

2017-2023年中国消费金融市场深度调查及未来前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国消费金融市场深度调查及未来前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201706/530164.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

从垂直人群来看，大学生以及年轻蓝领等新的消费力量正在形成，许多新兴消费金融公司也逐渐进入这一市场。相比70后与80后，90后在消费上更加前卫和冲动，提前消费的意愿更加强烈。而商业银行等传统消费金融机构为这两类人群提供的消费金融服务极少，因此许多新兴

的互联网消费金融企业则把目标定位在这些群体，发掘出了全新的市场

大学生消费金融增长已经趋缓

资料来源：公开资料、智研咨询整理

蓝领消费金融市场仍存在较大空间

资料来源：公开资料、智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国消费金融市场深度调查及未来前景预测报告》共十二章。首先介绍了消费金融行业市场发展环境、消费金融整体运行态势等，接着分析了消费金融行业市场运行的现状，然后介绍了消费金融市场竞争格局。随后，报告对消费金融做了重点企业经营状况分析，最后分析了消费金融行业发展趋势与投资预测。您若想对消费金融产业有个系统的了解或者想投资消费金融行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业发展环境

第一章 消费金融行业发展综述

第一节 消费金融的概念

一、消费金融的定义

二、消费金融的特点

第二节 消费金融行业发展成熟度

一、消费金融行业发展周期分析

二、消费金融行业中外市场成熟度对比

第三节 消费金融行业产业链分析

一、消费金融行业上游原料供应市场分析

二、消费金融行业下游产品需求市场状况

第二章 消费金融行业发展环境分析

第一节 消费金融行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

四、进出口政策影响分析

第二节 中国经济发展环境分析

一、2016年宏观经济

二、2016年工业形势

三、2016年固定资产投资

第三节 2016年中国消费金融行业发展社会环境分析

一、2016年居民消费水平分析

二、2016年工业发展形势分析

第四节 消费金融行业技术环境分析

一、消费金融行业技术发展水平

二、消费金融行业技术发展现状

三、消费金融行业技术发展趋势

第二部分 行业运行现状

第三章 2014-2016年中国消费金融行业发展现状分析

第一节 中国消费金融行业发展概述

一、中国消费金融行业发展现状

2014 年我国消费性贷款规模达到 15.38 万亿，2015 年达到约 18.96 万亿，基本 维持 20%以上的年复合增速。国内居民消费信贷占总的全国信贷之比为 20%，其中有将近 75%是住房贷款，除去房贷和车贷后居民消费信贷占 比仅 5%，远低于国外成熟市场平均 30%的比例。预计未来随着人群代际

的变迁、居民收入的持续增长下、消费观念转变、消费金融产品及服务

不断丰富下，国内居民消费信贷（除房屋贷款）具备很大的提升空间。

目前国内消费信贷余额接近 20 亿元

资料来源：公开数据、智研咨询整理

2015 年我国个人短期消费贷款约为 4.1 亿元，同比增长 26.2%，占总消费支出之比达到 15.5%。而美国的消 费信贷占消费支出之比远超我国水平，近年稳定在 27%左右。在过去几

年内，无论是信贷结构还是消费模式上，我国消费信贷渗透率都以线性 方式快速上涨（在 2008 年我国短期消费信贷仅占 7.3%），且预计在未来 5

年左右有望达到美国的水平，总体来看我国的短期消费信贷市场仍存在 较大的发展潜力。

我国短期消费信贷占比快速提升

资料来源：公开资料、智研咨询整理

二、我国消费金融行业特点分析

三、中国消费金融行业面临的问题

四、中国消费金融行业发展趋势分析

第二节 我国消费金融行业发展状况

一、2014年中国消费金融行业发展回顾

二、2014年中国消费金融企业发展分析

三、2014年我国消费金融市场发展分析

第三节 2014-2016年中国消费金融行业供需分析

一、中国消费金融市场供给总量分析

二、中国消费金融市场供给结构分析

三、中国消费金融市场需求总量分析

四、中国消费金融市场需求结构分析

五、中国消费金融市场供需平衡分析

第四节 对中国消费金融市场的分析及思考

一、消费金融市场分析

二、消费金融市场变化的方向

三、中国消费金融产业发展的新思路

四、对中国消费金融产业发展的思考

第四章 2013-2016年中国消费金融行业主要指标监测分析

第一节 2013-2016年中国消费金融产业工业总产值分析

一、2013-2016年中国消费金融产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2013-2016年中国消费金融产业主营业务收入分析

