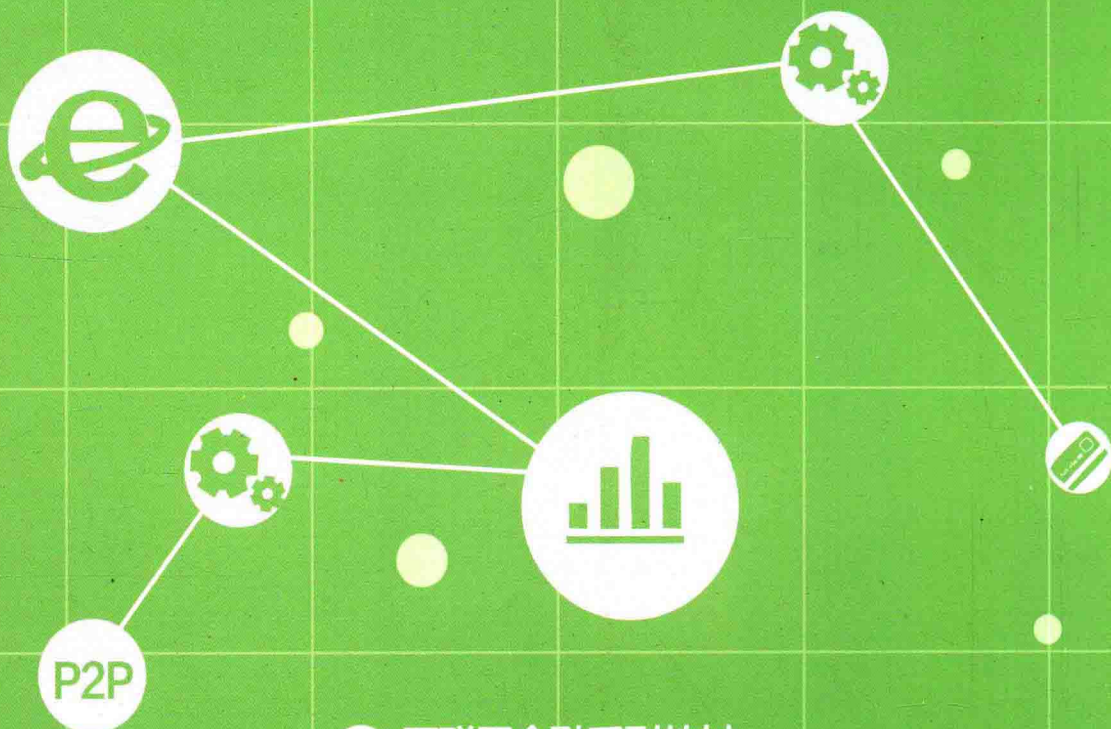




互联网金融系列教材
HULIANWANG JINRONG XILIE JIAOCAI

P2P与股权众筹

P2P YU GUQUAN ZHONGCHOU

主编◎邱 勋

国内首套系列互联网金融专业教材
深度剖析互联网金融六大模式

- 全景式解密互联网时代的金融变革
- 生动展示互联网金融最新典型案例

 中国金融出版社



互联网金融系列教材
HULIANWANGJINRONG XILIE JIAOCAI

P2P与股权众筹

P2PYU GUQUAN ZHONGCHOU

主编◎邱 勋



中国金融出版社

责任编辑：方 晓

责任校对：张志文

责任印制：陈晓川

图书在版编目 (CIP) 数据

P2P 与股权众筹 (P2P yu Guquan Zhongchou) / 邱勋主编. —北京: 中国金融出版社, 2016. 10

互联网金融系列教材

ISBN 978 - 7 - 5049 - 8739 - 6

I. ①P… II. ①邱… III. ①互联网络—应用—企业—融资—中国—教材
IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 240942 号

出版

发行

中国金融出版社

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 [http: //www. chinafph. com](http://www.chinafph.com)

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 北京市松源印刷有限公司

尺寸 185 毫米 × 260 毫米

印张 9

字数 120 千

版次 2016 年 10 月第 1 版

印次 2016 年 10 月第 1 次印刷

定价 28.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 8739 - 6/F. 8299

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947



2013年6月13日,电商巨头阿里与天弘基金推出国内首只互联网基金“余额宝”,此次互联网与金融深度融合的惊艳表演,极大程度上颠覆了民众对传统金融的价值观、服务模式和产品形态的认识,互联网金融开始受到人们的强烈关注。我国政府认为互联网金融在金融普惠和促进实体经济发展方面具有积极作用,所以无论是互联网企业,还是传统金融机构都开始不遗余力地开展互联网金融业务,互联网金融成为近几年创新创业炙手可热的选择。互联网金融的强势崛起导致互联网金融人才需求量开始井喷,而作为一种新金融模式,互联网金融人才非常稀缺,这对互联网金融的教育、科研和人才培养提出了相应的要求。P2P网络借贷和股权众筹是互联网金融的两个核心模式,而目前针对这两种核心模式的高职教材很少见,为此我们组织编写了这册《P2P与股权众筹》。

