

# 2018-2019中国金融科技 专题研究报告

互联网+

iiMedia Research



本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
  - 政府数据与信息
  - 行业公开信息
  - 企业年报、季报
  - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



# 目录

1

2018中国金融科技市场发展现状分析

2

2018中国金融科技主要细分领域分析

3

2018中国金融科技综合平台典型案例分析

4

中国金融科技发展趋势分析

01

## 2018中国金融科技市场发展现状分析



# 金融科技-定义、分类与优势

## • 金融科技的定义：

金融科技（Financial Technology）可以理解为科技在金融领域的应用。科技与金融的结合在创新金融产品和服务模式、改善客户体验、提升服务效率、降低交易成本方面都有所突破。近几年，金融科技成为全球投资人和创业者聚焦的热点产业。

## • 金融科技的分类：

### ①支付结算类：

包括面向个人客户的小额零售类支付服务和针对机构客户的大额批发类支付服务。

### ②存贷款与资本筹集类：

主要包括P2P网络借贷和股权众筹，即融资方通过互联网以债权或股权形式向投资者募集资金。

### ③投资管理类：

主要包括智能投资顾问和电子交易服务，前者是智能化理财，后者是提供各类电子化证券、货币交易。

### ④市场设施类：

客户身份认证、多维数据归集处理等基础技术支持，以及分布式账户、大数据等技术基础设施。

## • 金融科技的优势：

覆盖范围更广

可应用大数据分析

用户能够随时随地使用

智能科学配置资产

# 金融科技行业图览

支付结算类：

电子支付



投资管理类：

现有金融机构延伸产品



智能投顾



私人财富管理平台



存贷款与资本筹集类：

供应链金融



互联网消费金融



任性贷  
任性付

综合类：



注：未穷尽所有企业，logo露出不涉及排名

## 金融科技1.0:

金融科技的萌芽期（1980-1989年）

金融科技1.0时代，金融公司内部设立IT部门，将信息技术软硬件设备用于金融业务当中，意在压缩运营成本，提高金融业务部门服务效率。

- 1990年代 移动支付出现
- 1992年 美国第一家互联网经纪商成立
- 1995年 第一家互联网银行成立
- 2003年 互联网众筹出现
- 2005年 第一家P2P贷款平台上线

## 金融科技3.0:

金融科技的爆发期（2011-至今）

金融3.0时代下，科技已经是金融科技中的基础元素。更多的新兴技术被融合到金融科技中，用于防控风险、挖掘长尾用户。

1980年

美国华尔街开始使用金融科技这一名词

1980年代末期

直销银行出现，进入金融科技1.0时代

## 金融科技2.0:

金融科技的起步期（1990-2010年）

在金融科技2.0时代，金融与科技开始独立。有科技公司建设专门的金融系统或平台，开启互联网金融时代。

2015年2月

ApplePay正式登陆中国

2017年

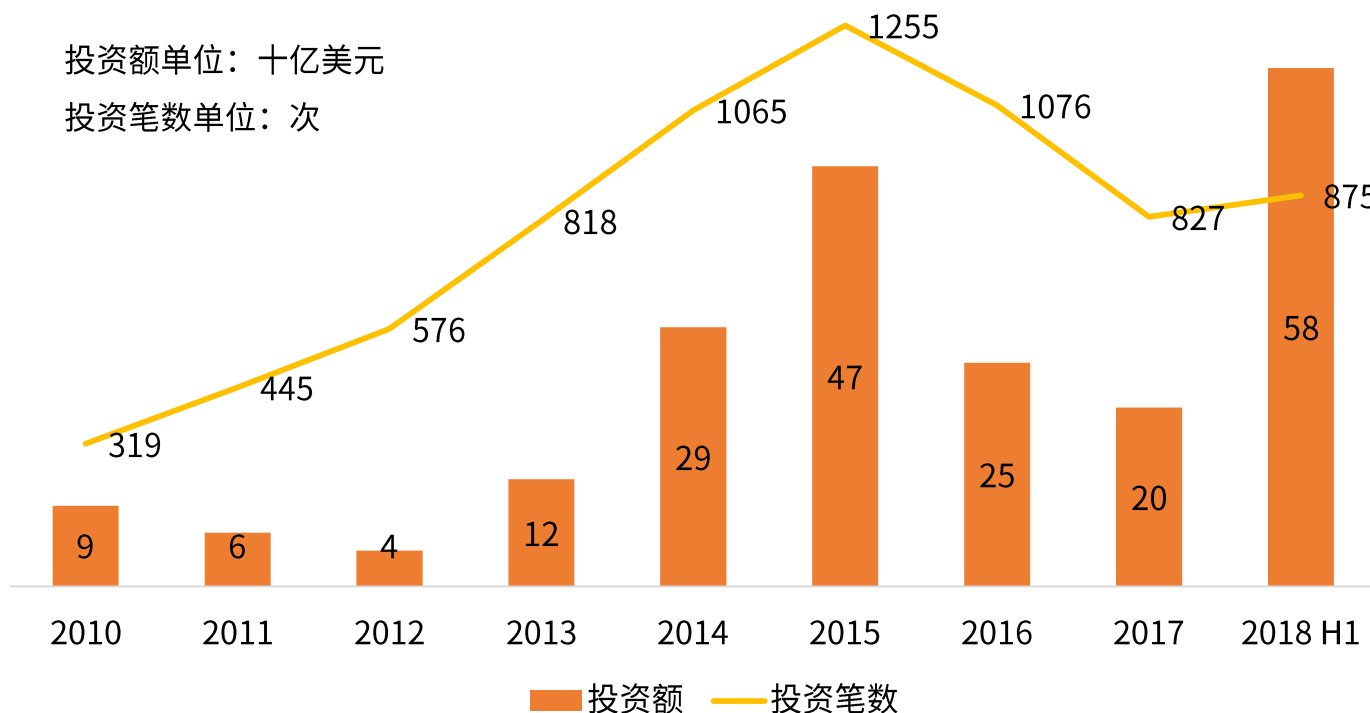
蚂蚁金服的余额宝成为全世界规模最大的货币市场基金

2018年

截至上半年，全球金融科技投资共计875笔

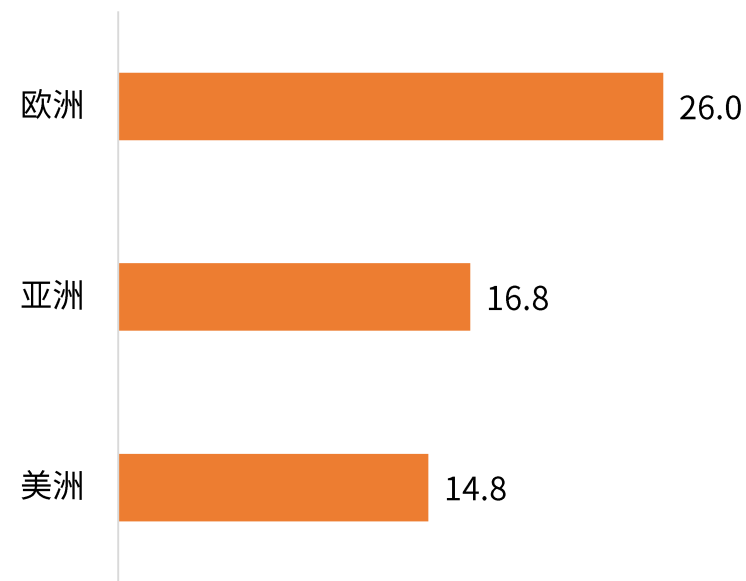
# 全球金融科技-发展现状

## 2010-2018全球金融科技投资情况



## 2018年全球三大洲投资金额数目

投资额单位：十亿美元



全球金融科技投资在2014年有高速的增长，在2015年达到了顶峰。2015年全球金融科技投资笔数达到了1255次，而2015年后，全球资本市场对金融科技的投资热情有所减弱。从全球投资的分布来看，欧洲地区的投资额最高，达到260亿美元，而亚洲美洲分别以168亿美元和148亿美元位列其后。

数据来源：PitchBook、艾媒咨询

# 中国金融科技-发展历程



# 中国证券投资基金业资产管理情况

公募基金规模：13.36万亿元

基金管理公司及其子公司管理业务：11.72万亿元

私募基金管理机构业务规模：12.80万亿元

证券公司资产管理业务规模：14.18万亿元

期货公司资产管理业务规模：1676亿元

中国基金管理公司及其子公司、证券公司、期货公司、私募基金管理机构资产管理业务总规模约52.23万亿元。

2018年，中国基金管理公司及其子公司、证券公司、期货公司、私募基金管理机构资产管理业务总规模约52.23万亿元。艾媒咨询分析师认为，目前证券投资基金行业的业务规模已经基本稳定，基金管理公司、证券公司等企业应该寻求与科技的结合，发展线上基金产品，提高业务运营的效率。

注：统计截止2018年9月30日 数据来源：中国证券投资基金业协会、艾媒咨询

# 中国银行业理财市场情况

2017年监管部门以守住不发生系统性风险的底线为基本前提，以推动银行理财回归代客理财的资管业务本源为宗旨，加强监管，积极引导产品转型。银行业理财市场运行总体平稳，主要指标保持稳定，呈现出稳健发展的良好态势。艾媒咨询分析师认为，在加强的监管背景下，银行业理财产品可以结合互联网与新技术来增强系统性风险的控制强度。



银行

562家银行有存续的理财产品  
9.35万只

三类  
主要投资



理财资金

理财资金账面额达  
29.54万亿元

债券

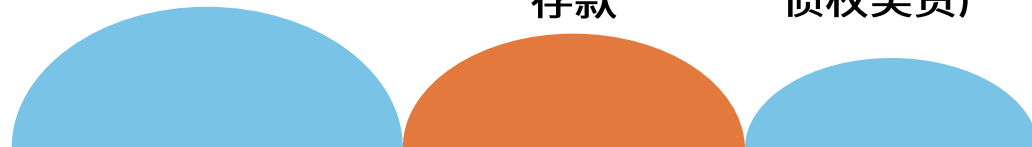
银行  
存款

非标准化  
债权类资产



累计资金

累计募集资金  
173.59万亿元

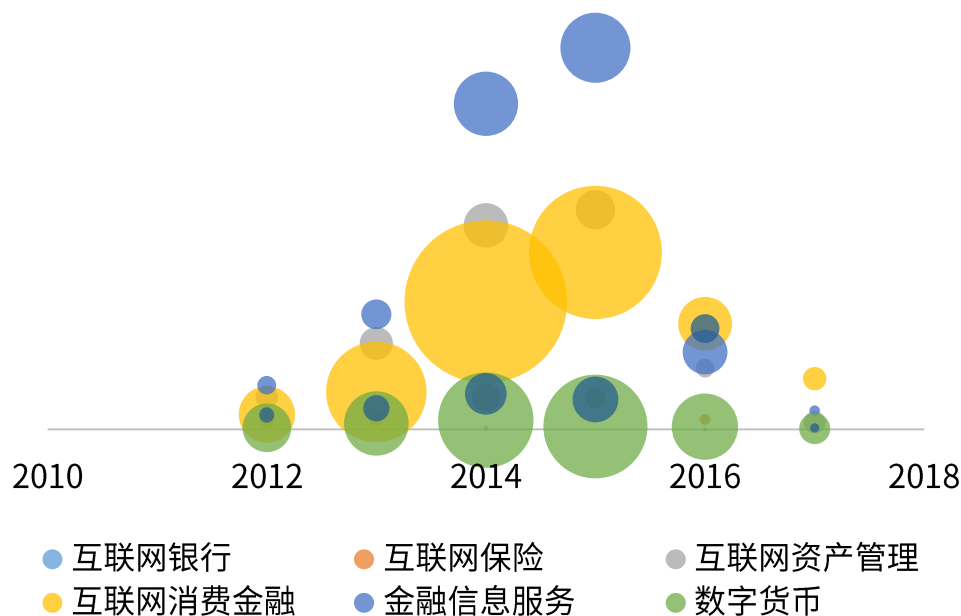


注：统计截至2017年底，数据来源于公开数据

# 中国金融科技公司迎来上市热潮

- 2017年11月到2018年，中国金融科技公司迎来五年来第二次上市热潮。根据艾媒咨询的不完全统计，截至2018年12月，近一年在境外证券市场上上市的公司有13家，首次公开发售的融资规模接近25亿美元。公司IPO最大规模达8.6亿美元。
- 金融科技的发展下，传统银行面临业务竞争压力，急切需要思考如何应用金融科技突围。

