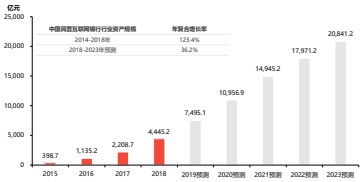
头豹 LeadLeo

400-072-5588

2019 年
中国互联网银行行业研究报告

行业走势图



TMT 团队

张敏怡 分析师

邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 互联网金融系列深度研究——2019 年中国互联网黄金行业研究报告
- 互联网金融系列深度研究——2019 年中国互联网证券行业研究报告
- 互联网金融系列深度研究——2019 年中国互联网消费金融行业研究报告
- 互联网金融系列深度研究——2019 年中国第三方支付行业研究报告

报告摘要

互联网银行相较于传统银行具有“轻资产”运营、获客能力强等优势。根据运营主体划分，互联网银行可分为直销银行和民营互联网银行两种类型。在人工智能与大数据等金融科技持续助力下，民营互联网银行不断提升精准化与智能化的风险控制能力，降低普惠金融的不良贷款率。此外，民营互联网银行强化与外部企业合作，以开放形式接入不同用户场景，深耕用户需求以及触达更多用户。预计至 2023 年中国民营互联网银行行业营收规模突破 1,200 亿元。

热点一：互联网银行助力普惠金融发展

互联网银行以互联网、AI 等为核心技术手段，以智能化产品为用户提供高效的产品与服务，契合普惠金融用户群体的“短期、小额、高频和紧急”信贷需求。从在线化看，互联网银行平台可“7*24”小时在线，且以互联网技术作为信息传递的核心手段，具有不受空间限制的优势，及时响应普惠金融场景下用户的“紧急”信贷服务需求。

热点二：民营互联网银行持续与传统银行深度合作

民营互联网银行凭借股东优势，在线上用户数据积累、获客能力以及金融科技创新方面具有先发优势，而传统银行机构在征信数据、线下网点以及金融产品设计经验等层面上优势显著。民营互联网银行将积极加强与传统银行机构合作，以强强联合形式，拓展盈利空间，在共赢中寻求发展，保障机构可持续化发展。

热点三：互联网银行将以开放平台为战略

互联网银行借助大数据、人工智能等金融科技手段构建开放平台，将自身技术与服务能力对外开放，实现机构之间的数据共享与场景融合，触达更多用户场景及沉淀丰富的用户行为数据，有望提高互联网银行 “以用户为需求，以市场为导向”的金融服务能力。

目录

1 方法论 5

1.1 方法论 5

1.2 名词解释 6

2 中国互联网银行行业市场综述 8

2.1 互联网银行行业定义与特点 8

2.2 中国互联网银行行业盈利模式分析 8

2.3 中国互联网银行行业产业链 10

2.3.1 中国互联网银行行业产业链上游分析 11

2.3.2 中国互联网银行行业产业链中游分析 12

2.3.3 中国互联网银行行业产业链下游分析 13

2.4 中国民营互联网银行行业市场规模 14

3 中国互联网银行行业驱动因素 17

3.1 金融科技赋能，优化互联网银行金融服务品质 17

3.2 互联网银行助力普惠金融发展 19

4 中国互联网银行行业制约因素 22

4.1 互联网银行机构账户功能受限，客户存款规模低 22

4.2 互联网银行机构的信用风险增加 22

5 中国互联网银行行业相关政策法规 24

6 中国互联网银行行业发展趋势.....26
6.1 民营互联网银行持续与传统银行深度合作.....26
6.2 互联网银行将以开放平台战略，提升金融服务能力.....27
7 中国互联网银行行业竞争格局.....29
7.1 中国互联网银行行业竞争格局概览.....29
7.2 中国互联网银行行业投资企业推荐.....30
7.2.1 浙江网商银行股份有限公司.....30
7.2.2 深圳前海微众银行股份有限公司.....32
7.2.3 吉林亿联银行股份有限公司.....34

图表目录

图 2-1 互联网银行与传统银行比较 8
图 2-2 部分民营互联网银行核心营业收入，2018 年 9
图 2-3 中国直销银行开展业务概况，2018 年 10
图 2-4 中国互联网银行行业产业链 10
图 2-5 中国民营互联网银行概况，截至 2019 年 9 月 13
图 2-6 中国民营互联网银行机构总资产规模，2018 年 13
图 2-7 中国互联网银行个人用户年龄结构，2018 年 14
图 2-8 中国民营互联网银行行业资产规模，2015-2023 年预测 15
图 2-9 中国民营互联网银行行业市场规模（按营收额计），2015-2023 年预测 16
图 3-1 金融科技赋能互联网银行平台 17
图 3-2 互联网银行的用户画像建模流程 18
图 4-1 中国个人银行账户类型 22
图 5-1 中国互联网银行行业相关政策 24
图 6-1 民营互联网银行与传统银行资源互补 26
图 6-2 互联网银行领域微众银行的开放平台战略 27
图 7-1 中国互联网银行行业参与者概况 29
图 7-2 网商银行业务内容 30
图 7-3 微众银行商业模式 33
图 7-4 微众银行企业亮点 34
图 7-5 亿联银行业务模式 35

1 方法论

1.1 方法论

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从互联网金融、银行、互联网银行等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 10 月完成。

1.2 名词解释

- **普惠金融：**为有金融服务需求的社会各阶层和群体以其可负担的成本提供适当、有效的金融服务。
- **“三农”：**农村、农业和农民。
- **金融科技：**以大数据、人工智能、云计算等技术为核心驱动金融行业创新发展，为企业和个人提供优质化的金融产品服务的技术创新模式。
- **生物识别：**利用生物体的生理特性和行为特征进行身份鉴定的计算机技术。
- **电子签名：**通过现代密码技术对电子文档进行电子形式的签名。
- **人工智能：**研究使计算机模拟人的某些思维过程和智能行为（如学习、推理、思考、规划等）的学科，主要包括计算机实现智能的原理、制造类似于人脑智能的计算机，使计算机能实现更高层次的应用。
- **云计算：**一种资源交付和使用模式，用户可通过互联网以自助服务的形式获取自身所需要的 IT 资源。
- **O2O：**“线上到线下”，一种新的电子商务模式，指线下的商业模式与互联网相结合，消费者可在线上完成交易后到线下体验产品。
- **API：**Application Programming Interface，应用程序接口，软件系统不同功能模块衔接的接口。
- **KA：**Key Account，重点商家。
- **网商银行：**从事存款、支付、信贷、理财管理、汇算、结算等金融业务的民营互联网银行。
- **微众银行：**为大众、微小企业提供存款、支付、信贷、汇算结算等金融服务的民营互联网银行。

- **亿联银行：**从事线上存款、信贷等金融业务的民营互联网银行。



2 中国互联网银行行业市场综述

2.1 互联网银行行业定义与特点

互联网银行指以互联网为技术手段，为用户提供存款、贷款、支付、结算、汇转等金融服务的金融机构。与传统银行相比，互联网银行不发放实体银行卡，用户借助电脑、智能手机等智能设备获取金融服务。互联网银行相较于传统银行具有“轻资产”运营、获客能力强等优势。

