

2017-2022年中国消费金融行业市场深度调研及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国消费金融行业市场深度调研及发展前景预测报告》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/201702/495515.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

当前我国经济发展已经进入“新常态”，传统的依靠投资与出口带动经济增长的方式越来越难以为继，粗放式增长所暴露出来的经济发展模式和产业结构问题已经引起了社会的重视，如何调整产业结构、促进经济转型成为了摆在我们面前亟待解决的问题。

有效扩大居民的消费需求，成为解决我国经济增长方式转型的重要途径。当前，我国居民消费在GDP中所占的比重在35%以下，这与成熟的发达国家的经济结构有明显差异。以美国和日本为例，自20世纪70年代以来，美国居民消费在GDP中的比重一直保持在60%以上，日本也保持在50%以上，且其消费占GDP的比重呈逐渐上升趋势。美国和日本的数据说明，我国经济增长方式从依靠投资带动转向依靠消费带动存在巨大的提升空间，同时也向我们展示了中国未来以消费带动经济增长的无限潜力。为此，新一届政府高度重视消费对国民经济的拉动作用，并出台了一系列关于消费金融的政策。预计未来几年我国消费信贷市场规模将会维持20%以上的年复合增长率，到2020年消费信贷规模将超过35万亿元，巨大的蛋糕吸引了众多巨头加入消费金融行业。

智研咨询发布的《2017-2022年中国消费金融行业市场深度调研及发展前景预测报告》共七章。首先介绍了消费金融相关概念及发展环境，接着分析了中国消费金融规模及消费需求，然后对中国消费市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国消费金融面临的机遇及发展前景。您若想对中国消费金融有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 中国消费金融行业发展背景综述

