

案例正文:

校园消费金融的佼佼者：爱财集团¹

摘要：2014 年是互联网金融高速发展的一年，在历经两次创业失败后，钱志龙毅然回归互联网金融行业，建立了爱财集团，走校园消费金融之路。2017 年 4 月 28 日，爱财集团宣布完成 2.2 亿元人民币 C 轮融资，由中顺易领投，原股东神州泰岳及星辉互动娱乐等跟投。继 C 轮融资完成之后，爱财集团已马不停蹄地开展新一轮融资计划，其 IPO 计划也提上日程。本案例主要从爱财集团的初始布局、发展现状、战略转型和未来展望等几个方面介绍了爱财集团的成长历程。本案例对互联网金融公司在消费金融领域实现战略转型提供了良好的借鉴意义。

关键词：爱财集团；消费金融；成长链金融

0 引言

2017 年 10 月份，在某高校就读大二的学生小张最近非常苦恼，小张因为手机拖、慢、卡而想换部手机，而前段时间刚刚上市、“天生”会拍照的 VIVO X20，对于爱美拍的小张来说可是她的心头好。但是对于每个月只有 1000 多块钱生活费、又不想给家长增添负担的小张来说，资金问题成了她购买计划里的短板。面临这样的难题，小张想到了这段时间风靡网络的互联网消费信贷。

在小张上网了解到花呗分期、京东白条以及苏宁任性付都有不少的分期利息时，小张有点犹豫不决了，而混乱的校园贷行业更是令其望而却步。偶然间，小王在网上得知，爱财集团旗下爱又米于 10 月 20 日宣布将“毕业金”品牌升级为“嗨花”。为了配合此次品牌升级庆典活动，爱又米还将提供限量 10000 元免息免手续费券，免息券每人限领一张，可减免手续费、服务等，活动时间更是贯穿整个 10 月。这样的好消息令小张一扫之前的郁闷心情，并且借助此项活动，小张如愿抱回新手机。

除了小张这类的大学生之外，爱财集团全面升级面向广大年轻白领阶层。目前，爱财集团已经成长为面对年轻人群体、以消费金融为核心，包含金融、渠道、投资、资管四大业务板块的多元化金融服务集团。但是在如今这个百花争艳、百

1. 本案例由山东农业大学经济管理学院的王洪生、申丽丽、杨小冉、刘慧撰写，作者拥有著作权中的署名权、修改权、改编权。

2. 本案例授权中国管理案例共享中心使用，中国管理案例共享中心享有复制权、修改权、发表权、发行权、信息网络传播权、改编权、汇编权和翻译权。

3. 由于企业保密的要求，在本案例中对有关名称、数据等做了必要的掩饰性处理。

4. 本案例只供课堂讨论之用，并无意暗示或说明某种管理行为是否有效。

舸争流的互联网消费金融时代，爱财集团又是于怎样的方式实现其个性化发展，在消费金融行业争得一席之地？

1. 峰回路转——钱志龙重归互联网金融

钱志龙，1999年毕业于浙江大学物理系。2000年，在彭蕾的7次游说之下，钱志龙加入了阿里巴巴，工号75，成为中国互联网最赚钱的产品“中国供应商”产品线的总操盘手，是阿里最高速发展的10年里的重度参与者，也是阿里内部的连续创业者。2010年，辞去支付宝消费者事业部总经理职务开始创业，开发了国内首个手机IM软件群。在创业失败后，他决定回到电商领域创业，创立导购网站“逛”，曾一度是导购类平台第一军团成员，但因为钱志龙个人迟迟不愿意融资，最后倒在一笔未能完成的500万融资上。

2014年，互联网金融刚刚起步，具有广阔的发展前景，钱志龙从90后在校大学生身上看到了潜在的商机。他认为，90后是在互联网时代下成长起来的一代，有着旺盛的消费欲，因为没有工作收入，又崇尚经济独立，使得他们无法实现较高层次消费，但他们是信用最好的人群。由此，钱志龙历经两次创业失败后，重归互联网金融，建立爱财集团，进军校园做大学生的金融服务。

2 小荷才露尖尖角——校园消费金融初始布局

钱志龙明确做校园金融后，逐步开始了校园生态、资产端、资金端三大事业群的搭建，旨在全方位多层次的满足当代大学生的消费需求、投资需求和创业需求等。如今旗下包括年轻人消费金融品牌爱又米，校园生活服务品牌出未校园，大学生创业投资品牌原质资本，以及小额分散的互联网理财品牌米庄理财。爱财集团在校园消费金融的布局如下图1所示：