本书分成互联网金融概述、P2P与股权众筹三大部分,共十章进行阐述:

第1章 互联网金融概述。详细讨论了多种视角下的互联网金融的概念,介绍互联网金融的八种业态,分析了互联网金融的崛起逻辑,阐述了互联网金融的文明,最后展望了互联网金融的未来发展。

第2章 P2P网络借贷基础。介绍了网络借贷的分类和P2P网络借贷的定义,详细讨论了P2P网络借贷的风控原理和优点,分析了P2P网络借贷的五个主体和业务流程,最后从三个不同角度讲解P2P网络借贷的模式分类。

第3章 我国P2P网络借贷的发展。介绍了我国P2P网络借贷的运营平台数量、成交量和贷款余额、借贷期限和利率、市场参与各方的发展及行业集中度的详细情况,讨论了我国P2P网络借贷直接投资、垂直搜索引擎模式和基金三种投资模式分类。

第4章 我国P2P网络借贷运营管理。介绍了我国P2P网络借贷的营销管



理、征信管理和风控管理，在 P2P 网络借贷营销管理部分中介绍了营销概况、模式及分析了营销存在的问题；在 P2P 网络借贷征信管理部分中介绍了征信现状、大数据征信及 P2P 平台获得征信的途径；在 P2P 网络借贷风控管理部分介绍了 P2P 平台最为常用的五种风险控制模式。在本章的最后一个部分介绍了 P2P 网络借贷平台的五种主要风险及规避对策。

第 5 章 P2P 网络借贷法律政策环境与监管。首先按三个时间阶段讨论了 P2P 网络借贷的法律政策环境的变化，然后对《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）》的八章内容进行了详细解读，最后分析了美国、英国和中国的 P2P 网络借贷监管模式，并对美国、英国和中国的监管进行对比。

第 6 章 众筹的概述。讨论了众筹的定义，分析了众筹的主体及其架构，介绍了众筹的四种分类，总结了众筹的五个特征，最后从全国众筹平台发展状况、各种众筹项目数及金额、众筹投资人次和众筹平台地域分布情况五个视角阐述了众筹在我国的发展现状。

第 7 章 股权众筹基础。本章介绍了股权众筹的定义，分析了股权众筹发展的四个背景，讨论了众筹的三个价值，总结了股权众筹的三种类型，探讨了股权众筹架构和拆解股权众筹的交易流程，最后，阐述了我国股权众筹的发展现状。

第 8 章 股权众筹的成功核心因素。本章分别从平台、项目融资人、投资人三个不同的视角详细地讨论了股权众筹成功的核心因素。

第 9 章 股权众筹的风险监管。本章首先介绍了国外股权众筹监管的现状和国外股权众筹平台的法律定性，欧美国家对股权众筹平台的法律定性各有不同。接着讨论了国外股权众筹平台的具体监管政策和措施，最后介绍了我国股权众筹的监管政策并分析了监管政策的演变。

第 10 章 我国股权众筹的未来发展。本章首先分析了我国股权众筹发展缓慢的主要原因，接着讨论了我国股权众筹的发展定位的“54321”方案，最后展望了我国股权众筹的未来发展趋势。

由于互联网金融本身是个新兴领域，知识新、争鸣多，P2P 网络借贷和股权众筹相关监管规定与细则正在酝酿之中，其行为发展日新月异，编者在编写过程对 P2P 网络借贷和股权众筹的知识力求全求新。在本书的编写过程



中，编者参考和借鉴了许多前人的研究成果、教材、著作和网络文献。由于编写时间紧加之部分网络作者来源不详，导致未能列出这些成果出处，在此向各类文献的作者表示真挚敬意、歉意和由衷的感谢。

教材编写与教材统稿都由编者独自完成，中国金融出版社方晓编辑对本书进行校稿。P2P 网络借贷和股权众筹在我国是两个新金融模式与研究领域，对这两个领域的主题探讨还有许多深入的问题需要研究，同时由于编者能力与水平有限，经验、视野、时间不足，教材一定有很多不足之处，我们诚恳地希望读者批评指正，以便不断修改、完善和提高。

