Mob研究院

2020中国消费金融行业研究报告

Mob研究院出品

©2020 MobTech. All rights reserved.

数据说明

1. 数据来源

Mob研究院报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2. 数据周期及指标说明

报告整体时间段：2012-2020.10

具体数据指标请参考各页标注

3. 版权声明

本报告为MobTech制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

核心观点

消费金融市场规模即将突破19万亿元

- 消费金融指以消费为目的的贷款，具有单笔授信额度小、审批速度快、无需抵押担保、服务方式灵活等特点，广受不同消费群体欢迎；预计2022年行业市场规模冲破19万亿

监管趋严，持牌消费金融机构迎政策红利

- 行业经历了多年的高速发展，已经步入规范期，政府监管趋严，大力打击行业内不良现象，对非持牌消费金融机构限制增多，利好持牌消费金融机构

银行系与非银系持牌消金机构各具优势

持牌消费金融机构的业务特点由其股东类型决定，主要可分为银行系与非银系两类；银行系享受股东银行的资金、品牌、客群等优势，而非银系对市场的长尾部分覆盖更全面

大数据等金融科技赋能消费金融行业

- 大数据以及云计算技术为消费金融行业提供智能风控、精准获客等服务，有效降低坏账风险、控制运营成本，是消费金融行业未来发展的重点

目录

CONTENTS

1 消费金融行业介绍

2 消费金融用户洞察

3 持牌消费金融公司分析

4 消费金融趋势分析

消费金融：发放以消费为目的的贷款

消费金融具有单笔授信额度小、审批速度快、无需抵押担保、服务方式灵活等特点，广受不同消费群体欢迎；其极大推动了经济发展、促进消费者生活水平的提高

消费金融简介及分类

消费金融

以**消费**为目的，一般贷款周期不超过**24个月**，金额不超过**20万元**，小额/分散的**无抵押信用贷款**；主要面向有稳定收入的中低端个人客户，旨在促进消费者生活水平的提高、推动经济增长

分类



消费贷

指：**个人消费信贷**

依托于具体消费场景，对消费者个人贷放，用于购买耐用消费品或支付各种费用的特定消费贷款

特点：1.无需抵押　2.限定具体借款用途
3.资金直接流向消费场景，不进入消费者账户

例如：耐用消费品贷款、教育贷款、旅游贷款……



现金贷

指：**小额现金贷款业务**

不依托于具体消费场景，对消费者个人贷放的非特定小额贷款

特点：1.无需抵押　2.不限定具体借款用途
3.资金流入消费者账户

Source：Mob研究院整理

背景：消费需求增长，借贷意愿强烈

2015年以来中国经济及社会消费品零售快速发展，为消费金融提供了较好的宏观经济环境以及市场支撑，国民消费需求日益旺盛，借贷意愿明显

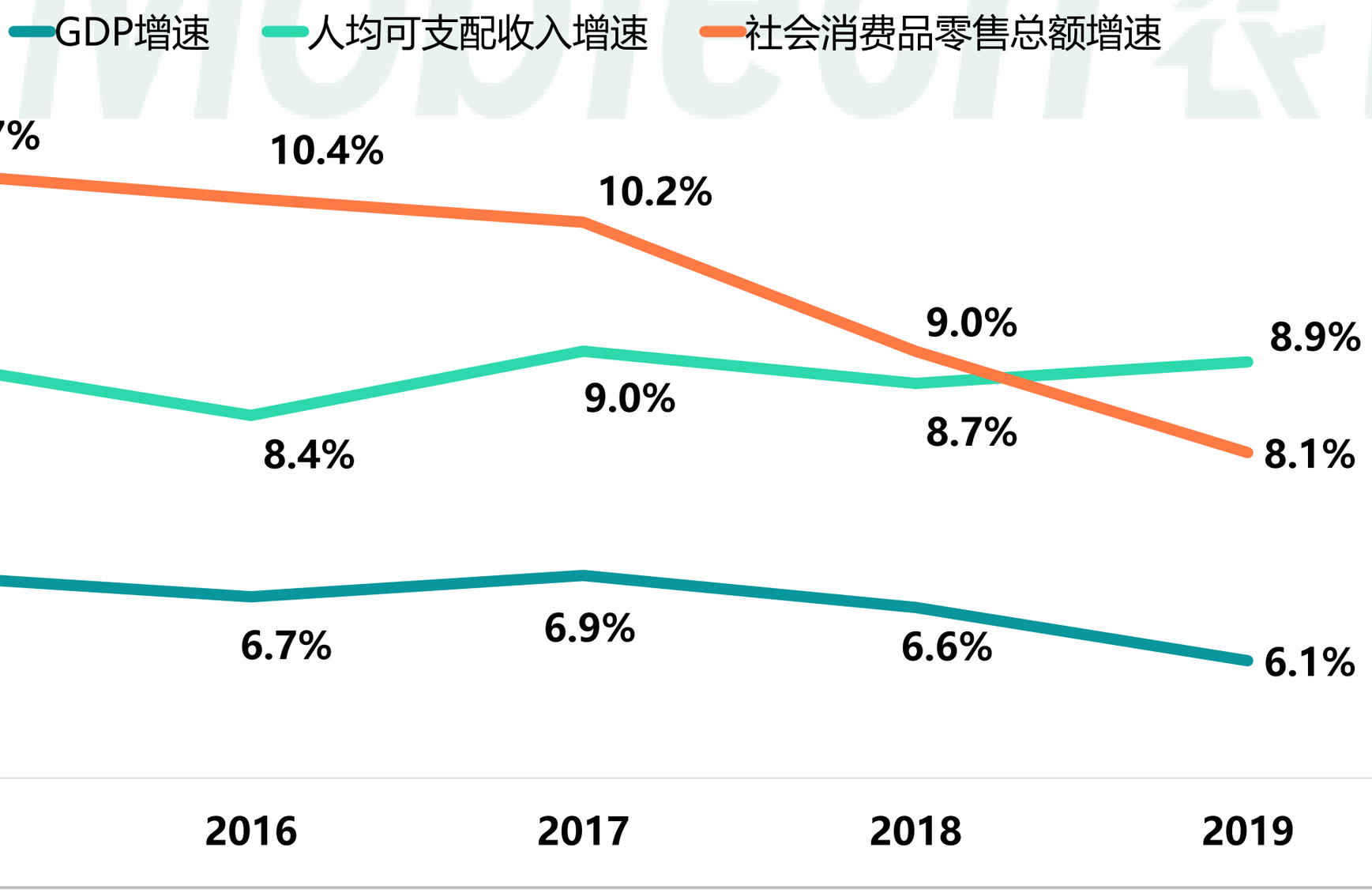
中国消费金融行业背景



人均信用卡/信贷合一卡持卡量

2015年 0.29张 → 2019年 0.53张

借贷意愿 ↑

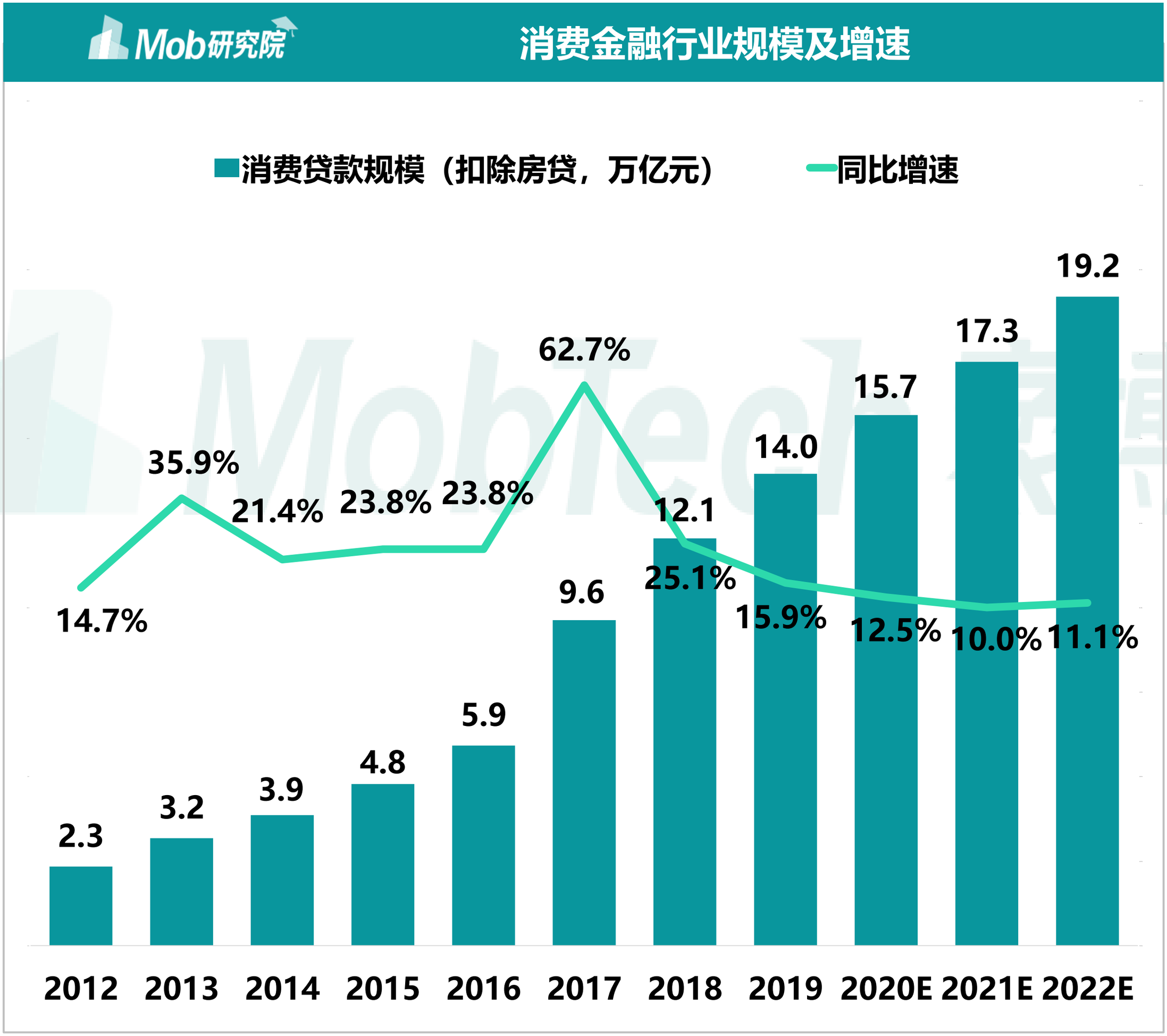


Source：央行发布《2019年支付体系运行总体报告》，历年国家统计局公告，Mob研究院整理

发展：市场规模高速增长，发展前景广阔

伴随经济增长、国民消费能力提高、消费需求升级，消费金融市场规模迎来高速增长，预计2020年突破15万亿元

消费金融行业规模及增速



Source：Mob研究院根据自有模型测算

产业链趋近成熟，金融科技辅助高效运转

消金公司通过自有资金、ABS、同业拆借等方式获得资金，经过消费者的申请流向各消费场景；监管、征信等基础设施，及大数据、AI等金融科技保障产业链的正常、高效运转

消费金融行业产业链

监管

中国证监会 CSRC

支付

支付宝 ALIPAY

征信

中国人民银行 征信中心 CREDIT REFERENCE CENTER, THE PEOPLE'S BANK OF CHINA

大数据风控

同盾科技 www.tongdun.cn

其他

阿里云

消费金融基础设施

金融科技

资金提供方

自有资金，吸收股东存款，发行ABS，发行金融债、银行借贷，同业拆借……

资金

消费金融服务商

1. **持牌消费金融公司**：兴业、捷信、马上、苏宁……
2. 传统商业银行：中国银行……
3. 互联网金融平台：360金融……

贷款申请

资金

消费场景

旅游、医美、装修、婚礼……

购买申请

资金需求方

消费者

还贷（利差）

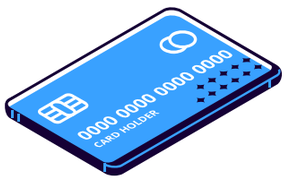
手续费、佣金

Source：Mob研究院整理

消费金融市场玩家分类

消费金融市场主要有三类参与者：传统商业银行、持牌消费金融公司、互联网金融平台

消费金融市场参与者分类



传统商业银行

“传统主力军”

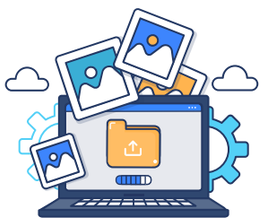
传统商业银行参与消费金融的主要方式是通过信用卡授信业务，吸收公众存款，资金最充裕；受到国家管制最多；接入央行征信，风控能力强；对信用卡持卡人审核最为严格



持牌消费金融公司

“持牌正规军”

经银监会批准，在中华人民共和国境内设立的，不吸收公众存款，以小额、分散为原则，为中国境内居民个人提供以消费为目的的贷款的非银行金融机构



互联网金融平台

“行业赶超者”

依托互联网技术，提供消费金融服务的平台；依靠流量优势后发制人，发展迅猛。主要有：互联网银行、第三方场景分期平台、网络小贷公司、P2P平台（已全面清退）

Source：Mob研究院整理

行业步入规范期，持牌消金迎来政策红利

09年开放试点的消费金融经历了多年的飞速发展，各类机构鱼龙混杂，共同瓜分市场；2017年起政府加大监管力度，打击行业乱象，监管趋严，正规持牌消费金融机构迎来政策红利

消费金融行业政策变革

2009-2013 开放试点期

2009年，《消费金融公司试点管理方法》颁布后，银监会批准成立了首批持牌消费金融公司（4家），分别在上海、北京、成都和广州**试点筹建**

2013年，**新增10个试点城市**，7家持牌消费金融机构相继成立

2014-2016 高速扩张期

2014年，《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》大力支持消费金融与互联网企业开展合作；同年京东白条推出，为用户提供信用赊购服务

2015年，持牌消费金融试点范围扩至全国，并下放审批权，**鼓励民资和互联网企业发起设立**

2016年，央行、银监会再次发布指导意见，鼓励互联网消费金融业务创新，鼓励拓展消费金融场景

政策鼓励下的消费金融高速发展，行业内**涌现无数新兴互联网消费金融公司**，为持牌消费金融公司及商业银行提供补充

2017-2020 行业规范期

随着消费金融的高速扩张，非持牌机构的涌入，行业内鱼龙混杂，暴力催收、高利贷等违法乱纪现象层出不穷，严重侵犯了消费者的合法权益

2017年开始，**监管部门加大对行业整治力度**，多项规范管理通知出台，国家鼓励消费金融的同时，针对校园贷、“现金贷”、网络小贷等业务以及非持牌机构进行严格的管理、整顿、清退；行业告别疯狂扩张模式进入规范期，对非持牌机构管控的趋严以及牌照发放门槛的提高，**正规持牌消费金融机构竞争优势凸显，迎来政策红利期**

