

报告发布

数字普惠金融： 全球趋势与中国实践

研究支持单位：今金贷 51信用卡 洋钱罐 恒昌

- **数字普惠金融的概念及动因**
- **数字普惠金融的国际经验**
- **中国数字普惠金融的行业现状及趋势**
- **数字普惠金融展望**

数字普惠金融的概念及动因

一、数字普惠金融的概念

2016年9月中国杭州G20峰会主题报告《G20数字普惠金融高级原则》（简称“高级原则”）中，首次将数字普惠金融界定为“一切通过使用数字金融服务以促进普惠金融的行动。它包括运用数字技术为无法获得金融服务或缺乏金融服务的群体提供一系列正规金融服务，其所提供的金融服务能够满足他们的需求，并且是以负责的、成本可负担的方式提供，同时对服务提供商而言是可持续的。”

《高级原则》指出，数字普惠金融涵盖各类金融产品和服务（如支付、转账、储蓄、信贷、保险、证券、财务规划和银行对账单服务等），通过数字化或电子化技术进行交易，如电子货币（通过线上或者移动电话发起）、支付卡和常规银行账户。

在各类金融产品和服务中，支付、投资和融资服务为三大基础性金融服务，本报告主要研究支付、证券投资和P2P小微借贷三个业态。

二、数字普惠金融的发展动因

1、贫困普遍存在、部分人群难以获得传统金融服务

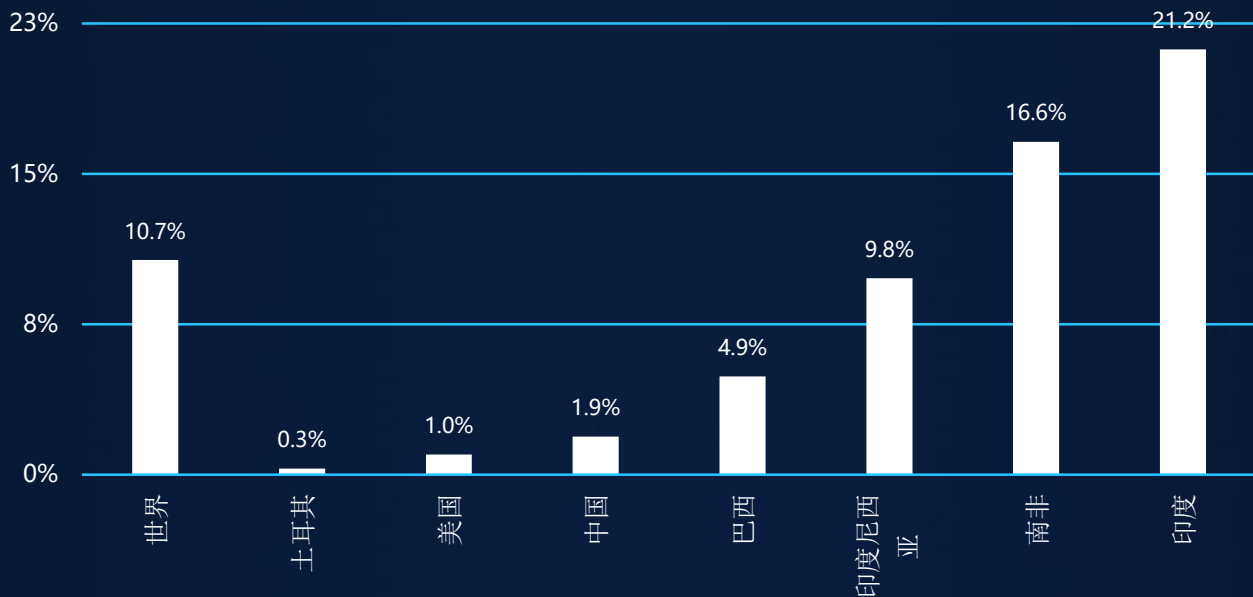


图1-1 全球和部分国家的贫困发生率

二、数字普惠金融的发展动因

2、贫富差距严重、促使政府强推数字普惠金融

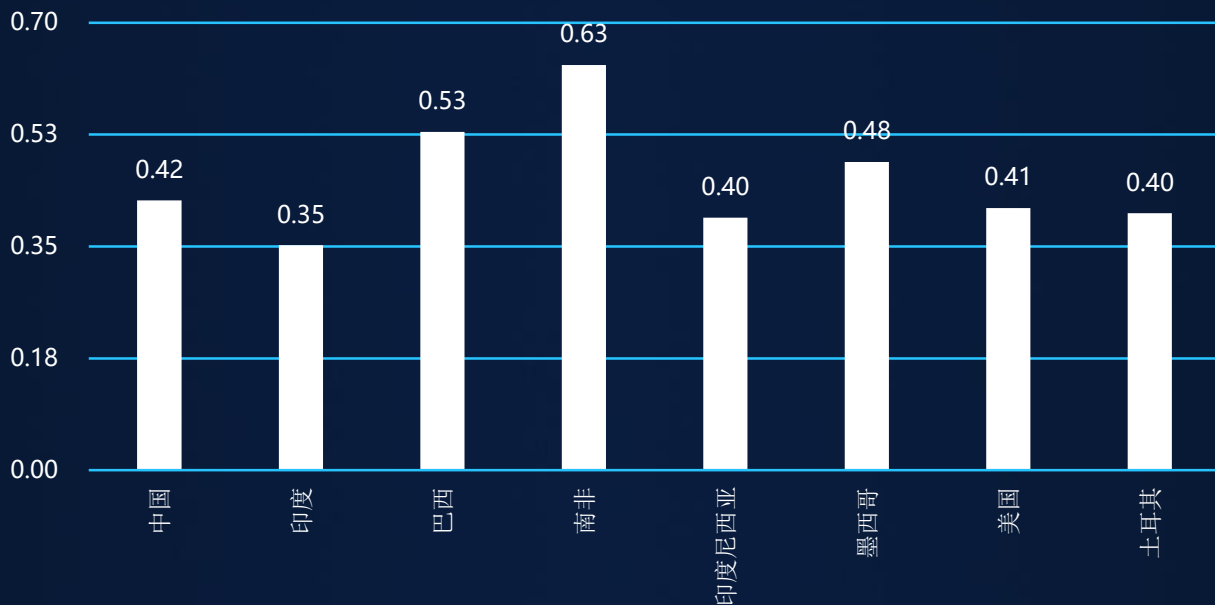


图1-2 部分国家的2012~2015年基尼系数

二、数字普惠金融的发展动因

3、经济持续增长、各类人群金融需求增加

	2012		2013		2014		2015		2016	
	GDP总量	增速	GDP总量	增速	GDP总量	增速	GDP总量	增速	GDP总量	增速
中国	82270	7.80	92403	7.67	103601	7.40	108664	6.90	111991	6.70
墨西哥	11771	3.97	12609	1.07	12827	2.10	11443	2.60	10460	2.30
印度	18248	3.99	18768	5.02	20669	7.40	20735	7.60	22635	7.10
印度尼西亚	8782	6.23	8683	5.78	8885	5.00	8619	4.80	9323	5.00

表1-1 中国等四国2012—2016 GDP及增长情况 单位：亿美元 %

二、数字普惠金融的发展动因

4、计算能力、通讯速度等底层技术持续发展

按摩尔定律，价格不变时，集成电路上可容纳的元器件的数目，约每隔18-24个月增加一倍，性能也提升一倍。

计算能力按摩尔定律持续提升，促进了电脑和智能终端（如手机）的普及；通讯速度的持续发展促进了互联网向全国各地延伸。

在两者的共同推动下，数字技术和数字设备以低成本进入了各类人群日常生活，这为数字普惠金融进入千家万户准备了技术条件。

二、数字普惠金融的发展动因

5、数字生活观念日渐增强

	2017年上半年	2016年	2015年	2014年
网上零售额	31073	51556	38773	27898
同比增速	38.9%	33.0%	39.0%	-
占社会消费品总额	18.0%	15.5%	12.9%	10.6%

表1-2 2014—2017年上半年中国网上零售额情况表 单位：亿元人民币

数字普惠金融的国际经验

一、样本选择

在各类金融产品和服务中，支付、融资和投资服务为三大基础性金融服务。综合美国、英国和日本在相关领域的发展情况，本报告选择美国的支付，英国的P2P，日本的在线证券进行宏观层面研究，在微观层面选择PayPal、Lending Club、SBI证券进行详析。

- 支付：美国上市支付公司达18家，网络支付和电子支付比较发达，其行业发展状况具有标杆意义。
- P2P：英国诞生了全球最早的P2P公司，英国政府已将其纳入监管范围，其发展现状及趋势具有借鉴意义。
- 在线证券：日本在线证券行业出现了著名的SBI集团，其在线证券现状及特征可资借鉴。

二、支付

电子支付和网络支付均可在无需设立线下网点情况下，为各类人群提供支付服务，扩大了传统金融难以覆盖的服务范围，使得各类人群可平等地享受支付服务，具有良好的数字普惠金融特性。

数据显示，美国上市支付公司共计18家（本报告称“TOP18”）。从主营模式看，电子支付7家，占比39%；卡基（信用卡和预付卡）支付5家，占比28%；其他支付及服务6家，占比33%。

以下我们从美国18家上市支付公司中按重点选择与随机抽样结合原则选取ACI Worldwide、Blackhawk Network、Euronet Worldwide、PayPal、Vantiv等5家公司（本报告称为S5），结合其财报数据分析行业整体情况。

二、支付

表2-1-1 美国18家上市支付公司总体情况 单位：人

序号	公司名称	主营模式	员工人数
1	Vantiv	电子支付	3,526
2	TSS	电子支付	11,500
3	Global Payments.	电子支付	8,760
4	Euronet Worldwide	电子支付	6,200
5	The Western Union	汇款服务	10,700
6	Cardtronics plc	ATM金融服务	1,734
7	ACI Worldwide.	电子支付	4,111
8	VeriFone Systems	支付硬件（POS机）	5,900
9	American Express	信用卡	56,400
10	Mastercard Incorporated	信用卡	11,900
11	Visa	信用卡	14,200
12	Blackhawk Network	礼品卡、预付卡	3,191
13	Green Dot Corporation	预付卡	974
14	PayPal Holdings.	网络支付	18,100
15	Square	移动网络支付	1,853
16	WEX Inc.	支付、运输金融服务	2,600
17	FleetCor Technologies	支付（服务汽车行业）	7,100
18	EVERTEC	交易处理、收单	1,650

美国支付行业总体情况

1、从业机构业务差异较大

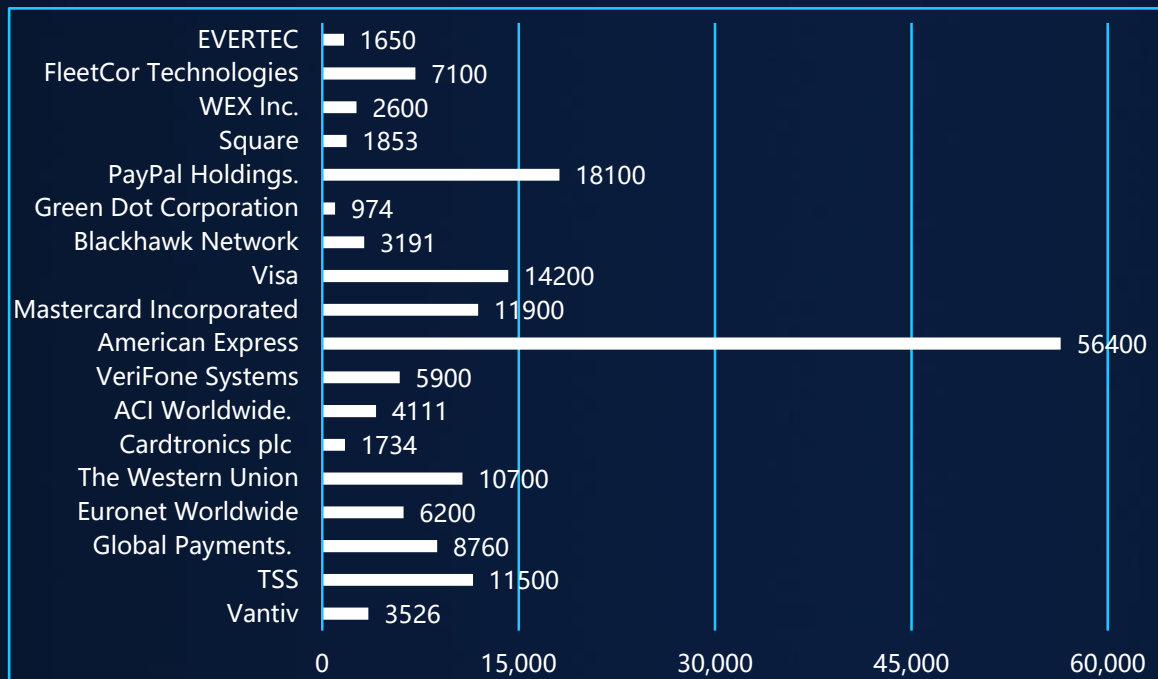


图2-1-1 TOP18上市支付公司全职员工人数

员工人数差异较大。

从全职员工人数看，18家公司员工人数差异较大（图2-1-1），平均员工人数9,467人，其中员工人数不足平均数的12家，占比67%。

美国支付行业总体情况

1、从业机构业务差异较大

序号	公司名称	资产总额	营业成本	营业收入	收入资产比	成本收入比
1	ACI	119.9	47.6	46.1	0.38	103%
2	Blackhawk	192.4	87.5	85.2	0.44	103%
3	EURONET	210.0	94.0	108.9	0.52	86%
4	PayPal	2494.8	532.9	617.7	0.25	86%
5	Vantiv	534.5	169.4	195.6	0.37	87%

经营业绩盈亏并存。

2017年前三季度看，S5中有两家公司营业成本超过了营业收入，成本收入比达到了103%，也就是说有两家公司前三季度处于亏损状态。而另外三家公司则成本收入比在87%以下，经营业绩相对良好（表2-1-2）。

表2-1-2 S5 截止2017年三季度末资产、成本和收入情况
单位：亿元人民币

美国支付行业总体情况

1、从业机构业务差异较大

序号	公司名称	资产总额	流动资产	负债总额	流动负债	权益总额	权益乘数	流动比率
1	ACI	119.9	20.3	68.9	17.5	51.0	2.4	1.2
2	Blackhawk	192.4	80.5	137.7	93.2	54.7	3.5	0.9
3	EURONET	210.0	210.0	130.8	85.8	79.1	2.7	2.4
4	PayPal	2494.8	1944.8	1475.2	1367.8	1019.5	2.4	1.4
5	Vantiv	534.5	85.6	493.7	119.7	40.8	13.1	0.7

表2-1-3 S5 截止2017年三季度末资产、负债和流动性情况
单位：亿元人民币

注：权益乘数和流动比率按期末数计算。

财务风险表现迥异。

截止2017年三季度末，S5中有一家公司权益乘数达到13.1倍，其余4家均在3.5倍以下，表明其余4家公司债务负担较小，而另外一家债务负担较重。

从流动比率看，有两家公司的流动比率在0.9以下，其余三家在1.2以上，表明有两家公司短期偿债能力较弱，流动性风险较大。

美国支付行业总体情况

2、行业721格局比较明显

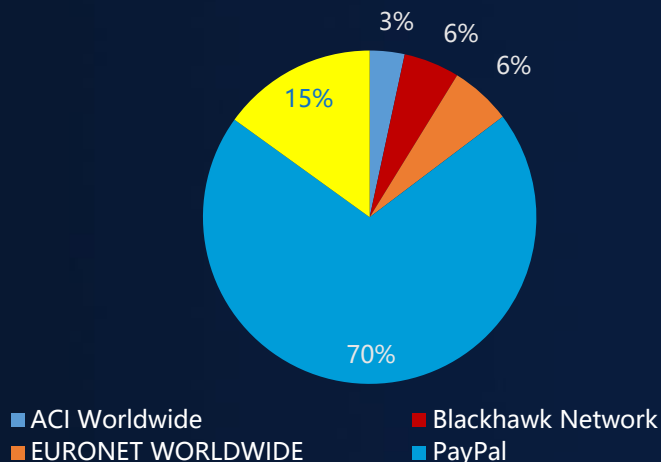


图2-1-2 S52017年三季度末资产总额比例情况

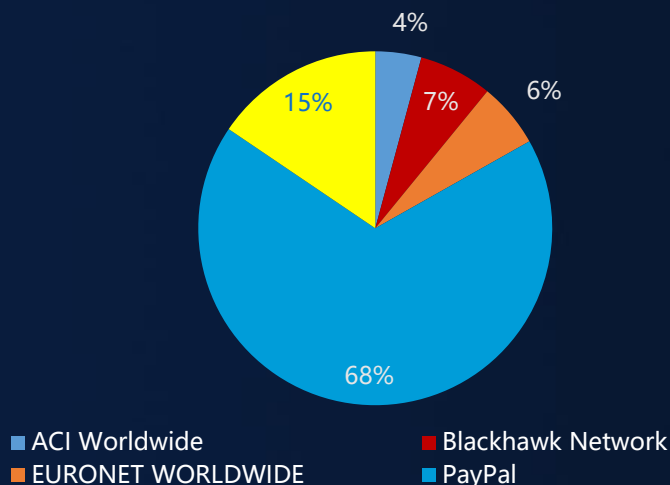


图2-1-3 S5 2014年—2017年三季度末资产总额比例情况

资产规模相对集中。截止2017年9月30日，S5中PayPal公司资产占比达到了70%，资产规模列第二位的仅占15%，最小者仅3%（图2-1-2）。2014—2017年三季度末平均资产规模看，PayPal公司的资产规模占比达到了68%，第二名占比仍为15%，最小者达4%（图2-1-3）。

美国支付行业总体情况

2、行业721格局比较明显

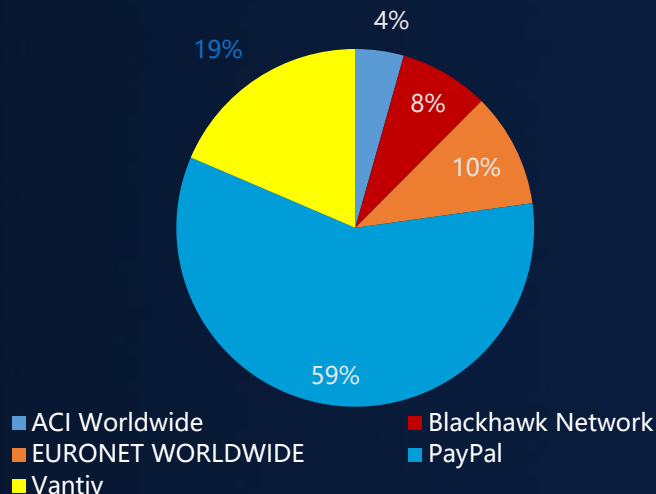


图2-1-4 S5 2017年前三季度营业收入比例情况

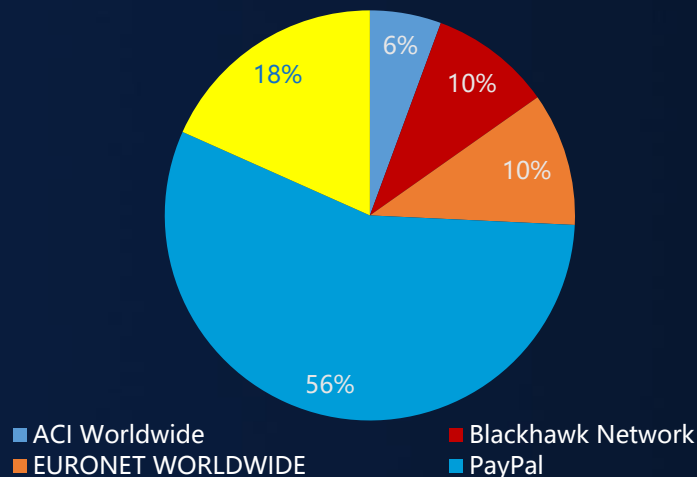
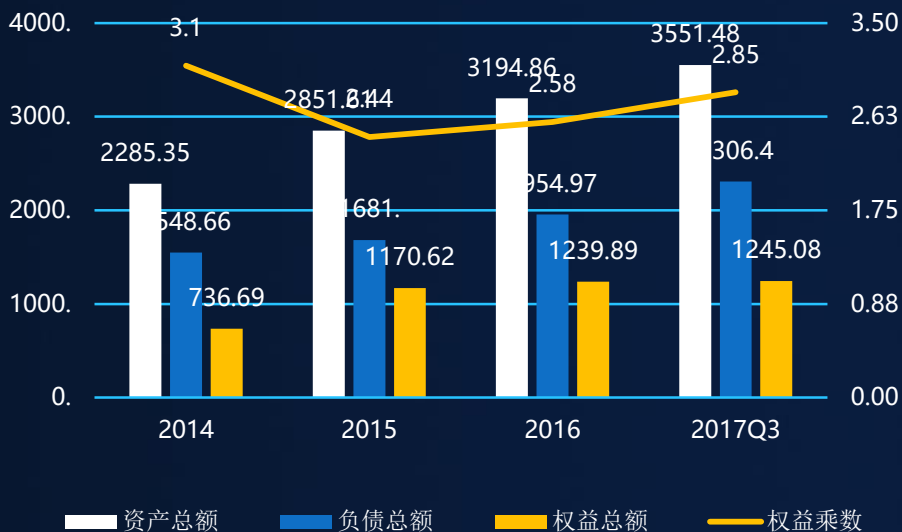


图2-1-5 S5 2014年—2017年三季度营业收入比例情况

营业收入集中度高。2017年前三季度，S5中PayPal公司营业收入占比为59%，营业收入列第二位的占比为19%，最小者4%。2014—2017年三季度末营业收入看，PayPal公司的营业收入占比达到了56%，第二名占比为18%，最小者6%

