

行業概覽

本章節以及本文件其他章節所載資料及統計數據來自由我們就[編纂]委託 Oliver Wyman 獨立編製的行業報告。此外，若干資料基於、源自或摘錄自其他資料來源，其中包括政府機關及內部機構刊物、市場統計數據提供者及與中國各政府機構的通信或其他獨立第三方來源(除非另有說明)。我們認為有關資料及統計數據的來源適當，且於摘錄及複製有關資料時已採取合理謹慎的措施。我們並無理由認為有關資料及統計數據在任何重大方面有錯誤或具誤導性或遺漏任何部分致使該等資料及統計數據不實或具誤導性。董事合理審慎調查後確認，彼等並不知悉有關市場資料自 Oliver Wyman 報告日期起有任何不利變動，以致本節所載資料附有保留意見、互相抵觸或受到不利影響。本公司、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或彼等各自董事、顧問及聯屬人士並無獨立核實有關資料及統計數據，亦沒有就其準確性發表任何聲明。因此，不應過度倚賴該等資料。

OLIVER WYMAN 編製的報告

我們已委聘 Oliver Wyman Consulting (Shanghai) Ltd (或 Oliver Wyman，一家第三方全球性管理諮詢公司)對中國金融科技行業及市場進行分析並編製報告(「Oliver Wyman 報告」)。Oliver Wyman 是 Marsh & McLennan Companies 的全資附屬公司，該公司是一家全球性管理諮詢公司，在 26 個國家設有 50 個辦事處，行業知識廣博，具有業務戰略、運營、風險管理及架構轉型方面的專業知識。我們同意就編製及使用 Oliver Wyman 報告向 Oliver Wyman 支付費用人民幣 1.1 百萬元。除非另有說明，否則本節所載市場估計或預測指 Oliver Wyman 就中國金融科技行業的未來發展發表的意見。

於編製報告時，Oliver Wyman 參考在進行一手和二手研究時所得的統計數據及資料。一手研究包括訪問業內人士和權威的第三方行業協會，而二手研究包括審閱公司年報、相關官方部門及專業機構的數據庫、獨立報告及刊物，以及 Oliver Wyman 在過往數十年建立的專用數據庫。Oliver Wyman 同時對從不同來源獲得的資料進行再次核對，以確保有關資料與行業慣例一致。Oliver Wyman 根據下列假設對二零一八年至二零二一年的預測期間作出預測：

- 中國社會、經濟及政治情況預計將於預測期內保持穩定；
- 中國經濟預計將於預測期內繼續穩定增長；
- 中國金融科技行業的主要推動因素預計將於預測期內繼續推動金融科技市場發展；及

行業概覽

- 中國金融科技市場預計於預測期內不會受到任何極端因素的重大不利影響。

董事在經合理審慎調查後確認，彼等並不知悉自 Oliver Wyman 報告日期起，市場資料存在任何不利變動，而可能導致於本章節的資料出現保留意見、互相抵觸或受到不利影響。

中國金融行業服務概覽

中國政府推行擴大金融服務範疇的活動

近年來，中國政府推出提倡廣大市民群眾享用金融服務的活動，旨在為所有人提供金融服務，不論是以提升實物銀行設施的便利程度的方式或以鼓勵創新網絡金融服務的方式。例如，監管機構一直積極鼓勵開設銀行賬戶，理由是銀行賬戶是所有銀行活動的基石。因此，過去數年中國的銀行賬戶滲透率顯著增加。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一一年，中國 15 歲以上人口中擁有銀行賬戶者佔 63.8%，於二零一四年該比例升至 78.9%。儘管如此，中國的有關比率仍然大幅低於美國。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一一年，美國 15 歲以上人口中擁有銀行賬戶者佔 88.0%，於二零一四年該比例升至 93.6%。

儘管為廣大市民群眾提供金融服務的使命已令中國金融機構為中國人民提供的服務日益便利，但普惠金融的水平仍未如理想。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一一年，中國 15 歲以上人口中向金融機構借款者佔 7.3%，於二零一四年該比例升至 9.6%。相反，根據 Oliver Wyman 報告，於二零一一年，美國 15 歲以上人口中向金融機構借款者佔 20.1%，於二零一四年該比例升至 23.3%。此外，信貸數據基礎設施不足，銀行貸款申請過程僵化，進一步加劇了金融不普惠的程度。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一七年，中國人民銀行徵信中心僅覆蓋 950.0 百萬人口，而具備信用評級者只有 480.0 百萬人。上述各種情況顯示傳統金融機構在滿足中國金融需求方面嚴重不足。

