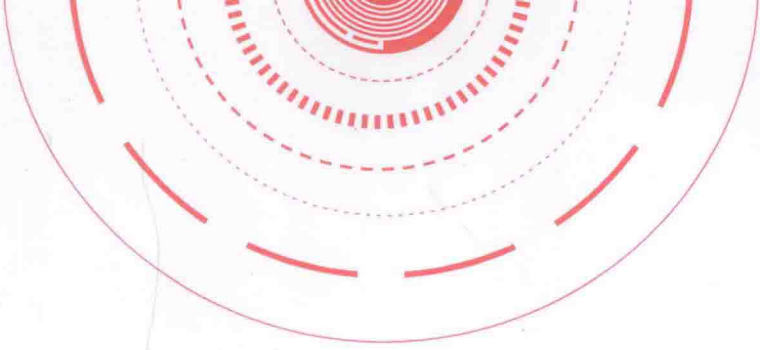




互联网金融

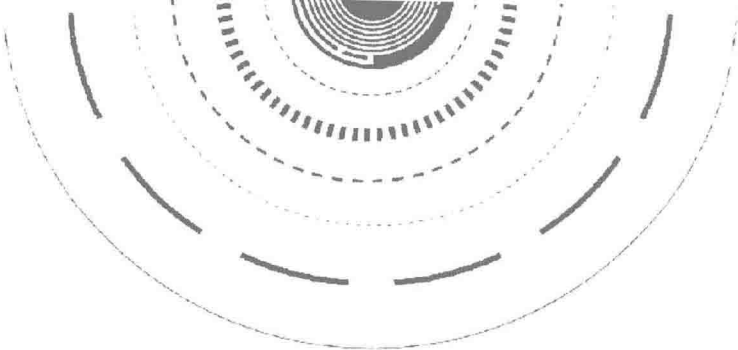
发展模式和风险防范

鲁小兰 著

Internet Finance Development Model and Risk Prevention



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS



互联网金融

发展模式 and 风险防范

鲁小兰 著

Internet Finance Development Model and Risk Prevention



中山大学出版社
SUN YAT SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

互联网金融发展模式和风险防范 / 鲁小兰著. —广州: 中山大学出版社, 2015.12
ISBN 978 - 7 - 306 - 05536 - 1

I. ①互… II. ①鲁… III. ①互联网络—应用—金融—发展模式—研究—中国
②互联网络—应用—金融—风险防范—研究—中国 IV. ①F832.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 280717 号

互联网金融发展模式和风险防范

hu lian wang jin rong fa zhan mo shi he feng xian fang fan

出版人: 徐 劲

策划编辑: 陈 露

责任编辑: 吕贤谷

封面设计: 岁 晏

责任校对: 覃未来

责任技编: 高 燕

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 虎彩印艺股份有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 11.25 印张 180 千字

版次印次: 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 23.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

前 言

近年来，互联网企业依托移动支付、大数据、云计算、社交网络和搜索引擎为代表的新一代互联网技术，将服务逐渐渗透到传统金融领域，第三方支付、P2P、众筹、网上银行等多种互联网金融模式应运而生。互联网金融充分利用高新技术做支撑，将开放、共享、协作的互联网精神融入到金融创新中，让融资、交易、理财变得高效、便捷，实现了存款理财化、融资多元化、支付电子化、需求多元化。

2013年6月13日，阿里巴巴公司联合天弘基金推出天弘增利宝货币基金——“余额宝”，将互联网金融正式地推到了大众的眼前。余额宝出现仅18天，用户数量达251.56万人，转入资金总额超过66亿元，累计用于消费的金额达12.04亿元。天弘基金凭借余额宝成为国内最大的货币基金管理公司，余额宝一度成为互联网金融的代名词。此后，陆续又有多家互联网企业相继推出类似余额宝的货币基金理财产品，如腾讯的理财通，百度的百发等，一时间，可谓“全民互联网金融”，自此也将2013年称为“互联网金融元年”。

