

HULIANWANG
JINRONG

互联网金融

● 主编 成蕴琳

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

互联网金融

主 编 成蕴琳
副主编 孙 林 伍 艺
参 编 陈天翔 孙 霞
周智雅 陈毅俊

 北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目（CIP）数据

互联网金融/成蕴琳主编. —北京：北京理工大学出版社，2016. 12
ISBN 978 - 7 - 5682 - 2963 - 0

I. ①互… II. ①成… III. ①互联网络 - 应用 - 金融 - 高等学校 - 教材 IV. ①F830. 49
中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 201656 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775（总编室）
(010) 82562903（教材售后服务热线）
(010) 68948351（其他图书服务热线）

网 址 / [http: //www. bitpress. com. cn](http://www.bitpress.com.cn)

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市华骏印务包装有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 16.5

字 数 / 400 千字

版 次 / 2016 年 12 月第 1 版 2016 年 12 月第 1 次印刷

定 价 / 49.00 元

责任编辑 / 施胜娟
文案编辑 / 施胜娟
责任校对 / 周瑞红
责任印制 / 李志强

前 言

随着改革开放的不断深入,我国的经济金融领域发生了深刻的变化,大数据、云计算、网络社交、移动支付等新一代信息通信技术风起云涌,余额宝、P2P、网络金融社区等基于互联网平台的新型机构正在迅速崛起,互联网和金融业强强联合对传统运营模式产生了颠覆性的影响。随着互联网金融的不断发展,现阶段金融类专业的教学也迫切需要进行改革和创新,应通过开设前沿创新科学的课程,重视学科交叉,拓宽学生的学术视野。在高等院校开设“互联网金融”课程以及进行《互联网金融》教材的编写成为必然。

本书的编写首先符合高等院校培养高等技术应用型专门人才的目标要求,充分考虑了学生的认知水平和已有的知识、技能、经验和兴趣,采用工作过程系统化的编写思路,即根据工作岗位或工作过程来设计具体学习项目和工作任务来组织教材的编写。在教材中我们设置了任务描述、任务分析、任务实施、拓展知识、拓展案例、综合实训、同步测试、案例分析等栏目,努力为每一个学生提供符合市场需求和职业发展前景的学习资源,力求在学习内容、教学组织等方面给教师和学生提供选择和创新的空間,构建开放式的课堂,增强学生的技能培养和就业竞争力。

同时,《互联网金融》教材从新颖性、信息化和视觉化等方面进行了创新,特别在信息化方面,我们将网络上合适的文字、篇幅较多的案例、新闻等内容的网址转化为二维码,便于学生通过手机扫二维码的方式观看。

本教材由成蕴琳副教授担任主编,由孙林博士和伍艺副教授担任副主编。具体编写分工如下:项目一、项目二由周智雅编写;项目三、项目九由陈毅俊编写;项目四由孙霞编写;项目六、项目七、项目八由陈天翔编写;项目五、项目十、项目十一由成蕴琳编写;项目十二、项目十三由孙林编写;伍艺副教授参与了部分前期文件资料的收集、提纲的编制以及后期内容整合工作。

由于编者水平和经验有限,书中难免存在疏漏和错误之处,恳请读者和同行批评指正。

编 者

目 录

模块一 互联网金融概述	(1)
项目一 互联网金融概况	(3)
任务一 互联网金融概述、本质及特征	(3)
任务二 互联网金融发展概况	(11)
项目二 互联网发展引发的金融变革	(19)
任务一 互联网发展状况	(19)
任务二 互联网引发的社会变革	(26)
任务三 互联网引发的金融变革思考	(33)
模块二 互联网金融典型业务模式	(41)
项目三 第三方支付平台模式	(43)
任务一 第三方支付的基本概况	(44)
任务二 第三方支付运作模式运用	(50)
任务三 第三方支付运营发展分析	(56)
任务四 典型案例分析与实操体验	(60)
项目四 大数据金融模式	(75)
任务一 大数据金融概况	(76)
任务二 大数据金融运营模式运用	(82)
任务三 大数据金融对金融业发展态势的影响分析	(84)
任务四 典型案例认知与分析	(86)
项目五 P2P 网络借贷平台模式	(93)
任务一 P2P 网络借贷平台内涵与原理	(93)