中國金融科技行業概覽

由於中國傳統金融機構未能充分滿足不斷增長的金融服務需求，近年來金融科技公司的出現正好填補此空隙。中國網絡經濟的興起成為金融科技行業的主要驅動因素。根據 Oliver Wyman 報告，預期線上用戶滲透率將由二零一七年的 55.8% (772.0 百萬用戶) 升至二零二一年的 66.7% (933.2 百萬用戶)。與此同時，預期中國移動線上用戶的增長速度將更

行業概覽

為強勁，將由二零一七年的54.4% (752.7百萬用戶) 升至二零二一年的66.7% (933.0百萬用戶)，即二零二一年移動線上族群人數相當於線上族群的100%。事實上，智能移動設備的深度滲透，加上中國移動支付基礎設施跨步發展，深入塑造金融科技行業，影響了人們的日常生活，使中國能夠迅速演變成無現金社會。

過去數年推出的新技術所展現的巨大革新力量進一步促進金融科技行業的發展。大數據分析、物聯網及雲計算等新技術的出現，提升了取得、彙編、分析及應用信息的能力，使更多人能夠輕易使用金融服務，同時開拓商業模式。

金融科技公司的主要金融服務領域，包括線上個人信用管理、線上消費金融以至線上投資服務均出現新的商業模式。金融科技公司專注於為用戶提供不同信用卡的賬單管理及還款撮合服務的個人信用管理，以及日常生活中各種信貸融資的管理服務，如住房抵押貸款、汽車貸款及應繳公用事業費等。金融科技公司通常在輸入賬戶結單和自然語言處理方面具有強大技術能力。此類服務提供者的機遇處處。除通過提供技術諮詢服務為其科技驅動風險評估系統帶來收入外，個人信用管理平台亦可採取建立全面個人財務管理平台或晉身綜合生態系統運營商的策略。至於線上消費金融服務提供者，此領域的領先者能夠把握市場機遇，通過掌握一直以來被傳統金融機構忽視或漠視的大眾的財務需求並提供服務，從而不斷擴大用戶群。至於線上投資服務提供者，隨著中國移動線上的滲透率不斷上升，成功的企業可通過線上分銷渠道大幅擴展用戶覆蓋範圍，以小許成本為大眾提供服務。

線上個人信用管理

線上個人信用管理市場的特色

線上個人信用管理被定義為個人信貸融資綜合、追蹤及管理的應用。信貸融資包括信用卡、住房按揭、汽車貸款、應繳公用事業費及其他新興消費者信貸。對個人信用管理服務的需求源於為避免逾期繳費而對不同應繳賬款進行追蹤，以全面了解個人信用餘額，務求及時還款。根據 Oliver Wyman 報告，中國目前的大部分個人信用管理服務均以信用卡管理形式提供。

信用卡管理服務用戶主要為有多張信用卡及可追蹤信貸記錄的信用卡持有人。他們消費及財務需求慣常較高。他們的特點就是已經通過傳統金融機構進行的嚴格信用卡篩選，而且願意承擔信用卡賬單以及保持自有的信用記錄，證明信用品質高。

行業概覽

信用卡管理價值鏈涵蓋信用卡信息收集，信用卡申請以至信用卡賬單管理、信用卡賬單還款及信用卡賬單再融資，可靈活進一步拓展線上消費金融及線上投資服務。隨著中國越來越多人使用移動應用程序獲取信息及管理個人財務，信用卡管理日漸朝向線上方面發展，特別是信用卡還款及信用卡申請程序。

