

2015年FT中文网互联网金融研究报告

2015年3月

前言

互联网对金融这一传统且最具保守色彩行业的改变正成为不可阻挡的趋势。2015年3月23日，中国工商银行正式发布了互联网金融品牌“e-ICBC”和一批主要产品，成为国内第一家发布互联网金融品牌的商业银行，这也标志着中国最大的商业银行已经全面加快互联网金融战略的实施。互联网金融的银行业玩家终于做出实质行动。

对于银行而言，互联网并不是新鲜事物，互联网在较早的Web1.0时代开始便作为商业银行的业务渠道之一而存在并不断发展，而伴随电商而迅速发展的第三方支付也未对银行业构成任何威胁。但在2013年6月13日，支付宝基于原有第三方支付的积累，携余额理财产品余额宝的上线引爆了吹响了互联网企业向金融理财领域进军的号角。余额宝在一年内用户数突破1亿，成为世界第四大货币基金。在2014年春节，微信凭借强大的社交平台属性，通过“抢红包”这一创意性的社交互动迅速绑定大量银行卡，为其后续推出的一系列金融理财产品打通支付通道。随后，京东“白条”、京东众筹等一系列互联网金融产品上线，百度借“百度钱包”、“百度理财”等产品布局互联网金融市场。在这场互联网理财盛会中，各银行、基金、电信运营商、互联网巨头相继发布互联网理财产品。不论产品实际发展情况如何，首先解决产品有无的布局问题。

从本质上讲，余额宝、理财通等“宝宝类”理财产品更多是渠道创新，是在原有用户聚集平台上导入既有的货币基金理财产品，是一种产品加法。结合本次调研数据等数据可以确定，不同平台的表现差异巨大，竞争格局已经稳定。该类理财产品的进一步发展有赖于对产品本身的深层次创新。：

- 1，余额宝与原有支付平台属性联系紧密，切入的痛点选择非常准确，产品拓展非常自然；
- 2，余额宝具有相当大的先发优势，在迅速建立优势地位后，其他跟进者如沿用余额宝的产品加法策略，已经不可能超越余额宝。
- 3，互联网行业的“数一数二”现象。在理财通借助微信平台，通过创新社交互动绑定银行卡从而推动理财产品售卖后，其他平台已经没有机会。

对于官方定位为“全新支付方式”的京东白条，其实质是一种消费金融产品。相对“宝宝类理财产品”，京东白条的产品本身创新性更强。京东立足其电商平台原有属性，基于消费数据的信用管理则可以称作基于大数据技术的产品创新的典型。而京东白条的业务发展的制约因素则主要在于市场需求的发展，以及产品吸引力的进一步提升。

对于市场热点之一的P2P平台，目前其数量已超千家，行业成交量不断创新高。第三方网贷资讯平台网贷之家发布的最新报告显示，2015年5月P2P网贷行业整体成交量达609.62亿元，环比4月上升了10.55%，是去年同期的2.7倍，P2P网贷行业历史累计成

交易量已突破 6000 亿元。按照目前增长态势,预计 2015 年 P2P 网贷行业全年成交量将突破 8000 亿元。但对于该行业, P2P 平台未与贷款人的支出活动直接关联,而只是作为单纯的融资理财平台存在,平台属性较为单一。贷款人对各平台的用户粘性较低,而对于投资人,其理财活动更多依据收益率及投资安全性影响,也较难维持平台的高黏性。同时,征信问题仍需模式突破,而不断发生的平台跑路亦成为行业挥之不去的阴影。此外,金融业作为被严格监管的行业,政府对 P2P 的监管不会长期失位。我们相信,在政策空间允许的前提下,对于处于快速成长阶段的行业,业务发展和平台整合的趋势将促使竞争优势更加集中。

那么,互联网金融发展的愿景是怎样的?

互联网金融的发展,是以满足大众金融需求为核心课题,以在线支付为起点,借助互联网,尤其是移动互联网的连接优势,发挥信息沟通及大数据技术,从而最终实现十分便捷、十分灵活、十分透明、个性化、实时化、数据化的全方位金融服务。互联网金融最终将完全融入到我们的生活中,成为一种不会刻意关注的而自然而然间享受的服务。但在现实中,传统金融业和互联网企业由于其企业基因的天然差异,选择的具体道路存在差异:

目前,以银行业为核心的传统金融行业发展互联网金融,大致会包括以下三个方面的发展,即数据互联、业务互通、个性互动。

- 1, 数据互联:即以客户为核心,将其各种基础属性数据、金融消费数据及其他相关数据的互联,同时,借助大数据及云计算技术,为提供实时化、场景化的金融服务创造基础条件。
- 2, 业务互通: 这点其实并不新鲜,银行业混业经营就可以看作是业务互通的表象之一,但此处的业务互通,涵盖的业务内容则更为广泛,包括消费、支付、理财、保险、融资等 2B2C 等的各项金融需求,而其实现中则更加以消费者为中心,而不是目前的以银行自身为中心。业务互通的目的在于金融产品的品类多样化和模块化,产品碎片化是其在产品方面的准备。
- 3, 个性互动:数据时代,个性互动的核心在于,针对某个场景,在合适的时间,通过合适的渠道,将针对性的产品和服务提供给客户。

而从互联网企业方面来看,其互联网金融业务的切入角度则与传统金融企业完全不同。互联网企业更多通过痛点的突破而切入的金融服务的某一个细分领域,以此聚拢用户,积累流量,待核心业务巩固后才有可能以此为基础进而拓展其他金融服务。例如,支付宝以第三方支付为基础,逐渐拓展到余额宝理财、票务、缴费、团购、旅游等各生活服务项目。例如,微信则是借理财通为主要阵地,在通过抢红包活动绑定大量银行卡后,业务拓展至手机充值、电商、团购、票务等业务。得益于电商、O2O 等互联网消费平台的发展,消费金融是互联网企业易于突破的方面,P2P 平台对个人融资进行攻关,而企业融资则会传统金融最后的堡垒。

本报告基于对 2551 名 FT 中文网读者进行的问卷调查，试图勾勒目前网络支付、互联网理财及 P2P 平台等在不同年龄、不同城市及收入水平人士中的发展以及各个主要平台的表现。

被访人士背景及人群构成：

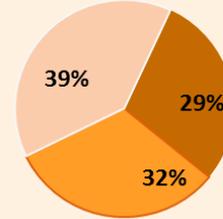
本次调研共 2551 名被访者，其中以男性为主，男性占 85%，女性占 15%。

年龄分布：

30 岁及以下的职场新生代占总样本的 29%，31-40 岁的职场中坚人士占到总样本的 32%，而年龄在 40 岁以上的职场领袖则占总样本的 39%，略高于其他两个年龄段。

年龄：

■ 30岁及以下
■ 31-40岁
■ 41岁及以上

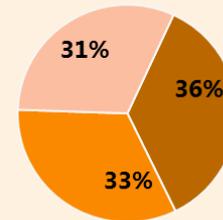


城市分布：

北上广深四个一线城市的样本占到总样本的 36%，其次是各省会城市及经济发达市构成的二线城市，占总样本的 33%，其他为三线城市及以下地区的样本，占总样本的 31%。

城市级别：

■ 一级城市
■ 二级城市
■ 三级城市

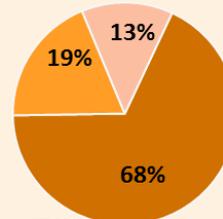


受教育程度：

受访人士整体受教育水平较高。其中，本科、大专学历者是主体，占到总样本的 68%，其次是硕士（19%）MBA/EMA 学位及博士学位持有者占比为 13%。

教育程度：

■ 本科/大专
■ 硕士
■ MBA/IMBA/EMBA及以上

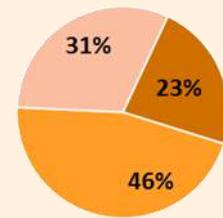


公司职位：

公司职位在总监及以上，包括 C 级别管理者的高级管理人员占总样本的 23%，经理级中层管理者占到 46%，其他 31% 的被访者为普通员工。

公司职位：

■ 高职位
■ 中等职位
■ 普通职位

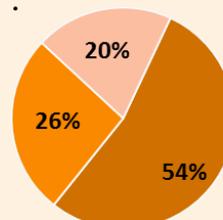


个人收入水平：

个人月收入在 1 万元以下的占 54%，在 15000-30000 元人民币的占总样本的 26%，个人月收入在 3 万元以上的被访者占 20%。

个人月收入：

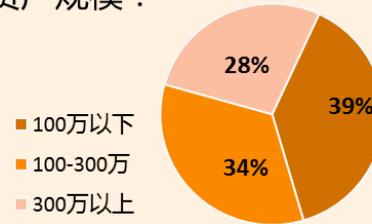
■ 1万以下
■ 1-3万
■ 3万以上



资产规模：

资产规模在 300 万元人民币以上的占 28%，在 8000-15000 元人民币以及个人月收入在 8000 元以下的被访者分别约占三分之一。

资产规模：



主要分析维度的对应样本量：

年龄：	城市级别：	个人月收入：	家庭资产规模：
30岁及以下：743	一级城市：912	1万元以下：1372	100万以下：982
30-40岁：805	二级城市：838	1-3万元：670	100-300万：866
41岁及以上：1003	三级城市：801	3万元以上：509	300万以上：703
合计：2551	合计：2551	合计：2551	合计：2551