## 2012-2017年中国互联网金融各 领域注册公司数量



## 2017-2018年中国金融科技公司境外上市情况

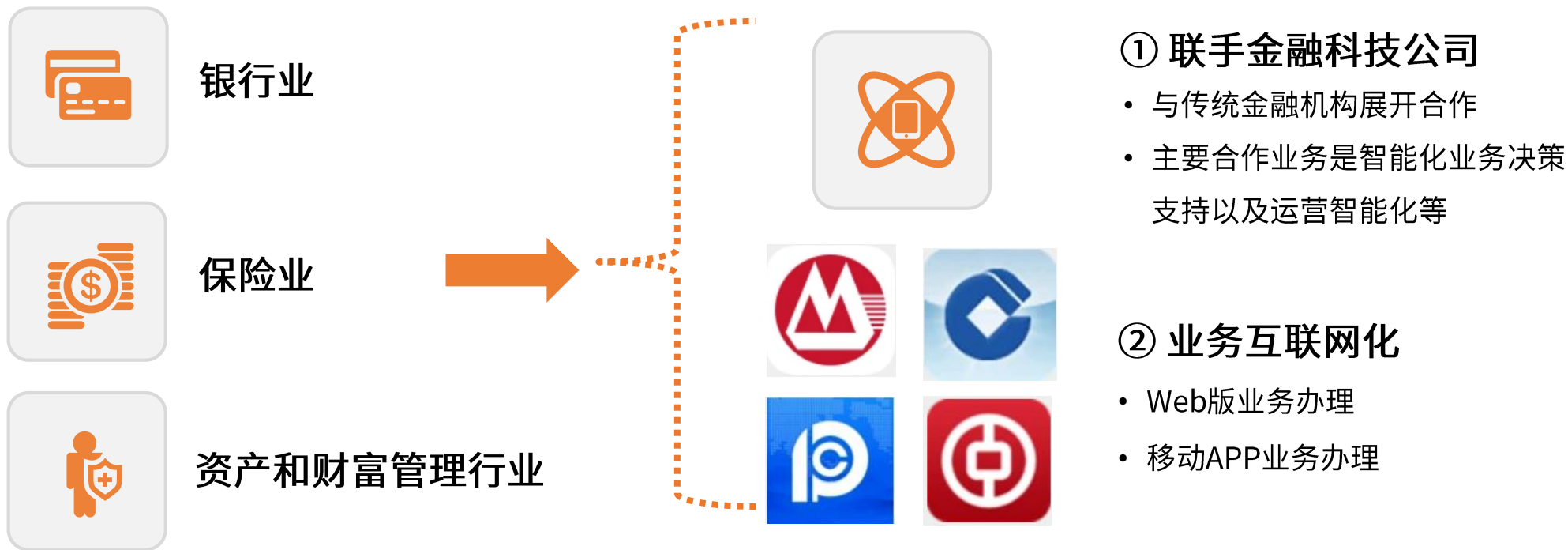
金融科技公司	上市时间	上市地点	IPO融资规模 (亿美元)
拍拍贷	2017年11月10日	美国	2.2
融360	2017年11月16日	美国	1.8
易鑫集团	2017年11月16日	香港	8.6
乐信集团	2017年12月21日	美国	1.1
点牛金融	2018年3月20日	美国	0.1
汇付天下	2018年6月15日	香港	2.2
维信金科	2018年6月21日	香港	1.8
51信用卡	2018年7月13日	香港	1.4
灿谷金服	2018年7月27日	美国	0.4
小赢科技	2018年9月21日	美国	1.6
品钛科技	2018年10月25日	美国	0.6
泛华金融	2018年11月13日	美国	0.02
360金融	2018年12月14日	美国	0.5

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）



# 中国金融科技发展特点

## 科技全面赋能传统金融机构转型：

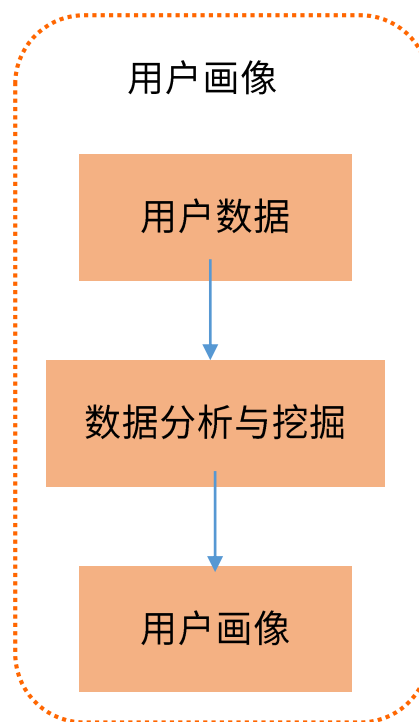


中国金融科技市场的主要发展特点是：科技全面赋能传统的金融机构转型。由于中国金融科技行业相较于发达国家起步较慢，传统企业转型压力大，需要结合科技提升运营效率、进行业务决策支持。艾媒咨询分析师认为，金融科技公司与传统金融机构合作应该得到加强，发挥各自的长处，提升金融产品服务效率。

# 中国金融科技-技术应用情况

阶段	技术	人工智能	云计算
数据采集/传输		——	提升采集数据的规模 提升采集数据的速度
数据安全/存储		——	提升存储数据的规模
数据加工		——	提升整理清洗数据的规模
数据分析		提升分析数据的规模 提升分析数据的准确度	提升分析数据的规模 提升分析数据的准确度
数据呈现/决策		提升数据决策的规模 提升数据决策的准确度	提升数据决策的速度

## 大数据的应用



## 区块链的应用

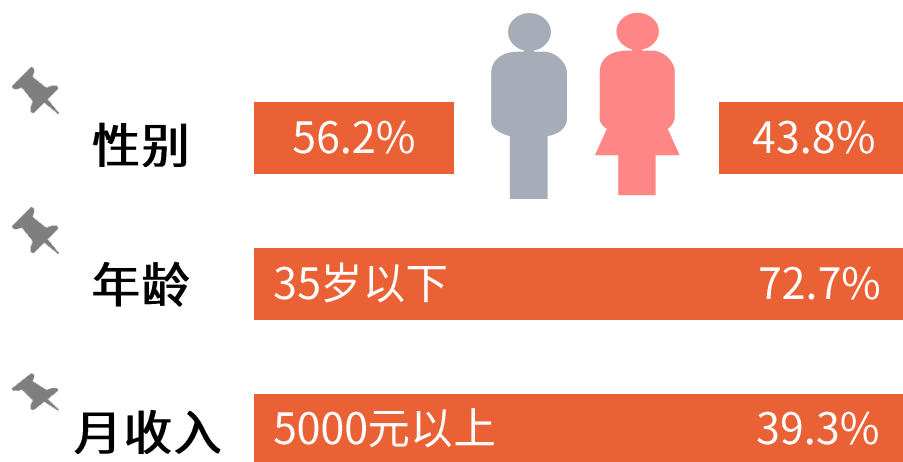


新技术在金融科技领域的应用除了在数据处理、存储、分析、决策等过程外，还应用于风险防范、用户画像与识别方面。而除了AI、区块链等技术，生物体征识别等技术也被应用于金融科技领域。如使用生物体征识别来进行无感知支付，建立模型体系与图谱系统来识别群体性金融欺诈、降低金融风险。

# 中青年男性是互联网金融平台主力用户群

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国互联网金融用户以男性为主，占比达到56.2%。35岁以下的用户占比高达72.7%。艾媒咨询分析师认为，偏好使用互联网平台所提供金融服务的用户年龄层集中在35岁以下，该部分用户对互联网产品使用有较高的接受能力。未来随着互联网与金融结合加深，互联网金融产品有望覆盖更多高年龄层的人群。

## 2018中国互联网金融用户画像



中青年男性为主

数据来源：艾媒北极星互联网产品分析系统 (bjx.iimedia.cn)

## P2P行业出现暴雷潮

2018年6月15日，累计交易额超过750亿元的P2P平台“唐小僧”因涉嫌“非法吸收公众存款罪”被上海市公安局浦东分局经侦支队立案调查，唐小僧“爆雷”很快引发了“连锁反应”。至2018年7月中旬，逾百家P2P平台相继出现资金链断裂或负责人跑路的情况。

## 非银行支付机构监管加强

根据《中国人民银行关于非银行支付机构开展大额交易报告工作有关要求的通知》（银发〔2018〕163号）和《互联网金融从业机构反洗钱和反恐怖融资管理办法（试行）》，2019年1月起，非银行支付机构的大额交易及流水异常将接受央行监控管理，互联网金融机构也要建立健全大额交易和可疑交易监测系统。

## 支付巨头抢滩刷脸支付

2018年12月，银联正式对外宣布推出刷脸支付业务，支付宝推出商家接入成本较低的刷脸支付产品“蜻蜓”。在此之前，微信也已在深圳、南京等零售商户上线微信“刷脸”支付终端，支付巨头纷纷布局刷脸支付的商业化落地。

02

## 2018中国金融科技主要细分领域分析

# 2.1 消费金融

# 互联网消费金融概念及特点

- **互联网消费金融定义：**

互联网消费金融是在互联网信息技术的基础之上，为满足消费者更高的消费需求、解决原先传统消费金融模式所带来的各种消费限制与不便的金融服务，具体为资金供给方为满足消费者在住房、购物、娱乐、工作等方面不断扩大的需求而通过互联网向消费者提供消费贷款的金融服务模式，主要类型为向消费者提供小额贷款或分期付款。

- **互联网消费金融的优势：**

覆盖更多用户

交易成本更低

风控数据获取渠道更广泛

获客成本更低

- **互联网消费金融面临的挑战：**

牌照获取门槛高

风险承担能力低

# 互联网消费金融发展动力：政策、技术推动

艾媒咨询分析师认为，在政策和技术两方面的积极影响下，消费金融已深入各电商平台，消费金融行业发展态势良好且空间巨大，或成推动中国互联网金融行业发展主力。



## 政策环境分析

- 2013年11月，十八届三中全会通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，文件指出，要发展普惠金融、鼓励金融创新、丰富金融市场层次和产品
- 2015年以来，国家大力整顿互联网金融行业，尤其是现金贷业务
- 2016年，《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》出台
- 2017年，关于规范整顿“现金贷”业务和网络小额贷款业务的法规陆续颁布
- 2018年8月18日，中国银保监会印发《关于进一步做好信贷工作，提升服务实体经济质效的通知》，支持积极发展消费金融，以增强消费对经济的拉动作用



## 技术环境分析

中国80、90后成消费主力，个性化、超前化消费观念普及渐成趋势，互联网消费金融布局旅行、婚庆、家居、教育、农业各生活场景。基于各消费场景，利用人工智能、大数据、区块链、云计算等金融科技手段，消费金融平台可分析客户购物数据及信用信息。与金融机构的进一步合作使消费金融行业得以稳定、安全发展。

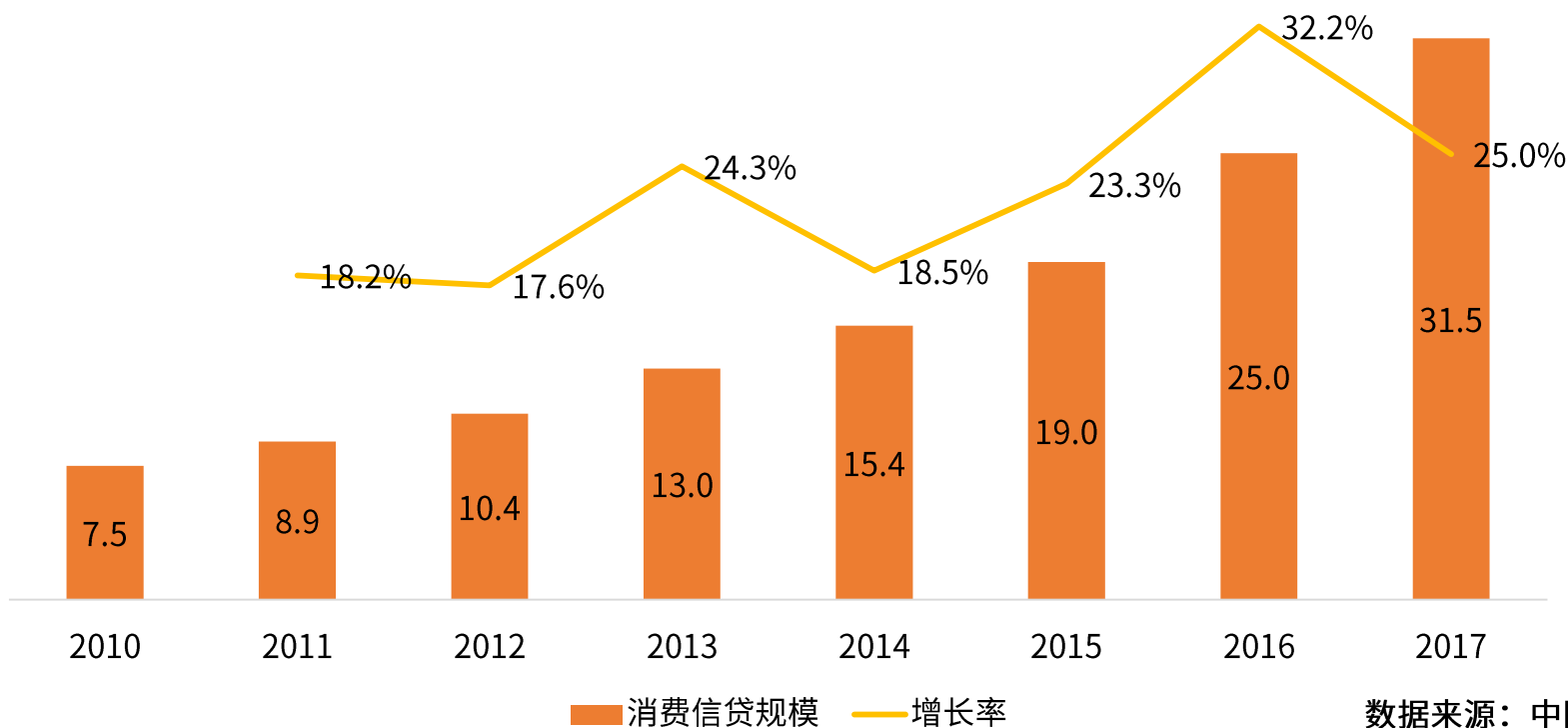


# 中国消费信贷规模平稳增长

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国消费信贷规模自2010年来稳步发展。从2010年至2017年，每年均以15%以上的增长率发展，从2010年的7.5万亿元已经发展至2017年的31.5万亿元。艾媒咨询分析师认为，消费者通过信贷进行提前消费的习惯逐渐养成，消费信贷规模也稳定增长，而互联网消费金融能够惠及更多消费者且授信使用更为便捷，未来互联网消费金融发展有望进一步加速。