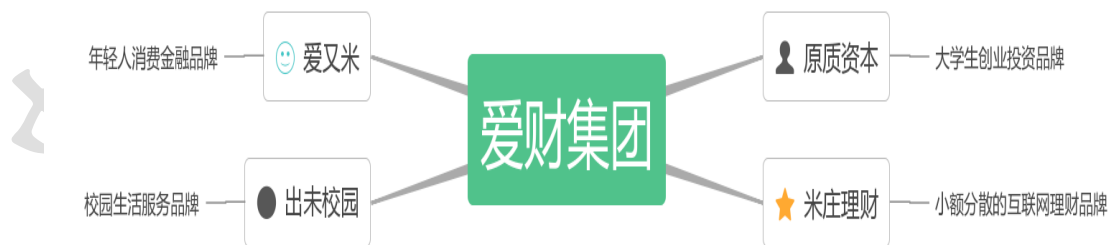


图1 爱财集团校园消费金融布局

2.1 爱又米——年轻人消费金融品牌

爱又米，成立于2014年，是爱财集团旗下面向年轻群体的消费金融品牌，

以快捷、安全的金融服务打穿年轻人线上购物、教育培训、休闲娱乐及就业创业等全消费场景，陪伴年轻人成长。2014 年，互联网金融刚刚开始兴起，钱志龙从 90 后在校大学生身上看到了潜在的商机。“90 后是在互联网时代下成长起来的一代，有着旺盛的消费欲，因为没有工作收入，又崇尚经济独立，使得他们无法实现较高层次消费，但他们是信用最好的人群。”基于此，钱志龙创办了爱学贷平台，为在校大学生提供消费分期服务。结果是令人惊喜的，开张三个月，日销售额已过百万，尽管爱学贷在经济基础雄厚的精英白领阶层内并不十分出名，但这并没有成为爱财集团成长为杭州增长最快的 IT 企业的阻力：6 月测试，7 月猛招百人，8 月上线，9 月底日销售额破百万，一个叫做爱学贷的增长神话再次在电商重镇杭州上演。仅仅依靠大学生这种消费弱势群体，很难相信学生分期付款业务竟能井喷至此。

“我们已经跑了 5 个完整的周期，对用户的认知很充分。随着用户的成长，很多已经毕业走出校园，只有进行适时升级，才能陪伴用户走过不同的成长周期。”钱志龙直言，在行业发展及用户需求的双重因素下，爱学贷升级势在必行。2016 年 12 月，爱学贷宣布更名为“爱又米”，并进行品牌战略、产品战略、集团战略的全面升级。钱志龙当时宣布，爱又米将以全新的形象更好地服务年轻人，将实现由大学生消费金融生态圈向白领、蓝领等年轻人群消费金融生态圈的全面跨越。爱又米从校园起步，短短两年，业务覆盖全国 32 个省、3300 多所高校，名列行业前二。爱又米携手中国银行等金融巨头，不断完善金融业务链，并背靠爱财集团 7 万地推军的渠道业务板块和专业的投资、资管业务板块，构建了一个消费金融生态系统。目前已完成了用户群体从大学生到白领等群体的延伸，爱又米平台注册用户 1400 万+，月活用户 300 万+，放款总额超 70 亿，商品销售总额逾 15 亿，业务覆盖全国 32 个省，已与中国银行、平安银行、海尔消费金融等多家持牌金融机构达成战略合作，共同布局年轻人消费金融市场。

2.2 出未校园——校园生活服务品牌

出未校园（杭州菁彩网络技术有限公司）成立于 2015 年，注册资本 1000 万，是爱财集团旗下品牌。出未校园是主要提供校园兼职，校园互助，为大学生提供校园生活服务的平台，目前覆盖了快递派送、食堂外卖派送等校园生活服务。出未校园创生全新的 MiniJob，颠覆传统以企业为主导的大学生兼职模式，立足校园生态，将专注校园服务的成熟品牌与商业模式引入校园，独创以大学生为运营主体和服务对象的全新校园社团式项目模式，创新中国大学生的兼职与生活方式。一方面，招募大学生团队进行项目全程运营管理，为大学生提供更安全、有趣的实践平台；另一方面，鼓励创新，并提供系统培训和大咖指导，充分发挥大学生的创造力和潜能，在校园体验创业和工作的乐趣，提升创业就业技能，无缝

对接未来。大学生用户不仅可以在出未校园平台上享受各种各样的定制化服务，同时还可以在平台上结识更多的校友，扩大交际圈人脉。

新商业时代，比拼的是对信息的准确判断和筛选，比拼的是对用户的全面了解和把握，比拼的是对趋势的提前感知和反应。2017年8月19日，爱财集团旗下校园生活服务品牌出未校园将在杭州举办“铸鼎转型，赢未来”2017联盟大会。借助集团千万用户数据以及对互联网金融行业的全面布局，出未校园势必在新一轮行业洗牌中占尽先机。此次大会，出未校园将以打造开放平台为目的，正式宣告由直营模式向代理商模式转型，以期与全国各地代理商共赢未来！此次出未校园联盟大会，也是集团全面转型的关键一步。成为出未校园的合作伙伴，将能够得到集团层面多种政策支持，共享集团高速发展红利。通过此次大会，出未校园将会全面开放生态，与代理商共享集团资源，并为他们提供一系列的支持和培训，从而帮助代理商实现丰厚收入。