過去數年中國信用卡市場一直迅速發展。根據 Oliver Wyman 報告，二零一七年中國發出的信用卡累計數目為 780.0 百萬張，較二零一六年增長 23.8%，預期於二零二一年將達到 1,329.6 百萬張。二零一七年，使用中的信用卡數目為 587.5 百萬張，預期於二零二一年將達到 1,050.4 百萬張，複合年增長率為 15.6%。與此同時，信用卡的計息結欠金額預計將由二零一七年的人民幣 20,258 億元升至二零二一年的人民幣 65,536 億元。此外，另一個明顯的趨勢是線上渠道對信用卡申請及發行而言日益重要，主要是因為與線下渠道相比，線上渠道更便捷、可易接觸更廣闊的客戶群且成本較低。尤其是，第三方線上公司正在成為銀行的重要合作夥伴，原因是該等線上平台更能夠以金融及／或購物場景吸引用戶的注意，用戶可在線上平台上輕鬆比較信用卡產品及提交信用卡申請。根據 Oliver Wyman 報告，在二零一七年新發行的信用卡中，約 35.0% 通過線上渠道發行及約 14.0% 通過第三方線上公司發行。預期於二零二一年，約 55.0% 的新信用卡會通過線上渠道發行及約 33.0% 的新信用卡會通過第三方線上公司發行。

儘管信用卡發卡量增長強勁，目前中國信用卡滲透率仍然很低，僅覆蓋特選客戶及最高信用級別的消費者。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一七年，中國平均每人僅擁有 0.6 張信用卡，而美國及日本則每人分別擁有 2.0 張及 2.5 張正在使用的信用卡。此外，於二零一七年，中國信用卡循環貸款結餘的滲透率約為 26.0%，而美國則為 46.7%，顯示中國信用卡市場存在巨大增長空間。根據 Oliver Wyman 報告，由於預期信用卡滲透率將由二零一七年的 20.1% (或 278.4 百萬信用卡持有人) 增長至二零二一年達到 36.9% (或 516.7 百萬信用卡持有人)，預計未來線上信用卡管理的潛在市場將穩步擴張。

線上個人信用管理市場的增長驅動因素

線上個人信用管理市場的增長受三個主要驅動因素推動。首先，中國的主要個人信貸形式為信用卡，其滲透率在中國經歷了顯著增長，從而帶動了對信用管理服務的需求。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一七年，中國每名信用卡持卡人的平均未償還結欠金額約為人民幣 20,000.0 元、信用額度為人民幣 44,800.0 元及持有 2.8 張信用卡。信用卡持有人越來越多地使用信用額度亦令到市場對綜合一站式信用管理平台的需求更大，信用卡持有人可通過有關信用管理平台輕鬆獲得綜合財務信息。

行業概覽

第二個驅動因素源自還款管理需求。由於信用記錄會對個人未來借貸成本和借貸能力造成影響，用戶對於處理個人信譽日漸重視和審慎。由於不同個人信用卡的信用期限和還款頻率有所不同，對具備還款提示功能的個人信用管理工具的需求也越來越明顯。

此外，綜合個人信用管理平台使用戶能夠全面了解其最新現金流狀況，使他們能夠有依據地作出財務決策，例如何時「去槓桿化」以及何時取得更多信貸額度。

線上個人信用管理市場取得成功的關鍵因素及競爭格局

個人信用市場的服務提供者包括獨立第三方線上個人信用管理平台及其他線上服務提供者。個人信用市場上的頂尖服務提供者因具備下述實力而擁有優勢：首先，頂尖服務提供者具備強大的數據收集及處理能力，使他們能夠自動及準確地存取、輸入、處理和同步協調來自不同渠道的賬戶，節省用戶人手輸入數據的功夫。其次，隨著用戶對選擇個人信用管理平台日趨謹慎，品牌認知在從競爭對手中脫穎而出方面起著重要作用。第三，憑藉先發優勢而獲益，完善的平台能夠以具成本效益的方式獲得和留住用戶。此外，通過其所提供的全面產品和服務，以及透過系統預設對賬戶類別進行明確分類實現自動綜合的簡單易用信用管理系統，頂尖服務提供者能夠提供非凡的用戶體驗。此外，鑑於在線上平台上存儲的個人、財務及交易數據的敏感性，頂尖服務提供者採取可靠的網絡安全措施，確保數據隱私及保障賬戶安全。