任务二 平台经营模式与风险分析	(98)
任务三 P2P 网贷平台识别分析	(102)
任务四 典型平台的认知与实操	(106)
项目六 互联网金融门户模式	(117)
任务一 互联网金融门户概况	(117)
任务二 互联网金融门户运营模式运用	(122)
任务三 互联网金融门户对金融业发展态势的影响分析	(126)
任务四 典型案例分析与实操体验	(128)
项目七 众筹模式	(134)
任务一 众筹模式的概况	(134)
任务二 众筹平台运营模式运用	(138)
任务三 众筹平台风险与防范分析	(147)
任务四 典型案例分析与实操体验	(152)
项目八 虚拟货币	(157)
任务一 虚拟货币概况	(157)
任务二 虚拟货币运营模式、风险及趋势分析	(160)
任务三 典型案例分析与实操体验	(166)
模块三 互联网金融多元化发展模式	(173)
项目九 电商金融模式	(175)
任务一 电商金融服务模式概况	(175)
任务二 电商金融典型服务模式运用	(180)
任务三 电商金融服务模式的本质分析	(185)
任务四 电商金融未来发展的机遇与挑战探析	(189)
项目十 直销银行模式	(193)
任务一 直销银行概念和特点	(193)
任务二 直销银行发展趋势的分析	(197)
任务三 典型直销银行的认知与实操	(201)
项目十一 基于大数据的征信	(209)
任务一 征信内涵与价值的掌握	(210)
任务二 数据征信的行业表现和运行机理分析	(213)
任务三 数据征信未来前景及行业展望探析	(219)

模块四 互联网金融的风控与监管	(227)
项目十二 互联网金融风险分析与风险控制	(229)
任务一 国内互联网金融风险实况调查	(229)
任务二 互联网金融风险的类型分析	(230)
任务三 互联网金融风险的管控分析	(234)
项目十三 互联网金融监管政策探索	(241)
任务一 互联网金融监管的国际经验	(241)
任务二 国外互联网金融监管经验对我国的启示探析	(244)
任务三 我国现有互联网金融监管的原则和指导意见分析	(247)
任务四 互联网金融监管的政策探索	(251)

模块一



互联网金融概述

互联网金融概况

项目介绍

本项目首先介绍了互联网金融的本质及其特征,包括互联网金融的定义、特点,以及互联网金融平台模式的主要特征。在此基础上,了解国内外互联网金融发展的概况。进而分析和思考互联网金融对传统金融的影响。

知识目标

1. 了解互联网金融的定义;
2. 掌握互联网金融及互联网金融平台的主要特点;
3. 掌握国内外互联网金融发展概况;
4. 认识互联网金融对传统金融的影响。

技能目标

1. 能够准确辨别互联网金融的本质及特征;
2. 掌握互联网金融的主要平台模式。

任务一 互联网金融概述、本质及特征

【任务描述】 学生通过系统的学习对互联网金融的本质及特征建立准确的认识和展开进一步的思考。

【任务分析】 师生进行相关知识的讲解学习和课堂互动。教师运用多媒体教室对互联网金融的本质及发展概况的相关理论知识进行讲解,学生听课、讨论和思考。

【相关知识】

一、互联网金融的定义

2014 年伊始,“互联网金融”一词就被大量地提及,来势汹汹,猝不及防。无论是传统媒体,如报纸、杂志、电视等,还是新兴网络媒体,“互联网金融”的名称和概念似乎无处不在。那么究竟该怎样来定义互联网金融,又或者说互联网金融到底是什么呢?关于此,中国人民银行在 2014 年发布的《中国金融稳定报告(2014)》中给互联网金融做出了解释和

定义。报告称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。

总而言之，互联网金融是互联网与金融的结合，是借助互联网和移动通信技术实现资金融通、支付和信息中介功能的新兴金融模式。

二、互联网金融的平台模式

互联网金融是依托于云计算、大数据、电商平台和搜索引擎等互联网工具而产生的一种新兴金融模式，具有融资、支付和交易中介等功能。互联网金融的逐渐兴起，是对传统金融行业的有益补充和延伸，有助于解决中小企业融资难的问题，促进民间融资阳光化、规范化，更好地支持实体经济发展。互联网金融的六大模式如下：

