



互联网金融研究院
IFRI Internet Finance Research Institute

Report on Internet Finance 2016



Boao Review
博鳌观察



红岭创投
HONGLING CAPITAL

互联网 金融报告 2016

传统金融的 互联网化

Internetization of Traditional Finance

BR 互联网金融研究院 主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

BR 互联网金融研究院

BR 互联网金融研究院 (BR Internet Finance Research Institute, BRIFI) 是博鳌观察传媒旗下的智库机构。

依托博鳌亚洲论坛的资源优势, BRIFI 的使命是提供前沿观点、增进行业互动、促进跨界交流、助力品牌传播, 以此推动中国互联网金融行业健康发展, 并走向全球。

BRIFI 主要通过以下方式实现这一目标: 为互联网金融相关方包括政府部门、机构、企业及群体提供有针对性的前沿研究; 为决策者、企业家及专家学者提供共商互联网金融发展的对话平台; 组织国内外业界人士分享国际互联网金融发展经验, 分析研判机遇挑战; 同时将研究结果、讨论成果以多种呈现形式、载体及渠道进行传播, 以此对行业产生积极影响。

为实现上述目标, BRIFI 搭建了三个资源网络: 国内外专家资源网络、战略合作伙伴网络和行业合作伙伴网络/会员, 以此保障 BRIFI 社交平台功能、研究功能和传播功能的充分发挥。

博鳌亚洲论坛 (Boao Forum For Asia, BFA) 由 28 个国家发起, 于 2001 年 2 月 27 日正式成立并永久定址于博鳌。作为亚洲和新兴经济体的首要对话平台, 每年春季的年会汇聚了来自亚洲和世界的 10 余位国家元首和政府首脑, 80 多位部长级官员和国际组织负责人, 50 余位经济学家, 150 多家财富五百强高管, 1600 多位企业家, 以及 1000 位媒体代表, 就亚洲和全球的重大问题进行平等、坦诚和开放的思想智慧碰撞。博鳌亚洲论坛 2016 年年会于 2016 年 3 月 22—25 日举行, 年会主题为《亚洲新未来: 新活力与新愿景》。

博鳌观察传媒 (Boao Media) 是博鳌亚洲论坛官方杂志出版方与智库平台, 旗下拥有中英文《博鳌观察》季刊、新媒体中心、博鳌观察智库、博鳌沙龙等。汇集政、商、学各界资源, 博鳌观察传媒业务涉及财经媒体出版及运营、金融及其他商业领域的研究与咨询、沙龙及会议策划与执行、品牌传播及高端会员俱乐部等。



关注博鳌亚洲论坛官方微信
Boao_Forum_for_Asia
了解论坛最新动态
寻求亚洲深度合作



关注博鳌观察微信平台
boaoreview
了解更多国内外政经话题
精彩点评



体验更多精彩阅读
尽在中国经济出版社微信平台
请扫描二维码或查找 zgjjcbs

上架建议 互联网金融

ISBN 978-7-5136-4181-4



9 787513 641814 >

定价: 88.00 元

**Report on
Internet
Finance 2016**

**互联网
金融报告
2016**

**传统金融的
互联网化**

Internetization of Traditional Finance

BR 互联网金融研究院 主编



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网金融报告.2016 / BR互联网金融研究院主编.

北京: 中国经济出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5136-4181-4

I. ①互… II. ①B… III. ①互联网络—应用—金融—研究报告—中国—2016 IV. ①F832.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第036967号

责任编辑 姜 静

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 邹优阳 宫 燕

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京利丰雅高长城印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 889mm × 1194mm 1/16

印 张 8.75

字 数 284千字

版 次 2016年3月第1版

印 次 2016年3月第1次

定 价 88.00元

广告经营许可证 京西工商广字第8179号

中国经济出版社 网址www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街3号 邮编100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010-88386794

发布



联合出品单位



本报告编委会

总 顾 问 谢 平

顾 问 委 员 会 洪 斌 王 东 高 嵩 严 旋 朱海翔 马 立 周世平

总 策 划 宋功武

主 编 欧阳海燕

编 委 会 成 员 邹传伟 倪经纬 朱 捷 纪飞峰 高 翔 李 洋
王开宇 肖洁菲 王 冠 杨崇园 姚静峰 夏玉洁
何 珊 马 骏 王 洋 高 燕 罗小瑜

研 究 助 理 史晓晨 胡书欣 杨鑫杰 王玉雪

联 合 研 究 单 位 BR 互联网金融研究院
南湖互联网金融学院
尼尔森
腾讯网·企鹅智酷

Foreword I

序言一

2015年,《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》及《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》相继出台。主管部门对基于互联网的金融创新在政策层面给予了肯定,有关文件奠定了互联网金融创新的长远发展基础。金融互联网化意义重大。

传统金融与新兴金融加速融合

历经近40年的改革开放,中国金融业有了突飞猛进的发展,然而仍难以满足各经济实体的金融需求。小微企业及农村市场的金融服务短缺,长期困扰着中国经济的发展。互联网的出现,以及其与传统金融业的结合,为突破时空限制、降低业务成本、拓展服务边界带来了一种新的可能。