2.3 原质资本——大学生创业投资品牌

杭州原质投资管理有限公司（原质资本）是一家专注于大学生创业的风险投资机构，是由爱学贷、老阿里人和知名天使投资人共同发起成立的专注于大学生创业以“互联网+”、互联网、移动互联网为主导投资领域。挖掘优秀的大学生创业团队、项目，向大学生创业团队输出资本，帮助大学生创业者组建团队、寻找合作伙伴，通过“创业导师制”和国际孵化理念与大学生创业团队紧密联系在一起，提升大学生创业的品质和成功率。其主要业务范围如下图2所示：

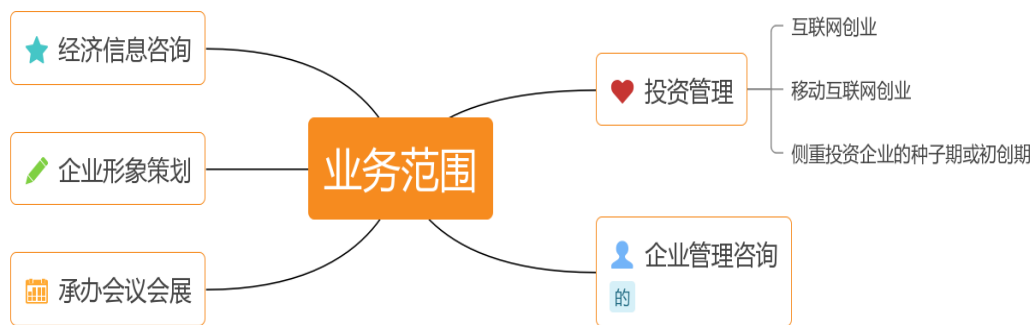


图2 原质资本的业务范围

原质资本自成立以来有许多成功的案例。例如，杭州东九网络科技有限公司成立于2012年，2015年初入驻原质众创空间。不到半年的时间，从刚来时的每月200万不到的流水，到现在每月3000万的流水，这就是东九成长最好的见证。2015年5月20日浙江省省委副书记、省长李强亲临原质资本，杭州市市长张鸿铭随行。李强省长对专注“互联网+”领域挖掘和扶植优秀的大学生创业项目的

原质投资管理有限公司十分关注，在原质资本合伙人的陪同下参观了众创空间，希望能与政府一起为助力大学生创业和实现梦想共出一份力！

2.4 米庄理财——小额分散的互联网理财品牌

米庄理财，互联网安全高收益理财平台。成立于 2015 年 4 月，系爱财集团旗下独立品牌。米庄理财始终坚持安全第一，是一家专注于小额分散微金融模式，拥有严格的投行计量模型和严谨的风控系统的互联网理财平台。米庄在操作中多重筛选借款项目，为用户提供安全、优质的理财产品。米庄与其他企业相比优势在于我们拥有一套大数据系统，做到动态分析和实时监测，分别在对资产的动态监测、现金流借贷还款检测，资金使用效率检测方面实现大数据风控。米庄资产安全系数高，坏账率仅为银行 1/10；且提供 7 天、15 天、30 天、90 天等多周期产品；移动端、网站皆可完成购买，到期自动赎回，安全、方便、快捷。

为打破了人们必须守在电脑旁的理财模式，帮助投资者实现了实时了解资金动态，随时随地可以投资理财的美好愿景，米庄理财 Android 首个客户端，2015 年 5 月 28 日正式上线；为了打破投资的高门槛现象，让更多的人可以参与投资理财，相比银行理财产品动辄 5 万元的起购金额，米庄理财将理财产品的最低购买额降到 100 元，让很多由于资金达不到起购金额而认为自己无力理财的百姓，都获得让自己资产不贬值的权利。米庄理财还一改其他金融机构繁琐的开户、签约、购买和赎回等流程，在保障资金安全的前提下，将所有步骤精简，让一个普通用户从打开 APP 到完成购买理财产品的流程缩短到 1 分钟。同时，用户在应用内可以随时查看个人资产和最新收益，真正做到轻松理财，随时赚钱！这也是米庄理财风靡一时的原因之一。

爱财集团董事长钱志龙表示，爱财集团已经完成了包含消费金融、投资、资管、渠道、征信为一体的生态化经营的新金融战略布局。爱财，主要是做消费金融闭环，米庄理财是资金端，爱又米是资产端，再加上渠道端出未校园、投资端原质资本，形成了一个集团架构，爱财集团应势而生。

3. 于乱世中出枭雄——爱财集团战略升级

如果说爱财集团完成其在校园消费金融方面的战略布局只是崭露头角的话，那如今的爱财集团可谓是大放异彩、锋芒显露。在校园贷行业混乱不堪、履失信誉、监管严苛的艰难环境中，爱财集团是如何实现战略升级，成就一番霸业的呢？