图 2-1 互联网银行与传统银行比较

项目	互联网银行	传统银行
机构设置	线下网点设立少 部分互联网银行仅有一个总行网点经营	线下网点众多
获客渠道	线上	线下
业务内容	存、贷、汇等基本业务	包括但不限于存、贷、汇等基本业务
资金来源	以同业负债和股东存款为主	以存款为主
服务对象	个人消费者、中小微企业、“三农”客户	大中型企业和信用背景较好的个人客户

来源：头豹研究院编辑整理

在机构设置层面，互联网银行线下网点设立少，且部分互联网银行仅在总行所在地设立一个线下营业网点，并不进行异地网点线下经营，前期投入资金大幅度降低。

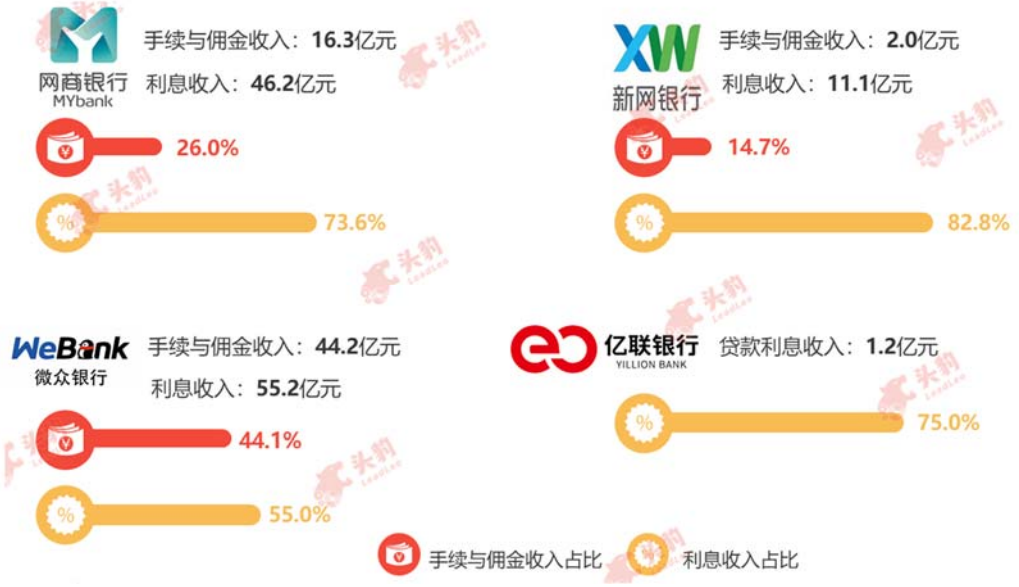
在客户群体层面，传统银行向大中型企业和信用背景较好的个人客户提供优质的金融服务。互联网银行以个人消费者、中小微企业和“三农”客户为核心服务对象，通过大数据技术挖掘用户的金融服务需求，精准批准产品与服务。

2.2 中国互联网银行行业盈利模式分析

互联网银行聚焦于支付、信贷和理财等小额且高频业务领域，其中**民营互联网银行**以“一行一店”经营，吸收存款能力较弱，其**核心收入来源为贷款业务的利息差，以及理财产品代销产生的手续费与佣金**等。以网商银行、微众银行、新网银行和亿联银行为例，2018 年网商银行的利息收入为 46.2 亿元，占比为 73.6%，手续与佣金收入为 16.3 亿元，占比为 26.0%；

微众银行的利息收入为 55.2 亿元，占比为 55.0%，手续费及佣金收入为 44.2 亿元，占比为 44.1%；新网银行的利息收入为 11.1 亿元，占比为 82.8%，手续费及佣金收入为 2.0 亿元，占比为 14.7%；亿联银行的贷款利息收入为 1.2 亿元，占比为 75.0%。

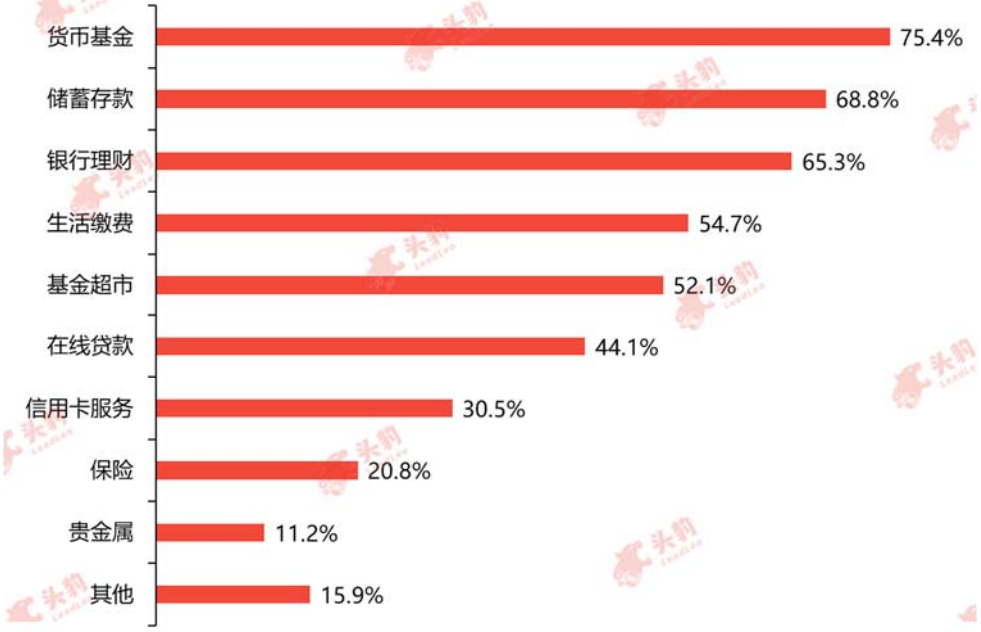
图 2-2 部分民营互联网银行核心营业收入，2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

直销银行依托传统商业银行的线下网点，在商业银行金融产品基础上开展存款、贷款以及贵金属、保险等金融产品销售业务。货币基金、储蓄存款以及银行理财等线上金融业务是直销银行着重开展的存款端业务。2018 年 75.4%的直销银行开展货币基金产品，68.8%直销银行布局储蓄存款产品，65.3%直销银行经营银行理财产品。在贷款端业务方面，布局在线贷款业务的直销银行仅 44.7%。

图 2-3 中国直销银行开展业务概况，2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

2.3 中国互联网银行行业产业链

中国互联网银行行业产业链上游环节提供核心硬件产品、技术服务和数据信息。中游参与者为互联网银行平台，为用户提供开户、线上支付、结算、清算、基金理财等服务。下游为终端用户，包括个人用户、企业用户。

图 2-4 中国互联网银行行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.3.1 中国互联网银行行业产业链上游分析