规模单位：万亿元

## 2010-2017中国消费信贷规模及预测



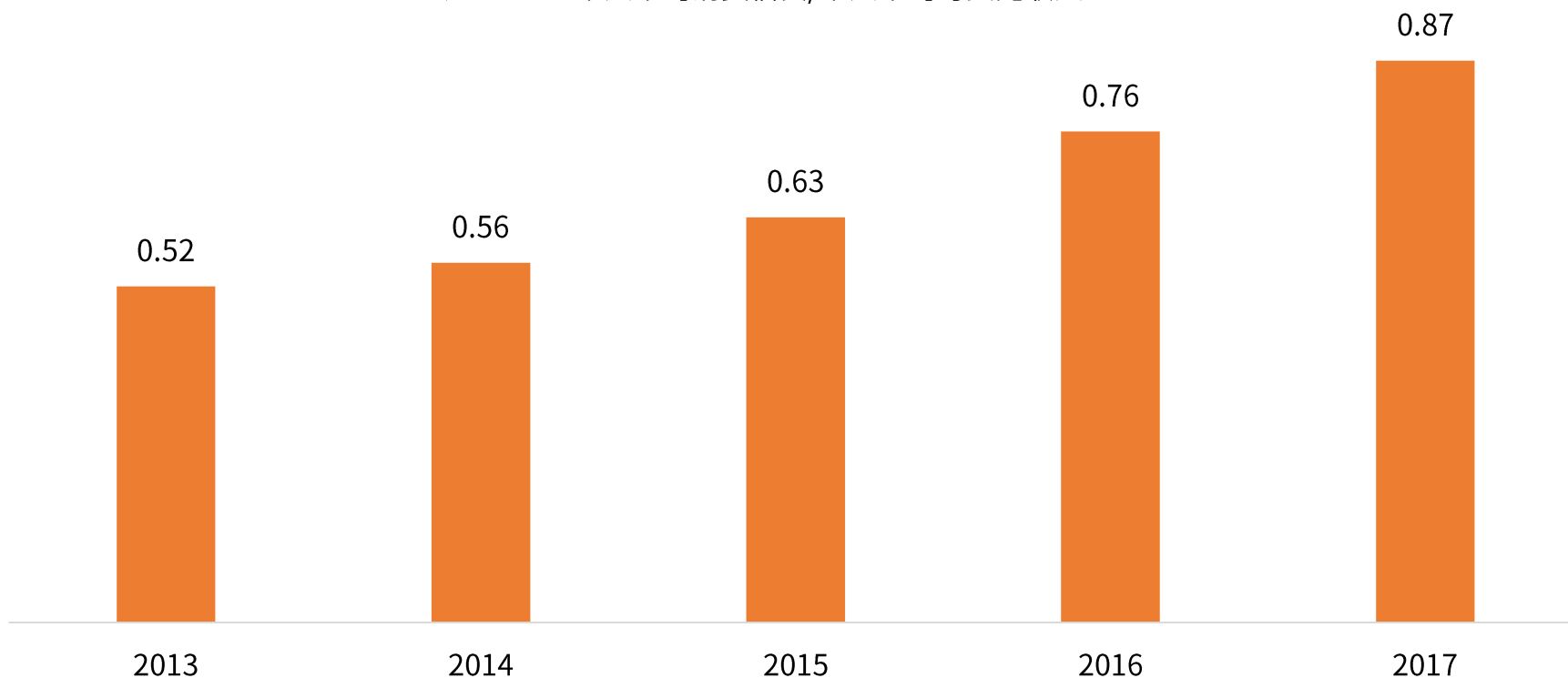
数据来源：中国人民银行、艾媒咨询

# 中国居民个人消费信贷强度平稳增长

中国人民银行数据显示，中国居民个人消费信贷强度CCI（个人平均消费信贷/个人平均可支配收入）在2017年增长至0.87。艾媒咨询分析师认为，个人消费信贷强度的提高，意味着消费金融在消费市场的渗透程度在不断加深，消费信贷规模和个人消费信贷强度的快速增长均体现互联网消费金融市场发展具有巨大的潜力。

## 2013-2017年中国居民个人消费信贷强度

注：CCI：个人平均消费信贷/个人平均可支配收入



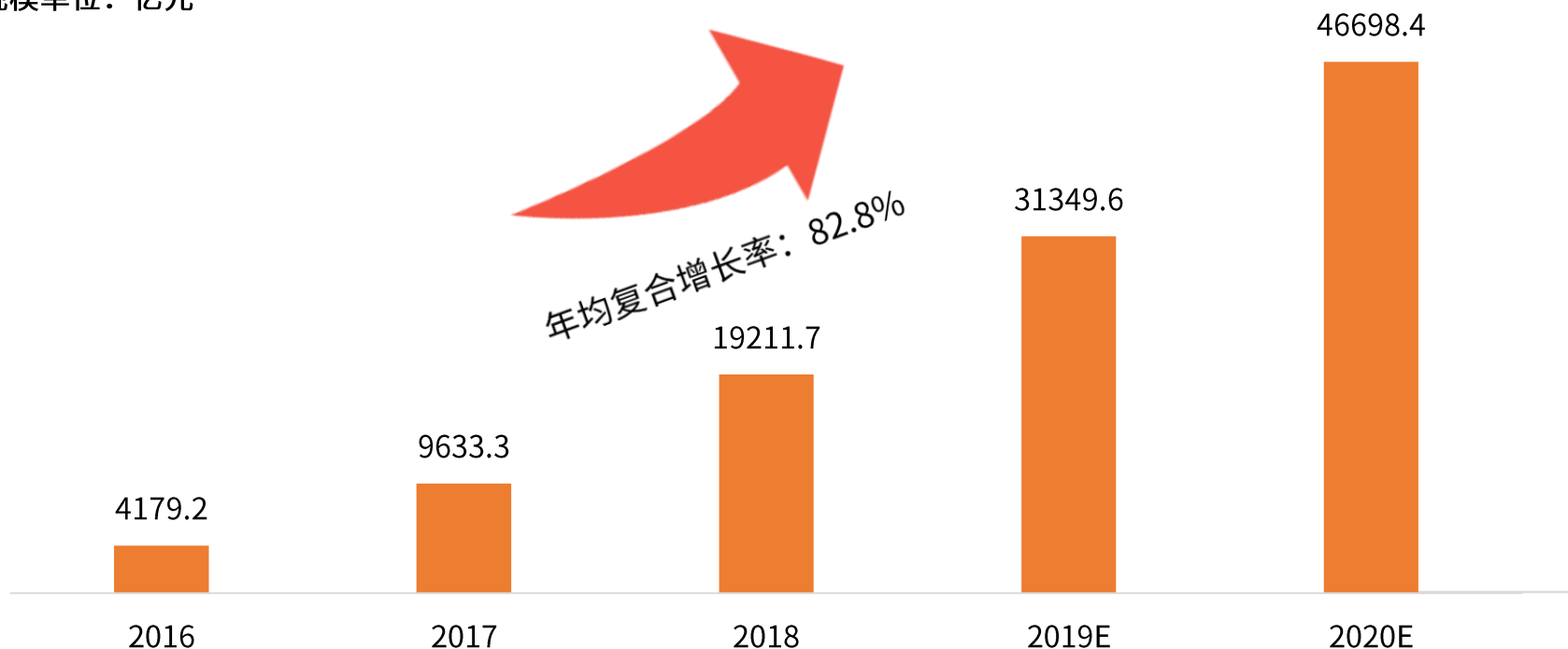
数据来源：中国人民银行、艾媒咨询

# 中国在线消费金融市场发展迅速

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国在线消费金融市场近年发展迅速，根据2016-2020年在线消费金融市场规模和预测结果，预计消费金融市场规模年均复合增长率为82.8%；2018年市场规模为19211.7亿元，2019年更有望突破30000亿元关口。艾媒咨询分析师认为，近年移动互联网及大数据技术日益成熟促进互联网消费金融的高速发展，互联网消费金融产品应该多探索与新技术的结合，发挥其相比传统消费信贷的科技优势。

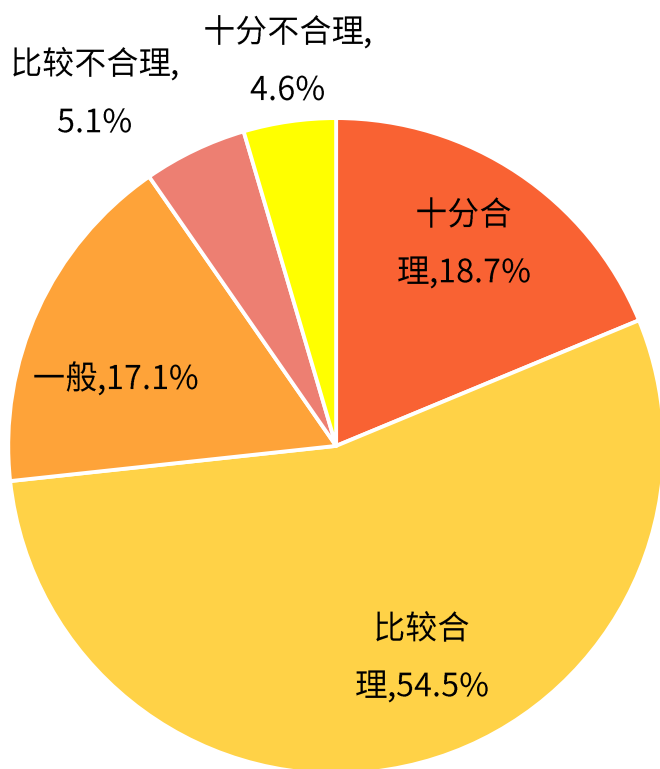
## 2016-2020中国在线消费金融市场规模及预测

规模单位：亿元



数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

## 2018中国在线消费金融用户关于产品 授信额度制定合理程度评价调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，73.2%的受访用户认为目前在线消费金融产品对于用户的授信额度制定合理，其中认为十分合理的用户占比达到18.7%。艾媒咨询分析师认为，在线消费金融服务提供商通过用户线上消费和行为大数据的积累，能更好地对其信用状况进行评估，授信额度的制定相较传统消费金融产品更为合理，在做好风控的同时能有效刺激用户消费欲望，得到较高的认可度。

样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

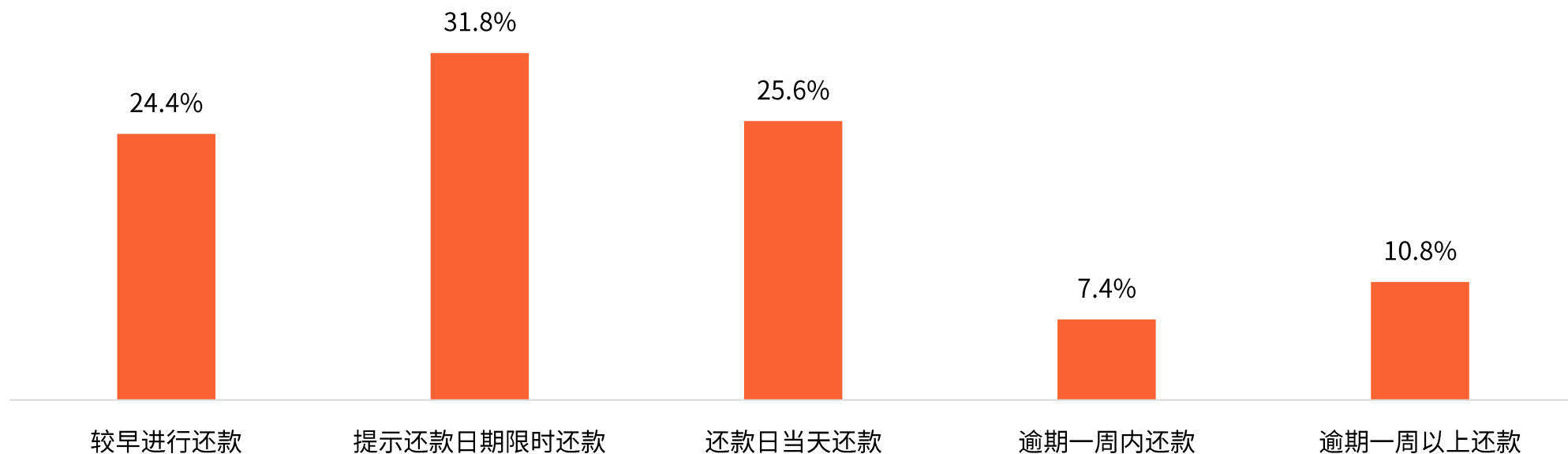
样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 超八成在线消费金融用户能按时还款

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，81.8%的受访用户表示能按时还款，其中在提示还款日准备到期时进行还款的用户占比达31.8%，而较早进行还款的用户占比也达到24.4%。逾期还款的受访用户中，7.4%表示会在逾期一周内进行还款。艾媒咨询分析师认为，企业愈发倾向于结合消费者线上行为进行征信，线上信用体系的建设能够更有效地降低互联网消费金融企业的运营风险。另一方面，用户逐渐养成良好的金融产品使用习惯也进一步促进在线消费金融行业稳健发展。

## 2018中国消费金融用户产品还款时间调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

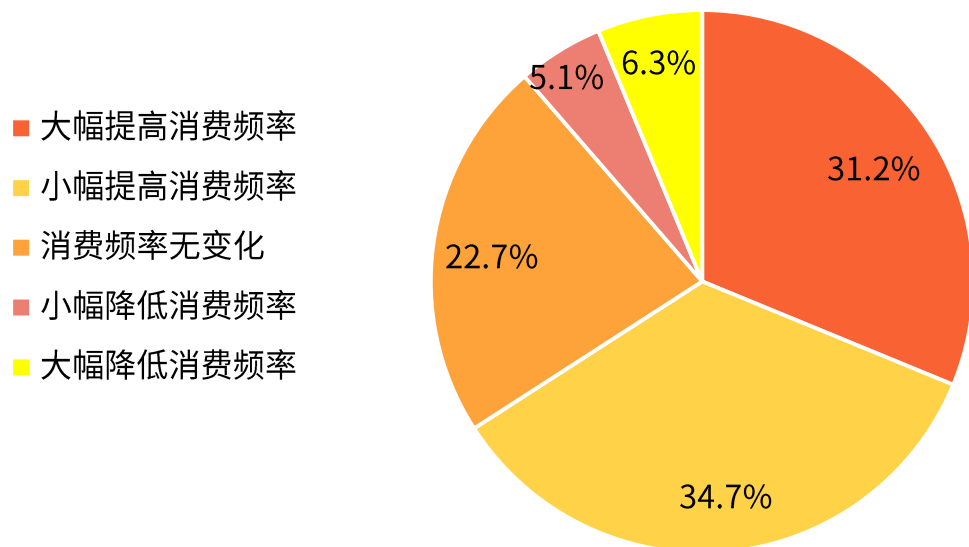
样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

