



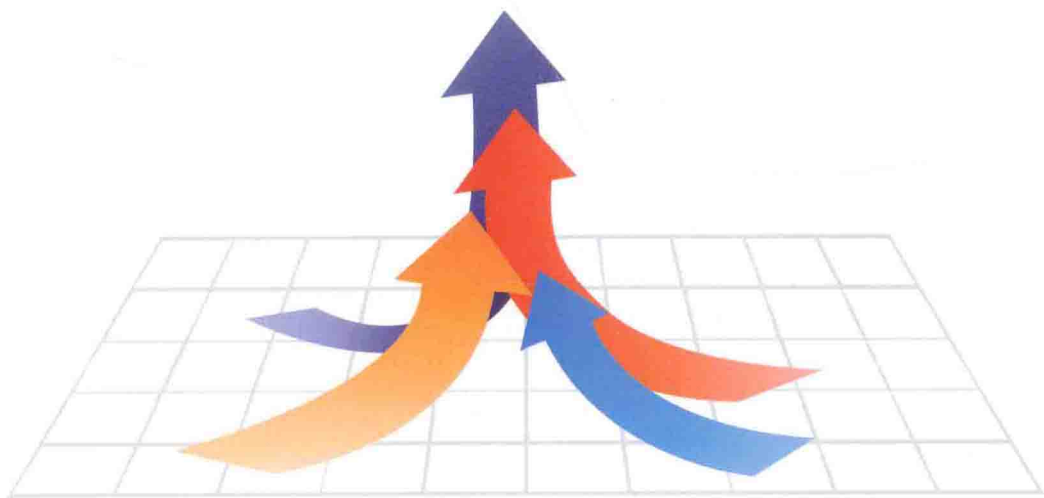
互联网金融

跨界、众筹与大数据的融合

On Line Finance

The Integration of Crossover, Crowdfunding and Big Data

余来文 温著彬 边俊杰 石磊 编著



生活不再需要钱包和银行卡

互联网金融搅局金融界，传统金融到了该动起来的时候了

平台与渠道的互联网延伸深化了金融的意义

大数据正在塑造着一个全新的金融思维模式

互联网金融就是要让人人都有享有参与金融的权利



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

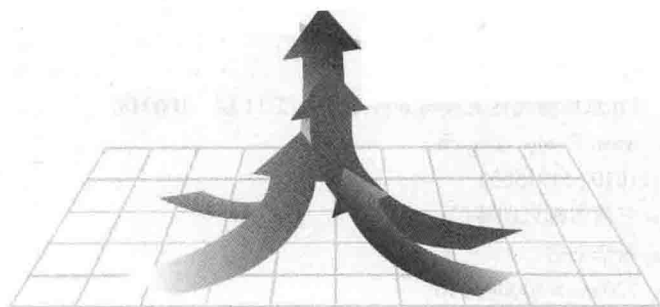
互联网金融

跨界、众筹与大数据的融合

On Line Finance

The Integration of Crossover, Crowdfunding and Big Data

余来文 温著彬 边俊杰 石磊 编著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网金融: 跨界、众筹与大数据的融合/余来文等编著. —北京: 经济管理出版社, 2015.5
ISBN 978-7-5096-3624-4

I. ①互… II. ①余… III. ①互联网络—应用—金融 IV. ①F830.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 039442 号

组稿编辑: 申桂萍
责任编辑: 侯春霞
责任印制: 黄章平
责任校对: 雨 千

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 三河市延风印装厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 14.75

字 数: 248 千字

版 次: 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-3624-4

定 价: 49.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前言

Preface

近两年来，云计算、大数据、互联网思维、跨界、互联网金融这几个词语以迅雷不及掩耳之势火遍了整个大江南北，各界也是给足面子，对这些话题津津乐道。以上的每一个领域在当下都是非常火的，而当这几个领域碰撞在一起的时候，又会产生怎样更为耀眼的火花呢？毫无疑问，集这几个话题于一身的互联网金融从一开始就注定了要受到各界的极大关注。