中国互联网银行行业产业链上游参与者包括硬件提供商、技术服务商、数据服务商。其中**技术服务成本占比为 30-40%，数据信息服务成本占比为 20-30%。**

（1） 技术服务

生物识别技术凭借安全、可靠与便捷等优势，备受互联网银行平台以及各大互联网平台青睐，应用于登录与交易等场景中，提高用户操作安全性，保障用户合法权益。各类生物识别技术应用中，指纹识别技术最成熟，应用范围广泛，普及率高，2018 年占比高达 59.1%。伴随各企业不断加强生物识别技术核心算法的研发，生物识别技术日渐成熟，其应用场景增多，2018 年生物识别行业市场规模已突破 220 亿元。

电子签名包括电子认证和在线签署两个重要环节，应用于互联网银行平台的个人认证、企业认证和合同签署等场景中，典型代表企业为上上签、法大大和 e 签宝等。

自然语言处理技术应用于智能客服场景中，为用户提供 24 小时在线化与智能化客服服务，优化用户体验。

（2） 数据服务

在数据信息服务层面，用户标签数据与征信数据是互联网银行重点采购内容。部分民营互联网银行平台和独立法人直销银行平台，如微众银行、网商银行、百信银行等，基于多年的互联网平台行业服务经验，积累了众多的用户金融数据，数据类型较为丰富，并且该类互联网银行平台多以用户信用为依据提供贷款产品，其数据信息服务采购规模较小。而传统商业银行以及部分民营互联网银行平台由于其用户数据沉淀不足，需与第三方数据服务机构采购，完善用户标签数据。第三方数据服务机构可根据互联网银行所需用户数据要求进行数据查重、处理无效值与缺失值等清洗服务。**用户标签数据的成本根据数据类型的丰富程度不同以及清洗程度进行收费，一条用户数据售价为 20-500 元。**部分传统商业银行的直销银行平

台直接采购前海征信、启信宝等信贷数据。

2.3.2 中国互联网银行行业产业链中游分析

根据运营主体划分，互联网银行可分为直销银行和民营互联网银行两种类型。

（1） 直销银行

根据是否具有独立经营牌照划分，直销银行可分为传统商业银行的直销银行和独立法人直销银行两种类型。与独立法人直销银行相比，**传统商业银行的直销银行**为银行的下属二级部门，没有独立经营牌照，典型代表银行为民生银行的直销银行、兴业银行的直销银行和北京银行的直销银行。**民生银行、北京银行等 20 余家传统商业银行正积极申请直销银行经营牌照。独立法人直销银行**以传统银行为申请主体，民营资本持股不超过 30%，**截至 2019 年 9 月，具有独立法人直销银行牌照的银行仅有百信一家。**独立法人直销银行通过“线上+线下”相结合模式，为用户提供存款、支付、信贷、财富管理等金融服务。

（2） 民营互联网银行

民营互联网银行的运营主体多为互联网企业，注册资本为 20-45 亿元，依托于股东客户资源，着力开展信贷金融产品以及供应链金融产品服务。截至 2019 年 9 月，民营互联网银行共有 8 家。在获客渠道层面，部分民营互联网银行借助互联网股东的流量优势，获得大规模的基础用户。以微众银行为例，凭借腾讯的微信和 QQ 社交生态为基础，微众银行聚焦 C 端个人消费者金融服务。

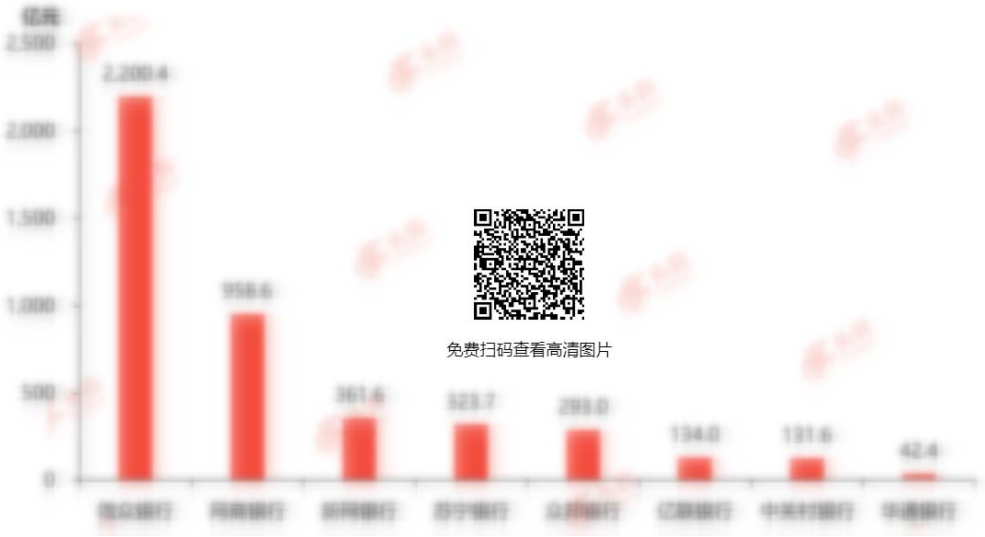
图 2-5 中国民营互联网银行概况，截至 2019 年 9 月

银行名称	成立时间	注册资本（亿元）	主要股东
微众银行	2014.12	42	腾讯
网商银行	2015.06	40	蚂蚁金服
新网银行	2016.12	30	新希望、小米
苏宁银行	2017.06	40	苏宁云商
众邦银行	2017.04	20	卓尔控股
中关村银行	2017.06	40	用友网络
亿联银行	2017.05	20	中发金控、美团
华通银行	2017.01	24	永辉超市

来源：头豹研究院编辑整理

纵观民营互联网银行资产规模，微众银行与网商银行占据头部位置，2018 年微众银行资产规模高达 2,200 亿元，网商银行资产规模为 959 亿元。

图 2-6 中国民营互联网银行机构总资产规模，2018 年



https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=5f9b7d062d5b87c723f999d1

来源：各民营互联网银行机构 2018 年年报，头豹研究院编辑整理

2.3.3 中国互联网银行行业产业链下游分析

（1） 企业用户

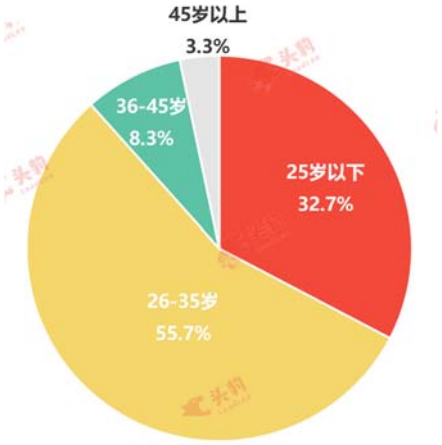
受限于传统的信贷模式，小微企业缺乏抵押物、抗风险能力弱以及缺乏信用记录等劣势导致其难以获得信贷机会。而互联网银行通过大数据、人工智能等技术对小微企业生产经营

