

INTERNET PLUS INCLUSIVE FINANCE

时代“风口”上国内首部“互联网+金融”系统性著作
三大板块、十个细分行业、50个经典产品案例
揭秘“互联网+”时代下，传统企业网络融资新模式

互联网+普惠金融 新金融时代

中国电子商务研究中心 曹磊 钱海利 著

江南愤青、郭勤贵、罗明雄三大互联网金融顶级专家

京东金融集团副总裁 姚乃胜

拍拍贷CEO 张俊

等互联网金融精英

【联袂鼎力推荐】



机械工业出版社
China Machine Press

INTERNET PLUS

INCLUSIVE FINANCE

互联网+普惠金融

新金融时代

中国电子商务研究中心 曹磊 钱海利 著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目(CIP)数据

互联网+普惠金融：新金融时代/曹磊，钱海利著. —北京：机械工业出版社，2015.7

ISBN 978-7-111-50988-2

I. 互… II. ①曹… ②钱… III. 互联网络-应用-金融-研究 IV. F830.49

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第161155号

互联网+普惠金融：新金融时代

出版发行：机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码：100037）

责任编辑：李华君 秦健

责任校对：殷虹

印刷：北京诚信伟业印刷有限公司

版次：2015年7月第1版第1次印刷

开本：170mm×242mm 1/16

印张：18.75

书号：ISBN 978-7-111-50988-2

定价：59.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88379426 88361066

投稿热线：(010) 88379604

购书热线：(010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱：hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问：北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