互联网在经历 20 年的发展后，已逐渐向金融领域延伸，互联网金融作为整个金融创新中的制高点，是以综合运用大数据、云计算、移动互联网等信息技术，重塑金融支付方式、信息处理、资源匹配等功能，提高资金融通与金融服务效率的创新金融模式。互联网金融的发展已经历网上银行、第三方支付、个人贷款、企业融资等多阶段，并在融通资金、资金供需双方的匹配等方面深入传统金融业务的核心。

从互联网的初创阶段到野蛮生长阶段，再到现在的逐渐开始规范，互联网金融已经不是什么新鲜的词了，但是它仍然是一个很火的词。互联网金融虽然听起来高大上，但实际上是一个很接地气的东西，可以说其生来就是为“草根一族”服务的。如今，互联网金融更是已经融入了我们生活的方方面面。

2003 年 10 月，远在日本横滨留学的淘宝卖家将一台九成新富士数码相机，通过支付宝“担保交易”卖给西安买家，这是该支付工具的第一笔交易，预示着网上支付和网上消费即将空前繁荣。那时候的支付宝仅仅只是网上支付，而 10 年后，支付宝已经可以实现缴纳水电煤气费、网费、话费、AA 餐费，发红包，信用卡还款等各种功能，而现在更是可以通过支付宝钱包实现网上理财。如今，



随着移动互联网的普及，支付更是摆脱 PC 的限制，实现随时随地进行支付和理财。截至目前，仅支付宝一项工具就拥有中国 3 亿户的注册用户，整个网上支付产业的发展拉动了网络经济，更在无形中改变了 2 亿人的生活模式。

然而，互联网金融改变我们的生活不仅体现在支付上，更让我们追捧的当属网上理财。支付意味着让人们荷包里的钱流出去，而理财则意味着让自己的财富增值。所以，普遍高于银行存款利率的网络理财产品一经推出便受到人们的喜爱。例如，余额宝的推出着实让整个金融业吃了一惊，把实现 T+0 功能的货币基金嵌入拥有海量客户的支付平台，短短半年多时间，规模就突破 5000 亿元，一举改变了十多年来的基金公司格局，而“1 元钱”的门槛标志着“屌丝理财”时代的到来，理财再也不仅仅是土豪们的专属了。余额宝规模快速扩张的一年，也是全民理财风生水起的一年（包括笔者在内，笔者身边的朋友和同事大部分都在玩余额宝），各种理财工具竞相推出，互联网金融百舸竞流。如何更好地管好钱袋子，也成为百姓茶余饭后的热议话题。

除了像余额宝这样的理财产品，如 P2P 这样的网络借贷因为高额的回报率亦受到人们的垂青，其高收益对于人们来说是一个巨大的“诱惑”。而众筹更是玩出了各种新鲜花样，如果你想实现心中的某个梦想，或者想支持别人完成梦想，那众筹会是一个不错的选择。

互联网金融来势汹汹，势头强劲，以其独特的优势向传统金融发起了挑战。互联网金融的兴起一方面给我们的生活带来了巨大的改变，另一方面也给传统金融带来了深刻的影响。互联网金融是一条鲶鱼，一方面冲击着传统金融，另一方面倒逼金融业转型。

一直以来，传统金融往往为高收益人群提供贷款等优质服务，而互联网金融契合了人们碎片化、草根化的需求。互联网金融重在金融参与者深谙互联网“开放、平等、协作、分享”的精髓，通过互联网、移动互联网等工具，使得传统金融业务具备透明度更强、参与度更高、协作性更好、中间成本更低、操作上更便捷等一系列特征。这样即可满足传统金融无力涉足的大众和中小微企业等的金融服务需求。同时，中央和地方对互联网金融发展秉持鼓励创新、包容发展的态度，为互联网金融预留政策空间。

2014 年 3 月，在李克强总理所做的《政府工作报告》中，首次提及互联网金融。报告说，促进互联网金融健康发展，完善金融监管协调机制，密切监测跨境

资本流动，守住不发生系统性和区域性金融风险的底线。让金融成为一池活水，更好地浇灌小微企业、“三农”等实体经济之树。而互联网金融也必将在服务区域经济的这条路上走得更高、更远。

