



Opportunités de la FinTech française en Chine

14 février 2018, SFAF, Paris

Sommaire

- Caractéristiques du marché chinois
- Analyse des points forts et des difficultés des acteurs chinois
- Valeurs ajoutées et opportunités de la FinTech française



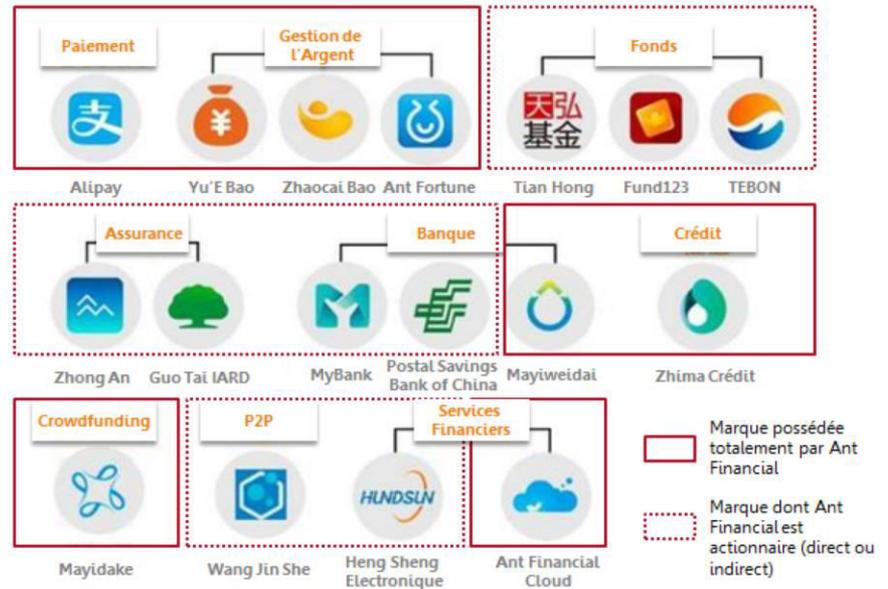
Caractéristique du marché chinois

- Classement
- Technologies
- Grands domaines d'activités
 - Par marché / segmentation
 - Par usage
- Particularité en détail
- Tendances et focus investissement