邱勋

于浙江金融职业学院国信楼



第1章 互联网金融概述/1

知识要点/1

案例导读/1

1.1 互联网金融的定义/2

1.2 互联网金融的主要业态/3

1.2.1 互联网支付/3

1.2.2 网络借贷/3

1.2.3 股权众筹融资/3

1.2.4 互联网基金销售/3

1.2.5 互联网保险/3

1.2.6 互联网信托/3

1.2.7 互联网消费金融/3

1.2.8 数字货币/4

1.3 互联网金融的崛起逻辑/4

1.3.1 全球互联网金融的快速发展/4

1.3.2 国家政策的大力支持/4

1.3.3 互联网企业的技术创新可以用于金融活动/5

1.3.4 互联网金融发展减少了我国金融体系的扭曲因素/6

1.4 互联网金融的文明/6

1.4.1 服务小微/6

1.4.2 用户导向/7

1.4.3 分布配置/8

1.4.4 极致体验/8

1.5 传统金融机构的互联网金融布局/9

1.5.1 银行业在互联网金融的布局/9

1.5.2 证券业在互联网证券的布局/10

1.5.3 保险业互联网保险的布局/11

1.6 互联网金融的未来发展/11

1.6.1 互联网金融新的模式将层出不穷/11

1.6.2 互联网金融数据共享势在必行/12

1.6.3 互联网金融监管方式将与时俱进/12

1.6.4 互联网金融将金融业态逐步重新构建/12

回顾小结/13

动动脑、动手/13

第2章 P2P网络借贷基础/14

知识要点/14

案例导读/14

2.1 网络借贷的概述/15

2.1.1 网络借贷的发展背景/15

2.1.2 网络借贷的定义/15

2.1.3 网络借贷的分类/16

2.1.4 网络借贷的特点/16

2.2 P2P网络借贷概述/16

2.2.1 P2P网络借贷的起源与发展/17

2.2.2 P2P网络借贷风控原理/19

2.2.3 P2P网络借贷的优点/19

2.2.4 P2P网络借贷的主体构成/19

2.2.5 P2P网络借贷的业务流程/20

2.2.6 P2P网络借贷的模式分类/20

回顾小结/22

动动脑、动手/22

第3章 我国P2P网络借贷的发展/23

知识要点/23

案例导读/23

3.1 P2P网络借贷的运营平台/24

3.2 P2P网络借贷的成交量和贷款余额/25

3.3 P2P网络借贷的期限和利率/25

3.4 P2P网络借贷的市场参与各方情况/26

3.5 P2P网络借贷的行业集中度/27



3.6 P2P网贷投资模式/27

3.6.1 直接投资模式/27

3.6.2 垂直搜索引擎模式/27

3.6.3 基金模式/28

3.6.4 三种投资模式的比较/28

回顾小结/28

动动脑、动动手/29

第4章 我国P2P网络借贷运营管理/30

知识要点/30

案例导读/30

4.1 P2P网络借贷的营销管理/31

4.1.1 P2P网络借贷的营销概况/31

4.1.2 P2P网络借贷的营销模式/31

4.1.3 P2P平台营销存在的问题/32

4.2 P2P网络借贷的征信管理分析/32

4.2.1 征信的概述/32

4.2.2 P2P网络借贷平台征信现状/33

4.2.3 P2P借贷商业征信机构/34

4.2.4 大数据征信/36

4.2.5 公开信用数据的获取途径/38

4.3 P2P网络借贷平台的风控管理/40

4.3.1 数据量化风控技术/40

4.3.2 风险准备金保障/40

4.3.3 三方担保/42

4.3.4 资产抵押/42

4.3.5 保险合作/43

4.4 P2P网络借贷平台风险及规避对策/43

4.4.1 非法集资风险/43

4.4.2 非法集资风险的规避对策/44

4.4.3 资金管理合规风险/44

4.4.4 资金管理风险的规避对策/45

4.4.5 信贷技术风险/45

4.4.6 信贷技术风险的规避对策/46

4.4.7 管理运营风险/46

4.4.8 管理运营风险的规避对策/47

4.4.9 信息安全风险/47

4.4.10 信息安全风险的规避对策/48

回顾小结/48

动动脑、动动手/48

第5章 P2P网络借贷法律政策环境与监管/49

知识要点/49

案例导读/49

