

2017-2022年中国互联网汽车金融行业研究及投资 前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国互联网汽车金融行业研究及投资前景分析报告》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/201703/506384.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

前言

通常来讲，汽车金融主要被划分为汽车主机厂金融、供应链金融、消费金融与车后金融四个领域。业内有一种基于市场规模的划分观点认为，汽车金融一般指消费金融。像微贷网、人人聚财属于P2P模式，主要业务模式属于车抵贷范畴，与消费金融关系不大。从市场规模看，2015年，车抵贷的业务量大概是700亿的规模，消费贷则有8000多亿的规模。2016年，车抵贷大约在1000亿的规模，消费金融已经超过1万亿的规模。二者是不同的市场。据统计，目前，在从事汽车金融业务的公司中，汽车金融公司、银行、担保公司、融资租赁公司等是主要玩家。其中，汽车金融公司占比已达到61%。在上汽通用汽车金融被银监会核准进入汽车金融领域前，国内汽车金融业务主要由商业银行运行。传统的汽车金融公司这几年活得比较好，比如像通用、宝马金融，一年可以赚二十多亿。他们在互联网这一块儿并没有完全转型，主要是和易车网、太平洋汽车网这样的平台合作，获得一些贷款买车线索。2016年，统计国内包括上汽通用、大众汽车等在内的25家主机厂汽车金融公司业务发现，该年共有438万台新车交易通过金融手段实现，同比增长约52%。同年，二手车市场中通过金融手段购车的数量为3.5万台，由奇瑞徽银、瑞福德和上汽通用三家完成。互联网汽车金融公司正是在传统汽车金融公司身旁成长起来。

根据公开信息整理，目前互联网汽车金融公司的数量大约为十几家。主要包括第1车贷、靠谱金服、拓道金服、惠保金融、车到山前等。现有互联网汽车金融创业公司的发力点目前多集中在供应链金融与消费金融领域。第1车贷的主要业务为二手车供应链金融（即库存融资），通过金融产品设计、资产配置、风险管理与数据应用，为资金方（金融机构与类金融机构）与贷款方（汽车B端市场与C端市场）提供金融服务的嫁接。这也被业内认为是不错的创业切入点。客户是分层的，第1车贷这样的平台和传统汽车金融公司、银行的客户不同，它是用高收益覆盖高风险客户人群。而这些客户群体是传统公司服务意愿不太强的。除了目标客户的不同，业界对汽车产业尤其是二手车市场寄予的厚望，以及汽车金融本身对于二手车的盈利推动，也是互联网汽车金融公司成长的土壤。以二手车电商平台为例，人人车2016年金融业务渗透率已达到20%，今年的金融渗透率目标设定在30%。瓜子二手车从2015年下半年开始拓展汽车金融业务后，目前金融渗透率也已超过8%的行业平均水平。目前主要与传统金融公司进行合作，同时也在着力发展自营金融业务。其表示，汽车金融将成为2017年全面盈利的重要支柱。与主做二手车供应链金融的第1车贷不同，靠谱金服走的是另一个路线。其将自己定位为汽车金融超市，本质上是资金方和传统经销商的渠道集中提供商。目前靠谱金服已经整合近20个省份的渠道，覆盖70多个地级市，有36家SP（车贷的服务供应商）。这些SP成为与资金方合作的基础。除了第1车贷、靠谱金服这样的运行模式，当然还有植入汽车修理厂场景向C端车主提供服务的惠保金融，以及融合在购车环节中的易鑫金融等。

对于现有的互联网汽车金融来说，眼界也并非仅放在尚未成熟的汽车电商平台。在整个汽车产业链条中，新车市场固然需要持续去做，二手车市场则更像是一个蓝海领域。所以，也就有了第1车贷的快马加鞭。

本互联网汽车行业研究报告是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本互联网汽车行业研究报告是2016-2017年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国互联网汽车行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国互联网汽车行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国互联网汽车行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 互联网汽车金融基本概述