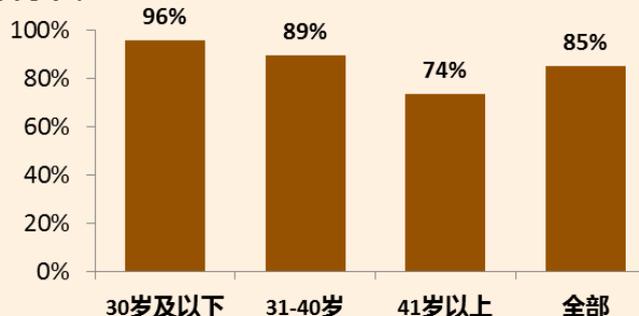
第一部分：网络支付使用情况

1.1：网络支付使用普遍，总体达到 85%。

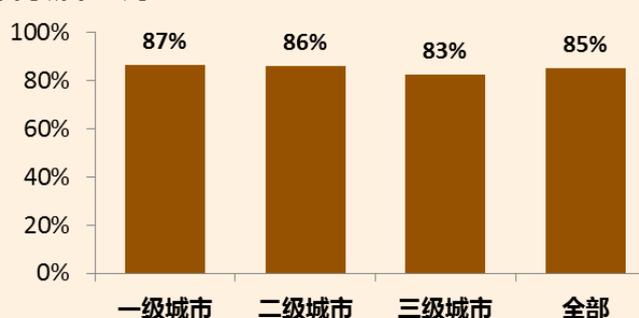
图 1.1.1：不同背景人士网络支付使用率

- 在过去 3 个月中，曾经进行过网络支付的比例达到 85%。
- 网络支付在低年龄群体中更为普遍，其中，96%的 30 岁以下的被访者过去 3 个月曾经发生网络支付，而其在 41 岁以上的人士中的比例则仅为 74%，网络支付表现出更为明显的代际差异。
- 而城市级别、收入和资产水平等背景造成的使用率差异较小。网络支付已经渗透到了各城市级别、各收入水平的消费人士之中。