美国支付行业总体情况

3、行业整体风险相对可控



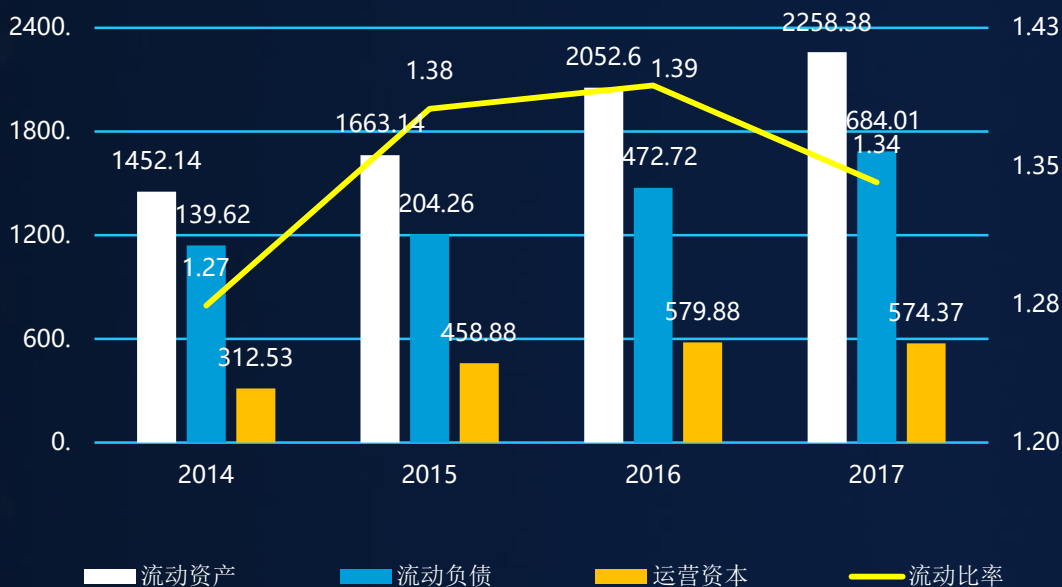
财务杠杆总体较小。

2014—2017年三季度末，S5的资产规模从2285.3亿元人民币增长至3551.5亿元人民币，权益总额从736.7亿元人民币增加到1245.1亿元人民币，其间权益乘数均维持在3倍左右且略有下降。权益乘数小，财务杠杆低，则风险相对较小

图2-1-6 S5 2014年—2017年三季度末资产、负债和权益乘数情况

美国支付行业总体情况

3、行业整体风险相对可控



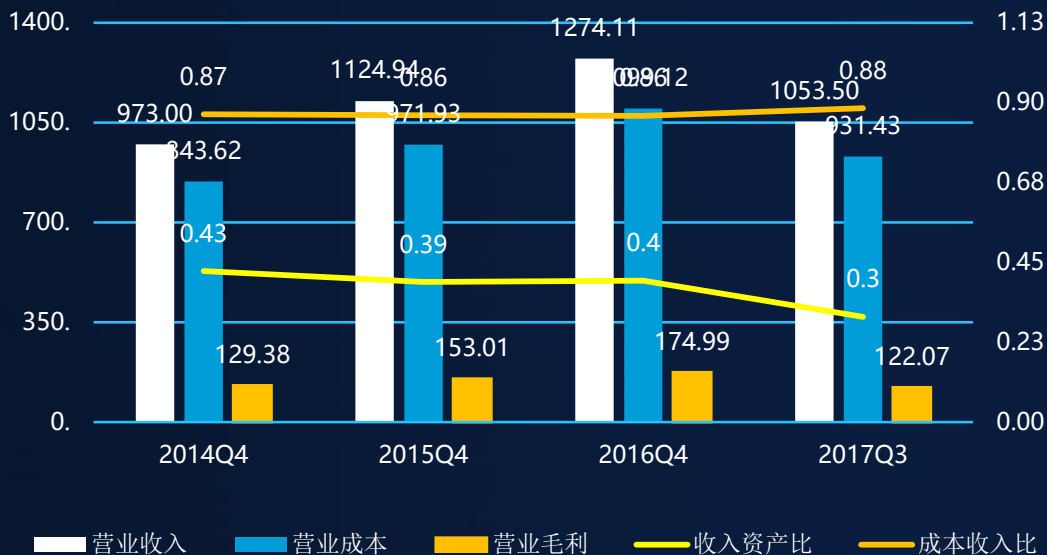
流动比率相对较好。

2014—2017年三季度末，S5的流动资产从1452.1亿元人民币增长至2258.4亿元人民币，运营资本（流动资产 - 流动负债）从312.5亿元人民币增加到574.4亿元人民币，其间流动比率均维持在1.25倍以上且呈略微上升态势。流动比率较好，流动性相对充裕，流动性风险较小。

图2-1-7 S5 2014年—2017年三季度末流动资产、流动负债等情况

美国支付行业总体情况

3、行业整体风险相对可控



成本收入比不高，但盈利能力呈下滑趋势。

2014—2017年三季度，S5的成本收入比（总营业成本/总营业收入）均维持87%左右，最低为86%，最高达88%，与我国2012—2015年间零售业相近。成本收入比相对合理且总体稳定，表明S5总体盈利能力较好。

但值得注意的是每单位资产产生营业收入的能力呈下滑趋势。2014年，每单位资产（资产按期末数计算）产生0.43元人民币营业收入，2017年前三季度跌至0.30元人民币。

图2-1-8 S5 2014年—2017年三季度收入、成本等情况

PayPal运营情况

PayPal于2015年7月在美国上市。2017年三季度，PayPal活跃用户数达2.18亿户，同比增长13.5%；交易笔数19亿笔，同比增长25.7%；总交易量7535亿元人民币，同比增长30.5%。

截止2017年9月30日，按合并报表口径计算，PayPal资产总额2494.8亿元人民币，负债总额1475.2亿元人民币，所有者权益1019.5亿元人民币。

PayPal运营情况

1、支付业务稳步发展

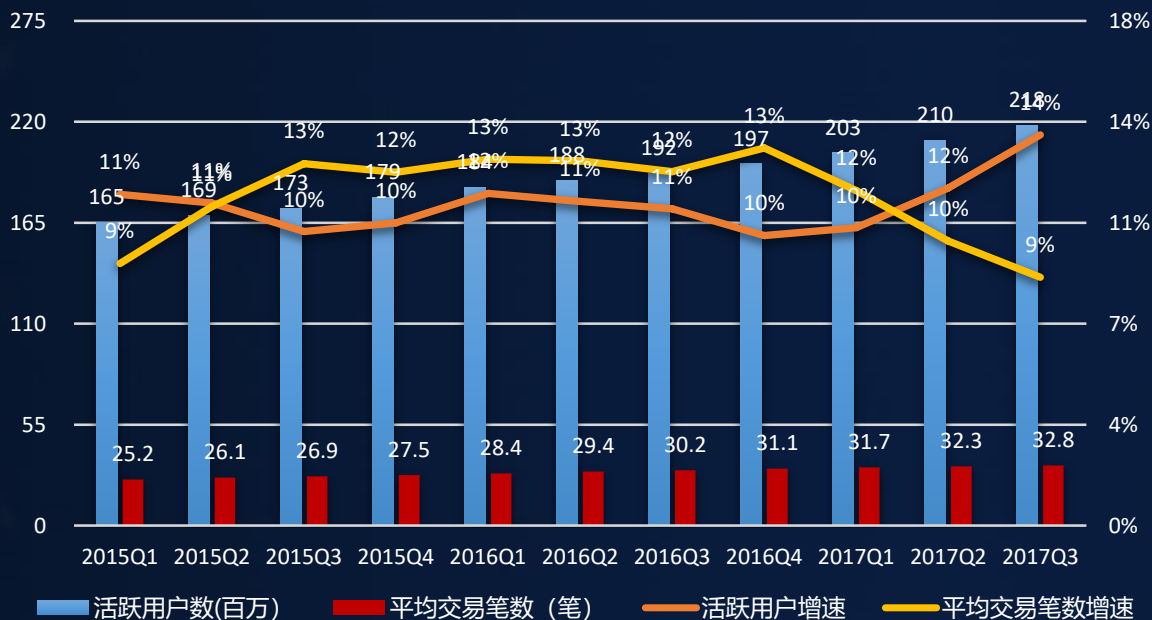


图2-1-9 2015 -2017年三季度PayPal活跃用户和平均交易笔数情况

一是活跃用户数持续增长。

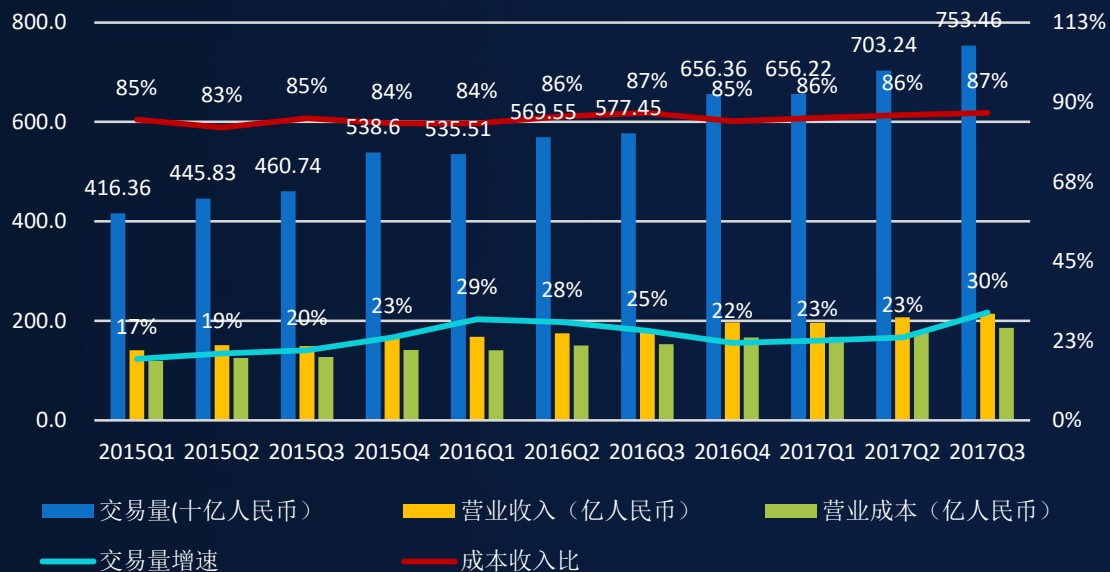
2015年一季度末，活跃用户数1.65亿户，2017年三季度末增长至2.18亿户，增长了5300万户，增长32.1%。从增速看，2015—2017年三季度末，每季度末的活跃用户数增速均维持在10%以上，最高达13.5%，最低为10.1%（图2-1-9）。

二是活跃用户平均交易笔数持续增长。

2015年一季度，平均交易笔数为25.2笔，2017年三季度达32.8笔，增长了7.6笔，增长30.2%。从增速看，2015—2017年三季度末，每个季度的平均交易笔数增速均维持在8.5%以上，最高达13.1%，最低为8.6%（图2-1-9）。

PayPal运营情况

1、支付业务稳步发展



三是交易量持续增长。

2015年一季度，总交易量为4164亿元人民币，2017年三季度达7535亿元人民币，增长了3371亿元人民币，增长81.8%。从增速看，2015—2017年三季度末，每个季度的总交易量增速均维持在17%以上，最高达30.5%，最低为17.4%（图2-1-10）。

图2-1-10 2015 -2017年三季度PayPal交易量、营业收入等情况

PayPal运营情况

2、盈利能力持续增强

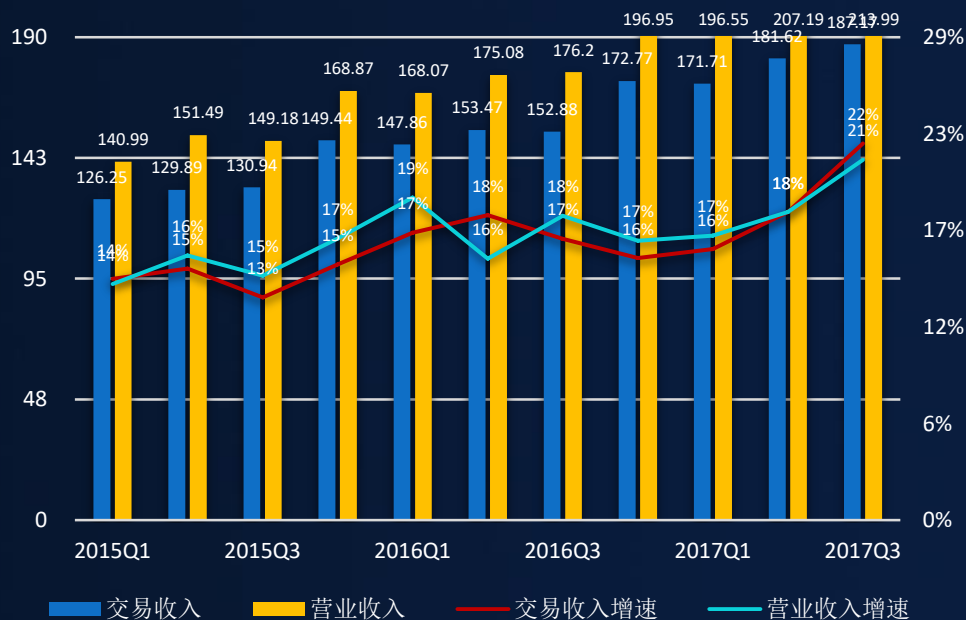


图2-1-11 2015 -2017年三季度PayPal交易收入和营业收入情况

一是营业收入持续增长。

2015年一季度，营业收入141亿元人民币，2017年三季度达214亿元人民币，增长了73亿元人民币，增长51.8%（图2-1-11）。从增速看，2015—2017年三季度，每个季度的营业收入增速均维持在14%以上，最高达21.4%，最低为14.1%。

二是交易收入持续增长。

PayPal的营业收入由交易收入和增值服务收入两部分构成，交易收入为其主营业务收入。2015—2017年三季度期间各个季度，PayPal交易收入占营业收入的比例均维持在85%以上，最高达89.6%，最低为85.7%。从增速看，2015—2017年三季度，每个季度的交易收入增速均维持在13%以上，最高达22.4%，最低为13.3%（图2-1-11）。

三是收入高于成本，且成本收入比趋于平稳。

从季度数据看，2015—2017年三季度间，各个季度的营业收入均超过营业成本，成本收入比维持在87%以下，最低为82.8%，最高为87.0%（图2-1-10）。与Lending Club超过100%成本收入比形成鲜明对比。从年度数据看，2014年成本收入比为84.2%，2015年为84.2%，2016年为85.4%，三年均在86%以下，但2016略有上升，2017年成本收入比是否进一步上升有待观察。

PayPal运营情况

3、国内收入持续增加

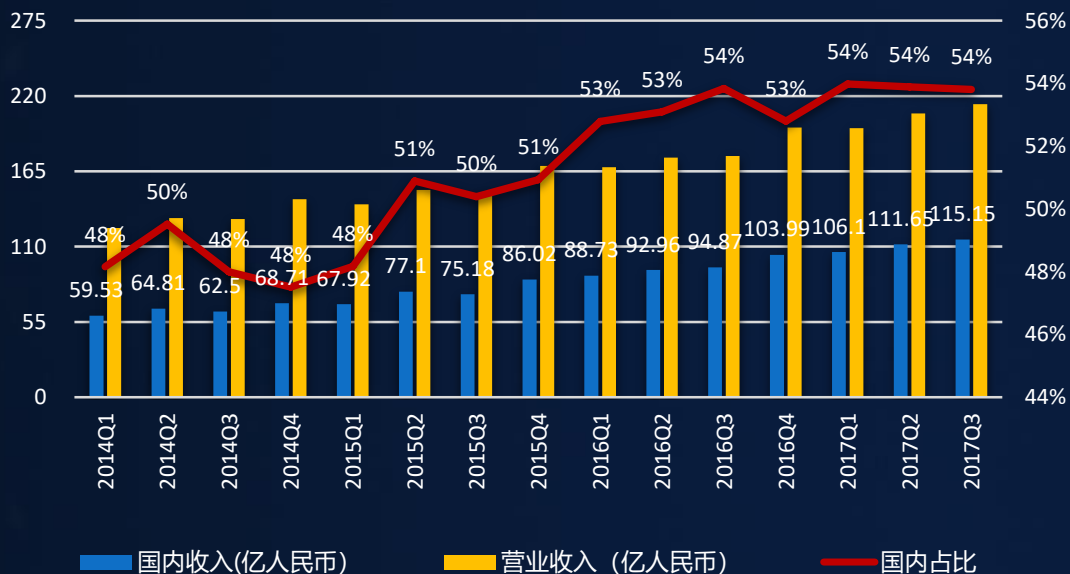


图2-1-12 2015 -2017年三季度PayPal国内收入和营业收入情况

从地域构成看，PayPal的营业收入包括美国国内收入和国际收入两个部分。从2014—2017年三季度间季度数据看，国内收入占比呈上升趋势。2014年三季度国内收入占营业收入的比例为48.0%，2015年三季度占比达50.4%，2016年和2017年三季度均为53.8%。2014年一季度到2017年三季度，占比从48.2%上升至53.8%，增加了5.7个百分点，增长11.7%（图2-1-12）。国内收入持续增加，除公司战略等因素外，PayPal在全球的价格水平高过支付宝和微信也是一个重要原因。尤其是在支付宝和微信加快国际化战略部署情况下，更是如此。

PayPal运营情况

4、风险指标趋于平稳

表2-1-4 2012—2017年三季度PayPal资产负债结构
单位：亿元人民币，倍

	2014	2015	2016	2016Q3	2017Q3
资产总额	1448.0	1908.1	2187.0	2071.6	2494.8
流动资产	1160.5	1364.2	1700.1	1596.2	1944.8
负债总额	903.1	999.1	1215.0	1134.0	1475.2
流动负债	877.6	899.6	1115.1	1031.7	1367.8
权益总额	544.9	909.0	972.0	937.6	1019.5
权益乘数	2.66	2.10	2.25	2.21	2.45
流动比率	1.32	1.52	1.52	1.55	1.42

2014—2017年三季度末，PayPal权益乘数始终维持在2.30倍左右水平，最高为2.65倍，最低为2.10倍，总体而言，权益乘数变化不大。权益乘数趋于平稳，表明PayPal的财务杠杆趋于稳定，抵抗风险能力较强。另一方面，PayPal的权益乘数也远低于Lending Club，相对而言，其财务风险更低。从流动比率看，2014—2017年三季度，PayPal的流动比率均维持在1.40倍水平，最高达1.55倍，最低为1.32倍（表2-1-4）。流动性比例越高，则其短期偿债能力越强，PayPal的流动性比例维持在1.40倍左右表明其短期偿债能力较强。

PayPal运营情况

5、服务费率总体较高

表2-1-5 PayPal全球费率及国内机构费率情况

	小额支付费率	标准费率（线下）	标准费率（线上）	慈善机构费率
国内	c2+5%	c1+2.9%	2.70%	c1+2.2%
国外	c2+6.5%	c1+4.4%	4.20%	c1+3.7%
支付宝	以0.6%为主, 0.6%-1.2%			
财付通	以0.6%为主			

注：小额以10美元为限。

除线上支付外，PayPal采取单笔固定费用+比率收费模式。总体而言，服务费率高于国内同业机构。

一是国外服务费率高于国内。

PayPal区分美国国内和国外收取服务费率，国外单笔固定费用高于国内单笔固定费用，按交易金额一定比例收取部分，国外比国内高1.5个百分点。

二是国外费率差异较大。

从国外部分看，按比例收费部分各国相同，但单笔固定费用部分差异较大：标准费率的单笔固定费用最高为欧盟（2.7元人民币），最低为巴西（1.2元人民币）；小额支付费率的单笔固定费率最高为英国（0.45元人民币），最低为巴西（0.20元人民币）。

三是服务费率远高于国内机构。

与支付宝和微信相比，PayPal的服务费率明显较高。仅比例费率部分，最高费率达支付宝和微信的5倍以上（表2-1-5,2-1-6）。

PayPal运营情况

表2-1-6 PayPal全球固定费率情况

固定费用C1	本国货币	人民币	固定费用C2	人民币	小额上限
澳大利亚 (澳元)	0.3	1.5	0.05	0.25	13.2
巴西 (雷亚尔)	0.6	1.2	0.1	0.20	32.6
加拿大 (加元)	0.3	1.6	0.05	0.26	12.7
欧盟 (欧元)	0.35	2.7	0.05	0.39	8.4
香港 (港元)	2.35	2.0	0.39	0.33	78.1
日本 (日元)	40	2.3	7	0.41	1127.5
美国 (美元)	0.3	2.0	0.05	0.33	10.0
俄罗斯 (卢布)	10	1.1	2	0.22	588.9
英国 (英镑)	0.2	1.8	0.05	0.45	7.4
台湾省 (新台币)	10	2.2	2	0.44	300.1

总体而言，PayPal业务发展良好，风险可控，盈利情况较好，持续经营能力强，在支付方面实践数字普惠金融具有较好的持续性。

三、P2P

	投资人	借款人	累计放款额	占比	贷款余额	占比	业务类型
Folk2Folk	980	445	15.8	2.5%	9.5	3.6%	企业贷款
Funding Circle	65422	39538	245.6	38.3%	130.1	49.2%	企业贷款
Landbay	2469	304	5.3	0.8%	5.1	1.9%	企业贷款
Lending Works	3345	8523	6.4	1.0%	4.0	1.5%	个人贷款
Market Invoice	315	2690	107.4	16.8%	2.3	0.9%	企业贷款
Thincats	2182	448	22.8	3.6%	9.8	3.7%	企业贷款
Zopa	59945	194865	237.5	37.1%	103.6	39.2%	个人贷款
合计	134658	246813	640.7	100%	264.4	100%	