本书编委会

主 编

曹 磊 中国电子商务研究中心主任、研究员

副主编

钱海利 中国电子商务研究中心互联网金融部分析师

编 委

陈 莉 中国电子商务研究中心互联网金融部助理分析师

莫岱青 中国电子商务研究中心网络零售部高级分析师

张周平 中国电子商务研究中心 B2B 与跨境部高级分析师

姚建芳 中国电子商务研究中心法律权益部分析师

陆易瑗 中国电子商务研究中心助理分析师

庞敏丽 中国电子商务研究中心助理分析师

曹鼎喆 英国利物浦大学管理学院市场营销专业、曼彻斯特大学商学院企业家领导
与创新管理硕士研究生

韩志科 浙江大学城市学院

任 燕 浙江大学城市学院计算机与计算科学系

张德承 浙江大学城市学院计算机与计算科学系

朱梦婷 浙江财经大学东方学院金融系

张倩倩 浙江财经大学东方学院金融系

乐科海 光大银行文二路支行副行长

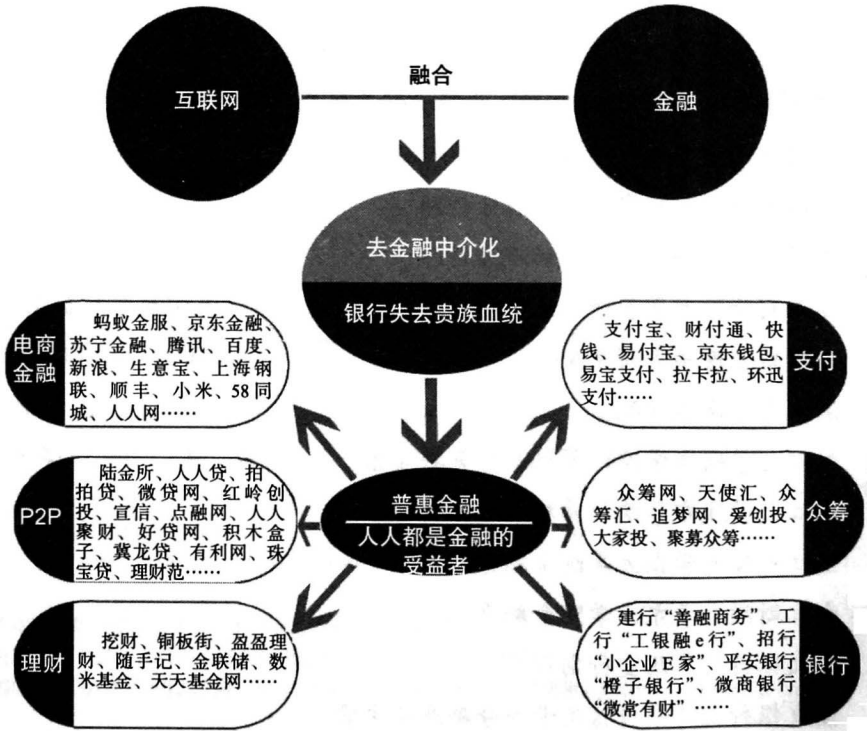
刘 瑜 浦发银行上海分行信用卡部分期业务主管

互联网+：从“搅局者”到“领跑者”“颠覆者”的蜕变

互联网金融带来的新金融世界才刚刚开始。

李克强总理在 2015 年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。

中国互联网金融爆发的很大一部分原因是余额宝的问世，该产品短短几个月时间让天弘基金成为全球第四大货币基金。借着余额宝这股强劲的东风，中国电子商务研究中心成立了互联网金融部并开始深入探究一些关于传统金融业与互联网思维相结合而产生的奇妙“化学反应”。



其实判断一个行业是否有价值，只要看两个标准：一是看入局者，越是“大佬”

入局，意味着行业机会越大；二是看市场容量，类似中石化、中石油的石油行业，容量有限，“大佬”虽在但却令人望而却步，所以市场业态具备高利润、大容量，才会有现实意义。互联网金融则符合这两个标准，既有阿里巴巴、腾讯、百度、京东、苏宁这样的“大佬”前行，又有小米、顺丰、乐视、58同城、人人网等互联网公司的跨界入局，这种开口的机会和创业布局远比一个闭口的机会成功的可能性要大得多。

有需求才会有供给。传统金融市场整体处于压抑状态，金融垄断、创新不足、融资需求无法得到满足，这些为互联网企业跨界金融留下了巨大空间。当互联网与金融业结合时，不仅有了“互联网金融”这个概念，也碰撞出“金融互联网”。

在互联网金融到来之前，金融人士从未走下过“自感高冷”的神坛，金融行业也一直处于躺着赚钱的状态，这导致很多金融企业未曾认真思考过服务，甚至产品。

- 对于金融行业：互联网金融不是颠覆，是回归和提升，因为作为中介，其本质是服务，这是回归金融本源。
- 对于金融技术：互联网金融是基于大数据、云计算的互联网前瞻性信息技术运用。
- 对于金融产品：互联网金融是融合与再造。

金融的本质

互联网“入侵”金融，绝不是对金融本质的颠覆，而是一种形式上的创新；不是市场的毁灭，而是观念的彻底转变。

互联网可怕之处在于从终端拦截用户，当用户可以足不出户在手机上一键轻松理财，银行理财柜台还有什么存在价值？还幻想着用户去忍受高傲却低效的服务吗？

“互联网+金融”的魅力在于让传统金融不再舒服坐着数钱，不再是“大门一开，肥水自来”，而是跳出固有金融思维，拥抱互联网。

“互联网+金融”改变了什么

- 互联网+保险：以互联网为平台，打破区域和规模限制，让更多的人以更低成本享受更好的保障。
- 互联网+担保：借助“互联网+”模式的脱媒效果，可极大发挥信用担保公司的

资源及风险控制优势，同时也为其创造新的盈利空间，信用担保公司的杠杆作用也将借此得到更好放大。

- **互联网 + 理财**：最火的理财产品不再是银行储蓄、基金、信托等，互联网理财产品的出现，拉低了民众投资的门槛，改变了传统融资、理财的方式。
- **互联网 + 小贷**：P2P 公司作为典型代表，将传统的民间借贷带入“互联网+”，未来 15 ~ 20 年内，以 P2P 网贷为代表的直接融资模式将抢占以传统银行为主体的间接融资市场份额。
- **互联网 + 支付**：通过信息流、资金流、物流的“三流合一”，随时随地满足消费者衣食住行等各方面的需求，取代传统现金支付、刷卡支付。
- **互联网 + 银行**：中国银行业正在由传统银行向“鼠标 + 水泥”的现代化银行转变，改变的推手便是互联网理念、技术、商业模式、客户需求等多方力量，它们给传统金融业带来深刻的冲击和挑战，推动了银行业加快转型升级，日益刷新零售银行业服务。
- **互联网 + 众筹**：众筹作为一种新型的互联网融资方式，为传统企业融资提供无限可能，成为草根创业者的融资“乐园”。
- **互联网 + 证券**：目前正冲击证券业的两股势力：一是金融专业人才“自立门户”，借助互联网开展互联网证券业务；二是互联网人才借助互联网思维颠覆传统证券业，形成“互联网 + 证券”的业务模式。
- **互联网 + 货币**：比特币炒得火热，也跌得惨烈。无论怎样，这场似乎曾经离我们很遥远的互联网淘金盛宴已经慢慢走进我们的视线，让我们看到了“互联网 + 货币”的影响力，让我们看到互联网金融最终极的形态就是“互联网货币”。