(1) 第三方支付，是指具备一定信誉保障的独立机构，通过与银行签约，提供支付结算接口的交易平台。作为目前主要的网络交易手段和信用中介，第三方支付市场正进入成熟期，迄今已有 200 多家企业获得了支付业务许可证。第三支付的代表有支付宝、财付通、快钱、微信支付。2014Q3—2015Q3 中国第三方移动支付市场交易规模及增长率如图 1-1 所示。

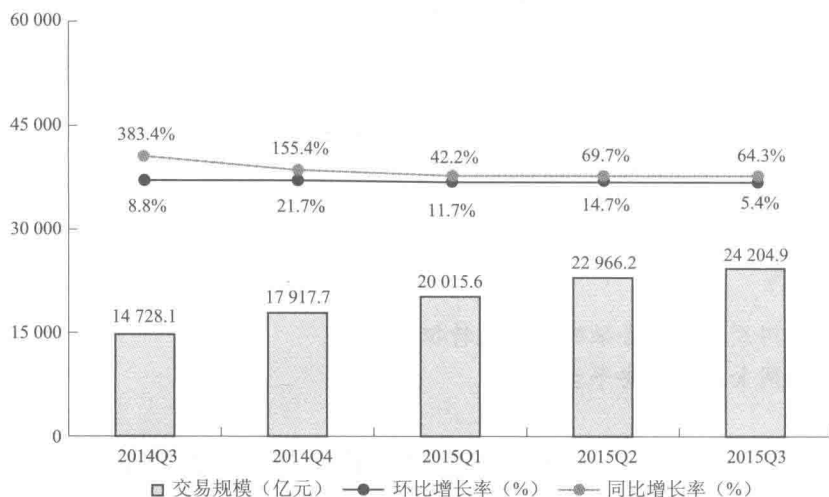


图 1-1 2014Q3—2015Q3 中国第三方移动支付市场交易规模及增长率

据比达咨询 (Big Data - Research) 发布的《2015 年度中国第三方移动支付市场研究报告》显示，中国第三方移动支付市场由于巨头的补贴和 APP 的活跃，使得人们的习惯逐步适应移动端，移动支付在 2013—2014 年得到高速发展。在线上增长相对缓和后，各大第三方支付机构开始扩展线下，如餐馆、超市、商场等，使其线下消费场景的业务得到增长。数据显示，2015 年中国第三方移动支付市场交易总规模达 9.31 万亿元，同比增长 57.3%。

在移动支付领域，主流的厂商有支付宝、财付通、易宝支付等。数据显示，在 2015 年第三方移动支付交易规模市场份额中，支付宝以 72.9% 的份额居首，财付通（微信 + 手机 QQ）以 17.4% 位居第二，拉卡拉、百度钱包、易宝支付的市场份额均在 1% 以上，分别为 3%、2.2%、1.5%；快钱、平安付、京东支付、连连支付相对较小。

(2) 网络小额信贷，是指互联网企业将电子商务平台上积累的客户信用数据和行为数

据映射为企业和个人的信用评价,批量发放小额贷款。网络小额信贷将大数据处理和云计算技术结合在一起,从海量数据中挖掘出有用的客户信用等信息,具有“金额小、期限短、纯信用、随借随还”的特点。网络小额信贷的代表有阿里小贷、苏宁易购和京东商城供应链金融。

(3) 互联网金融渠道,是指利用电子商务网站庞大的用户群,将金融产品和网络服务深度结合,借助互联网渠道向客户提供金融服务。用户可直接在网上购买货币基金等理财产品,获得相对较高的收益,同时这部分资金还能随时用于网上购物、转账支付等。相较于传统金融产品,具有不限购买门槛、无手续费、随时赎回等优点。互联网金融渠道的代表有余额宝、定存宝。

(4) P2P 网络信贷,是指 P2P 公司搭建网络平台,把资金的需求和供给信息直接在互联网上发布并匹配,资金供需双方直接联系,绕过银行、券商等第三方中介,为用户提供直接投、融资服务,其本质是一种民间借贷方式。据统计,目前国内活跃的 P2P 平台已超过 300 家。P2P 网络信贷的代表有人人贷、拍拍贷、宜信。2015 年 P2P 企业 ToP10 如表 1-1 所示。