互联网金融作为一种更加关注用户体验的金融创新，促进了互联网与金融的深度融合，在获得社会各界广泛关注的同时，逐渐得到了监管机构的认可和鼓励。李克强总理在2014年3月政府工作报告中明确指出要“促进互联网金融健康发展”。2015年7月18日，中国人民银行、工业和信息化部、公安部等十部委联合发布了《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》），政府首次全方位地针对互联网金融产品加以综合规定，标志着互联网金融行业进入有法可依的时代。

互联网金融的快速发展一方面获得了监管部门和主流媒体的高度关注，另一方面间或爆出的诸如 P2P 网贷跑路、客户信息泄露等负面新闻也让人望而却步，在喧嚣之下，人们对互联网金融的了解或局限于其百花齐放的表面，本文通过对互联网金融发展模式及风险的深入分析，为读者展现一个较为全面的互联网金融。

本文共有八章，第一章介绍了互联网金融的定义、发展背景，我国互联网金融的模式及现状；第二章至第六章分别对互联网金融的六种模式——第三方支付、P2P 网贷、大数据金融、众筹、信息化金融机构、互联网金融门户的发展现状进行了详细的阐述，并分析了每种模式的运营方式、对金融业的影响、发展中面临的风险及风险防范措施等；第七章，针对互联网金融行业整体面临的风险，结合我国对互联网金融监管的现状，从政府监管、法律法规、行业公共体系建设等角度提出了控制风险的方法及监管建议。

目 录

第一章 互联网金融概述	1
一、互联网金融发展背景	1
二、互联网金融发展模式	7
三、互联网金融对金融业的影响	9
四、我国互联网金融发展现状	15
第二章 第三方支付发展现状及风险防范	21
一、第三方支付概况	21
二、第三方支付发展现状	26
三、第三方支付对金融业的影响	31
四、第三方支付发展中存在的风险	38
五、第三方支付风险防范措施	43
第三章 P2P 网贷发展现状及风险防范	48
一、P2P 网贷概况	48
二、P2P 网贷发展现状	53
三、P2P 网贷对金融业的影响	59
四、P2P 网贷发展中存在的风险	63
五、P2P 网贷风险防范措施	69
第四章 大数据金融发展现状及风险防范	74
一、大数据金融概况	74
二、大数据金融发展现状	83

三、大数据金融对金融业发展的影响	88
四、大数据金融发展中存在的风险	90
五、大数据金融风险防范措施	93
第五章 众筹发展现状及风险防范	95
一、众筹概况	95
二、众筹发展现状	101
三、众筹平台对金融业发展的影响	105
四、众筹发展中存在的风险	107
五、众筹模式风险防范建议	110
第六章 信息化金融机构发展现状及风险防范	116
一、信息化金融机构概况	116
二、信息化金融机构发展现状	121
三、信息化金融机构对金融业发展的影响	126
四、信息化金融机构存在的风险	128
五、信息化金融机构风险防范建议	130
第七章 互联网金融门户发展现状及风险防范	136
一、互联网金融门户概述	136
二、互联网金融门户发展现状	139
三、互联网金融门户对金融业发展的影响	143
四、互联网金融门户发展面临的风险	145
五、互联网门户发展风险防范措施	147
第八章 互联网金融风险及监管对策	148
一、互联网金融发展中面临的风险	148
二、国外对互联网金融的监管现状	154
三、我国互联网金融监管现状及存在的问题	156
四、我国互联网金融风险防范及监管建议	161
参考文献	168

第一章

互联网金融概述

一、互联网金融发展背景

（一）互联网金融的定义

业界对互联网金融的定义主要有以下几种：马云（2013）认为互联网金融是互联网企业从事金融业务的行为，而传统金融机构利用互联网开展的金融业务称为金融互联网。万建华（2012）、谢平、邹传伟（2012）和侯维栋（2013）则认为互联网金融模式是一种不同于资本市场直接融资和商业银行间接融资的第三种金融融资模式，属于一种新兴金融业态。然而，吴晓灵（2013）和林采宜（2013）认为互联网金融的本质是利用互联网和信息技术对金融信息进行加工、传递，是直接融资和间接融资在互联网维度的延伸，而非直接融资和间接融资之外的第三种金融模式。

