



LOVE FOR FAMILY

# “关爱贷” 产品开发计划

PRESENTED BY Data 小王子

# 关爱贷 让爱回家

拍拍贷  
ppdai.com



Love! Go Home

关注青少年健康成长，关爱留守儿童，携手让爱回家

To care for the wholesome growth of the youth

To care for the left-behind children, hand in hand, we bring love to their home.

关爱贷基金

# LOVE FOR FAMILY

We are  
**NO.1**

**第1家**  
网络信用借贷平台  
第一家完成  
A、B、C轮融资

**第1名**  
借款用户数量第1  
业务覆盖  
全国98%的县级行政区

**第1家**  
由工商部门特批  
获得“金融信息服务”资质  
的网络信用借贷平台

## (1) 产品定位

**社会责任：**任何一款产品都无法脱离公司而独立存在，“关爱贷”作为一款新型产品，也是为了提升“拍拍贷”的公司知名度和盈利能力。截止2015年底拍拍贷平台注册用户达1211万，服务覆盖全国98%的地区，无论从品牌影响、用户数、平台交易量等方面均在行业内占据领先地位。此时“拍拍贷”更应该考虑承担起公司的社会责任，给公众一个积极健康的企业形象，为中国互联网金融代言在公益事业做出表现。

**普惠金融：**拍拍贷公司以“触手可及的金融”为理念，在这样普惠金融价值观指引下，公司为大量用户解决其资金需求问题，在商业上获得了巨大成功。互联网金融的核心并非是盈利，而是能够精确把握每一个个体的需求，提供更为个性化的服务。“关爱贷”便是这样一款实现具有人文关怀的普惠金融，能够准确定位留守家庭解决资金需求，为弱势群体提供优质的金融服务。

## (2) 产品介绍

**产品类型：**“关爱贷”是一款专门针对留守家庭的公益性P2P贷款产品

**产品理念：**关爱留守儿童，让爱回家

**产品目标：**为留守家庭解决资金需求，让留守儿童过上幸福生活

**拍拍贷**  
ppdai.com

触手可及的金融

“关爱贷” | Data 小王子

# LOVE FOR FAMILY

## 产品说明书

产品名称	“关爱贷”	
适合客户	留守家庭：父母	
期限	短期贷（3、6、9月）	长期贷（1~3年）
贷款金额	1000-100,000元	
产品类型	个人贷款产品	
手续费	0.8 % (可返还)	
利息	0%-6%	
成立日	自资金到账日开始计算	
到期日	到期日当日不计算利息	
产品利润	1、手续费 2、留存资金的投资收益	

# LOVE FOR FAMILY

## 目录



### 需求分析

- 留守儿童现状
- 留守儿童困境
- 产品市场分析



### 商业模式

- “关爱贷”产品设计
- 公益众筹模式
- 竞争性产品对比



### 风险控制

- 目标客户风险特征
- “两步走”策略
- 层次化监管
- 信用体系建设



### 营销推广

- 网络推广
- 线下活动
- 政府合作

# 需求分析

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

- 留守儿童现状
- 留守儿童困境
- 产品市场分析

# 需求分析

## 一张照片引起的故事

1 照片上的女孩是一位西部山区的留守儿童，父母都在广东佛山打工，留下她与弟弟在家跟随奶奶。老人身体不好，弟弟年龄太小，无奈女孩为了照顾好弟弟，只好带着弟弟一起上课。