表 1-1 2015 年 P2P 企业 TOP10

排 名	名 称
1	红岭创投
2	陆金所
3	鑫合汇
4	PPmoney
5	宜信
6	人人贷
7	开鑫贷
8	普惠金融/爱钱进
9	翼龙贷
10	海金仓

(5) 互联网金融门户,是指各家金融机构将金融产品放在互联网平台上,用户通过贷款用途、金额和期限等条件进行筛选和对比,自行挑选合适的金融服务产品,其核心本质是“搜索比价”。在这种模式下,互联网金融门户主要扮演信息中介的角色,本身不参与交易和资金往来。互联网金融门户模式的代表有融 360、格上理财、平安陆金所。

(6) 众筹模式,是指项目发起人利用互联网和社交网络的传播特性,向公众展示自己的创意,争取得到足够的认同和支持,募集公众资金的模式。众筹项目以实物、服务或者媒体内容等作为回报,但不能涉及资金或股权。目前,我国的众筹平台多数带有公益和慈善色彩。众筹模式的代表有点名网、追梦网。

三、互联网金融的特点

2013 年被称为互联网金融元年,互联网金融领域的发展如火如荼。作为信息革命的重要成果之一,互联网“开放、平等、协作、分享”的精神也不断影响甚至改变着传统金融

行业。互联网金融是传统金融行业与互联网精神的相互结合而产生的新兴领域。

网络科技的深入发展,使其自身的优势——“开放、平等、协作、分享”,能够很好地弥补传统金融行业的短板。因而互联网金融通过借助新兴媒体平台,包括互联网、移动互联网等工具和形式,使得传统金融业务提升其透明度、扩大其参与度、降低中间成本、操作更加简便、协同性优化等一系列特征。下面将这些特征加以概括总结,得出以下几个显著特点。

(一) 互联网金融的普惠性

二八定律也称巴莱多定律,是19世纪末20世纪初由意大利经济学家巴莱多发现的。根据该定律,在任何一组东西中,最有价值的只占总体的一小部分,约20%,其余的80%尽管占到绝大多数,在价值体现上却是次要的。

传统金融行业基于硬件、软件的匮乏,如网点、工作人员不足等,往往着力于发展和开拓“20%”的高价值客户。当前,金融机构对于长尾市场,即80%的绝大多数客户的漠视,极大地阻碍了人们公平参与到金融活动中来。主要体现在:中小企业贷款难、小微企业直接融资难、民营企业难以获得平等交易的机会、低收入人群无法找到与之匹配的金融服务,包括贷款、保险与理财等。

而互联网金融得益于网络科技的发展,能够将其触角深入到“80%”的草根客户中间。如现在发展势头迅猛的微借贷、微理财、微保险、微投资等,客户门槛相对于传统金融产品要低很多;如余额宝、百度理财等金融产品认购起始金额仅为一元。互联网技术革命使得金融行业在运行过程中能够降低其运营成本,支撑普遍的低成本差异化,可同时满足海量用户的个性化需求。海量、低价的本身即包含和体现着普惠精神。

(二) 互联网金融的数字化

数据一直是信息时代的象征。金融业一方面是大数据的重要产生者,同时金融业也高度依赖信息技术,是典型的数据驱动行业。在互联网金融环境中,数据作为金融核心资产,将撼动传统客户关系及抵押制品在金融业务中的地位。

互联网金融企业往往具有强大的数据挖掘能力。他们通过社交网络、电子商务、第三方支付和搜索引擎组建形成的庞大数据网络,利用云计算和行为分析理论等进行数据挖掘,极大地提升了信息使用的能效。大数据可以促进高频交易、社交情绪分析和信贷风险分析三大金融创新。互联网金融领域的业务模式及产品交互无不体现对大数据的合理运用。

(三) 互联网金融的自我进化性

平台的广泛连接和账户的持续创新,带动了互联网金融向生态化演绎。一方面,互联网商务的延伸效应,使得各种金融产品和增值服务可以在平台上自然生长,用户基于一个平台、一个入口可以选择多种产品和配套服务;另一方面,支付、电商、网贷、众筹、理财……这些基础的金融要素,在一个平台上繁衍成互为依存的生态环境,彼此带动,相互提携,交叉发展,形成了一站式自我进化的综合服务的生态形式。

事实上,互联网商务生态化演绎,既是互联网加快发展的必然结果,也是使分散的产品与服务得以集聚融合、不同的专业分工得以协调互补的推动力量。我们看到“BAT”三巨头互联网生态体系的构建,无一不是从某项服务出发,到支付工具、搜索引擎、电子商务等平台的搭建,再到积极构建囊括餐饮、娱乐、打车等具体应用场景在内的生活生态圈。这种生