根據 Oliver Wyman 報告，於二零一二年面世的 51 信用卡管家(我們藉此提供信用卡管理服務的應用程式)是中國首項推出市場的線上信用卡管理應用程序，隨後其他參與者提供相同服務。憑藉運營歷史較為悠久，市場先行者通常更為了解用戶的需要，而且在控制用戶獲取成本方面表現較佳。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一五年、二零一六年及二零一七年各年，按月活躍用戶數計，51 信用卡管家(自二零一五年一月以來每月擁有最大的月活躍用戶數)是最大的線上信用卡管理平台。

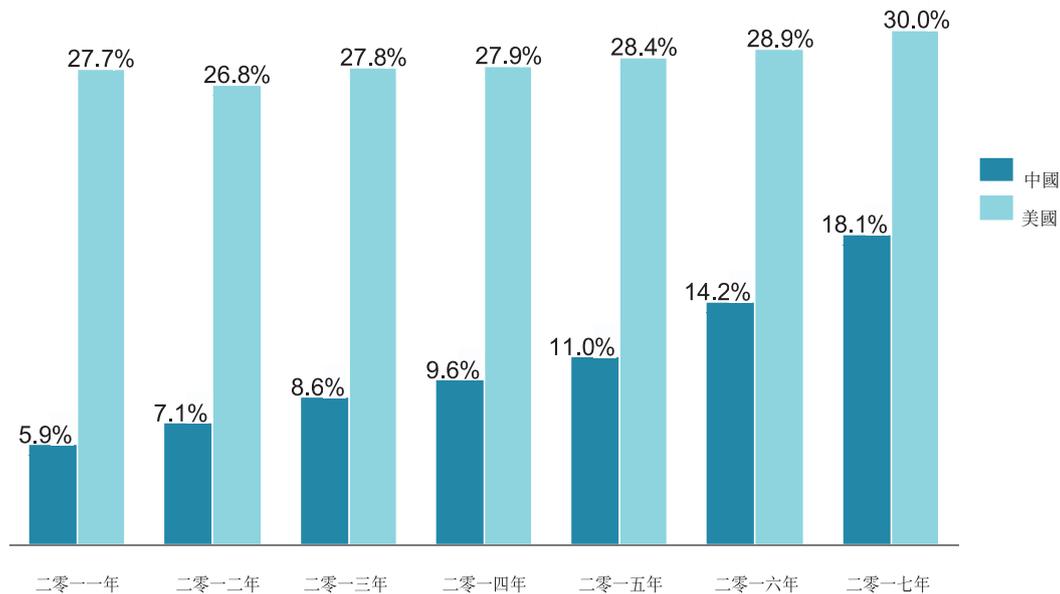
線上消費金融

線上消費金融市場的特色

中國人過往一直以「儲蓄很多，花費很少」而聞名。近年，我們見證中國人表現出更為願意為消費而申請貸款的態度。如下圖所列示，儘管於二零一一年至二零一七年，中國的個人債務收入比率(不包括抵押及個人經營類貸款)仍大為落後於美國，但已由二零一一年的 5.9% 上升至二零一七年的 18.1%。根據 Oliver Wyman 報告，預期中國未來的個人債務收入比率將繼續上升。

行業概覽

個人債務收入比率對比⁽¹⁾



資料來源：中國人民銀行、歐睿、紐約聯邦儲備銀行及 Oliver Wyman 分析

附註：

(1) 不包括按揭及個人經營類貸款

由於中國人的信貸需求越來越大，再加上提供服務滿足有關需要的傳統金融機構表現差強人意且滲透率低，造就了中國出現了規模相當大的消費金融平台市場。消費金融市場通常包括個人消費貸款市場、信用卡市場，不包括按揭及汽車貸款。