自2012年以来,互联网的金融服务不断涌现且创新频繁,逐渐渗入中国经济及民众的日常生活。近一年来,中国传统金融业加快了向互联网经营模式转型的步伐,与新兴互联网金融机构展开多重合作、良性竞争。

我们看到,传统银行积极布局线上直销银行业务,寻找资产证券化的多元化出口,扩大使用场景;传统保险公司开拓互联网服务,与互联网企业的双向渗透趋势加强;传统证券行业运用互联网技术,不断完善以资本市场为基础的综合金融服务能力。

基于中国金融互联网化的发展现状,博鳌亚洲论坛官方杂志《博鳌观察》与尼尔森·腾讯·企鹅智酷联合研发了“中国金融互联网化指数”,旨在以金融消费者的视角,从可得、易得、得益三个维度衡量金融互联网化的影响,积极审视金融与互联网相结合所带来的变化。

随着互联网的不断发展和深入应用,新兴金融也在加速发展、锐意创新。P2P网贷行业渐趋成熟和多元,众筹行业逐渐走向专业化,互联网消费金融正在成为新的风口。

未来,“互联网+”将是新的经济形态,互联网经济时代近在咫尺。

征信、监管仍需加强

近年来,互联网金融在中国掀起了一波又一波研究、讨论、实践的浪潮。虽然中国互联网金融的发展速度和用户规模在世界上已首屈一指,但纵观其发展,仍存在诸多问题,尤其在征信体系建设及监管政策落实方面,亟须借鉴欧美等发达国家的经验。

金融的本质是充当资金融通的中介。为降低资金供需双方之间的信息不对称性,构建完善的征信体系尤为重要。目前,中国传统金融机构所依靠的中国人民银行征信系统尚未能全面覆盖个人信用数据,基于互联网的金融活动数据寥寥无几。

对比之下,美国的个人征信已有愈百年历史,其征信行业完全由市场需求驱动,是市场主导模式的代表。历经多年的并购整合,美国征信业现以益百利(Experian)、艾奎法克斯(Equifax)、环联(TransUnion)三大信用局为主,基本垄断了全美个人资信数据。

再来看中国,随着央行在2015年向芝麻信用、腾讯征信等八家民间机构颁发个人征信牌照,民间征信渠道已开放。相信在未来,将形成以央行金融征信系统为主导,辅以市场化专业机构及个人征信机构的三方格局,为金融互联网化发展提供基础保障。

互联网金融实践近年来在中国迅速发展,然而由于其出现时间较短,在风险控制方面仍存在颇多问题。诸如P2P平台、众筹平台及第三方支付平台倒闭、“跑路”等事件屡屡发生,对现有的金融监管体系提出了巨大挑战。

反观国外,欧美等发达国家自20世纪90年代起即开

始将互联网技术与传统金融业务相结合，在发展过程中不断完善其监管条例，规范行业标准，已形成较为成熟的监管体系。以第三方支付为例，美国将监管的重点放在交易的过程，而非针对机构；英国等欧洲国家则重点监管支付机构，详细规定其经营资格及风险控制措施。

无论是金融市场环境、信用环境还是技术环境，中国与欧美发达国家仍存在较大差距。未来，随着各方指导意见的出台、中国新兴金融行业自律的不断强化，以及国际化合作布局的加强，中国的金融互联网化实践亦将走向规范化，并向全球创新的前沿迈进。

“互联网 + 金融”将有无限可能

互联网为金融带来了民主化和普惠化，有效拓展了传统金融市场的有限边界。中国金融的进一步改革开放将加快利率市场化与汇率市场化的变革进程，“互联网 + 金融”业态也将呈现更为融合的发展趋势。

中国政府的“十三五”规划提出了“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，将创新放在国家发展战略的核心位置。习近平主席更是在第二届世界互联网大会上强调将大力实施网络强国战略、国家大数据战略，希望促进互联网和经济社会的融合发展。“互联网 + 金融”的未来发展将机遇无限。

未来，传统金融与新兴金融将不断融合，形成日趋丰富的创新空间与市场机遇。从国家鼓励互联网金融创新发展的总体态度出发，监管部门与行业自律组织需共同努力，积极推动行业健康发展，并不断完善如征信体系、大数据管理等基础设施建设，支撑中国互联网金融不断快速、稳定发展。

传统金融机构与互联网公司需相辅相成，共同成长，

与国际社会加强对话合作，构建和平、安全、开放、合作的网络空间。

未来，中国的互联网金融将成为全球舞台上竞争与合作的重要力量，并随着国际国内合作的加强，其在中国金融资源的全球配置中将发挥更大作用。

目前，博鳌观察已连续三年就互联网金融课题成立专项研究组，展开深入研究，发布年度《互联网金融报告》。博鳌亚洲论坛亦愿意为推动互联网金融的健康发展尽到绵薄之力。



博鳌亚洲论坛秘书长

Foreword II

序言二

传统金融与大数据、云计算、移动互联等元素叠加后，迸发出了全新的活力。但金融互联网化在加快推进的同时，其业务模式、业务边界越来越模糊，而且愈发紧密地内嵌在人们的日常生活中，这给监管带来了很大的难度。