表2-2-1 2017年三季度末英国TOP7网贷统计数据

单位：人（家）、亿元人民币

数据来源：英国P2P金融协会

小微借贷需求因借贷金额较小、收益较低，而单笔固定成本和风控成本较高，传统金融出于成本收益考虑难以满足。P2P采用线上模式，显著降低了单笔固定成本和风控成本，恰好可覆盖传统金融忽视的小微借贷需求，在践行数字普惠金融方面具有天然优势。

从英国P2P数据看，截止2017年9月30日，企业笔均借款余额为36.1万元人民币，个人笔均借款余额为4.4万元人民币，借贷需求的小微特性尤为明显。从投资端看，截止2017年9月30日，英国笔均投资余额19.6万元人民币，也具有明显的小额投资特性。

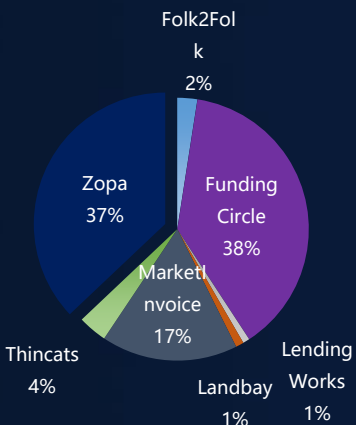
据英国网贷行业协会（P2P金融协会）公布的7家P2P会员单位（简称“TOP7”）数据显示，截止2017年9月30日，TOP7累计发放贷款640.7亿元人民币，贷款余额264.4亿元人民币，投资者13万余人，借款人（含企业和个人）将近25万户。

在业务类型方面，TOP7中个人贷款平台和企业贷款平台是完全分开的，其中5家会员单位投放企业贷款但不投放个人贷款，另外2家会员单位则仅向个人借款人提供贷款而未向企业提供贷款。

英国P2P行业总体情况

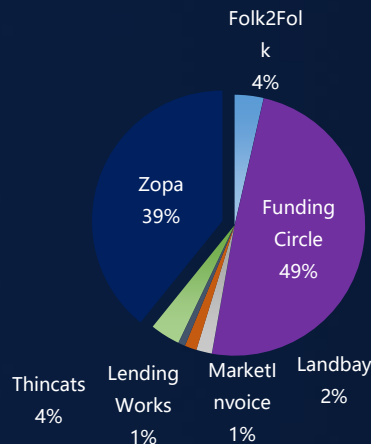
1、两大平台占据较大市场份额

TOP7中，经营个人贷款的Zopa和经营企业贷款的Funding Circle为两大巨头，两者在累计投放贷款金额、当前贷款余额、投资人和借款人等方面均占据了TOP7中的绝对份额。



累计贷款占七成以上。

截止2017年9月30日，Zopa和Funding Circle自平台成立以来累计投放的贷款量分别占TOP7的37%和38%，两者平分秋色，共占75%的份额。



当前余额占近九成以上。

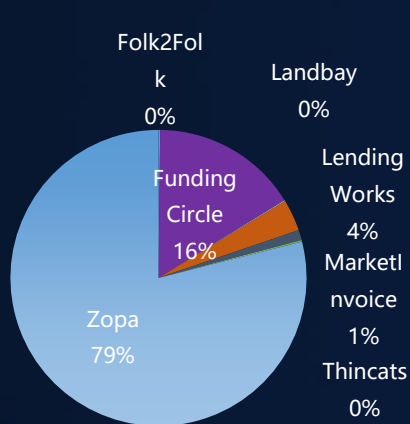
截止2017年9月30日，Zopa和Funding Circle投放贷款余额分别占TOP7的39%和49%，Funding Circle更胜一筹，共占89%的份额。

图2-2-1 截止2017年三季度末TOP7累计投放贷款占比情况

图2-2-2 截止2017年三季度末TOP7贷款余额占比情况

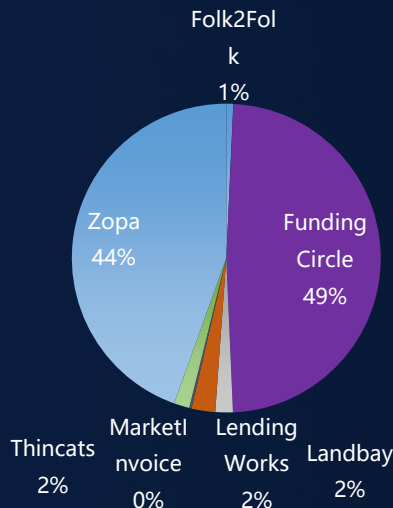
英国P2P行业总体情况

1、两大平台占据较大市场份额



借款人数量占比九成五。

在借款人数量方面，截止2017年9月30日，Zopa具有绝对优势，占TOP7的79%，Funding Circle紧随其后，占16%，两者合计占95%。由于Zopa经营个人贷款而后者经营企业贷款，因此两者之间，Zopa在借款人数量方面更胜一筹在情理之中。



投资人数占比超九成。

在投资人数方面，截止2017年9月30日，Funding Circle略胜一筹，占TOP7的49%，Zopa占44%，两者合计占93%，其余5家平台分得7%投资人。

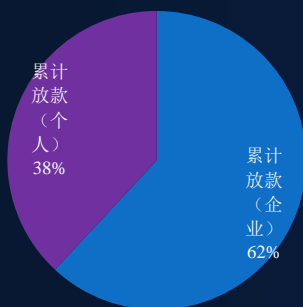
图2-2-3 截止2017年三季度末TOP7借款人数量占比情况

图2-2-4 截止2017年三季度末TOP7投资人数占比情况

英国P2P行业总体情况

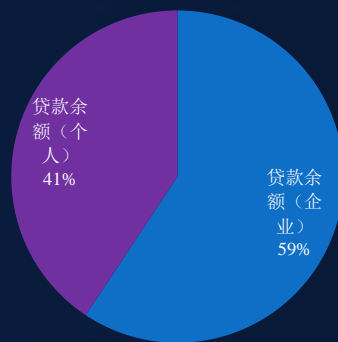
2、贷款投放以企业贷款为主

从贷款投向看，在累计投放金额、当前贷款余额、借款人增速和从业平台等方面，企业贷款均超过了个人贷款，呈相对领先态势。



累计贷款金额超24个百分点。

从累计投放贷款占比看，截止2017年9月30日，TOP7发放的企业贷款占比为62%，个人贷款占比仅38%，企业贷款占比超过个人贷款24个百分点（图2-2-5）。



当前贷款余额超18个百分点

从当前贷款余额占比看，截止2017年9月30日，TOP7发放的企业贷款余额占比为59%，个人贷款占比41%，企业贷款占比超过个人贷款18个百分点（图2-2-6）。

图2-2-5 TOP7 累计投放企业贷款和个人贷款占比情况

图2-2-6 TOP7投放企业贷款和个人贷款余额占比情况

英国P2P行业总体情况

2、贷款投放以企业贷款为主

从业平台超过一半。TOP中，5家经营企业贷款，占比71%，两家从事个人贷款，占比29%，从事企业贷款的平台超过个人贷款平台一半以上。

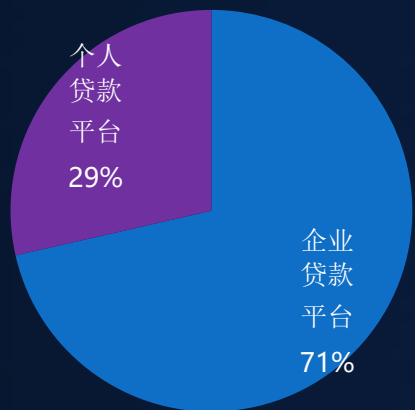


图2-2-7 TOP7投放企业贷款和个人贷款平台占比情况

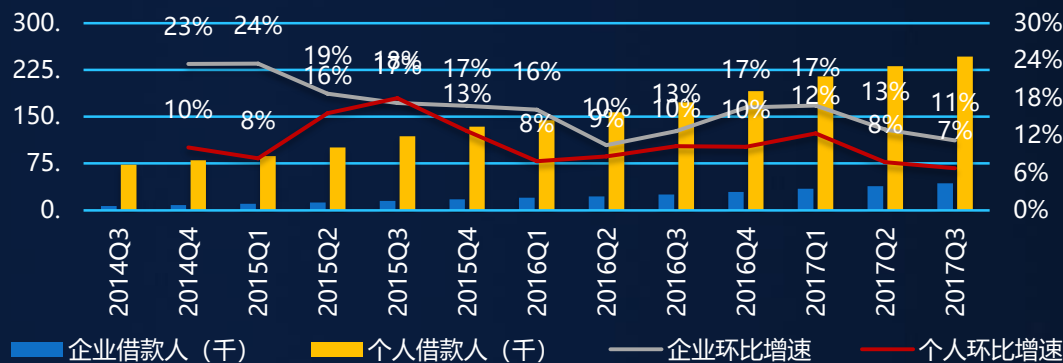


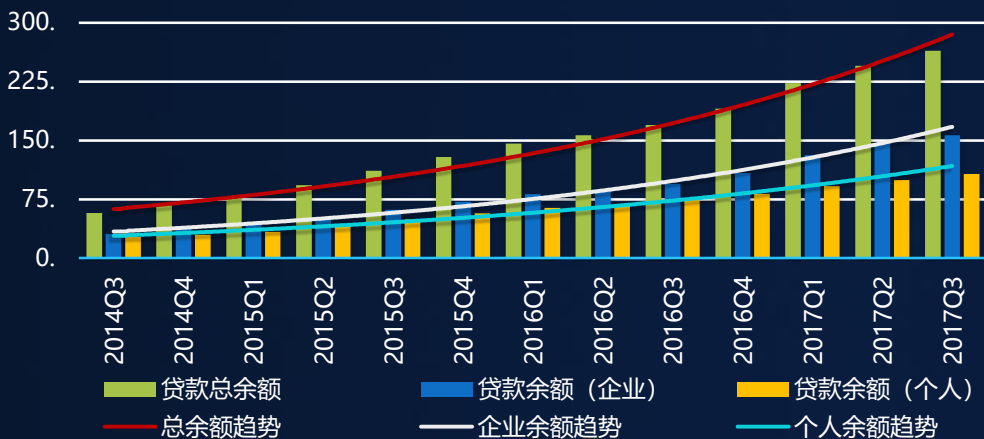
图2-2-8 TOP7企业借款人和个人借款人及增速情况

企业借款人增速持续高过个人。自2014年四季度以来，除2015年三季度外，TOP7的企业借款人环比增速均明显高于个人借款人环比增速，最高时高过13.4个百分点，2017年三季度企业借款人环比增速高于个人借款人4.4个百分点。

英国P2P行业总体情况

3、行业在小幅调整中持续发展

一方面，从贷款余额、借款人数和笔均投资额看，业务发展势头良好。另一方面，新增贷款、投资人和借款人等开始小幅调整。

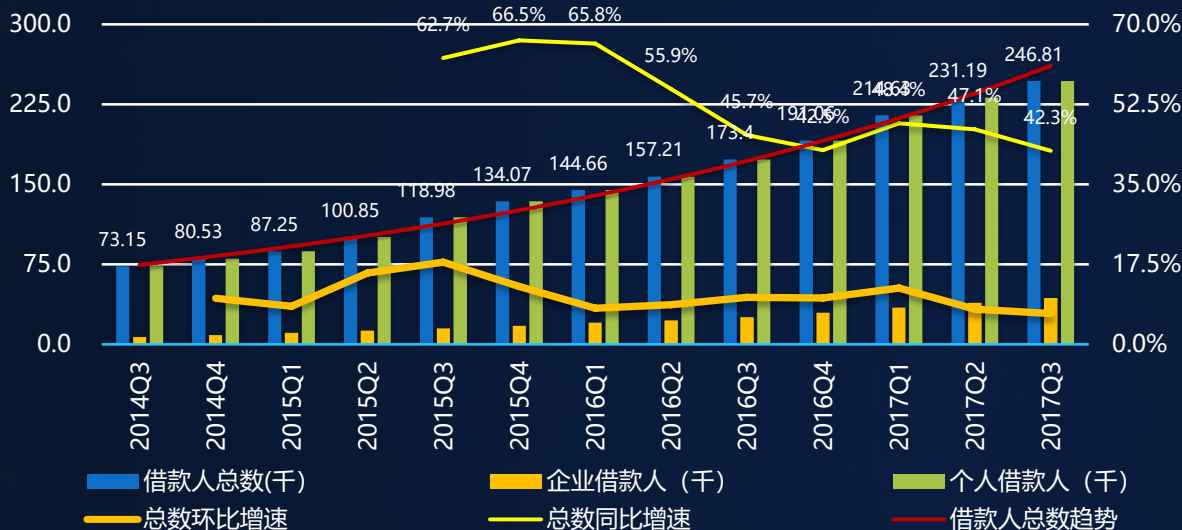


贷款余额持续增长。从2014年三季度到2017年三季度数据看，企业贷款余额、个人贷款余额和总贷款余额均呈持续增长趋势。

图2-2-9 TOP7企业贷款、个人贷款和总体贷款余额及趋势

英国P2P行业总体情况

3、行业在小幅调整中持续发展



借款人人数持续增长。2014年三季度到2017年三季度，企业借款人、个人借款人和总借款人数量均呈持续增长趋势，借款人总数同比增速均维持在42%以上。

图2-2-10 借款人总数、企业借款人和个人借款人数量及趋势

英国P2P行业总体情况

3、行业在小幅调整中持续发展

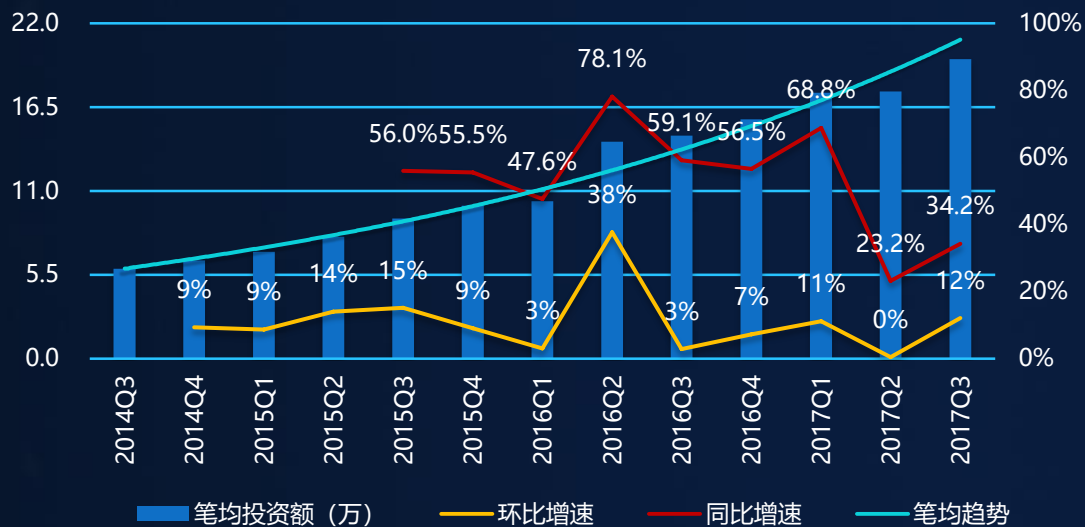


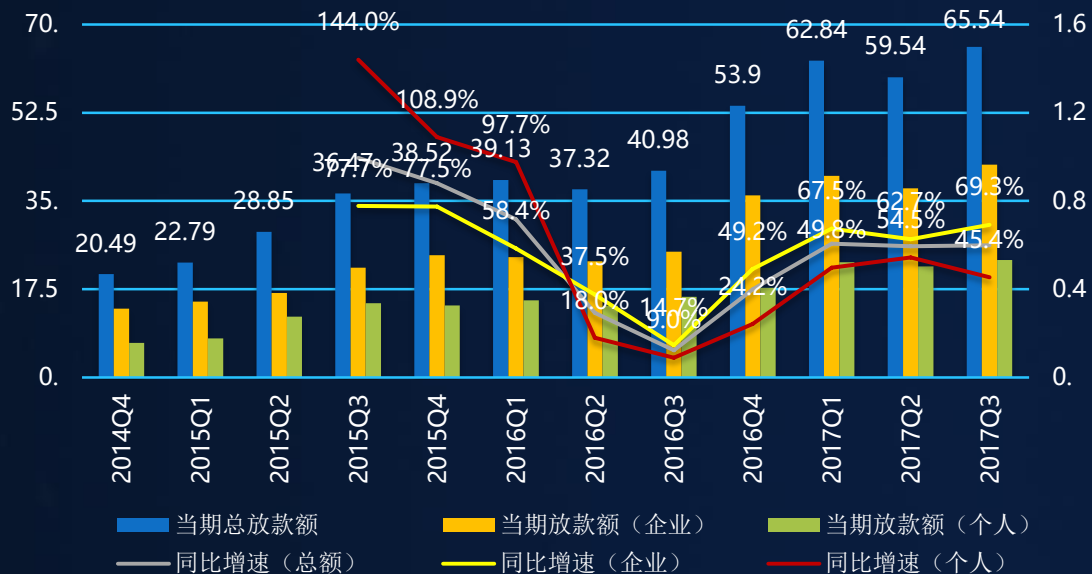
图2-2-11 笔均投资额及增速情况

笔均投资额持续增长。在笔均投资金额方面，自2014年三季度以来，不管是环比增速还是同比增速，均为正增长（图2-2-11）。2013年三季度笔均投资额为5.9万元人民币，2017年三季度达到了14.6万元人民币。

另一方面，新增贷款、投资人和借款人等开始小幅调整。

英国P2P行业总体情况

3、行业在小幅调整中持续发展

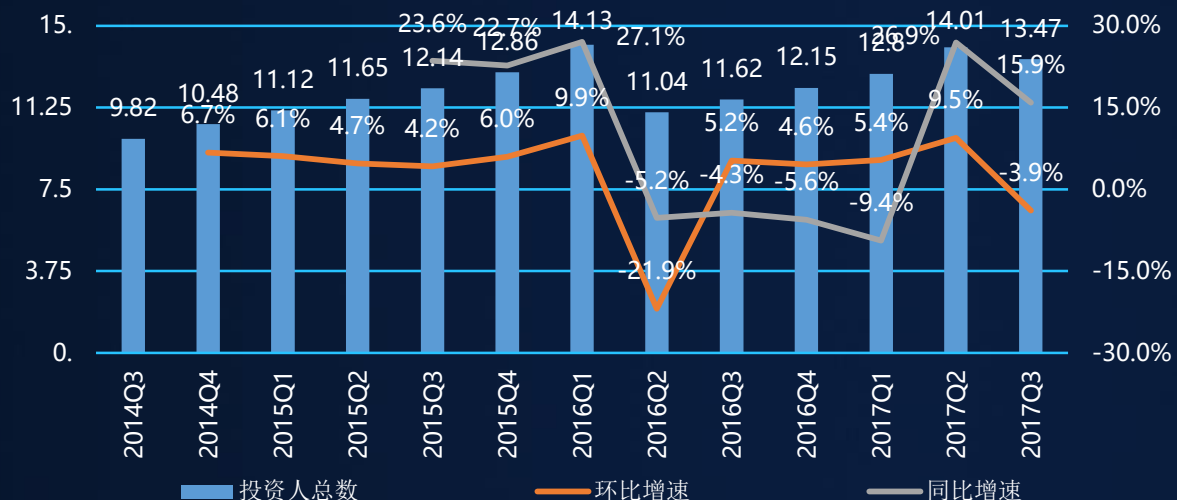


新增贷款增速震荡回升。从当期新增贷款增速看，企业新增贷款、个人新增贷款和总新增贷款在2016年均出现了较大的震荡，前三季度一路下滑，第四季度开始回升。2017年前三季度增速趋于平稳。

图2-2-12 当期发放贷款及同比增速情况

英国P2P行业总体情况

3、行业在小幅调整中持续发展



投资人数增速继续波动。从投资人数增速看，不管是环比还是同比，自2016年一季度以来均在持续波动，2016年先降后升，2017年增速先升后降。

图2-2-13 投资人总数及同比、环比增速情况

英国P2P行业总体情况

3、行业在小幅调整中持续发展

借款人增速放缓。在借款人方面，自2016年一季度以来，尽管环比和同比均维持了较高的增速，但增速呈放缓趋势。2017年三季度增速继续放缓。

英国作为P2P发源地，诞生了全球首家P2P从业机构Zopa公司。但因其经济规模和人口数量有限，在业务规模和从业机构数量等方面，均比中国P2P行业小。与美国支付行业相似，其较高的行业集中度是否会阻碍数字普惠金融在P2P行业的进一步发展值得关注，对新进入者是否已形成进入壁垒值得研究。另外，贷款投放以企业为主，其对企业的风险控制技术对全球尤其是中国传统金融机构和同业或许具有借鉴价值。

Lending Club运营情况

Lending Club于2007年启动P2P业务，2014年12月在美国上市。2007年发放贷款603笔，共计479万美元，折合人民币3,166万元。截至2017年9月30日，累计发放贷款165万笔，共计243亿美元，折合人民币1602亿元。10年间，贷款笔数和贷款本金的复合增长率分布为121%、135%。