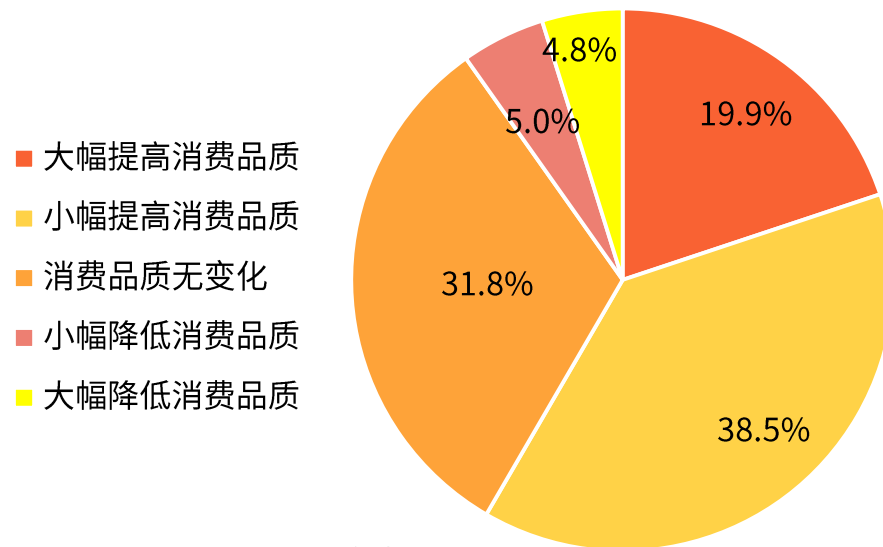
# 用户普遍认为在线消费金融产品促进消费

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超六成受访用户认为使用在线消费金融产品后其消费频率得到了提升，其中31.2%认为消费频率大幅提高了。此外，有58.4%的受访用户认为使用在线消费金融产品后其消费品质得到了提升。艾媒咨询分析师认为，在线消费金融产品通过互联网具体消费场景为用户提供服务，能覆盖至更多领域，且较低的授信门槛也使其能惠及传统消费金融产品不能触及的用户群，对消费者消费质量的提升有较为显著的帮助。

## 2018中国在线消费金融用户产品使用后 消费频率变化情况调查



## 2018中国在线消费金融用户产品使用后 消费品质变化情况调查



注：消费品质变化指消费高价格、大品牌商品频率变化情况

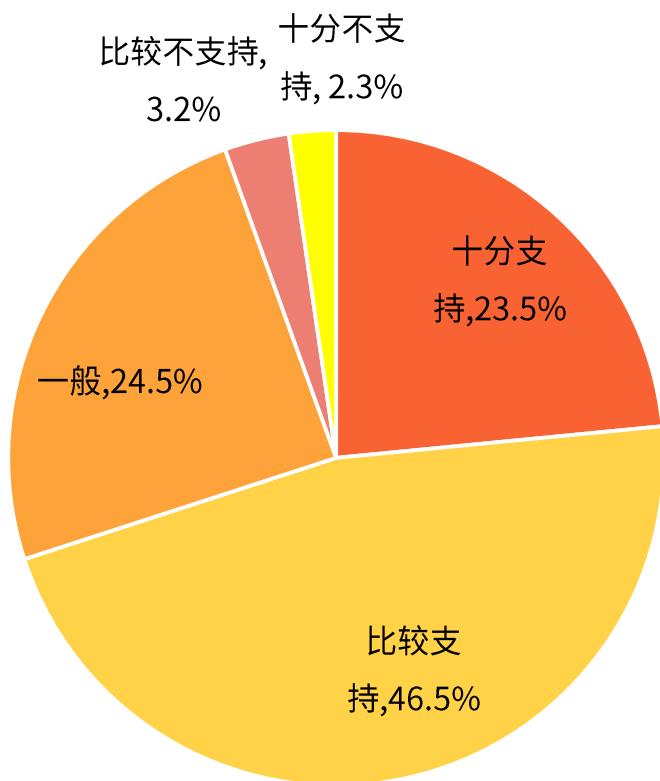
样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 七成用户支持在线消费金融行业发展

## 2018中国网民关于在线消费金融行业发展态度调查



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 受访网民普遍支持在线消费金融行业发展, 表示十分支持及比较支持的受访网民占比达到70.0%。艾媒咨询分析师认为, 随着消费者分期付款消费、提前消费的观念养成, 门槛更低、服务应用更灵活的在线消费金融产品更符合用户使用需求, 未来互联网金融企业、电商平台、以及线下传统金融机构加强在线消费金融产品布局的趋势将更趋明显。

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (Strawberry Pie)

样本量: N=1748; 调研时间: 2018年12月

数据来源: iiMedia Research (艾媒咨询)

## 2.2 供应链金融



# 供应链金融概念

供应链金融是一种通过把贸易各方参与者连接起来，围绕核心企业，管理上下游中小企业的资金流和物流，提供灵活运用  
的金融产品和服务，以降低融资成本和提高业务效率的融资服务。



艾媒咨询分析师认为，中小微企业是中国经济市场重要组成部分，但该类企业较难满足传统金融服务贷款融资的门槛要求，其发展运营收到约束。供应链金融服务的出现，围绕核心企业整合供应链条，以核心企业信用为链条金融服务提供重点，并能有效掌握上下游企业“三流”（物流、信息流、资金流）信息，能够降低中小微企业授信门槛，有效提高产业链条整体运营效率，促进经济发展。

# 融合互联网，供应链金融效率提升

## 供应链金融传统主导企业及其局限



**银行：**业务延伸困难、审批流程繁杂、审批时间长



**其他资金端机构：**资金量小、风险防范能力较弱



**第三方物流企业：**金融业务操作熟练度低、风控评估能力较弱



**核心企业：**承担风险更高、操作内部监管需要加强



## 互联网平台提供供应链金融服务



电商平台



第三方支付平台



P2P网贷平台

供应链金融服务虽然能有效惠及中小微企业融资，但仍存在效率较低等问题。随着技术发展，融合互联网发展的供应链金融服务迎来效率提升，进一步发挥其优势。目前主要有电商平台、第三方支付平台、P2P网贷平台提供供应链金融服务，互联网平台发展供应链金融服务，其**优势主要在于灵活性提高**，且结合企业线上电子信息能更**有效提升风控能力**，降低风险。互联网平台往往联合金融机构资金，**降低资金压力的同时帮助传统金融机构线上化转型**。

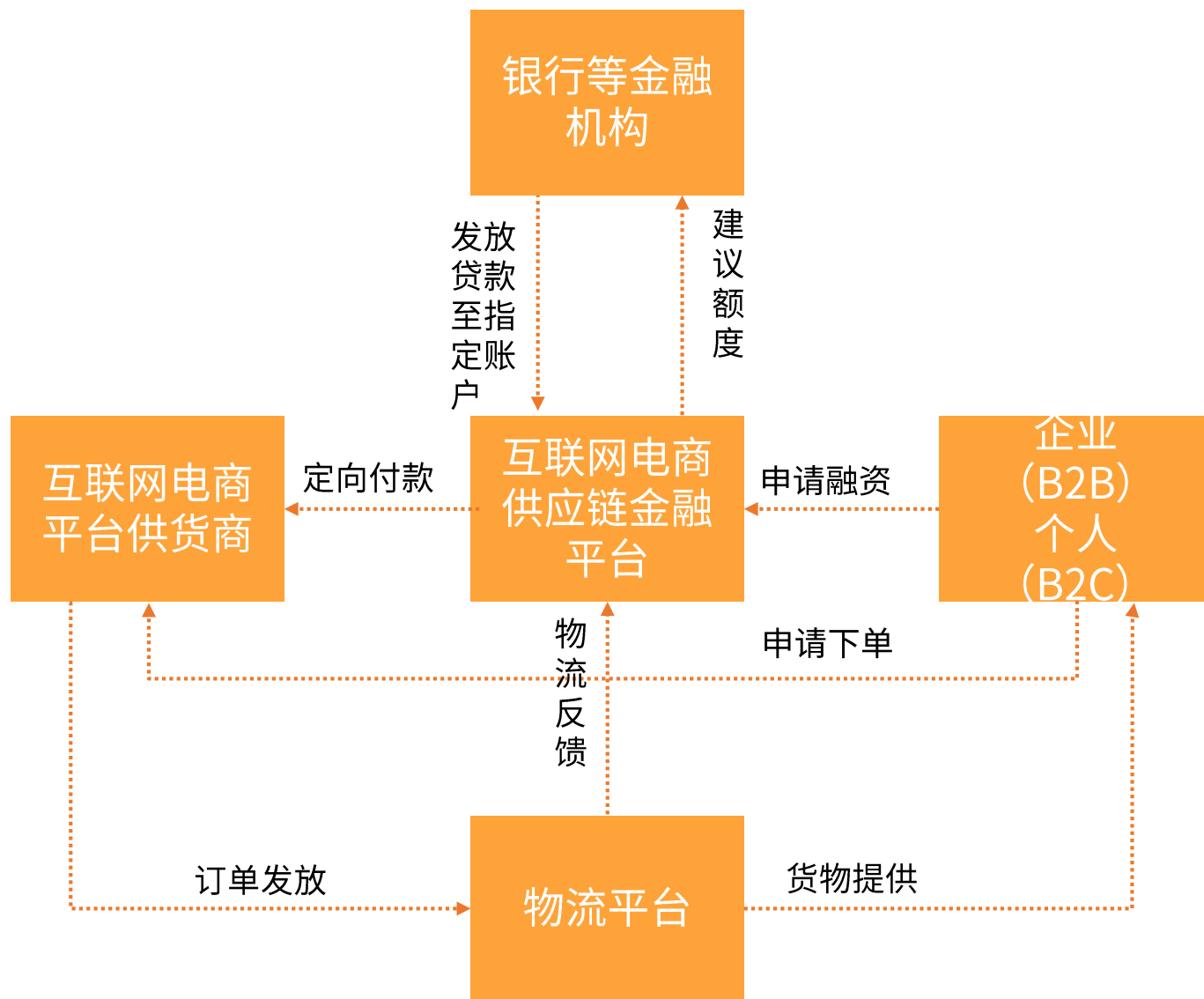
# 电商平台供应链金融

## 优势：

- 线上商家信息数据的大量积累
- 拥有丰富的物流渠道资源，能够通过掌握供应链上下游商家信息来增强风控能力
- 有效整合银行、电商、物流企业，更有效、灵活地运营金融服务

