

社交众筹、社交P2P、社交基金、社交保险、社交银行……都是社交金融产品  
共享经济、社交金融、区块链技术，金融、互联网、社交……时时刻刻在创新

# 社交金融

## 共享经济时代金融新格局

邵鹏◎著

中国平安 平安银行  
PING AN BANK

陕西股权交易中心  
SHAANXI EQUITY EXCHANGE

西安银行  
BANK OF XI'AN

唐时达  
王张铭  
姚 瑛

联袂  
推荐

谨以图书《社交金融：共享经济时代金融新格局》

向下列企业或产品致敬（企业或产品排名不分先后）

工商银行 农业银行 中国银行 建设银行 平安银行 招商银行 中信银行 华夏银行 西安银行 长安银行 浦发银行 兴业银行 微众银行 网商银行 温州民商银行 天津金城银行 上海华瑞银行 支付宝 微信支付 芝麻信用 百度 阿里巴巴 腾讯 平安集团 人人公司 新浪微博 苏宁易购 天弘基金 南方基金 大成基金 嘉实基金 太平洋保险 阳光保险 泰康人寿 生命人寿 国华人寿 华泰财险 安诚财险 陆金所 陕西股权交易中心 京东众筹 人人贷 她理财 链家理财 校友金服 佳缘金融 陕西有色金属交易中心 高盛集团 格莱珉银行 SFNB Tashtego SoFi Kickstarter StockTwits LendingClub……

金融行业与社交网络的从业者，利用社交网络促进金融产品推广的营销、策划人员，互联网金融创业者与金融产品经理，基金、银行、保险等传统金融机构的战略制定者，互联网金融、社交网络研究人员

参考必备



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

社交众筹、社交P2P、社交基金、社交保险、社交银行……都是社交金融产品  
共享经济、社交金融、区块链技术，金融、互联网、社交……时时刻刻在创新

# 社交金融

## 共享经济时代金融新格局

邵鹏◎著

图书在版编目 ( C I P ) 数据

社交金融: 共享经济时代金融新格局 / 邵鹏著. --

北京: 企业管理出版社, 2016.12

ISBN 978-7-5164-1365-4

I . ①社… II . ①邵… III . ①金融业—研究—中国

IV . ① F832

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 235372 号

---

书 名: 社交金融: 共享经济时代金融新格局

作 者: 邵鹏

责任编辑: 宋可力

书 号: ISBN 978-7-5164-1365-4

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 编辑部 (010) 68416775 总编室 (010) 68701719

发行部 (010) 68701816

电子信箱: [qygl002@sina.com](mailto:qygl002@sina.com)

印 刷: 中煤 (北京) 印务有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 710mm × 1000mm 1/16 15印张 230 千字

版 次: 2016年12月第1版 2016年12月第1次印刷

定 价: 69.80元

---

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

## 媒体评论

通过对借贷双方提供更好的交易体验并将双方联系起来的网站正在挑战零售银行。

——《The Economist》杂志

随着微信、微博等社交平台的广泛流行，互联网金融创新开始融入社交、众包、自金融元素，互联网理财、P2P 网络借贷、众筹融资等新兴产品不断涌现。

——《中国金融》杂志

社交金融与传统金融服务的最大区别是应用场景的生活化和社交化，将金融产品和服务融入人们日常生活，并且建立和提升人与人之间的社交联系。

——《金融电子化》杂志

对于保险公司而言，社交媒体可为其提供众多机会——与客户建立持续的互动关系，倾听、了解个人与社区的需求，并据此进行高度个性化的交流互动。

——中保网

社交金融在社交信任的基础上建立用户之间的金融关系，充分发挥社交网络高效、便捷、即时等优势，并利用社交网络对风险进行控制，实现普惠金融。

——《西南金融》杂志

# 推荐序一

## 社交金融：新时代的新金融

20 世纪中叶，哈佛大学心理学教授斯坦利·米尔格兰姆设计了一个“传递信件”的实验。实验发现大部分信件平均经手 6 次便寄到了设定对象的手中，从而提出了社交网络的“六度分隔”理论。从工业社会，信息社会到互联网社会，人们的社交网络也从线下迁移到了线上。中国是世界上社交网络用户数最多的国家之一，社交网络平台不仅为用户提供了通讯和娱乐功能，在很大程度上也影响着用户的行为。最重要的是，社交网络为商业模式创新提供了新的场景，社交金融便是嵌入在社交网络场景中的金融服务。

