005年11月	银监会	《电子银行业务管理办法》	对电子银行的申请与变更、风险管理、数据处理和业务外包等活动做出了规定。

此外，需要遵守传统银行业相关法律法规，如：《银行业监督管理法》和《商业银行法》。

互联网支付

发布时间	发文部门	政策法规	关键内容
2010年5月	央行	《非金融机构支付服务管理办法》和《实施细则》	界定了非金融机构支付服务范围；业务申请要求；监管措施。
2013年6月	央行	《支付机构客户备付金存管办法》	规定了客户备付金的使用范围、使用和划转要求；制定了备付金银行的账户管理要求；明确了对应的监管部门和职责。
2015年4月	国务院	《国务院关于实施银行卡清算机构准入管理的决定》	进一步开放银行卡清算市场，实行准入管理，规定了开展清算业务的准入要求；明确了监管部门和职责。
2015年7月	央行	《非银行支付机构网络支付业务管理办法（征求意见稿）》	要求支付机构不得为金融机构开立支付账户；实名制开户，并对客户身份进行三重交叉验证；规定支付转账限额；制定了风险管理和用户权益保护措施。

此外，需要遵守的传统金融领域相关法律有《反洗钱法》和《电子签名法》。

征信

发布时间	发文部门	政策法规	关键内容
2011年1月	央行	《小额贷款公司接入人民银行征信系统及相关管理工作》	规定了小额贷款公司接入征信系统的组织管理、流程管理、小额贷款公司接入征信系统的模式及接入征信系统后的业务管理。
2012年12月	国务院	《征信业管理条例》	明确了征信业务范围、信息采集范围、用途和征信信息查询机制和征信机构监管等内容。
2013年11月	央行	《征信机构管理办法》	明确央行监管职责；规定了机构的设立、变更与终止条件，高管管理规定和监管要求。
2014年6月	央行	《查询个人查询本人信用报告实施收费》	个人每年查询第 3 次及以上的，每次收取服务费 25 元， 个人查询本人信用报告每年前 2 次免费。
2014年11月	央行	《征信机构信息安全规范》	针对信息加工、保存、查询、异议处理和境外流动，制定了业务处理的规范化要求。
2014年11月	央行	《金融信用信息基础数据库用户管理规范》	规范信用信息的采集、加工、保存、查询和使用，适用范围为央行征信中心、从事信贷业务的机构、人民银行各级查询网点以及金融监管部门等机构。

主创团队

出品



马立

统筹



王冠



闫舒媛

主创



闫舒媛

设计



于春慧



企鹅智酷官方微信

企 鹅 智 酷 ， 未 来 即 此 处 ！

扫描二维码或搜索微信公众号“biznext”，你懂的…