2015年是互联网金融监管的元年。中国人民银行等十部委联合发布了互联网金融监管的纲领性文件《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》（以下简称《指导意见》）。《指导意见》肯定了互联网金融对促进小微企业发展和扩大就业所发挥的积极作用，也定下了互联网金融发展与监管的基调，即“鼓励创新、防范风险、趋利避害、健康发展”的总体要求。

互联网为金融行业带来巨大变革

互联网在金融行业中的作用，绝非仅仅是一个在金融活动中处于辅助地位的技术平台或工具那么简单。网络技术的革新打破了传统金融交易的壁垒，深刻地改变着金融行业的方方面面。

降低成本，优化效率。首先，互联网金融通过三个渠道降低交易成本：一是互联网替代传统金融中介和市场中的物理网点和人工服务；二是互联网促进运营优化；三是互联网金融的去中介化趋势缩短了资金融通链条。其次，在互联网金融中，大数据被广泛应用于信息处理（体现为各种算法，自动、高速、网络化运算），提高了风险定价和风险管理效率，降低了信息不对称。最后，因为交易成本和信息不对称的降低，互联网金融能提高金融资源配置效率。

挖掘数据，提升服务。互联网大数据为金融行业做出了卓越的贡献，在完善征信系统、挖掘客户、优化服务、提高运营效率、产品创新等方面起到了举足轻重的作用。首先，金融活动离不开完善的征信体系，而大数据成为构建征信体系的基础。其次，通过数据分析，金融机构既可以实现更有针对性的场景化营销，还可以洞悉客户的个性化需求，实现差异化服务并发掘客户潜在需求，为金融产

品创新奠定基础。最后，金融机构将大数据运用到公司内部管理，也能提高公司的运营效率。

平等开放，普惠大众。传统金融在融合了互联网的平等、透明、开放、扁平等特点之后，其普惠特点愈发明显。原本传统金融机构由于成本和内部管理机制的限制，对“长尾客户”的重视不够。互联网使得金融机构以较低成本接触这些“长尾用户”，可以获知他们的需求并提供个性化的金融服务，大大拓展了传统金融市场的服务范围。在金融互联网化进程中，越来越多的人将有机会享受到金融服务，这有助于提升社会公平，缩小收入差距，增加社会福利。

互联网金融对中国消费者也产生了深刻影响。传统的中国消费观念是“量入为出”，而互联网消费金融平台可以依托互联网的信息传播优势，引导消费者转变消费理念。此外，互联网消费金融平台还可以利用互联网的大数据优势分析需求，积极进行产品创新，激发消费者贷款消费的热情。

金融互联网化的风险与瓶颈

在金融互联网化进程加快的同时，风险也不可避免地随之而来。与传统金融行业相比，互联网金融所面临的风险更加多样，既包括金融相关风险，也包括技术相关风险。

互联网金融在大大优化传统金融效率的同时，并不能完全规避其原有风险，由于互联网自身的特点，可能会提升某些种类的风险，例如，信用风险。互联网降低了从事金融活动的门槛，相当一部分新进者没有通过相关的资格认定，也缺乏应有的风险管理能力和诚信水平。另外，互联网平台受到的杠杆限制较少，为了获得更高收益，很多平台在高杠杆比率下经营，这也加剧了信用风险。

互联网高速、快捷的特点大大缩短了交易时间，这也同时缩短了金融中介机构在面临集中提款时的应对时间，使其在面临挤提问题时，流动性风险提升。另外，不容忽视的是，目前国家针对互联网金融的法律体系还不够完善，金融互联网化的诸多尝试还不能得到政府的明确认可，存在

法律合规风险。

虽然互联网技术日新月异，但技术相关风险仍无法避免，需要时刻警惕这类风险可能造成的巨大危害，例如，信息安全风险和网络安全风险。当前金融业，各个机构都不遗余力地通过互联网争夺信息，但互联网金融从业者却没有为客户保护个人信息的足够动力，甚至有部分从业者为了获得不法收益，故意出售客户信息，导致客户信息泄露事件频发。目前，尚未有完善的计算机技术可以完全防范互联网给金融带来的网络安全隐患，黑客的非法活动和从业人员的误操作都会给目前仍比较薄弱的互联网安全技术带来巨大冲击。

金融互联网化在中国的发展历史不长，其成长环境也不够成熟，在发展的道路上仍面临一些瓶颈。

首先，中国的个人信用数据积累不够，专业的征信机构不多。很多金融机构的信用评估仍严重依赖中国人民银行出具的个人信用报告，信用数据来源单一，得出的评估结果自然不能满足日新月异的市场需求。

其次，互联网金融既带来了机遇，也带来了风险，原有的金融相关法规需要进一步补充完善，必要时还要及时出台新的法律法规。不完善的法律体系下，既无法有效控制潜在风险，也容易扼杀行业的合理创新，一定程度上阻碍了金融互联网化进程。

最后，人才储备不足。互联网金融的发展需要金融知识和互联网知识的完美融合，而同时具备这两种知识的专业人才少之又少，人才的缺乏给金融互联网化进程带来一定的拖累。

新金融要求监管创新

《指导意见》对互联网金融给出了明确定位，“互联网金融是传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式”。新金融要求监管创新，既要有效防范风险，又不能抑制有益的创新，降低市场活跃度。