西部/佛山

分割两地



6102万

2010年统计

2

《中国2010年第六次人口普查资料》样本数据推算

21.88%

留守儿童比率

3

全国儿童占比

## 留守儿童现状

2005年—2010年，农村留守儿童增量

242万



《中国2010年第六次人口普查资料》

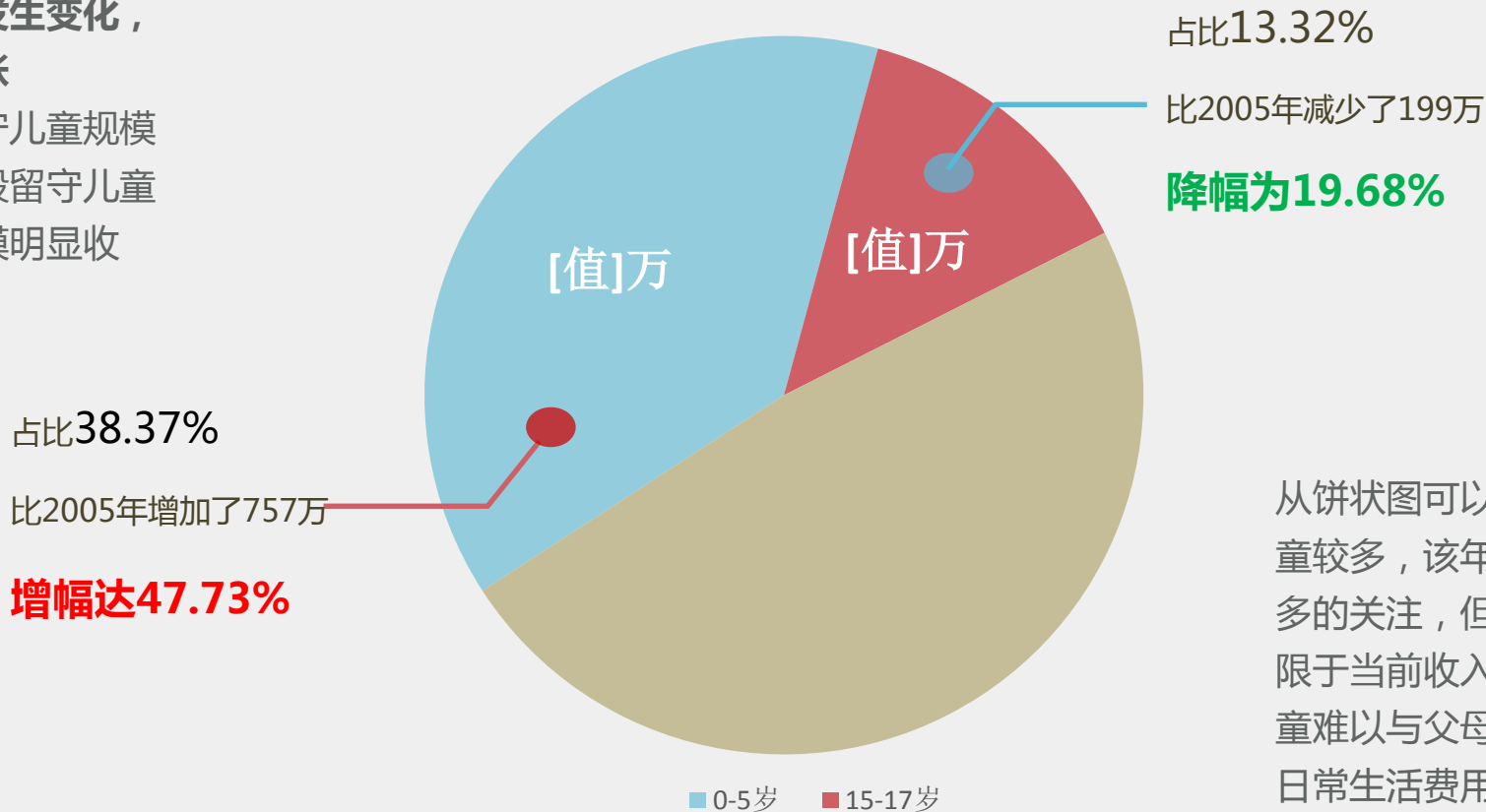
1 农村留守儿童数量多，增长趋势明显

全国有农村留守儿童6102.55万，占农村儿童37.7%，占全国儿童21.88%。

## 留守儿童现状

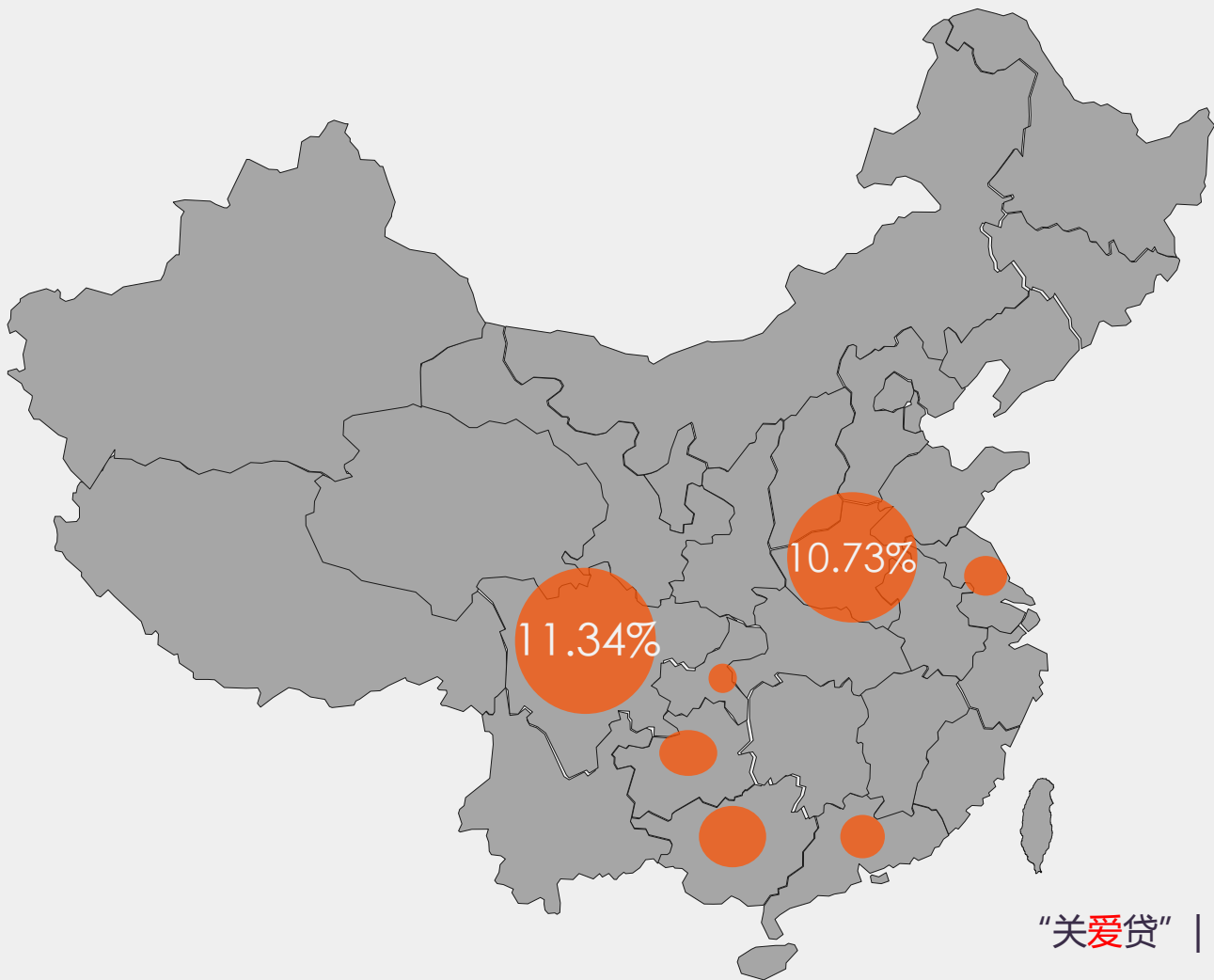
留守儿童结构

2 农村留守儿童年龄结构发生变化，学龄前儿童规模快速膨胀  
可见五年间，学龄前留守儿童规模快速膨胀，义务教育阶段留守儿童减少，大龄留守儿童规模明显收缩。



从饼状图可以看出留守儿童学前孩童较多，该年龄层儿童往往需要更多的关注，但是父母外出打工，受限于当前收入与城乡隔离，留守儿童难以与父母相聚，且其医疗教育日常生活费用十分低，生活条件堪忧。

## 留守儿童现状



3 农村留守儿童高度集中在中西部劳务输出大省，但广东、江苏等东部发达省份比例也很高

留守儿童在各地之间的分布很不均衡。其主要集中在四川、河南、安徽等劳务输出大省。

从农村儿童中留守儿童所占比例来看，重庆、四川和江苏的比例已超过50%，广西、广东、贵州的比例超过40%

## 留守儿童困境



### 心理问题

调查表明，留守儿童与家长联系较少，21.1%留守儿童的家长一个月才会联系孩子一次，4.9%家长每年才联系一次，1.3%家长甚至与孩子没有联系，留守儿童缺乏关爱严重



### 成长问题

河南省高院曾随机抽取了2009年至2013年间的120件未成年人犯罪案件，其中留守儿童作案的47件，比例达39.2%。2007年5月在押的1877名青少年罪犯，在犯罪前与亲生父母亲生活在一起的仅占32.6%