5.1 2013年之前P2P网络借贷法律政策环境/50

5.2 2013年至2015年6月P2P网络借贷法律政策环境/51

5.3 2015年7月至今的P2P网络借贷法律政策环境/52

5.4 《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）》的内容解读/53

5.4.1 总则的解读/53

5.4.2 备案管理的解读/53

5.4.3 业务规则与风险管理的解读/53

5.4.4 出借人与借款人保护的解读/54

5.4.5 信息披露的解读/54

5.4.6 监督管理的解读/54

5.4.7 法律责任的解读/54

5.4.8 附则的解读/54

5.5 美英中P2P网贷监管模式及对比/55

5.5.1 美国对P2P网贷机构的监管/55

5.5.2 英国对P2P网贷机构的监管/55

5.5.3 美英中P2P网络借贷监管模式对比/56

回顾小结/56

动动脑、动动手/57

第6章 众筹概述/58

知识要点/58

案例导读/58

6.1 众筹的概念/59

6.2 众筹的主体及架构/60

6.2.1 众筹的主体/60

6.2.2 众筹的主体构架/60

6.3 众筹的分类/61

6.3.1 捐赠众筹/61

6.3.2 奖励众筹/62

6.3.3 债权众筹/64

6.3.4 股权众筹/64

6.4 众筹的特征/64



6.4.1 开放的融资模式/64	7.6.1 中介费模式/77
6.4.2 项目融资门槛较低/64	7.6.2 股权回报模式/77
6.4.3 风险众担/65	7.6.3 增值服务费模式/77
6.4.4 营销前置/65	7.6.4 后端收费模式/77
6.4.5 有效吸引潜在长期支持者/65	7.7 我国股权众筹的发展现状/77
6.5 我国众筹的发展现状/65	7.7.1 我国股权众筹的平台数据/78
6.5.1 全国众筹平台发展状况/65	7.7.2 我国股权众筹平台的地域分布/78
6.5.2 各种众筹项目数及金额/66	7.7.3 我国股权众筹项目行业分布/79
6.5.3 众筹投资人次/68	7.7.4 我国股权众筹发展与美国股权众筹发展的比较/80
6.5.4 众筹平台地域分布情况/68	回顾小结/82
回顾小结/69	动动脑、动动手/82
动动脑、动动手/69	
第7章 股权众筹基础/70	第8章 股权众筹的成功核心因素/83
知识要点/70	知识要点/83
案例导读/70	案例导读/83
7.1 股权众筹的概念/71	8.1 从股权众筹平台的视角看股权众筹成功的核心因素/84
7.2 股权众筹的发展背景/72	8.1.1 股权众筹平台必须具备挖掘好项目的能力/84
7.2.1 消除金融排斥需要股权众筹/72	8.1.2 股权众筹平台必须具有良好的投资者权益保障机制/85
7.2.2 大众创业万众创新的时代需要股权众筹/72	8.1.3 股权众筹平台必须具有快速撮合投融资意向的模式/86
7.2.3 去杠杆防风险需要大力发展股权众筹/73	8.1.4 股权众筹平台必须具有清晰可行的运营规则/87
7.2.4 国际的示范效应推动我国股权众筹的发展/73	8.2 从项目融资人的视角看股权众筹的因素/87
7.3 股权众筹的价值/73	8.2.1 引人的聚焦点/88
7.3.1 创新性的融资模式，推动普惠金融发展/73	8.2.2 合理的管理团队/88
7.3.2 扶持小微创新企业发展，提高国家竞争能力/73	8.2.3 翔实的财务数据/88
7.3.3 激发全民创新创业，形成创新创业传统/74	8.2.4 合理的融资额范围和融资期限/88
7.4 股权众筹的类型/74	8.2.5 明确的领投人和跟投人的要求/88
7.4.1 个人直接股东模式/74	8.2.6 透明的诚信管理机制/89
7.4.2 基金间接股东模式/75	8.2.7 优先认筹的投资人的权益/89
7.4.3 集合直接股东模式/75	8.3 从投资人的视角看股权众筹成功的因素/89
7.5 股权众筹架构与交易流程/75	8.3.1 投资人准确把握融资项目的行业前景/89
7.5.1 股权众筹运行的主体架构/75	8.3.2 投资人深刻认识融资项目的商业模式/89
7.5.2 股权众筹的交易流程/76	
7.6 股权众筹平台的盈利模式/77	