3.1 寻求合作伙伴，积极转型升级

正如一枚硬币的两面，校园贷行业在迅速发展的同时，也潜藏着不少危机，需求的旺盛吸引了众多不良玩家进入，裸贷、跳楼等负面消息充斥在整个市场。与此同时，监管开始“加码”整治行业乱象。在此背景下，多家互联网金融平台选

择陆续退出校园贷市场，并进行业务转型。随着银监会对校园贷“开正门”的一声令下，中国银行、建设银行等数家银行机构陆续以全新的校园贷产品“杀入”校园市场，与之形成鲜明对比的是，很多在该领域深耕多年的互金平台则在早些时候相继黯然退场，纷纷宣布转型至白领等市场。从此，校园贷款市场也陷入低迷之状。然而，就是在这样的险境中，在 2016 年底已完成品牌向白领群体升级的消费金融品牌爱又米，则宣布校园市场业务进一步转型升级，以金融科技为银行保驾护航，共同稳定校园金融市场。

（1）与银行合作。早在在国家号召银行为主体打开校园贷“正门”之时，爱又米早已做好金融合作布局。自 2015 年 B 轮融资，爱又米得到中国银行 50 亿授信额度，并与中国银行签署战略合作协议，正式打开与传统金融合作的新战略布局。之后又与平安银行、招商银行等达成战略合作。品牌升级后，和金融机构的合作更是全面提速和深化，近期爱又米获得温州银行 5 亿元授信，同时与建设银行、中信银行等 20 多家的合作正在推进中。其中新一代合作产品——爱又米浙商银行联名卡即日面市，其风险定价和风控由爱又米负责。爱又米与浙商银行合作的信用卡“米卡”一经推出就获得强烈反响。米卡的出现解决了银行缺乏线上消费场景的痛点，使得信用卡的消费金融属性进一步增强。

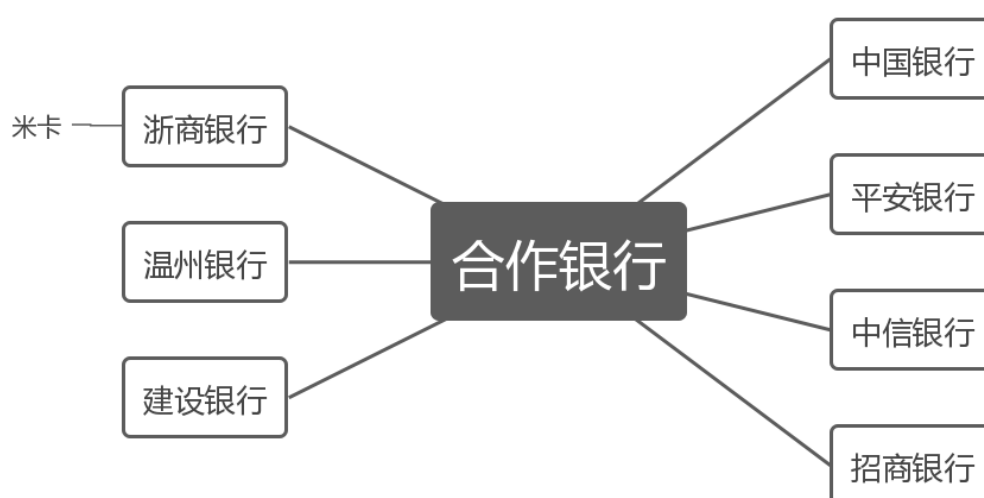


图 3 爱财集团合作银行

爱财集团和传统银行合作是未来的发展方向，将产生 1+1>2 的效果，携手前进对双方发展都大有裨益。一方面，爱财集团以年轻人消费金融平台爱又米为代表的互联网金融生态掌握着消费场景及用户大数据，是银行信用的泉眼和支流，有助于传统银行在互联网金融的冲势下找到一条新出路。另一方面，传统银行则是金融的根源和主干，爱财集团和传统银行合作，二者结合才能形成闭环，

形成普惠金融新格局，成为经济发展新动力。此外，银行在普通消费者心里信任度极高，爱财通过和银行合作，可以得到更多用户的信任，拓宽用户群体。由此，不难看出，双方合作前景非常广阔，双方合作不仅可以实现各自业务的互补，也将直接推动中国社会的消费升级。

（2）与海尔消费金融公司合作。7 月，爱财集团合规性进程取得行业领先的里程碑式的两大突破：米庄理财存管上线，迈入网贷合规平台阵营；爱又米正式与持牌消费金融巨头签署战略合作协议，推动校园金融市场向着健康、合规、普惠的方向发展。两辆马车并驾齐驱，助力爱财集团不断实现突破，踏出迈向合规的坚实一步。