从法律制度角度来看，政府监管部门应尽快进一步完善与金融互联网化有关的法律法规，比如个人信息安全和征信方面的法律。通过法律明确划定非法与合法的界限，为行业发展提供官方引导。这需要监管部门不断审时度势、与时俱进，鼓励创新、识别风险。

从征信体系角度来看，一是拓展官方征信机构的数据来源，使评估结果更加准确、全面；二是鼓励民营征信平台的发展，构建一套完整的个人征信体系，从而有效降低行业信用风险。

从安全技术角度来看，监管部门不仅要为互联网金融行业制定统一的技术规范，同时也要借鉴发达国家的先进经验，增加科研投入，积极培养人才，为行业打造一个良好的技术发展环境。

从服务对象角度来看，互联网金融需要更加重视对金融消费者和中小投资者的保护。他们在金融活动中处于弱势地位，保护他们的合法权益应成为监管工作的重中之重。

从监管框架来看，很多互联网金融创新源于实体经济金融需求，与日常生活之间存在紧密联系，在一定程度上可以视为“内生”或“自发”的。这一特征使得对互联网金融实施准入监管比较困难，负面清单管理模式更合适。另外，一些互联网金融活动天然具有混业特征，分业监管框架也很难适用。

“蓬生麻中，不扶而直；白沙在涅，与之俱黑。”中国互联网金融的健康发展，离不开科学有效的监管机制。一个公平、高效的互联网金融市场将会惠及更多民众，为中国经济的发展注入新能量。

《互联网金融报告 2016》总顾问
清华大学五道口金融学院教授

CONTENTS

目录

087	第五章 中国金融互联网化指数
089	第一节 设计思路
089	一、互联网对金融的影响
089	二、金融互联网化指数的研究角度
090	三、从融资维度切入
090	第二节 融资维度的金融互联网化指数构架
090	一、研究界定
090	二、指数构架与计算方法
091	第三节 融资维度的金融互联网化指数：108.5
092	一、可得指数：86.5
094	二、易得指数：127.2
095	三、得益指数：96.4
097	四、存在借贷需求的资金短缺者贷款障碍分析
099	访谈录
101	红岭创投：稳中求新，探索 P2P 网贷新模式
103	玖富孙雷：“移动 + 场景 + 生态链”模式开启互联网金融 3.0 时代
105	华夏银行刘琇臣：打造适时而在、应需而现的未来银行
107	社科院曾刚：银行要开拓更多与互联网企业合作发展模式
108	民生银行李长勇：银行真正的对手是银行，不是互联网企业
110	微众银行黄黎明：“微粒贷”让借钱像花钱一样方便
112	包商银行有氧金融刘鑫：做互联网上的商业银行
114	哈尔滨银行：“互联网 + 农村金融”开拓普惠金融新思路
116	中国金融认证中心张行：如何应对“互联网 + 银行”的安全风险？
118	开鑫贷周治翰：回顾 2015 年“互联网 + 金融”新玩法
120	小存折董事长何珊：新金融的想象力
122	众安保险吴逊：跨界共创，向互联网保险 3.0 拓展
124	京东金融周宇航：场景化时代 科技力催生保险新生态
126	上海市创新经济研究中心任新建：新兴金融与传统金融竞合成长
128	盈灿集团马骏：P2P 网贷行业的现状与趋势

第一章

CHAPTER 1

2015—2016 年互联网金融的发展、问题与新趋势
Internet Finance 2015-2016:
Developments, Problems and Trends

纵观互联网金融业态发展的历史脉络,我们不难发现,从 2015 年开始,中国传统金融业逐步进入到一个加速向互联网模式转型运营的阶段,出现了多种多样的互联网金融创新模式,与新兴互联网金融机构开展多元化合作与竞争,日益呈现出百花争鸣的特征。

可以预见,未来一段时间,伴随中国金融改革开放步伐的进一步加快,利率市场化与汇率市场化变革进程的逐步推进,互联网金融业态将出现新一轮的融合发展趋势。中国金融互联网化的指标体系将日渐成熟,为促进中国经济金融在全球范围内的资源配置能力提供指引和动力,将有效促进互联网金融发挥市场力量作用,配合加快推动供给侧改革,支持高效率企业提供高质量供给。在监管体系逐步到位的条件下,这将有可能使得互联网金融在整体上成为中国金融要素参与全球经济金融发展秩序建设的一个重要抓手和突破口。

第一节 2015—2016 年互联网金融发展状况

一、传统金融加快转型

(一) 银行、保险、证券业加速互联网化发展

1. 传统银行探索互联网化转型模式

2015 年以来,中国传统银行业为了有效应对来自互联网金融等新兴业态的挑战,开始进入向互联网化转型的加速发展阶段。其中,比较有代表性的是直销银行模式。

直销银行模式是在互联网时代应运而生的一种新型银行运作模式,银行不通过营业网点开展业务,不发放实体银行卡,客户主要通过电脑、电子邮件、手机、电话等远

程渠道获取银行产品和服务。由于没有网点经营费用和管理费用,直销银行可以为客户提供更具竞争力的投融资产品及更低的手续费率。降低运营成本、回馈客户是直销银行的核心价值。

从历史上看,直销银行在全球范围内最早可以追溯到 1965 年在德国法兰克福成立的“储蓄与财富银行”(BSV)。该银行也是现在欧洲最大的“直销银行”——荷兰国际直销银行(ING-DiBa)的前身。直销银行不同于纯粹的互联网银行,未来,两者之间的区别将日益缩小。