数据进行分析，挖掘企业用户画像，提炼有价值的信用数据。互联网银行基于企业用户的资金流、信息流等真实贸易记录，为企业用户匹配合适的信贷产品。截至 2018 年，微众银行服务的 34 万户小微企业中，66%企业用户首次获得银行贷款，且 77%企业用户年营业收入低于 1,000 万元。

（2） 个人用户

截至 2018 年底，互联网银行服务的个人用户年龄在 26-35 岁的占比达 55.7%。互联网银行的业务定位为为用户提供方便、快捷的金融服务，减少银行用户办理业务排队时间，与当代年轻用户追求简单、方便的需求契合，因此年轻用户对互联网银行的金融产品接受能力较高。

图 2-7 中国互联网银行个人用户年龄结构，2018 年



来源：头豹研究院编辑整理

2.4 中国民营互联网银行行业市场规模

2014 年 12 月微众银行的成立标志着民营互联网银行诞生，2015 年成立的网商银行是中国第二家民营互联网银行。2015 年中国民营互联网银行行业资产规模为 398.7 亿元。自 2016 年始，各大互联网企业以及部分传统零售巨头相继成立民营互联网银行，开展普惠金融与供应链金融业务，开拓企业业务模式。2018 年，中国民营互联网银行共计 8 家，资产规模高达 4,445.2 亿元。2015 至 2018 年期间，中国民营互联网银行行业资产规模年均复合增长率为 123.4%。伴随互联网银行持续创新信贷产品、存款产品以及拓展与同业银行的

合作模式，互联网银行资产规模将有望持续扩容，预计至 2023 年中国民营互联网银行资产规模将突破 2 万亿元。

图 2-8 中国民营互联网银行行业资产规模，2015-2023 年预测



来源：头豹研究院编辑整理

自 2016 年始，政府相继出台《中国银监会办公厅关于 2016 年推进普惠金融发展工作的指导意见》、《关于进一步深化小微企业金融服务的意见》等与普惠金融相关的利好政策，利于互联网银行基于互联网、大数据、云计算等新兴技术为用户提供高效与便捷的金融服务，且其多以信用为授信条件，吸引众多小微企业、“三农”客户购买信贷产品。2016 年中国民营互联网银行行业营收规模为 50.9 亿元。以大数据、人工智能等技术为代表的金融科技日渐成熟与完善，不断与互联网银行业务深度融合发展，助力互联网银行挖掘出行、居住、学习等场景下用户的金融需求，革新金融服务产品，为用户提供优质的存款、信贷等金融产品。2018 年中国民营互联网银行行业营收规模为 193.8 亿元。2015 至 2018 年期间，中国民营互联网银行营收规模年均复合增长率为 91.7%。

在金融科技持续助力下，民营互联网银行将不断提升精准化与智能化的风险控制能力，降低普惠金融的不良贷款率。此外，民营互联网银行强化与外部企业合作，以开放形式接入不同用户场景，深耕用户需求及触达更多用户，中国互联网银行市场规模将有望持续扩容，

预计至 2023 年中国民营互联网银行行业营收规模将增长至 1,296.3 亿元。

图 2-9 中国民营互联网银行行业市场规模（按营收额计），2015-2023 年预测



来源：头豹研究院编辑整理

3 中国互联网银行行业驱动因素

3.1 金融科技赋能，优化互联网银行金融服务品质

以大数据、人工智能、云计算等技术为代表的金融科技技术不断取得突破，大幅度优化金融行业的服务品质，提升用户体验。互联网银行基于海量用户数据，以大数据技术深度挖掘更加贴近用户所需的场景金融服务。互联网银行借助人脸识别、自然语言处理等人工智能技术开发远程身份认证、7*24 小时智能客服等产品，为用户提供高效、便捷的金融服务。互联网银行凭借云计算技术，构筑分布式架构，降低运维成本，加速产品的快速迭代创新。

图 3-1 金融科技赋能互联网银行平台

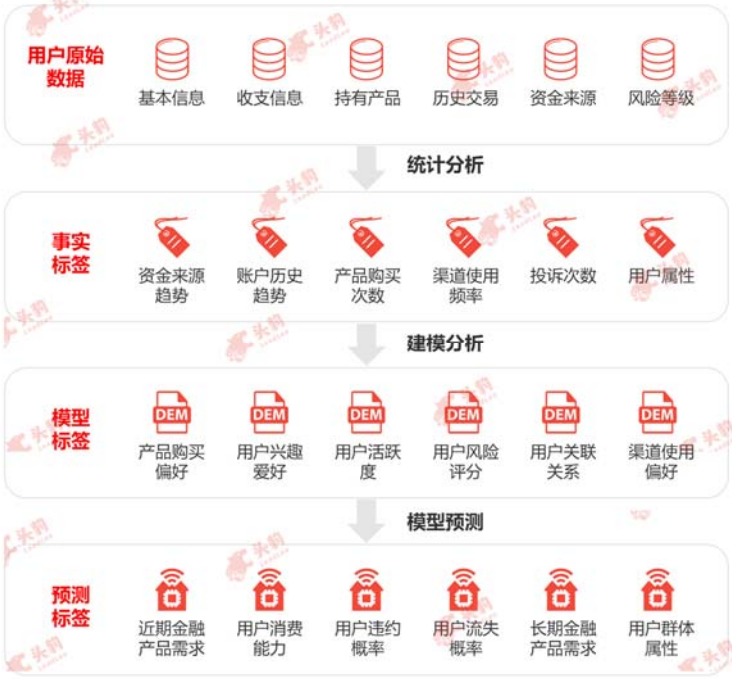


来源：头豹研究院编辑整理

（1） 大数据技术助力互联网银行实现精准金融服务

互联网银行通过大数据技术对用户的社交媒体数据、浏览器日志、文本数据等类型数据集进行采集、统计分析、建模分析与模型预测，分析与挖掘用户金融服务需求，直观呈现用户画像。互联网银行基于用户画像进行个性化金融产品设计与推送，实现精准金融服务。例如网商银行通过大数据技术自动分析与判断小微企业的贷款需求画像，为用户提供精准的贷款产品，截至 2018 年网商银行的小微贷款产品累计服务超过 1,200 万户。

图 3-2 互联网银行的用户画像建模流程



来源：头豹研究院编辑整理

（2） 云计算技术加持，提升互联网银行资源利用效率

云计算是一种可根据业务需求进行灵活配置的计算资源共享网络模式。云计算具有资源高效聚合与分享、多方协同的特征，互联网银行可通过云计算技术整合互联网银行产业链各方参与者所拥有的各类型数据资源，包括用户账号信息、金融产品信息、业务经营数据等。互联网银行借助云计算技术构建云计算平台，实现资源集中化和提高资源利用率，降低 IT 投资成本。例如微众银行推出的“银行分布式架构”使得账户运营维护成本下降 45%，2018 年每个账户的 IT 运营维护成本为 3.6 元/年，远低于传统银行的户均成本 20-100 元/年。