截止2017年9月30日，按合并报表口径计算，Lending Club资产总额345.7亿元人民币，负债总额281.4亿元人民币，所有者权益64.2亿元人民币。

Lending Club运营情况

1、业务发展放缓

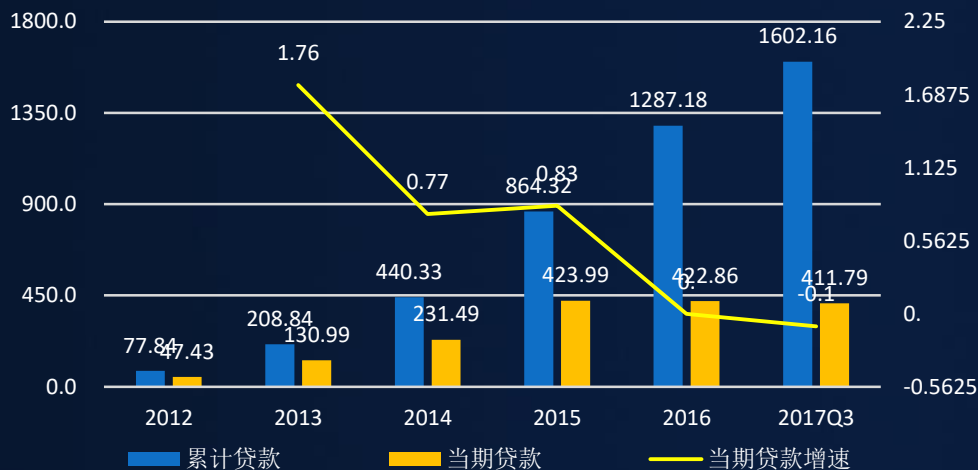


图2-2-14 2012年-2017年三季度Lending Club贷款金额情况

一是当期贷款发放金额增速放缓。

从累计发放贷款金额看，2012年累计发放贷款77.8亿元人民币，2017年累计发放贷款达1602.2亿元人民币，年复合增长率达83.10%。从当期发放贷款看，2012年当年发放贷款47.4亿元，2017年前三季度发放贷款411.8亿元，增长7.68倍。但从当期发放贷款金额增速看，2013年同比增长176.17%，2014年同比增长76.72%，呈下降趋势，2016年和2017年三季度同比增速变为负值（图2-2-14）。

Lending Club运营情况

1、业务发展放缓

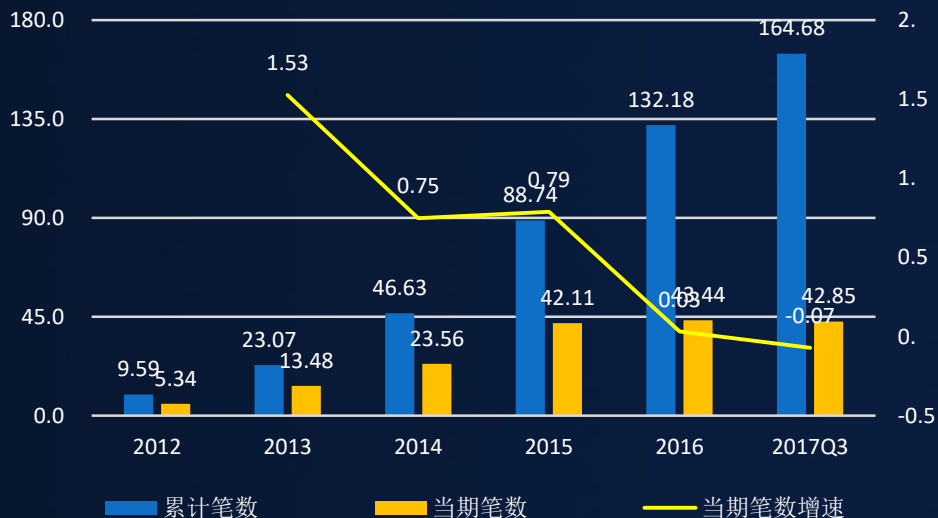


图2-2-15 2012年-2017年三季度Lending Club贷款笔数情况

二是当期发放笔数增速放缓。

从累计发放贷款笔数看，2012年累计发放贷款9.6万笔，2017年累计发放贷款164.7万笔，年复合增长率达76.59%。从当期发放贷款看，2012年当年发放贷款5.3万笔，2017年前三季度发放贷款42.8万笔，增长7.03倍。但从当期发放贷款笔数看，2013年同比增长152.62%，2014年同比增长74.78%，呈下降趋势，2016年仍维持3.16%增速，但2017年三季度同比增速变为负值（图2-2-15）。

Lending Club运营情况

1、业务发展放缓

表2-2-2 2012—2017年三季度Lending Club笔均金额

单位：万元人民币

	2012	2013	2014	2015	2016	2017Q3
累计笔均	8.12	9.05	9.44	9.74	9.74	9.73
当期笔均	8.89	9.72	9.82	10.07	9.73	9.61

注：累计笔均=累计发放贷款本金/累计发放笔数；
当期笔均=当期发放贷款本金/当期贷款笔数。

三是笔均贷款金额上升态势。

2012年累计笔均为8.12万元，2017年三季度末上升至9.97万元，增加了1.61万元，增长19.86%。从当期发放贷款情况看，2012年当期笔均为8.89万元，但2017年三季度末上升至9.61万元，上涨了0.72万元，增长8.13%（表2-2-2）。

Lending Club运营情况

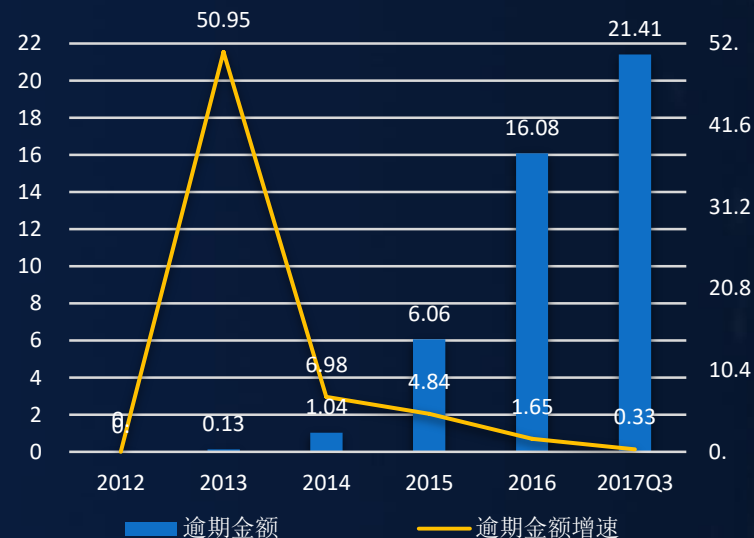
2、资产质量趋稳

表2-2-3 2012—2017年三季度Lending Club逾期贷款情况

单位：笔、万元人民币

	2012	2013	2014	2015	2016	2017Q3
累计逾期笔数	19	352	2,154	11,176	24,406	30,063
增速	-	1752.63%	511.93%	418.85%	118.38%	41.83%
笔均逾期金额	1.32	3.69	4.82	5.42	6.59	7.12
增速	-	180.40%	30.48%	12.58%	21.47%	13.01%

图2-2-16 2012年-2017年三季度Lending Club逾期贷款情况



一是逾期金额增速放缓。2012年累计逾期贷款金额25万元，共计19笔，笔均金额1.3万元。2017年三季度末，累计逾期贷款金额达21.4063亿元，共累计30063笔，笔均金额达7.12万元。不管从金额、笔数还是从笔均金额看，均呈上升趋势。但从增速看，自2013年以来，呈持续下降态势。2013年累计逾期金额增速达5095%，2014年底降至698%，2017年三季度下降到了33%（图2-2-16）。2013年累计逾期笔数增速达17.53倍，2017年三季度末，同比增速下降至41.83%。2013年笔均逾期金额同比增长180.40%，之后持续下降，2017年三季度末，同比增速下降至13.01%（表2-2-3）。

Lending Club运营情况

2、资产质量趋稳

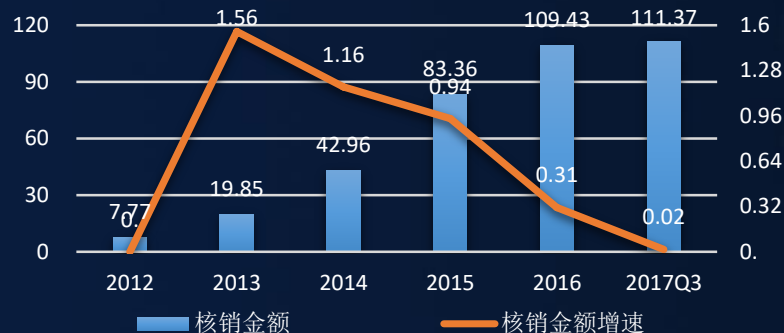
表2-2-4 2012—2017年三季度Lending Club核销笔数情况

单位：笔 万元人民币

	2012	2013	2014	2015	2016	2017Q3
累计核销笔数	15,056	35,491	73,173	128,782	159,660	161,652
增速		135.73%	106.17%	76.00%	23.98%	3.59%
笔均核销笔数	5.2	5.6	5.9	6.5	6.9	6.9
增速		8.39%	4.96%	10.25%	5.89%	1.22%

数据来源：Lending Club网站

图2-2-17 2012年-2017年三季度Lending Club核销贷款情况



二是核销金额增速放缓。2012年底累计核销贷款7.8亿元，核销笔数为15056笔，笔均核销金额为5.2万元。到2017年三季度末，累计核销金额达111.4亿元，累计核销笔数达161652笔，笔均核销金额达6.9万元。与逾期贷款相似，尽管累计核销笔数和金额较大，但增速呈下降态势。2013年累计核销金额增速达155.5%，2014年降至116.4%，到2017年三季度末，降至1.8%（图2-2-17）。2013年累计核销笔数增速为135.7%，2014年降至106.2%，到2017年三季度末，降至3.59%。2013年笔均核销金额增速为8.39%，2014年下降至4.96%，到2017年三季度末，降至1.22%。（表2-2-3）。

Lending Club运营情况

3、营销成本占据大头

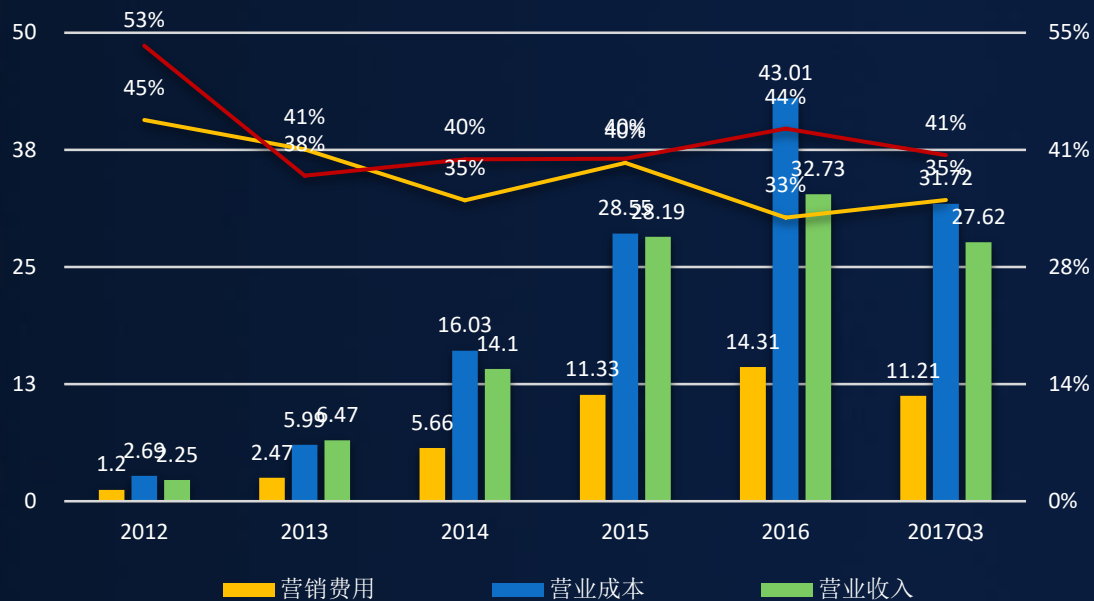


图2-2-18 2012年-2017年三季度Lending Club成本收入情况

2012—2017年三季度末，Lending Club营销费用由1.2亿元人民币增加至11.2亿元人民币，增加10亿元人民币，增长8.33倍。期间，营销费用占营业成本的比例均维持在35%左右，最高达45%，最低为31.7%；占营业收入的比例均维持在40%左右，最高达53%，最低为38%（图2-2-18）。可见，营销费用为Lending Club费用支出的大头，最高年份时营业收入的一半多用于营销推广，获取借款客户和投资人。从2016年全年和2017年前三季度数据看，尽管比例有所下降，但仍维持较高水平，可见Lending Club仍在继续实施业务扩张战略。

Lending Club运营情况

4、盈利前景不明

表2-2-5 2012—2017年三季度Lending Club资产负债和成本收入结构

单位：亿元人民币、倍

	2012	2013	2014	2015	2016	2017Q3
资产总额	56.21	128.39	257.00	382.77	367.51	314.02
负债总额	52.76	123.90	192.71	313.94	303.04	247.97
权益总额	3.45	4.50	64.30	68.83	64.47	66.06
权益乘数	16.30	28.54	4.00	5.56	5.70	4.75
成本收入比	119%	93%	114%	101%	131%	115%

综上，一方面，Lending Club资产质量逐渐向好；另一方面尽管营销费用居高不下，但业务规模增速放缓，盈利前景仍不明朗。因此，Lending Club的持续经营能力仍然面临考验，这为其继续践行数字普惠金融增加了一定程度的不确定性。

2012—2017年三季度末，Lending Club权益乘数由16.30倍下降至2017年三季度末的4.75倍，明显低于乐信2017年三季度59.3倍的水平。2014年以后权益乘数降至6倍以下，主要原因在于Lending Club收购了Springstone公司，并将其纳入合并报表。从成本收入比看，自2012年以来的将近6年间，除2013年外，其余年份的营业成本均超过了营业收入，其成本收入比均在100%以上。从2016年和2017年前三个季度看，这一现象并未明显改观。因此，Lending Club何时实现盈利尚有待观察（表2-2-5）。

注：权益乘数按年末数计算；成本收入比=营业成本/营业收入。

数据来源：Lending Club年度报告和季度报告

在线证券

在线证券业务，证券公司无需设立线下实体网点，便可向各类人群提供证券投资服务，可较好地覆盖传统线下实体网点难以覆盖的人群。

据日本证券业协会统计数据，日本证券行业开展在线交易的证券公司在15家以上，其会员单位中同意披露其相关信息为15家，分别是Matsui证券， Monex, kabu.com证券、SBI证券， Daiwa证券， 日本证券， Nomura证券， Marusan 证券， Mito证券， Rakuten 证券， SMBC Nikko 证券， Naito证券， IwaiCosmo证券， Mizuho证券和GMO CLICK 证券，本报告称为“TOP15”。

据SBI集团年报披露，SBI证券、Monex证券、Rakuten证券、Matsui证券和kabu.com证券为日本前五大证券公司，本报告称为“TOP5”，其中SBI证券在在线交易方面名列第一，本报告称为TOP1。

日本证券业协会统计数据显示，截止2017年10月31日，TOP15在线交易账户数达2141.5万户，占2016年底日本人口总数1.2558亿的17.1%，即不到6个日本人中就有1个日本人在TOP15开立了在线交易账户；TOP15的客户托管资金余额达65244亿人民币。从增长看，TOP15在线交易账户数较年初增长了71万户，增长3.5%；客户托管资金余额增长了7649亿元人民币，增长11.7%。

日本在线证券行业总体情况

1、账户变动季节性强

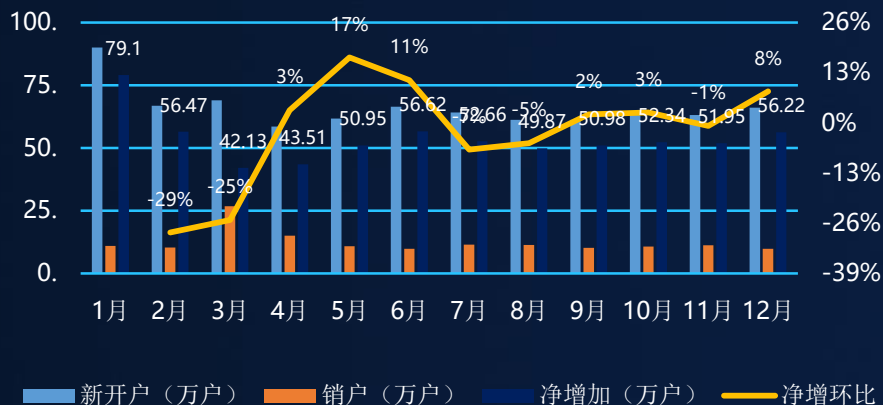


图2-3-1 2011—2016年月度新开户和销户情况



图2-3-2 2017年1—10月度新开户和销户情况

日本在线证券交易的季节性特征主要表现在在线交易账户变动方面。首先，从2011—2016年数据看，1月份为开户高峰期，6年间1月份累计开户达79.10万户；3月份为销户高峰期，6年间3月份销户共达26.85 万户；5月份为增速高峰期，环比增速达17.1%，受1月份开户高峰期影响，2月份环比增速最低，为-28.6%。从新增账户看，环比增速呈交替错落形态（图2-3-1）。其次，从2017年前个10月数据看，尽管1月份未维持开户高峰期，但5月份增速高峰期仍得以保持，环比增速达105.5%（图2-3-2）。

日本在线证券行业总体情况

2、低谷过后开始复苏

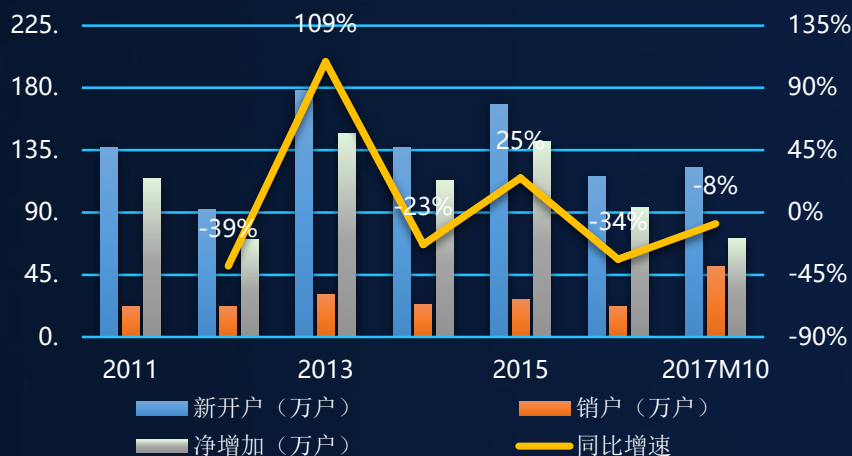


图2-3-3 2011-2017年10月新开户和销户情况

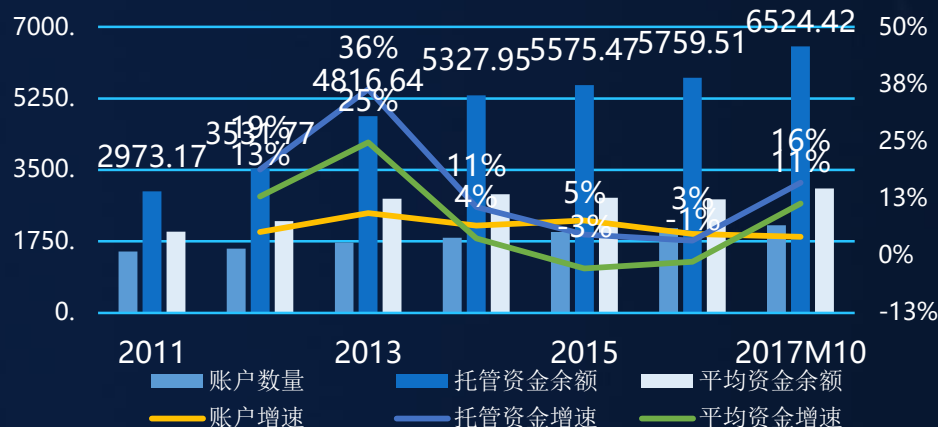
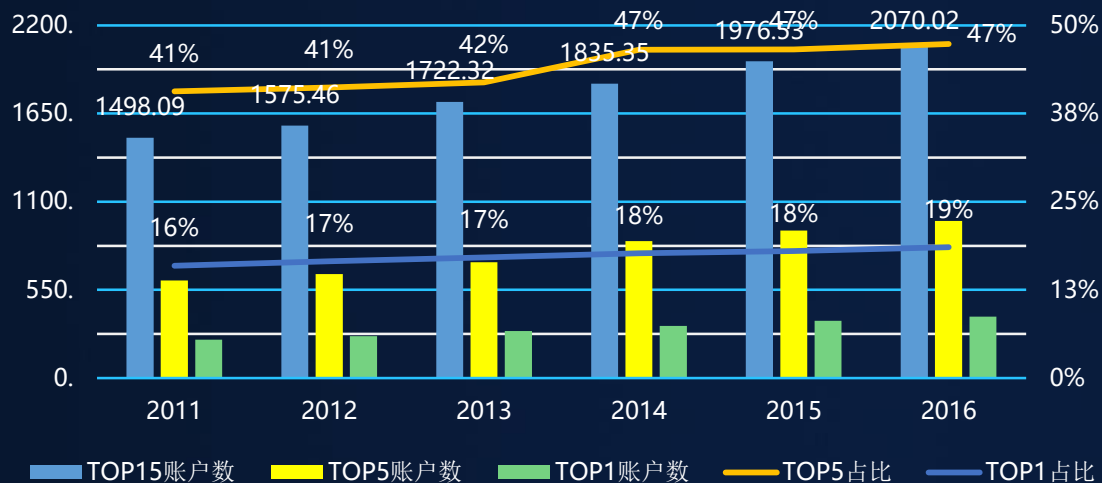