基于对互联网金融的理解和浅薄的实践，笔者完成了《互联网金融：跨界、众筹与大数据的融合》一书。笔者一直认为，相对于传统金融，互联网金融的变革大致可以分为三类：第一类是平台或渠道的改革，典型的如 P2P 和众筹，这一类其实本质上并没有改变，只是结合互联网技术将以前线下的业务搬到了线上，包括网络支付；第二类是大数据金融，这不仅是渠道或者平台的变革，而且是一种金融思维模式的变革，更是一种商业模式和金融思维的颠覆；第三类是网络货币，这是一种金融形态的变革，金融的本质形态就是货币，货币是金融的本质，也是金融的最高形态，当一种货币形态出现，如果其成长得足够强大，那么这对于以往的货币形态来说是一种毁灭性的创新。本书围绕着平台、模式、形态这三个维度对互联网金融进行了阐述，描述了其对人们生活和企业再生产的影响。本书的特点在于列举了大量的案例，将理论与案例相结合。笔者希望通过这一方式为大家更生动地呈现什么是互联网金融，同时，帮助金融企业了解应该如何面对互联网化这一浪潮。

目 录 Contents

第 1 章 互联网金融的崛起 / 001

- 一、互联网金融的崛起 / 005
- 二、互联网金融产生的背景 / 007
- 三、互联网金融与金融互联网 / 013
- 四、互联网金融吹来的新风 / 017
- 五、互联网金融对传统金融的冲击 / 021
- 六、互联网金融对传统金融的促进 / 028
- 七、传统金融应对互联网金融的几个思考 / 035

第 2 章 互联网金融下的消费者和商家 / 044

- 一、消费者的未来 / 048
- 二、年轻消费群体成中流砥柱 / 055
- 三、互联网金融背景下的商家 4C 营销 / 058
- 四、传统金融服务的互联网延伸 / 065

第 3 章 支付与跨界的融合 / 076

- 一、互联网金融支付已经改变了我们的生活 / 080
- 二、互联网金融支付方式 / 083
- 三、互联网金融支付的特点 / 091
- 四、国内互联网支付公司先锋 / 093



五、支付的跨界融合 / 094

六、互联网支付创新 / 098

七、支付安全与监管 / 104

第④章 P2P 平台与众筹模式 / 111

一、互联网金融下的投融资 / 114

二、民间借贷的正名 / 119

三、投融资模式变革 / 122

四、网络 P2P 平台的主要模式 / 124

五、众筹商业模式解析 / 130

六、资金资源的配置 / 141

七、风险控制 / 144

第⑤章 大数据金融 / 153

一、大数据金融时代 / 156

二、大数据的金融应用 / 161

三、大数据金融模式 / 169

四、大数据源 / 173

五、互联网金融数据处理 / 177

六、大数据金融信息安全 / 181

第⑥章 互联网金融的未来 / 191

一、移动互联网金融 / 194

二、互联网金融的“脱媒” / 199

三、关于“平民”金融的几个话题 / 201

四、互联网货币 / 209

参考文献 / 220

后 记 / 225

互联网金融的崛起

章首案例：

腾讯的互联网新金融道路

作为中国最大的互联网公司，腾讯既是用户数量之王，也是社交活跃度之王，这让腾讯成为互联网金融的超级入口。腾讯拥有中国最多的移动互联网用户、最主动的交互方式，这被认为是腾讯金融最大的优势。

1. 支付领域

(1) 财付通。财付通是腾讯公司于 2005 年 9 月正式推出的专业在线支付平台，其核心业务是帮助在互联网上进行交易的双方完成支付和收款，致力于为互联网用户和企业提供安全、便捷、专业的在线支付服务。个人用户注册财付通后，即可在拍拍网及 20 多万家购物网站轻松进行购物。财付通支持全国各大银行的网银支付，用户也可以先充值到财付通，享受更加便捷的财付通余额支付体验。

财付通与拍拍网、腾讯 QQ 有着很好的融合，按交易额来算，财付通排名第二，份额为 20%，仅次于支付宝。财付通和 QQ 的产品服务是相辅相成的，若没有财付通带来的便捷支付，QQ 增值类产品服务及游戏业务等也无法迅速成长；同样地，若没有 QQ 傲人的产品，财付通也无法稳居市场第二的地位。