式、核心竞争力和市场壁垒/90

8.3.3 投资人全面了解融资项目的市场壁垒/90

8.3.4 投资人合理采用融资项目估值方式/91

回顾小结/92

动动脑、动动手/92

第9章 股权众筹的风险监管/94

知识要点/94

案例导读/94

9.1 国外股权众筹监管的现状/95

9.2 国外股权众筹平台的法律定性/96

9.2.1 股权众筹平台为经纪—交易商或交易商/96

9.2.2 股权众筹平台为投资咨询机构/97

9.2.3 股权众筹平台类似于“交易所”这样的金融市场/97

9.2.4 股权众筹平台为金融服务或投资服务提供者/97

9.2.5 股权众筹平台为特殊的专门机构或提供特殊的专门服务/97

9.3 国外股权众筹平台的具体监管/97

9.3.1 对融资人的监管/98

9.3.2 对股权众筹平台的监管/98

9.3.3 对投资者的监管/100

9.4 我国股权众筹的监管政策及演变/100

9.4.1 我国股权众筹的监管政策/100

9.4.2 我国股权众筹监管政策的演变/101

回顾小结/102

动动脑、动动手/103

第10章 我国股权众筹的未来发展/104

知识要点/104

案例导读/104

10.1 我国股权众筹发展缓慢的主要原因分析/105

10.1.1 法律地位不明/105

10.1.2 监管滞后/106

10.1.3 行政配套程序效率低下/106

10.1.4 股权众筹平台定位模糊/107

10.1.5 投资者保护机制的缺失/107

10.2 我国股权众筹的发展定位/107

10.2.1 股权众筹定位为新五板/107

10.2.2 股权众筹分为四类投资类型/108

10.2.3 股权众筹分成三个层次结构/108

10.2.4 股权众筹需坚守两条底线/108

10.2.5 股权众筹不能触碰一条红线/109

10.3 我国股权众筹的未来发展趋势/109

10.3.1 股权众筹必将会有明确的法律定位/109

10.3.2 股权众筹将在监管框架下创新发展/109

10.3.3 股权众筹将以“投资人利益”为核心重构商业模式/110

10.3.4 股权众筹行业标准将同步建立/110

10.3.5 股权众筹将线上线下打通发展/110

回顾小结/111

动动脑、动动手/111

附录/112

参考文献/131



互联网金融概述



知识要点

- ✓ 互联网金融的概念
- ✓ 互联网金融的主要业态
- ✓ 互联网金融的崛起逻辑
- ✓ 互联网金融的文明
- ✓ 互联网金融的未来发展

案例导读

余额宝的横空出世

2013年6月13日，电商巨头阿里与天弘基金推出国内首只互联网基金，以嵌入到支付宝中的余额宝进行直销，余额宝只花了区区九个月的时间，规模就蹿升到5412亿，与经营了十年的浙商银行总资产相当，名不见经传的天弘基金惊世一跃成为了我国规模最大的基金公司，余额宝净资产规模名列全球货币基金第三名。余额宝的一大新亮点就是将基金融合成为客户电子商务整体解决方案的重要一环。通过支付宝平台，余额宝给客户提供了集现金管理、理财增值、购物交费、提现转账功能于一身的电子商务流动资金管理需求一揽子解决方案。



图1-1 余额宝让理财和消费两不误



“余额宝”是一次互联网与金融深度融合的惊艳表演，它极大地颠覆了民众对传统金融的价值观、服务模式和产品形态的认识，让全国人民开始高度关注互联网金融，后者也成为近几年创新创业和学术研究炙手可热的方向。

1.1 互联网金融的定义

2013年，被称为互联网金融“元年”。互联网金融本着“开放、平等、协作、分享”的互联网精神，打破金融行业的高门槛限制，以灵活、快捷、低成本的方式，为传统金融的“长尾市场”——中小客户群体和小微企业资金需求服务，彰显出强烈的普惠金融价值，在我国开始受到了政府和全社会前所未有的高度关注。

互联网金融（Internet Finance）概念最早是谢平教授于2012年在其撰写的论文《互联网金融模式研究》中正式提出的。谢平教授认为互联网金融是既不同于商业银行间接融资、也不同于资本市场直接融资的第三种金融融资模式，这主要是从融资方式的角度对互联网金融进行定义，我们可以将其称为“学术说”。电子商务界传奇人物马云则认为传统金融利用互联网开展金融业务是金融互联网，而互联网企业做金融业务是互联网金融，是从行业人员划分的角度对互联网金融进行定义，我们可以将其称为“马云说”。百度百科认为互联网金融是指以依托于支付、云计算、社交网络以及搜索引擎等互联网工具，实现资金融通、支付和信息中介等业务的一种新兴金融，显然是从技术的角度对互联网金融进行定义，我们可以将其称为“媒体说”。2015年7月18日，经国务院批准，央行会同银监会、证监会、保监会、公安部、工业和信息化部、公安部、财政部、国家工商总局、国家互联网信息办公室和国务院法制办十部委对外发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》（以下简称《意见》）。《意见》明确将互联网金融定义为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，这是从本质的角度对互联网金融进行定义，我们可以将其称为“权威说”。