据 BR 互联网金融研究院监测,截至 2015 年 12 月 31 日,全国已经有 57 家商业银行上线了直销银行,包括北京银行、民生银行、中国工商银行、兴业银行、恒丰银行、浦发银行、平安银行、上海银行、兰州银行、徽商银行、东莞农村商业银行等。可以看出,中国银行业在这方面投入了较大精力,寄希望于创造一个全新的商业模式,实现在金融脱媒和利率市场化加速条件下的改革创新。

2015 年 3 月,中国工商银行作为首家发布互联网金融整体战略的大型商业银行,公布了 e-ICBC 战略。仅过了半年,其互联网金融又升级到 2.0 版,打造“三个平台、一个中心”¹,重点是网络融资中心,5 年后将争取实现网络融资总额达 3 万亿元、客户 3000 万的目标,成为全球第一网络融资银行。

总体上看,中国银行业的互联网化仍然处于初级阶段,直销银行的整体水平仍然停留在存款、贷款、投资、交易

1 中国工商银行董事长姜建清指出,互联网金融升级发展的战略是,以金融为本,创新为魂,互联为器,构筑起以“三平台、一中心”为主体,覆盖和贯通金融服务、电子商务、社交生活的互联网金融整体架构,以大银行的新业态、新生态,为促进实体经济提质增效增添新动力,为推动自身经营转型提供新引擎。e-ICBC 品牌中,e(Electronic)代表的是信息化、互联网化;I(Information)对应融 e 联平台,即信息流;C(Commerce)对应融 e 购平台,即商品流;B(Banking)对应融 e 行平台,即资金流;C(Credit)对应网络融资中心。

产品的互联网搬迁上,还未升级到新产品的组合开发阶段,在很大程度上仍然承担信用中介的角色,与互联网金融的“去中心、分布式”内涵特征还有差别。

未来趋势将是更多传统银行要直面金融脱媒的挑战,着力降低资金成本,寻找资产证券化的多元化出口,加强与跨界行业的整合,共同探索直销银行的创新发展模式,扩大情景使用,增加客户黏性,摆脱单纯的利差盈利模式,如百度与中信银行联合组建百信银行,摩根大通与美国网贷平台 OnDeck 合作为小企业客户提供在线金融服务等。

2. 互联网保险双向渗透趋势加强

互联网保险是利用互联网技术和移动通信技术为客户提供保险服务的新型金融业务模式。2015年上半年,中国通过互联网渠道销售的保险累计保费收入816亿元,是上年同期的2.6倍,占行业总保费的4.7%,这一收入已逼近2014年互联网保险全年保费水平,对全行业保费增长的贡献率达到14%。其中,互联网财险保费收入占比44.51%,同比增长69%;互联网寿险保费收入占比55.49%,同比增长343.4%²。2015年7月22日,中国保监会印发《互联网保险业务监管暂行办法》,为互联网保险的发展提供了一个具有积极意义的制度框架。

一般情况下,互联网保险包含两层含义:一是传统保险企业进行互联网实践;二是互联网企业对传统保险业务的渗透。互联网保险的典型代表是众安保险,作为一家没有实体网点、完全互联网销售的新设立保险公司,其充分利用股东优势,集中推出了多笔业务和产品创新。2015年11月6日,众安保险与中国平安共同推出首个以O2O合作共保模式的互联网车险——保驾车险。该产品前端通过大数据对客户进行级别评定,级别越高,享受权益越充分;而后端出险理赔时,则通过平安多年累积的服务网络与专业流程进行跟进,提升客户服务体验。

2015年11月18日,泰康在线财产保险股份有限公司正式挂牌成立,这既是行业内第二家正式开业的专业互联网保险公司,也是第一家由传统保险公司创立的互联网保险公司。相比众安保险,泰康在线财险的互联网基因还不强,

但已经从寿险跨越到了财险,形成综合保险服务机制和能力,其专业化水平及独立运作机制将为互联网场景合作打开空间,具有一定的后发优势。

3. 互联网证券呈现多元化发展

2015年的股市经历了有史以来最严重的一次冲击,但互联网证券并没有因此而陷入低迷。相反,在互联网企业日益切入证券市场领域的压力之下,传统证券行业加快了向互联网金融战略的演进,尤其是第三季度以来,23家上市券商中有18家券商均大力加码互联网证券业务。其中,主要有以下三种方式。

一是与互联网企业合作,投资互联网金融机构,搭建自我互联网金融平台,比较突出的是海通证券,在与91金融加强整体合作的基础上,进一步完善e海通财的互联网金融平台,并投资参股布局麦子金服、积木盒子等互联网金融企业。

二是通过定向增发计划,或者已经开始布局投资建设互联网金融业务框架系统,如国元证券、东兴证券、长江证券等。

三是证券公司加强与互联网企业的跨界业务融合,形成具有新兴市场吸引力的引流功能,如方正证券与e袋洗、百度外卖、去哪儿网、滴滴出行4家O2O龙头企业展开合作,满足与用户联系最紧密的衣食住行等生活需求。