虽然业界和学术界对互联网金融并没有形成统一的定义，但对互联网支付、P2P 网贷、众筹融资等典型业态分类有比较统一的认识。2014 年《中国金融稳定报告》中，认为广义的互联网金融既包括作为非金融机构的互联网企业从事的金融业务，也包括金融机构通过互联网开展的业务。狭义的互联网金融仅指互联网企业开展的、基于互联网技术的金融业务。本文采用 2015 年 7 月 18 日中国人民银行等十部委联合发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》中对互联网金融的定义，认为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。

互联网金融主要有以下几个特点：一是以大数据、云计算、社交网络和搜索引擎为基础，挖掘客户信息并管理信用风险。互联网金融主要通过网络生成和传播信息，通过搜索引擎对信息进行组织、排序和检索，通过云计算处理信息，有针对性地满足用户在信息挖掘和信用风险管理上的需求。二是以点对点直接交易为基础进行金融资源配置。资金和金融产品的供需信息在互联网上发布并匹配，供需双方可以直接联系和达成交易，交易环境更加透明，交易成本显著降低，金融服务的边界进一步拓展。三是通过互联网实现以第三方支付为基础的资金转移，第三方支付机构的作用日益突出。

（二）互联网金融产生的背景

1. 多方需求的共同作用

（1）金融机构及非金融机构需要发展互联网金融

随着金融深度和广度的提升，大众金融需求呈多样化和复杂化的趋势，传统金融的边界和市场无法覆盖长尾市场需求。传统大型金融机构银行、证券等利用互联网或信息移动技术，可减少物理网点的数量，达到降低运营成本的目的。对于中小型金融企业如基金公司等各类资产管理公司，传统的销售渠道主要是依靠银行、券商等完成销售行为，因此它无法获取客户的具体信息、客户风险偏好以及资产构成等其他核心信息。而通过互联网，这些中小型金融企业不仅可以与客户面对面交流，获取用户的基本信息，而且可以通过数据挖掘对客户信息进行归类，从而设计有针对性的理财产品以及营销方式。互联网的另一个特征，是可以将社会中零散的金融需求利用网络聚合起来，即使是小额的金融产品也可以聚少成多，获得较大效益。因此，中小型金融企业不仅可以利用互联网吸纳客户，减少自己的销售成本，还可以利用互联网技术寻求新的投资渠道，开拓大型金融机构尚未涉足的市场空白，推出创新金融产品来满足不同客户的需求。2013年6月，与支付宝联合推出“余额宝”的天弘基金，1个月的销售规模就超过100亿元，3个月天弘基金就成长为国内最大的公募基金，显示出互联网与金融融合所爆发的巨大能量。

另一方面，传统金融体系过于集中、低效及存在覆盖盲区的弊端，吸引了

非金融机构尤其是互联网公司去尝试和突破这种金融壁垒。中国改革开放 30 多年, 互联网行业也有了突飞猛进的发展, 产生了以百度、阿里巴巴和腾讯为代表的大型互联网公司。2014 年的全球网站流量排名中, 百度、阿里巴巴、搜狐与腾讯这 4 家中国网站进入前 10 名。这些互联网企业的决策更贴近市场, 对民众金融需求的敏锐度高, 而且没有严格的监管及臃肿的机构设置, 机制和模式都比传统金融机构更灵活, 可以将业务延伸到传统金融业的服务盲区以及低效率的领域, 使金融服务日趋全面、完整。

(2) 中小客户对金融服务的需求强烈

在中国金融市场上, 中小企业一直都普遍存在着融资难问题, 主要是因为以银行为代表的传统金融机构, 在经营过程中以追求自身利益最大化为目的。为了防止违约风险的发生, 金融机构在选择投资对象时首先会考虑资产结构雄厚的大客户, 因为这类大客户在经营管理上制度更完善, 利润收入有保障, 出现违约的概率较小。而中小客户由于资产规模较小, 经营管理体系不成熟, 收入来源不够稳定, 很容易出现违约、拖欠现象。因此, 传统金融机构在满足中小客户需求和服务上动力不足。然而据阿里巴巴的调研数据显示, 在需要融资的 89% 的企业客户中, 融资需求在 50 万以下的企业约占 55.3%, 200 万以下的约占 87.3%, 阿里小贷发放的贷款平均每笔 7600 元, 贷款周期不超过半年。这一系列数据表明中小型企业小额贷款需求量是巨大的。