(2) 微信支付。周鸿祎曾经半是调侃半是感叹地说：“腾讯一出手，就有有没有。”腾讯一推出微信，就几乎牢牢占据了移动流量入口的霸主地位，微信以其强大的流量支撑和社交属性，一举成为移动社交 APP 之王，让新浪微博、电信运营商等甘拜下风。微信 5.0 上线后推出的微信支付功能，更是增加了微信的金融属性，并和时下愈演愈烈的移动电商概念牢牢结合在一起，微信成为一个移动电商的大平台几乎指日可待。微信支付主要有三个使用场景：微信公众平台的支付、APP 支付、二维码扫描支付。

在微信公众平台中，有订阅号和服务号两种。订阅号虽然每天可以发一条信息但被折叠了，服务号虽一个月只可以发一条群发信息却不被折叠。服务号更多的是强调互动，如招行信用卡的公众账号，用户可以在目录进行账单查询、积分等操作。

APP 支付目前主要有腾讯自有的两个产品——表情商店和微信游戏。虽然 iPhone 版本的表情商店仍要通过 App Store 来支付购买，但 Android 版本已可以使用微信支付。微信游戏如《天天连萌》内置的付费道具也可以使用微信支付进行购买。

至于二维码支付，实际是在叫板支付宝钱包的二维码支付以及当面付（声波支付）功能。2013 年 9 月微信支付联手友宝在线在北京地铁站摆放 300 台自动贩卖机，购买者可以通过微信支付扫描二维码完成购买。

当然除了上述三种支付场景外，微信支付也在慢慢挖掘其他功能，如用户可以在“我的银行卡”中直接充值话费。在支付领域，腾讯彻底贯彻了自己的金融思路。在移动端的屡屡创新，微信支付势必将诞生很多有趣的玩法。

2. 网络理财

理财通的出现折射的是腾讯开拓互联网金融版图的特有路径，即为特定行业提供一个在线生态系统。利用自身的社交平台和支付系统，腾讯正在为基金公司和券商打造合适的平台。在发挥自身优势的同时，腾讯巧妙地跨入了门槛较高的金融领域。

广发基金旗下的天天红货币与易方达基金旗下的易理财货币两只货币基金正式登录微信理财通平台。这是继华夏基金和汇添富基金之后第三批入驻

理财通的基金公司，至此，微信理财通平台原计划上线的四只基金已经全部到位。腾讯所担任的角色是为金融企业搭建起一座能够和更多用户实现连接的桥梁，通过这种方式向用户提供更好的金融产品。

2014年2月初，腾讯与国金证券联合推出的首只互联网金融产品佣金宝正式上线，投资者通过腾讯股票频道进行网络在线开户或转户，即可享受万分之二交易佣金服务。不过，佣金宝并非只提供通道服务，还将持续为投资者提供增值服务，包括价值6888元/年的高端咨询产品，打破以往券商不为散户提供增值服务的惯例。

同时，由腾讯提供平台、金融机构提供专业资讯服务的分工合作已经开始。由同信证券冠名打造的网上直播股票节目近日悄然在腾讯股票频道上线，“金融资讯服务+投资顾问服务”的合作模式隐现，这也是继“佣金宝”之后又一个登录腾讯网的互联网证券服务产品。

经纪业务领域是腾讯近期与券商合作的主要着力点。腾讯内部人士称，未来将在投顾业务，甚至在资管业务方面有所尝试。对腾讯而言，与券商合作经纪业务，有利于在自有平台上沉淀和发展投资者。等到投资者用户量达到一定规模，养成在腾讯平台的金融使用习惯后，则可以推出更多增值服务，发展其他互联网金融业务。腾讯和合作的券商伙伴会继续投入，可能在交易费用上对投资者进行补贴，目的是先将投资者吸引到平台来。正如腾讯基于QQ背后的社交关系链，发展和壮大了游戏等重要业务，未来一旦培养了一批有黏度的金融用户，将可再次复制流量的变现效应。

3. 传统金融领域

银行领域，业内传说腾讯想做银行不是一两天了。腾讯银行在传统银行业务基础上，将借助腾讯在互联网行业的优势，围绕互联网金融进行创新，更高效率、更大范围地服务好用户。腾讯银行即腾讯与深圳百业源投资有限公司作为共同发起人的民营银行，在深圳前海成立。按照前海的金融创新举措及对金融行业的优惠措施，结合腾讯在互联网金融的各种尝试，深圳的首家民营银行很可能以互联网金融为主攻方向，成为前海即将构建的互联网金融生态圈的核心力量。腾讯银行定位于大存小贷模式，以大额存款、小额贷款为主要业务。为符合银监会提出的“大存小贷”定位，腾讯目前已摒弃网