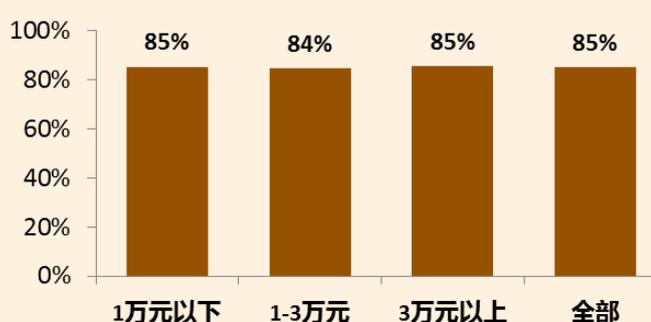
不同年龄：



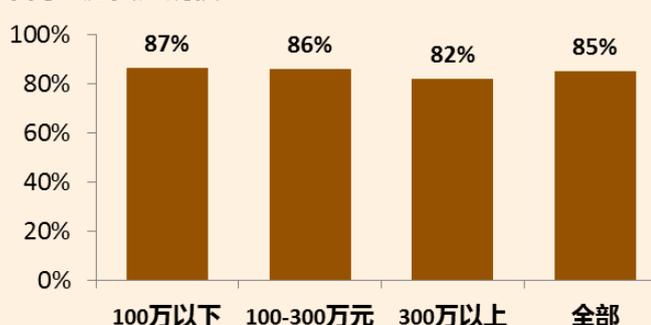
不同城市级别：



不同收入水平：



不同家庭资产规模：



题目：请问您在过去 3 个月是否使用过支付宝、财付通等第三方支付工具？（单选）

1.2：网络支付使用情境有哪些？

总的来看，第三方支付平台的平均使用情境达到 4.5 个，支付情境相当丰富。

网上购物支付是使用网上银行最普遍的情况，96%的被访者过去三个月曾经进行网购支付。其次是手机充值（71%）和信用卡还款（48%）。

同时，第三方支付平台已经成为用户重要的转账平台，包括亲友间转账及自己的银行账户与支付平台账号之间的转账。

不同年龄被访者的比较：低年龄人士的使用情境更为丰富，尤其是在将转账等方面，其使用比例明显高于高年龄人群。

图 1.2.1：不同年龄被访者网络支付使用情境

	30岁及以下	31-40岁	41岁以上	全部
网上购物支付	97%	97%	94%	96%
手机充值	85%	69%	57%	71%
信用卡还款	53%	53%	36%	48%
亲友间的快速转账	63%	47%	32%	47%
将自己银行帐号内的钱转至第三方支付帐号	53%	42%	33%	42%
水电燃气缴费	29%	35%	28%	31%
将第三方帐号内的钱转至自己的银行账户	42%	30%	19%	30%
向线下商户进行小额支付	27%	23%	11%	20%
收取电子红包	25%	23%	12%	20%
购买其他金融机构理财产品	24%	18%	13%	18%
派发电子红包	11%	12%	6%	10%
慈善捐款	11%	11%	7%	10%
作为卖家，向买家收费	9%	7%	4%	6%
平均使用数量：	5.3	4.7	3.5	4.5

不同城市级别被访者的比较：高级别城市被访者对网络支付的使用情境更为丰富。值得注意的是，网购支付、手机充值和转账服务三方面，三级城市被访者的使用率已达到高级别城市的水平。而一线城市在线下商户小额支付和收发红包等方面则更普遍。

图 1.2.2：不同城市级别被访者网络支付使用情境

	一级城市	二级城市	三级城市	全部
网上购物支付	96%	98%	96%	96%
手机充值	67%	72%	74%	71%
信用卡还款	52%	49%	41%	48%
亲友间的快速转账	49%	47%	45%	47%
将自己银行帐号内的钱转至第三方支付帐号	43%	43%	42%	42%
水电燃气缴费	35%	32%	23%	31%
将第三方帐号内的钱转至自己的银行账户	31%	32%	28%	30%
向线下商户进行小额支付	26%	20%	13%	20%
收取电子红包	25%	18%	15%	20%
购买其他金融机构理财产品	21%	18%	17%	18%
派发电子红包	15%	8%	6%	10%
慈善捐款	9%	10%	9%	10%
作为卖家，向买家收费	8%	5%	6%	6%
平均使用数量：	4.8	4.5	4.1	4.5

问题：请问您在过去 3 个月使用过支付宝、财付通等第三方支付平台上的以下哪些功能？（多选）

不同收入水平被访者比较：总的来看，中等收入对网上银行的使用情境相对更多。手机充值在低收入人群中更为普遍并随着收入水平提高而降低。而中高收入人士中更多派发电子红包、水电燃气缴费和向线下商户小额支付。

图 1.2.3：不同收入水平被访者网络支付使用情境

	1万元以下	1-3万元	3万元以上	全部
网上购物支付	97%	97%	94%	96%
手机充值	75%	67%	63%	71%
信用卡还款	43%	55%	50%	48%
亲友间的快速转账	47%	50%	44%	47%
将自己银行帐号内的钱转至第三方支付帐号	41%	47%	40%	42%
水电燃气缴费	26%	37%	35%	31%
将第三方帐号内的钱转至自己的银行航户	29%	35%	29%	30%
向线下商户进行小额支付	16%	26%	24%	20%
收取电子红包	17%	24%	22%	20%
购买其他金融机构理财产品	18%	18%	20%	18%
派发电子红包	7%	13%	14%	10%
慈善捐款	8%	12%	9%	10%
作为卖家，向买家收费	6%	6%	7%	6%
平均使用数量：	4.3	4.9	4.5	4.5

问题： 请问您在过去 3 个月使用过支付宝、财付通等第三方支付平台上的以下哪些功能？（多选）

不同资产规模被访者比较：总的来看，不同资产规模的消费者对网上银行使用情境的丰富度基本一致。与不同收入水平表现出的特点相似，低资产人士更多手机充值，而中高资产人士更多进行水电气缴费和收发电子红包。

图 1.2.4：不同资产规模被访者网络支付使用情境

	100万以下	100-300万元	300万以上	全部
网上购物支付	96%	97%	95%	96%
手机充值	78%	70%	60%	71%
信用卡还款	44%	51%	48%	48%
亲友间的快速转账	48%	47%	45%	47%
将自己银行帐号内的钱转至第三方支付帐号	42%	44%	40%	42%
水电燃气缴费	25%	32%	37%	31%
将第三方帐号内的钱转至自己的银行航户	31%	31%	29%	30%
向线下商户进行小额支付	18%	21%	23%	20%
收取电子红包	16%	21%	24%	20%
购买其他金融机构理财产品	18%	20%	17%	18%
派发电子红包	6%	11%	14%	10%
慈善捐款	8%	10%	11%	10%
作为卖家，向买家收费	7%	5%	7%	6%
平均使用数量：	4.4	4.6	4.5	4.5

问题：请问您在过去 3 个月使用过支付宝、财付通等第三方支付平台上的以下哪些功能？（多选）