(3) 网民线上金融消费习惯的逐渐形成

近年来, 在政府、运营商和互联网企业共同努力下, 中国网民数量逐年上升, 网上金融消费变得更加普遍。2014 年 2 月, 中央网络安全和信息化领导小组成立, 旨在全力打造安全上网环境, 投入更多资源开展互联网治理工作, 消除非网民上网的安全顾虑。在运营商方面, 2014 年中国 4G 商用进程全面启动, 截至 12 月底, 中国 4G 用户总数达到 9728.4 万户, 运营商继续大力推广“固网宽带+移动通信”模式的产品, 通过互联网 OTT 业务和传统电信业务的组合优惠, 吸引用户接入固定互联网和移动互联网。在企业方面, 2014 年新浪微博、京东、阿里巴巴等知名互联网企业赴美上市, 使互联网成为频频见诸报端的热点词, 互联网应用得到广泛宣传。互联网应用与发展模式快速创新, 比特币、互联网理财、网络购物、O2O 模式等一度成为社会性事件, 这些宣传报道极大地拓宽了非网民的认知、了解、接触互联网的渠道, 提高了网民的上网意愿。

2015年2月9日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布《第35次中国互联网络发展状况统计报告》,对我国近十年网民规模和结构变化情况进行了统计。如图1-1所示,2005至2014年,我国网民规模由1.11亿人增加到6.49亿人,增长近5倍;互联网普及率由8.5%上升为47.9%。互联网普及率的提高,极大地方便了用户随时随地进行购物、消费,因此有越来越多的消费者开始由线下转移至线上。



图 1-1 2005—2014 年我国网民规模和互联网普及率

资料来源:CNNIC 中国互联网络发展状况调查。

如图1-2所示,根据2015年4月中国电子商务研究中心公布的《2015年中国互联网金融用户分析》,2013至2014年我国互联网金融用户从3.24亿增加到4.12亿,增长27.4%,表明随着互联网、智能手机上网的快速普及,我国互联网金融服务体验人群正在持续增长,预计2016年互联网金融用户人数将达到5.33亿。对消费者来说,借助互联网技术,享受的传统金融服务时间成本和费用成本能大大降低,因此逐渐形成网上金融消费习惯,也为互联网金融发展提供了群众基础。互联网金融正是在这种背景下实现了互联网行业和金融行业的融合,开创了互联网行业的一个新领域,也为金融行业的稳定发展提供了改革动力。

2. 信息技术为互联网金融提供了技术支持

(1) 云计算

互联网金融的发展汇集了无数网民海量的各类数据,因此对数据计算速度、数据存储能力和数据服务功能提出了更高的要求,而云计算的发展正好解决了这个问题。云计算通过使计算分布在大量的个人电脑(PC)上,而非本地计算机或远程服务器中,这使得用户在需要数据时能够将资源切换到需要的应用

上, 根据需求访问数据存储系统。而且这样的原理也使得云计算具有扩展性强、容错率高、安全性好的特点, 能够满足互联网金融对数据存储与运算的要求。



图 1-2 2013—2016 年我国互联网金融用户规模

资料来源: 中国电子商务研究中心。

(2) 移动支付

移动支付也称为手机支付, 就是允许用户使用其移动终端 (通常是手机) 对所消费的商品或服务进行账务支付的一种服务方式。随着移动技术、Wi-Fi、4G 等的发展, 互联网与移动通讯的融合已经越来越明显, 有线电视与传统传媒也逐渐融合进来, 而移动互联与其他网络的整合将进一步推动移动支付的发展。移动支付与互联网技术的融合为互联网金融用户提供了一个更加便捷、安全、及时、定制的服务。如图 1-3 所示, 截至 2014 年 12 月, 我国手机网民规模约达 5.57 亿, 较 2013 年增加 5672 万人, 网民中使用手机上网的人群占比达到 85.8%。目前, 第三方支付、银行等争相推出手机支付客户端, 如二维码支付、无线支付、语音支付、指纹支付等, 这样的技术创新无疑也会吸引更多的用户加入到互联网金融行业中来。