2014 年以来，国内越来越多的互联网巨头和传统金融机构加入社交金融的队伍，以社交金融为代表的移动互联网金融服务理念日益兴起。在支付领域，支付宝、微信支付提供涵盖社交、娱乐、健康养老等生活场景的支付服务；在理财领域，宝宝类产品更是深挖消费者需求与兴趣，使理财变得越来越简单；在融资领域，出现了嵌入社交网络的 P2P、众筹模式，为广大创业者和梦想家带来了投资；在风控领域，基于社交数据的风控手段实现了从社交圈、行为特征、交易、基本社会特征等维度对客户进行综合评级……此外，在保险、证券等领域，也出现了很多社交金融模式的创新。

《社交金融：共享经济时代金融新格局》旁征博引，从进化的视角对社交金融进行了解读，并以共享经济时代为背景研究了当前金融各子行业的社交金融模式创新，进而探讨了如何制定推动社交金融发展的政策、如何设计有利于社交金融前进的监管体系、如何运用新技术促进社交金融的进化等问题。

首先，《社交金融：共享经济时代金融新格局》描述了从以物易物的交易到货币作为中介的交易历史进程中，社交在金融的演进：金融是货币与信



用的融合，它是商品交换与市场经济发展到一定阶段的产物，而信用则与社交密不可分。战国时代的冯谖为巩固孟尝君的政治地位而进行的“焚券市义”与2006年诺贝尔和平奖得主尤努斯为穷人摆脱贫困而创办的“格莱珉银行”都有着同样的内在逻辑，即充分发挥了社交所产生的信用作用。冯谖通过“焚券市义”为孟尝君获取了薛地人民的信用，尤努斯则通过“格莱珉银行”的团结小组所产生的社交信用大大降低了银行的不良率。以上是熟人之间的信用，而在社交网络时代，熟人和陌生人的信用则转化成了可视的数据，这些数据进一步提高了社交金融的广度和深度。2016年6月27日发布的《中华人民共和国民法总则（草案）》表明，数据信息将正式被承认为民事权利客体。这也从侧面反映了社交网络时代数据对于社交金融的重要性。

其次，本书通过“基础+步骤+模式”三部曲，细致的分析了社交网络时代如何构建社交金融，具有较强的实践指导性。第一，社交金融的基础：金融+互联网+社交。社交网络极大的便利了社交关系的创建和维持，并使得这些关系高度可观察。个体通过强大的社交网络连接实现彼此交易，其经济决策也不可避免的嵌入在社交关系中。第二，社交金融的步骤：个体+关系+目的。第一步，确定社交金融的目标客户；第二步，通过网络为目标客户建立成熟可靠的关系；第三步，通过搭建的社交关系网络实现金融的目的。第三，社交金融的商业模式：社交网络+金融+X或金融+社交+X。在社交金融的商业模式中，X代表了生产生活的各个方面，比如媒体、婚恋、搜索，等等。在构建生产生活的不同社交金融之时，社交的属性和数据的分析则永恒不变。

在分析了如何构建社交金融基础上，作者详细阐述了社交金融在众筹、P2P、基金、保险、银行等金融子业态中的运用，其中融合了大量的数据和鲜活的案例，展现了网络时代社交金融的整体面貌。最后，本书从社交金融的促进政策、社交金融的监管和社交金融与新技术的融合等角度提出了一系列看法。

随着社交网络、位置服务、物联网的发展，未来人与人、人与物、物与物之间将建立更加多维的连接，进而产生越来越多的数据，这种连接方式的改变和数据的积累将为金融服务创新带来巨大空间。可以预见的是，未来的

金融服务一定是与场景深度融合的，具有社交性、移动性、普惠性、共享性等特点，金融产品的提供也不再是独立的，而是能够与生活各方面需求所匹配的。《社交金融：共享经济时代金融新格局》所形成的思考对当下和未来相关工作的开展具有借鉴意义，值得相关研究者和行业从业人士一读。

唐时达（应用经济学博士、博士后）

平安银行电子信息产业金融事业部研究规划部总经理

## 推荐序二

### 以客户为中心创新金融服务

2013年9月和10月，国家主席习近平分别在哈萨克斯坦和印度尼西亚提出了建设“丝绸之路经济带”及“21世纪海上丝绸之路”这“一带一路”的构想。2015年3月5日，国务院总理李克强在《政府工作报告》中首次提出了“互联网+”行动计划。这两大国家战略在金融领域形成了交集，即依托互联网技术创新金融服务，助力一带一路的建设。