中國消費金融市場的潛力巨大。根據 Oliver Wyman 報告，近年來中國消費金融市場經歷大幅度擴張，預期未償還餘額總額將由二零一七年的人民幣 8.2 萬億元升至二零二一年的人民幣 19.9 萬億元，複合年增長率超過 24.9%。尤其是，受中國移動線上滲透率不斷上升以及移動線上使用方便所推動，根據 Oliver Wyman 報告，預期線上消費金融市場未償還餘額總額將由二零一七年的人民幣 1.1 萬億元升至二零二一年的人民幣 2.5 萬億元，複合年增長率達 23.3%。年輕人為線上消費金融服務的最積極消費者。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一五年，19 至 35 歲消費者貢獻中國線上消費信貸總額的 65 至 75%。與銀行和其他傳統線下貸款機構相比，線上消費金融機構為消費者提供的小型短期貸款產品具有靈活性便利的好處以及更快更流暢的交易體驗。下圖闡明銀行、非銀行線下借貸公司以及線上消費金融機構提供的貸款產品在利率、期限、信用限制、審批時間及申請材料方面的差別。

行業概覽

機構	銀行		非銀行線下借貸公司		非銀行線上消費金融機構	
	四大銀行	四大銀行	小額貸款公司	持牌消費金融公司	線上消費金融公司	P2P公司
產品	消費貸款	信用卡	抵押貸款	無抵押貸款	銷售點信貸	無抵押個人貸款
利率	6.9%+	15%+	5%+	20%+	15%+	12至18%+
期限	最高2年	最高2個月	最高3年	最高3年	最高1年	最高2年
信貸限制 (人民幣)	最高30萬	最高10萬	最高50萬	最高3萬	5萬	最高50萬
審批時間	最長30天	約30天	最長7個工作日	數小時內	數小時內	24小時內
申請材料	<ul style="list-style-type: none"> • 身份證 • 收入證明 • 完稅證明 • 就業證明 • 居住證明 		<ul style="list-style-type: none"> • 身份證 • 收入證明 • 就業證明 • 居住證明 • 資產證明(就抵押貸款而言) 		<ul style="list-style-type: none"> • 身份證 • 第三方信用評分(如芝麻信用) 	

資料來源：Oliver Wyman 分析

消費金融用戶概覽

中國的消費金融用戶大致可分為擁有信用卡的用戶及無信用卡的用戶。擁有信用卡的用戶通常被視為中國的高質素借款人，這從他們通過中國的銀行設定的嚴格風險要求便可證明。根據 Oliver Wyman 報告，於二零一七年，中國的信用卡持有人僅佔總人口 20.1% (即 2.784 億人)。根據 Oliver Wyman 報告，預期二零一七年至二零二一年貸款金額不同的各類網絡個人無抵押貸款的未清餘額絕對值將會增加。尤其是，貸款額度介乎人民幣 5,000 元至人民幣 20,000 元的網絡個人無抵押貸款的未償還結餘總額預期將由 2,603 億大幅升至 6,201 億，複合年增長率為 24.2%，此乃受到需求側消費升級以及信貸評估方式因供應側數據和技術而得以改善的推動。

根據 Oliver Wyman 報告，除信用卡持有人外，於二零一七年，中國有 14.6% 的人口有信用記錄但無法取得信用卡，且有 48.3% 的人口完全沒有信用記錄，即使彼等積極參與金融活動。具備雄厚科技驅動風險管理能力的金融服務提供商能夠適當計算風險，滿足有關人士不斷增長的消費金融需求。

線上消費金融市場的增長因素

線上消費金融市場的增長主要受三項因素推動。首先，此市場的擴充取決於中國國民的可支配收入能否不斷上升。可支配收入的增長代表消費能力提升和消費需求水平更上層樓。其次，中國消費者對獲取融資進行消費的態度日漸開放，此對於實現市場潛力至為重要。第三，移動和線上滲透率上升將進一步推動線上消費金融業的高速增長。

行業概覽

線上消費金融市場取得成功的關鍵因素及競爭格局

消費金融市場的服務提供商可分為傳統服務提供商和線上服務提供商。前者包括銀行、持牌消費金融公司及小額貸款公司，而後者包括電子商務驅動的平台及獨立消費金融平台。根據 Oliver Wyman 報告，線上消費金融提供商面臨的主要挑戰包括(其中包括)：(i) 維持消費者及信貸數據的準確性及完整性的困難；(ii) 由於缺少獲取銀行間借款的途徑導致相對銀行及持牌消費金融公司而言更高的融資成本；(iii) 監管變化及不確定因素；及(iv) 借款人的信譽。