络银行思路，正重新制定新的定位。

保险领域，腾讯目前既有保险代销平台又有自己参股的保险公司。QQ 用户可以通过“QQ 便民”直接在线购买保险，主要险种包括车险、家财险、健康及意外险、投连险等。与此同时，2013 年 9 月众安保险也正式获批开业。业务范围主要包含与互联网交易直接相关的企业或家庭财产保险、货运保险、责任保险、信用保证保险。

证券领域，腾讯虽然没有自己的证券公司，但 2013 年 11 月 22 日，国金证券同深圳市腾讯计算机系统有限公司签署《战略合作协议》，双方结成战略合作伙伴关系，进行全方位、全业务领域的深度合作。此外，腾讯早在 2012 年初就收购了益盟操盘手并合作推出股票分析软件——腾讯操盘手，还自己开发了股票软件“自选股”。

腾讯在基金领域的布局更是大手笔：2012 年初，腾讯就在财付通推出了内置应用——理财汇。理财汇覆盖基金、股票、保险三个资产类别，这也基本涵盖了普通老百姓的大部分投资需求。腾讯还和众禄基金合作“腾讯基金超市”，也可以帮助用户在线上购买基金。2013 年 12 月 16 日，好买财富宣布已获得腾讯 B 轮投资。而好买财富是证监会首批发牌的“独立基金销售公司”，拥有覆盖宏观策略和各类产品线的研究与数据团队，并拥有自己开发的数据库系统、研究系统和 TA 交易系统。

除了银、证、保、基等主流金融业务以外，腾讯在互联网金融领域也有落子。2013 年 11 月，财付通网络金融小额贷款有限公司正式成立。2013 年底，著名 P2P 企业人人贷母公司“人人友信集团”完成 A 轮融资，作为领投方挚信资本的 LP，腾讯也跟进投资。

据腾讯首席执行官马化腾透露，腾讯在深圳前海已成立多家公司，主要业务方向是电子商务和互联网金融，总注册资金约为 16 亿元人民币。未来腾讯在前海的投资不会少于 100 亿元。

除了资本布局以外，利用系统内媒体，腾讯对金融业已拥有相当的影响力。2013 年 5 月腾讯财经和济安金信联袂推出“腾安价值 100 指数”。这是国内首只互联网媒体发布的 A 股指数。几个月后，银河基金以“中证腾安价值 100 指数”作为标的开发了“中证腾安价值 100 指数型发起式证券投资

资基金”。腾讯布局互联网金融的步伐丝毫没有落后，借助微信而起的“类余额宝”理财项目更是正面向阿里巴巴发起了挑战。

资料来源：作者根据多方资料整理而成。

一、互联网金融的崛起

1. 互联网金融的概念

互联网金融是传统金融行业与互联网行业有机结合的新兴领域。广义上说，任何涉及广义金融的互联网应用都属于互联网金融，如网络投融资、互联网支付、金融中介、信用收集及评价、风险控制等；狭义上说，互联网金融专指依托互联网实现货币的信用化流通。目前，互联网金融主要有两种格局，分为传统金融机构的互联网化和新兴互联网公司的金融化。传统金融机构的互联网化主要指传统金融机构如银行、保险、证券、基金的互联网产品服务创新及电商化等，而新兴互联网公司主要是指利用互联网技术进军金融业的公司。互联网金融拥有互联网及金融的双重属性，有以下五个特点：方式虚拟化、产品服务新、资金融通快、交易成本低、覆盖范围广。现如今，互联网金融在支付方式、盈利模式、信息处理、资源配置等方面深入传统金融业的核心，在给人们带来金融理念转变的同时，也给人们理财、支付、融资等带来翻天覆地的变化，给传统金融机构带来一定的冲击。

2. 互联网金融商业模式

本书根据互联网金融的广义概念和发展现状将其分为六种商业模式：网络投融资、第三方支付、网络金融服务平台、互联网货币、大数据金融和传统金融机构信息化。下面对其进行简单介绍：