Source：Mob研究院整理

目录

CONTENTS

1 消费金融行业介绍

2 消费金融用户洞察

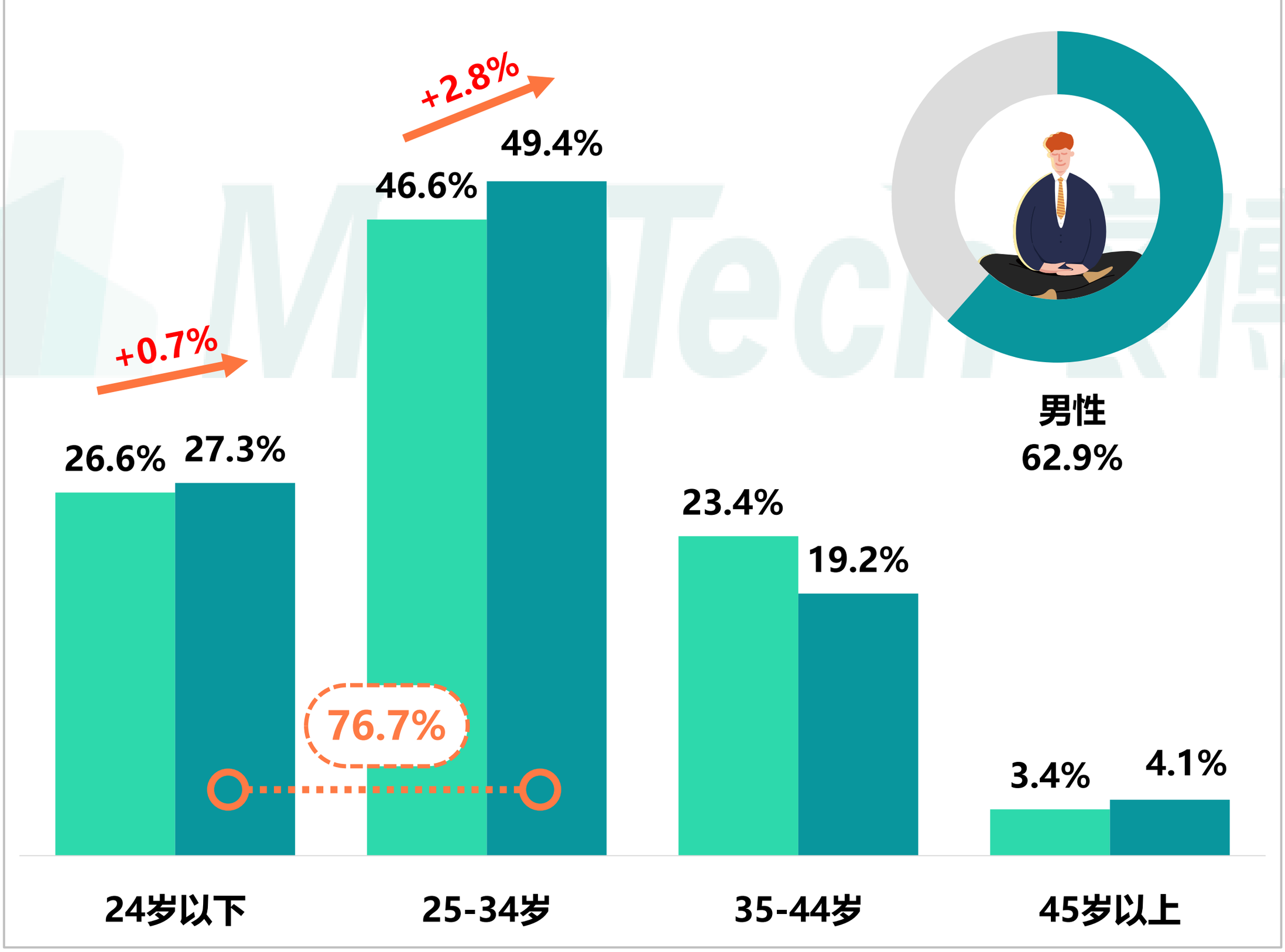
3 持牌消费金融公司分析

4 消费金融趋势分析

85后男青年为借贷主力军

男性占比超六成，年龄分布上，34岁以下人群占比近八成，且比例持续上升，年轻人的超前消费的意识和需求最为强烈

消费金融用户性别比例及年龄分布

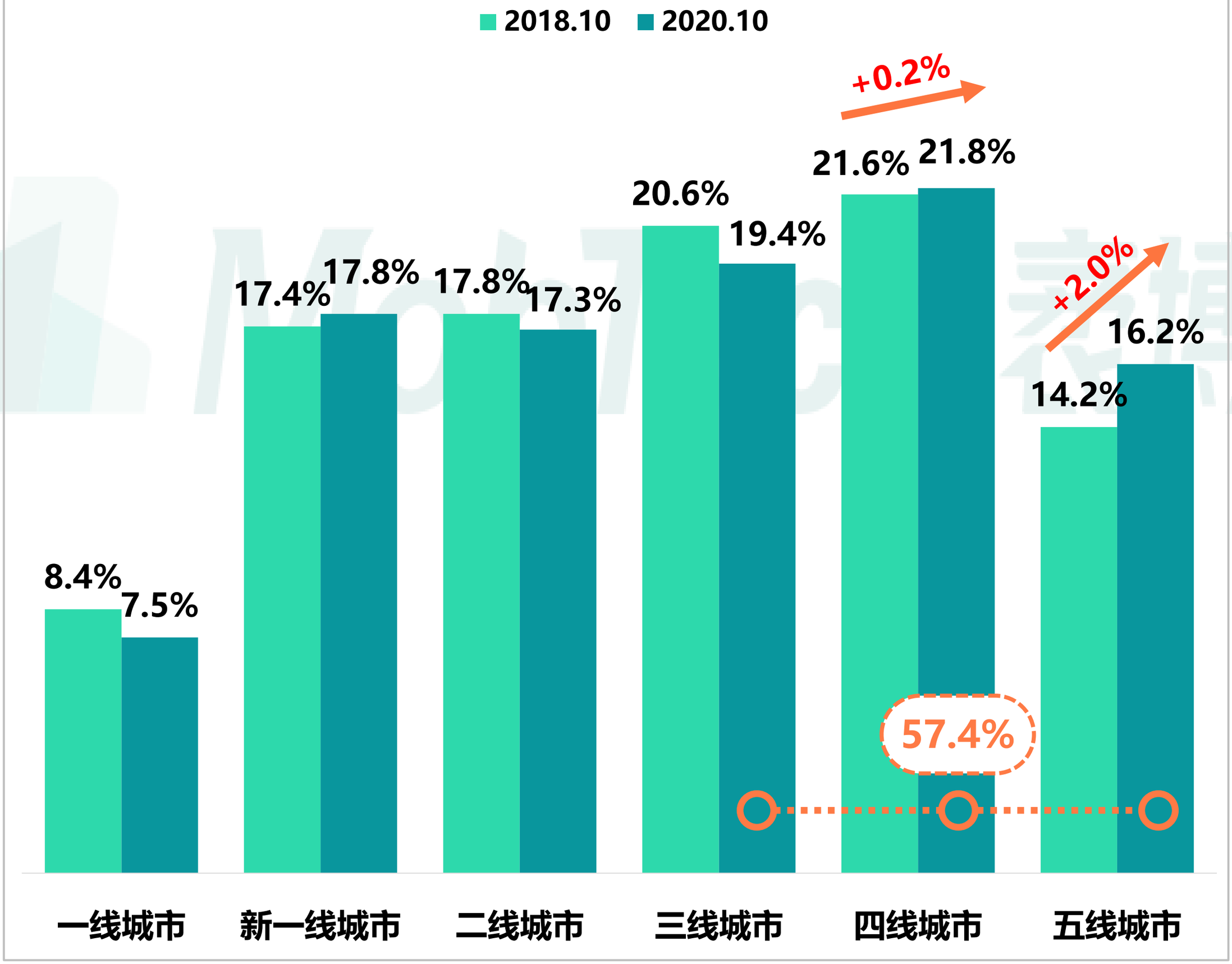


Source：MobTech，2018.10，2020.10

下沉明显，四五线城市人群占比升高

秉承“普惠金融”的宗旨，消费信贷覆盖城市范围逐渐扩大、下沉，三线及以下城市人群占比增至57.4%

消费金融用户城市等级分布

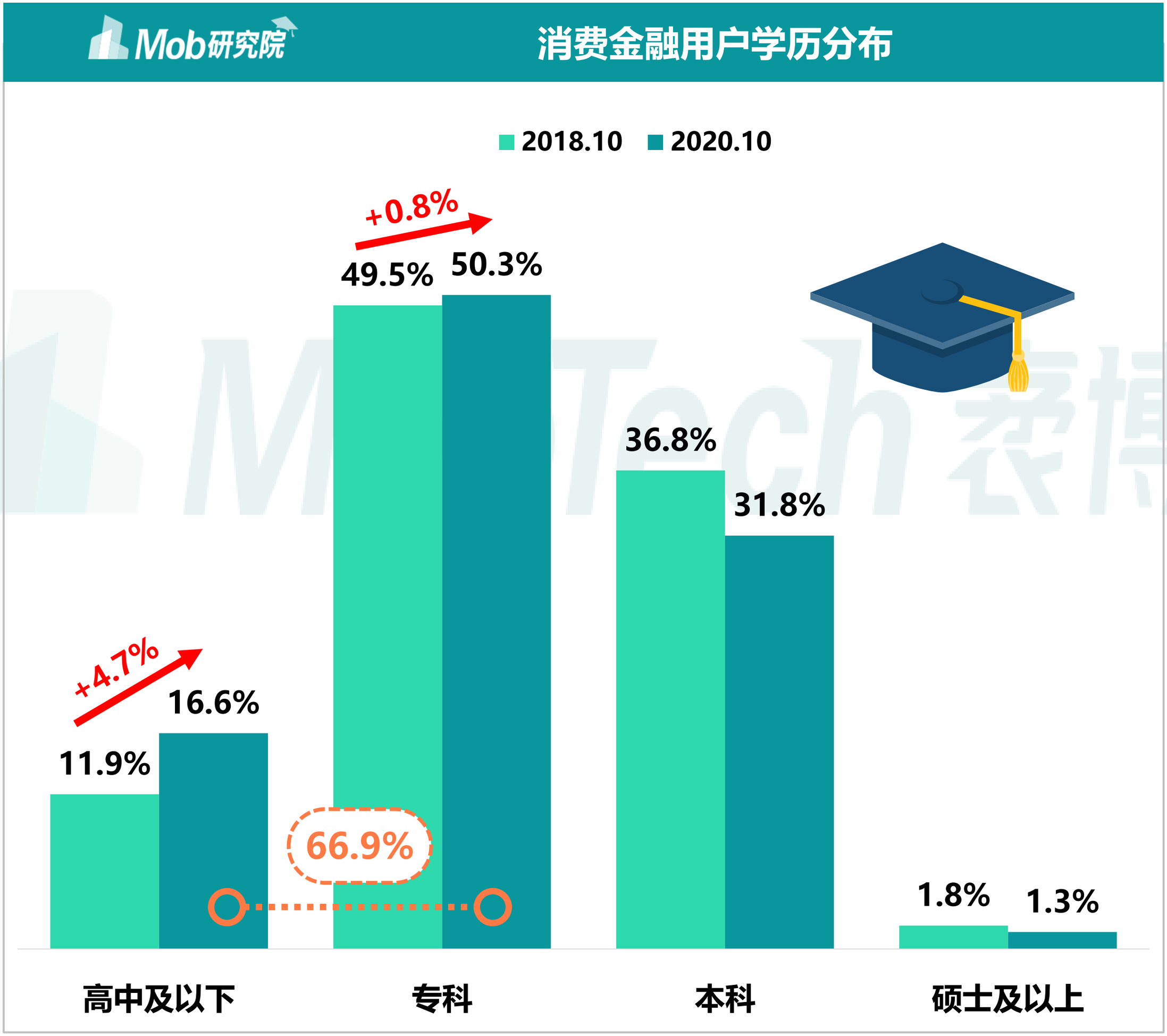


Source：MobTech，2018.10，2020.10

专科及以下学历近七成且比例上升

专科及以下人群为借贷主力军，占比近七成，且较2018同期增长5.5%，借贷加速渗透低学历人群

消费金融用户学历分布

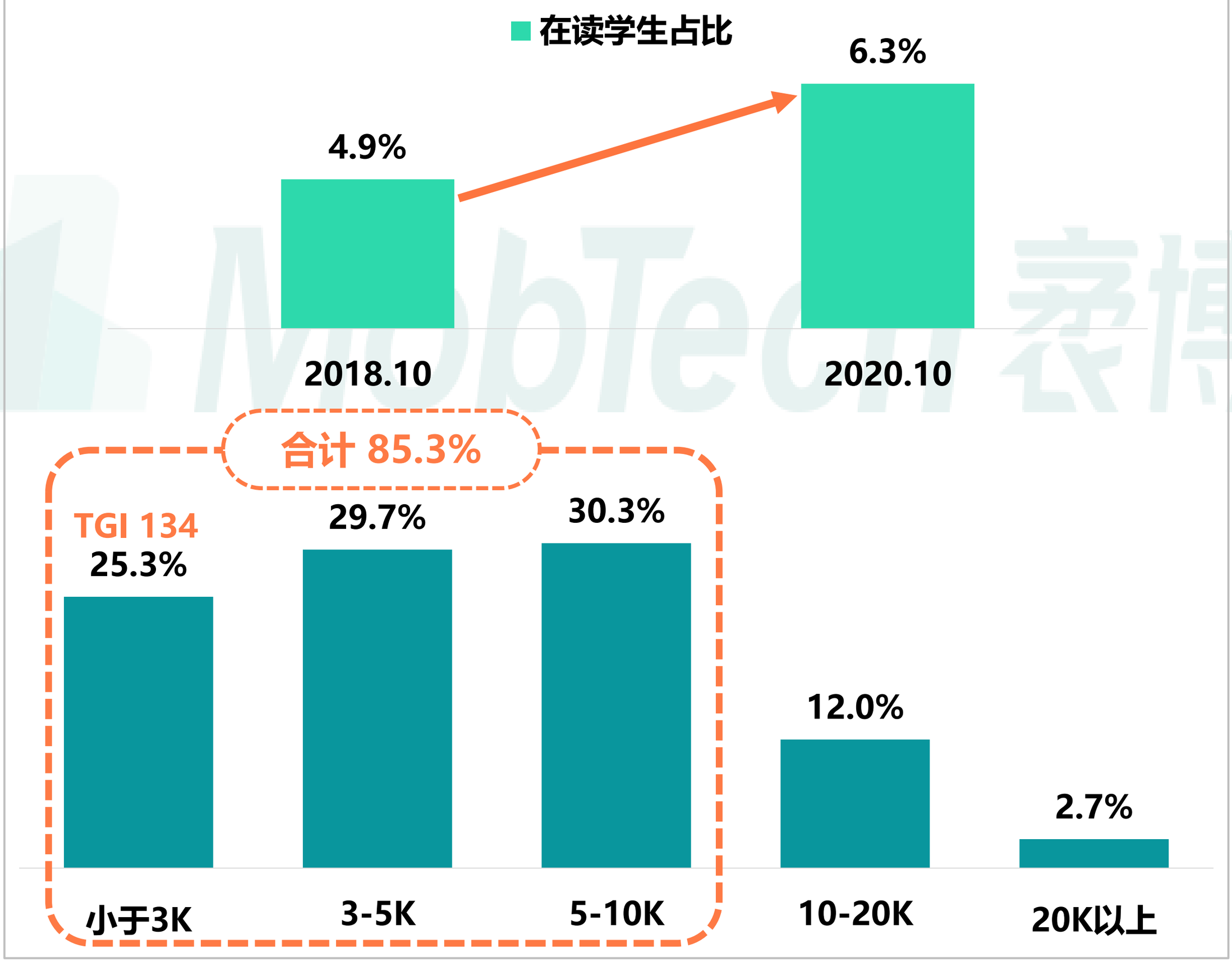


Source：MobTech，2018.10，2020.10

低收入学生群体占比攀升

互联网消费金融用户以10k以下月收入人群为主，占比超过85%，月收入3K以下群体借贷意愿强烈，且学生占比大幅提升

消费金融用户学生占比及月收入分布



Source：MobTech，2018.10，2020.10

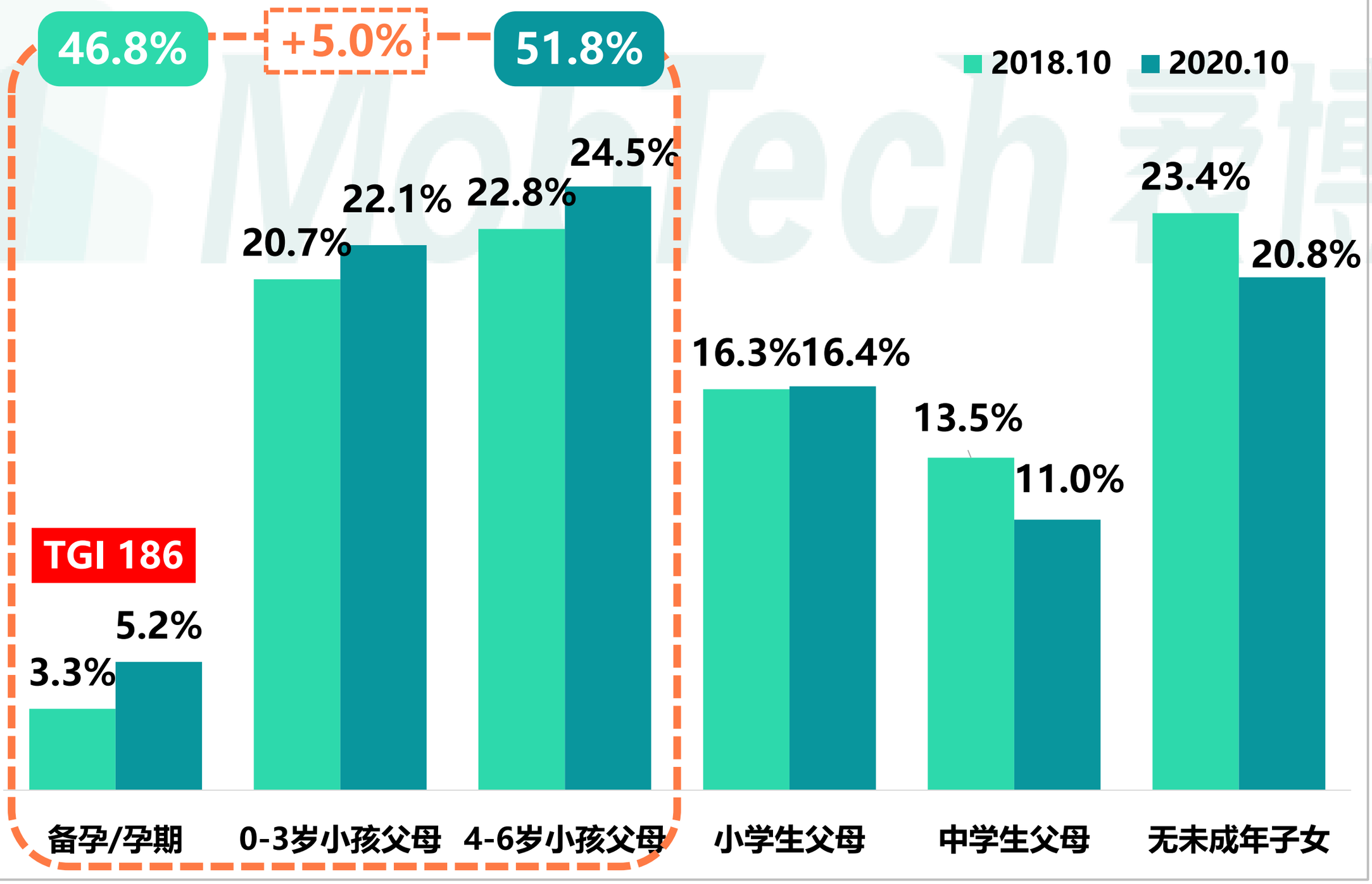