图 4 爱财集团与海尔消费金融战略合作

爱财集团作为主要针对年轻人的金融科技有限公司，以信用为核心，以场景为切入点，打造了一个安全、完整的年轻人金融服务生态系统。旗下年轻人消费分期平台爱又米，深耕校园和年轻人市场 3 年，校园渠道运营和大数据风控优势明显。海尔消费金融作为我国扩大消费金融公司试点范围后第一家经银监会批准开业的全国性消费金融公司，也是我国首家由产业发起设立的产融结合消费金融公司，以实现“千家万户用金融，金融服务进万家”的普惠金融蓝图为己任。通过线上线下结合，进一步丰富金融服务垂直场景，加速布局海尔消费金融生态圈战略，产融结合实现多元共赢。目前已累计服务超 70 万家庭用户，服务网络遍布全国 338 个城市。爱财集团与海尔消费金融战略合作协议的签署，标志着经验丰富的金融科技公司和实力强劲正规军携手入场，将以健康合规的金融服务与成熟稳定的金融产品，为莘莘学子提供便捷、安全的校园金融服务，实现普惠金融在大学校园的平稳落地。

爱财集团与海尔消费金融战略合作协议的签署，拉开了双方合作的序幕，未

来，双方将积极整合各自在资金、渠道、产品和金融科技领域的优势资源，强强联合深耕，基于场景和金融科技等优势，爱财集团一直在稳步推进与银行以及其他持牌机构合作。此次，爱财集团与海尔消费金融顺利牵手，双方各自拥有丰富的线上场景以及全国性服务网络，可以进一步整合线上线下资源，从而达到稳定校园市场的最终目的。

经过 3 年的市场深耕，爱财集团已形成了领先行业的大数据风控等核心能力，并成功升级为可以为传统银行普惠金融业务提供服务的金融科技公司。凭借更高效地实现对银行未覆盖人群的信用识别和普惠金融覆盖等能力优势，爱财集团已成为持牌金融机构争相合作的对象，目前已和银行、保险、持牌消费金融公司等 20 多家金融机构开展不同程度的合作。

3.2 拓宽业务范围，增加客户基础

进入 2017 年，共享经济更多的出现在公共生活中，共享单车提供了出行的方便，共享充电宝解决了出门在外手机没电的难题，共享雨伞更为众多上班族带去了方便，因此深受消费者的喜欢。对于企业，尤其是互联网公司来说，共享经济是一个风口，不仅可以通过参与共享经济获利，还可以通过共享经济为自家产品引流。近日，爱财集团顺势而行，宣布旗下新品牌专注年轻人智享生活的租赁平台——嘿租正式上线，为国内年轻人追求时尚品质生活带来了福音。爱又米作为国内深受年轻人喜欢的分期购物商城，拥有数千万忠实粉丝，“嘿租”的正式上线，不仅能够依靠其流量和渠道优势快速起步，满足年轻群体时尚消费的需求，更是共享经济模式下一种新的消费模式。为了庆祝新业务的启动，“嘿租”官方还为新用户准备了 iPhoneX 12 个月免费使用权、100 元租金抵用券、20 元话费红包等福利，誓将嘿租打造成为属于年轻人的租赁平台！

与“嘿租”同步上线的，还有爱又米的“嗨花”，同样引人关注。从 10 月 20 日开始，爱又米毕业金品牌升级活动持续在全国展开。此次爱又米将毕业金全新升级为“嗨花”，覆盖范围进一步扩大，福利力度更胜往昔，具体如下图所示：

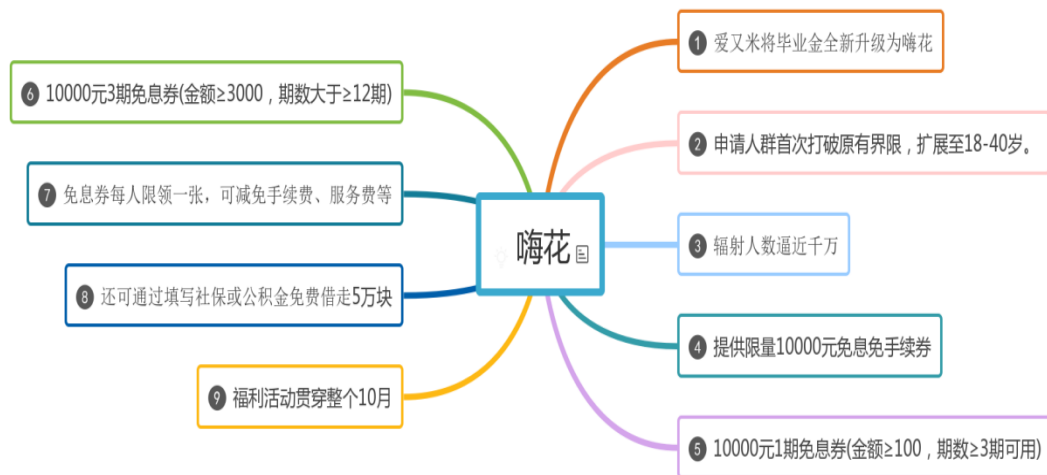


图 5 爱又米毕业金全新升级为嗨花

爱财集团并不止步于已有的业务模式和经营范围,而是积极顺应时代的发展大势,不断推出适合年轻人的新业务,迎合了年轻人不断变化的新时尚。由此,爱财集团能在年轻人中将消费金融做大做强,深受年轻人的青睐。