网络投融资具体有 P2P 网贷和众筹两种模式。P2P 网贷是指借款人通过 P2P 网络融资平台直接发布借款信息，出借人通过了解对方的身份信息、信用信息，直接为借款人提供小额贷款；众筹是项目发起人通过互联网平台向大众筹集资金



的一种模式。网络投融资绕过了银行，为资金供给者和资金需求者提供了直接交易的平台，相比传统金融更加方便、快捷，并且交易费用大幅降低。但是，网络投融资在信用征集及风险控制等方面不及传统金融。

第三方支付是具备一定资金实力和信誉保障的独立机构，采取与各大银行签约的方式，提供与银行支付结算系统相接的交易支持平台的网络支付模式。通过第三方支付平台，各项交易及支付不仅保障了顾客的权益，而且保护了商家收款的安全性。第三方支付公司的运营模式可以归为两大类：第一类是以支付宝为首的依托自有电商网站，提供担保功能的第三方支付模式；第二类是独立的第三方支付模式，此类公司不具有担保功能，仅为用户提供支付服务。第三方支付虽说发展得日益成熟，但其资金渠道归根结底还是需要接入银行的入口。

网络金融服务平台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，主要包括理财及保险等产品的网络化销售，如阿里巴巴的“余额宝”、百度的“百发”等。客户通过网络查询，了解、比较、购买各种理财和保险产品，进而能选择性价比最高或者最合适的产品。与原来的线下购买相比，网络理财、保险更加便捷、透明，门槛也相对降低，并能及时根据客户的个性化需求，提供不同的产品组合。我国目前的网络金融服务平台虽说起步较晚、水平偏低，但其发展迅速，有崛起之势。

互联网货币也称为虚拟货币，它的发行、流通都存在于虚拟社区中，典型的如“Q币”、“比特币”等。一般来说，互联网货币可以在部分特定人群中等价于真实货币，并可交换实物商品。

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，并准确预测客户行为，使金融机构和金融服务平台在营销和风控方面有的放矢。目前，大数据服务平台的运营模式可以分为以阿里小额信贷为代表的平台模式和以京东、苏宁为代表的供应链金融模式。

传统金融机构信息化是指银行、证券和保险等传统金融机构通过采用信息技术，对传统运营流程进行改造或重构，实现经营、管理的全面电子化。金融信息化是金融业发展趋势之一，而金融机构信息化则是金融创新的产物。

二、互联网金融产生的背景

随着大数据、云计算、物联网的发展，大众消费观念的转变和现代金融理念的革新，互联网金融呈现爆发式增长。“互联网金融”这一全新概念以金融业为基础，依托互联网技术而得到井喷式的开发和应用。互联网金融的产生绝非偶然，它是经济水平发展到一定阶段的必然产物，总体可以归结为以下五个方面：

1. 互联网行业大规模渗透

当今社会，互联网已成为人们生活中必不可少的一部分。据统计，截至2013年6月，中国互联网用户规模达到5.91亿。移动互联网的崛起，移动支付、二维码等技术的应用，给广大用户提供了简单有效的连接功能，使用户打破了时间、地域上的限制，保证了其可以随时随地进行各项活动。互联网行业的大规模渗透引发了其与金融产业的融合，如民众通过互联网可以安全、快速地消费及理财，各企业也通过互联网在产品的生产、销售及融资上有了大幅度提升，甚至传统金融机构也广泛参与互联网。

2. 中小客户对金融服务的强烈需求

中小客户在传统金融机构中得到的产品种类及服务深度都受到很大限制，这是因为传统金融机构往往会选择规模较大的客户，从而在获得收益的情况下有效摊薄人力成本、运营成本和风险成本。贷款是传统金融的主要业务，银行发放的主要为中高额贷款，主要面向国有大企业和收入稳定的公务人员等，民间私企和普通民众则很难获得贷款，但这些小额贷款在民间需求是巨大的。根据阿里巴巴平台调查数据，约89%的中小企业客户需要融资，53.7%的客户需要无抵押贷款，融资需求在50万元以下的企业约占55.3%，200万元以下的为87.3%。由此可以看出，银行对这些中小客户服务存在明显的缺失，中小客户对金融服务的强烈需求也刺激了互联网金融的诞生。