線上消費金融市場頂尖服務提供商有能力將技術創新融入風險管理流程。根據 Oliver Wyman 報告，儘管傳統金融機構一般依賴中國人民銀行信貸局，但申請人及進行數據收集的其他第三方公共數據提供商、頂級線上消費金融提供商不能直接訪問中國人民銀行信貸局，但是能夠利用更廣泛的數據源，包括線上足跡(如客戶的社交媒體活動及線上應用程序使用情況)、線上使用情況(如網絡瀏覽器類型及歷史記錄)、移動使用情況(如位置及線上應用程序使用情況)以及交易渠道，以提高對客戶的了解及建立專有風險狀況。在信貸分析及風險評定階段，領先的提供商有能力利用人工智能及大數據技術將借款人經常造訪的地點、網上習慣及社交網絡與其申請資料交叉參考。除風險管理能力外，頂尖提供商的資金來源穩固、具成本效益且多元化，且有獨有渠道進行借款人獲取。彼等能夠以貸款申請便捷、高效審批程序、資金支付迅速的卓越用戶體驗吸引及挽留用戶。根據 Oliver Wyman 報告，線上消費金融市場的主要准入門檻包括(i) 獲得開展線上消費金融業務的相關牌照；(ii) 開發數據支持的風險管理能力；及(iii) 維持較低用戶獲取成本。

根據 Oliver Wyman 的資料，於二零一七年，以貸款撮合金額計，在專注於向信用卡持有人提供服務的各類消費金融產品中，51 人品貸排名第一。下表載列於二零一七年在貸款發放金額方面側重於信用卡持有人的五大線上消費金融市場提供商。

提供商	二零一七年貸款發放金額 (十億)	市場份額
本公司	21.85	13%
A 公司	13-15	8%
B 公司	11-13	8%
C 公司	9-11	4%
D 公司	3-5	3%
其他	約 100	65%

資料來源：Oliver Wyman

行業概覽

中國線上消費金融市場的監管環境

中國政府自二零零九年起開放發出新的消費金融公司執照，因而降低了私人資本進入消費金融行業的准入門檻。受惠於政府支持，消費金融行業經歷迅速發展，但同時衍生出連串的社會問題，包括專門針對大學生的借貸業務、個人隱私被侵犯及收取過高利息。

由於中國線上消費金融行業的歷史相對較短，監管線上消費金融行業的監管框架仍未全面建立且不斷演變。中國政府自二零一五年以來一直在政府日程上就迅速發展的線上金融行業採取更為嚴格的監管環境，在此之前，中國政府在規管線上消費金融行業上依據一般法律及基本法律以及相關的司法詮釋。於二零一五年七月十八日，中國人民銀行連同中國其他九家監管機關聯合發出《關於促進線上金融健康發展的指導意見》，中國規範線上貸款服務的監管框架和基本原則首次正式出台。二零一六年八月，中國銀監會制定一系列新規定，對線上貸款行業實施更嚴格的監管，強調線上貸款平台作為信息服務中介平台的角色。具體而言，線上貸款信息服務中介平台需要向當地金融監管機構辦理登記手續，並申請合適的電信營業執照。從事P2P借貸信息服務的中介機構應在二零一六年八月發佈指導意見日期起不超過六個月期限內整改任何違規行為。

二零一七年十二月一日，中國人民銀行及中國銀監會聯合發出《關於規範整頓「現金貸」業務的通知》（「141號文」）規範現金貸款市場、小額貸款公司、銀行和市場借貸平台。現金貸款的市場借貸平台禁止提前自貸款本金扣除任何貸款利息或服務費及收取高於36%的年化利率。彼等亦被禁止將來自銀行的資金與借款人配對及外包核心職能（包括資料收集及風險管理）予第三方。此外，不准向無收入借款人放貸及須制定最高信貸額度上限及貸款延期的次數。更多詳情，請參閱「監管環境－與線上消費金融服務有關的法規」。

141號文對現有消費金融市場參與者的影響視乎其現行業務模式而各異。根據Oliver Wyman報告，監管趨緊很可能會在短期內引起行業的劇變，並會迫使多個運營可疑的平台停業或強行進行行業整合。然而，對於優質經營而言，只是一個確保合規的程序問題。此整合將為大型成熟參與者提供鞏固其市場地位的機會，長遠而言整體影響較為正面，從而帶來更好、更健康的未來增長。