### 安全问题

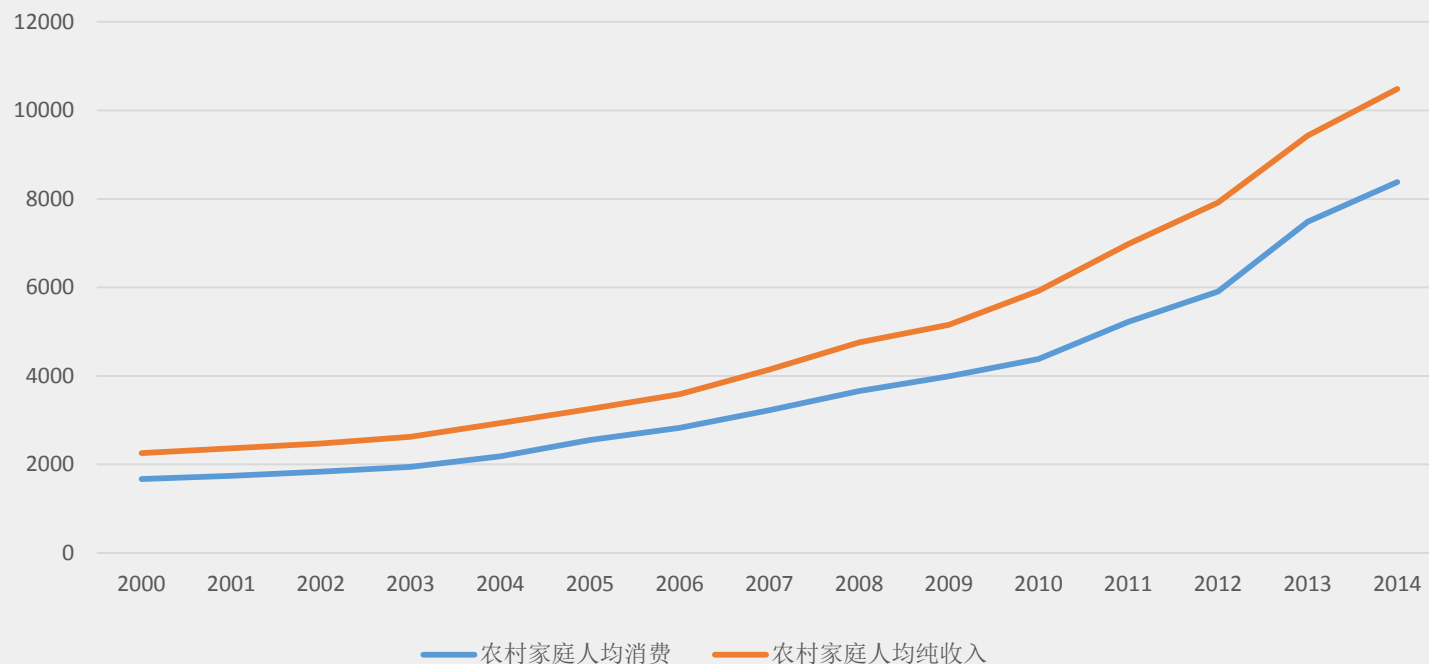
中国青少年研究中心发布的调研报告指出，2013年中，有将近一半（49.2%）的留守儿童遭遇过意外伤害，比非留守儿童高出7.9个百分点。这些意外伤害包括：割伤、烧伤烫伤、车祸、溺水、触电、中毒、火灾，等等。

留守儿童困境需要全社会的关注，这些问题的解决仅靠国家号召和慈善捐赠是不够的，需要立法的完善，引进社会资本等多方式、全方位地解决。

资料来源：中国新闻周刊《留守儿童问题调查》

## 产品市场分析

农村家庭人均收入和支出



资料来源：国家统计局网站

自2000年来，农村家庭的人均收入和支出均呈快速上升趋势，这表明随着社会经济的发展，农村家庭的消费需求和消费能力都有大幅提升，农村家庭的巨大消费需求是市场未来新的增长点，市场前景广阔。

## 产品市场分析

表：城乡家庭借款拥有率

地区	2011	2013
城市地区	16.4%	16.5%
农村地区	29.9%	30.0%

资料来源：《中国民间金融发展报告》

通过上表，可知现实生活中，农村家庭的借款拥有率更高，这与农村居民的收入消费比较低有关，农村家庭的资金需求缺口更大，因而农村家庭其实更需要贷款来满足其日常支出。

## 产品市场分析



28.4K

农村家庭年收入



71.5K

城镇家庭年收入

### 留守家庭需求分析

- (1) 留守儿童的年龄结构偏低，教育医疗生活支出需求巨大。
- (2) 留守儿童得不到应有照顾，各种问题凸显，生活状况堪忧。
- (3) 留守家庭迫切需要额外的资金来改善子女和父母的生活水平。

### 留守家庭还款分析

- (1) 进城务工，收入提高，偿还能力极大提高。
- (2) 本地化需求，信用提升需求，促使其偿还贷款。

# 商业模式

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

- “关爱贷” 产品设计
- 公益众筹模式
- 竞争性产品对比

## “关爱贷”产品设计

- “关爱贷”针对特定人群所设，目标群体为留守家庭，细分化市场
- “关爱贷”以公益为宗旨，贷款为其融资手段，不同于普通P2P产品的收益导向，也有别于普通公益基金的捐赠融资方式
- “关爱贷”借助互联网技术，消除信息壁垒，解决信息不对称问题，为留守家庭提供更为便捷的融资渠道
- “关爱贷”顺应国家政策，关注留守儿童问题，同时是精准扶贫的一种有效手段

## “关爱贷”产品设计

### 贷款条件

- 本产品专门针对留守家庭
- 贷款者需提供本人及其孩子的身份证，且符合相应的基本要求
- 提供收入流水，有一定收入来源，提供支付宝截图
- 提供借款资金使用情况

### 贷款额度

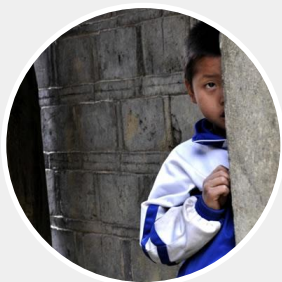
- 提交基本信息审核通过，可贷取基础额度贷款（较小额度）
- 还贷记录良好者可提高贷款额度
- 提交额外信息公开至关爱贷平台（家庭详尽的信息、所需贷款金额及目的），以众筹形式借贷