可见,互联网证券大力发展的前提是互联网技术的大幅提升,以及互联网应用场景的日益丰富。从发展动力看,则主要是以资本市场为基础的综合金融服务功能的不断完善。互联网模式降低了交易成本,扩展了投资管理模式和功能空间,有利于发挥证券公司的投研专业优势,通过手机远程开户、综合账户体系和“一人多户”功能的建设,提升了客户的财富管理体验,使证券业进入了一个全新发展阶段。

(二) 互联网基金、互联网信托、资产证券化创新发展

1. 互联网基金重点在产品上加强创新

从基金业的互联网化程度看,多数机构都已经开通了互联网直销模式,并进行了移动互联网的APP软件布局。因此,互联网基金的发展重点主要在产品创新上,通过充分利用互联网大数据优势,构建新型投资理念和模式,深入挖掘基金团队的专业化管理潜力,形成精准投资能力。例如,

² 2015年8月17日,中国保险行业协会在北京举行新闻发布会,由秘书长刘琦主持,独家发布了《2014互联网保险行业发展报告》及2015年上半年互联网保险的行业经营数据。

2015年11月嘉实基金与互联网巨头腾讯合作的一只大数据基金产品——嘉实腾讯自选股大数据策略股票基金，基于腾讯自选股5000多万用户的海量行为数据构建投资模型。

应该看到，互联网基金的发展趋势，将不仅限于股票市场二级投资领域，在资本市场加快发展和金融改革创新日益丰富的条件下，围绕新三板、战略新兴板等企业上市前股权融资领域，也将出现以资产管理为基本模式的股权众筹机制，对互联网基金的创新发展成为趋势性引导。

2. 互联网信托开始加快资产多元化布局

2015年7月18日，央行牵头10部委联合发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》（以下简称《指导意见》）为互联网信托的快速发展提供了制度性的突破机遇。此前，由于《中华人民共和国信托法》的规定，在互联网销售信托及分拆收益权等方面存在一定的灰色地带，金融创新存在一定的政策风险。但是，《指导意见》的出台，明确了对互联网信托的支持态度，允许通过互联网渠道进行销售和开拓新业务，为进一步规范行业创新发展提供了监管导向。

目前来看，互联网信托主要有三种类型：一是信托直销模式，即信托公司直接开设互联网金融平台，如中融信托；二是信托公司与互联网金融平台对接，开展第三方销售合作，如陆金所，不过，截至2015年12月底，陆金所平台“信托直营”项下仍显示“暂无符合条件的项目”；三是在债权转让机制下的信托收益权拆分转让模式，如梧桐理财等。从具体品种看，互联网信托的基础资产也在逐步呈现多元化布局特征，不仅仅是过去的房地产、股权、证券，还有新三板等拟上市企业的股权投资基金等。

3. 资产证券化成为互联网金融的重要方向

我国资产证券化市场自2012年重启以来已取得突破性进展。2015年4月，央行下发《信贷资产支持证券发行管理有关事宜》，标志信贷资产证券化发行实行注册制管理，明确符合一定条件的机构可申请一次注册、自主分期发行，大幅提高后续项目的发行效率。截至2015年11月，国内资产证券化产品当年发行总量已达约3239亿元，存量规模约3367亿元，是2014年市场规模的1.15倍。

由于互联网金融的蓬勃发展，资产证券化正逐步成为其中的一个重要方向。无论是传统发行资产证券化的银行、

券商等金融机构，还是P2P网络借贷平台、大型电商等介入这一领域的新兴发行主体，都对此表现出积极的兴趣。

传统金融机构或者类金融机构发行的资产证券化标的，往往基于项目融资、小贷、保理、融资租赁等资金需求而产生相应的不同类型信贷资产，而后将其根据现金流瀑布特征进行重新拆解、打包，通过交易所挂牌进行买断交易，最后由相关资产购买方将其放到互联网金融平台上进行销售，如陆金所等。互联网金融平台也开始瞄准这一业务领域，并开始推行资产证券化受益权转让模式，将不同类型的资产打包组合后，受益权出售给个人投资者，如百富网等。大型电商方面，2015年9月京东商城对外披露了“京东白条资产证券化”发行方案，基础资产为“京东白条应收账款”债权，融资总额为8亿元，分为优先1级、优先2级、次级资产支持证券。

（三）金融产品垂直搜索引擎呈现差异化发展态势

在金融产品垂直搜索引擎方面，随着利率市场化和金融混业的日趋深化，不同类型的金融产品的销售渠道及搜索成本逐步复杂化与加大，需要简洁明了的搜索引擎，降低信息成本，提高决策参考价值，并在市场条件允许的情况下进一步定制化提供产品服务信息。

91金融和融360是金融产品搜索引擎市场的两大代表，在2015年，开始出现战略与服务模式上两种不同方向的分化。前者开始向金融产品上游开发延伸，逐步增加了定制化产品合作的内容模块，开始与传统金融机构共同发布自己的互联网金融产品，并为其提供互联网金融展示专区，如“民生加银资管91金融月月盈1号专项资产管理计划”、91旺财、91资管等；后者则进一步加强了搜索市场的专业化分工程度，细化对不同类型金融产品的搜索比较功能，上线理财产品频道，如对网贷投资平台、互联网理财平台、银行理财产品等分门别类进行信息陈列和排行比较。