1.1 消费金融行业相关概述

1.1.1 消费金融的定义

1.1.2 消费金融公司定义

1.1.3 消费金融的类型

1.2 消费金融行业体系分析

1.2.1 法律制度体系分析

1.2.2 个人征信体系分析

1.2.3 消费金融机构建设

1.2.4 消费金融产品建设

1.2.5 催收与监管体系建设

1.3 消费金融发展模式分析

1.3.1 消费金融美国模式

1.3.2 消费金融英国模式

1.3.3 消费金融日本模式

1.4 消费金融发展路径分析

1.4.1 消费金融发展的必要性

1.4.2 经济驱动消费金融发展

1.4.3 消费金融运营质量分析

1.5 消费金融发展背景分析

1.5.1 经济增长方式转变

1.5.2 居民消费习惯转变

1.5.3 世界经济环境转变

1.6 消费金融公司发展条件

1.6.1 我国消费金融公司的设立门槛

1.6.2 我国消费金融公司的设立条件

1.6.3 我国消费金融公司的资金来源

1.6.4 我国消费金融公司的贷款门槛

1.6.5 我国消费金融公司的业务范围

1.6.6 我国消费金融公司的利率设定

第二章 中国消费金融发展可行性分析

2.1 消费金融行业经济环境可行性分析

2.1.1 中国经济总量增长情况

2.1.2 中国固定资产投资情况

2.1.3 中国进出口的基本情况

2.1.4 中国居民人均收入情况

2.2 消费金融行业政策环境可行性分析

2.2.1 消费金融行业监管制度

2.2.2 消费金融行业政策法规

(1) 消费金融公司试点管理办法

(2) 消费金融牌照发放相关政策

2.2.3 消费金融行业准入门槛

2.3 消费金融行业金融环境可行性分析

2.3.1 互联网金融环境发展分析

2.3.2 传统金融行业发展分析

2.3.3 电商金融业务发展分析

2.4 消费金融行业社会环境可行性分析

2.4.1 社会征信体系分析

2.4.2 社会公众接受程度

2.4.3 居民消费结构分析

2.4.4 居民支付习惯分析

第三章 国际消费金融行业发展经验借鉴

3.1 全球消费金融行业发展综述

3.1.1 国际消费金融行业的产生

3.1.2 国际消费金融行业的现状

3.1.3 国际消费金融行业的特点

3.2 典型国家消费金融行业运行情况

3.2.1 美国消费金融行业运行情况

(1) 美国消费金融行业发展现状

(2) 美国消费金融用途与资金来源

1) 消费信贷来源

2) 消费信贷用途

(3) 美国消费金融行业发展环境

(4) 美国消费金融公司发展特点

(5) 美国消费金融行业发展模式

3.2.2 欧盟消费金融行业运行情况

(1) 欧盟消费金融行业发展现状

(2) 欧盟消费金融行业发展环境

(3) 欧盟消费金融公司发展特点

(4) 欧盟消费金融行业发展模式

3.2.3 日本消费金融行业运行情况

(1) 日本消费金融行业发展现状

(2) 日本消费金融行业发展环境

(3) 日本消费金融公司发展特点

(4) 日本消费金融行业发展模式

3.3 国际典型消费金融公司案例分析

3.3.1 美国运通

(1) 美国运通简介

(2) 美国运通发展历程

- (3) 美国运通发展特点
- (4) 美国运通案例启示
- 3.3.2 日本乐天
 - (1) 日本乐天金融简介
 - (2) 乐天金融发展历程
 - (3) 日本乐天发展特点
 - (4) 日本乐天案例启示
- 3.3.3 美国花旗金融公司
 - (1) 美国花旗金融公司基本简介
 - (2) 美国花旗金融公司业务分析
 - (3) 美国花旗金融公司消费金融特点
 - (4) 美国花旗金融公司消费金融案例
- 3.3.4 美国汇丰银行
 - (1) 美国汇丰银行基本简介
 - (2) 美国汇丰银行业务分析
 - (3) 美国汇丰银行消费金融特点
 - (4) 美国汇丰银行消费金融案例
- 3.3.5 GECS
 - (1) GECS基本简介
 - (2) GECS业务分析
 - (3) GECS消费金融特点
 - (4) GECS消费金融案例
- 3.3.6 Cetelem
 - (1) Cetelem基本简介
 - (2) Cetelem业务分析
 - (3) Cetelem消费金融特点
 - (4) Cetelem消费金融案例
- 3.4 典型国家消费金融行业经验借鉴
 - 3.4.1 具有广泛的设立主体
 - 3.4.2 实施多元化的营销模式
 - 3.4.3 建立完善的信用体系
 - 3.4.4 健全的法律法规体系