1.1 互联网汽车金融的相关概念

1.1.1 互联网金融

1.1.2 汽车金融

1.1.3 互联网汽车金融

1.2 互联网汽车金融的发展优势

1.2.1 缩短办理流程

1.2.2 改善征信制度

1.2.3 拓宽市场推广

1.2.4 迎合消费习惯

1.2.5 产业链全覆盖

1.2.6 大数据技术支撑

1.3 互联网汽车金融的构成及应用

1.3.1 基本形态

1.3.2 应用场景

1.4 互联网汽车金融的主要内容

1.4.1 供应链金融

1.4.2 经销商金融

1.4.3 消费金融

1.4.4 二手车金融

1.4.5 汽车保险

第二章 互联网汽车金融市场发展背景

2.1 宏观背景

2.1.1 中国经济平稳运行

2.1.2 人口数量规模增加

2.1.3 居民收入水平提升

2.1.4 城镇化水平上升

2.1.5 经济结构转型调整

2.1.6 经济增长前景预判

2.2 政策背景

2.2.1 行业相关扶持政策汇总

2.2.2 汽车金融业获政策支持

2.2.3 “互联网+”规划出台

2.2.4 P2P网贷平台监管加强

2.3 汽车市场运行综况

2.3.1 汽车保有量规模增长

2.3.2 汽车产销量持续上升

2.3.3 二手车市场交易规模

2.3.4 汽车出口特点分析

2.3.5 汽车市场发展趋势

2.4 汽车金融市场运行状况

2.4.1 市场发展状况

2.4.2 市场发展规模

2.4.3 产品渗透率分析

2.4.4 市场竞争情况

2.4.5 市场需求分析

2.4.6 市场发展格局

第三章 2014-2016年互联网汽车金融市场发展综况

3.1 国内外互联网汽车金融市场布局

3.1.1 国际企业加快市场布局

3.1.2 国内企业合作进程推进

3.1.3 美国互联网汽车金融市场

3.2 2014-2016年中国互联网汽车金融市场运行状况

3.2.1 市场发展阶段

3.2.2 发展进程加快

3.2.3 商业发展模式

3.2.4 市场总体规模

3.2.5 细分市场规模

3.2.6 业务拓展方向

3.3 2014-2016年中国互联网汽车金融市场运行特征

3.3.1 地域特征

3.3.2 品牌特征

3.3.3 车型特征

3.4 互联网汽车金融的发展模式

3.4.1 C2C综合服务平台模式

3.4.2 汽车电商模式

3.4.3 汽车厂商模式

3.4.4 汽车金融P2P模式

3.4.5 经销商模式

3.5 互联网加快渗透汽车融资租赁市场

3.5.1 汽车融资租赁市场现状

3.5.2 互联网助力汽车融资租赁

3.5.3 互联网企业布局加快

3.5.4 未来市场前景展望

3.6 互联网汽车金融市场发展问题

3.6.1 发展中存在的问题

3.6.2 个人用户应用障碍

3.6.3 基础平台建设不足

3.6.4 征信体系有待完善

3.6.5 盈利模式尚不明晰

3.6.6 企业发展面临的挑战

3.7 互联网汽车金融市场发展对策

3.7.1 未来发展重点分析

3.7.2 具体发展路径分析

3.7.3 企业发展转型建议

第四章 中国互联网汽车金融市场建设主体分析

4.1 汽车制造商

4.1.1 发展背景

4.1.2 发展状况

4.1.3 发展展望

4.1.4 案例分析——上海通用汽车公司

4.2 汽车经销商

4.2.1 发展状况

4.2.2 发展展望

4.2.3 案例分析——广汇汽车公司

4.3 商业银行

4.3.1 市场地位

4.3.2 发展状况

4.3.3 案例分析——平安银行

4.4 互联网企业

4.4.1 发展状况

4.4.2 布局特点

4.4.3 企业动态

4.4.4 发展展望

4.4.5 案例分析——BAT企业

4.5 互联网金融公司

4.5.1 发展状况

4.5.2 发展路径

4.5.3 发展重点

4.5.4 风险及防范

4.5.5 典型平台——车融资平台

4.6 互联网创业公司

4.6.1 发展优势

4.6.2 运作模式

4.6.3 发展困境

4.6.4 发展建议

第五章 2014-2016年中国互联网汽车供应链金融市场分析