图 1-3 我国 2007—2014 年手机网民规模及其占整体网民比例

资料来源: CNNIC 中国互联网络发展状况调查。

(3) 社交网络

社交网络即社交网络服务,源自英文 SNS (Social Network Service) 的翻译。社交网络含义包括硬件、软件、服务及应用。一个社交网络的最大规模约为 150 人,平均规模约为 124 人。从历史来看,社交网络是一种无限拉近互联网与现实社会距离的关键技术革新,它把现实中真实的社会关系放在网上,使得社交网络成为一个发布、传递、共享信息的公用平台。社交网络降低了企业发布信息、产品推广的成本。如图 1-4 所示,根据中国电子商务研究中心《2015 年中国互联网金融用户分析》,社交网络正成为中国网民接触互联网金融的最主要渠道,超过一半(51.5%)的网民通过社交网络了解到互联网金融。

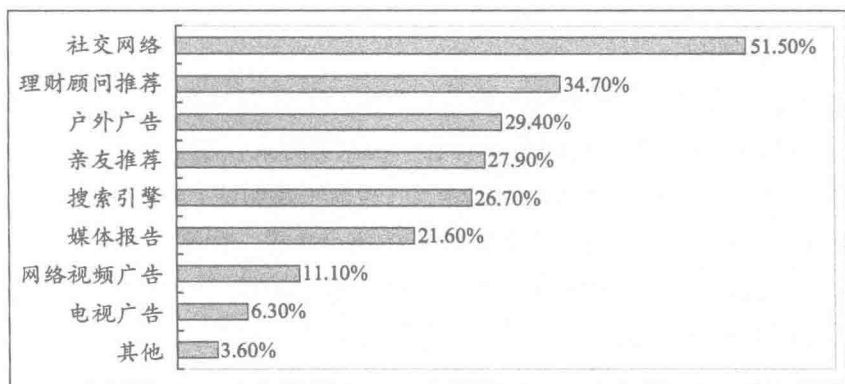


图 1-4 中国网民接触互联网金融渠道方式

资料来源:中国电子商务研究中心《2015 年中国互联网金融用户分析》。

当前,“微博”“微信”“QQ”等为代表的社交网络成为互联网金融在移动互联网时代最主要的传播介质,大大降低了互联网金融产品发布与宣传的成本。人们只需要在社交网络的公共号上发布一个链接,这些社交网络的推送功能,会将金融产品的信息推送给每一个社交网络的用户。其次,在社交网络中,人类的行为特点具有交换性、一致性和传递性,如果一个人发现某一个互联网金融产品不错,很快会推荐给自己的“朋友圈”,然后“朋友圈”的朋友又会推荐给各自的“朋友圈”,类货币乘数明显,使优秀的互联网金融产品能更快地被人熟知。最后,在社交网络中,人与人之间存在“社会资本”,人们的诚信度会提高,金融交易的成本会降低。

二、互联网金融发展模式

2013 年以来,互联网、电商等软件信息服务业厂商进军金融行业已经进入实质性发展阶段:余额宝推出两周就吸金 66.01 亿元;新浪获得第三方支付牌照,开始发行“微博钱包”;京东商城也对外宣布成立金融集团。种种迹象表明,未来金融的新格局正随着互联网金融的发展壮大逐渐成形。为了对互联网金融的模式做一个清晰的界定,北京软件和信息服务交易所互联网金融实验室从 2012 年开始,通过持续调研走访,深度解析资讯,最终梳理出第三方支付、P2P 网贷、大数据金融、众筹、信息化金融机构、互联网金融门户等六大互联网金融模式,并在 2013 年“清华金融周互联网金融论坛”上首次提出。^①本文对互联网金融模式的分类正是基于这六大模式。不过目前的分类也仅仅是互联网金融发展过期中初级阶段的粗浅分类,将来随着更多的互联网金融创新,也许会有更成熟的分类方法。