3.3 探索生命周期理论,走成长链金融之路

近年来,居民收入水平的提高,生活场景的多元化发展以及互联网和电子商务的兴起,都不断推动着个人消费金融的发展。但是从当前个人消费金融产品的设计上看,无论是金融企业还是研究人员,对金融产品的设计都是从特定的信用水平去考虑,忽略了人在不同生命周期下的信用水平的变化及各阶段信用之间的关联性和整体性。对于互联网消费金融行业来说,一个企业需要做到精准投放。也就是说,当客户有需要的时候我们的服务就会出现。

“我们的生态体系里已有 1000 万人群,每年有 20%的用户毕业,所以才有了毕业金。我们希望他第一次租房、第一次买车甚至买房的时候,都能想到我们。”钱志龙说,金融是风险定价的服务,而毕业金就是场景化的金融服务,我们掌握着他们的信用情况,通过对数据的掌握,我们能计算用户每个阶段的服务需求,追寻其生命周期提供持续的服务,我们探索成长链金融。

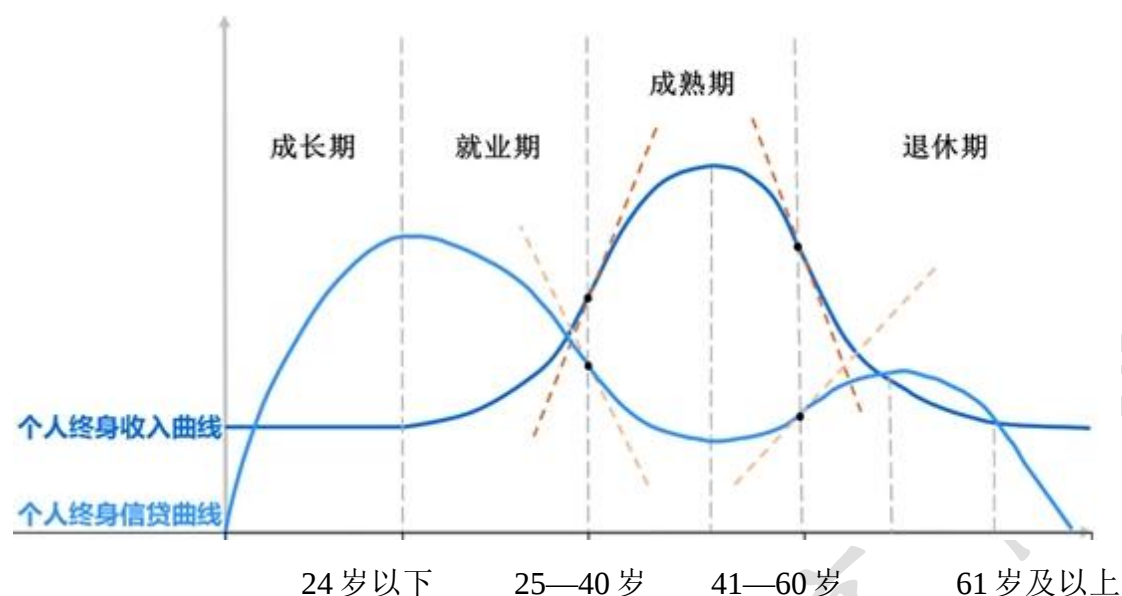


图 6 个人终生收入曲线和个人终生信贷曲线图

我们还可以根据成长链金融模型，对个体进行跨期流动性授信和阶段性过度授信，在成长期和就业期进行不同程度的过度授信，而在其成熟期则授信不足，退休期到一定年龄段后停止授信。同时通过设计个性化、多样化的金融产品来满足个体不同时期的金融需求。并且可以根据不同年龄阶段的个人终生收入曲线和个人终生消费信贷曲线，分析不同生命周期里客户的金融需求，以提供最合适的金融服务。如下表 1 所示：

表 1 生命周期各阶段的授信状况和金融需求

年龄分布	授信情况	金融需求
0—24 岁	严重过度授信	转账贷款、教育贷款、消费分期
25—40 岁	中度过度授信	购房购车、消费信贷、资产增值
41—60 岁	授信不足	资产管理、二次置业、保险
61 岁及以上	61—65 岁适度授信	家族资产信托、保险
	66—70 岁适度过度授信	
	71 岁以上停止授信	

数据来源：盈灿咨询

爱财集团依据生命周期理论，从自然人的起点（成长期）开始切入消费信贷市场，旨在发展成长链金融，并提出了终生客户理念。大学生是未来社会的精英，也是未来消费金融市场当中的优质客户，他以大学生为起点，培养其金融消费习惯，同时在这部分人群中建立了信用体系，为后期的消费金融市场发展提供基础。