## 劣势：

- 风控与网络系统运营的技术要求较高
- 坏账风险较大，需要严密而完善的信用风险抵御措施



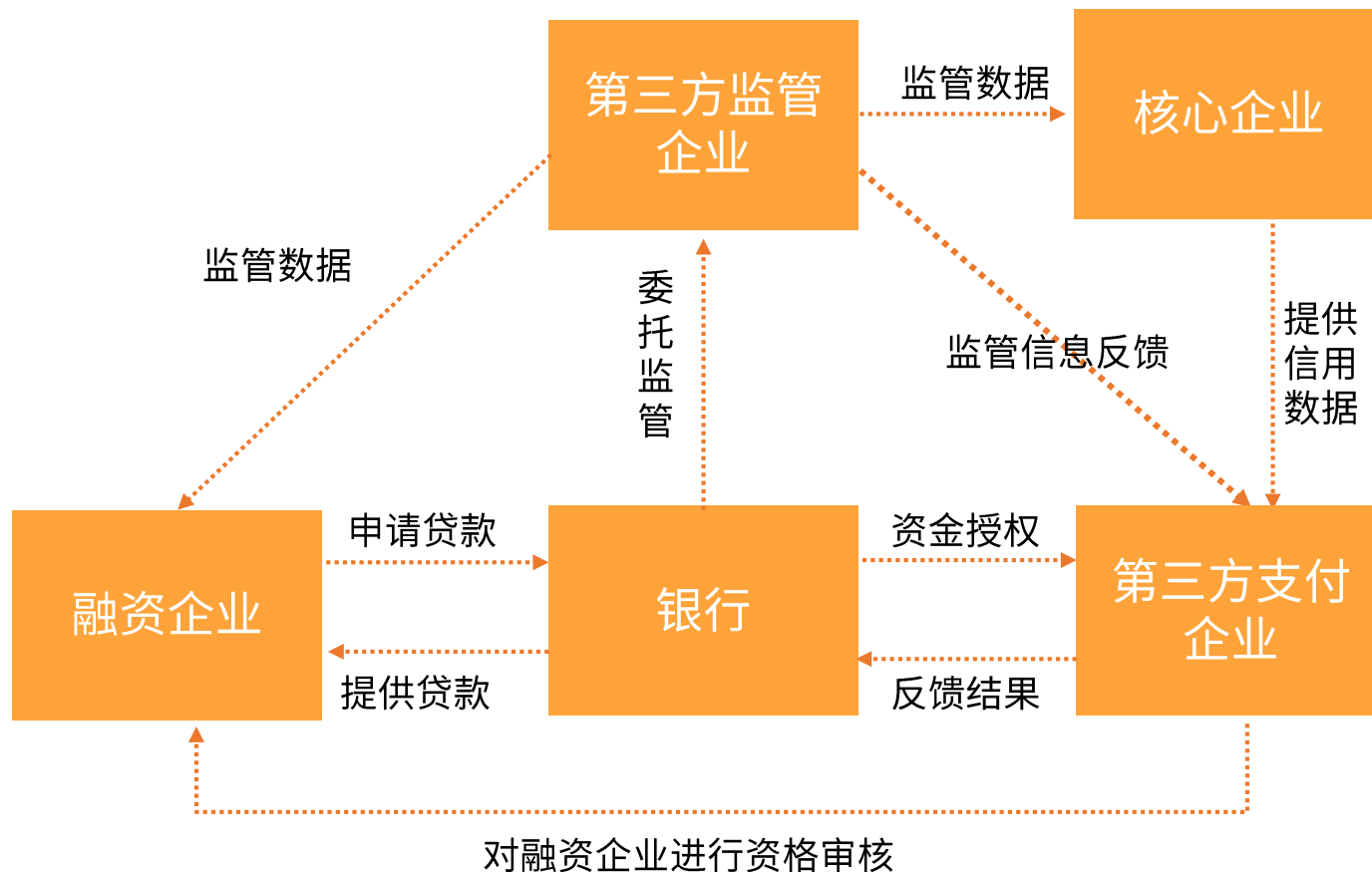
# 第三方支付平台供应链金融

## 优势：

- 第三方支付平台一般都具备互联网金融运营经验
- 资金划拨更迅速，效率更高

## 劣势：

- 运营投入成本高
- 第三方支付平台疏离于供应链，难以评估供应链上下游商家运营状况



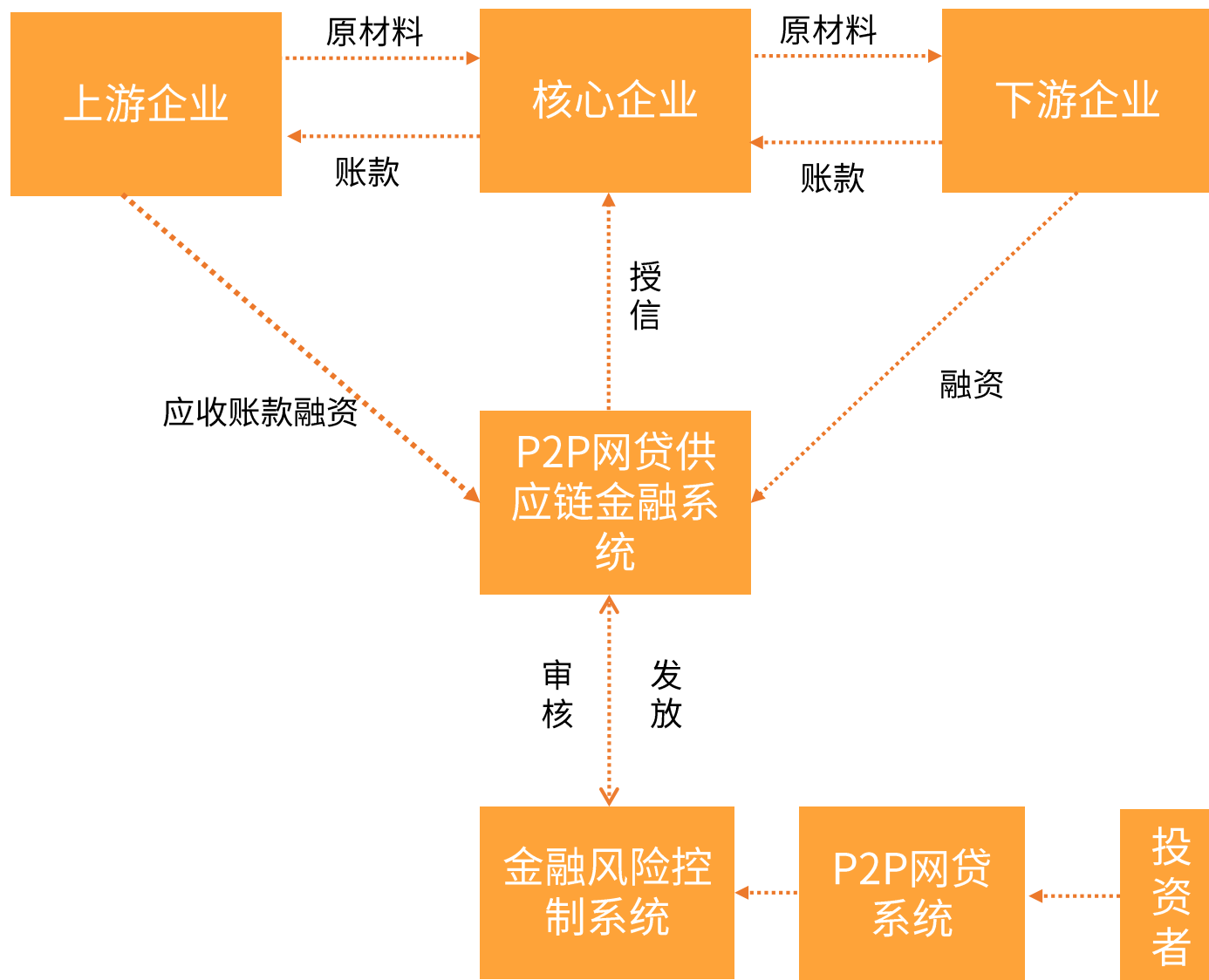
# P2P网贷平台供应链金融

## 优势:

- P2P网贷平台的供应链金融业务融资审批流程更短

## 劣势:

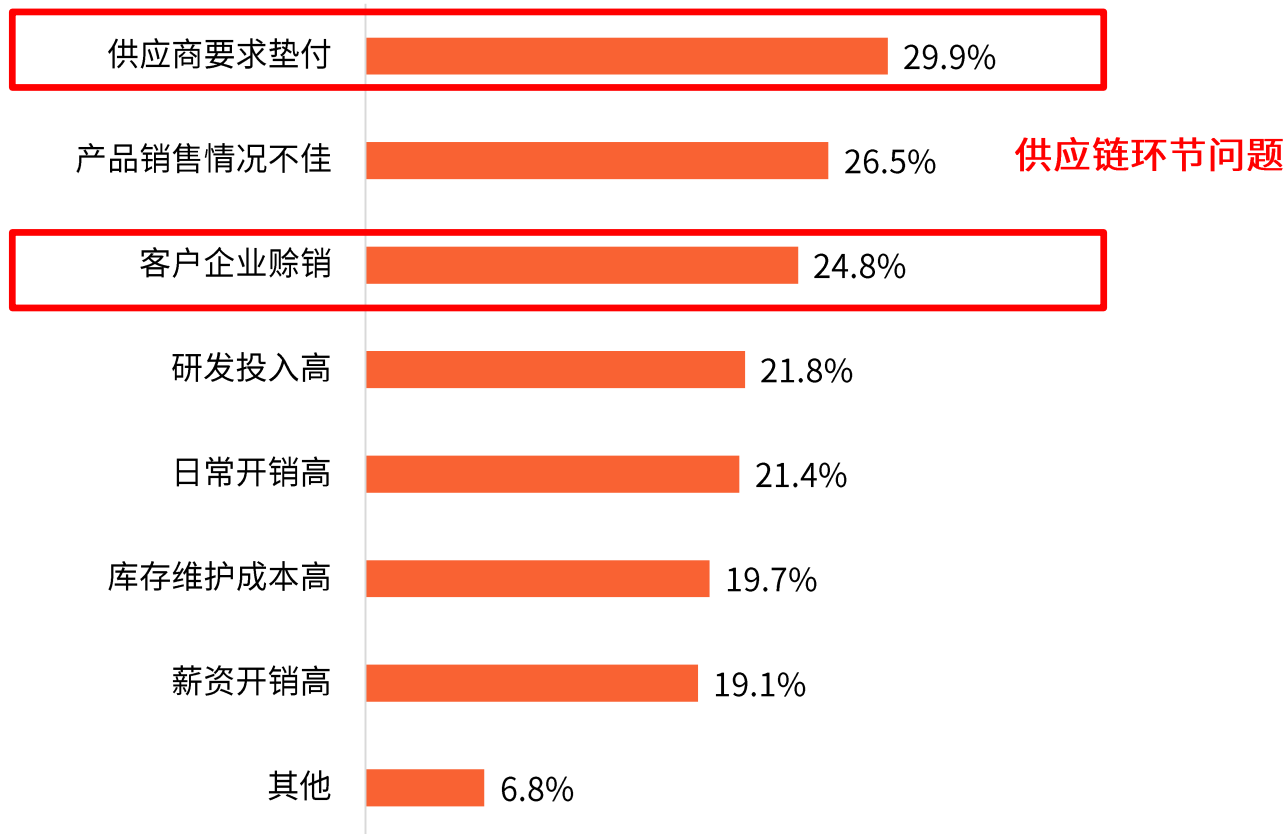
- 容易受到来自资金流的约束
- 自身运营稳定性欠缺
- 政策监管限制会更加严厉
- P2P平台对于供应链的理解程度低





# 供应链环节成企业资金短缺主要问题出处

## 2018中国企业资金短缺出现原因调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，29.9%的受访企业资金短缺主要原因在于供应商要求垫付货品，同时有24.8%的受访企业出现资金短缺原因则在于下游客户企业赊销。艾媒咨询分析师认为，产业链条运行过程中，体量较大的企业能利用其在链条中的话语权影响上下游中小企业在生产周期中的运营，容易导致上下游中小企业陷入资金短缺问题，而传统金融服务往往难以惠及该部分企业，供应链金融服务的提供具有其必要性。

注：垫付——先付款后发货

赊销——先取货再付款

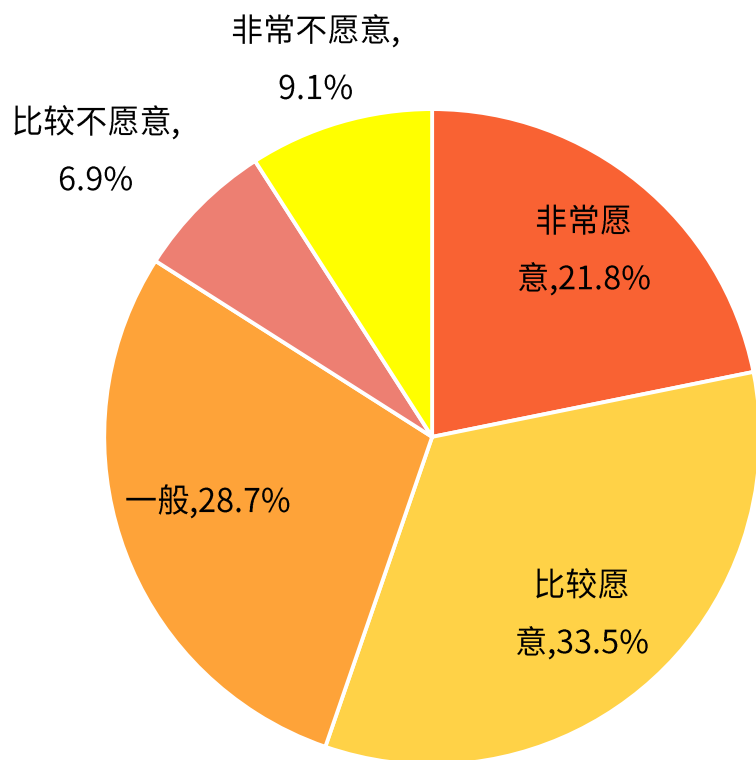
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 过半企业愿意使用供应链金融服务

## 2018中国企业供应链金融服务使用意愿调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，55.3%的受访企业表示愿意使用供应链金融服务，其中表示非常愿意的企业占比达到21.8%。艾媒咨询分析师认为，目前中国中小微企业占比居高，该部分企业由于体量问题，在生产运营过程中缺乏主导权，同时获取融资难度高，而供应链金融服务的提供能满足该部分企业融资贷款需求，未来结合互联网发展的供应链金融服务能进一步提升灵活度和融贷效率，其发展前景更值得期待。

样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

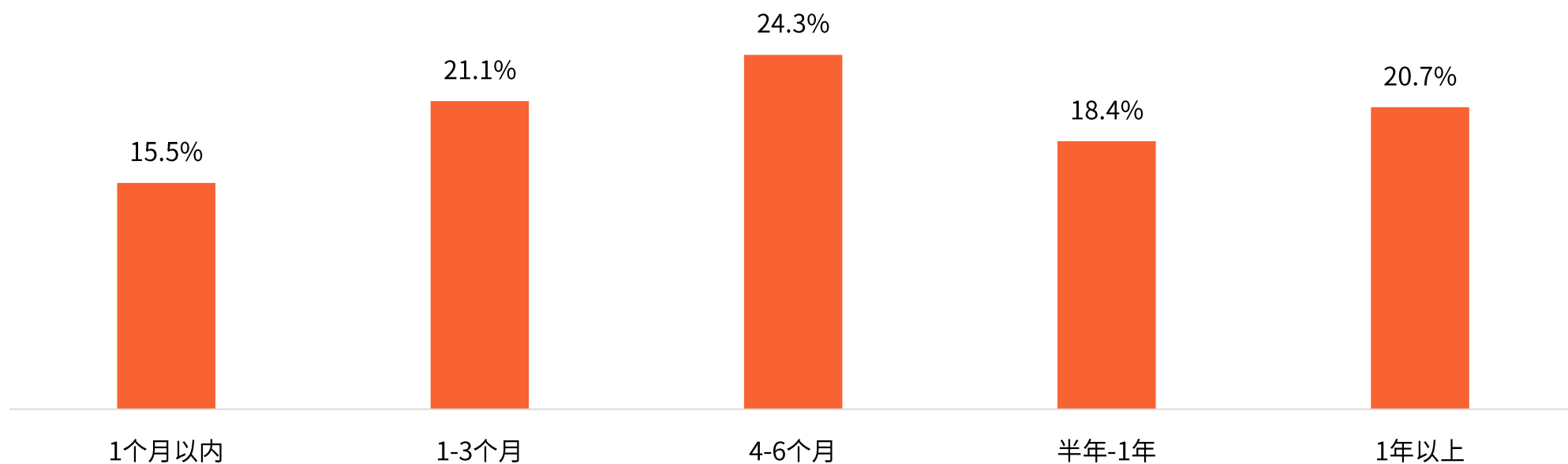
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）