颠覆还在继续。

Merton 和 Bodie 两人在《金融学》中提到：“金融功能要比金融机构更加稳定。”随着时间、环境的变化，金融机构的形式和特征可能会有很多不同，但其所发挥的基本功能却是稳定的。

李克强总理的政府工作报告中多次提到互联网金融，并明确提到“互联网金融异军突起”和“促进互联网金融健康发展”。央行研究局局长陆磊曾公开表示，互联网金融就是有利于引导资金流向小微、“三农”的金融创新，在互联网技术的推动下，小微企业和普通大众能更便捷地获得金融服务，这个体系有利于更加有效地甄别谁是合格的融资者。种种声音都向互联网金融行业透露出利好信息。

因此，未来互联网金融产品外围已经被无限延伸，产品不仅仅比拼收益率、流动性这些硬指标，更多的是用户参与度和用户体验的比拼。金融行业的竞争将趋于“细

微化”，要求企业更多地站在用户的角度去思考。

如果认为互联网金融在蚕食传统金融业务的过程中仅仅扮演了渠道的角色，那是小看了互联网的作用。互联网金融的兴起源于用户需求和技术发展。以互联网企业为代表的民间机构的介入，在很大程度上解决了部分传统金融企业由于运营成本、业务触角等导致的金融服务盲区和低效率问题。从增加用户量、树立全民理财的观念，到开展网络征信，到传统银行业务的互联网化，再到个性化金融服务、互联网化金融产品，这些都是传统金融业所思所想多年，却一直没有完成的互联网金融！

最后，特别值得一提的是，参与本书编写的除了我和中国电子商务研究中心主任曹磊外，还有中国电子商务研究中心的陈莉、张周平、莫岱青、姚建芳、陆易瑗、庞敏丽等多位业内知名分析师，以及诸多中心外聘的“特约研究员”，他们是：英国利物浦大学管理学院市场营销专业、曼彻斯特大学商学院企业家领导与创新管理专业曹鼎喆，浙江大学城市学院韩志科、任燕、张陈涛和张德承，浙江财经学校东方学院朱梦婷和张倩倩等。

此外，本书在案例征集、编写过程中，还得到了包括蚂蚁金服集团、京东金融集团、苏宁金融集团、拍拍贷等数十家国内主流互联网金融企业和各大银行的大力支持。感谢他们对中国电子商务研究中心以及本书写作的大力支持。值此本书付梓之际，我们在此一并鸣谢，并希望得到他们一如既往的支持！

钱海利

中国电子商务研究中心互联网金融部分析师

目 录

互联网+：从“搅局者”到“领跑者”“颠覆者”的蜕变

第1章 “互联网+金融”的蜜月期 // 1

- 1.1 “互联网+金融”的新业态 // 1
 - 1.1.1 互联网金融三大核心 // 2
 - 1.1.2 互联网+金融：大爆发 // 2
- 1.2 “互联网+金融”走向深水区 // 4
 - 1.2.1 互联网金融的成绩 // 5
 - 1.2.2 互联网金融的不足 // 7
 - 1.2.3 互联网金融对相关行业的冲击 // 7
- 1.3 “互联网+金融”的挑战 // 9
- 1.4 中国与海外互联网金融对比 // 10
 - 1.4.1 中美互联网金融对比 // 10
 - 1.4.2 中法互联网金融对比 // 11