从收入模式看，金融产品搜索引擎的营收模式目前主要有信息导航、佣金以及展示广告三种，未来则还会基于大数据及金融产品合作开发，获得更多基于互联网金融产品的利润分成空间。

（四）互联网货币在区块链技术应用驱动下发展迅速

互联网货币，又称为虚拟货币、数字货币或者电子货币，这与我们在现实生活中使用的货币全然不同，但有一个共

同基础,就是都要建立信任关系,确保等价交换与公平交易。

从货币史角度看,一个具有商品交换经济功能的货币媒介,必须具备一般等价物的所有特征,才能真正成为货币,单纯用于收藏或交易的一般等价物不会成为最终的货币,它必须在交易、支付、贮藏、分配等各环节中具有高效、低成本、便于识别、防伪、不存在长期贬值趋势等特点。

在“互联网社会形态”里,人们根据自身需求成立或者参与社区,同一社区成员基于同种需求形成共同的信用价值观,在此基础上形成了“新型货币形态”——互联网货币。从发展趋势看,互联网货币关键是要能够实现快捷便利的支付流通,币值保持相对稳定,在去中心化机制下,有效防控风险,加强传输效率,提升公众认可意识,并处理好与传统国家货币的关系。

具体而言,互联网货币就是采用一系列经过加密的数字,在全球网络上传输的可以脱离银行实体而进行数字化交易的媒介物,主要形式为电子钱包、数字钱包、电子支票、电子信用卡、智能卡、在线货币、数字货币等。以比特币为例,2015年11月,火币网作为国内最大的比特币交易平台,其人民币现货日成交量达95万个,交易金额达20亿元,再次创造了全球比特币交易平台的最高纪录,是目前全球交易量最大的比特币交易平台之一。截至2015年11月4日,火币网累计交易额已达1400多亿元。

与此同时,区块链技术作为比特币的重要技术支撑,也已经引起了传统金融界关注³。2015年9月,13家全球顶级银行,包括花旗银行、汇丰银行、德意志银行等,加入了一个由金融科技公司R3领导的组织,这表明银行之间对于如何将区块链技术应用于金融已经达成了初步共识。2015年10月,首届全球区块链峰会“区块链——新经济蓝图”在上海举办。目前,中国万向控股公司设立了万向区块链实验室,并将设立一只5000万美元的区块链技术投资基金。总体而言,区块链技术的发展空间还很大,在未来可能对传统金融造成颠覆,具有变革意义,充分体现了去中心化的信用构建机制效应。

³ 区块链(Blockchain)的定义是使用分布式集体运作的方法,实现一套不可篡改的、必然可信的数据库技术方案。该技术方案主要让系统中参与运作的任意多个节点,通过使用密码学方法相关联,产生一串数据集合(Block),每个数据集合中包含了一定时间内的全部信息交流数据,并且生成数据指纹,用于验证其信息的有效性和链接(Chain)下一个数据库块。区块链概念首次在中本聪(Satoshi Nakamoto)论文《比特币:一种点对点的电子现金系统》(Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System)中提出。

二、新兴金融主动创新

(一) P2P网络借贷行业发展日趋成熟和多元化

1. 行业发展持续快速,平台运营逐渐规范

在经历了多年突飞猛进式发展之后,2015年P2P网络借贷行业发展势头依然不减。网贷之家和盈灿咨询发布的数据显示,2015年全年网贷成交量达9823.04亿元,同比增长288.57%,网贷行业总体贷款余额达到4394.61亿元,同比增长324%。与此同时,截至2015年12月底,全国正常运营的网贷平台2595家,同比增长65%,绝对增量再创历史新高,问题平台总量896家,是2014年的3.26倍。虽然,从数量上看问题平台数目再创新高,但从行业总体来看,问题平台涉及投资人数和贷款余额在行业内总体占比与2014年相比,出现一定程度下降。

同时,随着《指导意见》的出台,更多平台对自身业务进行了重新定位,普遍与银行、第三方支付机构合作进行联合资金存管,明确自身的信息中介定位,对于风险控制日益重视,行业总体在向着更加健康的方向发展。尽管12月初爆发的“e租宝”倒闭事件对于整个P2P网络借贷行业产生了极大震动,让人们对于P2P行业未来发展产生忧虑,但是随着12月28日《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法(征求意见稿)》正式向社会发布,可以预见行业将走过“跑马圈地”式的发展阶段,更多平台的发展重点将开始从规模扩张转向内功修炼,未来P2P网络借贷行业的发展或将不再有“e租宝”式一年扩张10倍的神话,而有更多精耕细作、平稳发展的成熟企业。