生态圈不是简单的服务拼装或者功能组合,也不是纯粹追求低成本的物理迁移,它是对人们衣食住行方式的重大提升和根本性革新。

越来越多的应用场景丰富、主体参与有序的开放金融平台在不断涌现,使得人类的基本需求与金融要素通过互联网方式结合成了一种崭新的生活理念和社交方式。在一个开放、便捷、流淌着社交元素、服务品类不断丰富的互联网金融生态圈里,金融功能不再是简单生硬的模式分工,投资理财也不再是理性冰冷的收益比较,个体金融行为正滋润出浪漫诗意和温暖情怀。

(四) 金融服务低成本化

互联网金融的低成本化特点体现在两个方面:

一方面体现在交易成本上,如阿里金融单笔贷款的审批成本与传统银行相比大幅降低,其利用了大数据和信息流,依托电子商务公开、透明、数据完整等优势,与阿里巴巴的B2B、淘宝网、天猫数据贯通、信息共享,实现金融信贷审批、运作和管理,与金融机构传统的“三查”相比成本低、速度快。

另一方面体现在服务成本上,互联网金融降低了小微企业的融资成本。如第三方支付带来的结算成本大大降低,开拓了低成本的新融资渠道,互联网金融门户让客户以更低成本搜索性价比更加优质的金融服务产品。移动互联网使金融产品随时随地交易,降低交易成本。中国互联网信息中心数据显示,截至2012年年底,我国网上银行的用户规模达2.21亿元,其中手机网上银行用户规模达5407万人;网上支付的用户规模达2.21亿元,其中手机支付用户5531万人。据3月15日中国银行业协会发布的《2014年度中国银行业服务改进情况报告》显示:截至2014年年末,中国银行业金融机构网上银行交易608.46亿笔,同比增加21.59%,交易金额同比增加17.05%。其中,个人客户数达到9.09亿户,新增1.5亿户,同比增加19.71%;交易笔数达608.46亿笔,同比增加21.59%;交易总额达1248.93万亿元,同比增加17.05%。企业客户达到1811.4万户,同比增加16.75%。

手机网络商务应用,如网络银行和网上支付等使金融产品可随时购买交易,并且大大降低了交易成本。例如股票、期货、黄金交易、中小企业融资、民间借贷和个人投资渠道等信息快速匹配,极大提高了效率。

2015年6月我国互联网用户网上银行使用率为53.7%,环比增长14.4989%,同比增长16.2338%。

表1-2为2010—2015年我国互联网用户网上银行使用率统计表。

表1-2 2010—2015年我国互联网用户网上银行使用率统计表

网上银行使用率			
时间	期末值	环比变动/%	同比变动/%
2015年6月	53.7000	14.4989	16.2338
2014年12月	46.9000	1.5152	11.4014
2014年6月	46.2000	9.7387	11.5942
2013年12月	42.1000	1.6908	7.6726
2013年6月	41.4000	5.8824	18.9655

续表

网上银行使用率			
时间	期末值	环比变动/%	同比变动/%
2012 年 12 月	39.100 0	12.356 3	20.307 7
2012 年 6 月	34.800 0	7.076 9	10.126 6
2011 年 12 月	32.500 0	2.848 1	8.333 3
2011 年 6 月	31.600 0	5.333 3	3.606 6
2010 年 12 月	30.000 0	-1.639 3	22.449 0
2010 年 6 月	30.500 0	24.489 8	36.160 7

(五) 互联网金融的风险性

一是信用风险大。目前我国信用体系尚不完善，互联网金融的相关法律还有待配套，互联网金融违约成本较低，容易诱发恶意骗贷、卷款跑路等风险问题。特别是 P2P 网贷平台由于准入门槛低和缺乏监管，成为不法分子从事非法集资和诈骗等犯罪活动的温床。近来，淘金贷、优易网、安泰卓越等 P2P 网贷平台先后曝出“跑路”事件。二是网络安全风险大。我国互联网安全问题突出，网络金融犯罪问题不容忽视。一旦遭遇黑客攻击，互联网金融的正常运作会受到影响，危及消费者的资金安全和个人信息安全。