孩子是“碎钞机”？

互联网消费金融用户主要为已婚人群；且处于备孕/孕期、孩子6岁及以下的人群合计占比超半数，较2018年同期增长了5.0%；此外备孕/孕期人群借贷意愿最明显

消费金融用户婚姻及子女情况



未婚 24.1%　　已婚 75.9%



Source：MobTech，2018.10，2020.10

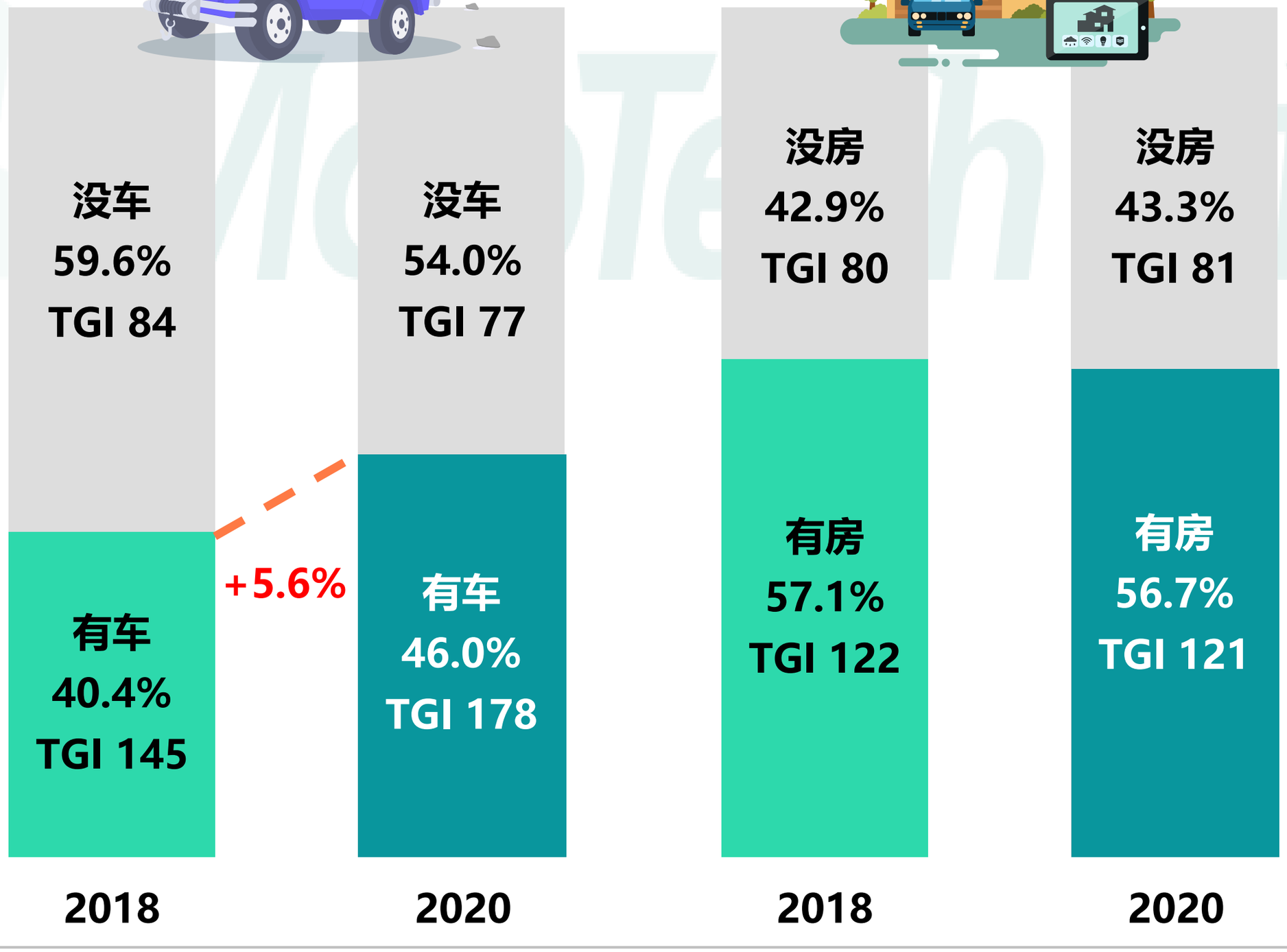
有房族借贷意愿强烈，有车族占比攀升

过半互联网消费金融用户为有房一族；有车人群占比虽然较低，但近两年比例大幅增长，且这部分人群借贷意愿较强

消费金融用户车房情况





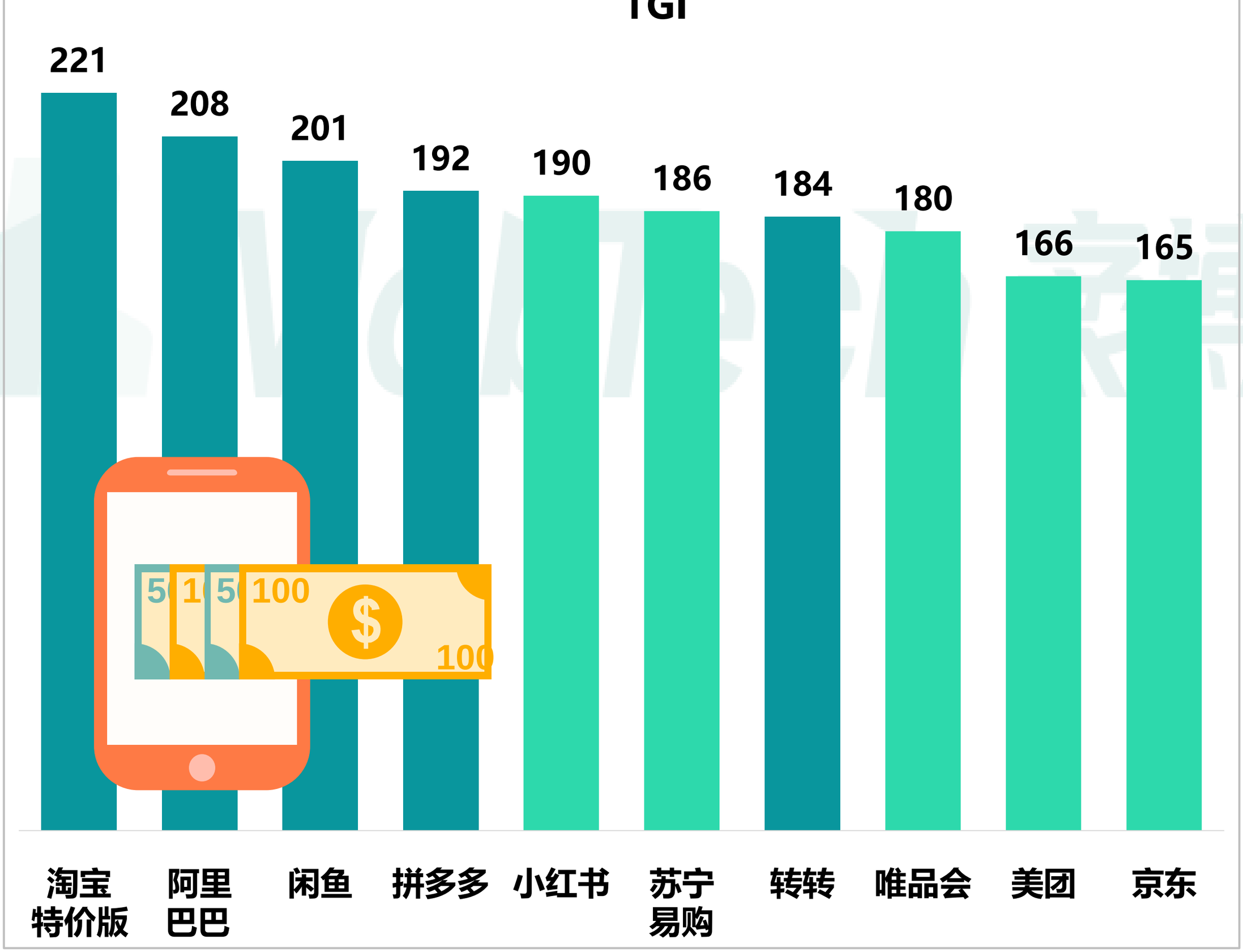


Source：MobTech，2018.10，2020.10

借贷人群消费观念：看重性价比

淘宝特价版、拼多多、阿里巴巴等低价实惠的购物App，及闲鱼、转转等二手平台最受互联网消费金融用户喜爱

消费金融用户电商偏好Top10



Source：MobTech，2020.10

画像总结：下沉市场新手奶爸

消费金融用户特点：男，小城市居民，孩子0-6岁间，有房无车

消费金融用户画像



性别：男　　**年龄：**25-34岁

城市：四五线　**学历：**大专

家庭成员：父母，老婆，0-6岁的小孩

收入：5-10K

资产配置：有房无车

宣言：上有老下有小，作为家里的顶梁柱，我压力大！平时喜欢逛逛拼多多、倒腾倒腾二手平台！

Source：Mob研究院整理

目录

CONTENTS

1 消费金融行业介绍

2 消费金融用户洞察

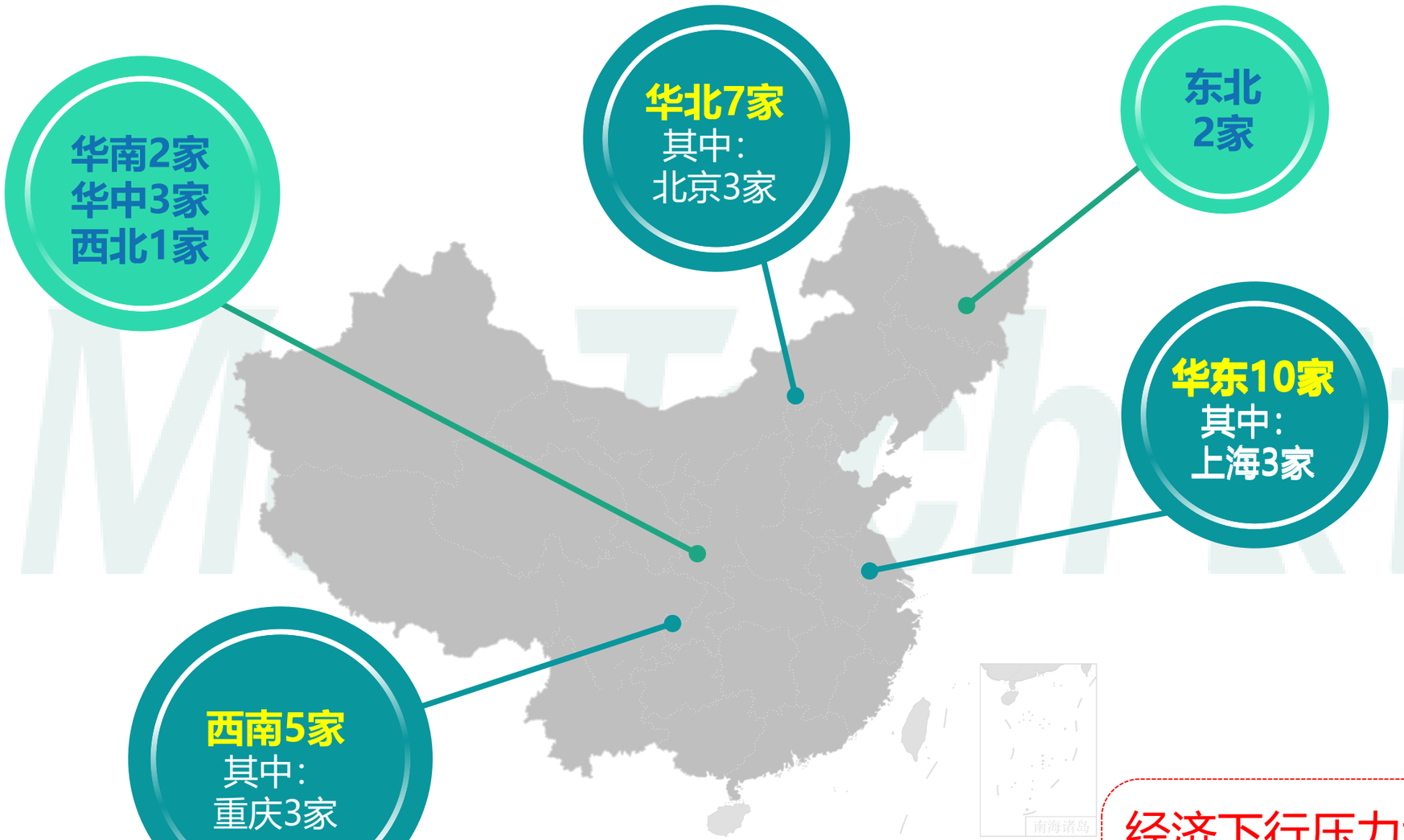