第四章 中国消费金融行业运营情况分析

4.1 消费金融行业整体概况

4.1.1 消费金融行业所处阶段

4.1.2 消费金融渗透率水平

4.1.3 消费金融发展模式分析

4.1.4 消费金融市场增长速度

4.1.5 消费金融主要业务分析

4.1.6 消费金融存在瓶颈分析

(1) 消费观念制约

(2) 产品趋同制约

(3) 审批繁琐制约

(4) 信用制度制约

4.2 互联网消费金融行业发展现状

4.2.1 互联网消费金融参与主体

4.2.2 互联网消费金融资金流向

4.2.3 互联网消费金融市场规模

(1) 交易规模

(2) 贷款规模

4.2.4 互联网消费金融细分领域

(1) 电商生态消费金融市场规模

(2) P2P消费金融市场规模分析

4.3 消费金融行业竞争状况分析

4.3.1 消费金融公司与商业银行的竞争

4.3.2 消费金融公司与小贷公司的竞争

4.3.3 消费金融公司与其他金融机构的竞争

4.4 国内外消费金融公司发展比较

4.4.1 市场定位

4.4.2 风险控制

4.4.3 金融监管

4.4.4 立法保障

4.5 国内外消费金融公司差距分析

第五章 中国消费市场细分业务发展潜力

5.1 住房消费金融业务吸引力

5.1.1 房地产行业发展现状分析

5.1.2 住房消费金融消费者行为分析

(1) 消费者贷款购房比重

- (2) 贷款购房消费者年龄分布
- (3) 消费者贷款旅游原因分析
- 5.1.3 住房消费金融业务运营模式
- 5.1.4 住房消费金融业务市场供需
- 5.1.5 住房消费金融业务风险控制
- 5.1.6 住房消费金融业务发展潜力
- 5.2 旅游消费金融业务吸引力
- 5.2.1 旅游行业发展规模分析
 - (1) 旅游行业市场规模
 - (2) 旅游行业人数变化
 - (3) 旅游行业市场规模预测
- 5.2.2 旅游消费金融消费者行为分析
 - (1) 消费者贷款旅游比重
 - (2) 贷款旅游消费者年龄分布
 - (3) 贷款旅游消费者性别分布
 - (4) 消费者贷款旅游原因分析
- 5.2.3 旅游消费金融业务运营模式
- 5.2.4 旅游消费金融业务典型平台——首付游
- 5.2.5 旅游消费金融业务平台风险控制
- 5.2.6 旅游消费金融业务平台收益来源
- 5.2.7 旅游消费金融业务发展潜力分析
- 5.3 汽车消费金融业务吸引力
- 5.3.1 汽车金融行业发展规模分析
 - (1) 汽车金融行业市场规模
 - (2) 汽车金融行业市场前景
- 5.3.2 汽车消费金融消费者行为分析
 - (1) 消费者贷款购车比重
 - (2) 贷款购车消费者年龄分布
 - (3) 贷款购车消费者性别分布
 - (4) 消费者贷款购车原因分析
- 5.3.3 汽车消费金融业务运营模式
- 5.3.4 汽车消费金融业务典型平台——元宝365
- 5.3.5 汽车消费金融业务平台风险控制
- 5.3.6 汽车消费金融业务平台收益来源
- 5.3.7 汽车消费金融业务发展潜力分析

5.4 消费金融新兴业务吸引力

5.4.1 装修消费金融市场业务分析

5.4.2 留学消费金融市场业务分析

5.4.3 健康消费金融市场业务分析

5.4.4 游戏消费金融市场业务分析

5.4.5 其他消费金融市场业务分析

第六章 中国消费金融行业重点企业经营分析

6.1 我国消费金融公司的发展特点

6.1.1 监管部门

6.1.2 融资成本

6.1.3 客户类型

6.1.4 盈利模式

6.2 典型消费金融公司经营分析

6.2.1 北银消费金融有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.2 四川锦程消费金融有限责任公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.3 捷信消费金融公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.4 兴业消费金融股份公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.5 海尔消费金融有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.6 招联消费金融有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.7 苏宁消费金融公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.8 马上消费金融股份有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.9 湖北消费金融股份有限公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.10 中邮消费金融公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.2.11 中银消费金融公司

(1) 企业基本简介

(2) 企业产品分析

(3) 企业合作伙伴

(4) 企业客户群体

(5) 企业运营模式

6.3 电商平台消费金融业务经营分析

6.3.1 京东金融——白条

(1) 白条产品简介

(2) 白条服务内容

(3) 白条风控管理模式

(4) 京东消费金融发展战略

6.3.2 阿里巴巴——天猫分期

(1) 天猫分期简介

(2) 天猫分期服务内容

(3) 天猫分期风控管理模式

(4) 天猫消费金融发展战略

第七章 中国消费金融行业发展趋势与投资机会 (ZY ZM)