（3） 人工智能技术提高互联网银行服务能力

以深度学习、机器学习、自然语言处理、智能客服等为代表的人工智能技术与产品已广泛应用于互联网银行的用户咨询服务、用户贷款审核等业务流程中，大幅提升互联网银行的运营效率，提高服务品质。

① 智能客服

智能客服是基于深度学习和自然语言处理技术实现自动问答对话的机器人。智能客服可

结合用户输入的文字或语音进行识别与理解，向用户提供即问即答的业务咨询、产品介绍等互动服务。其次，若用户对智能客服的回答不满意或智能客服无法回应问题时，智能客服会向用户提供人工在线客服选择窗口，减少用户在线咨询等候时间，提升用户咨询满意度。例如微众银行推出的“微金小云”，基于亿级的聊天信息量，通过人工智能的深度学习模型训练及机器翻译技术回答用户问题。微众银行的“微金小云”可回复 98%的用户咨询，在满足用户高效金融服务需求外，还可节约人工客服成本。

② 智能贷款

智能贷款指将人工智能技术应用于贷款业务的贷前、贷中与贷后全流程，实现贷款模式中的渠道管理、反欺诈、核对身份、风险评估等方面的高度智能化。人工智能技术的应用，推动互联网银行的贷款申请流程简化 60%以上，将小额贷款时效缩短至 3-5 分钟，大幅提升贷款业务效率，优化用户贷款体验。例如网商银行推出“3 分钟申贷、1 秒钟放款、零人工参与”的“310”全流程线上贷款模式；在新网银行的贷款业务中，99.6%业务由线上机器审批，仅有 0.4%的大额信贷和可疑交易需人工干预，线上机器单笔信贷审批时间平均仅需 43 秒，日批核贷款峰值超过 33 万单。

3.2 互联网银行助力普惠金融发展

小微企业、农民以及城镇低收入人群是普惠金融的重要服务对象，该群体由于收入来源不稳定、征信数据缺失等因素，难以在传统金融机构中获得信贷机会或者是信贷成本较高，陷入“融资难、融资贵”困境。在普惠金融场景中，用户群体信贷具有“短期、小额、高频和紧急”特征。传统信贷的运营模式难以满足普惠金融用户群体的需求。而互联网银行以互联网、大数据、人工智能等为核心技术手段，以在线化与自动化产品为用户提供高效的产品与服务，能契合普惠金融用户群体的信贷需求。例如，微众银行于 2017 年上线服务小微企业的对公流动资金贷款产品“微业贷”，通过运用微众银行的互联网技术和大数据风控技术，

小微企业用户从申请到提款全部在线完成且无需抵质押与提交纸质材料，实现小微企业远程借贷；新网银行针对小微企业、农民等用户提供“7*24”在线申请的金融服务，且放贷速度可达到秒级，大幅降低用户申贷的时间成本。

从在线化层面看，互联网银行平台可“7*24”小时在线，并且以互联网技术作为信息传递的核心手段，具有不受空间限制的优势，及时响应普惠金融场景下用户群体的“紧急”信贷服务需求。

从自动化层面看，互联网银行平台借助人脸识别、大数据风控、智能客服等高新技术，促进个人信息核验、第三方欺诈识别和个人信息核验等业务流程全面趋向智能化决策，降低人工成本投入。此外，部分互联网银行以“联合模式”与传统银行合作，获取成本较低的资金，进一步降低普惠金融对象的产品贷款利率，缓解普惠金融对象的“融资贵”问题。

截至 2017 年底，中国小微企业共有 2,800 万家，小微企业融资缺口高达 1.9 万亿美元，小微企业的融资需求极大。伴随互联网银行的风控能力以及便捷程度不断提升，将激发小微企业选择互联网银行信贷产品，助力互联网银行快速发展。以华通银行为例，2018 年华通银行向小微企业发放贷款 1.7 亿元，其中普惠型小微企业贷款为 1.0 亿元，占比 58.8%。


innovation 创新地图 map
推广
前哨2020 科技特训营
掌握创新武器 抓住科技红利
Insights into Tech and the Future
直播时间
每周四20:00-21:00
全年50次直播课程
+私享群互动
随报随听
王煜全
海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人
扫码报名
微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

4 中国互联网银行行业制约因素

4.1 互联网银行机构账户功能受限，客户存款规模低

2015 年 12 月央行出台的《关于改进个人银行账户服务加强账户管理的通知》中，明确银行账户分为Ⅰ类、Ⅱ类和Ⅲ类账户三种。Ⅰ类银行账户的开通要求用户在现场渠道开户，Ⅱ类和Ⅲ类账户可在线远程完成。其中Ⅱ类和Ⅲ类账户不能独立存在，需用户开通Ⅰ类账户方可开通。互联网银行通过在线远程开设存款账户，属于Ⅱ类和Ⅲ类账户，账户功能与限额具有局限性。

图 4-1 中国个人银行账户类型

账户类型	开户条件	开户方式	账号功能	限额
Ⅰ类账户	直接开户	柜面、或远程视频柜员机和智能柜员机开户，并现场核实身份信息	全功能银行账户：办理存款、购买理财产品、支取现金、转账、消费和缴费等支付行为	无限额
Ⅱ类账户	需开通Ⅰ类账户	Ⅰ类账户开户方式、网上银行和手机银行开户，同时需绑定开户人的同名Ⅰ类账户	办理存款、购买理财产品、转账、消费和缴费等支付行为	与个人绑定账户转账无限额，消费及支付单日不超过1万元
Ⅲ类账户	需开通Ⅰ类账户	Ⅰ类账户开户方式、网上银行和手机银行开户，同时需开户人从同名Ⅰ类账户向Ⅲ类账户转入任意金额激活	消费和缴费等支付行为	账户余额限制不超过1千元

来源：头豹研究院编辑整理

互联网银行的用户银行账号功能受限，用户存储规模较低。2018 年微众银行吸收客户存款金额为 1,544.8 亿元，网商银行吸收客户存款为 429.8 亿元。而传统银行以招商银行和交通银行为例，2018 年招商银行吸收客户存款总额为 44,006.7 亿元，交通银行吸收客户存款总额 39,441 亿元。与传统银行相比，互联网银行的吸收客户存储能力较弱。尽管互联网银行根据不同的存储产品调整存款利息，例如微众银行推出阶梯式利率存款产品（包括大额存单、智能存款、定期存款），但其吸收存款规模仍较低。

4.2 互联网银行机构的信用风险增加

互联网银行的服务客户群体是传统银行机构难以覆盖的长尾用户，其抵押担保资质较弱，且收入稳定性不强，抗风险能力较低。同时，部分小微企业或个人用户尚无信贷记录，仅依

靠其在淘宝、天猫、微信、QQ 等互联网平台中的行为数据进行信用风险评估，将导致互联网银行机构的信贷经营风险提高。

此外，小微企业存在财务制度不健全以及偿还能力弱等诸多问题。在财务制度建设层面，多数小微企业没有聘请专职的财务人员对企业财务进行科学管理，财务管理水平较为落后，小微企业对现金管理不足。在经营层面，受经济下行、监管趋严等影响，小微企业盈利空间承压，资金回报周期长，资金链短缺的频率将增加，如部分生产制造小微企业受环保监管政策影响，大面积企业需停顿整改，且业务调整难度大，企业经营难以向低成本转行，企业经营风险加剧。小微企业的经营风险增加，将使得互联网银行的信用风险提升。