第一种模式:第三方支付。第三方支付(Third Party Payment)狭义上是指具备一定实力和信誉保障的非银行机构,借助通信、计算机和信息安全技术,采用与各大银行签约的方式,在用户与银行支付结算系统间建立连接的电子支付模式。根据央行 2010 年在《非金融机构支付服务管理办法》中给出的非金融机构支付服务的定义,从广义上讲,第三方支付是指非金融机构作为收、付款人的支付中介所提供的网络支付、预付卡、银行卡收单以及中国人民银行确定的其他支付服务。目前,我国第三方支付已不仅仅局限于最初的互联网支付,而是成为线上线下全面覆盖,应用场景更为丰富的综合支付工具。

第二种模式:P2P 网贷。P2P(Peer-to-Peer lending),即点对点信贷,是指个体和个体之间通过互联网平台实现的直接借贷,属于信息中介。P2P 发挥平台功能,进行资金借、贷双方的匹配,主要为投资方和融资方提供信息交互、撮合、资信评估等中介服务,为借贷双方的直接借贷提供信息服务。目前,出现了几种运营模式,一是纯线上模式,此类模式典型的平台有拍拍贷、合力贷、人人贷(部分业务)等,其特点是资金借贷活动都通过线上进行,不结合线下

^① 罗明雄.六大互联网金融模式形成[N].中国电子报,2013 12 13.

的审核。通常这些企业采取的审核借款人资质的措施有通过视频认证、查看银行流水账单、身份认证等。第二种是线上线下结合的模式，此类模式以翼龙贷为代表。借款人在线上提交借款申请后，平台通过所在城市的代理商采取入户调查的方式审核借款人的资信、还款能力等情况。另外，以宜信为代表的债权转让模式现在还处于质疑之中，这种模式是公司作为中间人对借款人进行筛选，以个人名义进行借贷之后再将债权转让给理财投资者。

第三种模式：大数据金融。大数据金融是指集合海量非结构化数据，通过对其进行实时分析，为互联网金融机构提供客户全方位信息，通过分析和挖掘客户的交易和消费信息掌握客户的消费习惯，准确预测客户行为，使金融机构和金融服务平台在营销和风险控制方面有的放矢。大数据的关键是从大量数据中快速获取有用信息的能力，或者是从大数据资产中快速变现的能力。因此，大数据的信息处理往往以云计算为基础。基于大数据的金融服务平台主要用于拥有海量数据的电子商务企业开展金融服务。目前，大数据服务平台的运营模式主要包括以阿里小额信贷为代表的平台模式和京东、苏宁为代表的供应链金融模式。

第四种模式：众筹。众筹的意思即为大众筹资或群众筹资，是指用团购+预购的形式，向网友募集项目资金的模式。众筹利用互联网和 SNS 传播的特性，让创业企业、艺术家或个人对公众展示他们的创意及项目，争取大家的关注和支持，进而获得所需要的资金援助。众筹平台的运作模式大同小异——需要资金的个人或团队将项目策划交给众筹平台，经过相关审核后，便可以在平台的网站上建立属于自己的页面，用来向公众介绍项目情况。众筹模式中的股权众筹融资已被确认为我国多层次资本市场的有机组成部分。监管当局鼓励股权众筹融资中介机构在符合法律法规规定前提下，对业务模式进行创新探索，发挥股权众筹融资服务创新企业的能力。但从目前国内实际众筹平台来看，因为股东人数限制及公开募资的规定，尽管已经有“天使汇”“创投圈”“大家投”等股权众筹平台，但是国内更多的是以“点名时间”“众筹网”为代表的创新产品的预售及市场宣传平台，还有以“淘梦网”“追梦网”等为代表的人文、影视、音乐和出版等创造性项目的梦想实现平台，以及一些微公益募资平台。