3 持牌消费金融公司分析

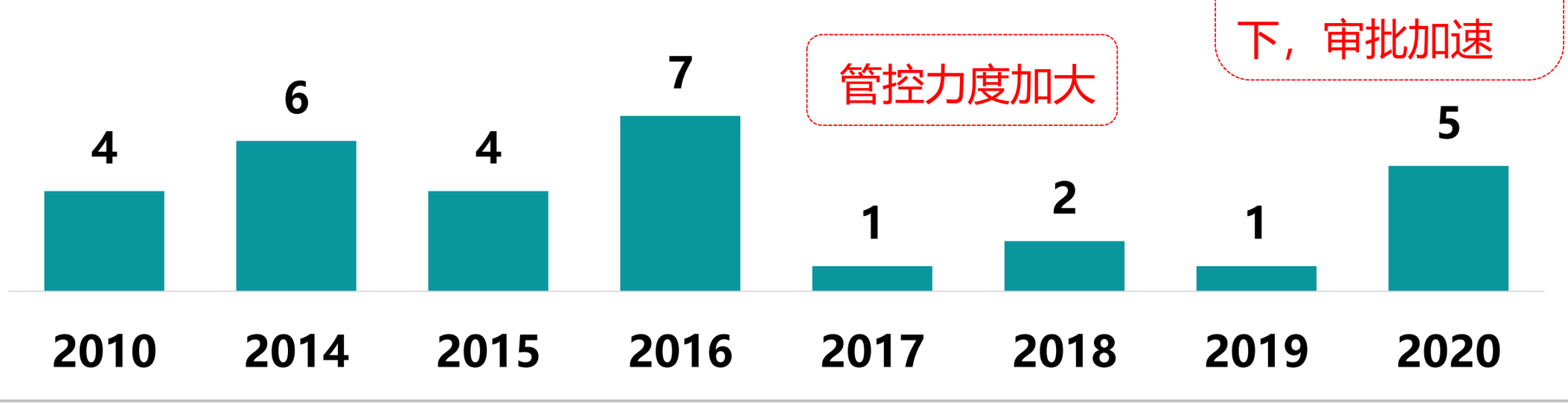
4 消费金融趋势分析

仅30家消费金融机构获批持牌

消费金融牌照审核严格，至2020.10仅有30家公司获批；牌照主要集中在经济发达地区，其中北京、上海、重庆各有三家

获批持牌消费金融公司数量



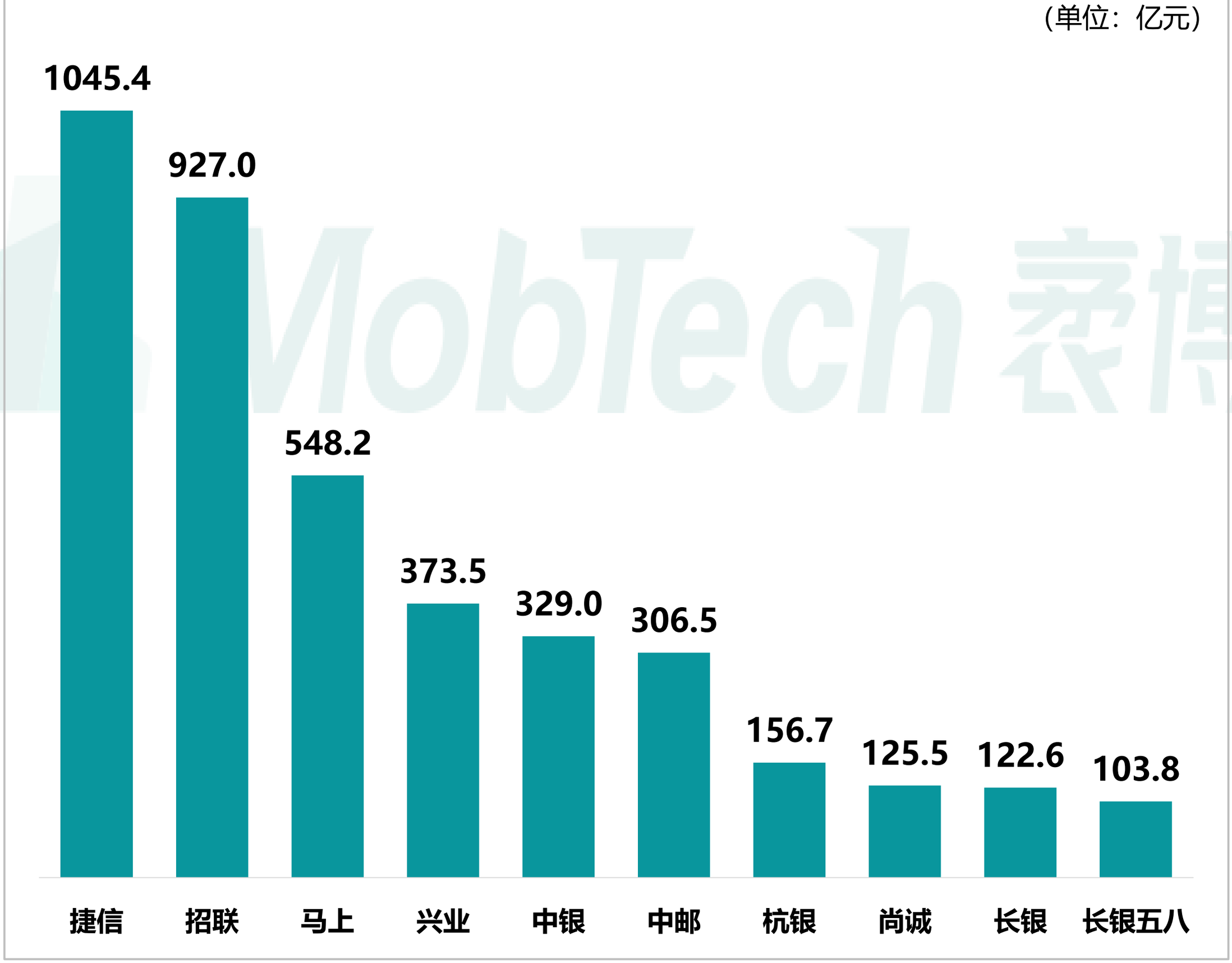


Source：Mob研究院整理

公司规模分化大，捷信、招联领跑

截至2019年，持牌消费金融公司总资产规模超五千亿，Top4资产规模2894亿，CR4超过60%，集中度高

2019年持牌消费金融企业资产规模Top10



Source：中国银行业协会，2019年各企业年报，Mob研究院整理

持牌消费金融公司分为银行系与非银系

持牌消费金融公司的特点由其股东类型决定，大致可分为两类：银行主导（占大多数），互联网公司等非银机构主导

持牌消费金融公司分类情况

公司分类	代表公司	主导机构	业务模式	业务特点
银行系	中银消费金融 BOC CONSUMER FINANCE	中国银行	商业银行进行业务拓展	补充商业银行客群下沉的业务，风控系统完善
	中邮消费金融 PSBC CONSUMER FINANCE	中国邮政储蓄银行		
	捷信 HOME CREDIT	派富集团（外资）	线下驻点	以耐用消费品分期为主，线下网点多
非银系	SUNING 苏宁消费金融	苏宁	O2O电商附加服务	线上引流，线下体验；自带场景流量，服务其电商主营业务
	海尔消费金融 @haiercash.com	海尔		
	马上消费金融	多家科技公司	线上业务为主	产品类型多，具有大数据、AI等金融科技优势