# 企业更偏好短期内偿还贷款

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超六成受访企业偏好在半年内偿还贷款。艾媒咨询分析师认为，企业偏好贷款偿还期限偏短，较为切合供应链金融服务特点。互联网供应链金融平台针对短期融资贷款金融服务拥有较大市场，而相较于中长期贷款，短期贷款还能更好地降低互联网平台的金融服务风险。

## 2018中国企业贷款偿还偏好期限调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

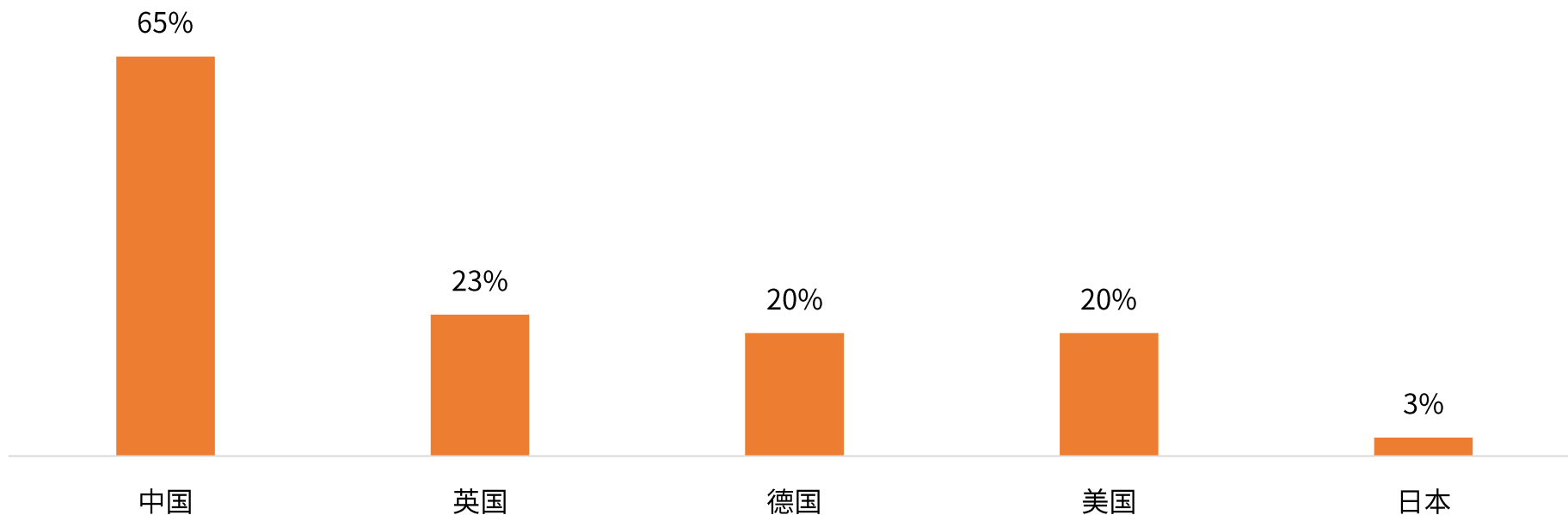
## 2.3 移动支付

# 中国移动支付较全球发展对比

数据显示，全球主要经济体中，中国国内移动钱包消费占比最高的，其中电子商务消费中移动钱包消费占比达到65%。英国、德国、美国则位列其后，而日本则是国内移动支付普及较少的一个国家。得益于支付宝、微信支付等产品发展成熟，中国移动支付发展成熟度在全球具有领先优势，移动支付领域也成为中国金融科技重要一环。

## 2017全球主要经济体移动钱包消费比例对比

■ 电商平台消费移动钱包支付占比



数据来源：WorldPay、艾媒咨询

# 中国移动支付发展环境——提升行业规范

2018年中国移动支付的政策环境监管趋严，行业加速规范。监管对整个互联网金融行业的发展基本采取先松后紧的态度，在行业初期给予相对宽松的发展空间，当市场规模增长到一定阶段、行业发展模式暴露出一定问题后，再通过系列政策进行管控。支付行业同样在经历了初期快速发展时期后，迎来监管机构密集出台的规范政策，此外支付牌照发放门槛也更为严格。

## 规范业务模式

网联的出台，改变了以往支付机构直接与银行连接的情况。在2018年6月30日前，所有支付机构均需将清算业务切换至网联进行，支付机构不再涉及清算业务，只负责对商户和用户两端的支付服务。

## 调整收入结构

备付金集中存管，减少了支付机构在沉淀资金获取的利息收入；支付账户分级管理，则限定了每个账户余额消费的最大额度。

## 增加对监管的信息透明度

通过网联，清算环节纳入监管，结束对监管的黑盒子状态，便于央行对支付机构的运作信息进行全面、及时的掌握。

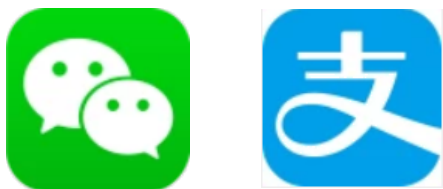
## 提升行业安全性

账户分级管理、备付金集中存管等政策，可以有效防范洗钱、恐怖融资以及挪用备付金等违法行为，提升行业整体安全性。

# 中国移动支付发展特点

目前移动支付行业市场仍由微信支付、支付宝两大产品占据大部分份额，但支付业务关系国家金融运行关键环节，在大额支付、跨境支付等环节未来仍需由国家背景性质的产品出台主导。但互联网平台推出的移动支付产品在普及度和使用便捷性上更占优势，未来其在小额支付领域仍然是主要玩家。

龙头第三方支付机构



在创新科技方面为先跑者

未来小额支付领域有望占优

VS

国有支付机构



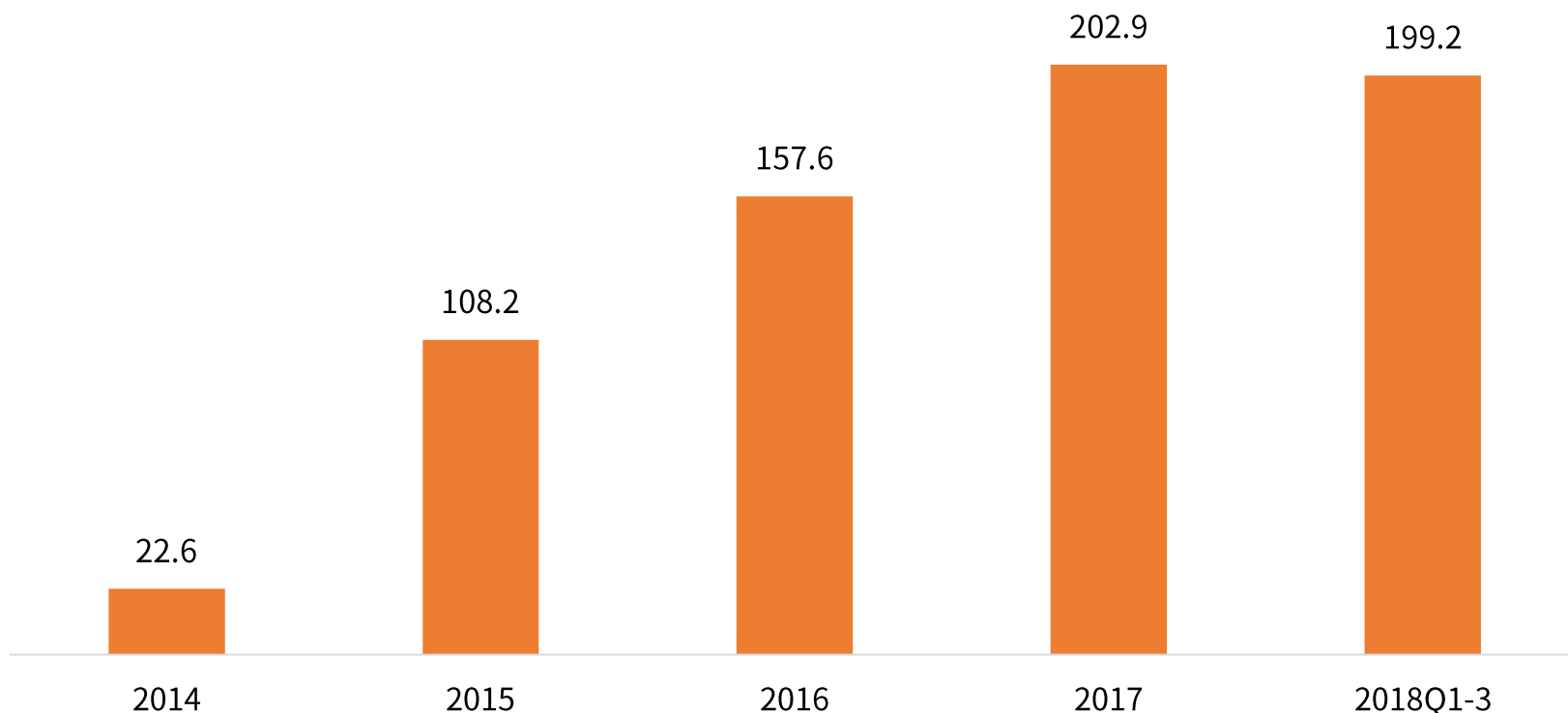
开始逐渐在移动支付行业扮演重要角色

未来大额支付领域及跨境支付领域有望占优

# 中国移动支付交易规模及预测

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2017年中国移动支付交易规模增至202.9万亿元，2018年第一至第三季度，移动支付交易规模达199.2万亿元，预计未来的规模将进一步扩大。随着各大第三方支付平台在移动支付领域业务的深入，中国移动支付会扩展其应用场景。

规模单位：万亿元  
2014-2018Q1-3中国移动支付交易规模



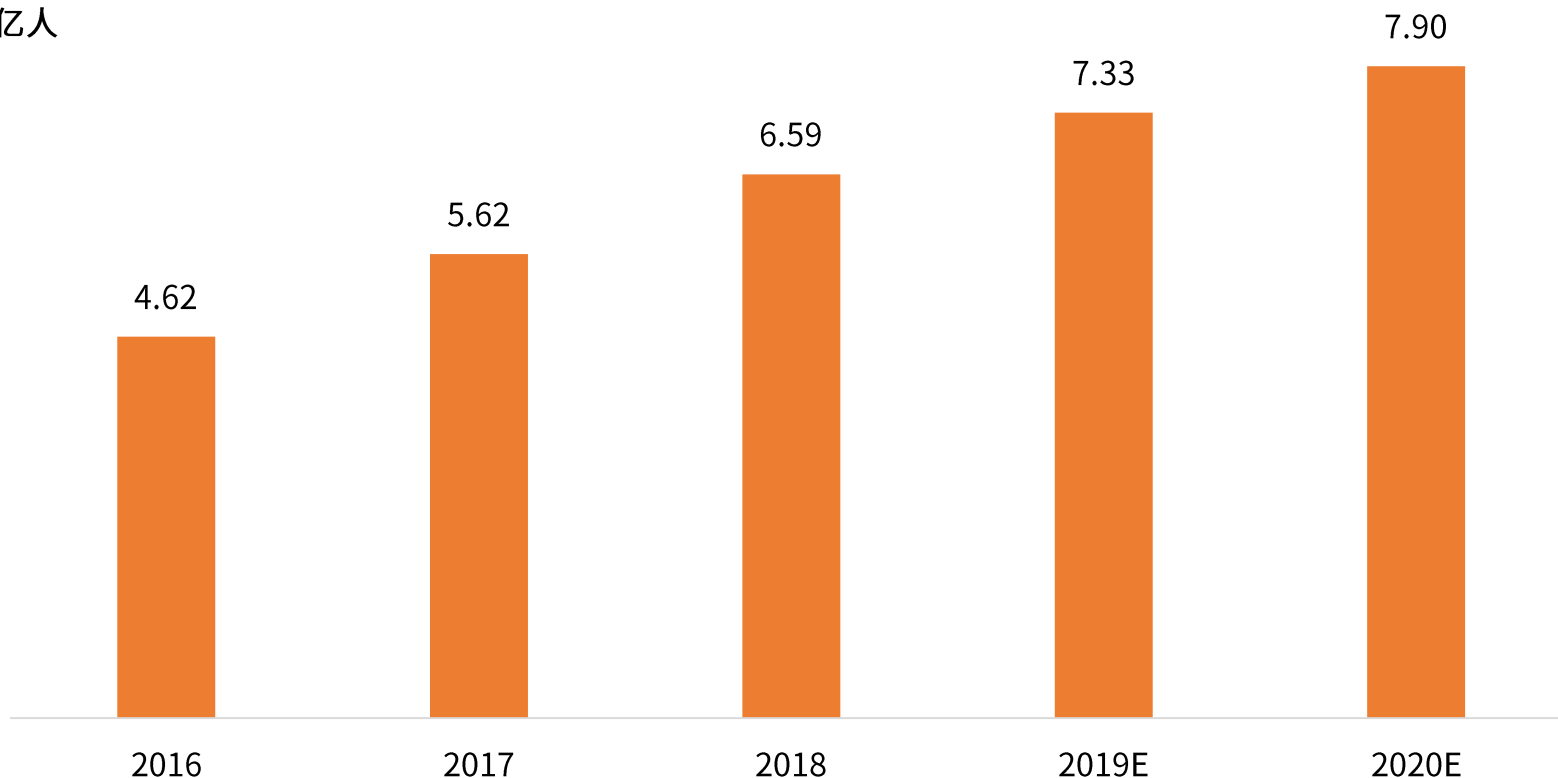
数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 中国移动支付用户规模保持增长