### 贷款资金

- 个人投资者可直接投关爱贷基金
- 个人投资者可根据相关家庭信息，以众筹形式投给对应家庭
- 与机构投资者如公益基金进行长期合作，开展长期贷款业务

## 公益众筹模式

### 应急类



陈某某，女，贵州人，家孩子两人，均为留守儿童，因9岁儿子张某某患严重疾病，急需10,000元进行救治，利率3%，因此特向您们申请借款，并恳请得到您们的支持。

¥10,000

立即贷款



赞



分享

### 消费类



李某某，男，河南人，家有孩子六人，均为留守儿童，其中四位孩子均为学龄儿童，最小的孩子不满两周岁，家庭现在各项支出困难，希望广大关爱贷朋友们能提供6000元贷款。还款期为1年，利率4%，在此深表感谢。

¥ 6,000

立即贷款



赞



分享

### 投资类



朱某某，女，重庆人，家有孩子两人，均为留守儿童，今年大女儿赵某婷16岁，考上市区重点高中，但因家庭经济困难，难以支持其继续攻读，女儿勤奋苦读，敬爱父母，实在不忍心看其辍学，在此希望借款5000元帮助女儿求学。

¥ 5,000

立即贷款



赞



分享

一、投资者填写相关信息。

二、对资金用途进行分类。

三、不同类别资金利率和额度不同。

四、定期核实借款情况，更新信息。

## 公益众筹模式

### 应急类

陈某某 23人爱心贷款给她

希望通过获得10,000元，给孩子治病。

年龄：32岁

工作所在地区：广东省深圳市某工厂

见证机构：广东省深圳市某信贷机构

儿子：张某雷

年龄：9岁

所在地区：甘肃省定西市安定区某庄村

见证机构：甘肃省定西市民某医院

贷款金额：¥ 10,000.00 已还金额：¥ 00.00

利率3%

贷款进度66%

¥ 10,000.00

立即贷款



赞



分享

请输入贷款金额：

0~¥ 3,400.00

请确定爱心利率：

0~3%



陈某某，女，贵州人，家孩子两人，均为留守儿童，因9岁儿子张某雷患严重疾病，急需10,000元进行救治，因此特向您们申请借款，并恳请得到您们的支持。

## 一、开放式利率规则

对于借款方，根据其借款资金用途、信用评级情况，设置不同的利率下限和借贷规模。

对于贷款方，放开利率限制，贷款方可以自主决定贷款资金的额度，并且决定爱心利率的具体数值，爱心利率就是贷款利率，利率上限是借款方利率，利率下限是0。

## 二、爱心积分

根据贷款方投资金额的规模、投资的次数已经爱心利率的具体数值，给予贷款方一定的爱心积分。

网站开辟专门区域，公布贷款方周积分排行榜、月积分排行榜、总积分排行榜。贷款方可以使用积分，在爱心积分商城兑换爱心礼品。

## 竞争产品对比

“关爱贷”是专门针对广大留守家庭，基于公益宗旨，依托互联网便捷技术，以贷款融资为手段提升留守家庭生活水准、缓解留守儿童困境的新型P2P金融产品

“关爱贷”本质上属于P2P借贷，是一种贷款金融产品，它可视为一款较当前众多同质化网贷产品更为细分化市场、差异化竞争的升级产品

“关爱贷”与针对普通务工人员的“工友贷”存在竞争性，工友贷产品是当前P2P市场的主流产品，通过将两者对比进行可行性分析

## 关爱贷产品设计

**产品需求性**：普通工友贷仅针对较少改善性需求的务工人员，关爱贷是基于数千万留守家庭刚性需求的产品，**需求性上关爱贷强于工友贷**

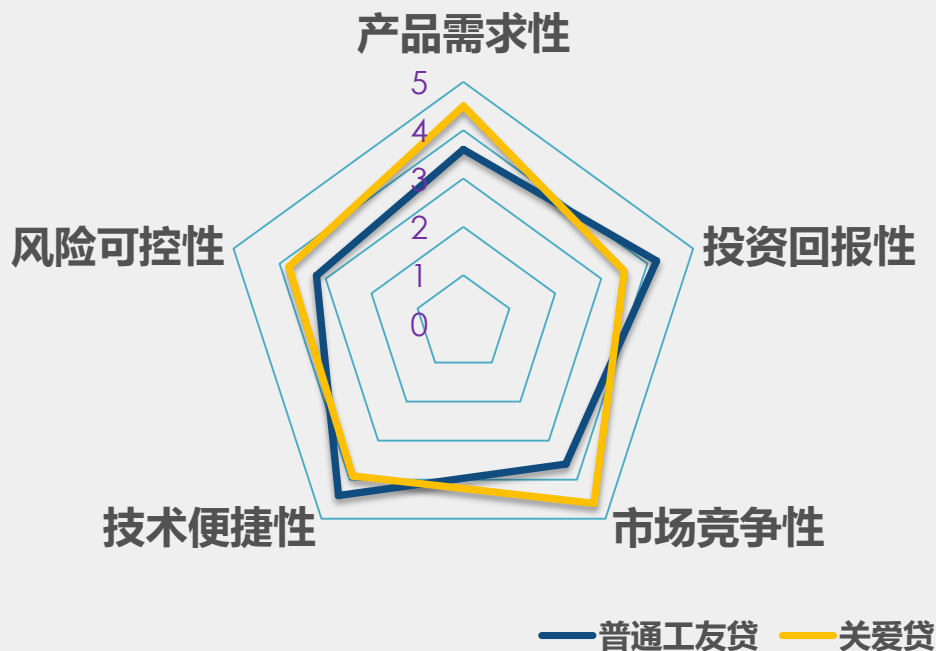
**投资回报性**：投资回报率上，关爱贷基于爱心公益性，其利率较低，而工友贷是市场化产品，其利率较高，**投资回报上工友贷高于关爱贷**

