

# 艾瑞咨询：2012 年中国互联网金融行业五大盘点

来源：艾瑞咨询 作者：分析师 李超 2013-1-6

**编者按：**2012 年是金融企业全面向网络化发展的一年，也是互联网企业向金融领域拓展的一年。以阿里巴巴为代表的传统电商企业纷纷展开供应链融资业务，以求在资金流转层面更好的服务会员；而大批新形式的投融资产品也在互联网上出现，帮助企业拓展融资渠道；而以建行为代表的商业银行正以电商平台为渠道加大对互联网的使用效率，以求规避被边缘化的风险。本文主要梳理全年比较有代表性的几大事件，对整体互联网金融市场进行了如下五大盘点：

## 盘点一：电商涉足金融成趋势形式锁定供应链融资

### 事件一，苏宁电器成立苏宁小贷公司 进入供应链金融领域

2012 年 12 月 6 日，苏宁电器发布公告，公司境外全资子公司香港苏宁电器有限公司拟与苏宁电器集团共同出资发起设立“重庆苏宁小额贷款有限公司”。苏宁小贷公司注册资本拟定为人民币 30000 万元，其中香港苏宁出资人民币 22500 万元，占注册资本总额的 75%，苏宁电器集团出资人民币 7500 万元，占注册资本总额的 25%。

### 事件二，京东杀入互联网金融 冀望激活沉淀资金

2012 年 11 月 27 日，京东对外正式发布其首个金融服务类产品——供应链金融服务系统，并与中国银行北京市分行签署战略合作协议，后者承诺将给京东一个数亿元的授信额度来为供应商提供贷款支撑。截至目前，京东的供应链金融产品已从五大国有银行以及数家股份制银行，申请了总计 50 亿元的授信额度。这是即京东收购网银在线之后，向金融领域进军的又一重大举措。

### 事件三，阿里巴巴小额贷款冲击传统信贷模式

2012 年 8 月 29 日，阿里信贷宣布向江浙地区普通会员提供贷款，不用任何担保抵押，只凭借企业在阿里平台上的交易信息就可以申请，并且 24 小时随用随借。阿里巴巴金融部门的最新数据显示，今年上半年，累计向小微企业投放贷款 130 亿元，帮助小微企业超过 4 万家。阿里金融业务的快速发展，离不开基于自身平台的物流、信息流、资金流的电商生态系统建设。

**艾瑞点评：**电商企业发展供应链金融服务主要有三个重要意义：首先，有利于加快[电子商务](#)开放平台建设；其次，促进供应链、物流、金融三个环节高效融合，有效降低风险，

提升资金使用效率；最后，形成面向消费者、供应链的完整的金融服务板块，增加用户粘性，提高自身竞争优势。

## **盘点二：银行集体做电商金融服务是主角**

### **事件一，建行“善融商务”上线**

6月28日，“善融商务”正式上线。建行“善融商务”以“亦商亦融，买卖轻松”为出发点，面向广大企业和个人提供专业化的电子商务服务和金融支持服务。“善融商务”在金融方面，将为客户提供从支付结算、托管、担保到融资服务的全方位金融服务；在电商方面，提供B2B和B2C客户操作模式，涵盖商品批发、商品零售、房屋交易等领域，为客户提供信息发布、交易撮合、[社区](#)服务、在线财务管理、在线客服等配套服务。

### **事件二，交行网城“交博汇”试水电商**

交通银行今年倾力打造的全新多功能电子商务平台“交博汇”已陆续向客户开放。交博汇共分为四馆：企业馆、商品馆、收付馆以及金融馆；企业馆主要为企业提供线上销售及资金清算服务；商品馆汇集国内外知名品牌，让顾客享受安全可靠的网购服务；收付馆让市民足不出户完成各项缴费业务；而金融馆中基金、保险、贵金属等投资理财产品一应俱全。

### **事件三，招行跨界打造电商大平台 推动金融电子商务领域发展**

2010年9月，招行信用卡网上商城——“非常e购”正式上线。自上线以来，“非常e购”信用卡网站的销售额逐年递增，2012年上半年，实现销售额3.78亿元，同比增长44.8%。

