

NEW FINANCE 3.0

新金融3.0的行业模式不断调整，将迎来规范发展，
更为健康地前行。

新金融 3.0

打造互联网  金融生态圈

陈道志◎著

合规 - 稳健 - 科技金融 - 普惠金融

看准社交化、移动化、专业化和场景化的发展方向，
抓住资金端和资产端这两个互联网金融行业至关重要的端口。

新金融 3.0

打造互联网  金融生态圈

陈道志◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

新金融 3.0: 打造互联网金融生态圈 / 陈道志著

—北京: 中国商务出版社, 2018. 8

ISBN 978-7-5103-2550-2

I . ①新… II . ①陈… III . ①互联网络—应用—金融

IV . ① F830.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 180812 号

新金融 3.0——打造互联网金融生态圈

XINJINRONG 3.0——DAZAO HULIANWANG JINRONG SHENGTAIQUAN

陈道志 著

出 版: 中国商务出版社

地 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号 邮编: 100710

责任部门: 中国商务出版社 商务与文化事业部 (010-64515151)

总 发 行: 中国商务出版社 商务与文化事业部 (010-64226011)

责任编辑: 崔 笏

网 址: <http://www.cctpress.com>

邮 箱: shangwuyuwenhua@126.com

排 版: 北京金宇达文化发展有限公司

印 刷: 天津中印联印务有限公司

开 本: 700mm × 1000mm 1/16

印 张: 12 字 数: 171 千字

版 次: 2018 年 10 月第 1 版 印 次: 2018 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-2550-2

定 价: 42.00 元

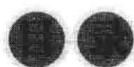
凡所购本版图书有印装质量问题, 请与本社总编室联系 (电话: 010-64212247)。



版权所有 盗版必究 (盗版侵权举报可发邮件到本社邮箱: cctp@cctpress.com)

“互联网 + 金融”让金融业经历了 1.0 时代的渠道金融和 2.0 时代的技术金融，现在到了 3.0 时代的创新金融。在互联网和信息技术革命的推动下，移动化、云计算、大数据等大趋势已经使 3.0 时代金融业的“基因”发生质变，其架构中的“底层物质”也发生了深刻变化。这种变化使传统金融业版图日益模糊，促使传统金融业务与互联网、大数据等新技术更加融合，通过优化资源配置和技术创新，产生出新的金融生态、金融服务模式和金融产品。反映在金融市场上，具体表现为金融要素市场化、金融主体多元化、金融产品快速迭代过程正在发生等，这些表现我们称为“新金融”。新金融是针对互联网金融的新变化而言，创新是新金融时代的明显特征，因此也可以将互联网金融称为新金融，或更准确地称之为“新金融 3.0”。

新金融 3.0 的市场表现主要体现在三个方面。一是互联网技术，大数据、云计算与移动应用，包括各类智能终端不停地通过连通的方式连接各类客户、资产和资金。由于互联网技术的发展，催生了大量新的金融模式，并且形成了第三方支付、P2P 网贷、大数据金融、众筹、信息化金融机构和互联网金融门户六大互联网金融模式。二是出现了大量的金融组织机构及金融业态，如私募基金、保理公司、融资租赁等，金融业态意义上的范