Cas B2C – Ecosystème d'Ant Financial

Alipay <https://www.youtube.com/watch?v=t5EIQaVjQZE>



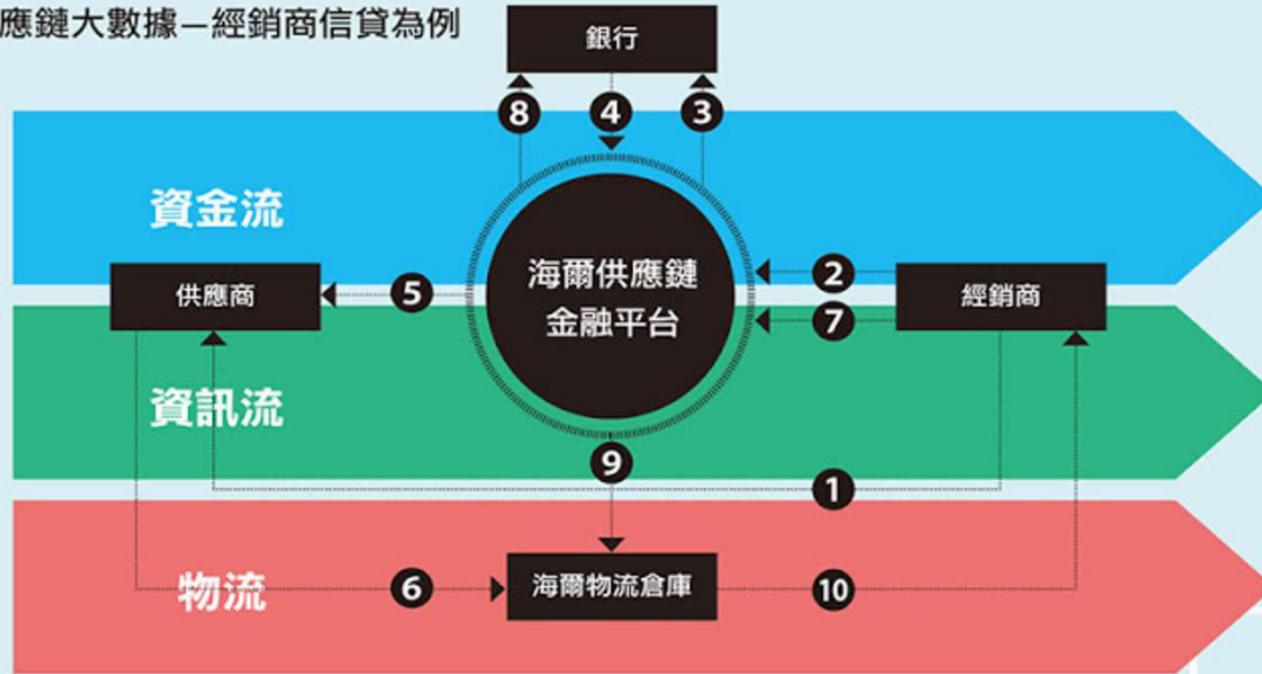
Source : Périclès Group



SR2C Consulting & Management
法缘 咨询 & 管理

Cas B2B – Plateforme du financement d’approvisionnement d’un e-revendeur d’Haier

海爾金融供應鏈大數據—經銷商信貸為例



- ① 通過海爾B2B平台下訂單
- ② 申請融資
- ③ 建議額度與保證金比例
- ④ 放款至經銷商受監管帳戶
- ⑤ 定向支付
- ⑥ 發貨至監管倉庫，貨物進入質押狀態
- ⑦ 申請贖貨
- ⑧ 經銷商還款
- ⑨ 通知倉庫，貨物解除質押
- ⑩ 通知經銷商提貨

資料來源：滙智匯金融知識庫



SR2C Consulting & Management
法缘 咨询 & 管理

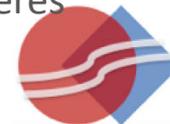
Marché chinois - Particularité en détail

- La plus grande économie digitale du monde
- Pays de e-commerce
- Digital, vecteur principal pour les entreprises
 - Croissance
 - Assumer sa puissance (BAT)
- Explosion de la FinTech B2C
 - Paiement mobile, P2P lending et investissement en ligne
 - Engorgement pour des produits digitaux,
 - Montée en puissance de la classe moyenne
 - Remplir un vide du marché
 - Peu de poids historique (ex : carte crédit)
 - Client novice (inconscient sur des risques)
 - Expérience client exceptionnelle (agrégateur que spécialiste)
 - Disponibilité importante de fonds
- Rapidité, agilité et opportuniste
- Investisseur particulier (> 80%) actif et court terme



Marché chinois - Particularité en détail

- B2B peu développé (5%)
- Place encore pour :
 - InsurTech
 - Robo advisor
 - RegTech et gestion de risques (sécurisation de prêt/crédit, cyber sécurité...)
 - Profil analyse et marketing ciblé (精准推销), un marché très porteur
- Vent favorable et volonté gouvernementale
 - Transformation, montée en gamme de l'économie
 - Élément pour accélérer la montée en puissance du pays
 - Promouvoir l'inclusion financière
 - Données unifiées vers 2020
 - Données bancaires en ligne vers Cloud fin quinquennat
- BAT à PSS (Pékin, Shanghai, Shenzhen), concentration de données digitales
- Internationalisation
 - Services aux touristes chinois à l'étranger (exporter le modèle)
 - Actionnaire ou acquisition des entreprises étrangères