5.1 互联网供应链金融行业分析

5.1.1 基本概念

5.1.2 发展定位

5.1.3 发展阶段

5.1.4 发展模式

5.1.5 发展趋势

5.1.6 规模预测

5.2 2014-2016年中国互联网汽车供应链金融市场综况

5.2.1 金融生态剖析

5.2.2 服务模式分析

5.2.3 市场发展现状

5.2.4 企业布局加快

5.2.5 市场发展展望

5.3 互联网汽车供应链金融细分市场构成

5.3.1 整车制造供应链金融市场

5.3.2 汽车流通供应链金融市场

5.3.3 后市场配件供应链金融市场

5.4 互联网汽车供应链金融市场运作模式

5.4.1 供应阶段的供应链金融

5.4.2 采购阶段的供应链金融

5.4.3 经营阶段的供应链金融

第六章 2014-2016年中国互联网汽车消费金融市场分析

6.1 汽车消费金融互联网化趋势加强

6.1.1 汽车消费信贷O2O化

6.1.2 汽车消费理财产品推出

6.1.3 经销商青睐平台融资

6.1.4 汽车金融布局电商市场

6.2 2014-2016年中国互联网汽车消费金融市场综况

6.2.1 市场主体分析

6.2.2 市场发展现状

6.2.3 市场规模测算

6.2.4 利好政策出台

6.3 互联网汽车消费金融市场业务分析

6.3.1 汽车金融公司线上分期业务

6.3.2 互联网金融公司消费分期业务

6.3.3 二手车电商金融业务

6.3.4 汽车融资租赁业务

6.3.5 汽车后市场消费金融业务

6.4 2014-2016年中国互联网二手车消费金融市场分析

6.4.1 发展模式分析

6.4.2 市场主体分析

6.4.3 企业布局加快

6.4.4 发展障碍分析

6.4.5 发展机遇分析

6.4.6 企业案例——瓜子二手车直卖网

6.5 2014-2016年中国专车消费金融市场分析

6.5.1 专车金融革新金融模式

6.5.2 专车金融处于初级阶段

6.5.3 专车金融将逐步市场化

6.5.4 专车金融发展前景展望

第七章 2014-2016年中国互联网汽车P2P市场分析

7.1 2014-2016年中国P2P网贷市场运行现状

7.1.1 市场综况

7.1.2 平台数量

7.1.3 交易规模

7.1.4 平均利率

7.1.5 借款期限

7.1.6 参与人数

7.2 2014-2016年中国P2P车贷市场发展综况

7.2.1 市场特点分析

7.2.2 市场发展模式

7.2.3 业务发展规模

7.2.4 平台运行状况

7.2.5 市场联盟成立

7.2.6 发展前景展望

7.3 P2P车贷平台运行数据分析

7.3.1 借款总额

7.3.2 笔均借款额

7.3.3 平均利率

7.3.4 平均期限

7.4 P2P车贷网络平台发展状况

7.4.1 车贷网络平台发展迅速

7.4.2 重点车贷网络平台汇总

7.4.3 车贷网络平台融资动态

7.4.4 典型车贷平台案例分析——微贷网

7.5 P2P车贷市场运行模式

7.5.1 汽车抵押/质押贷款

7.5.2 汽车按揭贷款

7.5.3 汽车垫资贷款

7.5.4 车商贷款

7.5.5 融资租赁

7.6 P2P车贷市场运行风险

7.6.1 监管风险

7.6.2 政策风险

7.6.3 市场风险

7.6.4 欺诈风险

7.6.5 竞争风险

7.6.6 利率风险

7.6.7 其他风险

7.7 P2P车贷市场风险管理对策分析

7.7.1 推广“抵押+信用”模式

7.7.2 规范车贷业务运作内容

7.7.3 规范车贷业务审核流程

7.7.4 加快出台监管规范细则

7.7.5 发挥组织的风险管理职能

第八章 2014-2016年中国互联网汽车众筹市场分析

8.1 互联网汽车众筹产生的背景

8.1.1 传统车商运营成本高

8.1.2 传统车商融资困难

8.1.3 众筹领域监管宽松

8.1.4 政策发展环境利好

8.2 2014-2016年中国互联网汽车众筹市场发展综述

8.2.1 市场基本内涵

8.2.2 发展模式分析

8.2.3 市场运行特点

8.2.4 市场参与主体