第一章 |

新金融的变革：从1.0时代到3.0时代

1.0 时代：通过网络渠道销售金融产品 / 2

2.0 时代：通过网络平台定制金融产品 / 4

3.0 时代：通过互联网创新业务模式 / 7

第二章 |

新金融3.0时代的机遇、挑战及应对措施

三大机遇：优势明显、潜力巨大、效益突出 / 12

三大挑战：安全风险、政策风险、经营风险 / 19

应对措施：产品研发、模式创新、平台创新、行业再造、生态建设 / 28

第三章 |

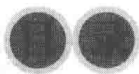
新金融3.0的新四化

一化：社交化 / 38

二化：移动化 / 42

三化：专业化 / 46

四化：场景化 / 50



第一章|

新金融的变革：从1.0时代到3.0时代

1.0时代：通过网络渠道销售金融产品 / 2

2.0时代：通过网络平台定制金融产品 / 4

3.0时代：通过互联网创新业务模式 / 7

第二章|

新金融3.0时代的机遇、挑战及应对措施

三大机遇：优势明显、潜力巨大、效益突出 / 12

三大挑战：安全风险、政策风险、经营风险 / 19

应对措施：产品研发、模式创新、平台创新、行业再造、生态建设 / 28

第三章|

新金融3.0的新四化

一化：社交化 / 38

二化：移动化 / 42

三化：专业化 / 46

四化：场景化 / 50



第四章 |

不走寻常路：新金融3.0的三种新玩法

玩法一：多元资产端 / 56

玩法二：黏住投资者 / 60

玩法三：打造生态环境 / 65

第五章 |

新金融3.0的十大业务形态

形态一：金融产品网络营销 / 72

形态二：网络金融资产管理 / 75

形态三：网络小额贷款 / 76

形态四：网络消费金融 / 78

形态五：在线社交投资 / 80

形态六：金融产品搜索 / 83

形态七：金融在线教育 / 85

形态八：P2P 金融 / 86

形态九：互联网众筹 / 88

形态十：供应链金融 / 90

第六章 |

新金融3.0的四大应用场景

场景一：新金融 3.0+ 房地产 / 94

场景二：新金融 3.0+ 汽车 / 99

场景三：新金融 3.0+ 电商 / 108

场景四：新金融 3.0+ 农业 / 115

第七章 |

发展新金融3.0的四个关键词

关键词一：合规 / 124

关键词二：稳健 / 129

关键词三：科技金融 / 137

关键词四：普惠金融 / 143

第八章 |

新金融3.0的五大趋势

趋势一：监管趋严 / 150

趋势二：行业集中度提升 / 170

趋势三：行业内平台相互并购 / 173

趋势四：迎来集体转型期 / 176

趋势五：科技驱动未来 / 180

参考资料 / 183

后 记 / 184



第一章

新金融的变革： 从1.0时代到3.0时代

新金融经历了从1.0时代到3.0时代的变革：1.0时代是渠道金融，搭建跨地交易平台，以实现不同地域客户间的投融资需求相连接；2.0时代是技术金融，搭建跨业开放平台，以满足投资人对不同行业产品的需求，建立不同行业金融机构间的交易市场；3.0时代是创新金融，通过创新业务模式，达到超出预期的较高收益。新金融从1.0时代到3.0时代、从跨地到创新，这是一个很大的挑战和机遇。



1.0时代：通过网络渠道销售金融产品

新金融 1.0 时代，是互联网金融的开端。新金融 1.0 是在互联网渠道上售卖金融产品。互联网自身的开放、平等及低成本的特点，使其成为金融脱媒的一种优质途径，诸如基金公司、保险公司等金融机构在主要依托传统营销渠道的基础上，纷纷在其网站上开放了直销功能，使互联网能够成为金融产品的一种补充销售渠道。产品是传统金融产品，网络是渠道，网民是客户，制度是传统金融监管。

●新金融 1.0 时代：渠道金融

新金融 1.0 时代前期至中期，由于发展环境因素的影响，进程缓慢，却着实产生了一个极具革命性的变新，金融乘上了互联网的快车，互联网金融的跨地域性，开创了网络渠道金融的时代。而在这个时代的后期，互联网金融更频繁地出现在公众面前，也就是众多企业家创建了跨地域的互联网金融交易平台，使很多传统金融业务没有覆盖到的用户群体慢慢享受到了互联网 + 金融的利好。

在新金融 1.0 时代，余额宝让人们尝到了理财的乐趣。余额宝是蚂蚁金服旗下的余额增值服务和活期资金管理产品，于 2013 年 6 月推出。用余额宝管理现金，期限灵活、简单方便。除理财功能外，余额宝还可直接用于购物、转账、缴费还款等消费支付，是移动互联网时代的现金管理

工具。

正是由于余额宝的横空出世，拓展了大众理财的渠道，在余额宝强大的资金聚拢效应影响下，各大银行纷纷推出类余额宝产品以应对挑战，比如平安银行推出“平安盈”、民生银行推出“如意宝”、中信银行联同信诚基金推出“薪金煲”、兴业银行推出“兴业宝”和“掌柜钱包”等。这些银行系宝宝军团多为银行与基金公司合作的货币基金。不过，“宝宝”军团的出现，并未影响到余额宝作为中国第一大货币基金的地位。

●新金融 1.0 时代的特点

新金融 1.0 时代，仅仅发生了所有金融物质在互联网层面的物理移动，只是空间的移动，并不存在任何贷融双方的交互性，包括银行在内的诸多金融机构仍然是金融业的绝对主导者。从行业位置上看，财富拥有者在金融机构面前本质是处于乙方的弱势地位。简言之，新金融 1.0 时代的显著特点是，金融机构搭建跨地交易平台，以实现不同地域客户间的投融资需求相连接。

具体来说，新金融 1.0 时代具有以下特点，如表 1-1 所示。

表1-1 新金融1.0时代的特点

特点	说明
成本低	最开始大家认为线上化以后，获客的成本开始比较低，只是现在的线上获客成本也越来越高了
效率高	依托计算机网络服务，用户申请到放款、到资金服务，是非常快就能完成的
拓展快	这一点像余额宝2013年上线以后，短短的半个月时间就积累了几百万的用户，转入几十亿的资金，这在以往线下时代是难以想象的
监管、风控弱	在新金融1.0时代，P2P占据了整个互联网金融主题90%的业务，但监管、风控跟不上创新和扩张的步伐，“跑路”事件时有发生