Marché chinois - Particularité en détail

- Immature, barrières d'entrée peu élevées
- Manque du professionnel qualifié (ex : conseiller financier)
- Concurrence rude
- P2P prêt : situation de crise
- Plateforme de services plutôt au niveau de canaux (peu de contrôle)
- Time to market court mais qualité médiocre (logique de jetable)
- Abus de confiance (paper tiger, société éphémère, fraude)
- Monopole de ressources par les entreprises d'état
 - Licences
 - Données historiques et off line
 - 90% de valeur de transactions
- Réglementation incomplète ou faible
- Pouvoir centralisé (tradition) vs. FinTech (décentralisation)
- Hermétique aux entreprises étrangères



Marché chinois - Particularité en détail

Comparatif des dates de création des acteurs majeurs FinTech entre USA et Chine

海外与中国FinTech企业成立时间对比

	海外	中国
电子支付	Paypal (美国, 1998年)	支付宝 (2004年) 财付通 (2005年)
互联网基金	Paypal货币市场基金 (美国, 1999年)	余额宝 (2013年)
互联网保险	Directline (英国, 1985年) INSWEB (美国, 1995年)	众安保险 (2013年)
非股权众筹	Kickstarter (美国, 2009年)	点名时间 (2011年) 京东众筹 (2014年)
股权众筹	Angellist (美国, 2010年) Wefunder (美国, 2012年)	天使汇 (2011年) 天使客 (2014年) 36氪股权投资 (2015年)
网络银行	SFNB (美国, 1995年) Egg (英国, 1998年) 乐天银行 (日本, 2009年)	深圳前海微众银行 (2014年) 浙江网上银行 (2014年)
P2P	Zopa (美国, 2005年) Lending Club (美国, 2006年)	拍拍贷 (2007年) 91金融 (2011年) 宜人贷 (2012年)

来源：公开资料，36氪研究院



Marché chinois - Particularité en détail

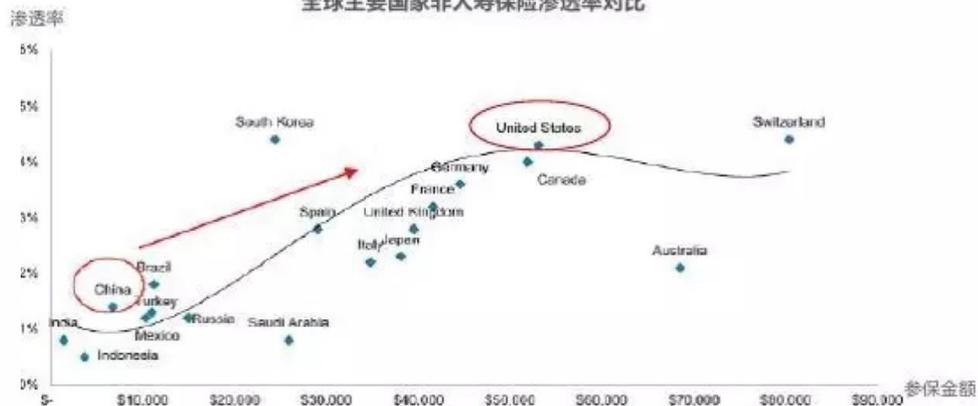
Comparatif de la pénétration de cartes de crédit / produits d'assurance non Vie entre USA et Chine

中美信用卡渗透率对比

	美国	中国
信用卡持有者数量 (百万)	200	190
信用卡数量 (百万)	1900	460
每持有者拥有的信用卡数量	9.5	2.4
信用卡渗透率	61.9%	13.8%

来源：公开资料，36氪研究院

全球主要国家非人寿保险渗透率对比



来源：Sigma Re Group, BCG, Morgan Stanley, 36氪研究院



Marché chinois - Particularité en détail

Marché du paiement mobile en Chine

Historique et acteurs principaux



Marché chinois - Particularité en détail

Marché du paiement mobile en Chine

Evolution du marché

- 我国支付业务起步早，第三方支付线上交易规模庞大

2012-2016年 中国第三方支付线上交易量



来源：艾瑞咨询，36氪研究院

Alipay vs. Paypal

2015年 支付宝与Paypal交易金额对比 (\$B)