随着我国经济发展进入新常态，利用互联网优势，推进商业银行的发展改革，成为了银行发展的趋势和契机。随着互联网时代的到来，新的金融工具为各个市场主体的发展提供了更加平等的竞争环境。这也要求商业银行在业务发展过程中，要紧密契合国家宏观发展战略及地区发展规划，充分利用现代科技的力量，主动拥抱大数据、互联网、社交网络。

陕西西安是古代丝绸之路的起点，也是一带一路战略的重要节点城市。西安银行作为一家地方法人机构，坚持科技引领，创新驱动，积极运用互联网思维，以科技创新推动业务变革，着力打造“智慧型”银行。初步形成互联网金融发展战略生态圈，打造开放平台，构建统一门户。以移动终端为核心开发并运营“爱生活”手机银行、“新丝路 BANK”直销银行、“微信银行”、“慧管家”社区开放平台等一系列新渠道；基于移动平台推出能够满足个人及企业客户支付、理财、融资等需求的各类金融产品，打破物理区域限制，不断扩大服务范围；为服务网点部署新型智能设备，实现线上线下多种服务渠道高效联动、协同发展；结合大数据技术提升客户体验，以人脸识别等新技术强化交易安全。西安银行在互联网金融创新领域迈出了可喜的步伐，“慧管家”社区金融产品荣获《银行家》杂志2014年度“十佳互联网金融创新奖”，



“供需宝”供应链管理云平台荣获《银行家》杂志“2016 中国金融创新奖——十佳互联网金融创新奖”。

2016 年的《政府工作报告》中指出要大力推动“共享经济”的发展。共享经济的基础在于建立起人与人之间的社交网络，因此，如何实现“社交网络+”已经成为包括城市商业银行在内的其他金融服务业不得不思考的问题。《社交金融：共享经济时代金融新格局》一书的面世恰逢其时，系统性的论述了共享经济时代的社交金融服务模式，为金融服务业实现“社交网络+”提供了理论基础和经验参考。虽然技术环境和商业趋势不断变化且难以预知，但商业银行“以客户为中心”的服务和转型理念不会改变。尤其是在数字金融、科技金融、区块链等环境下，商业银行将迎来去中心化的挑战。为此，只有以技术创新为转型驱动力，商业银行才能更好把握发展机遇，才能更好发挥金融引导资源配置和优化投资效果的作用。

姚瑛

西安银行公司业务部总经理

## 推荐序三

### 基于链接关系，提供股权交易服务

在资本市场上，投资者与融资者具有不同的规模与主体特征，对资本市场的金融服务也有着不同需求。投资者与融资者对金融服务的多样化需求决定了资本市场应该是一个多层次的市场体系。

我国资本市场从 20 世纪 80 年代发展至今，已经形成了由场内市场的主板（含中小板）、创业板和场外市场的新三板、区域性股权交易市场共同组成的多层次资本市场体系。其中，区域性股权交易市场与互联网金融一样，都是近年来国内快速发展的新生事物。

2014 年 11 月，李克强总理在主持召开国务院常务会议时指出，要“建立资本市场小额再融资快速机制，开展股权众筹融资试点”。2015 年 3 月，李克强总理在《政府工作报告》中指出，“要制定‘互联网+’行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展”。

随着大数据、云计算、社交网络和发展，基于互联网和移动互联网的金融服务应运而生。传统金融通过“互联网+”，有效缓解了金融市场的信息不对称，提高了交易效率和频次，降低了交易成本。“互联网+”为金融服务模式创新带来了广阔空间，为传统金融机构转型和传统金融服务模式变革带来了新的方向。在资本市场业务模式创新中，最有效的结合就是区域性股权交易市场通过互联网开展股权交易业务。

区域性股权交易市场与互联网结合可以降低市场的参与门槛，使市场参与者更加大众化，资金量和专业性不再成为普通人参与金融活动的障碍。合格投资人可以借助区域性交易市场的互联网平台，投资和推广自己喜欢的创

意和产品。通过互联网平台高效、精确地对接资源和需求，扩大潜在投资者群体并提升挂牌企业的融资关注度，提升融资成功的可能性和便捷性。通过网络平台，投资人的投资收益得以提升，企业的融资成本得以降低，交易双方的参与积极性就被调动了起来，资源的配置效率也大为提高。