2.0时代：通过网络平台定制金融产品

新金融 2.0 时代，人们称之为技术金融时代。随着移动互联网的快速发展，这一时期金融发展的速度，相较于新金融 1.0 时代的发展速度有着质变的差别。技术金融短短几年，最为直观的就是，通过搭建跨业开放平台，互联网金融平台拥有了更多的产品，可以满足更多用户群体的个性化需求，建立不同行业金融机构间的交易市场。在这一时期，互联网金融的交互体验得到了重视，以用户体验为基础的互联网金融也因此而达到空前繁盛的状态。

●新金融 2.0 时代：技术金融

新金融 2.0 时代，互联网企业频繁介入金融服务行业，依托于大数据制造金融产品，给社会大众带来更好的体验、更多的选择，也促进了传统金融机构的变革，增进了社会的整体福利。这里不得不提到与互联网金融无法分离的两个概念：大数据和云计算。这可以从新金融 2.0 时代的标志性产品招财宝中看出来。

招财宝于 2014 年 4 月正式成立，是蚂蚁金服旗下开放的金融信息服务平台。基于大数据、云计算的优势能力，招财宝连接了个人投资者与中小企业和个人融资者，为投融资双方提供居间金融信息服务；同时，还与银

行、保险等金融机构和担保公司合作，由金融机构和担保公司来为借款项目提供专业的风险管控和增信措施服务。

一方面，中小企业和个人可以通过招财宝平台发布借款产品，并由金融机构或担保公司等作为增信机构提供本息兑付增信措施。另一方面，投资人可以根据自身的风险偏好选择向融资人直接出借资金。招财宝公司以严格遵守法律法规和监管政策为前提，不发布任何理财产品或借款项目，不设立资金池，亦不为交易各方提供担保。

招财宝和余额宝作为“兄弟品牌”，与支付宝一样，同属于蚂蚁金服旗下，满足了用户多样化的理财需求。招财宝定位于金融信息服务平台，并基于蚂蚁金服集团的金融大数据、云计算基础能力，在融资人与投资人之间提供居间金融信息服务，以帮助各方完成投融资交易信息撮合。

●从“单向供给”转为“大众定制消费”

从“单向供给”转为“大众定制消费”，是新金融 2.0 时代的特点。这一转变的背后，必须依赖于互联网企业的海量数据，以及对客户行为的大数据分析，并从中挖掘出“消费金融”客户的真实需求。

2014 年 9 月 23 日 10 点 28 分，“百发有戏”一期产品在百度百发开卖。后台显示，两分钟内意向认购就达到 1500 万。最终，该产品实际销售 18 002 360 元，超过原定募集目标。这一产品的成功认购意味着为消费者量身定制需求这一模式的成功，也或将作为未来金融机构互联网金融的着力点。

作为国内首单互联网消费信托产品，该产品赋予了双重信托设计模式：消费信托加金融信托。用户不仅可以享受到“百发有戏”提供的各种影片消费特权，还有望获得 8%~16% 的权益回报。



虽然是百度搭台，也得有人唱戏。为“百发有戏”设计产品架构的是中信信托。作为首单土地流转信托、首单消费信托的出品人，中信信托认为消费信托前景大有可为。借力网络众筹平台，是中信信托未来推广“消费信托”的切入点。“百发有戏”只是一个品类。从2014年年初开始，中信信托与百度就消费权益信托方案进行了商业交流。在综合分析了目前众筹业态的种种现实环境后，为解决众筹模式中的资金监管、消费者权益管理等问题，最终确定了以“消费众筹”作为依托。

此次与百度联手的中信信托，未来将与互联网公司一起推广互联网消费信托的创新产品。中信信托将根据消费者的消费需求，借助互联网消费信托平台，量身定制各种消费权益，比如农产品权益、教育权益、医疗权益等。他们还计划在互联网金融、文化娱乐产业、农业食品、养老养生、健康度假、艺术品及红酒等领域陆续展开探索和复制。

金融机构首次在产品设计中介入，改变了“余额宝”诞生至今，互联网金融产品的主要角色只是充当金融机构“渠道”的作用。事实上，互联网的创新精神及金融机构的专业性，将不断扩展传统金融消费的外延，重塑消费金融新格局。这种强强联手的模式一旦验证可行，其触角或将延伸至多个传统产业。

3.0时代：通过互联网创新业务模式

“互联网 + 金融”产生的新金融在经历了渠道金融和技术金融之后，现在处于一个模式创新的互联网金融时代，只有最先洞察才能把握先机。在新金融时代，通过结构化资产配置，整合不同的金融资产和投资策略，可以达到超出预期的较高收益。