第2章 B2C 电商金融：理财、保险多点开花 // 13

- 2.1 电商纷纷试水，新宠不断 // 13
- 2.2 B2C 电商金融案例 // 15
 - 案例1 蚂蚁金服：阿里生态的闭环 // 15
 - 案例2 京东金融：后发制人，为时未晚 // 18
 - 案例3 苏宁：互联网金融“江湖帝国”隐现 // 20
 - 案例4 国美在线：豪砸千亿动真格 // 23
 - 案例5 腾讯电商：建立供应链金融平台 // 23
 - 案例6 亚马逊：玩转小额贷款 // 24
 - 案例7 日本乐天：开银行搞金融的电商 // 25
 - 案例8 eBay：向互联网金融出发 // 27
- 2.3 B2C 电商金融难题 // 28

2.4 B2C 电商金融打造全产业链生态环境 // 29

第3章 B2B 电商金融：锁定供应链融资 // 30

3.1 B2B 电商金融发展历程 // 30

3.1.1 电商金融模式演变 // 31

3.1.2 电商金融生态圈 // 33

3.1.3 线上供应链与电商的对接优势 // 35

3.2 B2B 电商金融发展现状 // 37

案例 9 慧聪网：与银行合作共推多款融资产品 // 40

案例 10 敦煌网：借融资服务造跨境电商生态圈 // 41

案例 11 金银岛：“三流合一”交易模式 // 44

案例 12 珍诚医药在线：自助式跨区域网络融资 // 46

3.3 B2B 电商金融存在问题 // 47

3.4 B2B 电商金融发展趋势 // 51

第4章 基金：“互联网+”打破传统销售渠道枷锁 // 53

4.1 互联网理财新方式：网销基金 // 53

4.1.1 网销基金的背景 // 54

4.1.2 网销基金利益链 // 54

4.1.3 传统金融业的演变 // 55

4.1.4 互联网理财的优势 // 56

4.1.5 传统理财方式：银行理财 // 57

4.1.6 银行理财产品的现状 // 58

4.1.7 网销基金企业的特征 // 59

4.2 大数据环境下的基金网销 // 60

4.2.1 基金网销之大数据 // 61

4.2.2 网销基金涉黑名单 // 63

4.2.3 网销基金的模式 // 64

4.2.4 网销基金的特征 // 64

4.3 互联网+基金：新模式下的挫折 // 68

4.3.1 网淘基金误区 // 68

4.3.2 产品风险 // 69

4.3.3 法律风险 // 70

4.3.4 人员风险 // 71

- 4.4 互联网 + 基金：行为解读 // 71
- 4.5 互联网基金未来十年 // 73
- 4.6 互联网基金销售案例 // 75
 - 案例 13 余额宝：大众理财神器 // 75
 - 案例 14 百发：组合形式的理财计划 // 78
 - 案例 15 微信理财通：信息流转化成资金流 // 79
 - 案例 16 挖财：让记账人更富有 // 80
 - 案例 17 苏宁零钱宝：争抢用户“闲钱” // 81

第5章 保险：“互联网+”大风起兮 // 83

- 5.1 互联网给保险业带来的冲击 // 83
 - 5.1.1 互联网带来的冲击：创新保险案例 // 84
 - 案例 18 苏宁推出“奶粉险” // 84
 - 案例 19 淘宝推出“公交车保险”“高温险” // 85
 - 案例 20 安城推销“世界杯遗憾险” // 86
 - 案例 21 日本推销“樱花保险” // 86
 - 案例 22 美国力卖“气候保险” // 87
 - 5.1.2 国外互联网保险发展现状 // 87
- 5.2 互联网 + 保险：创新元素混搭风 // 90
 - 5.2.1 互联网保险分析 // 90
 - 5.2.2 互联网保险产品分析 // 91
 - 5.2.3 传统保险业互联网化 5 大模式 // 94
 - 案例 23 众安保险：“三马同槽”资本联盟首张牌 // 98
 - 5.2.4 互联网保险的优势 // 99
 - 5.2.5 互联网保险发展瓶颈 // 100
- 5.3 互联网 + 保险：C2B 模式成变革关键 // 106
 - 5.3.1 互联网保险发展趋势 // 106
 - 5.3.2 互联网保险如何开展 // 107

第6章 银行：“互联网+”下的被动求变 // 109

- 6.1 银行互联网化，非金融企业入局 // 109
- 6.2 互联网银行带来新常态 // 111
 - 6.2.1 银行电商纷纷试水电商金融 // 111
 - 6.2.2 便捷是重要的客户体验 // 112