行为组织理论学者提出社会关系对投资决策有重要影响。在信息不对称的环境下，社会纽带联系将信任投射到经济交换中，以此形成了互惠的交换合作逻辑，推动了私有信息以及资源的转移，并促成投融资双方开展双赢而非零和的合作。在区域股权交易市场中，投资人、筹资企业和第三方中介机构形成了彼此链接共生的生态网络，共同参与筹资企业的发展，共同分享企业价值增长的红利。未来，金融业将基于人们之间的各种链接关系，开发和提供多种类型创新产品，满足社会大众、创新创业、企业发展等各类主体的金融需求。《社交金融：共享经济时代金融新格局》一书正是立足已经到来的共享经济时代，从社交网络视角研究金融领域的产品创新与模式创新，这对于当下和未来的金融业发展都具有启示意义。

王张铭

陕西股权交易中心总经理助理

# 前言

## 社交金融，真的来了

2015年9日至11日，在大连举行的夏季达沃斯论坛上，国务院总理李克强专门提到了“分享经济”的理念。2016年3月5日，第十二届全国人民代表大会第四次会议，国务院总理李克强在《政府工作报告》中又一次提到了“分享经济”的理念。

在金融领域，基于社交的金融服务是分享经济的重要组成部分。社交金融是基于人与人之间的社交关系进行的共享金融服务，具有人际交往、信息流动、资金融通的功能。例如，P2P借贷、产品众筹、股权众筹都是社交金融，代表性企业有Lending Club、Kickstarter、陆金所等。其实，在共享经济时代到来之前，人们的生活习惯就已经因为社交金融的冲击而悄然改变。2014年春节的“春节红包”——这一基于移动互联网的“游戏”，成为上亿中国人过年的重要内容。随后几年里，在这场全民游戏中，最引人注目的当属腾讯旗下的微信，以及阿里巴巴旗下的支付宝了。

微信采取了“社交网络+支付”的模式。借助春节期间大量城市用户的返乡，微信支付通过红包覆盖到更多三四线城市用户。借助微信这个强大的社交平台以及红包这个“核武器”，微信支付在很短的时间完成了支付宝历经十年才完成的用户积累。

支付宝采取了“支付+社交网络”的模式。诞生于电子商务C2C时代且在支付领域深耕10年的支付宝，在社交网络时代当然不甘落后，于是在2016年春节发起了反击，通过集齐“五福”来激发用户互动，这个策略自然巧妙。首先加好友，然后好友之间可以分享“五福”。由此可见，支付宝之意不在发红包，而在打通用户之间的关系，构建起支付宝的社交网络。

支付宝、微信仅仅只是发红包吗？这真的是一场全民福利吗？这其实是支付宝、微信各自在社交金融领域的一场布局。社交金融是基于社交网络构建的互联网金融服务，是互联网金融的 3.0 模式。

就在腾讯与阿里巴巴两大互联网企业激战犹酣的时候，传统金融机构也纷纷开始“社交网络+”。这种变革还使得传统银行更加重视基于网络提供金融服务，纷纷开始跨界合作。传统金融机构中，第一个打出“社交金融”大旗的是平安集团。早在 2013 年，平安的互联网金融战略已经基本确定：立足于社交金融，将金融融入“医、食、住、行、玩”的生活场景，实现“管理财富、管理健康、管理生活”的功能，推动客户迁徙。

如果说互联网公司以及传统金融机构开辟社交金融战场是含着金汤匙出生，那么，P2P、众筹则是这个社交网络时代孕育出来的新物种，具有天生的社交属性。在这个领域诞生了诸如众筹网、人人投、拍拍贷等企业。这也引发了互联网公司和传统金融机构在该领域的布局，包括成立、投资、并购等方式。然而，一方面，社交金融发展迅速，但相关企业缺乏自律，在互联网和金融方面不具有专业性；另一方面，行业监管不足，相关法律法规滞后，行业教育不足。这种矛盾引发了社交金融领域供、需、监管三方的信息不对称，出现了 e 租宝、中晋资产这样的不良平台。2016 年 4 月，国务院组织 14 个部委召开电视会议，将在全国范围内启动有关互联网金融领域为期一年的专项整治。无论是互联网巨头、传统金融机构的跑马圈地，还是政府部门的三令五申严厉监管，一个毋庸置疑的事实是：社交金融的时代已经到来。

为何社交金融成为了互联网金融巨头布局的重要领域？“社交网络+金融”究竟为行业带来了怎样的模式创新？金融业又该如何实现“社交网络+”呢？现今，无论是产业界，亦或是学术界，都未曾对社交金融有过系统的界定和解读。基于此，本书系统性的论述了“社交金融”，通过大量演绎和案例提炼出构建社交金融的方法步骤，又通过具体的模式来解释和应用这些方法。