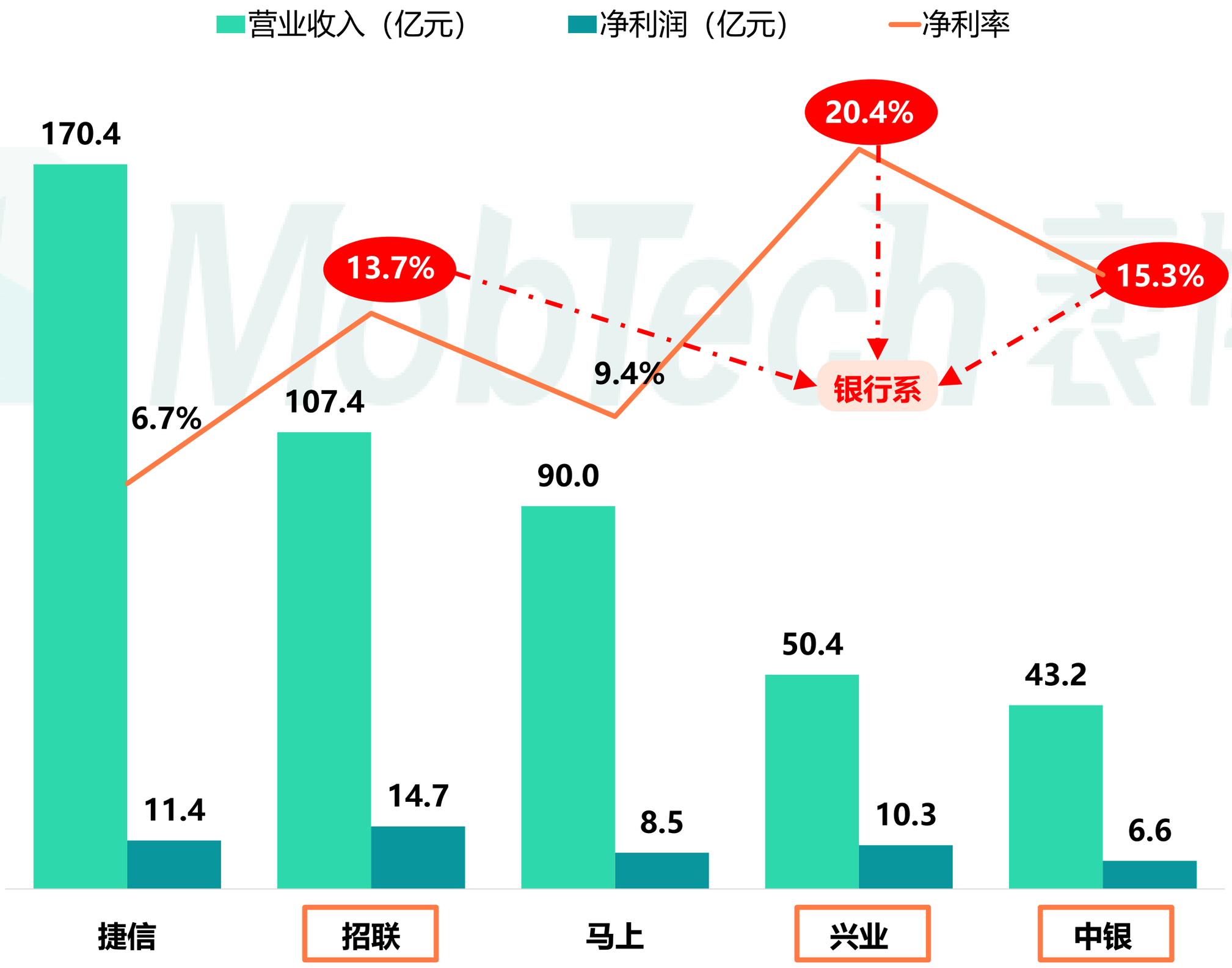
Source：Mob研究院整理

银行系持牌消费金融公司盈利能力强

银行系持牌消费金融公司盈利能力明显强于非银系，营业收入排名第四的兴业净利率超过20%，而第一的捷信仅有6.7%

2019年头部持牌消费金融公司营收情况

2019年企业营业收入Top5



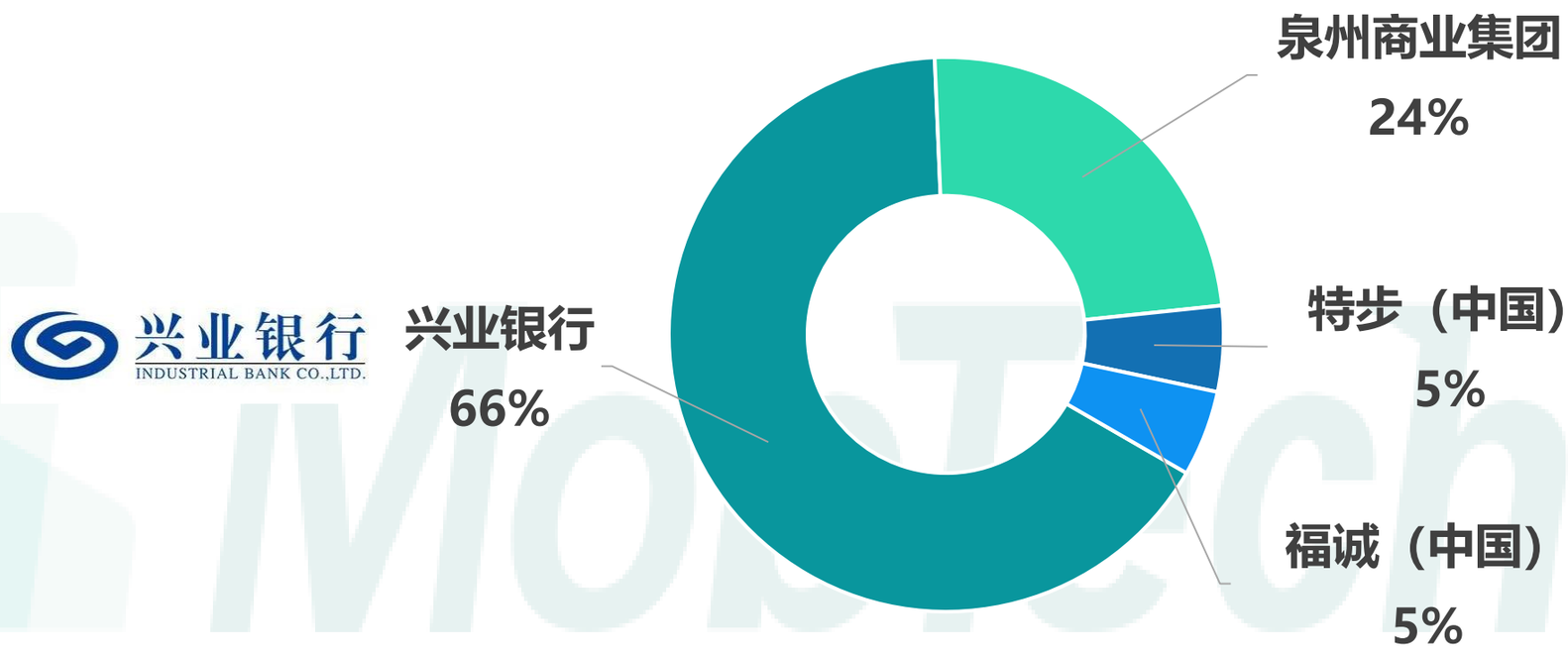
Source：中国银行业协会，2019年各企业年报，Mob研究院整理

兴业：背靠兴业银行，规模稳步增长

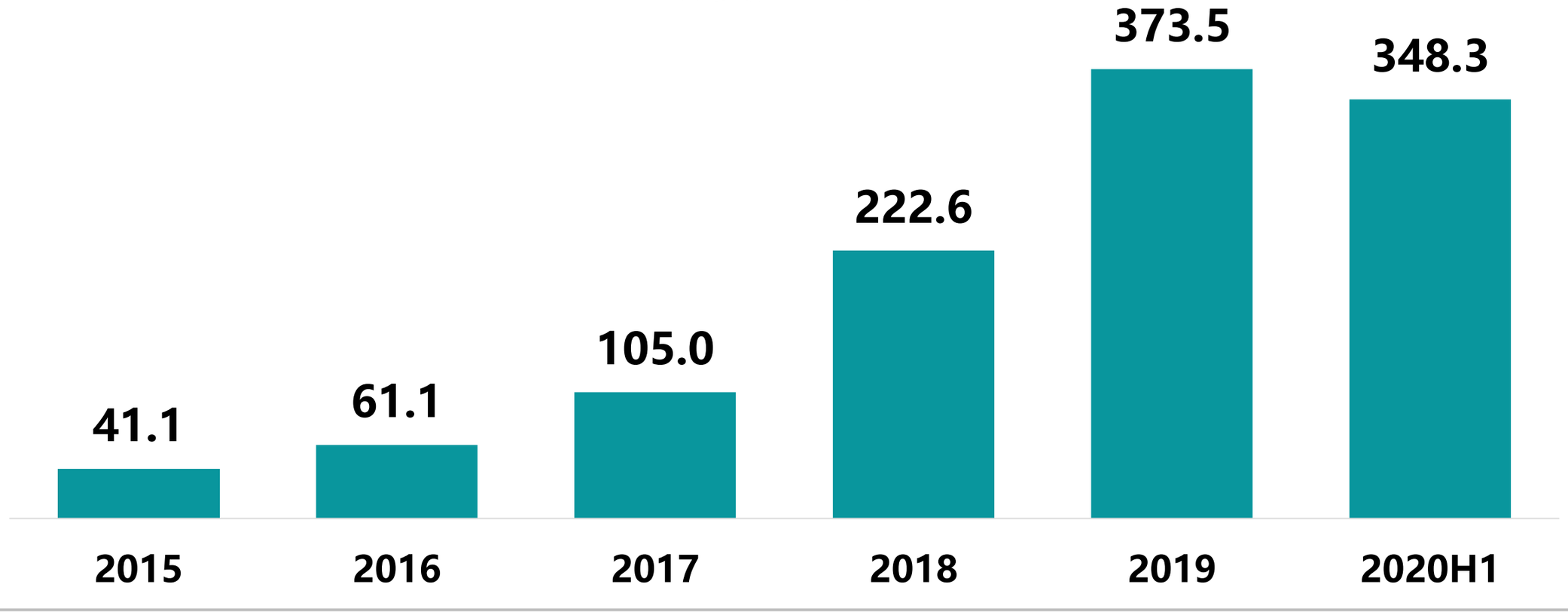
兴业消费金融公司享受着大股东兴业银行的品牌、资金支持，从2014.12成立起，规模稳步增长

兴业消费金融股东构成及历年资产规模

股东构成



总资产（单位：亿元）

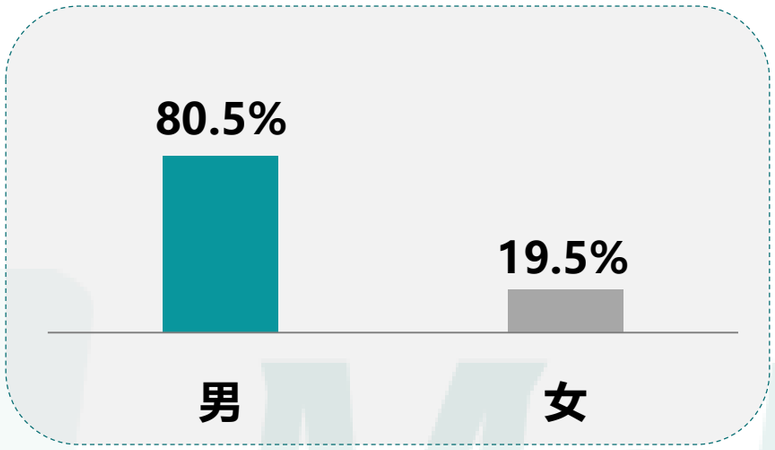


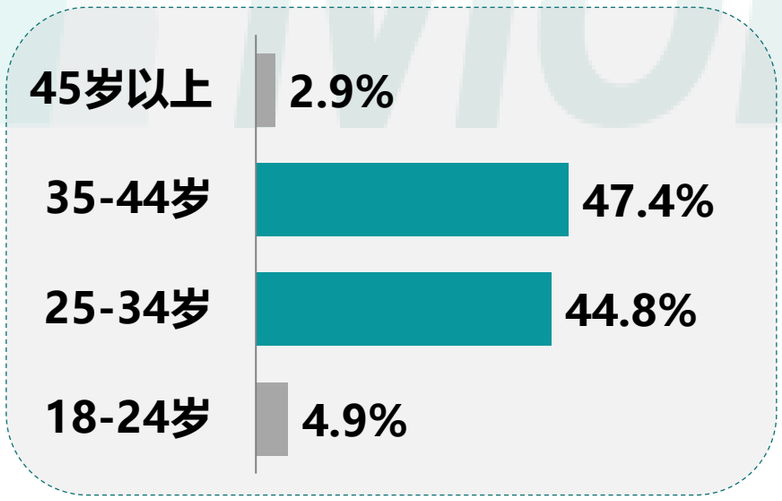
Source：企业年报，Mob研究院整理

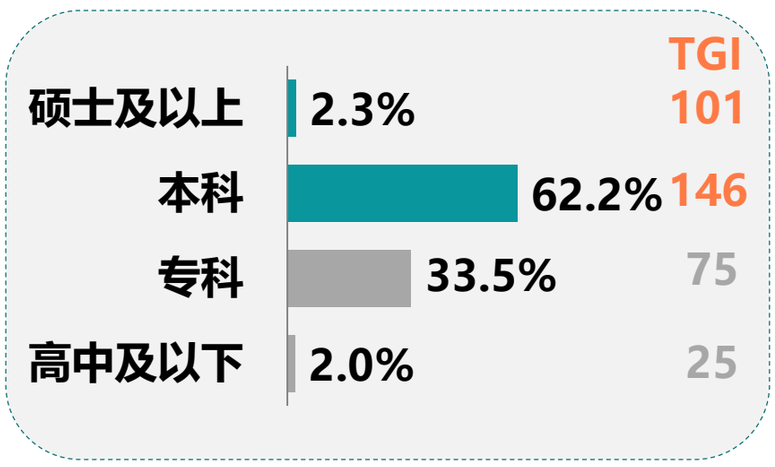
兴业：专注低风险优质客群

相较于全网借贷人群，兴业消费金融瞄准高端用户，客户群体以高收入、高学历、高资产的“三高”男性为主，集中于二线及以上大城市、月收入10K及以上

兴业消费金融旗下App用户特征分布

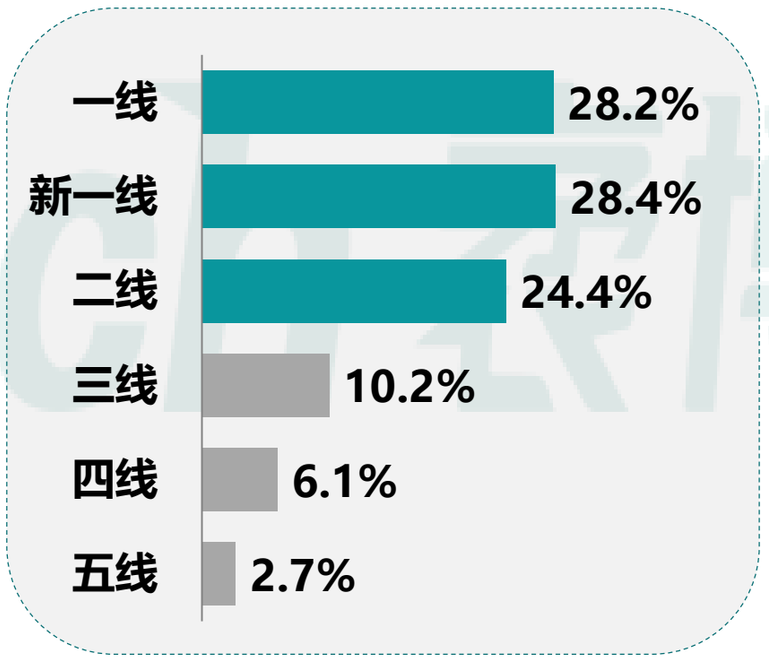


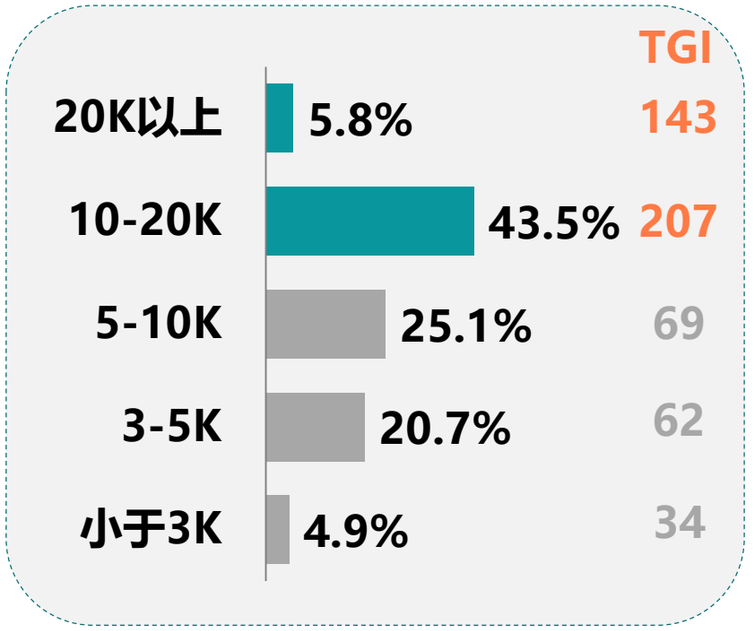












Source：MobTech，2020.10

兴业：享股东良好信誉，融资成本较低

兴业消费金融享受大股东兴业银行的良好信誉，在发行债券进行融资时拥有评级优势，票面利率较低，融资成本可控

持牌消费金融公司历年发行金融债盘点

发行单位	债券名称	发行时间	发行额	票面利率	期限
招联消费金融有限公司	20招联消费金融债03	2020.4	30亿	3.10%	3年
兴业消费金融股份公司	19兴业消费金融债01	2019.8	20亿	3.77%	3年
	19兴业消费金融债02	2019.11	10亿	3.79%	3年
	20兴业消费金融债01	2020.8	20亿	3.70%	3年
中银消费金融有限公司	16中银消费债	2016.12	20亿	4.76%	3年
马上消费金融股份有限公司	20马上消费金融债01	2020.10	5亿	5.30%	2年
捷信消费金融有限公司	18捷信消费债01	2018.4	15亿	6.74%	3年
	19捷信消费金融债01	2019.5	20亿	7.00%	2年

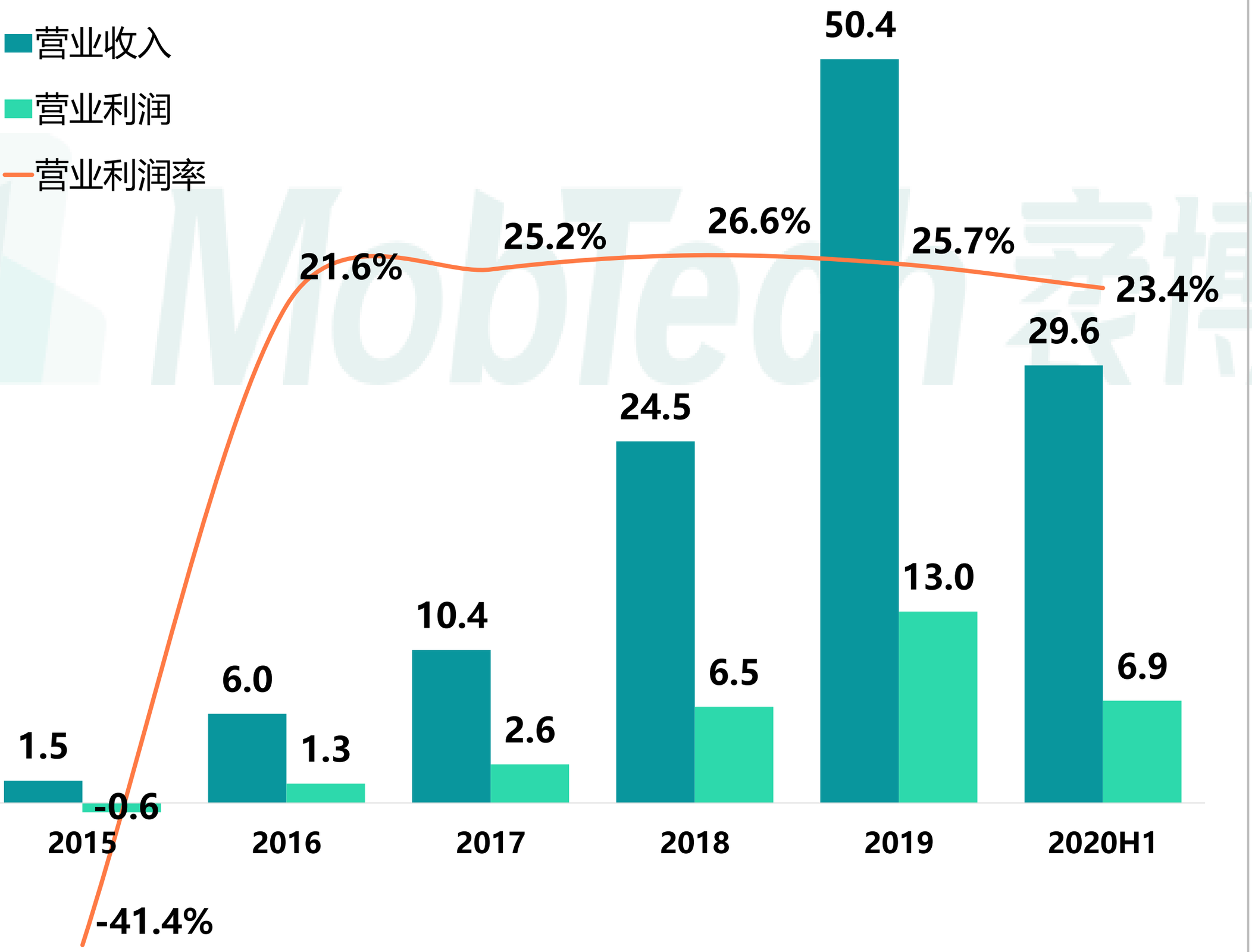
Source：Mob研究院整理

兴业：盈利能力强，利润率超20%

2014.12设立的兴业消费金融仅两年便实现盈利，资金成本等综合成本较低的优势使其利润率达到超20%的高水平

兴业消费金融历年盈利情况

（单位：亿元）



Source：企业年报，Mob研究院整理

捷信：深耕行业多年，经验资深

捷信消费金融的背后是国外成熟的驻点消费信贷提供商；2004年即进入中国市场，是中国最早一批开展消费金融业务的机构

捷信消费金融发展历程

1997

全球总部成立于捷克共和国

2004

在北京设立代表处

2007

在深圳设立了捷信中国总部，正式启动了在中国的消费信贷业务

2010

获得牌照，成为首批获批持牌消费金融公司（4家）之一，在天津注册捷信消费金融有限公司

2019

截止2019年7月，捷信已经在9个国家开展业务，全球范围内拥有**45万个贷款服务点**、**2890万活跃客户**；在中国市场驻扎**10年**、覆盖**29个省和直辖市**、**312个城市**