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2017年中国移动支付用户规模达5.62亿人，较2016年增长21.6%。预计2018年移动支付用户规模增长减缓，累计用户规模为6.59亿人，而2019年则预计达到7.33亿人。艾媒咨询分析师认为，随着市场覆盖率的提高，用户红利将逐渐消失，中国移动支付用户规模的增速将进一步放缓。

2016-2020中国移动支付用户规模及预测

规模单位：亿人

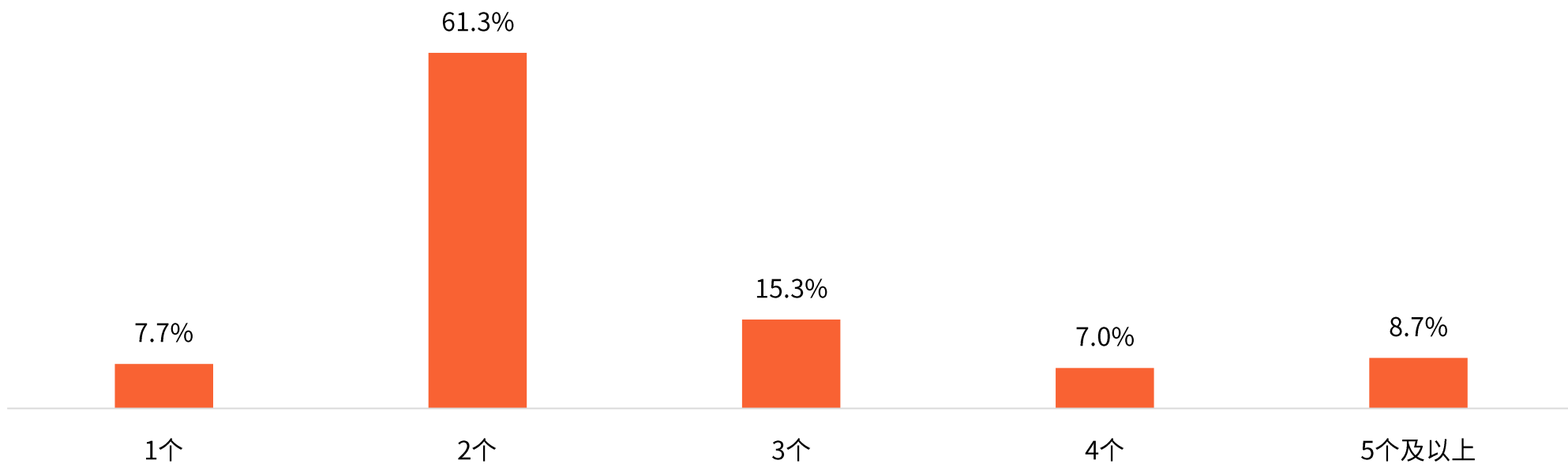


数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 六成用户常用两个移动支付产品

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，受访移动支付用户常用产品数量普遍在3个以下，其中常用2个移动支付产品的用户占比达到61.3%。艾媒咨询分析师认为，目前移动支付市场微信支付及支付宝占据较高的市场份额，且其覆盖支付场景较多，更多用户同时使用该两款产品。但未来在大额支付等领域仍需具有国家或银行背景的支付产品发挥作用，与互联网移动支付产品形成互补，才能促进市场更良性地发展。

## 2018中国移动支付用户常用移动支付产品数量调查



样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

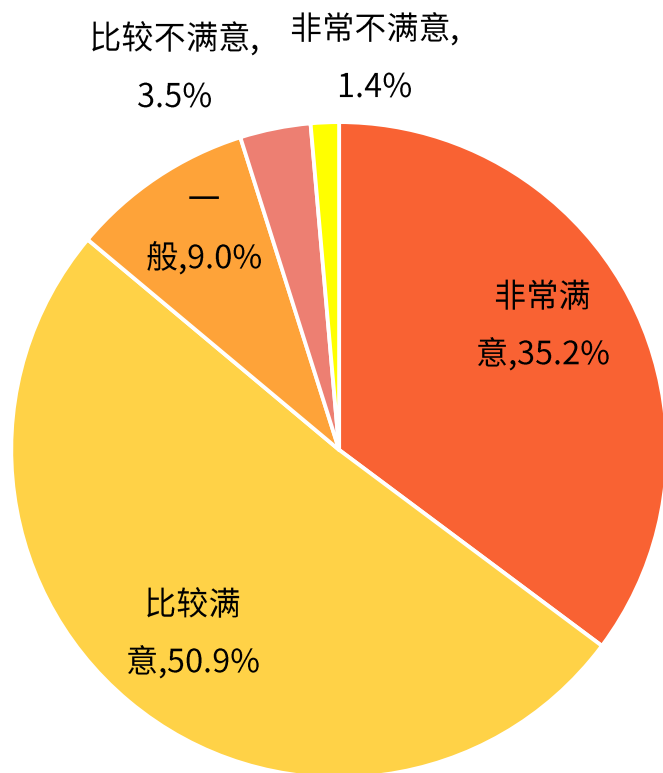
样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）



# 用户对移动支付场景覆盖度满意程度高

## 2018中国移动支付用户关于产品场景覆盖满意程度调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，50.9%的受访用户比较满意目前移动支付产品覆盖场景的完善度，而表示非常满意的用户占比也达到35.2%。艾媒咨询分析师认为，随着移动支付产品线下布局加强，以及与其他产业渠道合作加深，能使用移动支付产品的日常生活场景不断增多，能较好地满足用户需求、提高用户支付便捷度。

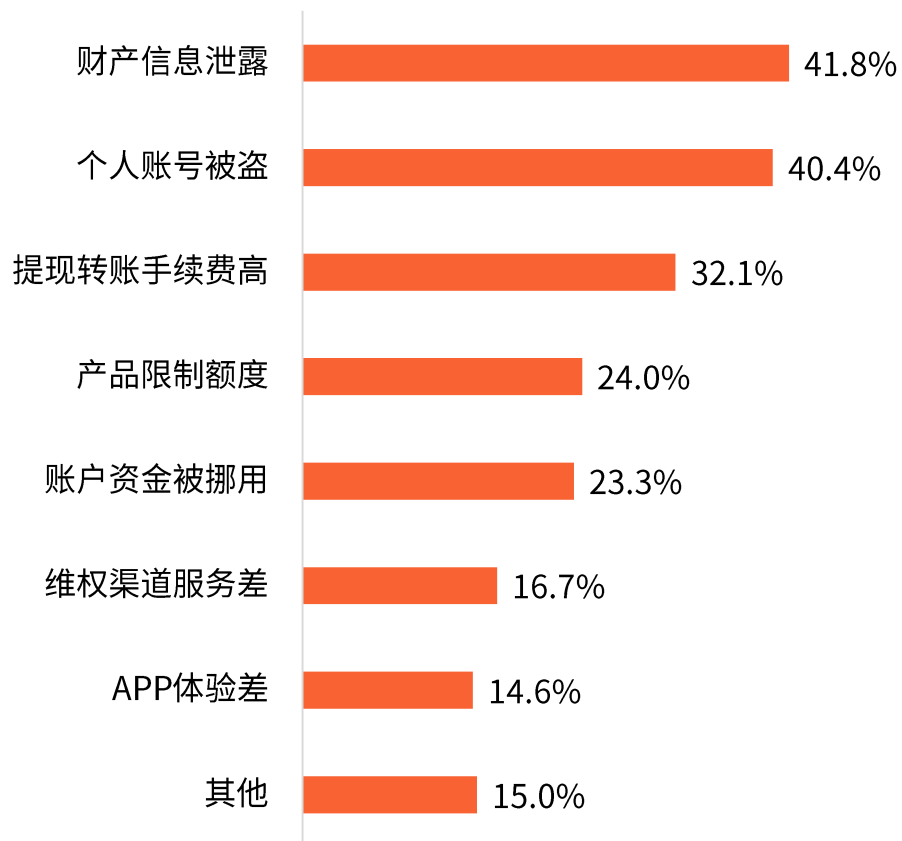
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 信息、账号安全成用户顾虑重点

## 2018中国移动支付用户产品使用主要顾虑因素调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，41.8%的受访用户表示使用移动支付产品最为担心银行卡等财产信息泄露，而表示担忧个人账号被盗的用户占比也达到40.4%。艾媒咨询分析师认为，随着移动支付产品应用加强，其关联用户更多个人身份、财产情况等核心信息，企业能否为用户提供更可靠的保障将成为市场竞争的关键点。

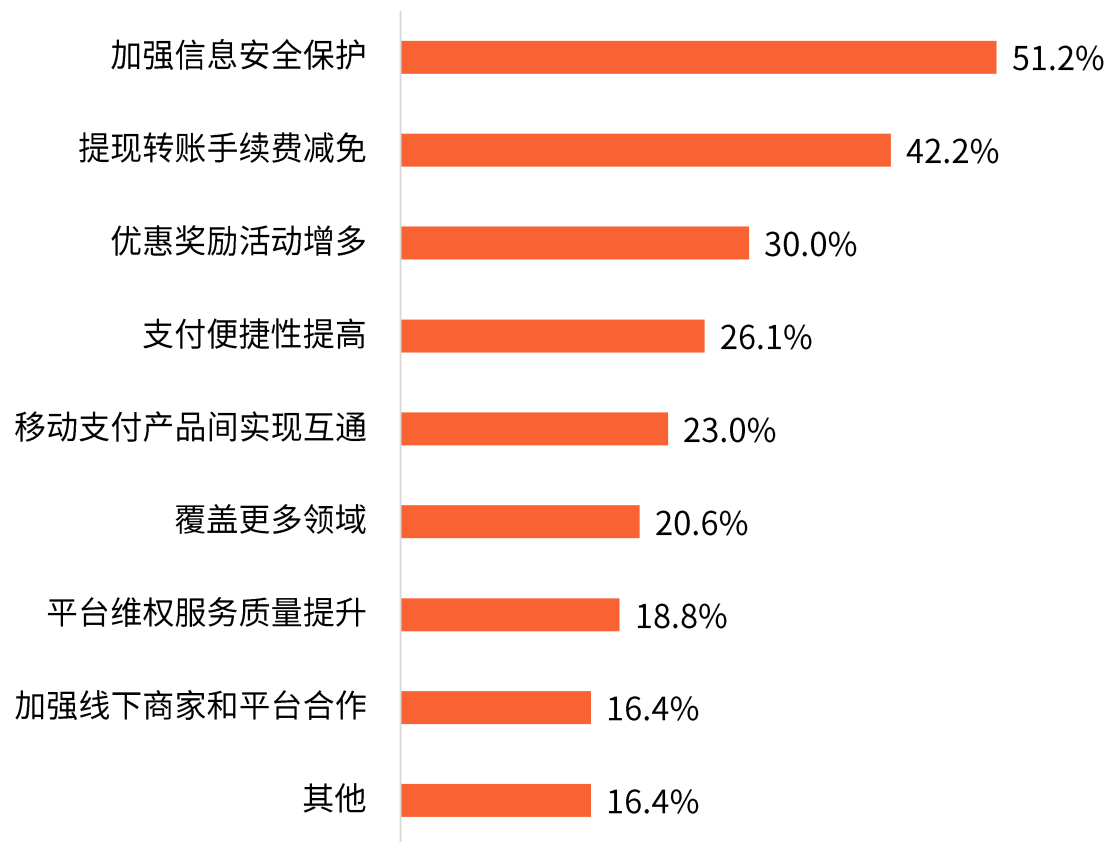
样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

# 加强安全保护仍为产品发展重要方向

## 2018中国移动支付用户关于产品发展期待因素调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，51.2%的受访用户最期待未来移动支付产品能加强对用户信息安全的保护，而期待提现转账手续费减免的用户也达到42.2%。艾媒咨询分析师认为，移动支付产品关联用户信息不断增多，关于其安全保障是用户关注重点，也是产品发展重要考虑因素。

样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=1748；调研时间：2018年12月

数据来源：iiMedia Research（艾媒咨询）

03

## 2018中国金融科技综合平台典型案例分析

# 苏宁金融：O2O综合金融服务

基于苏宁易购电商平台和苏宁全国线下门店，苏宁金融积极打通线上线下，实现数据、营销一体化，将线上经营能力和数据赋能线下，同时将线下的数据和客群导入线上，提供O2O综合金融服务，供应链金融、消费金融、保险和支付服务顺势而起。

## 供应链金融

苏宁金融通过线上线下相结合的多种方式与众多商业银行、金融机构建立广泛合作，共同践行普惠金融。

## 消费金融

任性贷支持装修、旅游、教育、购车等多场景在线申请，为个人用户提供普惠金融服务；任性付为苏宁易购会员提供0首付、0手续费、最长24期的消费分期服务。

## 保险

苏宁针对细分人群，提供更准确的保险定价服务，如糖尿病并发症保险等。并且与中国人寿合作，重点整合苏宁线下场景与其他线上资源，进行场景营销。

## 支付

苏宁支付围绕C端重点打造了扫码付、刷脸支付等核心产品，在B端主要提供了跨行通、电商通以及物流金融解决方案，目前已经覆盖近5000家线下门店。

## 苏宁金融

## 线上线下智慧零售体系支持

苏宁易购

苏宁易购广场

苏宁广场

苏宁易购直营店

苏宁易购云店

红孩子

苏鲜生

苏宁Biu店

苏宁易购  
汽车超市

苏宁影城

苏宁体育

.....