图2-3-4 2011-2017年10月托管资金和账户数量情况

日本在线证券交易在2013年达到顶峰后开始下滑，2017年以来呈现回暖势头。首先，净增账户增速出现回升迹象。2013年新增账户数增速达到108.8%之后，增速迅速下滑，2014年和2016年出现负增长，2017年仍为负增长-8.2%（按前10月折年计算，本部分均作此处理），但明显好于2016年（图2-3-3）。其次，托管资金余额增速回升。2013年托管资金余额增速达36.4%之后，增速一路放缓，2016年仅3.3%，2017年有所回升，达15.9%。最后，平均托管资金余额增速回升。2013年平均每个账户托管资金余额增速达24.8%之后，增速一路放缓，2015和2016年出现负增长，2017年11.4%（图2-3-4）。

日本在线证券行业总体情况

3、市场份额相对分散



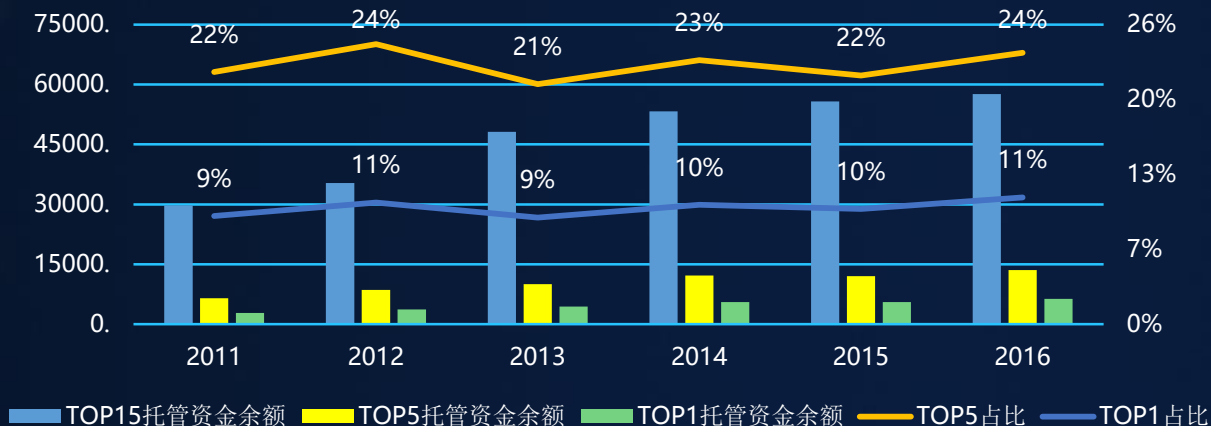
日本在线证券交易业务较为分散，但集中度呈微弱提升势头。

TOP5和TOP1账户数占比缓慢提升，但尚未出现721格局。从2011—2016年数据看，TOP5的账户数占TOP15总数不到50%，5年间占比提升了6.8个百分点；TOP1的账户数占TOP15总数不到20%，5年间提升了2.6个百分点。不管是TOP1还是TOP15，均为达到70%以上占比（图2-3-5）。

图2-3-5 2011—2016日本证券在线交易账户情况

日本在线证券行业总体情况

3、市场份额相对分散



TOP5和TOP1托管资金余额占比缓慢提升，并未出现绝对优势格局。从2011—2016年数据看，TOP5的托管资金余额占TOP15总余额不到25%，5年间占比提升了1.6个百分点；TOP1的托管资金余额占TOP15总余额在11.0%以下，5年间也提升了1.6个百分点。同样，均未出现70%以上占比

图2-3-6 2011—2016日本证券在线交易托管资金情况

日本在线证券行业总体情况

3、市场份额相对分散

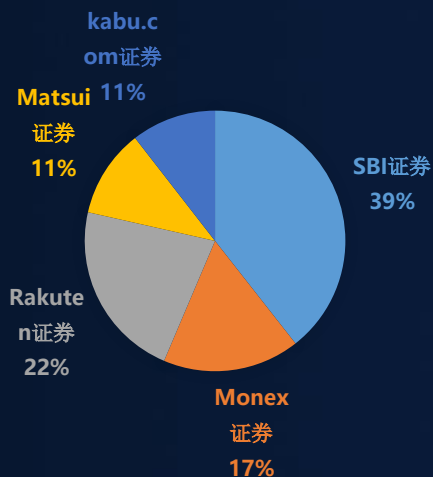


图2-3-7 2017年日本证券TOP5账户数情况

TOP1账户数占TOP5不到40%。截止2017年9月30日，TOP1在线交易账户数占TOP5总数为39%，第二名为22%（图2-3-7）。

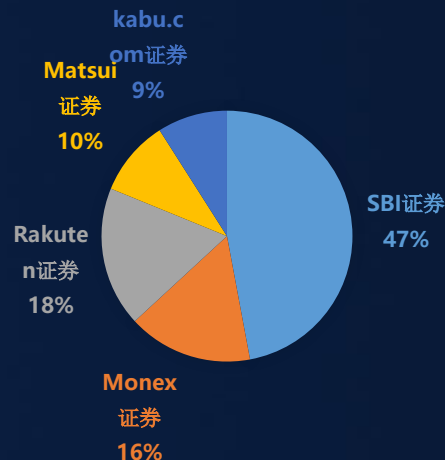


图2-3-8 2017年日本证券TOP5托管资金余额情况

TOP1托管资金余额占TOP5不到50%。截止2017年9月30日，TOP1托管资金余额占TOP5总金额为47%，第二名为18%（图2-3-8）。从账户数和托管资金余额看，即使在TOP5中，第一名也未达到70%份额。

日本在线证券在2013年鼎盛过后开始下滑，2017年复苏迹象比较明显，对从业机构在证券行业积极开展数字普惠金融活动具有积极意义；日本在线证券市场份额相对分散，并未出现美国支付行业和英国P2P行业的市场过度集中问题，这种垄断竞争性市场结构更有利于数字普惠金融的持续发展，更能降低福利损失、增进社会福利。

SBI证券运营情况

SBI证券为日本SBI集团全资子公司，为日本证券公司中开展在线交易的翘楚。2017年4月1日—2017年9月30日，SBI证券实现营业收入13.47亿元人民币，占同期日本前5大在线证券交易公司（简称“TOP5”）营业收入的50.1%。截止2017年三季度末，SBI证券的在线交易账户数达到400.5万户，在日本TOP5中排名第一，占39.4%；客户托管资金余额7041.84亿元人民币，在日本TOP5中排名第一，占47.1%。

截止2017年3月30日，按合并报表口径计算，SBI集团“证券相关资产”1369.1亿元人民币，“证券相关负债”总额1278.5亿元人民币。

SBI证券运营情况

1、较早开展数字普惠金融

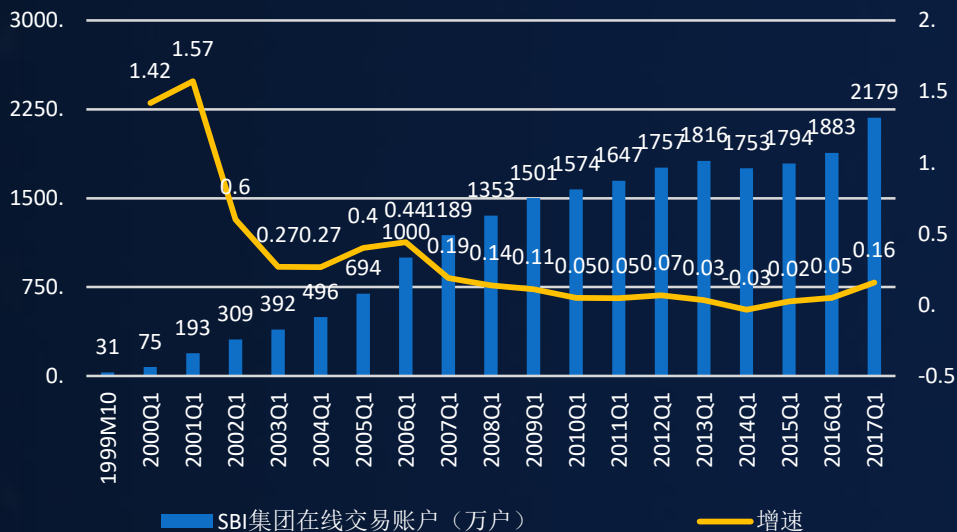


图2-3-9 1999年10月-2017年一季度SBI集团在线交易账户数

在线证券交易具有较好的数字普惠金融特性。SBI集团年报披露，1999年10月E*TRADE株式会社（现株式会社SBI证券）开展网上经纪业务。自1999年10月以来，SBI集团在线账户数量（除证券外，还包括银行和保险）持续攀升，截止2017年一季度末，SBI集团在线账户数量已达到2179万户，增长了2148万，增长69.3倍，年复合增长率达26.7%。从增速看，SBI集团在线账户数量增速呈放缓趋势，2008年金融危机过后，增速一路放缓，2009年之前增速百分点均维持在两位数，2009年之后增速百分点仅为个位数，2013—2014年甚至出现-3.5%增速。近年增速有所回升，出现了略微翘尾增速（图2-3-9）。

SBI证券运营情况

2、普惠金融业务稳居前茅

在在线证券交易普惠金融方面，SBI证券多项指标名列国内前茅。

一是SBI证券在线交易账户数名列前茅。

2012—2017年三季度，SBI证券在线账户数量在TOP5中一直名列第一，占比均维持在38%以上，最低为38%，最高达40.8%。从数量看，2012年一季度末，SBI证券在线交易账户数为238.8万户，2017年三季度末，增长到400.5万户，增长了161.7万户，增长67.7%。从增速看，2013—2017年一季度，在线交易账户数增速均维持在7%以上，最高达12.9%，最低为7.7%（图2-3-10）。

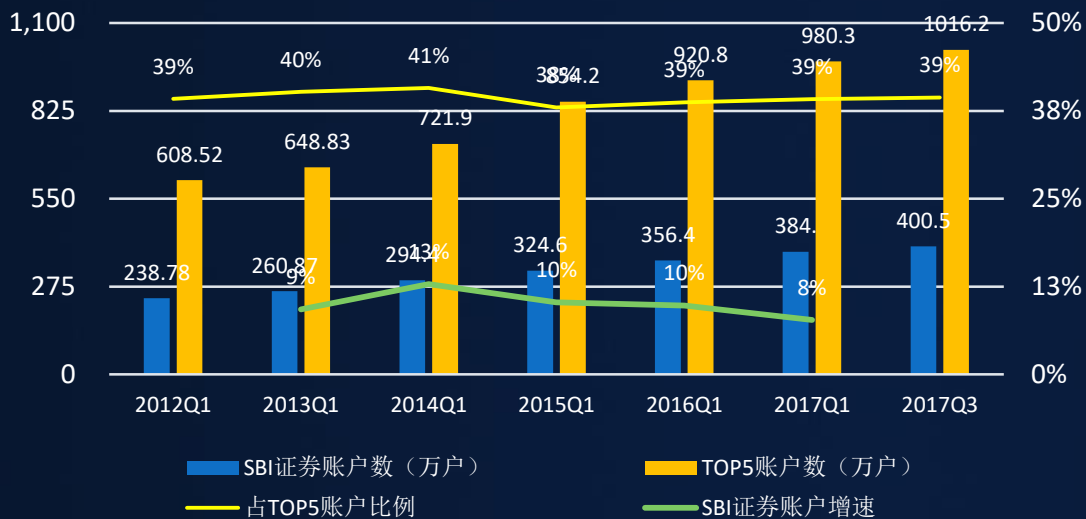


图2-3-10 2012-2017年三季度SBI证券在线交易账户数

SBI证券运营情况

2、普惠金融业务稳居前茅

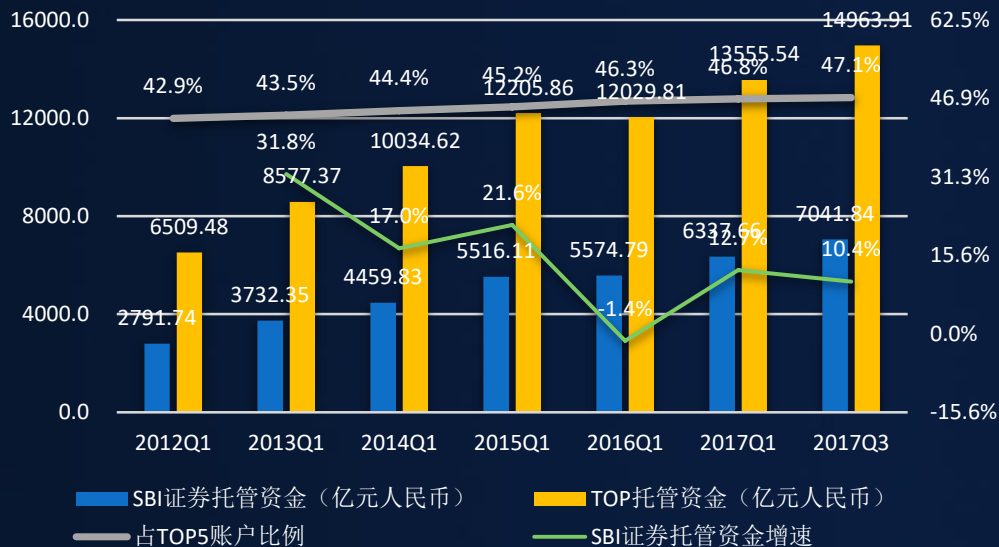


图2-3-11 2012-2017年三季度SBI证券托管资金余额

二是SBI证券托管资金余额名列前茅。

2012—2017年三季度，SBI证券托管资金余额在TOP5中一直位列第一，占比维持在42%以上，最低为42.9%，最高达46.8%，占比呈稳步上升趋势。从金额看，2012年一季度末，SBI证券托管资金余额为2791.7亿元人民币，2017年三季度末，增长了4250.1亿元人民币，增长1.52倍，达7041.8亿元人民币。从增速看，2013—2017年一季度，托管资金余额增速呈下滑趋势，最高达31.8%，最低为2016年(-1.4%)，2017年触底回升(图2-3-11)。

SBI证券运营情况

2、普惠金融业务稳居前茅

表2-3-1 日本TOP5 2011—2017收入、利润情况
单位：亿元人民币

	2012Q1	2013Q1	2014Q1	2015Q1	2016Q1	2017Q1	2017Q3
SBI证券	3.31	25.47	43.60	45.52	16.48	16.31	13.47
Monex(乐天)	0.84	21.94	32.11	29.91	2.09	0.17	1.82
Rakuten	1.55	14.41	26.86	26.82	8.98	7.05	5.24
Matsui (松井)	2.50	12.21	23.40	20.13	8.66	6.28	4.69
kabu.com	0.93	7.71	13.70	13.72	4.70	3.52	1.68
合计	9.13	81.73	139.68	136.11	40.91	33.34	26.90
SBI证券占比	36.3%	31.2%	31.2%	33.4%	40.3%	48.9%	50.1%

三是SBI证券的收入和利润稳居第一。从收入看，2011—2014会计年度，SBI证券的营业收入在TOP5中均位居第一，占比均在30%以上，最高达36.3%。2015、2016会计年度和2017年4—9月，SBI证券的净利润也位居TOP5第一，并且占比高于前4年营业收入占比，最高达50.1%（表2-3-1）。

数据来源：SBI集团年报。

注：2012Q1-2015Q1为营业收入，2016Q1及以后为净利润；日本会计年度为上年4月1日到次年3月31日，2017 Q3统计期间为2017年4月1日—9月30日。

SBI证券运营情况

3、SBI将继续推进普惠金融

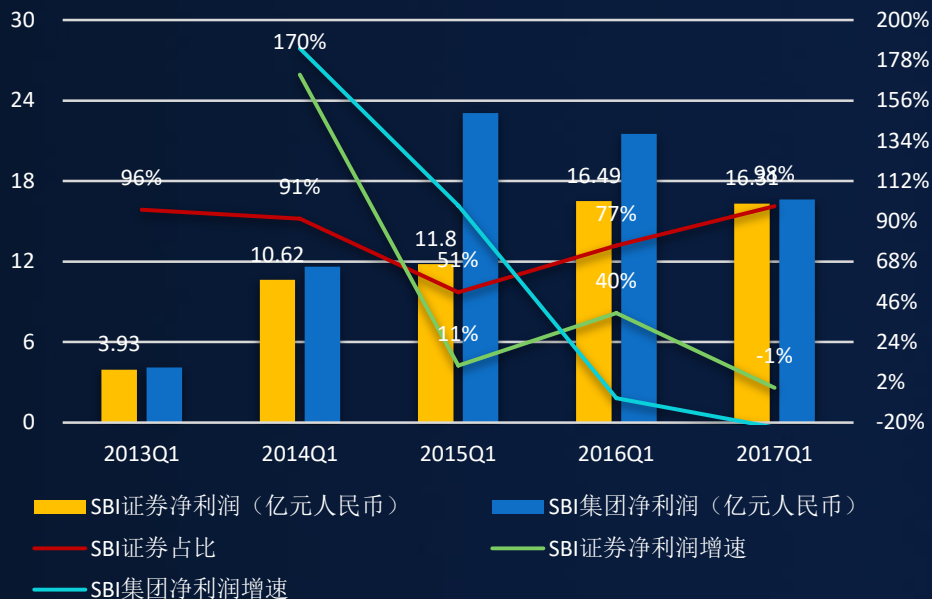


图2-3-12 2013-2017年一季度SBI集团和SBI证券净利润情况

SBI证券在SBI集团举足轻重，这样，除非出现极端情况，否则SBI集团将按现行战略推进业务，这为SBI证券继续推进数字普惠金融提供了战略保证。

一是净利润占据SBI集团半壁江山。SBI集团业务覆盖面广，除互联网证券外，还涉足互联网保险、互联网银行，最近还在开展Fintech等相关业务。但从净利润占比看，SBI证券占据了SBI集团净利润的大头，最低时为51.1%，最高达98.2%。截至2017年一季度末（2016会计年度），SBI证券实现净利润16.31亿元人民币，占整个SBI集团净利润的98.2%（图2-3-12）。

SBI证券运营情况

3、SBI将继续推进普惠金融

二是SBI证券每账户获利能力显著高于其他版块。2016会计年度，SBI证券每个账户实现营业收入13830元人民币，同期SBI集团每个账户实现营业收入7049元人民币，SBI证券每个账户实现营业收入是整个集团的1.96倍。2012—2016会计年度内，SBI证券每个账户实现的营业收入均高于整个集团，最低为2012年（1.70倍），且呈扩大趋势。

三是SBI证券成本显著低于其他版块。2012—2016会计年度，SBI证券营业收入占整个集团的比例分别为24.5%、48.2%、33.3%、36.6%和34.6%，净利润占比分别为96.2%、91.4%、51.1%、76.6%和98.2%，一方面收入占比40%左右，贡献的净利润占比70%左右，足见SBI证券的成本开支显著低于其他版块。

SBI证券运营情况

3、SBI将继续推进普惠金融

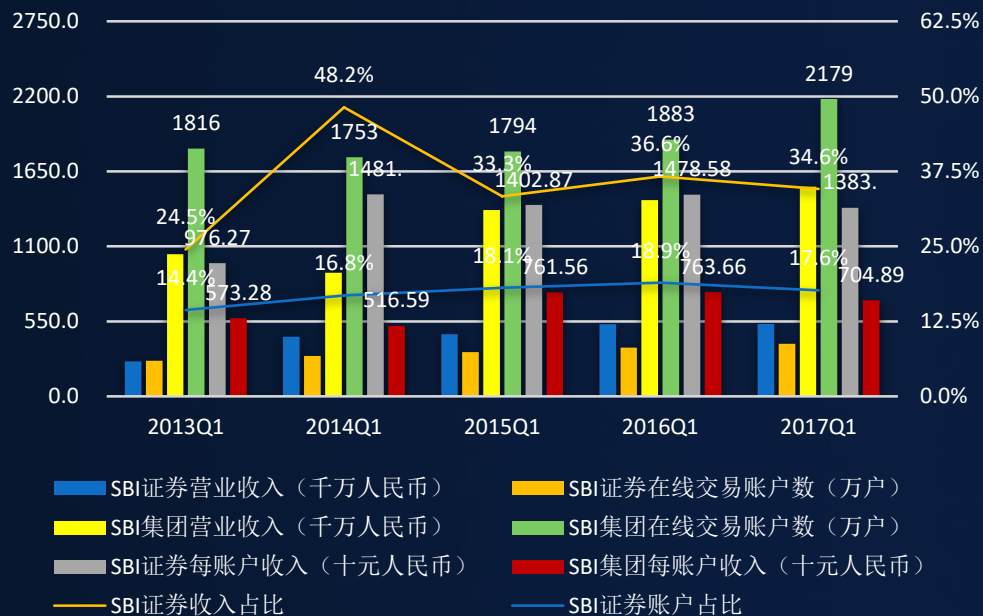


图2-3-13 2013-2017年一季度SBI集团和SBI证券营业收入和账户情况

四是SBI证券在集团内尚有潜力可挖。

从SBI证券在线交易账户数占SBI集团账户数看，2012—2016会计年度期间，该比例分别为14.4%、16.8%、18.1%、18.9%和17.6%，均未超过20%。这为SBI证券深挖SBI集团内部现有客户留下了足够的空间（图2-3-13）。

总之，SBI证券在推进数字普惠金融方面取得了很好成绩，并且良好的经营业绩将为其持续践行数字普惠金融提供良好保证。

小结

综上，从美国、英国和日本三个国家相关数字普惠金融行业看，国外数字普惠金融行业整体发展良好，但美国支付和英国P2P的行业集中度较高问题，日本在线证券回暖能否企稳问题，尚有待观察，在一定程度上给数字普惠金融的持续发展平添了较大的不确定性。

从PayPal、Lending Club和SBI证券等国外样本企业的经营业绩看，较为成熟的数字普惠金融行业，从业机构业绩良好，数字普惠金融的可持续性较高。相反，新进出现的数字普惠金融行业，从业机构经营业绩尚存较大不确定性，该行业的可持续性尚有待观察和检验。