近年来，围绕基础设施、平台、渠道和场景这些要素的构建和改进，互联网金融取得了蓬勃发展。虽然经历了一些风险事件的拷问，但行业向好势头明确。特别是 2015 年年中《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》的出台，明确梳理了互联网金融的业态，确定了监管的边界，也提出了规范中加以呵护的监管倾向，将促使整个互联网金融行业回归健康发展的生态秩序。

2015 年 3 月 25 日，中国互联网金融协会在上海黄浦区正式挂牌成立，中国人民银行、银监会、支付清算协会、证监会、上海市政府领导，以及来自商业银行、证券、保险、基金、信托、支付、网络借贷等多类金融机构的代表共同出席本次会议。同时，协会召开了第一次会员代表大会，参会会员代表对协会章程、自律公约、倡议书、会员机制等协会基本制度进行审议表决，并选举产生了第一届常务理事单位，京东金融、腾讯、百度等企业当选。

2015 年的《政府工作报告》指出，“规范发展互联网金融”，确定了互联网金融未来五年的发展基调。如今，互联网金融协会挂牌成立。业界人士普遍认为，这是国家强化金融监管，引导金融机构合法合规经营的重要举措，具有里程碑的意义。

【拓展知识】

中国互联网金融创业公司

现在人人都在谈互联网金融，仿佛这是中国最后的暴富机会。在这个千亿美元的大风口下，即使你不创业，也应该了解以下这几家互联网金融创业公司。

1. 蚂蚁金服：估值 500 亿美元

据彭博社报道，阿里巴巴集团旗下金融子公司浙江蚂蚁小微金融服务集团有限公司（简称“蚂蚁金服”）计划 2016 年正式 IPO。蚂蚁金服目前估值约 500 亿美元，阿里巴巴的招股说明书披露，500 亿美元估值相当于蚂蚁金服上市所要求最低估值的约 2 倍。蚂蚁金服拥有支付处理平台支付宝的所有权。据知情人士透露，蚂蚁金服正在考虑进行私人配售，但融资计划的细节尚未最终敲定。据称，社保基金已获邀投资蚂蚁金服。

自 2011 年把金融服务剥离成一家新公司以来，阿里巴巴董事局主席马云一直控制着包括支付宝在内的蚂蚁金服。根据 2014 年修订的协议，如果支付宝或其母公司上市，阿里巴巴将进账至少 94 亿美元。另外，阿里巴巴有权获得蚂蚁金服 37.5% 的税前利润，在监管机构批准的情况下可买进约三分之一股份。

根据彭博亿万富翁指数提供的数据，截至纽约时间 2015 年 1 月 30 日，蚂蚁金服的最新估值使马云的个人财富规模增加了 100 亿美元，达到 364 亿美元，已经超越亚马逊创始人杰夫·贝索斯。因蚂蚁金服估值上升而新晋为亿万富翁的，还包括阿里巴巴集团首席执行官陆兆禧及首席人力资源官彭蕾。

2014 年 8 月，根据蚂蚁金服早些时候的估值，马云荣登彭博亿万富豪指数中国富豪榜首。2014 年 12 月，他曾一度超越香港房地产大亨李嘉诚问鼎亚洲首富宝座。在接受查理·罗斯采访时他却称：“过去三个月，我真的很不开心，总是听人说现在马云是中国首富。”不知道蚂蚁金服上市后，马云又会有多不开心。

2. 陆金所：估值百亿美元，大摩站台

陆金所在 2014 年 11 月，已经低调启动上市前的路演推广，在首轮融资的名单中包括多家知名创投公司如摩根士丹利、鼎晖创投，等等。消息人士称：“平安给予陆金所的估值是 100 亿美元，并且坚持不松口。”此次陆金所引入风投由平安集团主导，整个过程高度保密，就连陆金所内部也仅有少数几名高层了解具体情况。

根据媒体的报道，鼎晖投资作为基石投资者投资总额并不大，仅在 5 000 万美元（约合 3.11 亿元人民币）级别左右。有网络传言称，战略投资者摩根士丹利是其财务顾问，并将充当分拆上市的主承销商。

同时，陆金所还在进行着分拆上市前的其他工作，比如在公司内部进行股权激励、公司股权变更，以及业务的调整，其一般经营项目增加了“百货、文化办公用品、工艺品、电子产品、通信器材的销售，票务服务，代理各类广告，利用自有媒体发布广告，会务服务，商务咨询”。