- 6.2.3 “互联网+银行”发展路径 // 112
- 6.2.4 发展现状：互联网银行带来的新常态 // 116
- 6.3 “互联网+银行”的文化冲突 // 117
 - 6.3.1 实体物理网点缩减 // 117
 - 6.3.2 银行电商表现平平 // 118
 - 6.3.3 缺乏重视和资源投入 // 119
 - 6.3.4 银行和互联网文化冲突 // 119
 - 6.3.5 互联网精神缺乏认可 // 120
- 6.4 传统银行的转型升级及发展建议 // 120
 - 6.4.1 加强互联网客户的黏性 // 122
 - 6.4.2 国外直销银行 // 124
 - 6.4.3 国外网络银行 // 126
- 案例 24 Bofi：以房地产按揭贷款起步 // 128
- 6.5 银行互联网化案例 // 130
 - 6.5.1 银行系电商 // 130
 - 案例 25 民生电商：还是空架子 // 131
 - 案例 26 兴业银行：剥离“银银平台” // 132
 - 案例 27 平安银行：结盟搭建混业平台 // 132
 - 案例 28 光大银行：为电商量身打造“金融钱包” // 133
 - 案例 29 工商银行：3+3 产品系起舞互联网 // 134
 - 6.5.2 微信银行 // 135
 - 6.5.3 民营银行 // 138
 - 案例 30 微众银行：消费金融添强力军 // 139
- 第 7 章 证券：“互联网+”引发服务变革 // 141
 - 7.1 冲击证券业的两股势力 // 142
 - 案例 31 国金证券：开启证券业“互联网+”之路 // 142
 - 7.2 国内券商的互联网金融主流模式 // 143
 - 7.3 “互联网+证券”的内忧外患 // 144
 - 7.4 发展趋势 // 145
 - 7.5 发展建议 // 146
- 第 8 章 P2P 网贷：融资借贷新常态 // 147
 - 8.1 P2P 网贷缘何在中国异化 // 147

- 8.1.1 P2P 网贷和传统金融业 // 148
- 8.1.2 中国 P2P 网贷的发展历程 // 150
- 8.2 P2P 网贷行业阵营 // 152
 - 8.2.1 P2P 网贷行业现状 // 152
 - 8.2.2 P2P 网贷运营模式 // 154
 - 8.2.3 P2P 网贷交易流程 // 162
- 8.3 P2P 网贷问题及黑榜 // 163
- 8.4 国外 P2P 网贷优秀案例及运营模式 // 170
- 8.5 P2P 网贷趋势及市场走向 // 171
 - 8.5.1 市场走向微观 // 172
 - 8.5.2 商业银行介入 // 172
 - 8.5.3 企业细化转型 // 173
 - 8.5.4 企业优胜劣汰 // 174
 - 8.5.5 形成产业集群 // 174
 - 8.5.6 监管更加明晰 // 174
- 8.6 P2P 网贷行业案例 // 175
 - 案例 32 宜信：独有线下债权转让模式 // 175
 - 案例 33 陆金所：第三方担保模式 // 176
 - 案例 34 拍拍贷：纯线上模式 // 178
 - 案例 35 珠宝贷：深耕细分市场的上市公司系平台 // 179
 - 案例 36 融 360：信贷搜索平台 // 181
 - 案例 37 91 金融超市：金融产品导购平台 // 182

第9章 支付：移动互联网的先行军 // 184

- 9.1 “互联网 +” 让传统支付产业升级 // 184
 - 9.1.1 互联网黄金时代的网络支付 // 184
 - 9.1.2 网络支付分类 // 185
 - 9.1.3 “支付 + 互联网” 让传统支付产业升级 // 189
- 9.2 数读网络支付发展现状 // 191
 - 9.2.1 数读网络支付用户属性 // 191
 - 9.2.2 网络支付用户行为分析 // 192
 - 9.2.3 第三方支付 // 192
 - 9.2.4 移动支付 // 195
- 9.3 “互联网 + 支付” 发展趋势 // 201
 - 9.3.1 微信支付：打破垄断，异军突起 // 201