中国数字普惠金融的 行业现状及趋势

一、样本选择

在支付方面，与四大行股改上市过程中出于降低成本、提高效益等原因，大幅裁减县域分支机构和网点形成鲜明对比，互联网支付和移动支付以其广覆盖和低成本特性，填补了四大行裁减分支机构和网点形成的市场空白，显著提高了广泛县域及乡村的金融服务可获得性，在数字普惠金融方面意义非凡。在信贷方面，P2P作为一个新兴普惠金融业态，不管是投资人还是借款人角度看，在风险可控条件下，均具有明显的数字普惠金融特性。另外，中国新进出现的互联网银行，从新设开始便将服务小微企业和个人作为重要目标，也是中国数字普惠金融行业一支重要的生力军。

本报告选取中国的支付、P2P和互联网银行进行宏观层面研究，在微观层面选择对支付宝和微信进行简析，并对中国部分上市P2P公司和其他样本公司进行分析。

二、支付

据人民银行和银监会数据显示，截止2017年9月30日，除人民银行支付系统外，还有2467家银行业金融机构（也称“银行”）、247家非银行支付机构可提供支付服务。人民银行数据显示，2017年三季度，人民银行支付系统共处理33.3亿笔支付业务，金额1041.22万亿元人民币；银行业金融机构共处理120.9亿笔网上支付业务，金额439.89万亿元人民币；非银行支付机构共处理778.3亿笔网上支付业务，金额39.0万亿元人民币。

支付行业总体情况

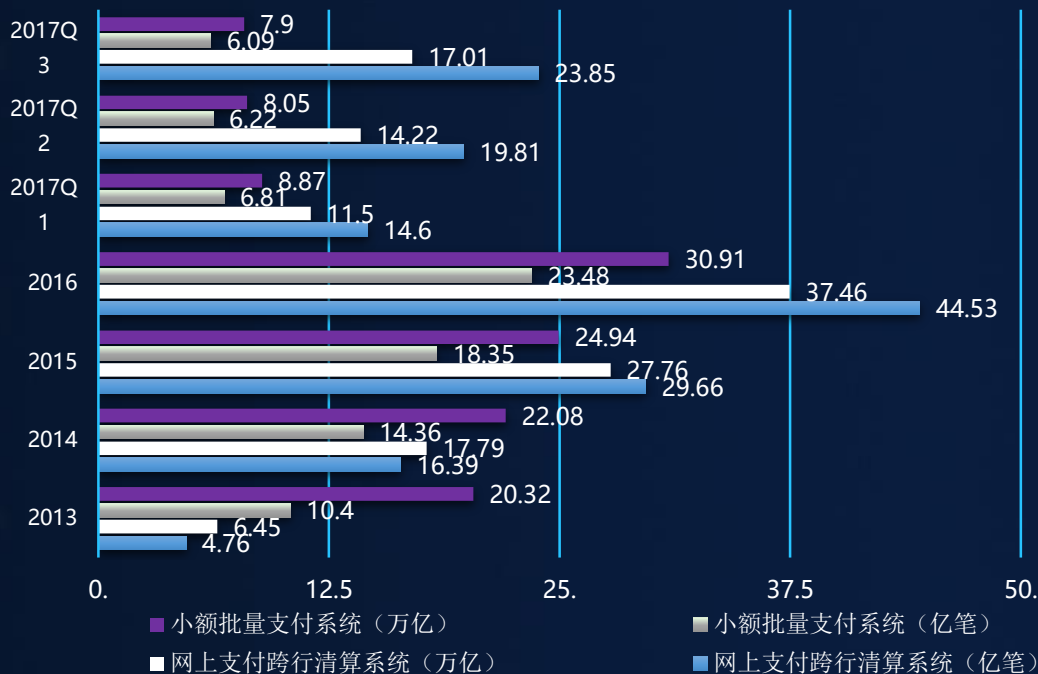


图 3-1-1 2013—2017年三季度末小额批量支付系统和网上支付跨行清算系统情况

人民银行支付系统提供支撑功能

人民银行建设运营的小额批量支付系统和网上支付跨行清算系统等支付系统为银行和非银行支付机构跨机构小额支付提供支撑功能，交易规模持续增长。

人民银行支付系统发挥骨干作用。2013—2017年三季度，人民银行处理的支付业务金额超过银行和非银行支付机构两者之和。

人民银行支付系统发挥核心作用。2013—2017年三季度，人民银行支付系统主要处理跨银行支付业务，单笔金额均明显高于银行和非银行支付机构。

支付行业总体情况

1、三级支付体系初步形成

表3-1-3 2013-2017年三季度末银行和非银行支付机构支付业务总量情况

	2013	2014	2015	2016	2017 Q1	2017 Q2	2017 Q3
非银行支付机构网上支付笔数 (亿笔)	153.38	374.22	821.45	1639.0 2	470.9	632.9	778.33
非银行支付机构网上支付金额 (万亿)	9.22	24.72	49.48	99.27	26.47	31.49	38.98
银行业金融机构网上支付笔数 (亿笔)	236.74	285.74	363.71	461.78	112.97	117.77	120.87
银行业金融机构网上支付金额 (万亿)	1060.7 8	1376.0 2	2018.2	2084.9 5	658.78	473.39	439.89
非银行占银行比例 (笔数)	65%	131%	226%	355%	417%	537%	644%
非银行占银行比例 (金额)	0.9%	1.8%	2.5%	4.8%	4.0%	6.7%	8.9%

银行支付系统发挥主干作用

银行处理的业务在总金额和额度方面居于人民银行和非银行支付机构之间，为践行数字普惠金融的重要参与者。

银行支付业务金额大于非银行支付机构。2013—2017年三季度，银行处理的支付业务金额均大于非银行支付机构。

银行支付业务单笔金额显著超过非银行支付机构。2013—2017年三季度，银行处理的网上支付业务的单笔金额以万元计，而非银行支付机构以百元计，银行高于非银行支付机构两个数量级。

支付行业总体情况

1、三级支付体系初步形成

非银行支付机构践行数字普惠金融的末端触角。

非银行支付机构业务对象更偏向中小微企业和各类个人客户，连接众多千家万户，尤其是支付宝和微信支付。因此，非银行支付机构在践行数字普惠金融方面，扮演着末端触角角色。非银行支付机构处理的支付业务笔数已超过银行业金融机构，且呈扩大态势。2013年非银行支付机构占银行的比例为65%，2014年起一路攀升，2017年三季度已达到了644%。另一方面，非银行支付机构的单笔额度呈下降趋势。可见，非银行支付机构处理的支付业务呈现笔数多、金额小特点，具有末梢功能。

总体而言，中国支付主体由人民银行、银行业金融机构和非银行支付机构构成。人民银行支付系统起着中心枢纽作用；银行业金融机构支付系统起着主干作用；新兴非银行支付机构则为末端触角，是支付行业践行数字普惠金融的主力军。

支付行业总体情况

2、数字普惠金融成效显著

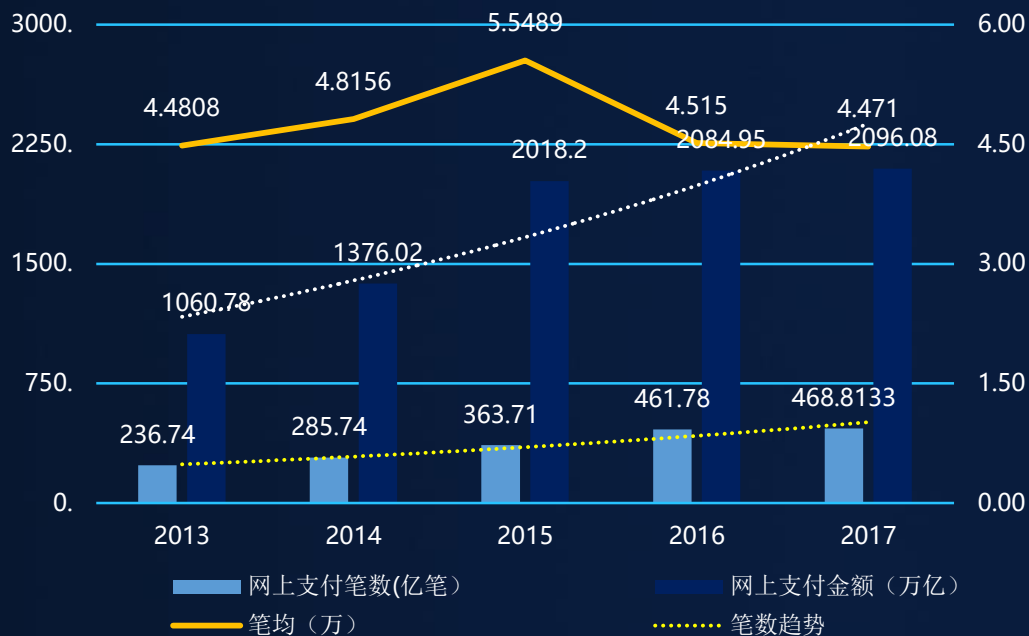


图 3-1-2 2013—2017年三季度末银行网上支付总量情况

支付交易量持续增长，同时单笔金额逐年下降。支付覆盖人群逐年增加是交易量持续增长的重要原因，覆盖的长尾人群日渐增加为单笔金额逐年下降的原因之一。因此，从交易金额持续增长、单笔金额逐年下降看，在支付方面，数字普惠金融成效显著。

支付行业总体情况

2、数字普惠金融成效显著

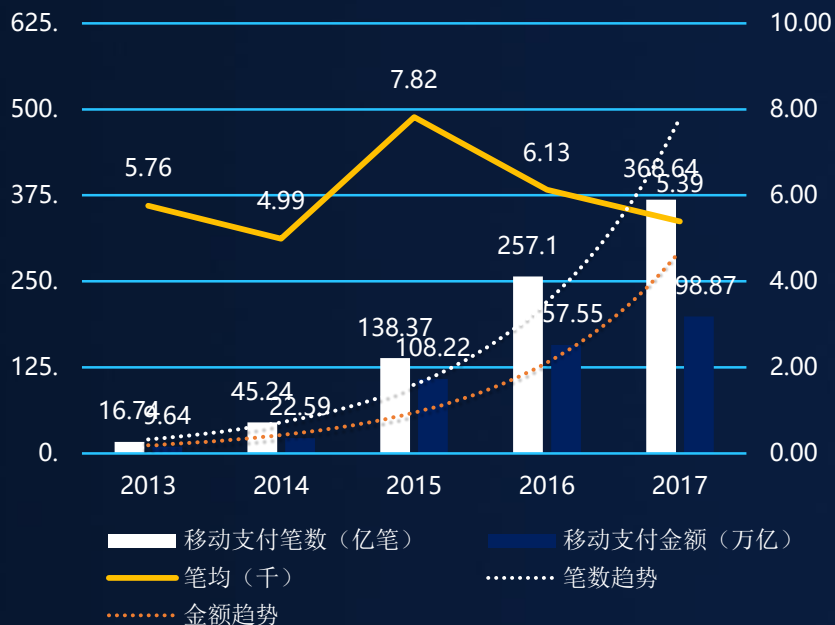


图 3-1-3 2013—2017年三季度末银行移动支付总量情况

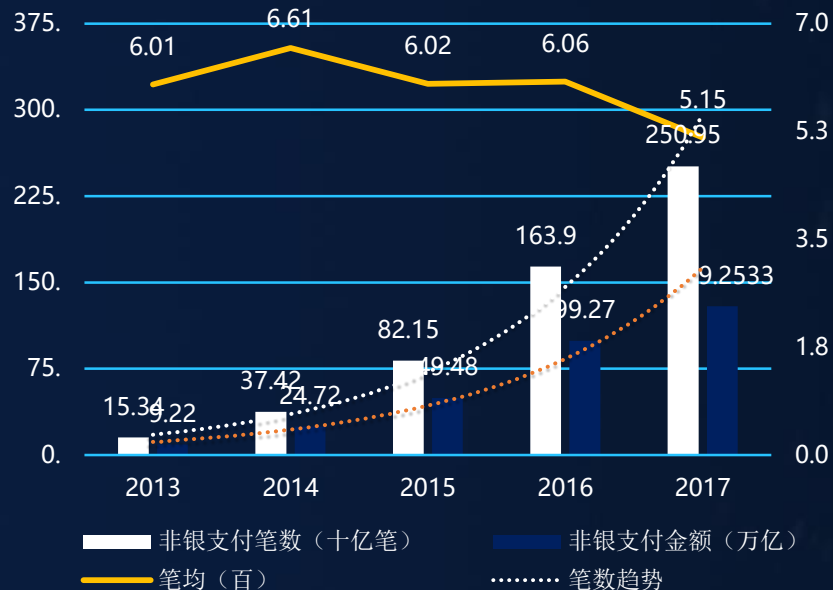


图 3-1-4 2013—2017年三季度末非银行支付机构支付总量情况

支付行业总体情况

3、牌照发放兼顾普惠金融

一、审批抑制牌照过度集中。

支付子牌照的分布与各省市区经济总量（GDP）之间存在一定相关关系，但相关性较弱，经济总量仅是小部分原因。

二、牌照类型主要集中于预付卡和互联网支付。

绝大部分省份均有预付卡牌照，较好地兼顾了省际差异。互联网支付具有较好的跨地域性，发达省份支付机构可为欠发达省份各类群体提供支付服务，进而促进欠发达省份数字普惠金融的发展。

三、2张子牌照机构占大多数。

大部分机构仅具有2块支付牌照，可促进支付机构之间的有效竞争，对防止大型支付机构垄断支付行业，阻碍数字普惠金融发展具有重要意义。

支付行业总体情况

3、牌照发放兼顾普惠金融

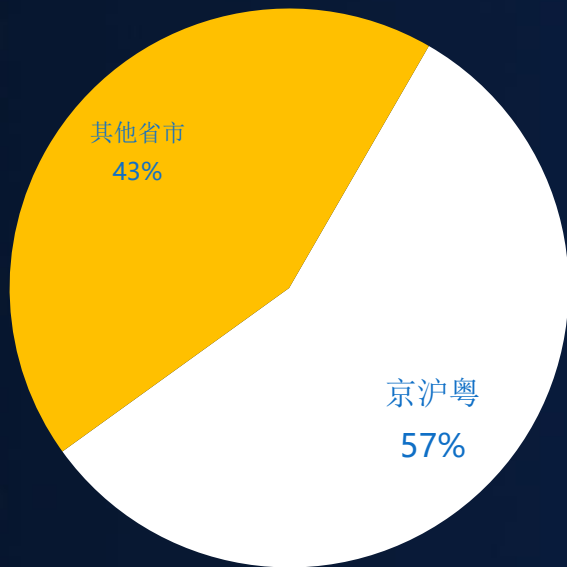


图 3-1-5 子牌照总量分布情况

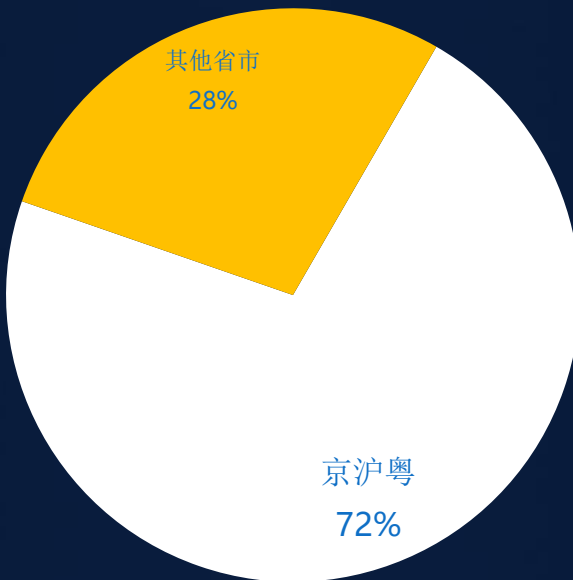


图3-1-6 移动支付和互联网支付牌照分布情况

截至2017年9月30日，人民银行共计颁发了543块子牌照，其中北京、上海和广东占了57%（图3-1-5）；在157块互联网支付和移动支付子牌照中，北京、上海和广东占了72%（图3-1-6）。子牌照的分布与各省市区经济总量（GDP）之间存在一定相关关系，但相关性较弱，经济总量仅是小部分原因。

支付行业总体情况

3、牌照发放兼顾普惠金融

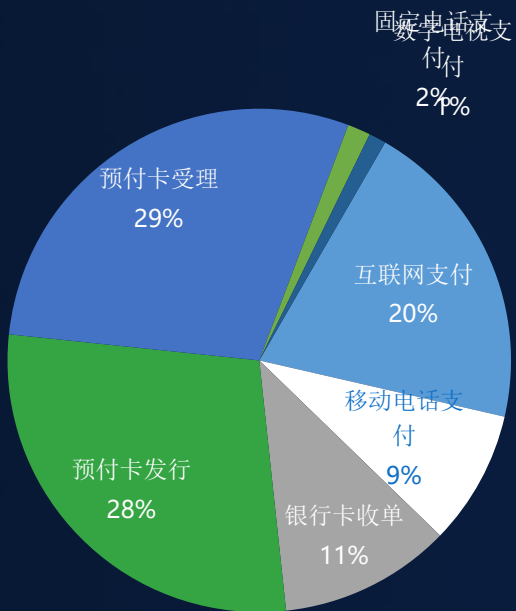


图3-1-7 子牌照类型分布情况

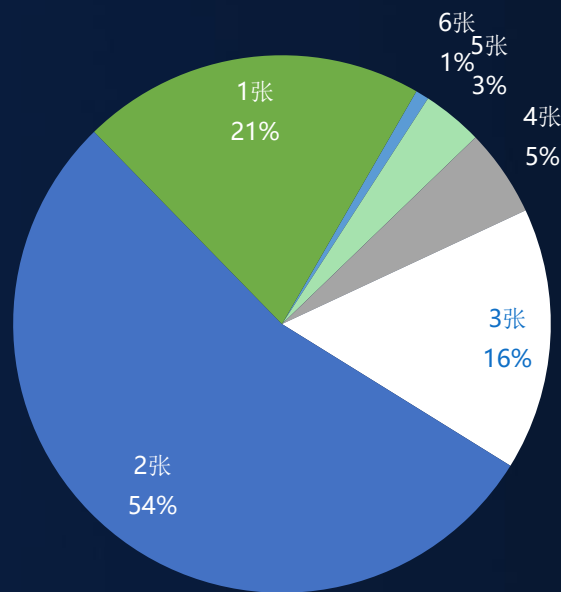


图3-1-8 单家机构子牌照数量分布情况

支付行业总体情况

4、两大巨头普惠潜力较大

支付宝用户数量大、业务范围较广、贫困地区覆盖率高，实践数字普惠金融潜力较大。用户数量方面，2017年支付宝用户达5.2亿户，移动支付占比达82%；商户端，2017年支付宝覆盖了全国4000多万个商家，累计接入了36个境外国家和地区的数十万商户。业务范围方面，超过30个城市公交、地铁支持支付宝；2亿多用户在办理社保、交通、民政等12大类的100多种服务时，可使用支付宝。

在贫困地区覆盖率方面，在832个国家级贫困县和连片特困地区县中，蚂蚁金服服务了795个，为其提供支付、信贷等服务。

微信日登录用户达9亿户，其中，活跃老年用户（55-70岁）达到5000万人。月社交支付次数较上年增长23%，月线下支付次数较上年增长280%。巨大的活跃用户数和较快的支付增长率，为微信支付践行数字普惠金融提供了潜在空间。

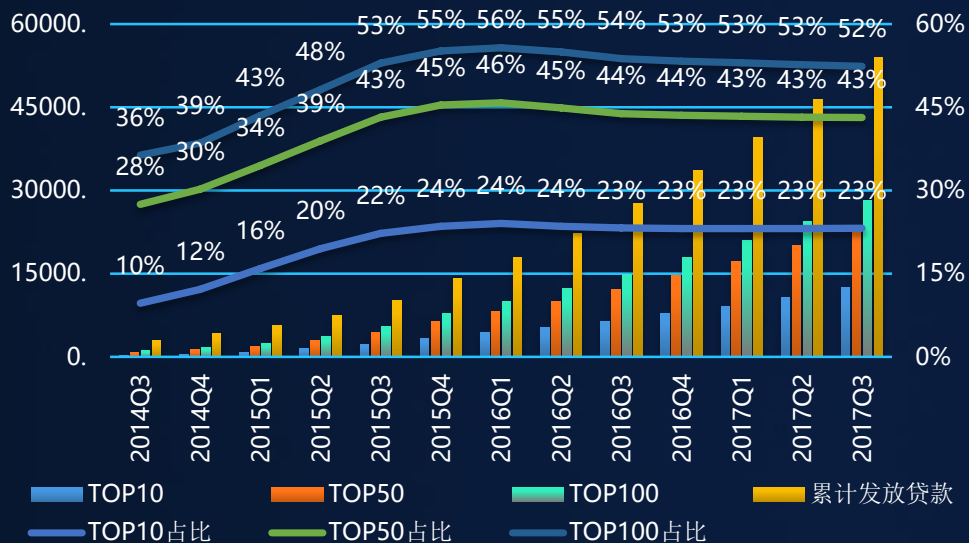
P2P

2016年4月12日，国务院办公厅正式下发《国务院办公厅关于印发互联网金融风险专项整治工作实施方案的通知》（国办发〔2016〕21号），对互联网金融进行规范整治。P2P作为中国互联网金融的一个重要业态，在践行数字普惠金融和专项整治中，均具有举足轻重的作用。

在历经高速发展和专项整治后，据零壹财经不完全统计，截至2017年9月30日，中国累计上线的P2P借贷平台已达5,358家，其中仍在正常运营的平台仅有1,554家。中国P2P行业呈现市场份额分散、贷款投向小额化、借款主体个人化等特征。