7.1 消费金融行业未来趋势

7.1.1 互联网化趋势

7.1.2 垂直化趋势

7.1.3 数据资产化趋势

7.2 消费金融行业发展机会

7.2.1 行业发展阶段分析

7.2.2 行业发展规模分析

7.2.3 行业利润水平分析

7.3 消费金融行业风险管理

7.3.1 行业政策法律风险管理

7.3.2 行业网络安全风险管理

7.3.3 行业金融系统风险管理

7.3.4 行业信用环境风险管理

7.4 消费金融行业投资壁垒

7.4.1 资金实力壁垒

7.4.2 政策环境壁垒

7.4.3 业务资质壁垒

7.4.4 业务技术壁垒

图表目录：

图表1：消费金融的主要类型

图表2：消费金融发展模式比较

图表3：中国消费金融发展的必要性

图表4：2014-2016年中国国内生产总值趋势图（单位：万亿元，%）

图表5：2014-2016年中国固定资产投资规模变化（单位：万亿元，%）

图表6：2014-2016年中国进出口总额变化（单位：万亿元，%）

图表7：2014-2016年中国城镇居民人均收入水平（单位：万亿元，%）

图表8：2014-2016年中国农村居民人均收入水平（单位：万亿元，%）

图表9：消费金融监管政策演进过程

图表10：《消费金融公司试点管理办法》主要内容

图表11：消费金融公司试点扩容城市

图表12：2014-2016年中国网银交易规模及变化趋势（单位：亿元，%）

图表13：2017-2022年中国网银交易规模预测势（单位：亿元）

图表14：2014-2016年互联网保险网上支付交易额及其增长率（单位：亿元，%）

图表15：2017-2022年中国互联网保险网上支付交易规模预测（单位：亿元）

图表16：2014-2016年我国网贷贷款余额（单位：亿元）

图表17：2017-2022年中国网贷贷款余额预测（单位：亿元）

图表18：2014-2016年我国银行机构人民币贷款余额（单位：亿元）

图表19：2014-2016年我国担保行业市场规模（单位：亿元）

图表20：我国居民消费阶段分析

图表21：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表22：线下受访者日常消费习惯付费方式（单位：%）

图表23：线上受访者日常消费习惯付费方式（单位：%）

图表24：美国主要银行集团开展消费金融业务情况一览表

图表25：2014-2016年美国消费信贷市场余额（单位：万亿美元）

图表26：2016年美国消费信贷市场放贷机构结构占比（单位：万亿美元，%）

图表27：2014-2016年美国各机构在消费金融资产中的占比（单位：%）

- 图表28：2014-2016年美国消费信贷用途（单位：%）
- 图表29：截至2016年美国运通经营指标分析
- 图表30：美国运通业务拓展历程
- 图表31：日本乐天生态系统
- 图表32：日本乐天金融发展历程
- 图表33：美国花旗集团消费金融业务组织结构
- 图表34：2016年美国汇丰银行消费信贷业务占比（单位：%）
- 图表35：GECS消费金融业务分类
- 图表36：2016年GECS消消费金融业务占比
- 图表37：Cetelem消费金融业务分类
- 图表38：2016年Cetelem消消费金融业务占比
- 图表39：典型国家消费金融行业经验借鉴
- 图表40：2014-2016年我国消费贷款规模及增长率变化（单位：万亿元，%）
- 图表41：2014-2016年我国消费贷款渗透率情况（单位：%）
- 图表42：2014-2016年我国消费贷款结构（按业务划分）（单位：%）
- 图表43：2014-2016年我国消费贷款结构（按时期划分）（单位：%）
- 图表44：互联网消费金融的生态闭环
- 图表45：互联网消费金融核心参与主体资金流向
- 图表46：2014-2016年中国互联网消费金融交易规模及增长率（单位：亿元，%）
- 图表47：2014-2016年中国互联网消费贷款规模及增长率（单位：亿元，%）
- 图表48：2014-2016年中国电子商务生态消费金融交易规模及增长率（单位：亿元，%）
- 图表49：2014-2016年中国P2P消费金融交易规模及增长率（单位：亿元，%）
- 图表50：消费金融公司与小贷公司、P2P网贷、线上分期购物对比
- 图表51：2014-2016年消费者贷款购房与全款购房比重变化（单位：%）
- 图表52：2016年贷款购房消费者年龄分布（单位：%）
- 图表53：2014-2016年中国国内旅游收入增长情况（单位：亿元，%）
- 图表54：2014-2016年中国入境旅游收入增长情况（单位：亿元，%）
- 图表55：2014-2016年中国出境旅游收入增长情况（单位：亿元，%）
- 图表56：2014-2016年中国国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）
- 图表57：2014-2016年中国入境旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）
- 图表58：2014-2016年中国出境旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）
- 图表59：2017-2022年中国旅游收入规模增长预测（单位：亿元，%）
- 图表60：2014-2016年消费者贷款旅游与全款旅游比重变化（单位：%）
- 图表61：2016年贷款旅游消费者年龄分布（单位：%）
- 图表62：2016年贷款旅游消费者性别分布（单位：%）