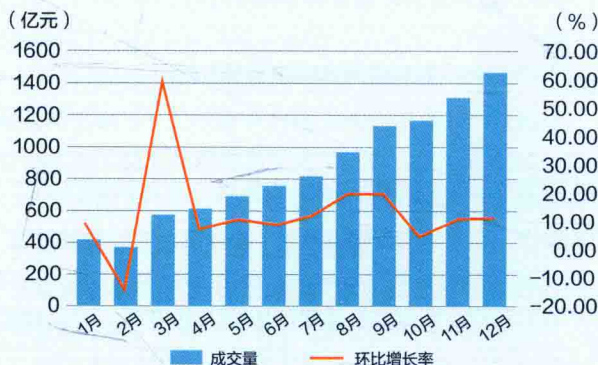


图 1-1 2015 年全国 P2P 网络借贷成交量及环比增长率

来源:网贷之家

2. 资金批发模式与专业模式成为发展主流

随着行业的发展，P2P 网络借贷商业模式正逐渐呈现多样化趋势，但总体上仍以资金批发模式和专业化模式为主。

资金批发模式可以显著降低平台的风控压力和优质借款人的获取成本，使平台得以保持轻资产模式运行并快速扩大规模，但如何获得并保持优质的合作方成为经营最大的难点，由于无法把控借款人资源而带来的核心竞争力缺失也成为该种模式发展的硬伤。

专业化模式是指 P2P 网络借贷平台通过深耕某一细分领域建立起完善的相关市场数据库，形成更有针对性和高效的风控体系及模式，这也将成为平台发展中最为宝贵的核心竞争力与差异化优势，但受制于细分行业的自身周期性规律及前期投入较大的特征，这类平台存在发展速度受限、错失发展机遇的风险。

3. 行业和地区集中度开始上升

据网贷之家数据显示，截至 2015 年 11 月，P2P 网贷行业贷款余额已增至 4005 亿元。行业中前 50 家平台的总贷款余额占到整个行业的 86%，前 50 家平台的总成交额占到整个行业的 77%。与之前相比，网贷行业前十大平台在 2014 年末的总贷款余额为 368 亿元，占整个行业的 35%，而到了 2015 年 11 月，前十大平台的总贷款余额则增长到 2018 亿元，占比上升到了 50%。行业市场份额向大平台集中的同时，在地域上也呈现集中趋势。广东、北京、上海和浙江是目前网贷行业规模最大的四个省市区域。2015 年 10 月，这四大区域的平台单月成交额占了全国整体成交额的 86.58%。

4. 资产端多元化发展正在快速推进

2015 年以来，P2P 网络借贷行业资产端早已不限于传统的信贷资产，开始向融资租赁、票据、车贷、供应链金融、类资产证券化、消费分期业务甚至股票配资等多元的金融业务拓展，涉及的融资方也从单纯的个人向企业、金融机构进行拓展。P2P 网络借贷行业本身也正从狭义的 P2P（个人对个人）逐渐向 P2B（个人对企业）拓展，部分先行者已经开始进入 F2F（金融机构对金融机构）领域，如陆金所旗下金融资产交易平台（LU.com）。总体看，P2P 网络借贷行业一些龙头企业正向着金融资产交易平台逐步迈进，将 P2P 网络借贷作为自身综合金融业务板块中的一个部分。

5. 国际化合作发展布局开始初现端倪

2015 年 11 月，蚂蚁金服宣布其联手韩国电信等 20 家股东共同发起设立的互联网银行——K Bank 已经获得韩国政府批准筹建，将在韩国开展存款、贷款、信用卡、理财、外汇等所有银行业务，包括创新的互联网金融服务⁴。与此同时，互联网金融平台点融网也与韩国十大财团之一的韩华集团达成合作，建立合资公司在韩国发展互联网银行。此前，蚂蚁金服投资的印度领先的支付公司——PayTM（在印度市场已经拥有 1.1 亿用户）也获得了印度央行发放的全印度第一张 Payment Bank（支付银行）牌照的筹建许可，将在印度市场开展支付、储蓄、汇款、转账等银行业务，为印度的中小企业、低收入家庭提供费率更低的在线金融服务。这意味着以蚂蚁金服为代表的中国互联网金融企业，已经逐步进入了在全球建立和输出影响力的全新阶段⁵。

（二）众筹行业发展逐渐走向专业化

1. 众筹行业快速发展，股权众筹异军突起

根据速途研究院和网贷之家相关数据显示，自 2013 年第三季度以来，中国众筹市场一直保持着两位数的爆发式增长态势。截至 2015 年，全国运营众筹平台总数高达 238 家，同比增长 99.30%，众筹市场成功筹资 114.23 亿元，相比于 2014 年底的 21.58 亿元，同比增长超过 5 倍，这也显示出在中国市场，众筹这种模式正在被越来越多的投资者所接受。

目前中国市场上，虽然非股权类众筹在融资额上的占比依然最高，但股权类众筹的占比正在迅速扩大，已经占到众筹融资总额的 35.7%。从平台数量上看，截至 2015 年 10 月底，全国各种类型的众筹平台 218 家，其中股权众筹平台最多，为 106 家；商品众筹平台 62 家；混合众筹 46 家；公益众筹仅有 4 家。可见，股权众筹正逐渐成为推动众筹行业发展的主要力量。

4 这是 1992 年韩国政府发布“平和银行”牌照之后，23 年来第一次颁发新的银行牌照，也是第一次颁发互联网专门银行牌照。

5 2015 年 10 月，蚂蚁金服宣布将推出中国台湾市场跨境 O2O 业务，通过支付宝手机钱包扫码支付在台湾地区各大百货、连锁超市、夜市、商圈等进行消费付款，首批合作商家超过 3500 家，之前蚂蚁金服已在中国香港地区、韩国、新加坡等地区开展此类业务。