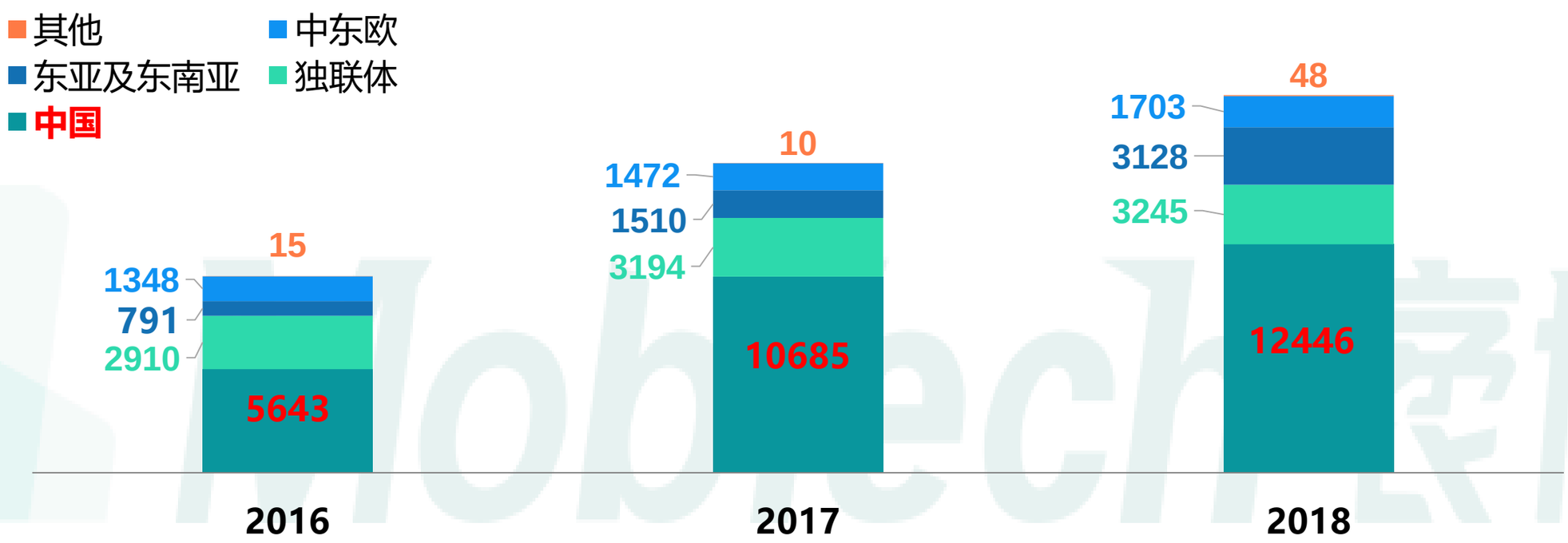
Source：捷信官网，Mob研究院整理

捷信：线下销售点超30万个

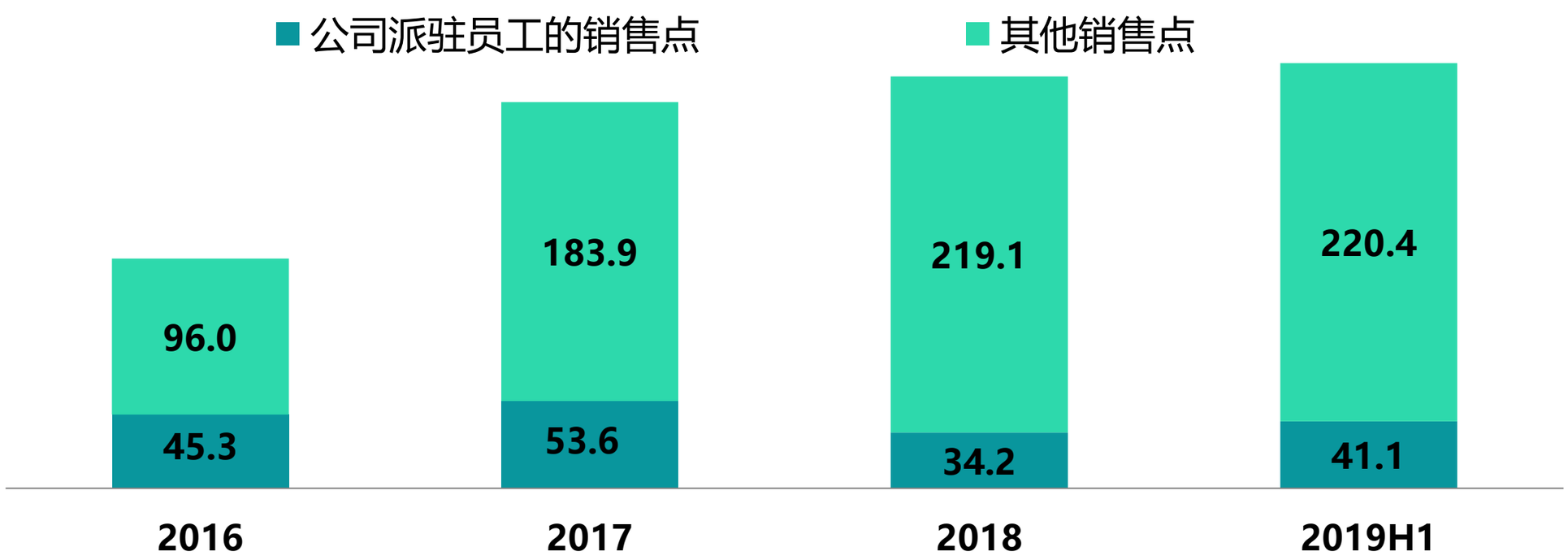
中国已经成为捷信最大的市场，贷款余额超百亿欧元；捷信在中国拥有极大线下服务网络，销售点近30万个

捷信消费金融历年贷款余额、销售点数量

各地区贷款余额（单位：百万欧元）



在中国的销售点数量（单位：千）

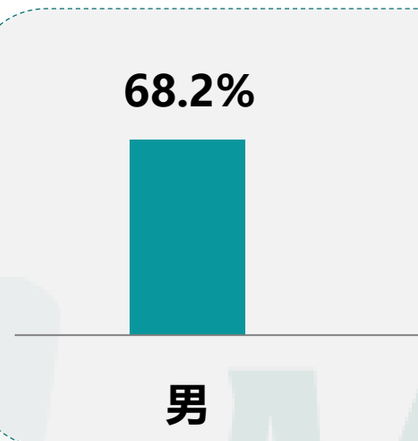


Source：捷信招股说明书，Mob研究院整理

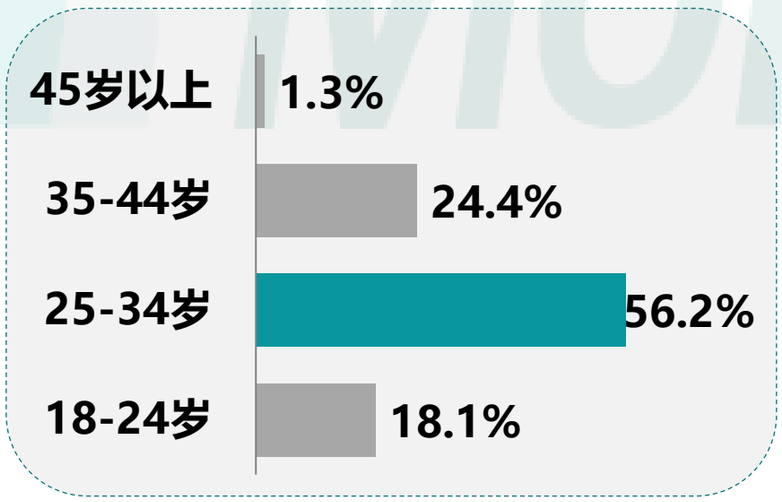
捷信：用户群体更为下沉

与兴业相反，捷信的用户群体更为下沉，主要为25-34岁、三线及以下城市、无车房、专科及以下、月收入低于5K的已婚男

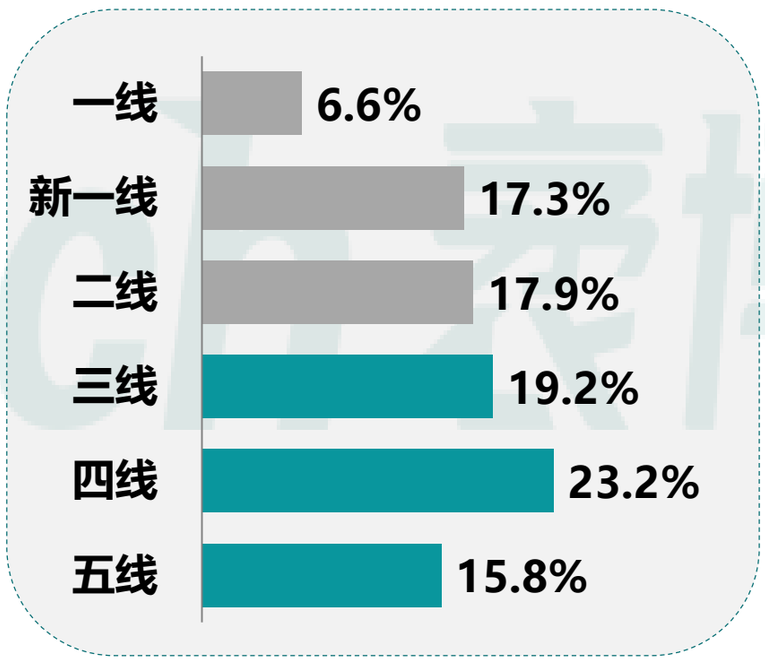
捷信消费金融旗下App用户特征分布

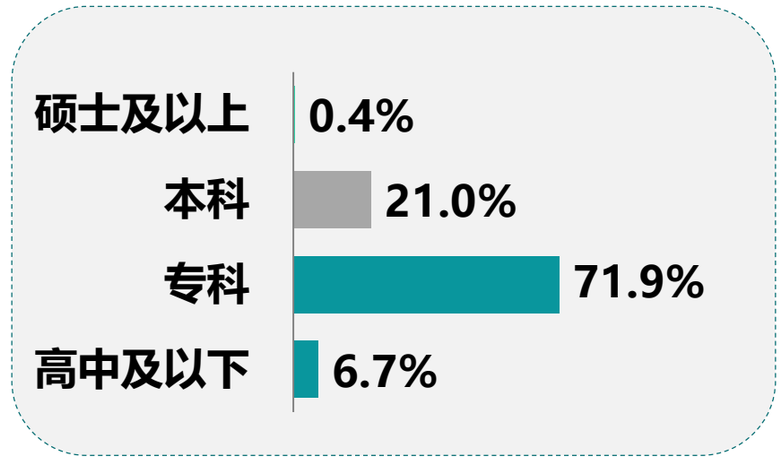


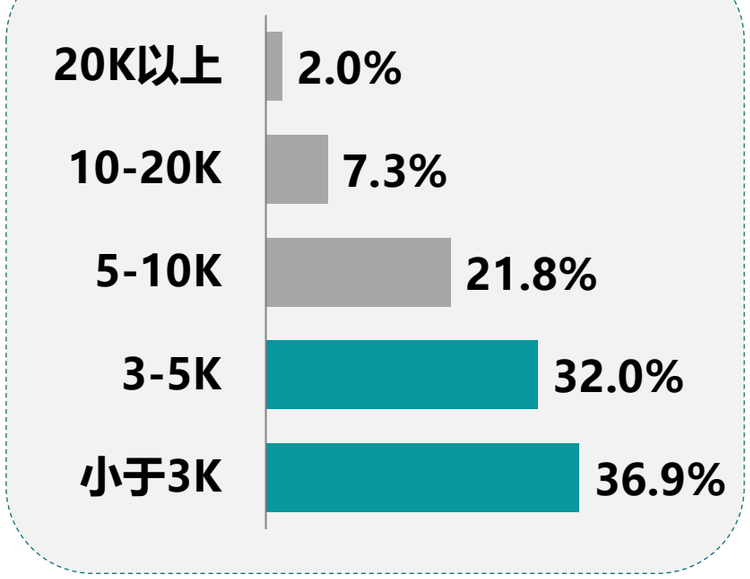












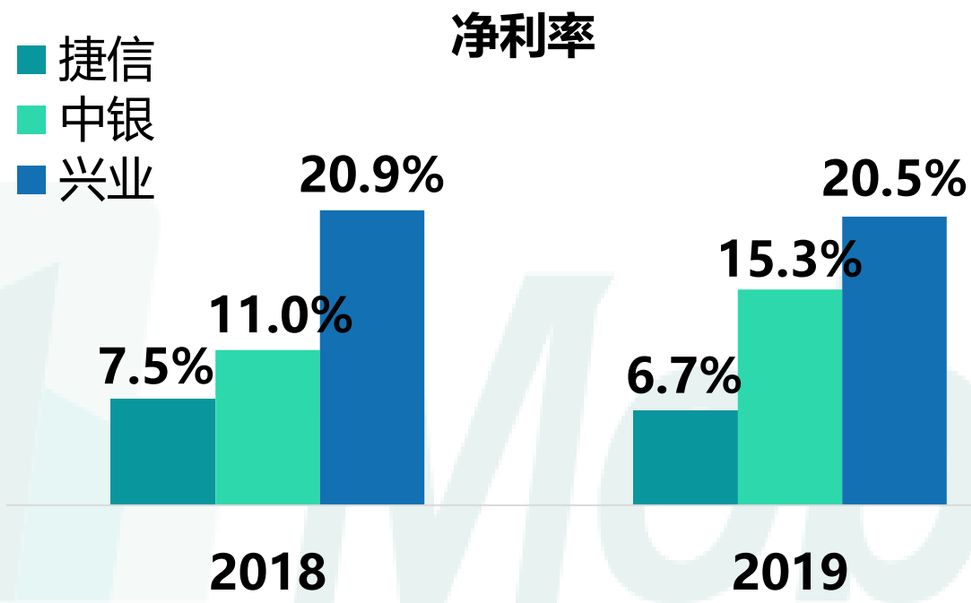
Source：MobTech，2020.10

捷信：盈利能力有待提高

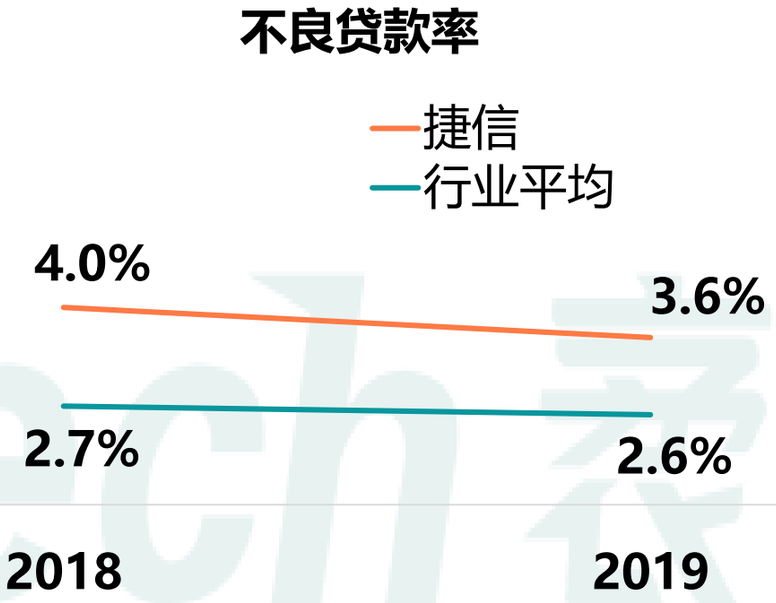
捷信专注线下服务，布局大量销售点导致运营成本高；风控难度大导致坏账成本高；缺少优质信誉的股东背书导致融资成本高；整体盈利能力待提高，目前正大力开拓线上市场