5 中国互联网银行行业相关政策法规

收入来源不稳定、征信数据缺失等原因导致小微企业、农民、城镇低收入人群面临着“融资难、融资贵”问题。近年来，国家对面向小微企业、农民等群体的金融服务重视度日益加深，先后出台《推进普惠金融发展规划（2016-2020 年)》、《中国银监会办公厅关于 2016 年推进普惠金融发展工作的指导意见》、《关于进一步深化小微企业金融服务的意见》等普惠金融政策，缓解小微企业、农民等群体“融资难、融资贵”困境。**普惠金融政策的颁发与实施推动了银行普惠金融业务增长。互联网银行作为银行行业的细分领域，其普惠金融业务增速亦加快。**

图 5-1 中国互联网银行行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于进一步深化小微企业金融服务的意见》	2018-06	人民银行、银保监会证监会、财政部	明确银行业金融机构要加强对互联网、大数据、云计算等信息技术的运用，改造信贷流程和信用评价模型，降低运营管理成本，提高贷款发放效率和服务便利度
《中国银监会办公厅关于2016年推进普惠金融发展工作的指导意见》	2016-02	原银监会	明确表示持续推进小微企业和农村金融服务工作，大力推广手机银行、网络银行等新型终端服务渠道，丰富金融服务手段
《推进普惠金融发展规划（2016-2020年）》	2015-12	国务院	至2020年建立与全面建成小康社会相适应的普惠金融服务和保障体系，加大对新业态、新模式和新主体的金融支持，满足人民群众日益增中的金融服务需求

来源：头豹研究院编辑整理

2015 年 12 月，国务院印发《推进普惠金融发展规划（2016-2020 年)》明确表示至 2020 年建立与全面建成小康社会相适应的普惠金融服务和保障体系，满足人民群众日益增中的金融服务需求，特别是小微企业、农民、城镇低收入人群、贫困人群等对象，提高金融服务覆盖率、金融服务可得性和金融服务满意度。《推进普惠金融发展规划(2016-2020 年)》对新业态、新模式和新主体的金融给予大力支持，一方面拓展城市金融服务广度和深度，显著改善城镇企业和居民的金融服务的便利性；另一方面推广创新针对小微企业、农户等对象的小额贷款，提高小微企业和农户贷款覆盖率。利好政策的持续落实，积极引导各类普惠金融服务主体创新金融产品和服务手段，降低金融交易成本，延伸服务半径。互联网银行作为

普惠金融服务主体的一部分，其发展速度亦不断加速，互联网银行行业市场规模持续扩容。

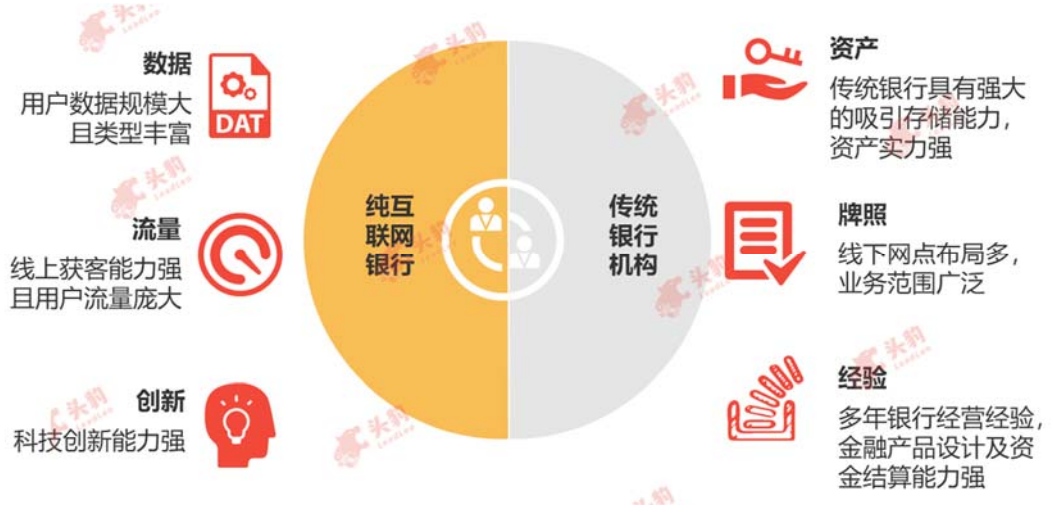
2016 年 2 月，原银监会出台《中国银监会办公厅关于 2016 年推进普惠金融发展工作的指导意见》，明确表示持续推进小微企业和农村金融服务工作，大力推广手机银行、网络银行等新型终端服务渠道，丰富金融服务手段。2018 年 6 月，人民银行、银保监会、证监会、发改委和财政部联合印发《关于进一步深化小微企业金融服务的意见》，明确银行业金融机构要加强对互联网、大数据、云计算等信息技术的运用，改造信贷流程和信用评价模型，降低运营管理成本，提高贷款发放效率和服务便利度。国家政策大力鼓励银行业金融机构以金融科技创新产品服务，提高金融服务可得性，进一步驱动互联网银行加大技术研发投入，创新金融服务产品，增强技术与产品核心竞争力。

6 中国互联网银行行业发展趋势

6.1 民营互联网银行持续与传统银行深度合作

在互联网银行行业具有 5 年研究经验的专家表示：现阶段民营互联网银行的资金核心来源于同业负债与股东融资，渠道单一。同时，民营互联网银行的账户功能受限，难以全面覆盖传统银行经营的业务内容。民营互联网银行将积极加强与传统银行机构合作，以强强联合形式，拓展盈利空间，在共赢中寻求发展，保障机构可持续化发展。民营互联网银行凭借股东优势，在线上用户数据积累、获客能力以及金融科技创新具有先发优势，而传统银行机构在征信数据、线下网点数量以及金融产品设计等层面上优势显著。民营互联网银行与传统金融机构进行资源互补，如民营互联网银行负责数据搜集、整理与提取，传统银行机构负责对公、营销与实地业务鉴证等，将有效提升企业竞争能力，拓展盈利空间。