P2P行业总体情况

1、分散化市场结构利于普惠金融

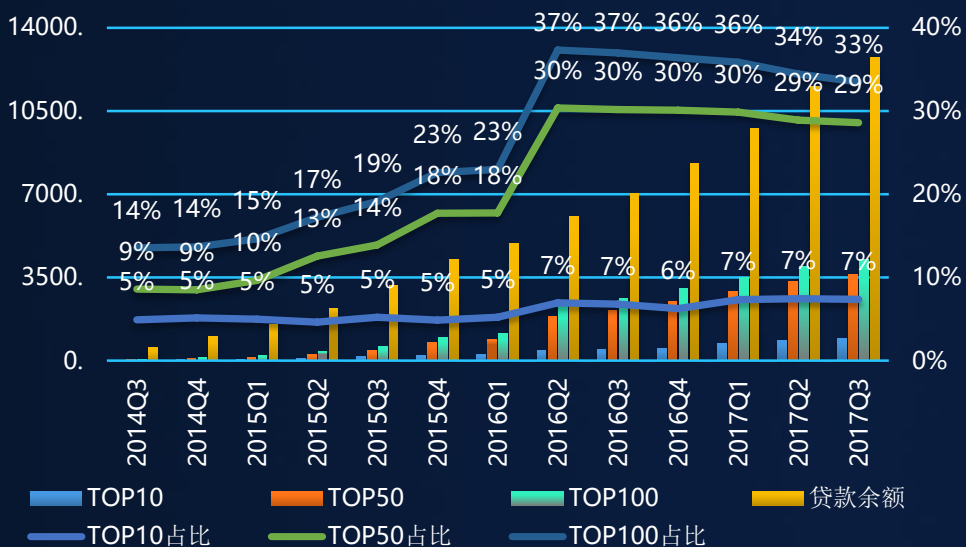


从累计发放贷款分布看。2014—2017年三季度末，我国P2P行业前10强（简称“TOP10”）、前50强（简称“TOP50”）和前100强（简称“TOP100”）累计发放贷款占全行业的比例分别在25%、46%和56%以下（图3-2-1），并未出现行业第一名占据70%、第二名占据20%、其余仅获得10%的行业格局，市场结构相对分散。

图 3-2-1 2014—2017年三季度末累计发放贷款情况

P2P行业总体情况

1、分散化市场结构利于普惠金融

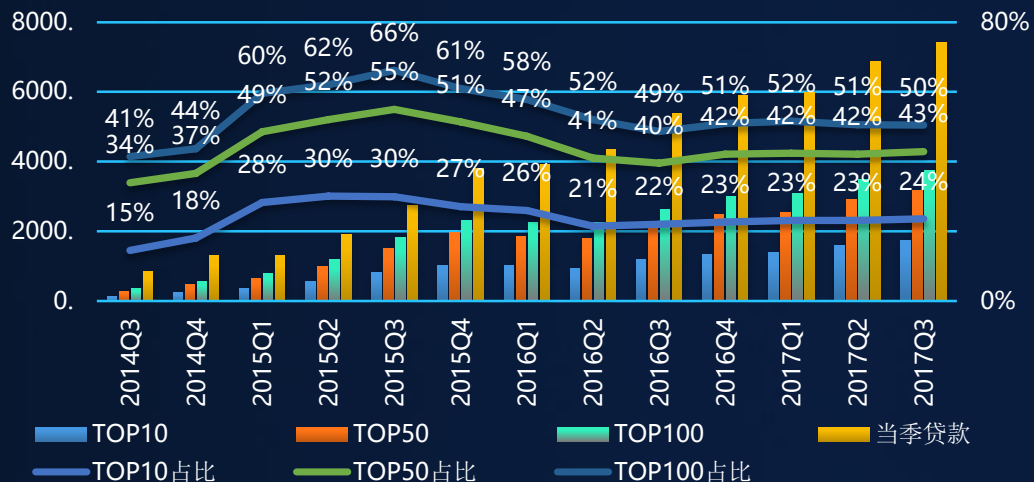


从贷款余额分布看。2014—2017年三季度末，我国P2P行业TOP10、TOP50和TOP100贷款余额占全行业的比例分别在8%、31%和38%以下。2017年三季度末，比例分别降至7.4%、28.6%、33.5%（图3-2-2）。

图 3-2-2 2014—2017年三季度末贷款余额情况

P2P行业总体情况

1、分散化市场结构利于普惠金融



从当季发放贷款分布看。2014—2017年三季度，我国P2P行业TOP10、TOP50和TOP100当季发放贷款占全行业的比例分别在31%、55%和67%以下。2017年三季度末，比例分别降为23.5%、42.8%、50.4%（图3-2-3）。

图 3-2-3 2014—2017年三季度当季贷款情况

P2P行业总体情况

2、主体行为日渐体现出普惠特性

- ①借款人笔均借款额持续下降，小额借款人群增加。
- ②笔均投资额高速增长，投资人实践普惠金融信心增加。
- ③P2P平台更加青睐个人借款人。

P2P行业总体情况

2、主体行为日渐体现出普惠特性

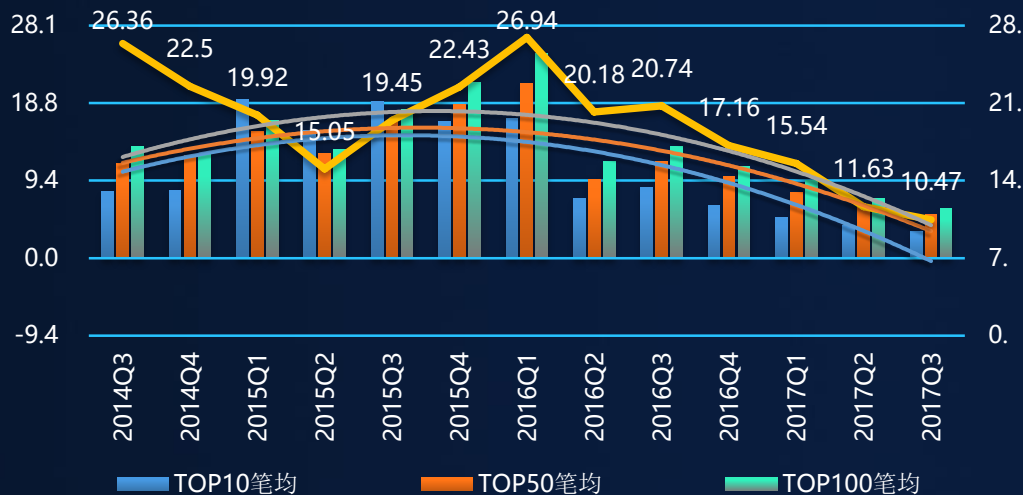
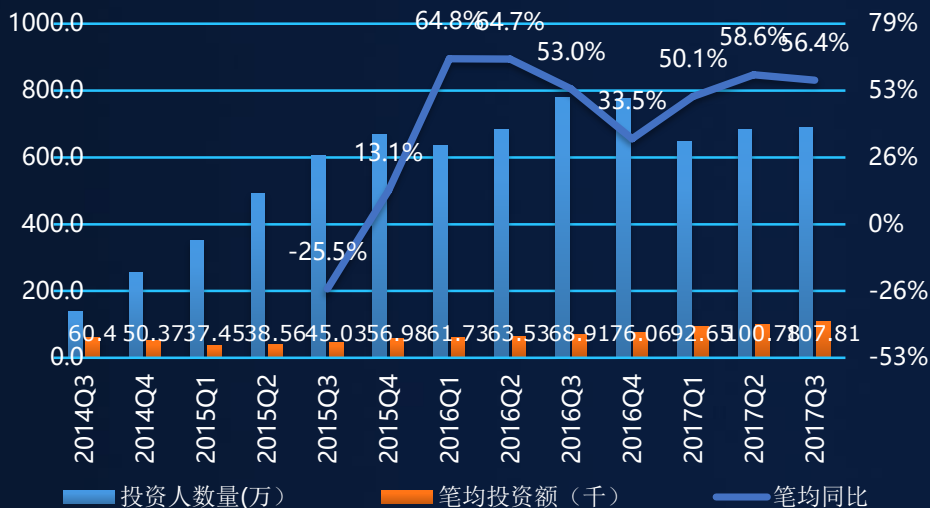


图 3-2-4 2014—2017年三季度笔均借款金额

借款人笔均借款额持续下降，小额借款人群增加。2015年三季度到2016年一季度，TOP10、TOP50、TOP100和全行业笔均借款金额均呈上升趋势，全行业笔均借款在2016年一季度达到顶峰，达26.9万元。2016年一季度开始，TOP10、TOP50、TOP100和全行业借款人笔均借款金额持续下降，一直降至2017年第三季度末的10.5万元，降低了15.9万元，降低60.3%（图3-2-4）。

P2P行业总体情况

2、主体行为日渐体现出普惠特性



笔均投资额高速增长，投资人实践普惠金融信心增加。从笔均投资金额看，2015年四季度到2017年三季度，投资人的笔均投资额均维持两位数以上增长，最高时同比增长率达64.8%。即使在投资人数出现负增长的2017年第二季度和第三季度，笔均投资额仍维持了50%以上的增长率（图3-2-5）。这在一定程度上反映出投资人实践普惠金融信心更足。

图 3-2-5 2014—2017年三季度投资人和笔均投资额情况

P2P行业总体情况

2、主体行为日渐体现出普惠特性

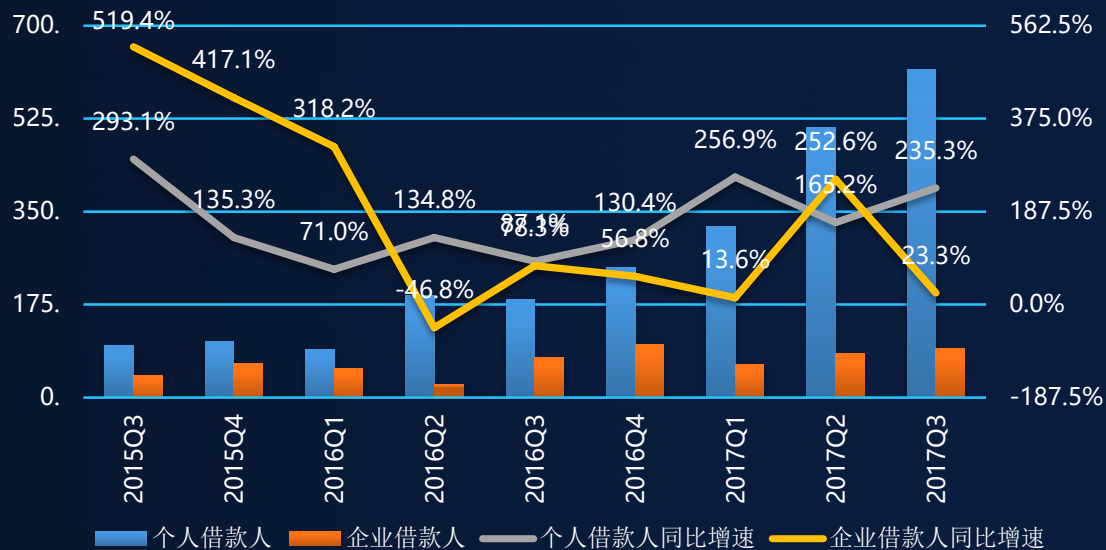


图 3-2-6 2015三季度—2017年三季度个人和企业借款人情况

P2P平台更加青睐个人借款人。

首先，从数量上看，个人借款数量与企业借款人数量之间的差距呈逐渐扩大趋势，表明总体上P2P平台越来越青睐数字普惠金融的长尾个人人群。

其次，从同比增速看，2016年二季度以来，个人借款人增速除个别季度外，均超过了企业借款人增速，并且超过幅度最高达200多个百分点。增速方面同样表明，P2P平台更加倾向于个人借款人（图3-2-6）。

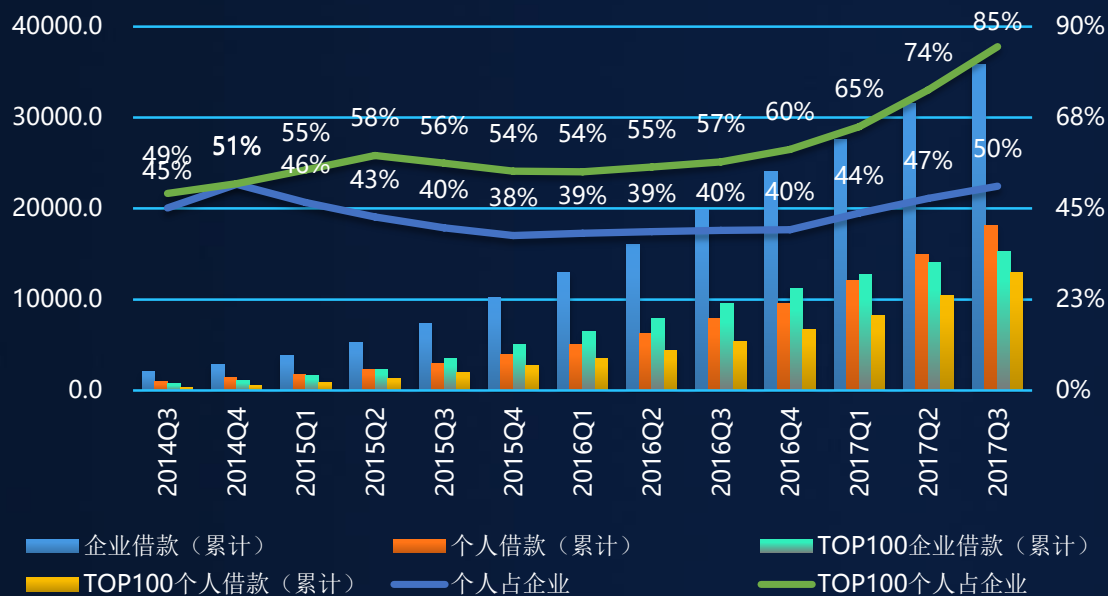
P2P行业总体情况

3、贷款投向的普惠特性日益显著

从累计贷款、贷款余额和当季发放贷款看，投向个人的贷款呈持续上升趋势。从贷款投向上看，我国P2P行业的普惠特性日益显著。

P2P行业总体情况

3、贷款投向的普惠特性日益显著

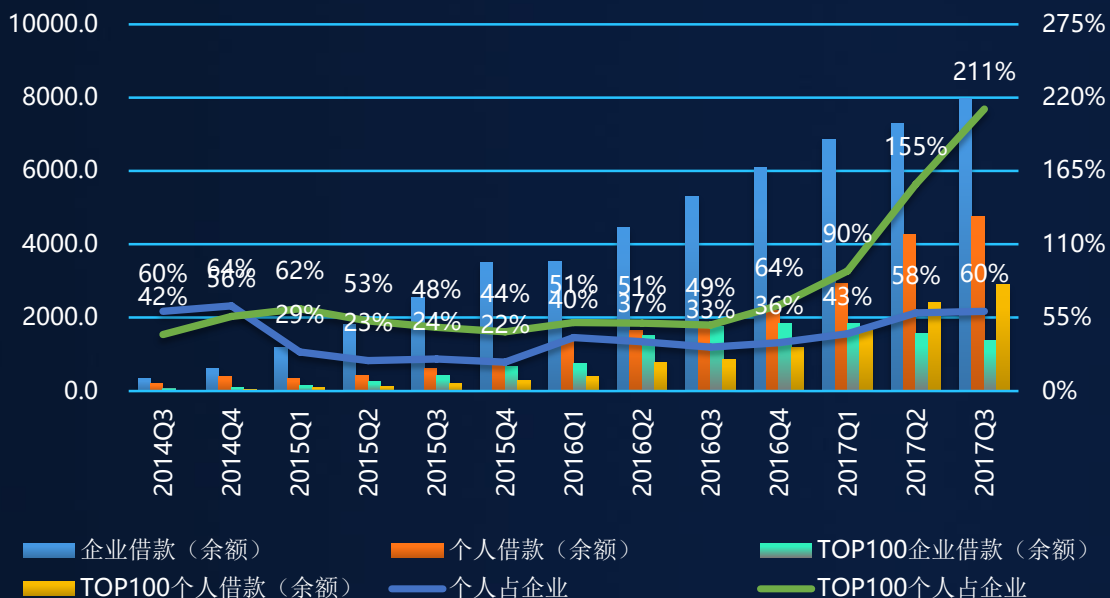


从累计贷款看。尽管2014年三季度到2017年三季度，全行业和TOP100累计发放的企业贷款均超过个人贷款，TOP100累计发放的个人贷款比例高于全行业累计发放的个人贷款比例。但同时，值得关注的是，不管是全行业还是TOP100，个人累计贷款占企业累计贷款的比例均呈上升趋势（图3-2-7）。

图 3-2-7 2014—2017年三季度企业贷款和个人贷款累计情况

P2P行业总体情况

3、贷款投向的普惠特性日益显著

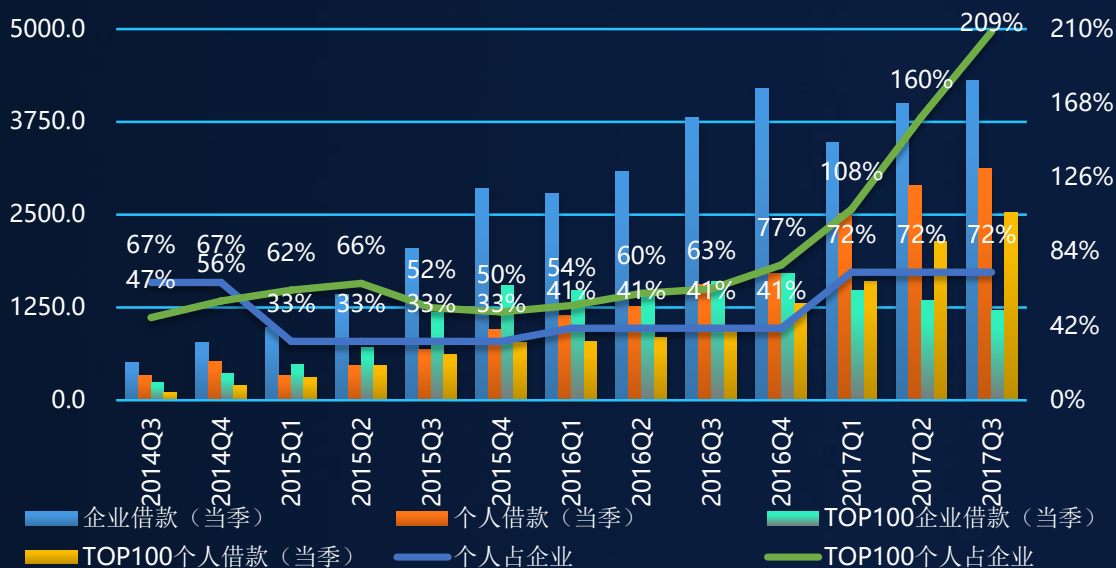


尽管2014年三季度到2017年三季度，全行业发放的企业贷款余额均超过个人贷款。但TOP100发放的个人贷款余额已经超过了企业贷款余额。TOP100发放的个人贷款余额占企业贷款余额的比例呈上升趋势，2017年二、三季度，个人贷款余额超过了企业贷款，占比分别为155.0%、211.3% (图3-2-8)。

图 3-2-8 2014—2017年三季度企业贷款和个人贷款余额情况

P2P行业总体情况

3、贷款投向的普惠特性日益显著



虽然2016年一季度以来，全行业当季发放的企业贷款均超过个人贷款。但另一方面，TOP100当季发放的个人贷款已经超过了企业贷款，且呈显著上升趋势，2017年一季度以来，当季个人贷款超过了企业贷款，占比分别为108.1%、160.1%、208.5% (图3-2-9)

图 3-2-9 2014—2017年三季度企业贷款和个人贷款当季投放情况

四家上市P2P总体情况

1、资产负债差距较大

	宜人贷	拍拍贷	信而富	乐信
资产总额	69.8	68.7	8.0	125.8
负债总额	44.9	45.0	3.8	123.7
权益总额	25.0	23.7	4.1	2.1
权益乘数	2.8	2.9	1.9	59.3

表 3-2-1 2017年三季度末四家上市P2P资产负债结构
单位：亿元人民币，倍

①资产规模差距较大。

截止2017年9月30日，资产规模最大者为乐信，达125.8亿元人民币，最小者为信而富，仅8亿元人民币，前者为后者的15.8倍。

②财务杠杆差距较大。

截止2017年9月30日，可表示财务杠杆的权益乘数最大者为乐信，达59.3倍，最小者为信而富，仅1.9倍，前者为后者的30.9倍（表3-2-1）。

四家上市P2P总体情况

2、成本收入差异较大

	宜人贷	拍拍贷	信而富	乐信
营业收入	37.2	29.8	3.5	39.9
营业成本	25.7	15.6	5.7	32.9
成本收入比	69.2%	52.5%	162.3%	82.6%

表 3-2-2 2017年前三季度四家上市P2P成本收入情况
单位：亿元人民币

数据来源：各公司财报。

注：营业成本剔除拨备，含期间费用；乐信资金端之一桔子理财为P2P平台，故纳入统计。

①收入差距较大。

2017年前三季度，收入最高者为乐信，达39.9亿元人民币，最低者为信而富，仅3.5亿元，前者是后者的11.4倍。

②成本差距较大。

2017年前三季度，成本最大高者为乐信，达32.9亿元人民币，最低者为信而富，仅5.7亿元，前者是后者的5.8倍。

③成本收入比差距较大。

2017年前三季度，成本收入比最大者为信而富，达162.3%，最小者为拍拍贷，仅52.5%，前者是后者的3.1倍。

今金贷运营情况

1、立足西北地区、多方合力推动

今金贷是甘肃金畅实业投资集团有限公司及国资企业甘肃省工矿集团共同设立的网络借贷信息中介平台，总部位于兰州，运营主体为甘肃金畅网络科技有限公司，注册资金10000万元，于2015年5月16日上线运营。在发展过程中，多方给与了强力支持。