一、2013-2016年中国消费金融产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2013-2016年中国消费金融产业产品成本费用分析

一、2013-2016年中国消费金融产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2013-2016年中国消费金融产业利润总额分析

一、2013-2016年中国消费金融产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2013-2016年中国消费金融产业资产负债分析

一、2013-2016年中国消费金融产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2013-2016年中国消费金融行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 产品价格影响因素分析及价格趋势预测

第一节 国内产品价格影响因素分析

第二节 国内产品2010-2016年价格回顾

第三节 国内产品当前市场价格及评述

第四节 国内产品2017-2023年期间价格走势预测

第六章 中国消费金融行业区域市场分析

第一节 华北地区消费金融行业分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2023年市场需求情况分析

四、2017-2023年行业发展前景预测

五、2017-2023年行业投资风险预测

第二节 东北地区消费金融行业分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2023年市场需求情况分析

四、2017-2023年行业发展前景预测

五、2017-2023年行业投资风险预测

第三节 华东地区消费金融行业分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2023年市场需求情况分析

四、2017-2023年行业发展前景预测

五、2017-2023年行业投资风险预测

第四节 华南地区消费金融行业分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2023年市场需求情况分析

四、2017-2023年行业发展前景预测

五、2017-2023年行业投资风险预测

第五节 华中地区消费金融行业分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2023年市场需求情况分析

四、2017-2023年行业发展前景预测

五、2017-2023年行业投资风险预测

第六节 西南地区消费金融行业分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2023年市场需求情况分析

四、2017-2023年行业发展前景预测

五、2017-2023年行业投资风险预测

第七节 西北地区消费金融行业分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2023年市场需求情况分析

四、2017-2023年行业发展前景预测

五、2017-2023年行业投资风险预测

第三部分 行业竞争格局

第七章 消费金融行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较

一、生产条件

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第三节 消费金融行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业综合竞争力对比分析

第四节 2014-2016年消费金融行业竞争格局分析

- 一、2016年消费金融行业竞争格局分析
- 二、2016年消费金融行业产品竞争分析
- 三、2016年国内主要消费金融企业动向

第八章 公司对消费金融企业竞争策略分析

第一节 消费金融市场竞争策略分析

- 一、2016年消费金融市场竞争潜力分析
- 二、2016年消费金融主要潜力品种分析
- 三、现有消费金融产品竞争策略分析
- 四、潜力消费金融品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 消费金融企业竞争策略分析

第三节 消费金融行业产品定位及市场推广策略分析

- 一、消费金融行业产品市场定位
- 二、消费金融行业广告推广策略
- 三、消费金融行业产品促销策略
- 四、消费金融行业招商加盟策略
- 五、消费金融行业网络推广策略

第九章 主要消费金融企业竞争分析

第一节 北银消费金融公司

- 一、企业发展概况
- 二、经营状况分析
- 三、竞争优势分析
- 四、发展战略分析

第二节 锦程消费金融有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、经营状况分析
- 三、竞争优势分析
- 四、发展战略分析

第三节 中银消费金融公司

- 一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第四节 捷信消费金融公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第五节 中国工商银行