### **事件四，马蔚华：未来银行的最大威胁是脸谱**

马蔚华说，今年以来，银行“脱媒”现象越来越严重，由于资本市场发展带来的直接融资的大幅增长，去年银行业存款只增长了11%，比前年低了8个百分点，贷款也低了3.4个百分点。这种情况说明银行里的钱流到了体系之外证券、债券、民间借贷等渠道，银行必然受到直接影响，银行利润就会减少。这其实是社会的进步。

**艾瑞点评：**面对脱媒的趋势，银行的改革势在必行，其中有效结合和运用互联网进行金融电子商务拓展是一条很重要的发展战略。目前，外界以传统电商的思维来审视银行电商，以仓储、物流等因素批评银行电商的短板，但实际上银行做电商的目的和传统电商企业并不相同。对于银行电商来说，无论是B2C还是B2B，在其整体业务中搭载更多的金融服务才是发展重点，其主要的盈利模式也仍然集中在信贷服务商。银行电子商务不仅是增加一条服务渠道，也是对其原有业务模式以互联网为依托的重新改造，是未来深化金融改革的重要尝试和跳板。

### 盘点三：电子银行多元发展争抢客户仍是重点

#### 事件一 网银及手机收入贡献日增 银行开打电子支付价格战

2012年国庆节前后，各大银行展开电子银行价格战。分析称随着利率市场化进程的加快，银行靠高利息差获得高收入的路子越走越窄。在这样的情况下，银行转变盈利模式成了亟待解决的问题，所以发力电子银行业务、赢得更多的客户正是出于这样一种考虑。

#### 事件二，建设银行连发两期网银专享理财新品

2012年1月，建设银行连发“乾元-共享型”2012年第6期、第7期网银专享理财产品，前者预期年化收益率为5.3%，募集规模上限30亿元，不设下限，期限119天；后者预期年化收益率为4.9%，募集规模上限30亿元，不设下限，期限为59天。

#### 事件三，私人银行步入“网银”时代

建设银行私人银行相关负责人介绍，建行私人银行向网络进军，通过私人银行网上银行专属功能，客户可在线申请成为私人银行签约客户，享受尊贵、私密、专业、稳健、便捷的全面服务，还可直接将各类财富管理需求提交至客户经理手中。

#### 事件四，各家银行抢食网银蛋糕 网上理财产品开战

为了吸引客户使用网上银行，许多银行都会在网银开通时为客户提供一定的优惠。如工行在部分地区开展的“开户有奖，交易有礼”活动，开通网上银行、账户信使即可参加当月抽奖活动一次；而企业客户只要每月在网上有交易，月月均有机会获奖。还有的银行会针对贵宾卡的用户免收电子证书的工本费，或者打5折；工行、建行等众多银行都开设有自己的网上商城，客户在网上商城购物，有的可以享受到银行客户独有的优惠，有的还可以积分换礼。

#### 事件五，超级网银成扫钱神器 资金在各行间免费流转

基于网银互联（俗称“超级网银”）的个人网银服务，使得个人网银用户能以零成本管理多个账户。

**艾瑞点评：**随着互联网和移动互联网的发展，传统金融企业逐渐意识到电子银行手段的重要性，并且电子银行也在替代传统服务渠道方面做出了巨大贡献。面对逐步电子化的趋势，首先，未来电子银行领域竞争将越来越激烈，将会从服务种类、服务质量、服务资费、服务渠道等多维度进行；其次，电子银行领域的竞争除资费之外，营销、金融创新以及服务意识的提高才是真正赢得客户的主要因素，单纯的依靠价格优势不会促使一个行业向良性发展；最后，电子银行将会逐步向移动端转移，由手机银行发展而来的移动金融服务将会成为

金融企业发展的重要渠道，不仅可以更贴近客户的生活增加粘性，还可以为金融企业积累大量的数据，为未来的精准营销、定制服务和信贷业务提供数据支撑。

#### **盘点四：保险网销正当道虚拟财险成新宠**

##### **事件一，多家保险公司获得首批保险网销资格**

今年年初，北京大童保险经纪公司、深圳慧择保险经纪公司、泛华世纪保险销售公司、北京华谊保险销售公司、新一站保险销售公司、航联保险经纪公司、深圳中民保险经纪公司、北京慧保保险经纪公司和扬子江保险经纪公司等 9 家保险中介获得保监会批准的首批保险网销资格。