图 6-1 民营互联网银行与传统银行资源互补



来源：头豹研究院编辑整理

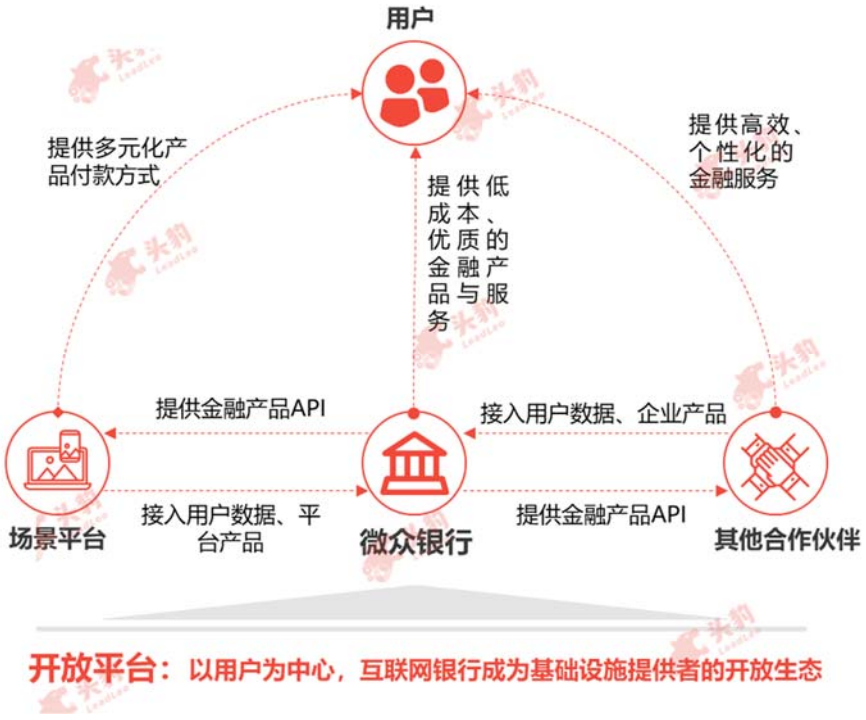
例如 2018 年 6 月网商银行与桂林银行共同合作探索“线上+线下”结合的农业信贷模式，为农户提供高效、便捷的现代化金融服务；2018 年 9 月，亿联银行与华夏银行长春分行达成战略协议，以各自优势打造优质金融产品与服务向中小微企业和“三农”客户服务；2018 年 10 月百信银行与浦发银行达成战略协议，在普惠金融、金融市场、信贷资产流转、

支付结算等业务领域展开深层次合作，共同为用户提供优质的金融产品与服务。

6.2 互联网银行将以开放平台战略，提升金融服务能力

在互联网银行排名前 3 企业工作的专家表示，以开放平台战略重塑互联网银行的金融服务，将有效提升用户体验，增强用户黏性。现阶段互联网银行的用户规模进入存量时代，且随着互联网发展进入下半场，人口红利逐步下降，互联网银行的获客成本日渐提高。因此，以用户需求为市场导向的金融服务将成为互联网银行拉新、留存、促活的重要手段。而互联网银行借助大数据、人工智能等金融科技手段构建开放平台，将自身技术与服务能力对外开放，实现机构之间的数据共享与场景融合，将能触达用户的更多场景以及沉淀丰富的用户行为数据，有望提高互联网银行的“以用户为需求，以市场为导向”金融服务能力。

图 6-2 互联网银行领域微众银行的开放平台战略



来源：头豹研究院编辑整理

在开放平台模式下，一方面互联网银行通过 API 向场景方单向输出产品和服务，在具体的业务上做对接，从而通过场景方获取用户流量；另一方面互联网银行对接资金端和资产端，包括与同业金融机构合作等，实现多元主体的多元连接。例如 2018 年网商银行将启动

“凡星计划”向行业开放所有服务能力和技术，已将网商银行的“310”模式与 50 余家金融机构共享；2019 年微众银行启动“以用户为中心，微众银行为基础设施提供者”的开放战略，重塑金融服务。基于开放平台战略，互联网银行将有效提升金融服务能力，提高用户忠实度。

7 中国互联网银行行业竞争格局

7.1 中国互联网银行行业竞争格局概览

按企业背景划分，互联网银行行业的参与者可分为传统商业银行、互联网企业和零售企业三种类型。

图 7-1 中国互联网银行行业参与者概况



来源：头豹研究院编辑整理

传统商业银行依靠自身传统线下业务积累的客户资源以及行业经验，通过互联网银行运营模式覆盖他行用户及非银行客户群体，拓展盈利空间。但现阶段多数传统商业银行尚未获取独立经营直销银行牌照，在网贷监管日趋严厉下纯线上理财与放贷业务开展受限，难以快速拓展互联网银行市场。

互联网企业凭借自身多年电商、社交等网上平台服务经验，积累了海量互联网用户与企业资源，着力开展信贷业务，为个人消费者提供消费金融以及为小微企业提供企业贷款等金融业务，典型代表互联网银行为微众银行、网商银行和亿联银行。

零售企业依托多年的传统零售渠道资源，以“金融+零售”切入互联网银行市场，聚焦

于支付、供应链金融、消费金融等金融产品与服务，典型代表互联网银行为苏宁银行（苏宁云商）和华通银行（永辉超市）。

7.2 中国互联网银行行业投资企业推荐

7.2.1 浙江网商银行股份有限公司

7.2.1.1 企业简介

浙江网商银行股份有限公司（以下简称“网商银行”）成立于 2015 年，是一家面向个人消费者、中小微企业、农村经营者、农户、中小金融机构提供金融服务的互联网银行机构。截至 2018 年，网商银行累计服务小微企业和小微经营者客户 1,227 万户，营业收入为 62.8 亿元，同比增长 47.2%。

7.2.1.2 业务模式

网商银行围绕淘宝系商家与消费者、线下小微商户（支付宝扫码商户）、农村用户和中小金融机构提供金融产品与技术服务。网商银行的业务范围包括吸收存款、发放贷款、供应链金融、技术服务等金融服务。

图 7-2 网商银行业务内容



来源：头豹研究院编辑整理

（1） 在存款方面，网商银行推出“余利宝”产品，为用户提供现金管理工具。“余利宝”

已覆盖淘宝、天猫、阿里巴巴、钉钉、口碑、阿里云、支付宝等平台，已服务超过 500 万商家。

（2） 在贷款方面，网商银行推出“网商贷”、“旺农贷”和“信任付”产品，服务于电商平台经营者。其中“信任付” 为网商银行专门针对阿里巴巴平台的小微经营者提供的“先拿货、后付款”采购后付服务。

（3） 在供应链金融层面，网商银行推出“自保理”和“回款宝”两大产品。“自保理”为面向天猫 KA 商家或中国国内知名企业推出的收款服务。“回款宝”是网商银行为商家用户提供快速资金回款的服务，帮助商家用户盘活资金，增加收益。

（4） 在技术服务层面，网商银行提向中小金融机构提供金融 IT 系统、资产、清算、托管等技术解决方案服务。

7.2.1.3 企业亮点

（1） 依托阿里与蚂蚁生态场景，场景化用户流量庞大

网商银行依托阿里和蚂蚁生态场景，不断创新小微金融产品，业务更加聚焦于“小微更微”的客群。阿里拥有阿里巴巴 B2B、淘宝、天猫等电商平台个人用户与企业资源，蚂蚁具有支付宝、芝麻信用等用户资源。丰富的电商与支付用户数据，为网商银行开展小微小贷业务奠定了良好的客户基础。此外，网商银行结合阿里的“千县万村”计划（自 2014 年 10 月始，在 3-5 年建立 1,000 个县级运营中心和 10 万个村级服务站），以“村淘合伙人”模式，向农村客户提供贷款业务。