- 9.3.2 微博钱包：新意够足，昙花一现 // 206
- 9.3.3 移动支付：行业机遇，众人追捧 // 207
- 9.4 “互联网 + 支付”发展瓶颈 // 210
- 9.5 “互联网 + 支付”发展建议 // 214
- 9.6 “互联网 + 支付”企业案例 // 216
 - 案例 38 支付宝：全面布局奠定强势地位 // 216
 - 案例 39 微信支付：借红包营销实现“诺曼底登陆” // 218
 - 案例 40 银联商务：海量商户助其线上总攻 // 219

第 10 章 众筹：互联网下的融资新模式 // 222

- 10.1 互联网众筹商业模式起源 // 222
 - 10.1.1 众筹：互联网金融的创新模式 // 222
 - 10.1.2 众筹商业模式的起源 // 223
 - 10.1.3 众筹的商业模式 // 225
 - 10.1.4 众筹商业模式的逻辑分析 // 226
 - 10.1.5 众筹的 5 大核心价值 // 227
- 10.2 众筹模式的发展现状 // 228
 - 10.2.1 众筹的交易规模 // 228
 - 10.2.2 众筹模式的分类 // 230
 - 案例 41 美微创投：熟人融资 // 231
 - 案例 42 3W 咖啡：会籍式众筹 // 232
 - 案例 43 大家投：天使式众筹 // 233
- 10.3 互联网 + 众筹：互联网融资模式提供无限可能 // 236
 - 10.3.1 众筹模式相对于传统融资的优势 // 236
 - 10.3.2 众筹融资的特点 // 237
 - 10.3.3 众筹在国内外的的发展情况 // 237
 - 案例 44 Kickstarter：全球最大、最知名的众筹平台 // 237
 - 案例 45 Fundrise：美国地产众筹网站 // 238
 - 案例 46 Wefunder：让普通人变身 VC 的股权众筹平台 // 240
 - 案例 47 众筹网：引入集团担保业务 // 242
 - 案例 48 天使汇：让创业者用众筹和“天使”相遇 // 242
 - 案例 49 京东众筹：“三个爸爸”引爆“苍穹之下”空气净化市场 // 244
- 10.4 众筹模式存在的问题 // 247
 - 10.4.1 众筹未能在中国发展的原因 // 247
 - 10.4.2 众筹模式的风险与监管 // 248