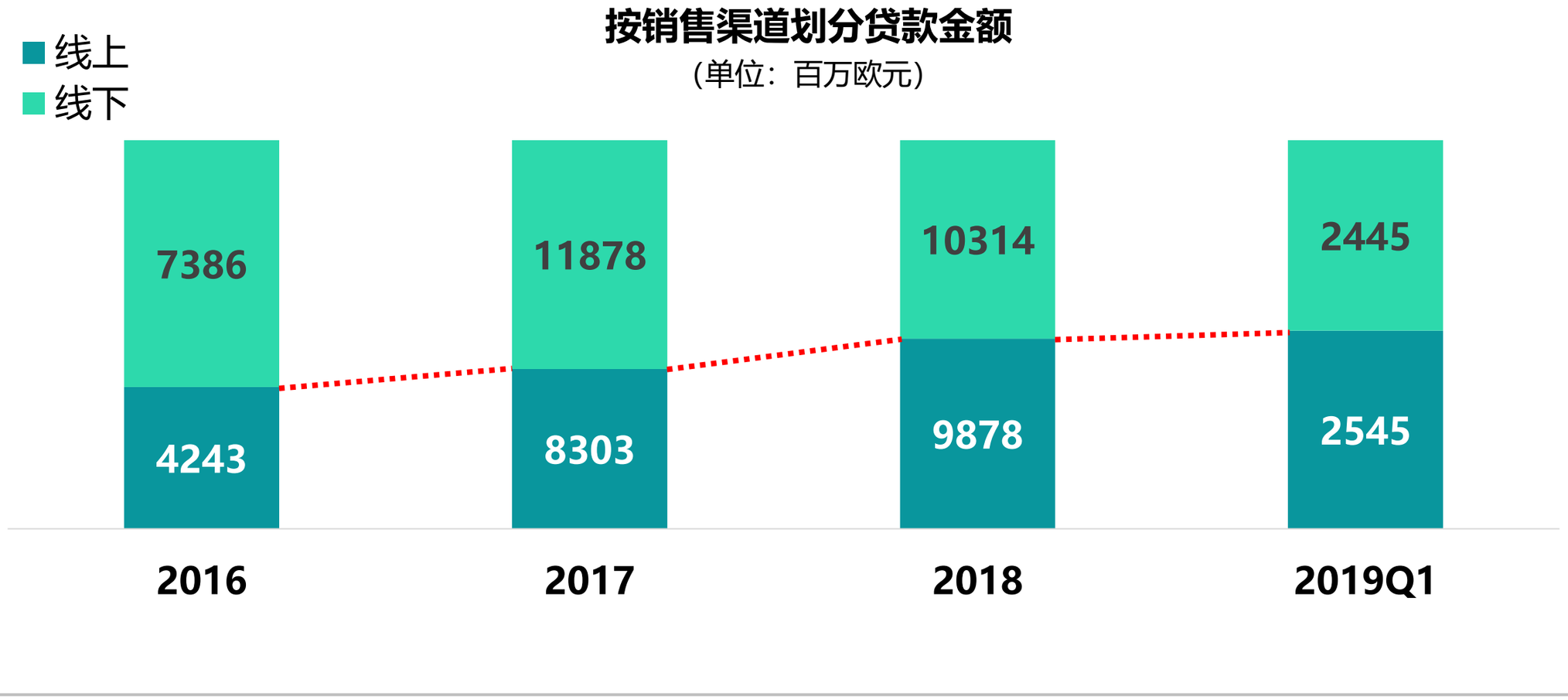
捷信消费金融经营情况

1. 运营成本高，盈利能力有限



2. 风控难度大，不良贷款率高





Source：企业财报，Mob研究院整理

马上：持有金融牌照的科技公司

马上消费金融股东背景多元化，有科技背景，线上、线下业务融合，产品多样，注入移动互联网基因

马上消费金融股东背景及产品类型

股东背景多元化

- 科技：中科金 持股29.51%
- 商贸：CBEST重百 持股31.06%；物美 WUMART；浙江中國小商品城
- 银行：重庆银行 BANK OF CHONGQING
- 财险：阳光保险集团 财产保险 Sunshine Insurance Group P&C Insurance

主要产品

- **安逸花App**
- **马上金融App**
  纯**线上**消费贷款产品
- **马上分期App**
  特定消费**场景**下的产品分期：装修、旅游、教育、医美等
- **马上贷App**

涉及消费场景多样化

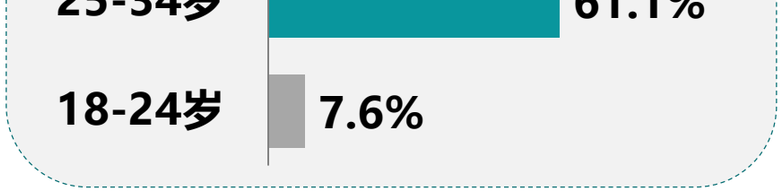
旅游、家装、电商、家电、零售、教育、医美、……

Source：Mob研究院整理

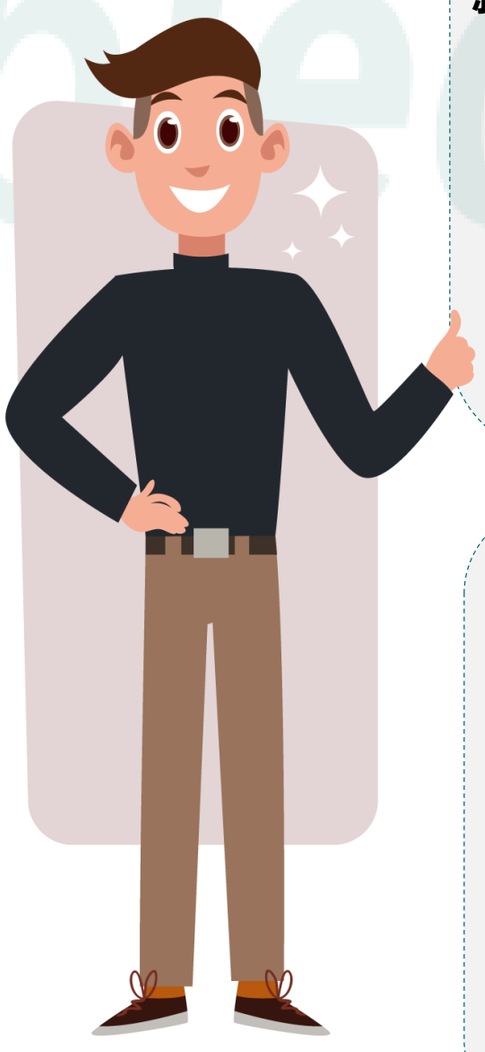
马上用户画像：车房齐全“经济适用男”

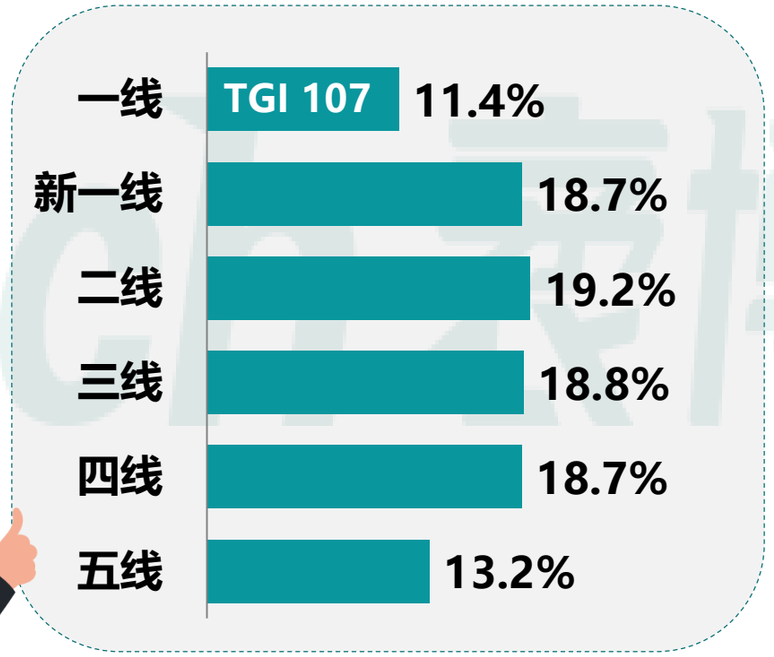
马上消费金融业务偏线上，客群城市等级分布较为平均，一线城市偏好度稍高；用户群体以专科、25-34岁、月薪10K及以下、有车有房的已婚男青年为主