在学生初入校园时，提供生活品、3C 产品消费信贷；在校园学习中，则提供服饰、教育、娱乐消费信贷产品；毕业时则提供租房、医疗美容等金融服务产品；工作时则提供技能培训等金融服务产品。总之，金融服务将伴随用户的成长而不断发展变化。

3.4 完善风控体系，降低信用风险

钱志龙认为，以信用数据做风控，是一个正规平台应该去做的事。对校园贷来说，首先要做的是身份识别，用大数据建立模型，给不同的人量身定价。很多现金贷定价模型是相反的，坏人坏账不还，好人承担更好利息。而我们要让好人承担更低利息，坏人被识别出来。另一点则是平台本身的合规性。爱财此前已经和恒丰银行签订了存管协议，近期又与中信信托签订协议，走中信信托实现完整资金闭环，自律要高于监管。

金融的本质就是风控，互联网金融的特殊性使得它更有必要注重其风控模式。作为互金行业的开拓者，爱财集团旗下的互联网金融平台爱又米掌握了“风控”这道命门，使得它在互金领域里游刃有余。爱又米的管理层高度重视风控，在风控体系建设方面，公司投入了大量的成本，一方面挖掘高端人才，另一方面集团在风控体系建设中给予技术团队很多的创新权限。现代化金融科技公司，人才是最大的竞争力，有了人才有了资金投入，先进的风控体系领先兄弟公司率先建立，这就是爱又米的真实写照。

爱财集团旗下面向年轻群体的爱又米平台与同盾科技、邦盛、数美、数尊等十余家大数据风控公司合作，建立了覆盖全流程的智能风控体系，并与依图科技合作建立了智能活体检测和秒级人脸识别体系。爱又米不仅以校园生态融入了超过 1000 万用户大数据，可以充分挖掘用户信用和特性，而且形成了业内领先的大数据风控模型。在学生用户提供金融服务时，爱又米根据学生用户需求差异，专门研究搭建了个性化推荐算法体系及个性化算法平台，为学生用户寻找和发现自己想要购买的商品提供了十分便捷的途径。在风控审核方面，爱又米不仅接入了数十个生态场景的征信数据，也和共青团中央学信网数据、教育部和公安部等 40 多个外部数据源进行合作，实现对用户进行多维度的风控。相比撤出校园市场多年的传统银行，背靠用户大数据和前沿金融技术的爱又米更懂 95 后大学生，具备不可替代的渠道和风控优势。此外，爱又米的风控流程非常的严谨，充分借鉴了传统银行风控流程，设置了多重程序，实名认证、多重审核、全程监控等手段来防范欺诈行为，同时也确保资产端的优质和安全。基于自身生态积累数据源和第三方数据源，爱又米目前银行口径的 $M3+*$ 逾期率 $<1\%$ 。行业普遍认为，风险控制是消费金融市场的底层基础设施，可靠的风控体系将构成消金公司的竞争

壁垒。

4. 料得明日花更红——爱财集团路在何方

显然，爱财集团在校园消费金融行业已经做出一番成就，但并不代表着爱财集团是完美的。要想在未来走的更远些，需要正视自己的短板，以谋求更长更远的发展之路。

4.1 进一步完善征信体系，扩宽征信人群

众所周知金融的核心是风险定价，传统金融机构只服务匹配定价的用户，所以只能服务小部分人群。我们中国有 14 亿左右的人口，拥有征信记录的人不足 4 亿，剩下 10 个亿的人口有待挖掘。互联网和金融科技给我们创造了这样的机会，在消费金融领域，让我们用金融科技渗透到没有覆盖到征信的人群。科技拓展了金融的边界，能够发现传统手段没有发现的信用，并让这些信用产生价值。钱志龙说：“我们是为所有潜在用户提供匹配的定价，服务广大有需求的用户。靠着不断发展的科技手段，金融服务可以超越三四亿有征信记录人群覆盖到全部潜在用户”。

传统评估个人信用的方式已不适合当下环境，“未来收益法”不失为一个信贷评估方式。爱财集团对于信用的定义跟传统金融机构略有不同，传统金融是按个人资产的市场价值评估，关键词是‘高收入’和‘抵押担保’。而爱财是按未来收益法，比如说一个清华毕业生，他现在可能工资 1 万，但他的信用价值肯定不止。我们可以通过相应技术手段，发现一些传统金融没有发现的信用，这样可以找到更多有信用的人群，为他们服务。”利用金融科技手段发现新信用的同时，还能够更高效得实现风险管理。通过多公司间协同合作，提高数据覆盖广度和交叉验证正确性，金融科技可以有效甄别风险。

爱又米应当借助大数据、云计算、人工智能、场景应用等最新科技，打通产业链上中下资金渠道。解决了实体经济融资难的同时，为用户提供了优质的金融服务产品，满足了普通客户实现安全理财的需求。掌握核心风控技术的爱又米，是否能成为未来互联网金融发展的领头马，让我们拭目以待。