8.2.5 合法性分析

8.3 2014-2016年中国互联网汽车众筹市场运行分析

8.3.1 全国平台数量

8.3.2 地区平台数量

8.3.3 平台筹资规模

8.3.4 平台融资动态

8.3.5 项目价格区间

8.4 互联网汽车众筹业务车型及品牌分布

8.4.1 项目车型种类

8.4.2 各类车型筹资额

8.4.3 各类车型投资额

8.4.4 汽车品牌分布

8.5 2014-2016年中国互联网二手车众筹市场发展状况

8.5.1 市场规模

8.5.2 运营模式

8.5.3 运营流程

8.5.4 市场风险

8.6 互联网汽车众筹行业发展展望

8.6.1 市场风险分析

8.6.2 市场发展建议

8.6.3 发展前景展望

第九章 2014-2016年中国互联网汽车保险市场分析

9.1 互联网切入汽车保险市场

9.1.1 传统汽车保险的痛点

9.1.2 互联网助力车险市场

9.1.3 互联网与汽车保险结合

9.1.4 互联网改善信息不对称

9.1.5 汽车保险推进“平台+服务”

9.2 互联网车险市场特点分析

9.2.1 费率趋向个性化

9.2.2 销售渠道互联网化

9.2.3 理赔方式垂直化

9.2.4 购买场景碎片化

9.3 2014-2016年中国互联网保险市场状况分析

9.3.1 互联网保险收入规模

9.3.2 互联网车险收入规模

9.3.3 互联网车险市场渗透率

9.3.4 互联网车险市场发展提速

9.3.5 互联网保险行业监管加强

9.4 互联网车险业务类型分析

9.4.1 业务平台介绍

9.4.2 主要业务类型

9.4.3 UBI车险服务

9.5 互联网车险企业合作案例分析——众安公司与平安公司

9.5.1 打造互联网保险品牌

9.5.2 创新O2O合作模式

9.5.3 定义互联网车险市场

9.5.4 首创互联网车险“样本”

第十章 中国互联网汽车金融用户群体分析

10.1 投资人群体分析

10.1.1 性别分布

10.1.2 年龄分布

10.1.3 金额层次

10.1.4 产品偏好

10.2 借款人群体分析

10.2.1 性别分布

10.2.2 年龄分布

10.2.3 婚姻状况

10.2.4 品牌偏好

10.2.5 车型分布

第十一章 2014-2016年中国互联网汽车金融市场投资分析

11.1 投资机遇

11.1.1 发展环境逐步优化

11.1.2 汽车金融发展迅速

11.1.3 汽车金融网络化加快

11.1.4 政策利好互联网金融

11.1.5 汽车金融投资热度上升

11.2 投融资动态

11.2.1 易鑫资本完成A轮融资

11.2.2 丁丁贷获得新一轮融资

11.2.3 车车车险最新融资动态

11.3 投资风险

11.3.1 政策风险

11.3.2 利率风险

11.3.3 流动性风险

11.3.4 审贷风险

11.3.5 信用风险

11.3.6 技术安全风险

11.4 投资策略

11.4.1 应用车辆质押

11.4.2 加强行业监管

11.4.3 重视行业教育

11.4.4 提高信用风险管理

第十二章 2017-2022年中国互联网汽车金融市场前景及趋势预测（ZY CWB）

12.1 市场前景展望

12.1.1 我国汽车金融发展潜力大

12.1.2 互联网汽车金融成投资热点

12.1.3 互联网汽车金融市场潜力巨大

12.1.4 互联网汽车金融整体发展态势

12.1.5 未来互联网汽车金融发展方向

12.2 发展趋势分析

12.2.1 跨界合作成常态

12.2.2 产业融合加快

12.2.3 移动化趋势加强

12.2.4 个性化营销推进

12.2.5 农村市场成发展高地

12.3 2017-2022年中国互联网汽车金融市场预测分析

12.3.1 中国互联网汽车金融市场的影响因素分析

12.3.2 2017-2022年中国汽车金融市场规模预测

12.3.3 2017-2022年中国互联网汽车金融市场规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/506384.html>