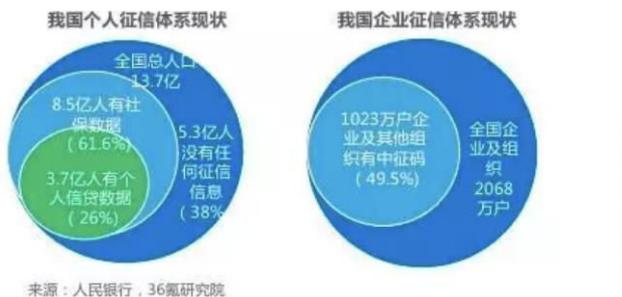


来源：公司财报, Citi Research, 36氪研究院



Marché chinois - Particularité en détail

Marché de vérification de risques de prêt/crédit en Chine
taux de vérification d'un particulier est très faible (9%)



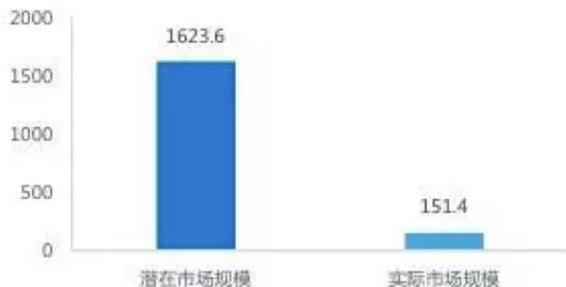
个人借贷信用评分中, 传统征信视角和大数据征信数据的对比如下:

个人信用风险评

- 还款意愿
- 还款能力
- 还款稳定性



征信行业潜在市场规模与实际市场规模 (亿元)



来源: 艾瑞咨询, 36氪研究院



Marché chinois - Particularité en détail

Merché de Robo Advisor chinois
suiveur des américains (ex : Wealthfront)

Pénurie du conseiller en investissement

截止2016年1月28日，市场投资者数量共计10038.85万，其中自然人10010.12万，非自然人28.73万。



注释：此处市场投资者包括自然人和投资机构
来源：证监会，36氪研究院

Deux robo-advisors les plus connus en Chine (Indice ETF)



Tendance et focus investissement

- Tendance
 - Restructuration du marché du paiement mobile
 - Développement du paiement mobile à l'étranger
 - Maîtrise de risques de prêt/crédit
 - Gestion de capitaux et de patrimoine
 - B2B, spécialisation
 - Travaux initiés par l'Etat (migration vers Cloud, données unifiées...)
 - Plateforme agrégateur de scénarios d'utilisation
- 10 milliards US\$ investis en 2016, devant USA (9,2 milliards) et UE (2,4 milliards)
- 3 méga-deal de plus 1 milliard US\$ en 2016 (4,5 milliards pour Alibaba)
- Volume de fonds disponibles dans le secteur (public ou privé) pour les start-ups innovantes représente 231 milliards US\$ en 2015 (750 fonds)



Points forts et difficultés des acteurs chinois

- Effet de volume
 - 47% de e-commerce mondial
 - 751 millions d'utilisateurs d'Internet
 - Achats, ventes et transferts de fonds en ligne et globaux
 - Plus d'1 milliard de comptes cumulés utilisant le paiement mobile
 - 234 millions d'exclus de services financiers classiques
 - Coût bas et prix attractif (+volume, -contraint règlement, -qualité)

- Compréhension de besoins
 - Possession des données massives
 - Offres avec une expérience client exceptionnelle
 - Time to market optimal
 - Agilité et adaptation permanente
 - Proximité avec les marchés locaux