图表63：首付游平台链条

图表64：中国汽车金融结构对比图（单位：%）

图表65：2017-2022年中国汽车消费金融市场余额预测（单位：亿元）

图表66：2014-2016年消费者贷款购车与全款购车比重变化（单位：%）

图表67：2016年贷款购车消费者年龄分布（单位：%）

图表68：2016年贷款购车消费者性别分布（单位：%）

图表69：北银消费金融有限公司基本信息

图表70：北银消费金融有限公司产品分类

图表71：北银消费金融有限公司典型案例分析

图表72：北银消费金融有限公司优劣势分析

图表73：四川锦程消费金融有限责任公司基本信息

图表74：四川锦程消费金融有限责任公司产品分类

图表75：四川锦程消费金融有限责任公司典型案例分析

图表76：四川锦程消费金融有限责任公司优劣势分析

图表77：捷信消费金融公司基本信息

图表78：捷信消费金融公司产品分类

图表79：捷信消费金融公司典型案例分析

图表80：捷信消费金融公司优劣势分析

图表81：兴业消费金融股份公司基本信息

图表82：兴业消费金融股份公司产品分类

图表83：兴业消费金融股份公司典型案例分析

图表84：兴业消费金融股份公司优劣势分析

图表85：海尔消费金融有限公司基本信息

图表86：海尔消费金融有限公司产品分类

图表87：海尔消费金融有限公司典型案例分析

图表88：海尔消费金融有限公司优劣势分析

图表89：招联消费金融有限公司基本信息

图表90：招联消费金融有限公司产品分类

图表91：招联消费金融有限公司典型案例分析

图表92：招联消费金融有限公司优劣势分析

图表93：苏宁消费金融公司基本信息

图表94：苏宁消费金融公司产品分类

图表95：苏宁消费金融公司典型案例分析

图表96：苏宁消费金融公司优劣势分析

图表97：马上消费金融股份有限公司基本信息

- 图表98：马上消费金融股份有限公司产品分类
- 图表99：马上消费金融股份有限公司典型案例分析
- 图表100：马上消费金融股份有限公司优劣势分析
- 图表101：湖北消费金融股份有限公司基本信息
- 图表102：湖北消费金融股份有限公司产品分类
- 图表103：湖北消费金融股份有限公司典型案例分析
- 图表104：湖北消费金融股份有限公司优劣势分析
- 图表105：中邮消费金融公司基本信息
- 图表106：中邮消费金融公司产品分类
- 图表107：中邮消费金融公司典型案例分析
- 图表108：中邮消费金融公司优劣势分析
- 图表109：中银消费金融公司基本信息
- 图表110：中银消费金融公司产品分类
- 图表111：中银消费金融公司典型案例分析
- 图表112：中银消费金融公司优劣势分析
- 图表113：京东金融——白条产品简介
- 图表114：白条分期手续费
- 图表115：白条风险控制管理模式
- 图表116：阿里巴巴消费金融——天猫分期简介
- 图表117：阿里巴巴消费金融——天猫分期手续费
- 图表118：阿里巴巴消费金融——天猫分期授信层级
- 图表119：中国消费金融行业发展趋势
- 图表120：2017-2022年我国消费金融行业市场规模预测（单位：万元）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/495515.html>