4.2 突破固有资源，寻求多元化发展

爱财集团要突破自我，推陈出新。一方面，可以选择走进农村，爱财集团目前的目标客户群体主要集中于在校大学生和城市精英白领阶层，覆盖面比较窄。爱财集团若要寻求多元化发展，可以增加目标客户群体的覆盖面，突破学生和白领的精英群体，将客户群深入到广袤的农村区域。众所周知，农村金融目前是金融改革中比较薄弱的环节，贷款难也一直是农村区域尚未解决的难题。但是，爱财集团有着完善的大数据分析征信体系和风控体制，通过对居民的征信分析，信

用风险可谓是比较低的。如果，爱财集团能深耕农村市场，挖掘这一片蓝海，或许能成就另一番伟业。

另一方面，可以考虑走出国门。对爱财集团来说，其市场目前仍然只局限在了国内市场，国际上有更大的蛋糕可以去分享。爱财集团继今年4月宣布C轮融资2.2亿之后，爱财集团将开启新一轮融资计划，预计融资5亿元至10亿元。集团高层并不能不满足目前的成绩，综合各种信息可以推测，IPO上市才应该是爱财的最终目标。早在今年年初，爱财集团董事长钱志龙就曾对外表示，已开启IPO计划，也希望爱财集团能走出国门，飞的更高更远。

此外，爱财集团的信息披露不太到位。当下，年轻人要了解一个企业，企业官网是个首要选择。但是不得不说，爱财集团的官方网站内容十分简洁，并不能令人通过官网来了解这个企业。再者，在网上几乎找不到爱财集团的信息披露状况。定期披露企业信息可以令人更加了解这个企业，好的披露更能令人信服并且信任这家企业。因此，爱财集团在日后的发展中应当增强信息披露，让人们能更加去了解这个企业。

4.3 增强社会责任感，实现多方共赢。

爱财网积极承担社会责任，不仅满足消费者、利益相关者的需求，而且注重社会利益的长远发展，进而实现多方共赢。爱财集团作为具有社会性的经济组织，在市场经济下的企业与社会有着千丝万缕的联系。校园贷风波仍未停止，各种新的借贷骗局层出不穷，路漫漫其修远，爱财集团企业应当积极承担社会责任。

首先，面对目标客户，爱财集团应当建立风险监管控制机构，完善征信系统，减少风险发生频率；积极进行技术革新，实现技术与需求对接；优化服务流程，提高客户满意度。其次，培育企业文化，加强行业自律。爱财集团以“创建高效安全的消费环境”为企业使命，致力于打造简单、开放、健康的生态系统。可通过创建以消费金融为主体，集实践、创业、投资、资管、征信为一体的生态系统，为企业和个人消费者提供普惠金融服务，开拓互联网时代的新金融格局。同时积极建立和参加行业自律组织，建立行业统一信用评价标准，加强业界自律。最后，爱财应当积极落实有关于网络借贷的法律法规，进行相应体制改革，以适应社会发展。

企业增强社会责任感，一方面可以塑造良好的社会形象，增强企业凝聚力，另一方面，有利于企业持续发展。爱财集团应增强社会责任感，实现多方共赢，实现长远发展。

5. 尾声

爱财集团通过深度布局年轻人市场，打造了完整的年轻人金融生态服务体系，助力年轻人以信用成就梦想。旗下“爱又米”（原爱学贷）通过自建电商平台为用户提供海量商品消费分期；旗下“出未校园”作为集团生态的主要流量入口，拥有遍布全国的线下代理商网络，直达年轻用户；旗下“原质资本”致力于投资高校年轻人创业项目，打造高校生态闭环，其投资的“爱学派”、“全民雷锋”等项目深入服务学生群体，获取海量学生消费数据，为后期的客户转化奠定坚实基础；旗下“信程分期”和“享学科技”等平台深耕于年轻人旅游分期和教育分期等细分市场，为优质客户提供支持，助其实现人生理想。

基于普惠金融和价值创新的理念，爱财集团以“创建高效安全的消费环境”为企业使命，致力于打造简单、开放、健康的生态系统。通过创建以消费金融为主体，集实践、创业、投资、资管、征信为一体的生态系统，为企业和个人消费者提供普惠金融服务，开拓了互联网时代的新金融格局。至于爱财集团是否能成为一方霸主，我们拭目以待。

（案例正文字数：10552）

The Leader of the Campus Consumer Finance: Aicai Group

Abstract:

The year of 2004 was a year of rapid development of Internet finance , after two times of failed start-up business, Qian Zhilong resolutely returned to the Internet finance industry, to set up Aicai group on the way of campus consumer finance. On April 28, 2017, Aicai group announced the completion of RMB 220 million C round financing, which was invested by China Shunyi, the former shareholder Shenzhou Taiyue and Xing Hui interactive entertainment. After the completion of the C round financing, Aicai group has launched a new round of financing plans, and its IPO plan is also on the agenda. This case mainly introduces the development of Aicai finance group from its initial layout, development status, strategic transformation and future outlook.

Keywords: Aicai group; Consumers Finance; Growth Chain Finance