# 苏宁金融：科技驱动发展

苏宁金融研发上线了大数据风控、金融AI、金融云、区块链、物联网金融、生物特征识别等六大金融科技，并以此打造核心竞争力，赋能实体经济。



## 金融AI

金融智能客服机器人系统“小V”承接苏宁金融APP线上客服的50%流量；“多普勒”企业贷款风险预警系统有力支撑了苏宁的供应链金融业务的风险管理；苏宁金融APP的智能语音服务，通过语音即可转账、还款、购票和话费充值。



## 大数据风控

独创的“伽利略”行为数据信用风险模型体系，具备1500多个特征，已应用于10多个客群和场景的信用风险防范；“幻识”反欺诈情报图谱系统支持实时识别贷款中介以及安全威胁；风险数据集市等风控基础设施也有力支撑苏宁金融业务的快速发展。



## 生物特征识别

在支付方面，苏宁金融应用生物身份识别技术，探索无感知支付模式，刷脸支付、一键付等功能。自研人脸识别算法也应用到了苏宁生态的苏宁智能货柜的刷脸支付、智能快递柜刷脸取货、无人苏宁小店刷脸购物、总部大楼通过人脸识别实现闸机通行、考勤刷卡等场景。

# 蚂蚁金服：6大业务体系构建核心竞争力

2018年6月，蚂蚁金融宣布完成新一轮140亿美元融资，本轮估值介于1500亿美元到1600亿美元估值之间。蚂蚁金服旗下的支付、理财、信贷、信用服务、科技以及全球布局等六大业务体系，成为支撑其估值的核心。艾媒咨询分析师认为，支付宝在中国普及度高，同时遭遇微信支付的激烈竞争，可能面临增长天花板。培育国外新兴市场，助力当地的数字化转型，既扩展了蚂蚁金服的发展前景，也能为阿里巴巴的电商业务出海提供便利。



# 蚂蚁金服：加速刷脸支付落地线下零售

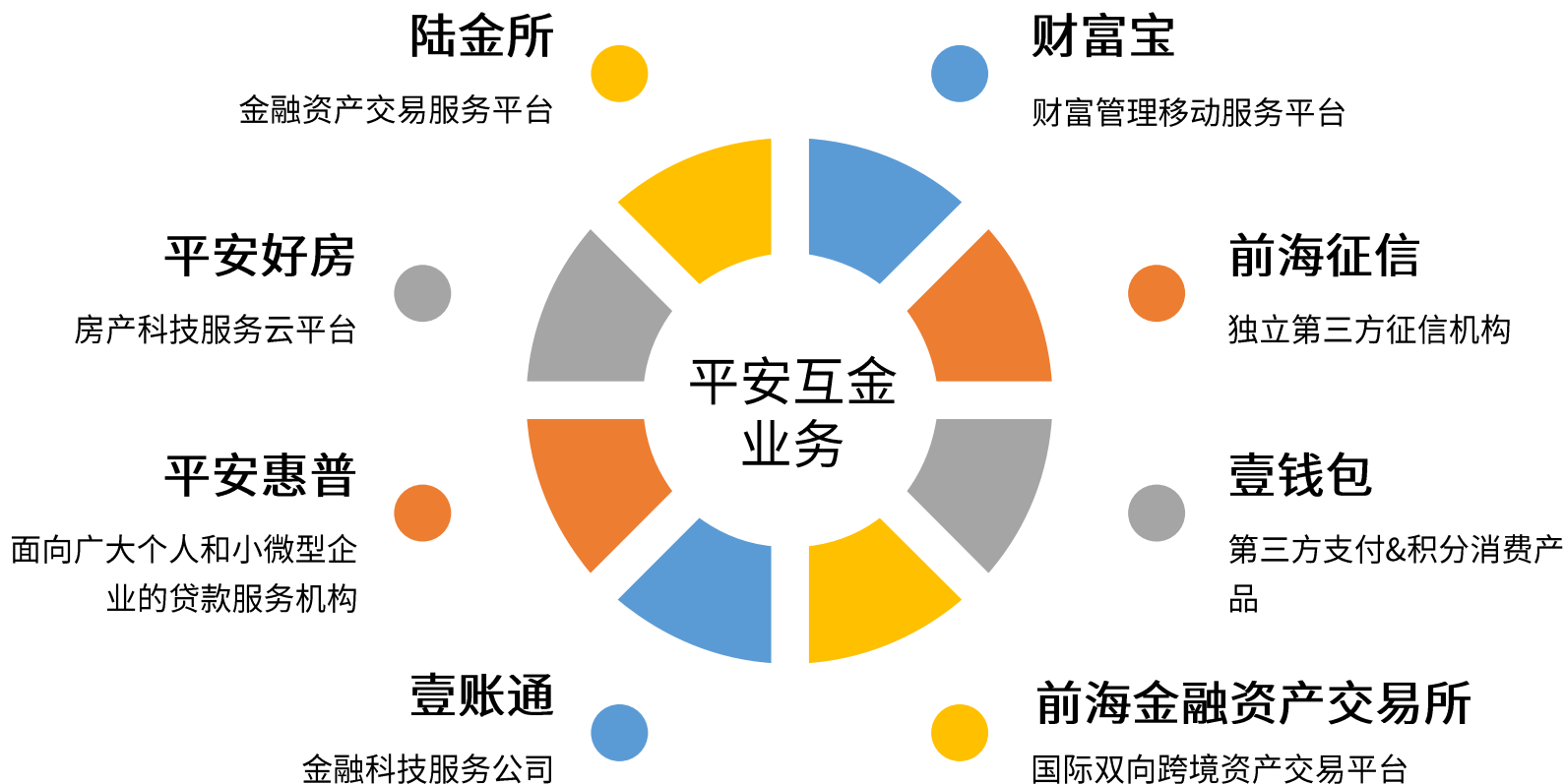
自2016年，蚂蚁金服的人脸识别技术逐渐在多个政务、生活场景中落地。在新零售的行业背景下，市场规模巨大的线下零售成为各互联网巨头的竞争重点，蚂蚁金服也加速刷脸支付落地线下零售的布局。2018年12月，支付宝推出一款刷脸支付产品——蜻蜓，通过降低设备接入成本，提高刷脸支付在线下商户的普及率。艾媒咨询分析师认为，刷脸支付不仅可以提升线下支付的效率，还能解决用户手机没带、没电等情况下的便携支付问题。但是，刷脸支付还需通过深度学习、增加其他生物特征识别因子提高识别精准度，在保护用户肖像等隐私信息方面，也要继续加强数据的加密和脱敏，才能步入成熟商用。





# 平安金融：积极布局互联网金融

平安金融基于自身的全金融牌照、风控、资本等优势，将金融与大数据、云计算、人工智能、区块链等高科技手段相结合，积极布局互联网金融。目前，平安金融在互联网金融领域的主要业务有陆金所、壹账通、平安惠普等。



# 平安金融：人工智能落地金融场景

平安金融基于技术，为中小银行和保险行业提供科技驱动的业务解决方案。艾媒咨询分析师认为，人工智能提高了智能投顾、营销客服、投资决策、反欺诈等金融场景中的工作效率、营销精准度和用户体验。但是，人工智能在金融场景中的落地依然面临着许多风险，数据使用权、算法责任和网络安全等问题还需要相关法律法规进行界定和约束。

## 平安金融四大人工智能黑科技

### 行为识别

人脸识别、微表情识别、语音识别、声纹识别等精准识别技术，智能理解用户行为和线下场景，并迅速反馈分析结果。

### 机器阅读理解

是指使计算机具备从文本数据中获取知识并回答问题的能力，提供更高效更智能的搜索解决方案。

### 多轮对话

旗下产品壹账通通过构建千万级金融行业问答数据库，实现联系上下文进行智能语义推断，与用户智能对话。

### 智能报表

自然语义搜索的智能报表工具，采用NLP技术，实现0代码、自然语义模糊数据查找，便捷查询相关业务数据。

## 落地场景：中小银行

- ✓ 就金融产品与客户进行语音互动，答疑解惑。
- ✓ 通过大数据分析洞见用户需求，线上线下触达客户开展精准营销。
- ✓ 智能判断并提示信贷流程中的欺诈风险。
- ✓ 简化用户的操作流程，提升用户的粘性与活跃度。

## 落地场景：保险行业

- ✓ 高效完成“实人、实证、保单”三合一认证。
- ✓ 帮助业务员、用户迅速理解保险条款。
- ✓ 迅速交接、处理“孤儿单”。
- ✓ 对出险车辆进行精准图片定损，智能闪赔。

04

## 中国金融科技发展趋势分析

# 中国金融科技发展趋势分析

## 金融科技发展势头保持迅猛 复合型人才及技术储备成关键

艾媒咨询分析师认为，随着互联网、人工智能、大数据等技术应用加强，金融科技赋能传统金融业务发展势头将继续保持迅猛状态，未来更多金融科技细分领域发展会走向成熟。但金融科技的发展讲究效率与安全的平衡，二者具有同等重要性却又存在矛盾，因此企业需要增强复合型人才以及技术储备，实现技术突破以推动金融科技业务进一步发展。

## 市场发展规范将趋于严厉 监管科技应用有望得到强化

艾媒咨询分析师认为，金融科技发展将是一个持续的过程，在其发展过程中，部分行业或企业容易犯冒进的问题，而金融业是国家发展的重点领域，因此未来对市场的规范监管将更加严厉。目前监管科技（RegTech）发展开始受到政府及行业重视，未来该种能更大范围内提高合规监管效率的技术应用将得到强化。

## 多技术综合利用成金融科技发展常态 智能化程度为提升重点

金融科技的应用需要结合最新科技手段进行完善，多项技术综合利用是金融科技不断推进的关键。而各项技术应用下，金融产品智能化程度将会得到进一步提升，通过智能技术处理，结合用户数据及市场状态进行调整，将能为企业和用户提供最优资产及财富管理组合。

# 中国金融科技发展趋势分析

## 金融科技继续普惠化发展 企业端金融服务重要性提高

艾媒咨询分析师认为，金融科技的推进相较传统金融服务一大优势在于能够覆盖更多用户及企业，通过降低授信门槛、简化服务流程，能够有效推进金融普惠化发展。目前金融科技企业尤其是互联网金融企业，主要从C端通过消费金融等手段实现普惠化。随着该类企业与传统金融机构合作加深，科技金融服务未来将更多惠及B端中小微企业，实现全面普惠。

## 结合传统金融机构发展 机构数据共享成重要发展趋势

艾媒咨询分析师认为，金融科技企业发展未来将加强与传统金融机构之间的合作，一方面金融科技企业资金端压力将得到减少，另一方面也能推动传统金融机构转型。而随着平台与机构间合作加深，未来金融数据共享（OpenBanking）趋势将愈发明显，通过金融数据共享，金融科技产品将呈现更多元化的特点。

## 多元征信推动风控水平提高 大数据风控能力成企业竞争重点

目前金融科技应用更多通过线上渠道进行金融服务，此举在有效推动金融服务覆盖更多用户的同时，也提高了企业运营风险，因此提升风控能力对于企业十分重要。未来企业需要从更多维度进行用户征信，结合用户消费记录、金融信用行为等综合评估进行风控，而风控能力的提升需要企业具有较强的大数据技术能力，大数据风控能力也将成为企业竞争重点。

## 金融科技产品将更多结合具体场景发展 平台型主导企业具更大优势

艾媒咨询分析师认为，金融科技产品未来将呈现更多元化的特点，结合用户具体消费场景能更切合用户个性化需求，提高获客效率，未来金融科技产品将更多结合具体场景服务用户。如电商、物流等互联网平台主导的金融科技在产品结合场景方面将具有更大优势，该类平台能通过具体用户消费场景、供应链物流运作场景提供具体产品，在市场开发上更占优势。

## 金融科技企业竞争趋于激烈 提高核心竞争力需求更加迫切

金融科技应用使金融产业发展潜力得到进一步释放，具体的市场空间吸引更多企业入局，传统金融机构、互联网金融企业、互联网企业等将纷纷加入使市场竞争趋于激烈。金融科技相关企业要在激烈的市场竞争环境中得到发展，需要进一步提高企业核心竞争力建设。

## 金融科技产品渗透生活更多领域 信息安全保障重要性突显

艾媒咨询分析师认为，金融科技产品涉及支付、财富管理、投资等多个领域，渗透至用户日常生活的各环节，其应用将涉及大量用户隐私信息，一旦发生网络操作风险，将严重影响用户。因此金融科技企业需要进一步加强用户信息安全保障，建设预警机制和提高信息保护技术。

**新经济产业新视角的来源：**艾媒新经济产业研究中心是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对新经济产业商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问<http://www.iimedia.com.cn/consult.jsp>

本报告是新经济产业解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究中心将继续在新经济产业领域开展相关研究，敬请关注。

iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过500份，覆盖了人工智能、新零售、电商、教育、视频、生物、医疗、音乐、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、环保与公共治理等领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被全球超过100家主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL使用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”，艾媒咨询建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告投放效果、商业模式等多维度的数据监测体系，可视化还原“数据真相”，实现市场趋势的捕捉和用户信息的洞察，提升品牌的行业竞争和影响力。



### **POIIMedia(艾媒舆情)**

#### **大数据舆情监控系统**

(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。



### **DatallMedia(艾媒北极星)**

#### **移动应用运营监测**

(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。



### **SurveyiiMedia(草莓派)**

#### **用户感知与体验监测**

(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。



### **SoicaliiMedia**

#### **微信微博媒体监测**

(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。



### **RankingsiiMedia(艾媒金榜)**

#### **权威消费品牌评价监测**

(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。



### **ADiimedia**

#### **移动广告效果监测**

(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



## —— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

## 权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。

# 艾媒商城

只做优质报告!



扫描二维码查看更多报告

咨询

网址: <http://report.iimedia.cn>

邮箱: [report@iimedia.cn](mailto:report@iimedia.cn)

商城会员及平台充值享受更多优惠! 详情请联系客服 ↑



全球领先的移动互联网产品对标分析平台



扫描二维码查看更多数据

咨询

网址：<http://bjx.iimedia.cn>

邮箱：[alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)

涵盖数十个领域，三百个细分行业，监测超过3万款APP

全功能版：提供APP下载、活跃、留存、渠道分发及转化等全维度数据，可进行APP用户分析、运营分析、质量分析、竞争分析等

# 2019和我们 一起用数据预见未来



用数据说话!

全球领先的新经济产业  
第三方数据挖掘与分析机构