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第六节 中国建设银行

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第七节 中国银行

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第八节 中国农业银行

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第九节 招商银行

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第十节 中信银行

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第四部分 行业投资策略

第十章 2017-2023年消费金融行业发展前景

第一节 2017-2023年消费金融市场发展前景

一、2017-2023年消费金融市场发展潜力

二、2017-2023年消费金融市场发展前景展望

第二节 2017-2023年消费金融市场发展趋势预测

一、2017-2023年消费金融行业发展趋势

二、2017-2023年消费金融市场规模预测

第三节 2017-2023年中国消费金融行业供需预测

一、2017-2023年中国消费金融行业供给预测

二、2017-2023年中国消费金融行业需求预测

第四节 消费金融行业投资特性分析

一、消费金融行业进入壁垒分析

二、消费金融行业盈利因素分析

三、消费金融行业盈利模式分析

随着产业发展与技术创新，消费金融正在从传统的高收入人群和大额低频次消费场景向中低收入人群及小额高频次消费场景迅速拓展。传统消费金融主要专注于买房、购车等大额低频次消费场景，且用户大部分为净值较高人群，对学生、农民、蓝领等收入较低人群则覆盖较少。随着近年移动互联网的快速发展以及大数据征信技术的创新，消费金融正在向大众的日常生活快速渗透，目前正在向大学生、蓝领群体等以及数码产品、旅游、餐饮等小额高频次消费场景迅速拓展。

3C

新兴消费金融主要覆盖人群和传统模式存在一定差异

覆盖人群	有大额消费需求的人群	80/90后为主	进行信用卡消费的人群
------	------------	----------	------------

其他年龄段进行网购的人群	覆盖商品	大额消费信贷	小额消费贷款	信用卡消费信贷
--------------	------	--------	--------	---------

电商平台上可用消费	用户对服务的感受更多的是对资金整体的处理
-----------	----------------------

用户对服务的感受随每一次消费商品数量增加而增加	用户互动
-------------------------	------

方式更模式化，用户参与感较少	方式更灵活多样	扩张方式
----------------	---------	------

依托对传统金融产品或线下消费场景中的营销能力 依托互联网平台 实质 以延迟支付来充分利用货币的时间价值，银行作为资金及资金信息的持有者、管理房、是传统业态中资金流通的必经渠道 敲碎商品的机制和使用价值，使之高频率、低额度的进行交换，架空银行渠道，让市场来影响作为消费品价值一部分的资金价值的定价

资料来源：公开资料、智研咨询整理

第十一章 消费金融行业机会及风险分析

第一节 影响消费金融行业发展的主要因素

- 一、2017-2023年影响消费金融行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2023年影响消费金融行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2023年影响消费金融行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2023年我国消费金融行业发展面临的挑战分析
- 五、2017-2023年我国消费金融行业发展面临的机遇分析

第二节 消费金融行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2023年消费金融行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2023年消费金融行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2023年消费金融行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2023年消费金融行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2023年消费金融同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2023年消费金融行业其他风险及控制策略

第三节 新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 消费金融行业投资建议分析

第十二章 公司对消费金融行业投资战略研究（ZY GXH）

第一节 消费金融行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国消费金融品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、消费金融实施品牌战略的意义
- 三、消费金融企业品牌的现状分析
- 四、我国消费金融企业的品牌战略
- 五、消费金融品牌战略管理的策略

第三节 消费金融行业投资战略研究（ZY GXH）

图表目录：

图表：消费金融行业产品的分类

图表：消费金融行业成长周期图

图表：2016年GDP初步核算数据

图表：2014-2016年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2014-2016年我国居民人均收入情况

图表：2011-2016年我国居民恩格尔系数情况

图表：2016年我国工业增加值月度同比增长率情况

图表：2016年我国人民币对美元的月度汇率

图表：2011-2016年我国对外贸易进出库情况

图表：2011-2016年我国城镇化率情况

图表：2011-2016年我国消费金融行业产量情况

图表：2014-2016年中国消费金融产业工业总产值分析

图表：2014-2016年消费金融不同规模企业工业总产值分析

图表：2014-2016年消费金融不同所有制企业工业总产值比较

图表：2014-2016年中国消费金融产业主营业务收入分析

图表：2014-2016年消费金融不同规模企业主营业务收入分析

图表：2014-2016年消费金融不同所有制企业主营业务收入比较

图表：2014-2016年中国消费金融产业销售成本分析

图表：2016年我国消费金融行业偿债能力情况

图表：2016年我国消费金融行业营运能力情况

图表：2014-2016年我国消费金融行业资产增长率

图表：2014-2016年我国消费金融行业利润增长率

图表：2017-2023年消费金融产品应用市场需求规模预测

图表：2017-2023年我国消费金融产量预测

图表：2017-2023年我国消费金融行业销售收入预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：消费金融行业投资分析框架

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201706/530164.html>