行業概覽

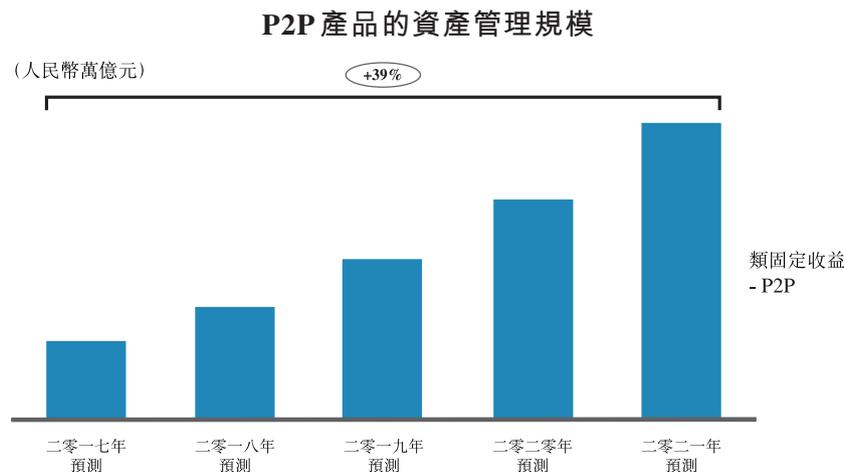
線上投資

線上投資市場的特色

與成熟市場相比之下，中國投資市場仍處於起步階段。在此領域擁有主導地位的傳統金融機構，普遍要求零售投資者辦理繁瑣的程序，包括耗時的申請、親身前往金融機構以及會面簽署合同。與傳統渠道相比，非傳統在線平台能夠為用戶提供卓越體驗，包括便捷投資服務、更多元化產品組合及較吸引的價格基準。

根據 Oliver Wyman 報告，預期整體投資一級市場的資產管理規模（「資產管理規模」）將由二零一七年的人民幣 44.4 萬億元增加至二零二一年的人民幣 84.0 萬億元，複合年增長率為 17.3%，而提供投資服務的非傳統金融機構所佔份額預期由二零一七年的 12.9% 升至二零二一年的 18.3%。

值得注意的是，線上非傳統金融機構投資市場是增長速度最快的市場分部。根據 Oliver Wyman 報告，預期線上非傳統金融機構在中國一級投資市場的資產管理規模將由二零一七年的人民幣 3.2 萬億元增加至二零二一年的人民幣 10.6 萬億元，複合年增長率達 34.9%。尤其是，P2P 產品的資產管理規模預期將由二零一七年的人民幣 1.2 萬億元增加至二零二一年的人民幣 4.4 萬億元，複合年增長率達 38.4%。下圖載列二零一七年至二零二一年 P2P 產品的資產管理規模：



資料來源：中國銀監會、網貸之家、Oliver Wyman 分析

線上投資市場的增長因素

線上投資市場的景氣和市場潛力乃受多項主要因素推動。首先，中國的富裕投資者群體日漸增多，彼等的可支配收入和金融知識水平較高，尋求吸引的投資機會。其次，中國的移動線上滲透率越來越高，驅使大量富裕投資者更為積極參與線上投資活動。第三，線上投資的成本和效率優勢，憑藉省去傳統投資模式中多層中介機構（如佣金型銷售人員及代

行業概覽

理)涉及的成本增加投資回報，並利用移動應用程式簡化通常耗時的投資流程以節省完成投資流程所需的時間及精力，剛好切合大量富裕投資者的需求，使他們更加習慣及依賴此種新模式。根據 Oliver Wyman 報告，線上投資市場的新入行者面對的主要進入門檻包括保持低成本吸引投資者到其平台，並獲得相關許可證進行線上投資業務。線上投資市場高度分散。下圖載列按二零一七年交易額計線上投資市場的前 15 名市場參與者。