Points forts et difficultés des acteurs chinois

- **Marché domestique en croissance et protégé**
 - Taux de pénétration encore bas
 - B2B à développer
 - Place pour les nouveaux rentrants
 - Client novice, peu sensible aux risques/à la protection de données privées
 - Contraint réglementaire relativement faible
 - Manque d'expérience et de recul
 - Insuffisance sur la qualité et la maîtrise de risques

- **Ressources humaines**
 - Souplesse, travailleur et rôle important de la femme dans l'économie
 - Retour au pays des anciens GAFAM et Wall Street
 - Vivier d'ingénieurs qualifiés
 - Initiative et moyens importants pour attirer les talents internationaux
 - Manque de spécialistes de haute qualification

- **Soutien d'un pouvoir central fort**
 - Promotion des innovations
 - Mise en place de l'infrastructure Big Data
 - Financement
 - Protection du marché



Valeurs ajoutées et opportunités françaises

- Avantages concurrentiels
- Barrières d'entrée, réglementation, concurrence
- Positionnement de la FinTech française



Avantages concurrentiels

- Ressources/solutions de haute valeur ajoutée
 - Capacité en Finance (mathématique)
 - Capacité en Technologie (ingénierie)
- Longue expérience dans le secteur de services financières
 - Une des références
 - Qualité et rigueur dans la construction de modèles de calcul/algorithmes...
 - Données historiques, professionnel qualifié et expérimenté
- Spécialiste B2B, services « Small & Beautiful »
- French touch
 - Productivité
 - Humaine : scénarios d'utilisation créatifs et smart
- Force de proposition fiable, innovante et alternative
- Expertise dans le management sécurisé et continu
 - Système IT/FinTech pour le secteur bancaire
 - Process et gouvernance
- Habitué à travailler avec les réglementations sévères et complexes



Barrières d'entrée, contraintes, concurrence

- Marché peu ouvert aux étrangers
 - Absents ou quasi absents : Google, Amazon, Facebook, Twitter
 - Préférence nationale
 - Obligation de changer certains fournisseurs/partenaires
- Instabilité de l'environnement légal
- Implication et rythme à la chinoise
- Différence culturelle (expérience client)
- Silicon Valley, Wall Street sont les 1ères références
- Autres pays actifs et réputés (Israël, Canada...)
- Compétition avec les acteurs locaux
- Guerre de talents
- Protection IP



Positionnement de la FinTech française

- Services B2B aux institutions financières (NeoXam)
- Alliance avec les banques locales dans sa transformation digitale pour lutter contre les nouveaux entrants géants (BAT)
- Sécurité de la connexion entre FinTech et le système bancaire classique (contrôle d'erreurs, de fraudes et de la cyber criminalité)
- Offre de niche et spécialisation reconnue (algorithmes, modèle, AI, RegTech...)
- Innovation liée aux avantages concurrentiels français
- Etre le partenaire FinTech des chinois en France (acceptation des investissements chinois ?)
- Collaboration sino-française sur les territoires francophones
- Démarrage d'un projet à HK ou en lien avec l'initiative de la Nouvelle Route de la Soie
- Formation du professionnel financier chinois de haut niveau (management, technique...)
- Conseil, évaluation et certification labélisés
- Aide aux institutions tutelles dans la construction et le renforcement de leurs processus standards et systèmes de contrôle

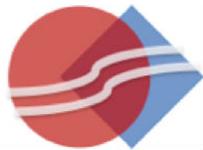
...



Pour connaitre plus

Ant Financial, comment fonctionne-t-elle ?

<http://sr2c.com/fr/ant-financial-comment-fonctionne-t-elle/>



SR2C Consulting & Management
法缘 咨询 & 管理

周琦

Sophie Zhou Goulvestre

SR2C Consulting & Management

179, avenue de Versailles, 75016 Paris, France

Tél. +33 (0)1 40 71 08 69

Mobile +33 (0)6 83 73 37 40

sophie.goulvestre@sr2c.com

www.sr2c.com



SR2C Consulting & Management
法缘 咨询 & 管理