10.4.3 众筹监管的政策与建议 // 252

10.4.4 未来众筹模式展望 // 253

第11章 虚拟货币：数字货币革命启动 // 256

11.1 虚拟货币的发展背景 // 256

11.2 虚拟货币的典型代表 // 258

11.2.1 游戏币 // 258

11.2.2 Q币 // 260

11.2.3 比特币 // 262

案例 50 OKCoin：比特币平台的中国生存样本 // 267

11.3 各种衍生的山寨比特币 // 268

11.4 虚拟货币的发展趋势 // 270

第12章 “互联网+”下的金融颠覆与前瞻 // 272

12.1 “互联网+”下的金融颠覆 // 272

12.1.1 支付业：爆发性发展，移动支付领衔 // 272

12.1.2 银行业：被迫转型，触网为生存 // 272

12.1.3 基金业：纷纷押注，几家欢乐几家愁 // 273

12.1.4 小贷业：打破区域限制，O2O模式崛起 // 273

12.1.5 保险业：大数据保驾，产品自我迭代 // 273

12.1.6 证券业：借道互联网，中小券商差异化竞争 // 274

12.1.7 零售业：消费迁徙至线上，压力显现 // 274

12.1.8 影视业：借力粉丝经济，叫好不叫座 // 274

12.1.9 房地产业：营销新活力，跨界新姿态 // 275

12.1.10 通信业：排兵布阵，服务增值以引流 // 275

12.2 “互联网+”下的金融前瞻 // 276

12.2.1 监管：亟待走出“囚徒困境” // 276

12.2.2 行业：日益垂直、细分 // 276

12.2.3 平台：PC向移动迭代 // 276

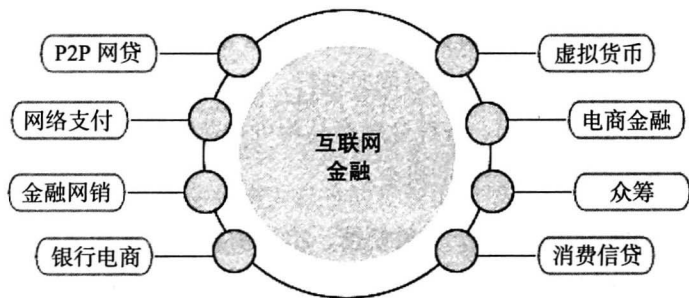
附录 互联网金融相关名词解释 // 278

后记 如何用“互联网思维”打造中国最具有影响力的“互联网+”智库 // 281

“互联网 + 金融”的蜜月期

1.1 “互联网 + 金融”的新业态

金融是指对现有资源进行重新整合，实现价值的等效流通。金融产品的种类主要包括银行、证券、基金、保险、信托等。理论上任何涉及广义金融的互联网应用都可以定义为互联网金融，包括但不限于 P2P 网贷、网络支付、金融网销、银行电商、虚拟货币、电商金融、众筹等模式。从狭义的金融角度来看，互联网金融则应定义为跟货币的信用化流通相关的层面，也就是资金通过互联网来实现融通的方式。



互联网技术是互联网金融的有力支撑。互联网主要提供了数据产生、数据挖掘、数据安全和搜索引擎技术，通过电子商务、社交网络、搜索引擎等形成巨大的数据库；云计算和行为分析理论使大数据挖掘成为可能；数据安全技术使隐私保护和交易支付顺利进行；搜索引擎则帮助网民更加便捷地获取信息。互联网技术的发展极大地减小金融交易的成本，扩大金融服务的边界。

金融公司与互联网公司的竞争并不是产品的竞争。从竞争性分析看，金融公司的长处在于资产管理和风险定价的核心能力，互联网公司的优势在于用户和渠道入口，现在二者的合作就是将其对接，这种合作产生了所谓的“互联网金融”。

1.1.1 互联网金融三大核心

互联网金融模式有三个核心部分：支付方式、信息处理和资源配置。

□ **支付方式**：支付是互联网金融的基石，个人和机构都可在中央银行的支付中心（超级网银）开账户（存款和证券登记），即不再完全是二级商业银行账户体系；证券、现金等金融资产的支付和转移通过互联网进行；支付清算电子化，替代现钞部分渠道的流通。

□ **信息处理**：社交网络生成和传播信息，特别是对个人和机构没有义务披露的信息；搜索引擎对信息进行组织、排序和检索，能缓解信息超载问题，有针对性地满足信息需求；云计算保障海量信息高速处理能力。总的效果是，在云计算的保障下，资金供需双方的信息通过社交网络揭示和传播，被搜索引擎组织和标准化，最终形成时间连续、动态变化的信息序列。由此可以给出任何资金需求者（机构）的风险定价或动态违约概率，而且成本极低。正是这种信息处理模式，使互联网金融模式替代了现在商业银行和证券公司的主要功能。

□ **资源配置**：资金供需信息直接在网上发布并匹配，供需双方可以直接联系和交易。借助互联网信息技术，个体之间直接金融交易这一人类最早金融模式会突破传统的安全边界和商业可行性边界，焕发出新的活力。在供需信息几乎完全对称、交易成本极低的条件下，互联网金融模式形成了“充分交易可能性集合”，诸如中小企业融资、民间借贷、个人投资渠道等问题就容易解决。在这种资源配置方式下，双方或多方交易可以同时进行，信息充分透明，定价完全竞争（比如拍卖式），因此最有效率。各种金融产品均可如此交易。这也是一个最公平的市场，供需方均有透明、公平的机会。

总之，在互联网金融模式下，支付便捷，市场信息不对称程度降低，资金供需双方直接交易，大部分时候资金不需要经过银行、券商和交易所等金融中介。

1.1.2 互联网+金融：大爆发

中关村创新研修学院副院长张国庆表示，如果把金属货币替代贝壳货币看作第一次金融革命，把纸币替代金属货币看作第二次金融革命，那么互联网金融就是第三次金融革命。在实体经济出现下滑时，互联网金融模式所拥有的明显的“鲶鱼效应”将会为经济发展带来新的机遇与希望。2015年3月22日，中央电视台的《新闻联播》节目首次头条报道互联网金融，以《“互联网+金融”加出融资高效率》为题，新闻报道时长6分钟，阐述了近年来互联网金融在我国的迅猛发展。