一是政府行动方案给予支持。2015年12月12日甘肃省人民政府印发《甘肃省深入推进“互联网+”行动实施方案》（甘政发〔2015〕97号，简称“行动方案”），要求省发展改革委和省科技厅等十余个部门全力实施《行动方案》。《行动方案》中明确要求“推广金畅互联网金融体验中心，完善我省互联网金融服务平台”。“今金贷”即为金畅集团旗下的互联网金融体验中心。

二是高校积极参与合作。2016年3月，兰州大学、西北民族大学、兰州财经大学与今金贷签订校企合作实训基地协议。兰州大学经济学院副院长汪晓文、西北民族大学经济学院院长才让加、兰州财经大学硕士生导师刘笠等专家学者出任平台发展顾问。

今金贷运营情况

2、主打三农小微、实践普惠金融

针对有稳定收入的国企事业单位公务员群体，设计个贷产品（个信贷），截止2017年二季度末，累计投放42万元人民币；面向有借款需求，且拥有养殖、种植等农牧场所和固定收入来源的个人或企业，采用IPC技术，结合国家相关政策，开发农牧贷产品（农牧贷），截止2017年三季度末，累计投放1.52亿元；面向工商行机关登记且年检合格、正常经营2年或2年以上、企业及其法定代表人征信记录良好、企业近1年内的银行流水总额能覆盖贷款额的中小微企业，采用IPC技术、配合资金用途和流向跟踪，开发中小微企业贷款产品（企业贷），截止2017年三季度末，累计投放11亿元左右。

总体而言，产品设计方面，较好地覆盖了普惠金融客群，在具体贷款投向方面，结构尚存优化空间。

今金贷运营情况

3、助力中小微 平台快速发展

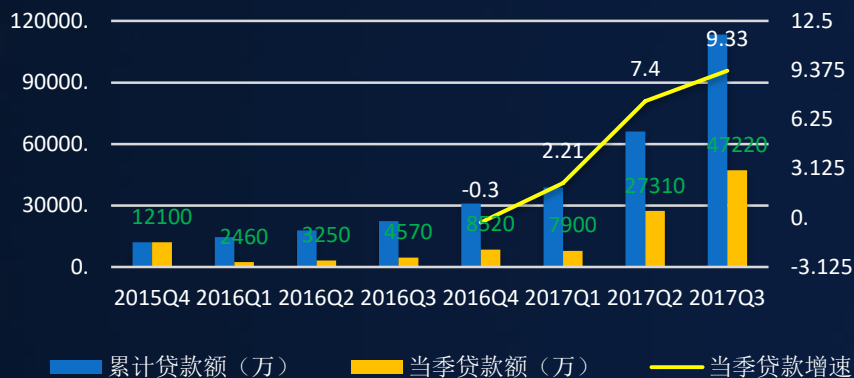


图3-2-10 企业贷款及增速情况

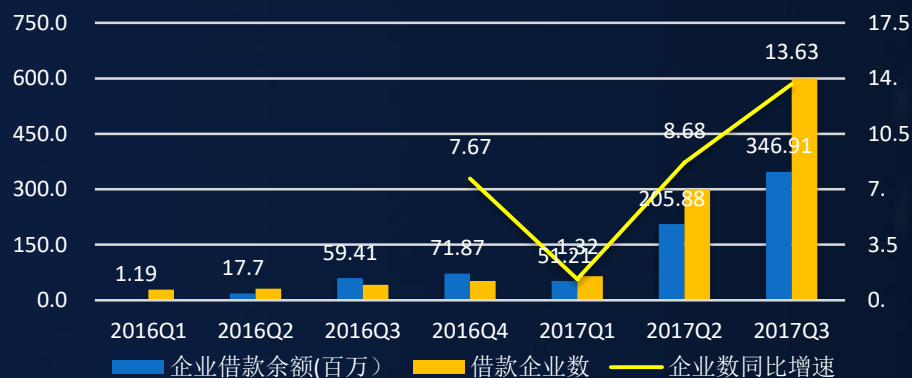


图3-2-11 小微企业借款余额、企业数量及增速情况

西北地区服务三农、中小微群体的普惠金融平台比较缺乏。据此，今金贷瞄准该未开发市场，上线之初便坚持以中小微企业金融服务为主，推行普惠金融。上线两年多以来，面向西北及“一带一路”沿线地区中小微企业和三农群体累计投放超过10亿贷款，覆盖全国100多个城市。2017年第一季度，平台累计贷款额3.88亿元，2017年第二季度，平台累计贷款额6.61亿元，2017年第三季度，平台累计贷款额11.33亿元。此外，平台服务的中小微和三农群体人数也在不断扩大，2017年第二季度，中小微借款企业300家，2017年第三季度，中小微借款企业600家（图3-2-10,3-2-11）。

51信用卡运营情况

1、专注移动端，运营4个核心APP

51信用卡，成立于2012年5月，旗下业务涵盖负债管理、金融服务、科技服务三大板块，拥有 "51信用卡管家"、"51人品"、"51人品贷"、"给你花"等核心APP。2016年9-10月，公司完成C轮系列融资近4亿美元。

目前，51信用卡已成为中国互联网金融协会首批会员单位、杭州市互联网金融协会执行会长单位和浙江省互联网金融联盟副会长单位。

51信用卡运营情况

2、三大业务板块、靶向普惠金融

负债管理、金融服务和科技服务为51信用卡三大业务板块。

负债管理方面，通过支持超过百家主流银行在线信用卡还款、车贷和房贷还款等为客户提供便捷数字金融服务；同时，通过连接19家银行为客户提供在线办卡服务。总体而言，通过与银行等金融机构合作，较好地解决了金融服务“最后一公里”问题，对数字普惠金融具有积极意义。

金融服务方面，设计51人品贷等个人信贷产品，并通过网络借贷信息中介平台51人品撮合借款人与投资人之间的交易，实践数字普惠金融。同时，通过获得ICP许可证，上线北京银行资金存管系统，按要求完成公安部“信息系统安全等级保护”三级备案等解决合规和安全问题。

在科技服务方面，通过为其他金融机构提供客户流量，降低其获客成本，弥补其用户体验短板，提高其风险管理能力，提高其他金融机构服务普通大众的能力，提升普通大众对传统金融服务的可获得性，并促进传统金融机构实践数字普惠金融。

51信用卡运营情况

3、海量小额客群，践行普惠金融

从借款端看，51信用卡基于海量用户和数据，挖掘小额、分散融资需求，通过大数据风控技术管控信用风险。其运营的网络借贷信息中介平台“51人品”，依托于“51信用卡管家”平台近亿激活用户，开展个人信贷撮合业务，人均借款金额在1万元左右。

从投资端看，截止2017年9月30日，51信用卡累计撮合170.5万人完成投资，累计撮合成交量381亿元，人均投资2.24万元。

从数据看，无论是投资人数量还是人均借款金额都具有较为明显的普惠金融特性。

洋钱罐运营情况

1、上线时间较短、合规推进较快

北京瓴岳信息技术有限公司成立于2015年9月10日，注册资本10000万元人民币，实缴资本6670万元人民币。该公司运营的互联网金融平台洋钱罐于2015年11月上线，上线之初获上市公司昆仑万维董事长周亚辉的天使投资。该公司在银行存管、信息安全、财报审计和合规报告方面推进较快。

在银行存管方面，其官网披露，2017年8月14日，与华夏银行北京分行签署《网络借贷资金存管协议》，完成与华夏银行北京分行存管系统的全面对接，资金存管系统正式上线，满足了监管机构关于银行存管方面的要求。

信息安全方面，其官网披露，2016年11月6日取得北京市公安局朝阳分局颁发的关于洋钱罐的信息系统安全等级保护备案证明，安全等级评级为第三级。

财报审计方面，其官网披露，北京兴华会计师事务所对其2016年财务报表进行了审计，该事务所出具了“**标准无保留**”意见，即“我们认为，北京瓴岳公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了北京瓴岳公司2016年12月31日的财务状况及2016年度的经营成果和现金流量。”

合规审查方面，北京市安理律师事务所于2017年10月出具了《合规审查报告》，报告认为“瓴岳依法设立并有效存续，其在运营设施和条件、平台业务经营，合规义务履行等各方面基本符合网络借贷信息中介义务的监管要求。”

洋钱罐运营情况

2、业务高速发展、满足短期小额普惠需求

业务规模高速增长。从累计交易情况看，截止2017年9月30日，洋钱罐累计撮合交易达417.1亿元人民币，交易笔数276.8万笔，与2016年一季度（即上线后第一个完整季度）相比，交易量增长14.0倍，交易笔数增长8.6倍。从当季交易情况看，2017年三季度，洋钱罐撮合交易102.4亿元人民币，与2016年一季度相比，增加77.3亿元人民币，增长3.1倍。

短期小额契合普惠客群需求。从累计交易看，平均投资期限1.95—2.55个月之间；从当季交易情况看，平均期限在1.9—3.2个月之间。从笔均投资看，每笔投资在0.96—1.51万元之间。总体而言，投资期限较短、投资金额小，符合普惠金融群体的投资需求。

洋钱罐运营情况

3、覆盖长尾客群、笔均投资额持续增加

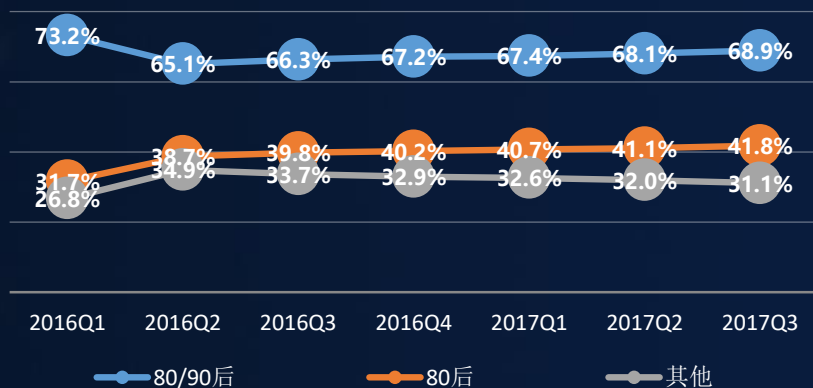


图 3-2-12 投资人年龄分布情况

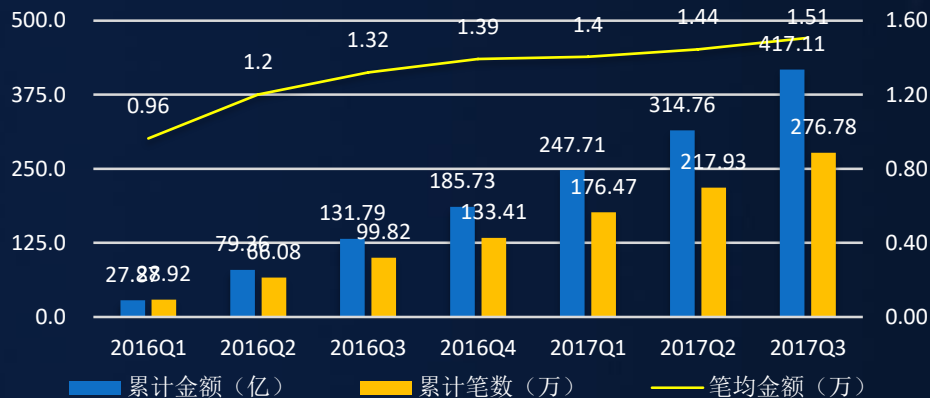


图3-2-13 2016—2017年三季度累计交易情况

从投资者年龄分布看，尽管其间存在一定波动，但80后和90后投资人总体呈上升趋势，其中，80后投资人增长趋势比较明显。2016年二季度80后和90后投资人占比为65.1%，2017年三季度，增长至68.9%；其中，80后投资人则从2016年一季度的31.7%增长至2017年三季度的41.8%，增长了10.1个百分点，增长31.8%。（图3-2-12）。从笔均投资额看，2016年一季度，笔均投资为0.96万元，之后持续增长，2017年三季度，笔均投资额达1.51万元，增加0.55万元，增长57.2%（图3-2-13）。80后和90后投资人占比增加、80后投资人增长明显，笔均投资额持续上升，在一定程度上表明，洋钱罐覆盖普惠金融长尾客群效果向好。

互联网银行

序号	名称	所在省市	开业时间	注册资本	2014利润	2015利润	2016利润
1	民商	浙江	2015年3月26日	20	-	0.11	0.51
2	微众	深圳	2014年12月28日	42	0.10	-5.84	4.01
3	网商	浙江	2015年6月25日	40	-	-0.69	3.16
4	华瑞	上海	2015年5月23日	30	-	-0.05	1.42
5	金城	天津	2015年4月27日	30	-	-0.36	1.28
	合计	-	-	162	0.10	-6.82	10.38

表3-3-1 IBK5近三年盈利和基本情况
单位：亿元人民币

目前，中国温州民商银行（简称“民商”）、深圳前海微众银行（简称“微众”）、浙江网商银行（简称“网商”）、上海华瑞银行（简称“华瑞”）和天津金城银行（简称“金城”）等首批5家民营银行全部开业。在国有银行纷纷拥抱互联网的浪潮之下，5家民营银行无一例外地将互联网银行作为重要甚至主力方向。

以下，我们以首批5家民营银行（简称“IBK5”）为样本，分析互联网银行在实践数字普惠金融方面的情况。

互联网银行总体情况

1、服务小微成效显著

序号	名称	模式	服务小微企业情况	互联网业务
1	民商	线下为主	截至2016年末，发放小微企业贷款1.8890亿元人民币，占全部贷款的81.85%。	探索阶段。
2	微众	纯线上	未见列报。	截至2016年末，“微粒贷”产品累计发放贷款1987亿元，笔均放款约8000元。
3	网商	纯线上	战略定位：服务小微客户、服务农村市场、服务各类中小金融机构。截至2016年12月末，累计向小微企业发放贷款879亿元，服务小微企业客户数277万户，户均贷款余额约为1.5万元。	业务线上完成。
4	华瑞	线上线下结合	战略定位：服务自贸改革、服务科技创新、服务小微大众。小微企业全流程在线融资，截至2016年末授信金额40亿元人民币。通过与非银行机构合作，间接覆盖实体中小企业500多户，授信金额仅40亿元人民币。	互联网业务总部资产规模11.67亿元，各项存款余额1.44亿元，各项贷款余额5.44亿元，获得二类在线账户26.9万户。
5	金城	线下为主	中小微企业贷款余额为34.18亿元，占贷款总额的52%，小微贷款余额为15.16亿元。	截止2016年底，微粒贷合作产品贷款余额3.95亿元，累计借款客户3.6万户，累计放款笔数13.29万笔。

表3-3-2 IBK5服务小微及互联网业务情况

互联网银行总体情况

2、业务发展增速较快

资产总额	同比增长	负债总额	同比增长	权益总额	同比增长
1720.25	116%	1527.83	135%	192.42	34%
吸收存款	同比增长	发放贷款	同比增长	营业收入	同比增长
395.24	98%	830.54	255%	64.93	501%
不良贷款	同比增长	不良率	同比增长	贷款损失准备	同比增长
4.67	2529%	0.56%	640%	21.73	410%

表3-3-3 IBK5 2016年主要指标情况
单位：亿元人民币

各项指标快速增长。

首先，资产负债快速增长。2016年底，IBK5资产总额同比增长116%，负债总额同比增长135%。

其次，存贷款快速增长。2016年度，IBK5吸收存款同比增长98%，发放贷款同比增长255%。

再次，营业收入快速增长。2016年度，IBK5营业收入同比增长501%。

最后，与业务快速增长相应，不良贷款和不良率均快速增长，但不良率仅0.56%，相对可控（表3-3-3）。

互联网银行总体情况

2、业务发展增速较快

	IBK5存款	4省市存款	占比	IBK5贷款	4省市贷款	占比
2015	199.43	279990.88	0.07%	233.86	188297.04	0.12%
2016	395.24	304505.13	0.13%	830.54	210985.44	0.39%

表3-3-4 IBK5 2015、2016年存贷款份额情况
单位：亿元人民币

贷款份额快速增长。

从存款和贷款占所在省市各项存款、各项贷款的比例看，IBK5所占份额均很小，2015和2016年均不到1%。但贷款份额增速较快，2016年贷款占比达0.39%，2015年为0.12%，根据开业时间折年计算后，2016年贷款份额仍增加了0.13个百分点，增长50%。但存款占比无明显变化，折年计算后反而有所降低（表3-3-4）。

互联网银行总体情况

2、业务发展增速较快

表 3-3-5 2014—2016 IBK5收益情况 单位：亿元人民币

	2014	2015	2016
营业收入	0.29	10.81	64.93
净利润	0.10	-6.82	10.38
净资产收益率	0.3%	-7.9%	6.2%
销售净利率	34.09%	-63.09%	15.99%

表3-3-6 2015、2016商业银行存贷比和资本利润率

	2015Q1	2015Q2	2015Q3	2015Q4	2016Q1	2016Q2	2016Q3	2016Q4
资本利润率	17.76%	17.26%	16.68%	14.98%	15.93%	15.16%	14.58%	13.38%
存贷比	65.67%	65.80%	66.39%	67.24%	67.01%	67.22%	67.27%	67.61%

净资产收益率较低。2016年IBK5的净资产收益率为6.2%（表3-3-5），同期，中国商业银行资本利润率均在13%以上。与中国商业银行相比，IBK5尚有较大差距，甚至不足商业银行资本利润率的一半（表3-3-6）。

互联网银行总体情况

3、业务模式面临挑战

序号	名称	资产规模	发放贷款	吸收存款	存贷比
1	民商	54.8	23.1	25.9	89.16%
2	微众	520.0	307.8	33.0	933.44%
3	网商	615.2	328.9	52.1	631.08%
4	华瑞	309.8	103.1	182.4	56.48%
5	金城	220.4	67.7	101.8	66.52%

表3-3-7 2016年IBK5发放存款和吸收存款情况表
单位：亿元人民币

从存贷款金额看，偏线下的民商银行、华瑞银行和金城银行，2016年吸收的存款均高于发放的贷款，并且华瑞银行和金城银行的存款量也超过了微众银行和网商银行；与之相反，采用纯线上运营的微众银行和网商银行，则2016年吸收的存款均明显低于发放的贷款。

从存贷情况看，吸收存款最多的华瑞银行，其存贷比低于全国商业银行平均水平，而发放贷款最多的网商银行和微众银行，其存贷比达到了全国商业银行平均水平的10倍左右（表3-3-6、3-3-7）。

总体而言，中国新兴民营银行在服务小微方面成效显著，推行数字普惠金融效果明显，但如何在实践数字普惠金融过程在发展壮大自己、提高业务的发展规模和经营的可持续性，仍需从业机构深入研究。

小结

总之，尽管上世纪末本世纪初，部分金融机构收缩县域分支机构和网点降低了部分群体金融服务的可获得性，但在电子支付和网络支付发展过程中，银行业金融机构在推进数字普惠金融方面正发挥着重要作用，而新兴的非银行支付机构则在践行数字普惠金融方面的地位愈显重要。

在互联网金融整治背景下，中国P2P行业正在由大额企业借款人转向小额个人借款人，在总体上表现出良好的数字普惠金融特性。同时，分散化的市场结构对中国P2P行业的持续健康发展具有积极意义。

中国新兴民营银行在服务小微方面成效显著，推行数字普惠金融效果明显，但如何在实践数字普惠金融过程在发展壮大自己、提高业务的发展规模和经营的可持续性，仍需从业机构深入研究。

数字普惠金融展望

全球数字普惠金融发展趋势

从全球范围看，贫困和贫富差距问题由来已久并将在可预见的未来长期存在；经济增长始终是各国经济发展目标取向，因此，数字普惠金融将在相当长一段时间内成为全球诸多国家政府反贫困、缩小贫富差距的政策工具；技术进步等因素继续推进，数字普惠金融的驱动因素将持续发力。我们判断，数字普惠金融将成为全球的一种趋势。

中国数字普惠金融发展趋势

就中国而言，数字普惠金融将在全球范围内日趋领先。综合监管部门政策，我们判断，数字普惠金融在中国将持续推进，但在防范金融风险、维护金融稳定大背景下，或将出现如下变化：

- 一，金融服务需持牌经营，机构如开展金融服务需获得相关牌照资质；科技机构更加体现服务性，加快服务金融机构等的步伐；
- 二，各类机构数量增长放缓，持牌经营将放慢从业机构增长速度，机构数量增速将会放缓；
- 三，信贷等与信用风险密切相关的业务将受到降杠杆的强约束，业务规模增速将降低，从业机构数量增速放缓，服务覆盖人群范围缩小。

关于我们

零壹财经

零壹财经是专业的新金融成长服务机构，建立了媒体+数据+研究+智库的独立第三方服务架构，拥有新媒体、零壹智库等服务平台。

零壹财经是中国互联网金融协会成员、北京市网贷行业协会发起单位并任宣传教育专委会主任单位、中国融资租赁三十人论坛成员机构、湖北融资租赁协会副会长单位。

零壹媒体

零壹财经具备专业的新金融媒体服务平台，包括新金融门户网站 (01caijing.com) 和强大的自媒体平台，为新金融提供专业的内容建设和传播服务；旗下包含“零壹财经”、“爱有财”、“零壹融资租赁简报”、“P2P日报”、“金羊毛工作坊”、“消费金融观察”、“fintech前线”、“零壹研究”等自媒体品牌。

零壹智库

零壹智库是零壹财经旗下新型的研究服务平台，坚持独立、专业、开放、创新的价值观。包含零壹财经华中新金融研究院，零壹研究院等研究机构，并建立了多元化的学术团队，通过持续开展金融创新的调研、学术交流、峰会论坛、出版传播等业务，服务新金融机构，探索新金融发展浪潮。

关注我们



零壹财经



零壹研究



零壹融资租赁简报



P2P日报



金羊毛工作坊



消费金融观察



Fintech前线



爱有财