參與者	排名 ⁽¹⁾	市場份額
E公司.....	1	5%
F公司.....	2	4%
G公司.....	3	3%
H公司.....	4	2%
I公司.....	5	2%
J公司.....	6	2%
K公司.....	7	2%
L公司.....	8	2%
M公司.....	9	2%
N公司.....	10	1%
O公司.....	11	1%
P公司.....	12	1%
本公司.....	13	1%
Q公司.....	14	1%
R公司.....	15	1%

(1) 基於二零一七年的總交易額。

資料來源：網貸之家、公司網站披露、Oliver Wyman 分析及估計

以個人信用管理為導向的生態系統

以個人信用管理為導向的生態系統的特色

線上消費金融與線上投資之間的協同效應，驅使連接資金及借款的 P2P 平台的迅速冒起。個人信用管理與線上消費金融、個人信用管理與線上投資及個人信用管理與信用卡申請之間亦存在協同效應，使信用管理平台能夠發展成一個具備個人信用管理功能附帶提供消費金融及投資的金融服務能力的生態系統。

個人信用管理平台所獲取用戶的素質，較直接從線上消費金融平台及線上投資平台直接獲得者為高。該等用戶本質上會主動處理財務，傾向提出更多金融需求來滿足用戶需要。因此，個人信用管理平台為消費金融產品的信用審批程序提供自有的客戶基礎和客戶數據。

行業概覽

由於線上個人信用管理平台的用戶本質上會主動處理財務並關心其個人財務狀況，彼等亦需要滿足投資及財富累積需求。線上個人信用管理平台為交叉銷售投資產品提供了活躍用戶基礎，尤其是投資於個人信貸組合的機會。例如，用戶可以在線上投資平台償還信用卡貸款餘額，並在可支配收入增加時選擇將資金轉入投資平台。

隨著個人信用管理工具發展成一個生態系統，許多平台均結合各種金融產品及服務，包括信用卡賬單管理及還款、住房按揭、汽車貸款和公用事業賬單、信用卡申請、消費金融及投資產品管理。因此，用戶可以在一站式平台輕易實行其不同及不斷變化的金融需求。此外，如客戶使用同一信用管理平台管理信用卡、貸款及資產，該平台能夠匯集其生態系統的可用數據，為用戶提綜合供財務狀況概覽，讓其作出更明智的財務決策。

以個人信用管理為導向的生態系統取得成功的關鍵因素

素質高而獲取成本低的龐大及高黏性的用戶基礎

擁有龐大而活躍的用戶群可以讓用戶轉用不同產品是平台脫穎而出的關鍵所在，故平台應該不斷提升服務以增加用戶黏性。此外，用戶的素質亦非常重要。信貸表現優良且非常樂意管理信貸的客戶將帶來較多收入途徑，同時可迅速積累有用數據。再者，獲取成本低及用戶經常轉用不同產品也是此生態系統產生收入的主要原因。

發揮生態系統組成部分之間的協同效應

創造及發揮生態系統不同組成部分的協同效應至為重要，藉此建立獨有綜合財務方案，並通過信用管理平台實現從用戶流量帶來收入。成功的服務提供者可識別及預測用戶的財務需要，通過提供相關聯服務來滿足用戶的不同財務需要，從而建立具協同效益及領先收費能力的生態系統。

獨一無二的全面產品服務組合

擁有一套全面產品服務，加上獨一無二的內部產品和第三方產品作補充，此對於吸引及挽留大量用戶以及根據不斷轉變的客戶需求提供貼身金融服務至關重要。

行業概覽

收集及善用大量有用可信的消費和信貸數據

隨著線上經濟崛起，大量數據日益積累，在評估以信用管理為導向的生態系統時，實際區別在於質量而非數量。此領域的頂尖服務提供商不僅擁有龐大的數據庫，包含多年來從信用管理平台收集所得的用戶消費數據及信用數據，同時可以利用數據開發先進的風險評估及管理系統，進一步開拓收入來源，如提供數據及特許科技驅動風險管理系統。

雄厚的科技實力

科技是每個頂級金融生態系統提供者成功背後的關鍵推動力，其效果在於提升用戶體驗和提供貼身產品組合。擁有強大前端及後端應用程式的開發能力，是建立更快速、更準確且操作簡便平台的先決條件。此外，強大的數據處理和分析能力對於提取及運用大量數據及設計多樣化產品去滿足全面財務需求至關重要。