**市场竞争性**：据网贷之家《2014年中国网络借贷行业年报》显示，2014年底网贷运营平台已打1575家，且呈快速增长趋势，其中绝大部分均运营工友贷类似产品，竞争十分激烈，而关爱贷此类公益性贷款产品尚处起步阶段，**市场竞争上关爱贷较工友贷强**

**技术便捷性**：工友贷产品借款者申请流程简单，所需信息较少，而关爱贷基于留守家庭设定，需要的信息较多，**技术便捷上工友贷好于关爱贷**

**风险可控性**：工友贷审核较为简单，借款人提供信息较少，且利率较高，易产生违约风险，而关爱贷所需信息量较多，且贷款利率较低，其风险较小，**风险可控上关爱贷优于工友贷**

## 普通工友贷与关爱贷的五维关联模型



# 风险控制

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

- 目标客户风险特征
- “两步走”策略
- 层次化监管
- 信用体系建设

# 风险控制

S

STRENGTH

产品优势：

- (1) 需求量  
留守家庭数量众多，家庭经济条件一般，资金需求量大。
- (2) 信息平台  
透明的信息披露平台，资金用途明确，利于借贷方明确资金情况，多种借贷形式。
- (3) 蓝海市场  
公益性借贷市场以及众筹式借贷市场方兴未艾，竞争对手少。

W

WEAKNESS

产品劣势：

- (1) 低收益率  
为体现本产品的对于留守家庭人道主义关怀带来的负面效果。
- (2) 道德风险  
普通家庭为了获得便宜贷款进行信息欺诈，留守家庭恶意骗贷。
- (3) 手续过程  
申请贷款需要一定的信息以及照片，后续审核等。

O

OPPORTUNITY

产品机遇：

- (1) 政策导向  
留守家庭问题日益严重，容易获得政策支持。
- (2) 社会热点  
社会事件频发，容易获得媒体关注，增大曝光率。
- (3) 公益性  
公益事业发展，吸引社会公众的支持，利于产品推广。

T

THREAT

产品挑战：

- (1) 替代产品  
产品缺乏绝对的技术壁垒，容易被其他公司模仿。
- (2) 网贷环境  
P2P网贷事故频发，公众对于网贷心存顾虑。

## 目标客户风险特征

父母外出打工，主要的目的是改善家庭经济条件，其风险偏好较低，可靠度较高。父母借款用来改善孩子家庭生活、教育、娱乐，其还款可能性也比较大。



留守家庭的教育背景一般为小学初中、高中，已经接受一定的教育，可以根据教育程度不同进行设定额度。也可以根据其借款记录和信用记录，对留守家庭进行信用评级。



工作

目前农村家庭年收入大约是3万元/年，留守家庭父母外出打工，其工资收入应稍微大于农村家庭收入，其还款能力较强。可以根据其工作性质、年薪、年限进行分类管理。



资金

申请资金的同时要求填写用款用途，明确资金的流向，保障其按时还款。贷款人可以根据资金用途，调整贷款规模，利于资金分配。

## “两步走”策略

### 第一步 合资模式

由拍拍贷牵头借助政府、公益组织或者其它非盈利组织等社会力量，以基金的形式成立“关爱贷”贷款基金，作为“关爱贷”初始资金来源。

根据各方出资情况及再投资内部收益率确定合适的基金存续期，在存续期间将“关爱贷”打造成中国最大的、最有信誉的、最安全的网络公益贷款平台，此时平台的主要收入为手续费。