##### **事件二，人寿联手快钱 共推保险网销**

中国人寿与快钱公司联手在保险网络营销方面展开战略合作，共同研发专业、全面的保险产品电子支付解决方案，提高支付效率和安全性，改善客户的消费体验。

##### **事件三，淘宝变相提高退货运费险**

2010 年 11 月 9 日，退货运费险正式登录淘宝网销售，统一价格 0.5 元。2012 年 12 月 12 日后，网购退货险有着不同程度的涨价，部分保险公司也因投保后的退货率居高不下而改变了保费缴纳方式，最低保费为 0.5 元/笔，最高 11.5 元/笔。

##### **事件四，“三马”联合卖财险 金融行业酝酿互联网革命**

近日，平安、阿里巴巴、腾讯三家对外宣布联合成立新公司——众安在线，据保监会透露拟申请的新公司是财产险公司，经营范围局限在财产保险，拟申请范围内不包含其它类业务。此举标志中国互联网产业与传统产业的横向联合，是电子商务发展的新阶段。

**艾瑞点评：**互联网的应用对于保险行业来说十分重要，首先，保险最重要的资金来源就是投保的用户，能够带给用户最大程度的便捷性，就能够获得更多业务发展的空间；其次，保险行业已经进入了互联网时代，对虚拟财富的保险需求将促使更多虚拟财产险出现；最后，因为保险具有协议属性，所以电子化过程比较容易，这使电商平台在保险销售过程中具备先天优势，未来电商平台将成为保险网销的重要渠道。

#### **盘点五：众筹、人人贷渐成规模互联网金融呼唤法律规范**

##### **事件一，大卖场公开叫卖“人人贷”**

8 月末，积家财富公司在上海虹口区一个大卖场推销其“人人贷”产品。受金融危机影响，银行纷纷收紧银根，中小企业、微型企业和个体经营者遇到资金周转困难，往往只能通过民间借贷融资。在此背景下，传统民间借贷和网络技术相结合产生的网络贷款蓬勃发展起来。目前，“人人贷”在我国进入高速发展阶段。目前相关产品已达到 12% 的年化收益率，投资门槛只有 5 万元。

### **事件二，点名时间试水中国版众筹融资**

截止到 2012 年 7 月，点名时间上线一年的时间，网站共收到 5500 个左右的项目提案，通过审核上线的项目有 318 个，其中项目的成功率为 47%，150 个项目成功达到目标，总共筹集到资金近 300 万人民币。其中单个项目最高筹集金额约为 33.95 万元，平均每个项目筹集金额 9267 元，平均每笔支持金额 107 元。

### **事件三，借贷借壳理财产品 中国式 P2P 游走法与非法之间**

在上海理财博览会现场，一些理财产品，背后投资者实际为人人贷（P2P）模式的出借人，签订的并非《理财产品销售协议书》，而是与借贷平台签订咨询、服务协议，然后再与借款人签订借款协议。中介公司已经深入参与到交易过程中，不再是单纯的提供信用分析等平台服务，这样确实很容易踩到非法集资的红线。

### **事件四，众筹平台：Ouya 游戏机获 860 万美元投资**

北京时间 8 月 10 日早间消息，一家名为 Ouya 的公司即将推出基于 Android 系统的同名游戏主机。该公司本周三完成了启动宣传，从众筹平台 Kickstarter 上的 6.3 万名支持者处获得了近 860 万美元资金。

**艾瑞点评：**“人人贷”是 P2P（Peer to Peer）借贷的中文翻译。有资金并且有理财投资想法的个人，通过中介机构牵线搭桥，使用信用贷款的方式将资金贷给其他有借款需求的人。

人人贷在中国的兴起，首先，说明我国资本借贷传统渠道没有发挥作用，国民间借贷需求的旺盛，大批闲置资金需要寻找出口，而资金需求方无法通过正规渠道获得资金支持，因此需要其他渠道寻求融资；其次，人人贷模式游离于法律监管之外，如果不加之以法律约束会加大我国金融风险，而且这种方式一旦与信托等正规产品结合，会急速扩大我国影子银行规模，为我国金融行业健康发展留下巨大隐患；最后，人人贷利用互联网衍生出多种新型融资形式，非常值得银行、信托、理财公司等传统企业借鉴。