有的人会问“难道欧美没有互联网金融？他们互联网金融比我们晚？”其实我国的互联网金融的主要业态都是来源于欧美，比如：1999年第三方支付机构PayPal就成立了PayPal货币市场基金，又称美版的余额宝；2005年英国成立世界第一家P2P平台Zopa；2010年，在美国硅谷诞生了世界上第一家股权众筹平台Angellist等。但是欧美把这些新金融模式称为“网络金融”、“新金融”或“科技金融”（FinTech），这些新金融模式都立足于服务实体经济——缩短了交易链，降低了交易成本，提高了交易效率，弥补了传统金融机构的服务短板或空白，有效地支持了创新小微企业的发展，进一步消除了金融排斥。当然，随着科学技术的不断进步，将不断有新的金融模式涌现，开展新金融模式服务的有可能是互联网企业，也有可能是传统机构。所以，我们认为互联网金融是一个非常广泛的概念，简单地说，它是利用互联网信息科技立足服务实体经济、缩短交易链条、降低成本、提高效率的新金融业务模式。



1.2 互联网金融的主要业态

根据《意见》对互联网金融的分类指导,互联网金融的主要业态包括互联网支付、网络借贷、股权众筹融资、互联网基金销售、互联网保险、互联网信托和互联网消费金融等。

1.2.1 互联网支付

互联网支付是指通过计算机、手机等设备,依托互联网发起支付指令、转移货币资金的服务。比如大家非常熟悉的支付宝、财付通等就属于互联网支付。

1.2.2 网络借贷

网络借贷包括个体网络借贷(即P2P网络借贷)和网络小额贷款。个体网络借贷是指个体和个体之间通过互联网平台实现的直接借贷,比如著名的陆金所、宜人贷就属于P2P网络借贷,P2P网络借贷也是本书后面要重点讨论的内容。网络小额贷款是指互联网企业通过其控制的小额贷款公司,利用互联网向客户提供的小额贷款,比如阿里小贷属于网络小贷。

1.2.3 股权众筹融资

股权众筹融资主要是指通过互联网形式进行公开小额股权融资的活动。比如原始会、天使汇属于股权众筹融资。股权众筹也是本书后面要重点讨论的内容。

1.2.4 互联网基金销售

基金销售机构通过互联网销售或与其他机构通过互联网合作销售基金等理财产品的模式。比如,红遍大江南北的“余额宝”和“理财通”就属于互联网基金。

1.2.5 互联网保险

保险机构依托互联网和移动通信等技术,通过自营网络平台、第三方网络平台等订立保险合同、提供保险服务的业务。比如“三马”的众安保险。

1.2.6 互联网信托

信托公司通过互联网进行产品销售及开展其他信托业务模式。目前基于信托等金融产品的受益权通过互联网进行转让的业务就是互联网信托的业务模式之一。比如51信托、中融金服网站平台专注于互联网信托产品服务。

1.2.7 互联网消费金融

互联网消费金融是指资金供给方通过互联网及移动互联网的技术手段,将资金提



供给消费者购买、使用商品或服务。比如“阿里花呗”和“京东白条”就属于消费金融。

1.2.8 数字货币

数字货币是电子货币形式的替代货币。数字货币是一个广义的概念，通常情况下通过互联网以数字形式发行，但不仅仅局限于网络虚拟交易，能为线上线下商品和服务交易进行支付和结算的货币。比如闻名世界的“比特币”、“莱特币”和“Q币”。目前，所有的数字货币都不是法定货币。2016年1月，中国人民银行公开宣布尽快推出数字货币。未来，以央行发行的法定数字货币非常值得期待，这将进一步提高支付结算效率，降低支付成本。

1.3 互联网金融的崛起逻辑

互联网金融在我国的爆发，貌似偶然，其实必然，背后有着深刻的原因。在这些原因中，有些是全球性的，有些则为我国所特有的。

1.3.1 全球互联网金融的快速发展

互联网金融在全球范围内得到快速的发展和应用。在欧洲，英国是互联网金融最发达的国家，2005年3月全球第一个P2P网络贷款Zopa就诞生在英国，英国也是最早允许股权众筹的国家，英国金融行为监管局（FCA）定制了大量互联网金融监管规则；在美国，互联网金融可追溯到1994年的全球第一家网络银行SFNB（安全第一网络银行），后来陆续成长出全球著名的第三方支付PayPal公司、P2P公司Lending Club、商品众筹平台Kickstarter和股权众筹平台AngelList；肯尼亚的M-PESA、南非的Wizzit及马来西亚的G-cash手机银行堪称利用互联网金融推进普惠金融服务的典范。毋庸置疑，国外互联网金融的快速发展给我国互联网金融的发展产生了强烈的示范效应并提供了宝贵的经验。