### 第二步 独立模式

待公益贷款平台成熟后，根据情况撤回各方投资全额，依靠公益众筹模式筹集“关爱贷”贷款资金。

“关爱贷”产品依靠前期发展出来的声誉和平台，独立吸引投资者和爱心人士，此时主要的收入为留存资金的投资收益。

## 第一步 合资模式

前提假定	符号	备注
贷款利率	w	为了体现公益性贷款利率应偏低较好，最好能免收贷款利率，此假定暗含所有贷款能够按时收回利息
贷款期限(年)	T	假定为2年
贷款手续费率	f	0.08%
初期总规模	D	“关爱贷”募集的关爱基金总额
资金到位时限(3年)	$q_1$ 、 $q_2$ 、 $q_3$	每年资金到位比例
拍拍贷出资比例	s	关爱基金中，拍拍贷出资占比
贷款违约概率	p	模拟中赋予每笔贷款的违约概率
内部收益率	r	拍拍贷进行再投资能够获得的收益率，也为未来现金流的折现率

假定拍拍贷的出资在基金正式发放贷款前已全部到位（这样即可高估拍拍贷面临的风险），每年贷出资金为基金总规模的十分之一，**合资模式的时间假设为10年**；不考虑关爱贷存续期间的费用支出，同时10年期满后拍拍贷自出资金外其余资金仍归还给各出资方。

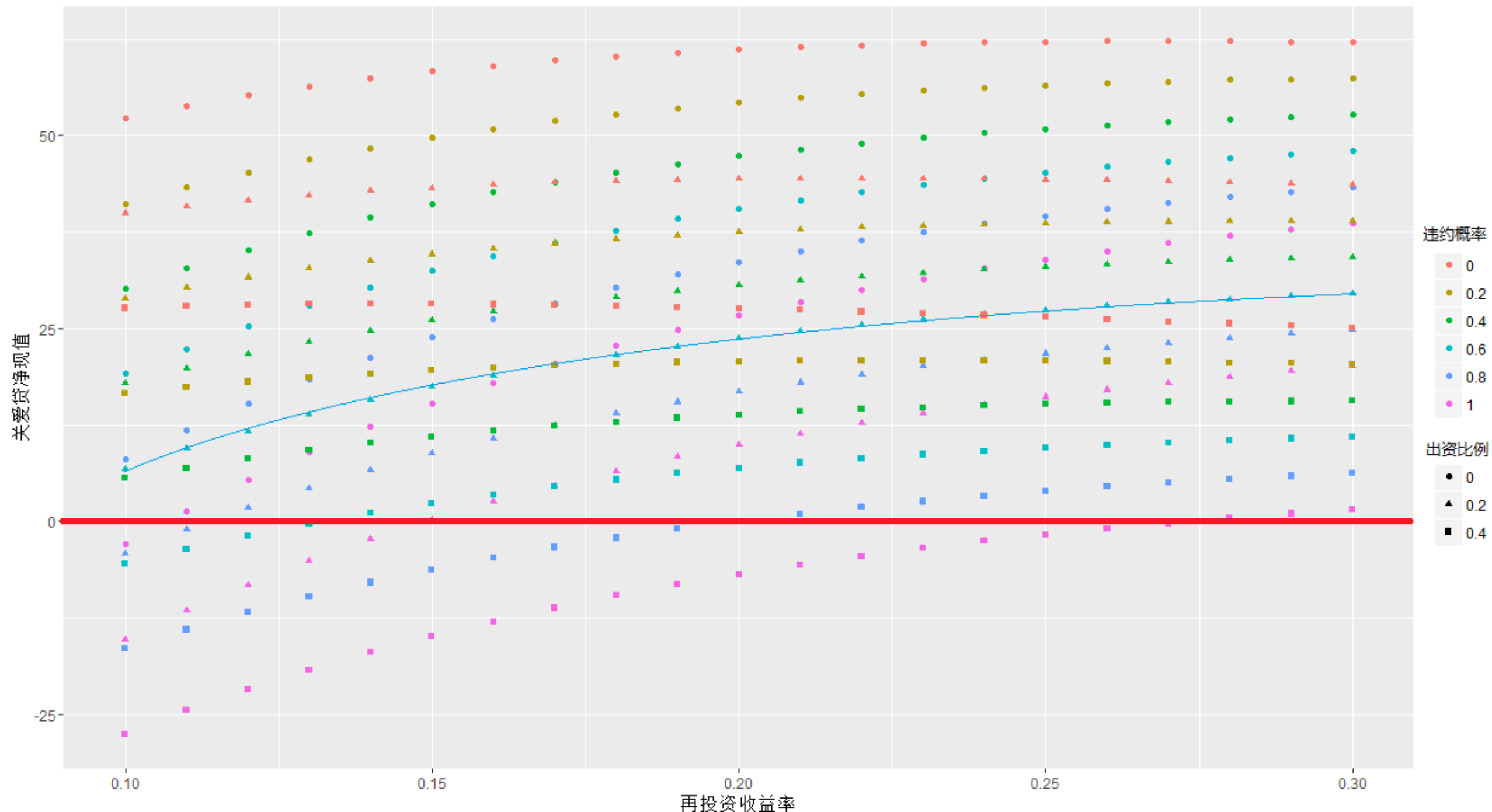
### (1) 敏感性分析

设定 $D=100$ ， $q_1 = 0.4$ ， $q_2 = 0.3$ ， $q_3 = 0.3$ ， $w=5\%$ ， $f=0.08$ ，模拟出资比例s，内部收益率r，违约风险p取不同值时，分别计算出基金最后的净现值。