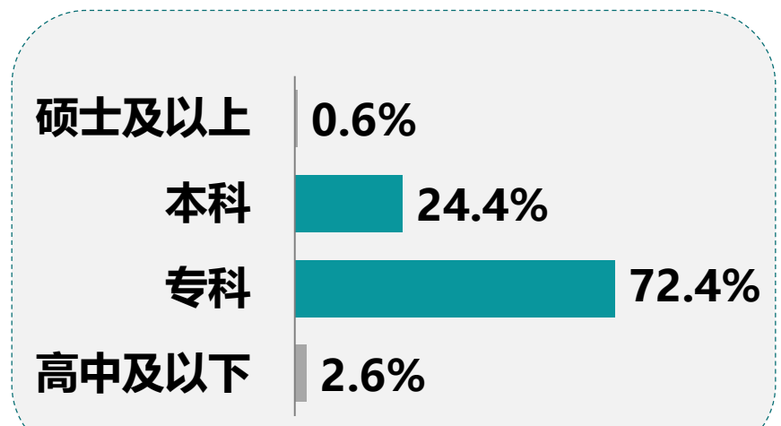
马上消费金融旗下App用户特征分布

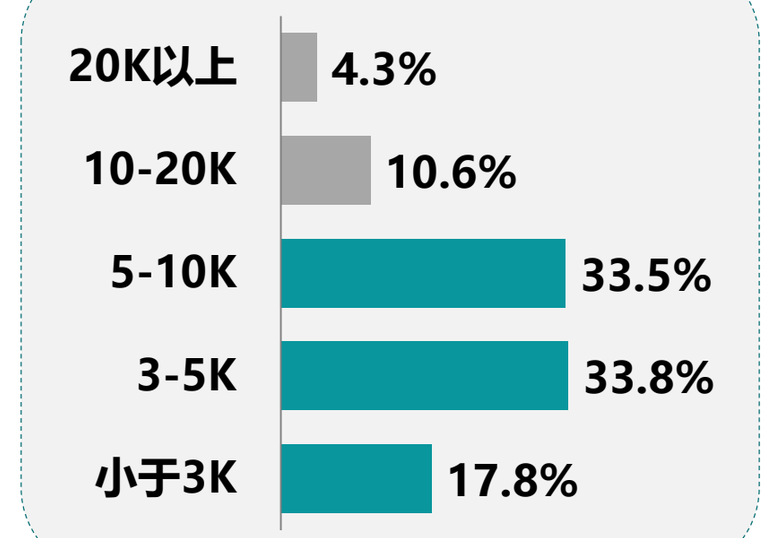












Source：MobTech，2020.10

马上：金融科技实力为其核心竞争力

马上消金凭借其大数据、人工智能等高新金融科技能力，成功挤入持牌消费金融公司第一梯队

马上消费金融核心技术发展历程

2016

2016.05
自主研发Luma风控系统上线

2017

2017.03
自主研发G!COLO智能贷后管理系统上线

2017.06
自主研发XMA智能客服系统上线

2017.07
自主研发Face X活体人脸识别技术2.0上线

2017.09
自主研发OCR系统上线

2017.11
自主研发智能联络中心系统ICC上线

2018

2018.09
自主研发马上金融云正式上线

2018.10
“智慧金融与大数据分析实验室”获批成为省部级重点实验室

2020

2020.03
7项自主研发科研成果获中国人工智能产业发展联盟权威认证

2020.03
人脸识别技术通过国家最高安全等级标准测试

Source：Mob研究院整理

苏宁：O2O模式，贴近消费场景

苏宁消费金融依托于线上苏宁易购等电商平台、线下2697家各类自营店面，深入各类消费场景，获客成本低

苏宁消费金融主要产品及竞争优势

苏宁消费金融的产品，以为苏宁易购、苏宁生态圈所覆盖及未覆盖的（引入教育、旅游、租房、家装等合作商户）各类消费商品提供的分期服务为主

任性付

商品分期

旨在为个人用户提供**多场景、全渠道、全方位**的小额消费贷款服务；最高额度20万，最长贷款期24个月，0担保抵押；对于指定商品，有12月免息等各类贷款优惠

流程：登陆苏宁金融/苏宁易购App找到入口——提交信息——审核通过——成功开通

消费场景较全

采用O2O模式，自带“线上+线下”结合的消费场景，且引入未涉及的家装、旅游、教育及其他日用消费场景合作商户

协同效应较强

股东主业是零售业务，与其消费金融业务的协同效应极强，起到互相促进的效果：消费金融为主营销售业务服务、引流，主营业务又反哺消费金融业务

获客成本较低

主要出资人为头部电商平台，自带巨大流量，可向其消费金融业务引流，极大降低其获客成本

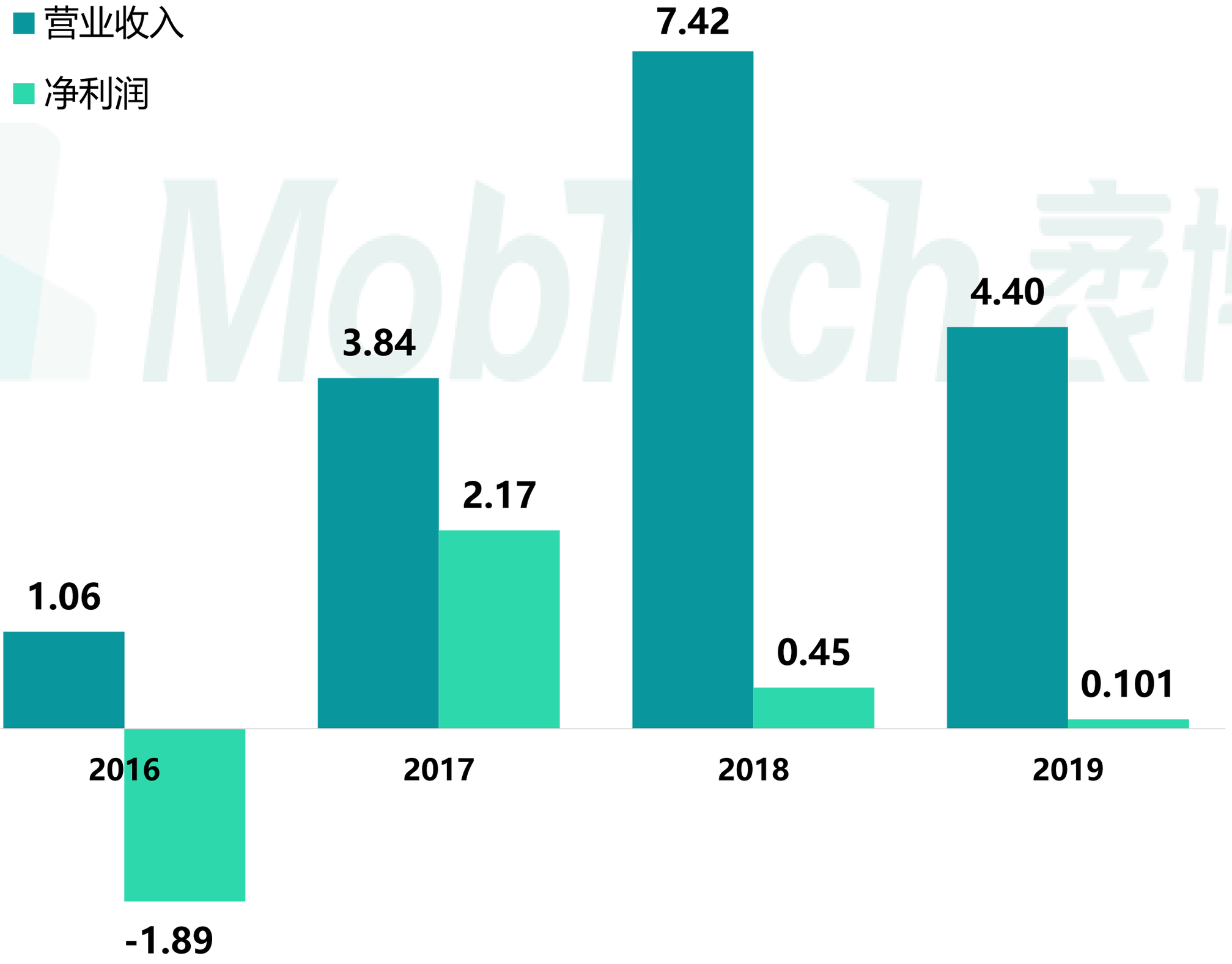
Source：苏宁易购2020年Q3财报，Mob研究院整理

苏宁：造血不到位，零售扶持金融

苏宁消费金融的优势是其线上线下的供应链资源，但其零售与消费金融业务的联动尚不到位，当前更多是零售对金融业务的扶持，整体规模和盈利能力有待提升

苏宁消费金融历年盈利情况

（单位：亿元）

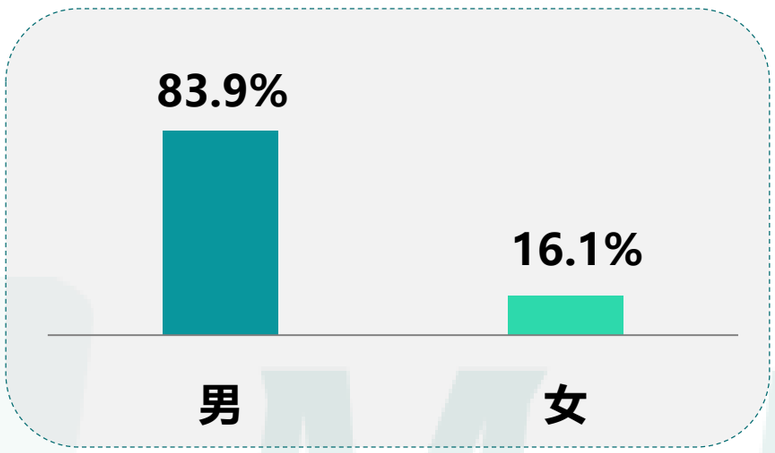


Source：企业年报，Mob研究院整理

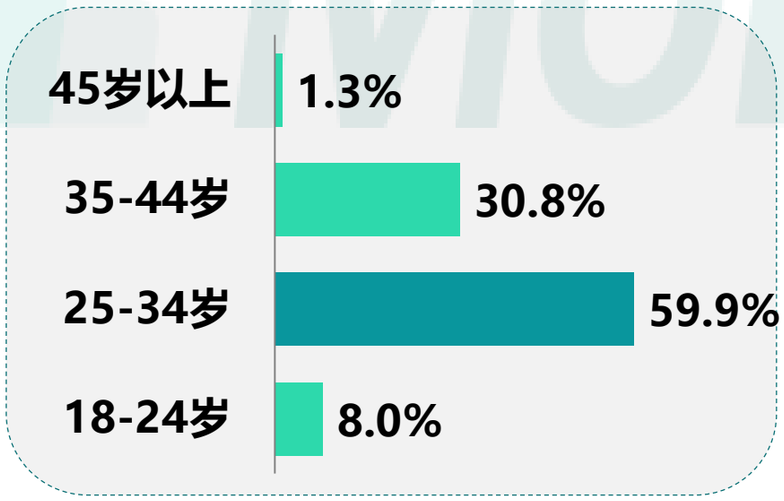
苏宁用户画像：中等收入男青年

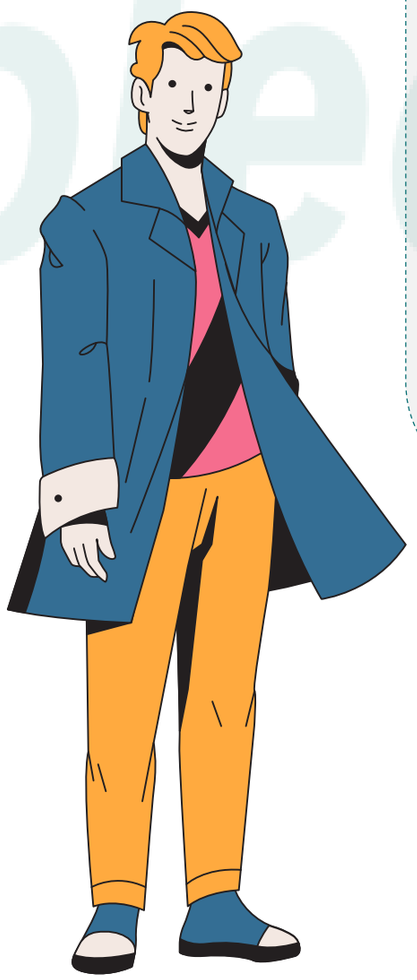
苏宁消费金融的用户超八成为男性，城市等级分布较为下沉，学历集中在本专科、收入3-10K间的年轻人，多数有车无房

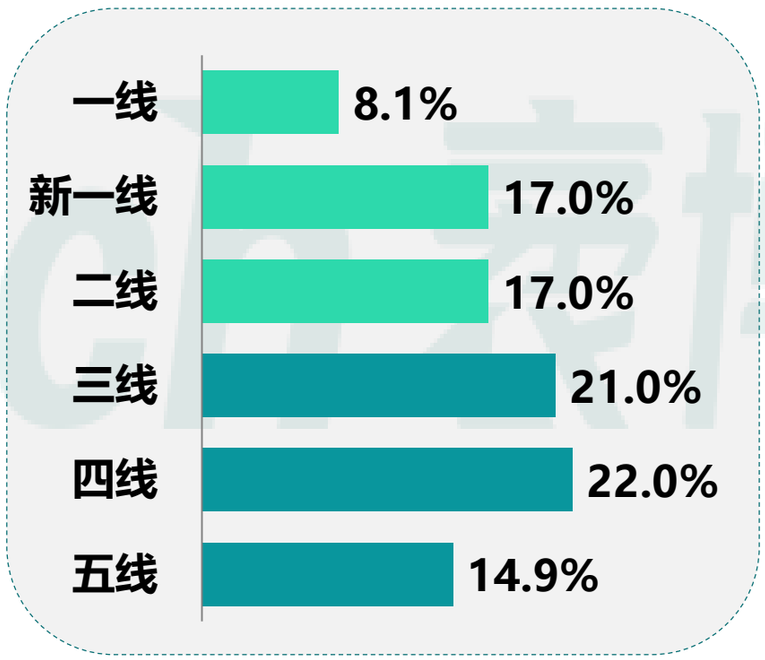
苏宁消费金融旗下App用户特征分布

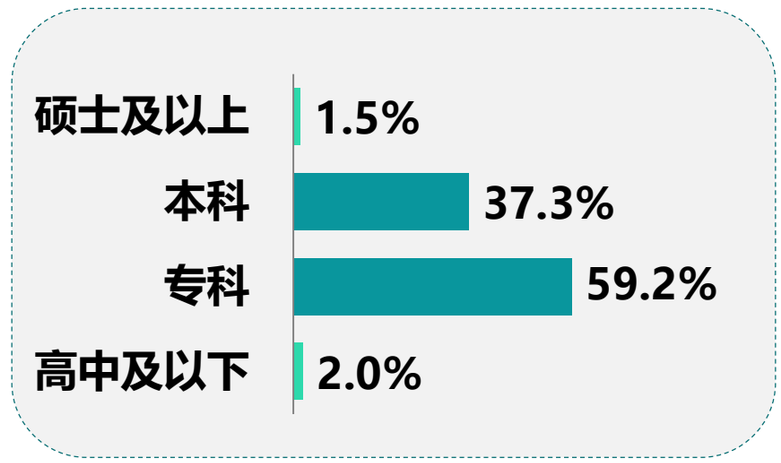


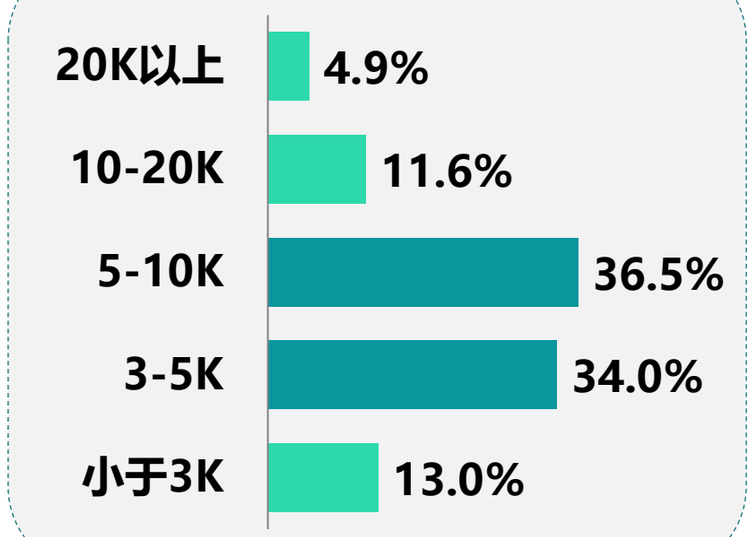












Source：MobTech，2020.10

目录

CONTENTS

1 消费金融行业介绍

2 消费金融用户洞察

3 持牌消费金融公司分析

4 消费金融趋势分析

智能风控，降低坏账风险

随着对催收手段的监管趋严，不良贷款导致的坏账成本是目前最困扰整体行业的问题之一，而大数据以及云计算技术为整个消费金融借贷过程提供智能风控服务，有效降低坏账风险

贷前风控

- 基于客户行为特征画像及风控模型，对客户的还款意向和逾期概率进行评分
- 凭借数据处理分析及建模能力，对借款人信息的真实性进行判断，输出反欺诈分及风险评估分

贷中监测

- 对借贷用户的网络行为（例如卸载App等）进行追踪监测
- 对借贷用户的贷款用途、还款意愿等进行追踪检测

贷后预警

- 运用大数据、人工智能等技术构建贷后风控体系，例如“贷后预警”及“智能催收”等，在贷后环节上进行全面智能监控

相关科技公司基于数据源，依托其**大数据**、**云计算**和**人工智能**等技术，生成潜在用户行为画像、利用多维度信息对用户风险水平进行评估核验，并且基于不同的消费场景搭建精细的风控系统，从**贷前**、**贷中**、**贷后全流程**为消费金融机构提供**智能风控**服务

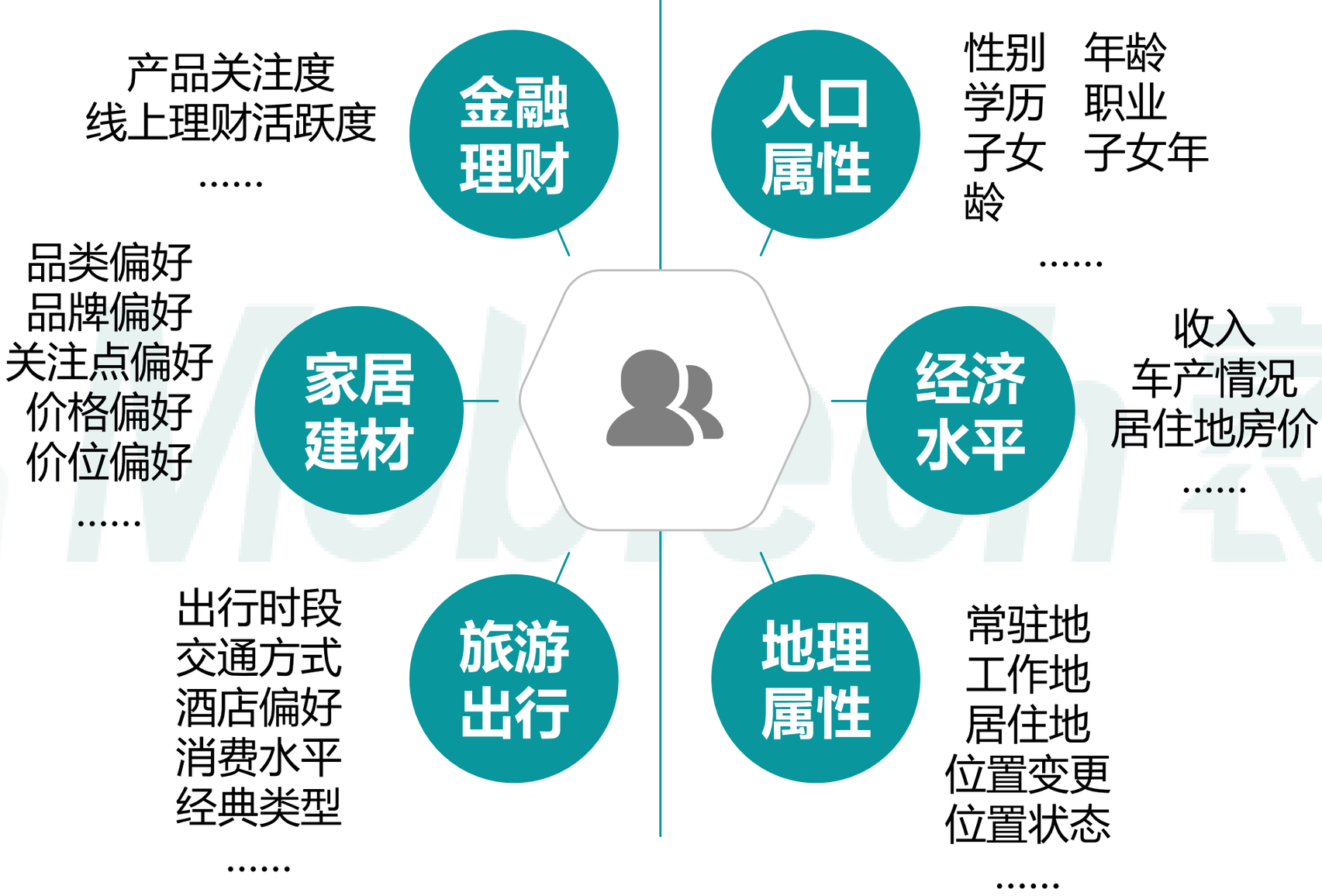
代表公司

MobTech　京东数科　SHUHE GROUP 数禾科技

Source：Mob研究院整理

精准获客，控制运营成本

对于以捷信为代表的无自带客户流量的公司，获客渠道有限且获客成本高昂；而大数据等金融技术可以识别、预测有信贷需求的潜在客户，实现精准引流，降低获客成本



依托**大数据**等技术，对消费偏好进行分析，预测客户的信贷意向以及产品偏好，实现更为精准的获客，**降低消费金融获客成本**；同时监测老客户的网络活动，进行卸载流失预测，**降低保客运营成本**

Source：Mob研究院整理

消费金融实现全场景化

目前持牌消费金融机构主做的消费金融场景集中在3C产品、教育、家电、家装等，尚有大量长尾市场、小额高频等细分消费场景等待拓展，例如健身、齿科美牙等

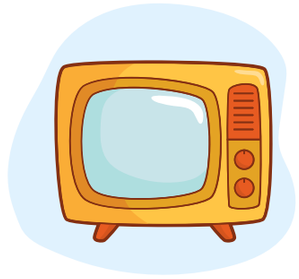
目前消费金融发展较成熟的消费场景



3C产品



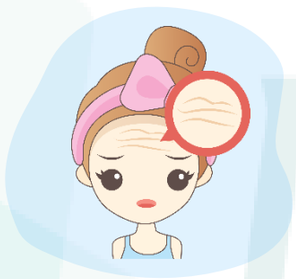
教育/培训



家电



家装



医美



旅游

其他……

尚待拓展的消费场景



健身

捷信2019年开发出健身类消费金融服务，年服务人次1.7万，放款量达到1.9亿元



美牙

中银与齿科行业头部机构建立了业务合作，落地美牙分期项目



乐器



线上便民服务



潮玩



农业



更多……

Source：中国银行业协会消费金融专业委员会统计，Mob研究院整理

免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

Mob研究院

全球领先的数据智能科技平台

关注我们

研究报告合作

周女士

zhoufang@mob.com