互联网的长尾市场

银行服务的大客户属于二八定律里“头部”的 20%，这 20% 的 VIP 占有 80% 的金融需求量，而互联网企业争取的小微客户属于二八定律里 80% 的“长尾”，人多、钱少。互联网企业是互联网金融的始作俑者，依靠对自身生态圈的全盘掌握，互联网企业在自己的“一亩三分地”里做金融可以说是驾轻就熟。

互联网企业能够服务这些小微客户的关键在于它有降低成本的方式方法，如生态链的控制权和自动化（半自动化）处理技术。前者使得客户的违约成本极高（例如，欠钱就封店）并为后者提供了充足的数据，后者使得每笔贷款的操作成本极低。因而尽管每个小微客户的油水都很少，但是互联网企业付出的服务成本更低，它依然能够赚到钱，使得对于小微客户的服务具有可持续性，而不是赔本赚吆喝。

然而，降低长尾市场的服务成本并不是互联网企业的特权，像国开行的“以统一的标准模式解决千家万户的共性问题”，像民生银行的“一圈两链”，都是以批发的方式做零售，通过批量操作的方式，同样能够降低服务成本，获得可持续收益。因此，是否采用互联网手段解决长尾问题并不是关键，关键是敢于面对这一贫瘠的“利基”市场，摸索出行之有效的方法，这才是真正的互联网精神。

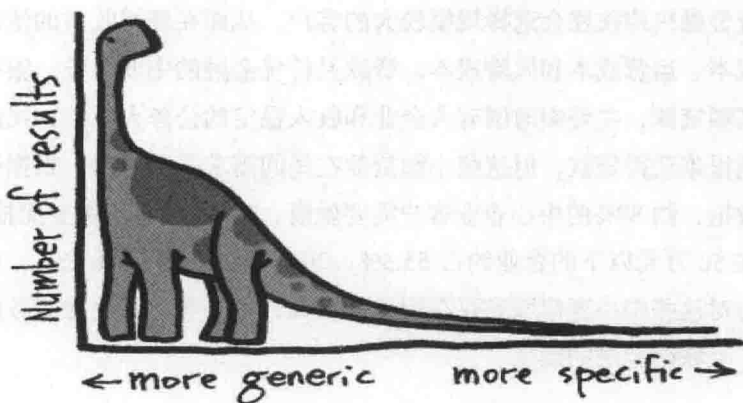


图 1-1 长尾市场

目前已知的长尾市场处理方法（不局限于互联网金融）有：

（1）用户自助式：典型的就是谷歌的广告系统以及电子商务的自助下单、P2P 借贷、众筹、金融产品的网上销售等，用户自己设定所需要的服务、要销售/购买的产品，平台的客户维护成本极低。该模式的挑战在于能否设计出适合用户使用的自助系统。

（2）数据处理式：服务提供商依托用户数据建立相关模型，自动或半自动地响应用户请求，降低服务成本，典型的例子包括自动理财规划网站和阿里小贷。该模式的挑战在于能否提炼出准确的模型从而降低人工介入程度。

（3）批处理式：通过对长尾市场的细分，集中于细分市场之中的共性需求，“以批发的方式做零售”降低零售成本，典型的例子包括 C2B、网上分销等。该模式的主要挑战在于是否足够了解市场和行业，是否能对细分市场了解透彻，是否能够抓住个性中的共性。

3. 互联网企业逐利方式的探索

互联网企业主要模式在于通过免费的应用吸引客户，然后进行广告、网游等基于流量的开发。互联网企业通过积累，有大量的冗余流量价值。互联网公司闲置的客户价值和资产管理公司闲置的投资机会得到融合，以共同获取利润的动机促成互联网金融的发展。

阿里和天弘的“姻缘”

2013 年 10 月 10 日，天弘基金股东之一内蒙君正公告称，天弘基金增资扩股，浙江阿里巴巴电子商务有限公司（以下简称“阿里电商”）、内蒙君正、天弘基金管理层拟分别对其注资 11.8 亿元、0.69 亿元、0.57 亿元。增资扩股后，阿里电商将持有天弘基金 51% 的股份，成为第一大股东。



图 1-2 马云与余额宝

图片来源：<https://financeprod.alipay.com/fund/index.htm>