### (2) 画出模拟结果

从模拟的结果看当s等于0.6时只有违约率小于20%时净现值才会为正，当s大于0.6时无论违约率时多少净现值都为负。下图展示额出资比例小于0.6的情况。

净现值——收益率



## 第二步 独立模式

**盈利模式改变：**当众筹成为关爱贷资金来源后，对每笔贷款设定一个合理的锁定期（如3个工作日），拍拍贷在这个锁定期内对这些资金进行再投资以获得短期收益，由于在后面的设计中将费率设计成一种正向的激励措施，因此处于谨慎性考虑，此处不将费率收入纳入收益之中进行考虑。

主要风险	应对策略
再投资时无法收回本金	风险极低，将锁定资金投资到货币市场基金、短期票据等流动性很强的资产
公益资金来源不足，投资收益无法弥补平台费用	通过扩大公益基金的影响力，进行公益宣传，与更多的公益机构进行长期合作
公益贷款违约率偏高，平台呈萎缩式发展	层次化监管，利用大数据分析技术对前面十年的经营数据进行分析，通过更为客观的量化方法进行贷款的审批
进行贷款的贷款者偏少，导致公益基金“名存实亡”	宣传“关爱贷”的公益性，强调其操作简单、审批快、利率低等特点，用以吸引需要公益贷款的人群

## 层次化管理

贷款前

贷款前按贷款用途分成三大类，消费类、应急类、投资类。

贷款期间

如果贷款者定期向平台证明其按照既定的用途使用资金，则平台将费用的20%返还给贷款者；  
定期对贷款者的风险偏好进行网络问卷调查，如果贷款者积极配合，则返还费用的30%；  
如果贷款者按时还本付息，则返还费用的50%。

贷款期后

综合贷款者整体表现，可以考虑提高贷款者下次贷款的上限额度，以吸引贷款者进行再次借贷。

## 信用体系建设



### 目标：

1. 完善信用记录
2. 建立奖惩机制
3. 预防失信行为



从社交媒体、数字数据中间商和网络记录等渠道收集而来的海量信息，经过算法分析，用于评定个人信用度，分析信用状况，判断失信概率。

利用大数据技术，对是否批贷进行判断。初次批贷可以利用信用体系信息，进行无监督学习。多次借贷则将信息登入信用体系，用以判断未来贷款行为。

# 营销推广

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

- 网络推广
- 线下活动
- 政府合作

## 网络推广

**公益宣传**，以公益广告、公益海报、公益网络短片的形式，宣传“关爱贷”的核心价值，传播关爱精神，关注留守儿童。

**微感恩（论坛）**，完善“关爱贷”网站建设、开辟为专门的社区论坛、为留守家庭表达心声，留守儿童接触网络提供支持。



**网络合作**，与新浪、网易、豆瓣、天涯等网络公司开展合作，开辟专栏或者联合创作相关的作品等。



**建立关爱儿童信息系统**，爱心人士可通过系统与留守儿童及家长进行互动交流。

## 线下活动



青  
工  
部



**高校合作：**争取和全国各个高校的“爱心社”、“志愿者协会”、“青工部”、“西部梦想”等组织进行合作。为大学生提供资金支持，协助他们为留守儿童举办活动，在留守儿童较多的地区开展支教活动。

**留守儿童关爱日：**在时机较为成熟的时候，和公益机构、高校组织、民间爱心人士共同举办大型活动，争取设立具体的一个日期，成为“留守儿童关爱日”，扩大社会对于留守儿童的关爱，同时拓展产品知名度和影响力。

## 政府合作



**与民政部合作：**争取与民政部门合作，民政部门协助证实留守家庭的实际情况，联系各大爱心基金、儿童基金，共同组织关爱留守儿童，帮扶留守家庭的贷款扶持计划，以金融融资手段，实施精准扶贫，实现有效脱贫



**与教育部合作：**展开与教育部门合作，以公益捐款、贷款等筹资方式帮助留守儿童解决就读、升学、转学等教育问题，组织公益活动，向留守儿童捐赠爱心书籍，关爱留守儿童成长



**与人社部合作：**积极与人社部门沟通协作，实行留守家庭返乡就业创业贷款，引导更多留守家庭返乡置业，既解决留守家庭分离问题，又促进落后地区经济发展



**与妇联合作：**与各级妇联会展开合作，共同开展关爱留守儿童公益活动，组织爱心人士、专业医护人员，下乡为其免费身体健康检查、心理健康治疗，关心留守儿童的身心健康



THANK YOU

---

感谢聆听

PRESENTED BY Data 小王子