陆金所全称“上海陆家嘴国际金融资产交易市场股份有限公司”，于 2011 年 9 月在上海注册成立，注册资金 8.37 亿元人民币，是中国平安保险（集团）股份有限公司旗下成员之一，总部位于上海陆家嘴。目前，陆金所以“Lufax.com”品牌营运点对点的个人“P2P”网贷平台撮合投资者与借款人，另有一命名“Lfex”的平台，为金融机构专属证券化金融资产交易平台。

在成立初期，平安集团对陆金所的期望就是三年内成为行业老大，关键是做大规模，暂时不要求盈利，只要做好风控且不要踩过监管红线即可。考虑到目前陆金所还不太赚钱，上市估计要到 2017 年左右。

3.91 金融：上市辅导期，获比尔·盖茨青睐

“91 金融正进入上市辅导阶段，海通证券协助公司进行相关材料的准备，初步目标是在 2016 年实现上市，争取成为互联网金融登陆 A 股的第一股。”91 金融联合创始人吴文雄在 2014 年 12 月接受媒体采访时表示。

尽管从成立到发展仅有短短三年多的时间，但 91 金融的创业团队始终将目光投向资本市场。2011 年 11 月，先智创科（北京）科技有限公司注册成立，这家最初定位做“基于社会化媒体的大数据用户营销体系”的公司便是 91 金融的雏形。在创业之初，就拿到了经纬创投的天使投资。

2013 年 9 月获得 A 轮融资 6 000 万元人民币，投资机构包括宽带资本等多家机构，宽带资本背后有中关村创投的国资背景，通过此轮融资，91 金融拿到北京市第一家金融信息服务牌照。

2014 年 7 月 2 日，91 金融宣布完成 B 轮融资，由海通开元投资有限公司领投，宽带资本、经纬创投跟投，融资金额达 2 亿元人民币。海通开元是具有上海国资背景的海通证券公司旗下私募股权投资公司。“我们更倾向国资背景的投资方，因为金融行业在中国是管制行业，内资互联网金融公司更容易获得监管机构的认可与支持。”91 金融创始人许泽玮说他们新一轮业务的着力点就是资产证券化，海通开元是一个全牌照公司，通过这次合作 91 能拿到全牌照。

91 金融在成立之初就有上市的目标，所以历次融资都是人民币基金，为此，许泽玮曾拒绝比尔·盖茨的投资。

4. 翼龙贷：联想控股入股，史上最大融资

翼龙贷于 2014 年 11 月 3 日引入联想控股近 10 亿元人民币 A 轮融资，成为 P2P 网贷平台最大金额融资记录拥有者，同时被纳入联想控股核心资产业务中进行运营。

公开资料显示，联想控股入股前，翼龙贷的股东结构为王思聪占 46%，北京同城翼龙网络科技有限公司占 36%，法人代持员工股占 18%。坊间消息称，入股后，王思聪持股比例将由原来的 46% 下降至 20%，并将失去控制权。此次融资，翼龙贷的股权出让比例“超过 51%”。

翼龙贷董事长兼创始人王思聪 1965 年生于河北，先后涉足贸易、典当、贷款担保等多个行业。资料显示，翼龙贷成立于 2007 年，注册地为温州，是国内较早开设的网络借贷金融平台。

从创立至今，翼龙贷一直专注于三农领域，把借贷无门的三农人群及个体工商户作为自己的目标群体。和其他平台最大的不同在于，翼龙贷规模扩展主要依托加盟的方式，在各地设立运营中心，对加盟商进行线下审核。有数据统计，截至 2014 年 11 月，翼龙贷单月成交额超过 2 亿元，总成交额已经超过 18 亿元。

早在 2005 年 12 月，联想控股就入股嘉禾人寿保险股份有限公司，这算是联想向金融业投石问路的第一笔。据统计，10 年间，联想“插足”金融领域公司已经近 10 家，其中与互联网金融相关企业就有 5 家。2008 年 7 月，入股苏州信托公司得到 10% 股份；2010 年 1 月，投入 5 亿元进军汉口银行，持股 30%，成为第一大股东；2011 年 1 月，投资 9 亿元获得中银国际证券 12% 的股份。2014 年 8 月，联想旗下君联资本开始发力，涉足互