本书前三章论述了社交金融的相关理论，回顾了互联网金融的发展阶段，提出社交金融是互联网金融的 3.0 模式。为了更好的阐释社交金融这一理念，从古代的以物易物、近代的票号到现代金融产品，试图从进化的视角探讨金

融的社交属性。从第四章到第八章，着重从社交众筹、社交化的 P2P、社交基金、社交保险、社交银行五个方面对社交金融的各个门类进行研究，探讨了目前国内外最具代表性的社交金融商业模式。第九章重点阐述社交金融的未来发展和局限。

本书面向读者包括：金融行业与社交网络的从业者，希望利用社交网络促进金融产品推广的营销、策划人员，互联网金融创业者与金融产品经理，基金、银行、保险等希望融入社交网络基因的传统金融机构战略制定者，互联网金融、社交网络研究方向的学者等。



# 目 录

## 媒体评论

推荐序一 社交金融：新时代的新金融

推荐序二 以客户为中心创新金融服务

推荐序三 基于链接关系，提供股权交易服务

前 言 社交金融，真的来了

## 第一章 社交 + 金融——互联网金融的新玩法

互联网时代的金融业正朝着社交化、移动化、专业化和场景化方向发展。以用户为核心的基于社交网络的互联网金融 3.0 也极大提升个人用户在金融交易中的话语权。共享经济的基础就在于已经建立起来的人与人之间的社交网络，社交金融成为共享经济时代金融业商业模式创新的重要方向。

第一节 未来互联网金融的趋势：从网点到平台…………… 003

一、网点模式的困局：成本上升和满意度下降…………… 003

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 二、社交网络普及，用户行为改变 .....             | 006 |
| 三、共享经济时代的金融创新 .....               | 008 |
| 第二节 互联网金融发展的 3 个阶段 .....          | 010 |
| 一、互联网金融的本质：互联网 or 金融 .....        | 010 |
| 二、从 1.0 到 3.0，互联网金融都做了什么 .....    | 011 |
| 第三节 社交金融时代的正式到来 .....             | 016 |
| 一、社交投资平台兴起，普通用户转身基金经理 .....       | 016 |
| 二、资金融通与信用评价，基于关系链的金融服务 .....      | 019 |
| 三、从 SoFi 到 WeChat，社交金融时代的到来 ..... | 021 |

## 第二章 社交金融——大金融体系中的终极拼图

社交金融体系下，很多产品都是基于对人与人、人与企业、企业与企业等经济社会主体关系的深入理解。在互联网时代，金融的互联网化是必然的趋势；在社交网络时代，互联网金融的社交化是必然的趋势。越来越多的互联网巨头和传统金融机构加入社交金融的队伍，纷纷建立了自己的社交金融网络。

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第一节 金融源自商品交易，金融依赖社交关系 ..... | 027 |
| 一、原始社会的以物易物 .....           | 027 |
| 二、金融基础的演进：从金属到信任 .....      | 030 |
| 三、商帮、票号与金融中介的形成 .....       | 031 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第二节 金融体系中的社交基因 .....   | 035 |
| 一、从富人的“游戏”到穷人的银行 ..... | 035 |
| 二、交易所的平台机制 .....       | 038 |
| 三、现代金融中的社交基因 .....     | 040 |
| 第三节 社交网络时代的社交金融 .....  | 043 |
| 一、在线社交网络的出现 .....      | 043 |
| 二、互联网金融的六大体系 .....     | 045 |
| 三、社交金融的江湖，类型与地位 .....  | 048 |

### 第三章 如何构建社交金融——基础 + 步骤 + 模式

社交金融必须有金融的逻辑、互联网的体验和社交的基因。银行、金融机构作为社交网络中的个体，通常都有社交需求，也有金融需求，从而逐步形成了社交 + 金融的业务模式，模式纷繁复杂，如何构建社交金融体系成为很多金融性企业必须考虑的问题。

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 第一节 社交金融的三大基础：金融 + 互联网 + 社交 .....  | 055 |
| 一、金融的逻辑：收益与风险并存 .....              | 055 |
| 二、互联网的体验：以用户为中心 .....              | 056 |
| 三、社交的基因：管道、棱镜与关系羊群 .....           | 059 |
| 第二节 构建社交金融的三个步骤：个体 + 关系 + 目的 ..... | 063 |
| 一、确定网络的个体，用户是谁 .....               | 063 |
| 二、构建个体之间的网络，关系如何建立 .....           | 066 |
| 三、实现金融目的，四种定位的交叉组合 .....           | 068 |