第五种模式：信息化金融机构。所谓信息化金融机构，是指通过采用信息技术，对传统运营流程进行改造或重构，实现经营、管理全面电子化的银行、

证券和保险等金融机构。金融信息化是金融业发展趋势之一，而信息化金融机构则是金融创新的产物。从整个金融行业来看，银行的信息化建设一直处于业内领先水平，不仅具有国际领先的金融信息技术平台，建成了由自助银行、电话银行、手机银行和网上银行构成的电子银行立体服务体系，还形成了“门户”+“网银、金融产品超市、电商”的金融电商创新服务模式。

第六种模式：互联网金融门户。互联网金融门户是指利用互联网进行金融产品的销售以及为金融产品销售提供第三方服务的平台。它的核心是“搜索+比价”，采用金融产品垂直比价的方式，将各家金融机构的产品放在平台上，供用户对比和挑选。互联网金融门户多元化创新发展，形成了提供高端理财投资服务和理财产品的第三方理财机构，以及提供保险产品咨询、比价、购买服务的保险门户网站等。这种模式政策风险较低，因为其平台既不负责金融产品的实际销售，也不承担任何不良的风险，同时资金也完全不通过中间平台。目前针对信贷、理财、保险、P2P等细分行业的互联网金融门户，有融360、91金融超市、好贷网、软交所科技金融超市、银率网、格上理财、大童网、网贷之家等。

三、互联网金融对金融业的影响

（一）互联网金融与传统金融的区别

1. 客户对象不同

互联网金融的主要特征是服务于小额、分散的金融需求，其客户大多为小微企业和大量消费忠诚度高的个人互联网用户。在这一领域中，各类金融服务需求旺盛，但传统金融机构不能（或不愿意）提供相应的服务。而互联网金融却可以依靠其平台在信息收集、风险识别和控制等方面的优势，来降低金融交易成本，进而使更为普遍的金融服务成为可能。现有的互联网金融如第三方支付、P2P网络信贷或众筹的主要客户大都游离在传统金融机构服务之外，其发展并没有形成与银行现有客户和业务的直接竞争，而且其发展规模与传统金融（特别是银行业）也不可同日而语。

互联网金融为小微企业和个人用户提供金融服务的同时更注重客户体验。

互联网金融秉承了互联网平等、开放、分享、自由的精神，服务模式上由传统的面对面柜台交易转变为互动式沟通与群体参与；商业模式上通过实时交互、大规模协作实现组织扁平化、去中心化，客户群信息平台化、网络化，并可以通过数据挖掘和分析，提前发现潜在客户和潜在需求，为客户提供优质高效的产品和服务体验。

2. 支付更为方便快捷

依托网络平台、高速互联网以及平板电脑、手机等移动终端，互联网金融可使用户随时随地享用互联网提供的金融服务，实现了超级集中支付系统和个体移动支付的统一，转账、证券交易、支付等金融功能的使用更为方便快捷，只需在手机等终端按下按键即可，用户体验更佳。同时，当下的移动网络大多具有推送功能，更能让客户在最短的时间内获得自己想要的信息。

3. 信息处理和交易成本更低

传统金融业务出于网点、人工成本考虑，准入门槛较高，基本无法覆盖小型和微型资金客户，缺乏日度实时数据储存，信息处理困难或成本较高。而在互联网金融模式下，利用来自电商平台的实时数据，信息处理容易、成本较低，降低了市场信息不对称程度，交易双方在资金期限匹配、风险分担方面的成本也较小。贷款、股票、债券等的发行和交易以及款项支付在网上进行，供需双方直接交易，降低了银行、券商和交易所的中介作用，接近一般均衡定理描述的无金融中介状态。

4. 资源配置效率更高

信息交互产生的大数据信息集可为互联网金融信用体系的构建提供坚实基础，给出任何资金需求者（机构）的风险定价或动态违约概率，快速合理实现资金定价，提高资源配置效率。信息处理是互联网金融模式下的核心，作用是获取供需方特别是需求方的信息，是后续金融资源配置和风险管理的基礎。通过社交网络生成和传播信息，搜索引擎组织和结构化信息，云计算建模和分析信息这三种方式可以保障金融交易具有充分的信息基础。如阿里小贷是基于交易平台所积累的庞大交易数据和信用评价体系，可对平台上的商家更加准确地进行风险评价及相关的贷后管理。