1.3.2 国家政策的大力支持

在我国，金融行业是一个政府高度管制的行业。互联网金融的本质还是金融，互联网金融火爆的背后离不开国家政策的支持和宽松的监管环境。2013年3月13日，中国人民银行行长周小川在出席十二届全国人大一次会议时表示，对阿里巴巴为代表的互联网企业开创的新型金融模式将给予支持；2013年8月12日，国务院办公厅发布了《关于金融支持小微企业发展的实施意见》，提出“充分利用互联网等新技术、新工具，不断创新网络金融服务模式”；2013年11月12日，十八届三中全会通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，决定正式提出“发展普惠金融，鼓励金融创新，丰富金融市场层次和产品”；2014年3月5日，李克强总理在第十二届全国人大会议中指出，“促进互联网金融健康发展，完善金融监管协调机制”，这是“互联网



金融”首次被写入政府工作报告；2014年5月，央行发布《2014年中国金融稳定报告》，以“互联网金融的发展与监管”为题进行了专题阐述；同月，国务院发布了《进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（以下简称新国九条），新国九条指出，“要促进互联网金融健康发展，支持有条件的互联网企业参与资本市场”；2014年8月14日，国务院办公厅发布了《关于多措并举着力缓解企业融资成本高问题的指导意见》（以下简称国十条）。国十条提到“尽快出台规范发展互联网金融的相关指导意见和配套管理办法，促进公平竞争”。此外，中央电视台也先后多次正面报道互联网金融的动态。央视新闻联播以“小微金融：网络新生态，融资新模式”为专题，报道了P2P网贷公司“翼龙贷”；以“经济新动力”为题报道了理财产品搜索平台“91金融超市”；以“改革发展新景象”为题报道了国内股权众筹平台“天使汇”。由此可见，政府层面的对互联网金融的认可和支 持，无疑为互联网金融创造了极好的发展氛围。2015年7月18日，央行等十部委对外发布《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，其被人们称为互联网金融的“基本法”，互联网金融正式进入规则监管理性发展的新时代。

1.3.3 互联网企业的技术创新可以用于金融活动

我国的互联网企业，特别是以BAT（百度、阿里巴巴和腾讯）为代表的电子商务企业，其业务与其他行业之间的界限日渐模糊，进而形成共享经济、社群经济和网络经济。网络经济与互联网金融两者有天然的紧密联系。网络经济为互联网金融提供了应用场景，也为互联网金融打下了数据和客户基础，而互联网金融又进一步加快了网络经济的发展，在这两种模式良性的螺旋上升发展过程中，互联网企业积累了海量的用户活动数据。互联网企业利用云计算和大数据技术新一代信息技术，对其积累的海量活动数据进行深度的数据分析与挖掘，用于对客户快速准确的信用评估、风险定价和风险控制。另一方面，互联网企业初期都投入了大量的沉没成本，通过互联网理论上可以无限地吸纳用户，而新增用户过程中边际成本几乎为零，这样就使得互联网企业能够以低成本、快捷地为传统金融机构无法覆盖的个人客户和小微企业提供服务。随着我国金融的逐步开放，互联网巨头纷纷抢食金融市场的大蛋糕，表1-1是互联网巨头金融牌照情况。

表 1-1

互联网巨头金融牌照情况

牌照	蚂蚁金融	腾讯金融	百度金融	京东金融
第三方支付牌照	有	有	有	有
小额信贷牌照	有	有	有	有
基金销售支付牌照	有	有	有	有
个人征信牌照	有	有	正在申请	正在申请
民营银行牌照	有	有	中信合作	正在申请
保险牌照	有	有	有	正在申请
证券牌照	有	无	无	无
保理牌照	无	无	无	有



1.3.4 互联网金融发展减少了我国金融体系的扭曲因素

长期以来,我国的正规金融企业得益于政策红利,坐享高额垄断收益,没有动力去服务中小微客户。因此,个人、小微企业和“三农”的金融需求被强烈抑制,以银行为核心的正规金融机构根本无法有效支持经济结构调整产生的大量信贷需求。另一方面,众所周知,金融业利润极高,比如2011年、2012年、2013年连续三年,在沪深两市16家上市银行的净利润与沪深两市所有上市公司总净利润之比均超50%,所以各类资本都有进入银行业的积极性。在这样的背景下,互联网金融主要面对个人和小微企业的贷款需求、一些创意性项目的类股权融资需求和老百姓的投资理财需求以及金融产品销售“去银行渠道化”需求,有着广阔的市场空间。

1.4 互联网金融的文明

1.4.1 服务小微

互联网改变了人类的连接和交流方式,每一个用户都可以通过终端随时随地地连接到互联网,技术的变革自然会产生商业变革。互联网技术催生出网络经济。网络经济在前期投入沉浸成本后可以很低成本或零成本为现有的客户和新增客户服务,呈现出边际成本递减,而边际收益增加的特点。互联网金融和传统金融服务模式最大的区别就是利用互联网技术和信息通信技术可以很低成本为低净值资产个人或小微企业服务,这也是互联网金融在解决小微企业融资难和融资贵问题上被社会寄予厚望的根本原因。