（2） 积极开展业务创新和运营推广

网商银行围绕自身的电商平台流量，积极打通线上与线下全渠道，将业务从线上平台向线下门店延展，拓宽服务覆盖范围。

① 网商银行通过存货融资、预付融资、自保理业务等供应链金融探索，形成供应端和

线下门店融资服务体系，将线上数据化融资能力进一步拓展至线下，提升小微业务服务空间。

② 网商银行与省、市税务局开展银税合作，共同推出税务类贷款，小微企业可凭借自身的纳税信用获得授信额度。截至 2018 年底，网商银行已在江苏、浙江和陕西等 11 个省市推出“有税贷更多”服务，近 8,000 家小微企业完成授信。例如，2018 年 12 月网商银行与江苏税务局合作上线“有税贷更多”产品，为江苏省小微企业提供资金支持。

7.2.2 深圳前海微众银行股份有限公司

7.2.2.1 企业简介

深圳前海微众银行股份有限公司（以下简称“微众银行”）成立于 2014 年，是一家以互联网为服务平台的银行。微众银行的核心客群为个人消费者和小微企业。2018 年微众银行的“微粒贷”和“微车贷”等消费信贷业务稳健增长，营业收入为 100.3 亿元，同比增长 48.6%，净利润高达 24.7 亿元。截至 2018 年底，微众银行有效客户超过 1 亿人，服务小微企业超过 34 万户，总资产为 2,200 亿元，企业估值高达 1,200 亿元。

7.2.2.2 商业模式

微众银行针对 C 端个人用户、B 端小微企业以及合作伙伴推出不同的产品与服务。

图 7-3 微众银行商业模式



来源：头豹研究院编辑整理

在 C 端个人用户层面，微众银行推出“微众银行 APP”、“微粒贷”、“微车贷”产品与服务。“微众银行 APP”为用户提供活期存储、定期存储、理财和基金投资产品与服务。“微粒贷”为用户提供 500 元-30 万元的小额贷款服务。“微车贷”针对购车用户的线上信贷业务。

在 B 端小微企业层面，微众银行推出“小微企业贷”产品满足中小微企业的流动资金贷款需求。

在合作伙伴层面，一方面微众银行以“联合贷款”模式与传统银行机构深度合作，以各自优势强强联合，共同深耕信贷领域；另一方面，微众银行与优信二手车、瓜子二手车等多家汽车销售平台合作，打造“互联网+汽车金融”产品“微车贷”，满足购车用户的信贷需求。

7.2.2.3 企业亮点

（1） 依托腾讯社交平台流量入口，获客渠道优势显著

微众银行背靠腾讯集团的微信及 QQ 社交平台，社交平台用户流量庞大，获客渠道优势显著。2018 年微信月活跃账户为 10.98 亿，同比增长 11%；QQ 月活跃用户为 8.07 亿，同比增长 3.0%。微信与 QQ 为微众银行提供了丰富的社交用户流量基础，同时为微众银行

积累了海量支付用户数据。

（2） “联合模式”提高了企业利率收益

微众银行自成立至今，企业发展定位为“连接”。“连接”指微众银行不仅充当个人客户与银行金融机构之间的连接者，同时担任金融机构之间或与其他平台之间的连接者，是一个合作、开放、共赢的连接平台。例如微众银行的“微粒贷”产品以“联合贷款”模式为传统商业银行机构提供客户资源以及为社交平台外用户提供贷款服务。在“微粒贷”产品的“联合模式”中微众银行与合作银行按 2:8 出资比例放贷，利息收入按 3:7 分成，微众银行的“微粒贷”产品最高年利率超过 18%。2018 年微众银行的“微粒贷”产品。此外，微众银行为合作银行机构提供客户筛选与风控业务，以及构建银行间联合贷款清算平台，确保大额贷款业务高效性、便捷性和安全性。

图 7-4 微众银行企业亮点



来源：头豹研究院编辑整理

7.2.3 吉林亿联银行股份有限公司

7.2.3.1 企业简介

吉林亿联银行股份有限公司（以下简称“亿联银行”）成立于 2017 年，是一家以衣食住行用中的消费场景为切入点，为个人消费者、商家和中小微企业提供“微存易贷”金融服务的互联网银行企业。2018 年 12 月，亿联银行的“跨地域分布式多活架构”获得 2018 年

度银保监会“信息科技风险管理课题研究二类成果奖”。截至 2019 年 6 月，亿联银行已申请专利 26 项、软件著作权 38 项和版权 1 项。

7.2.3.2 业务模式

亿联银行采取“线上+线下”运营模式，开展消费金融、小微金融、财富管理和金融市场业务。

图 7-5 亿联银行业务模式



来源：头豹研究院编辑整理

(1) 消费金融业务：亿联银行面向美团、京东等互联网生活服务平台推出的个人消费信贷服务“亿联易贷”。以美团项目为例，2018 年 7 月-2018 年 12 月，亿联银行累计放款高达 82 亿元，在贷余额突破 48 亿元。

(2) 小微金融业务：亿联银行通过开发税贷、车贷、房贷、农贷等小微金融产品服务于小微企业和“三农”客户，缓解小微企业和“三农”客户的“借金难”问题。其中针对“三农”客户，亿联银行与吉林省金融控股集团联合推出“亿农贷”产品，解决农民融资难问题。

(3) 财富管理业务：包括“增亿存”、“用亿存”等 10 余款存款产品，并在京东金融、陆金所、小米金融等头部平台上线。2018 年亿联银行与京东金融、陆金所和小米金融等平台合作的存款产品累计销售超过 150 亿元。

(4) 金融市场业务：亿联银行与银行、消费金融、基金、信托等各类型金融机构建立合作关系，共同完成金融服务工作。截至 2018 年底，亿联银行已与 30 家中国国内金融

机构建立授信合作关系，其中获得兴业银行、招商银行、浦发银行等银行机构授信超过150 亿元，吸收存款 18 亿元。

7.2.3.3 企业亮点

依托于股东客户与业务资源优势，亿联银行的客户资源与场景化产品优势较为显著。亿联银行由中发金控、美团点评等七家企业共同发起成立。中发金控拥有 1,700 万签约保险金融客户，3,000 万潜在客户资源。美团点评作为一站式互联网生活服务平台，业务范围覆盖 2,800 个城区县，具有超过 6 亿消费者和 450 万优势商户。庞大的保险金融用户、互联网生活消费用户与互联网生活服务商家数据资源，为亿联银行的“微存易贷”金融服务奠定了客户基础。此外，美团点评作业务类型超过 200 个，包括餐饮、外卖、酒店旅游、休闲娱乐等生活应用场景，场景类型多元化。丰富的服务场景，为亿联银行的消费金融产品提供了服务市场。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451