●新金融 3.0 时代：创新金融

新金融 3.0 时代，行业专家表示应该称之为创新金融。这里提到的创新，不仅是指技术方面的创新，更应该是模式的创新和业务的创新。经历了 1.0、2.0 两个阶段的发展、现在走“一站式”路线的京东金融就是很好的例子。

京东金融 APP1.0 版本最初采用的是理财精品“闪购”模式；APP2.0 版本以丰富产品种类为主，搭建全梯度的理财平台；APP3.0 版本涉及理财 + 消费，旨在伴随小白用户一起成长。经过全面迭代，将理财、白条、众筹频道提升至一级导航栏，进一步丰富了场景和服务的同时，让页面更为清新简洁。

京东金融 APP3.0 定位为“一站式金融生活移动平台”，涵盖了目前理财 + 消费的金融产品。在整个金融生态中，京东金融可谓布局完整，并首次披露大金融体系，旗下的白条、众筹、理财等业务已经通过一个账户体



系融会贯通，实现了一体化。

移动金融已经成为京东金融第一大战略。在移动金融时代，京东金融 APP 通过对用户喜好的大数据分析，创新多样化的专业社交功能，真正将移动产品化，而不是简单将一个个金融产品移动化。

●新金融 3.0 破解“资产荒”

相较于最初新金融 1.0 和新金融 2.0，新金融时代的内外环境可谓是发生了翻天覆地的变化，出现了一些新玩法。

以新金融 3.0 最鲜明的代表 P2P 网贷为例。一方面，在国家鼓励和监管政策逐渐明朗的背景下，P2P 平台数量及规模成燎原之势迅猛增长。另一方面，P2P 行业同质化竞争日趋白热化，“资产荒”成为业内普遍存在的问题，甚至部分 P2P 平台出现“资金站岗”的现象。由此可见，脱离“草莽时代”的 P2P 行业会迎来更大的投资人涌入潮，市场潜力巨大。但是，高涨的理财端需求与资产端开发滞后之间的矛盾，或将制约未来 P2P 行业的发展。

对此，有分析人士称，随着国内 GDP 增速放缓，经济结构进入深度调整期，中小企业的借贷需求萎缩；同时央行降息降准、银监会取消银行存贷比等政策使市场流动性得到补充，引导传统金融机构扩大“三农”、小微企业信贷投放，这些因素都促使 P2P 放贷市场进一步受到挤压。

在新金融时代下，P2P 平台在资产端的创新能力越来越重要。如果把新金融 3.0 作为一个售卖平台，创新应该是在资产端，这个端口将要变成一个核心、创新点，在互联网信息越来越对称的前提下，特别是做金融产品，它的核心价值不是往上走，而是往下沉淀到生产或商业的整合。为了维护投资热情，现在不少 P2P 平台已经开始发力资产端。它们有的从线上走向线下，在全国范围内加速布局网点以获取更多的贷款需求；有的转型为理

财超市，涉足基金、保险、信托的销售；有的尝试引入海外优质资产；有的则深耕垂直细分领域与产业链深度融合。

与此同时，随着经济下行压力增大，小微企业融资日益困难，加快融资模式创新，拓宽融资渠道，提高融资效率显得尤为重要。

智能整合平台“开单王”（一款创新信贷 APP，信贷经理甩单、接单、找同行、找活动、拓人脉尽在掌握，在移动端通过开单王 APP 完成各项业务操作）通过整合信贷员、理财等金融从业人员，以及数百家金融机构，激发资金供需双方的活力，促进金融资源更高效的配置。同时，促成投融资双方精准快速对接，实现市场信息的公开透明，为小微企业降低融资成本。开单王的使命是打造一个“有单立接，来单必成”的一站式新金融 3.0 信贷服务平台。开单王 CEO 郑睿认为，随着金融去监管化、投资人大众化的发展，后 P2P 时代成为过度金融自由化的红海。小微贷款融资市场呈现出高度竞争状态，P2P 网贷为代表的新金融 3.0 迅速崛起，成为银行、小贷、担保公司等传统金融机构为主的市场的搅局者。

事实上，P2P 行业实现可持续发展，有赖于金融产业布局及整个行业服务体系的完善，从而使沉淀在民间的资金有效地流通到实体领域，撬动不同的资本为产业服务。在这一过程中，普通投资人通过新金融 3.0 获得收益，企业“融资难”的痛点也得以解决。

● 新金融 3.0 时代的金融发展方向

新金融作为金融与互联网的结合，在短短的几年时间，从初始“宝宝”类产品的上线，到各新金融 3.0 平台的与日俱增，再到新金融 3.0 的产业化和跨境互联，新金融 3.0 的发展经历了截然不同的时代。

在新金融 3.0 时代，产业转型升级必然金融化，做产业必然会与金融接轨，必须以金融谋划产业转型升级，无论是并购、重组都是在利用金融重