正如《指导意见》指出,“互联网金融对促进小微企业发展和扩大就业发挥了现有金融机构难以替代的积极作用,为大众创业、万众创新打开了大门。”在互联网出现之前,金融产品和服务由于受到成本的限制(特别是标准化的产品),传统金融机构必须实行“精英金融”,即服务好高净值的大客户。互联网出现后,金融产品和服务通过网络可以推送到每个用户面前,特别是轻而易举地覆盖“长尾市场”,虽然绝大多数客户的交易金额不高,但是由于有庞大的客户规模,产品和服务的规模膨胀非常迅速,可以获得良好的收益。因此互联网金融产品(特别是标准化的产品)并不需要依赖传统金融服务中的“二八”模式的少数高净值的客户,从而实现人人平等的普惠金融。

具体而言,互联网支付极大地降低了小额支付的成本,提高了支付效率,承担着社会90%以上的小微支付服务,是电子商务发展的核心支柱;互联网基金、互联网保险和互联网信托将产品直接送到海量的互联网客户群体面前,用户参与的资金交易门槛很低,通过互联网便捷流畅的操作,即可完成买卖交易,有效缓解了金融排斥,提高了社会金融福利水平;P2B(Person to Business Lending)是个人网络借款分类中个人给企业的借款模式,通过互联网实现个人对中小微企业(非金融机构)的一种贷款模式,采取类似信托项目风控的方式,投资者在风险可控的条件下获得最大化收益,同



时中小微企业又能以低于民间借贷的利率获得中短期企业发展需要的资金，有力地支持了实体经济的发展；股权众筹完全打破了传统证券融资的体系和流程，普通民众可以通过众筹平台直接参与初创企业的股权投资，与企业共担风险和共享收益。同样，初创企业借助众筹平台通过互联网直接融资，其融资渠道被有效拓宽，融资成功率明显提高，股权众筹有效促进了金融公平，推动了普惠金融的发展，增进了社会公平感。

1.4.2 用户导向

互联网技术产生商业模式变革，商业模式变革引发商业文明变革。在传统的工业时代，工业是通过“价值链”的方式连接起来，而在网络经济时代，网络让“价值链”成为了“价值网”，它不再是“单点”或“单线”连接，而是变成“多点交叉”网状连接的方式，其连接网络的结点越多，网络就越有价值。著名的梅特卡夫定律指出“网络的有用性（价值）随着用户数量的平方数增加而增加”。

互联网金融是以用户为中心的新一代金融商业文明，这是与传统金融在文化方面的重大区别。传统金融机构往往以利润为导向，通常每年制订一份战略计划，设置好利润和增长目标，采用 B2C（Business to Customer）产品设计思维，先做一个产品，再看其销售情况和获利情况。互联网金融则以用户为导向，设计金融产品首先考虑有现用用户或潜增（潜在增加）用户规模，产品能不能解决现有用户的痛点，能不能服务好用户，而不是以利润为导向。互联网金融服务好了用户，用户的黏性就增加了，并会不断吸引新的用户，用户增加了，价值网就会越大，价值的增量也越大，商业机会就越多。互联网金融的本质还是金融，其目的也不是改变金融属性，而通过用户导向来做大价值网，让金融与更多样的场景、更丰富的生态、更多层次的身份结合而产生的产品创新，这是互联网金融的核心文明之一。

用户导向，生态融合的文明在互联网金融业态中都得到了充分呈现：部分互联网支付企业拥有海量的用户（如支付宝、招财宝），让这些互联网企业非常容易通过场景扩展、生态融合来开展金融产品创新，用户通过第三方支付可以实现消费、转账、理财、手机充值、消费借贷、信用评级、生活缴费、海关退税等，形成“用户增加→生态融合→场景扩展→产品创新→用户增加”的良性循环。股权众筹则将全社会的创客（包括产业）、风投专家和投资人整合在一个平台，有些金融创新还重新定义了用户的身份。比如：在影视股权众筹中，制片组通过众筹融资可以摆脱制片过程受到大投资人的控制和干扰。而用户只需花很少钱就可以购买电影的制作和股权份额。电影上演后，用户不但可以获得理财收益，而且还可以获得和电影相关的娱乐权益，用户已经不再是单纯的消费者，而是消费者（consumer）和投资者（investor）结合的投消者（Invesumer）。互联网保险则是保险企业竞相追逐的领域，庞大的用户群体、海量的数据、行业之间不断融合和产业边界日渐模糊，为保险企业发展和产品创新提供绝佳的条件。比如：退运险、淘保包、海淘转运险、支付账户险、P2P 贷款保险等。