
消费金融打造银行竞争新优势

【课程背景】

2015年，消费金融迅速崛起，开启井喷式发展元年，盈利能力、客户群体、投资规模呈几何增长之势。经济下行压力环境，伴随消费金融政策由点及面，全面铺开，使得消费拉动经济成为新常态。央行消费金融数据显示，2013年142万亿元，2014年达到171万亿元，2015年则直逼300万亿元，累计消费金融行业市场总额近千亿元，服务客户破千余万，消费贷款正以每年20%以上的速度递增，迎来全面发展时机。把握消费金融机会，转型银行现有服务文化和流程使银行回归服务实体经济本质，通过管理效率、经营水平和有效金融供给的提升，产生新生产力跃升，真正实现商业银行对金融新常态的引领。

【授课时长】

6小时

【课程收益】

1. 了解目前中国互联网消费金融市场现状和发展趋势
2. 结合案例、深入研讨、学习商业银行进一步扩大互联网消费金融业务的优势，路径和挑战

【授课对象】

适合渴望学习和把握消费金融机会，推动商业银行转型，提升效益的所有相关金融人员

【课程特色】

以讲授为主，结合案例分析、互动体验等形式。

【课程大纲】

- 一、 互联网消费金融发展空间巨大
 1. 中国消费市场拥有巨大增长潜力
 2. 细分消费领域的产业政策将合力促进消费升级
 3. 消费模式升级及消费观念转变带动消费金融发展
 4. 消费金融公司试点全面放开
 5. 互联网技术手段扩大了消费金融服务覆盖的用户群体及消费场景
- 二、 互联网消费金融市场现状
 1. 2015年互联网消费金融图谱
 2. 中国互联网消费金融市场 AMC 模型
 3. 互联网消费金融市场交易规模将保持高速增长
 4. 互联网消费金融市场交易规模将保持高速增长
 5. 互联网消费金融产业链
 6. 电商的互联网消费金融服务模式

7. 分期购物平台的互联网消费金融服务模式

8. 消费金融公司的互联网消费金融服务模式

三、 互联网消费金融典型厂商分析

1. 阿里在互联网金融领域全面布局

2. 京东结合自身电商业务重点打造消费金融战略

3. 京东白条业务面向更丰富的消费场景

4. 旅游白条为旅游消费全领域提供消费金融服务

5. 租房白条创新租房金融新模式

6. 分期乐扩展在校园消费市场布局

7. 校园消费金融崛起，嗨钱网受热捧

8. 招联消费金融为消费金融产品植入互联网基因

四、 银行互联网消费金融服务模式

1. 工行逸贷业务的支持账户种类多样期限可选

2. 建行分期优选业务的办理手续更简便

3. 四种互联网消费金融产品差异化比较

4. 结合银行供给侧结构改革转型银行服务文化和模式

五、 商业银行消费金融优势分析

1. 传统商业银行在多年经营中积累沉淀众多核心能力，成为发展消费金融的优势所在。

2. 网点优势，发挥线上线下服务综合平台优势

3. 风险控制能力，数以亿计借款数据，累积了宝贵的风控经验

4. 产品覆盖广度，从金融产品及功能丰富多样，担保方式等不断突破，满足各类客户的个性化需求

5. 网络投入：商业银行有能力网络科技持续投入，形成优势

六、 互联网消费金融企业竞争趋势

1. 大数据与征信将成为互联网消费金融厂商的竞争重点

2. 阿里的互联网消费金融业务在征信方面具备明显优势

3. 互联网消费金融将更具延续性服务范围更广

七、 互联网消费金融问题与挑战

1. 产品和市场参与主体的单一制约了中国消费金融的发展

2. 互联网消费金融市场主要面临征信体系不健全风险

3. 剖析互联网消费金融政策监管风险