

2020-2025年中国消费信贷行业发展潜力分析及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国消费信贷行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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.huaon.com/detail/492989.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

消费信贷（consumer credit service）是金融创新的产物，是商业银行陆续开办的用于自然人（非法人或组织）个人消费目的（非经营目的）的贷款。个人消费信贷的开办，是国有商业银行适应中国社会主义市场经济体制的建立与完善、适应金融体制改革、适应金融国际化发展趋势的一系列全方位变革的重要措施之一，它打破了传统的个人与银行单向融资的局限性，开创了个人与银行相互融资的全新的债权债务关系。

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 消费信贷相关概述

1.1 消费信贷的基本介绍

1.1.1 消费信贷的概念

1.1.2 消费信贷的基本类型

1.1.3 消费信贷的主要形式

1.1.4 消费信贷的产业链分析

1.1.5 消费信贷发展的理论基础

1.2 消费信贷与同级产品的辨析

1.2.1 与信用卡的区别

1.2.2 与银行无担保产品的区别

1.2.3 与典当行小额贷款的区别

1.2.4 与小额贷款公司的区别

第二章 2015-2019年国际消费信贷所属行业市场分析

2.1 国际住房消费信贷的发展模式分析

2.1.1 美国住房抵押贷款模式

2.1.2 英国住房协会模式

2.1.3 法国政府干预模式

2.1.4 加拿大住房抵押款证券化模式

2.1.5 国外住房消费信贷发展经验借鉴

2.2 国际汽车消费信贷发展模式分析

- 2.2.1 国际汽车消费信贷业务概述
- 2.2.2 国外汽车消费信贷运作模式
- 2.2.3 国际汽车消费信贷发展特点
- 2.2.4 法国汽车消费信贷市场分析
- 2.2.5 澳大利亚汽车消费信贷模式
- 2.3 国际信用卡消费信贷市场分析
 - 2.3.1 国外信用卡消费信贷发展模式
 - 2.3.2 法国信用卡消费信贷市场分析
 - 2.3.3 新加坡信用卡消费信贷市场
- 2.4 美国消费信贷市场分析
 - 2.4.1 美国消费信贷发展历程
 - 2.4.2 美国消费信贷市场规模
 - 2.4.3 美国消费信贷体系解析
 - 2.4.4 美国消费信贷发展经验借鉴

第三章 2015-2019年中国消费信贷市场的发展环境

- 3.1 经济环境
 - 3.1.1 国民经济运行状况
 - 3.1.2 社会消费品零售总额
 - 3.1.3 城乡居民收入水平
 - 3.1.4 房地产市场规模
 - 3.1.5 宏观经济发展形势
- 3.2 社会环境
 - 3.2.1 社会保障成效显著
 - 3.2.2 社会信用体系建设
 - 3.2.3 居民消费习惯转变
 - 3.2.4 居民消费金融行为
- 3.3 政策环境
 - 3.3.1 互联网金融相关政策
 - 3.3.2 推进普惠金融发展规划
 - 3.3.3 2019年农村贷款政策
 - 3.3.4 消费金融公司监管政策
 - 3.3.5 消费金融公司财税政策
- 3.4 金融环境
 - 3.4.1 2019年金融市场运行状况

- 3.4.2 2019年金融市场运行状况
- 3.4.3 金融监管改革激发市场活力
- 3.4.4 “十三五”期间金融改革导向
- 3.4.5 消费信贷对金融体系的影响

第四章 2015-2019年中国消费信贷所属行业市场分析

- 4.1 中国消费信贷市场发展综述
 - 4.1.1 消费信贷积极意义
 - 4.1.2 消费信贷市场特征
 - 4.1.3 消费信贷行为分析
- 4.2 2015-2019年中国消费信贷市场发展现状
 - 4.2.1 消费信贷市场发展规模
 - 4.2.2 消费信贷市场模式创新
 - 4.2.3 个人消费信贷市场态势
- 4.3 2015-2019年消费金融公司发展探析
 - 4.3.1 消费金融公司发展历程
 - 4.3.2 消费金融企业竞争日益激烈
 - 4.3.3 消费金融公司信贷业务比较
 - 4.3.4 消费金融公司试点范围扩大
 - 4.3.5 消费金融公司的盈利模式
 - 4.3.6 消费金融公司未来方向
- 4.4 中国消费信贷市场存在的问题
 - 4.4.1 消费信贷发展的制约因素
 - 4.4.2 消费信贷面临的主要挑战
 - 4.4.3 个人消费贷款市场亟待规范
 - 4.4.4 个人消费信贷的信息不对称
 - 4.4.5 中小城市消费信贷发展掣肘
- 4.5 中国消费信贷市场发展策略
 - 4.5.1 消费信贷业务发展对策
 - 4.5.2 规范消费信贷外部环境
 - 4.5.3 推动消费借贷市场扩张
 - 4.5.4 创新消费信贷发放模式
 - 4.5.5 消费信贷业务营销策略

第五章 2015-2019年中国住房消费信贷所属行业市场分析

5.1 2016-2019年中国房贷市场规模

5.1.1 2017年住房信贷市场规模

5.1.2 2018年住房信贷市场规模

5.1.3 2019年住房贷款市场规模

5.1.4 住房储蓄贷款进入中国市场

5.2 2015-2019年中国房贷政策解读

5.2.1 二套房信贷政策解读

5.2.2 个人住房信贷首付政策

5.2.3 住房公积金信贷政策

5.2.4 住房信贷基准利率

5.3 住房消费信贷与住宅市场的相关性分析

5.3.1 住房消费信贷促进了住宅产业的发展

5.3.2 消费信贷为居民购房提供了支付能力

5.3.3 住房消费贷款与住房市场相互作用

5.3.4 金融政策直接影响银行住房贷款

5.4 住宅消费信贷市场存在的问题及发展对策

5.4.1 住房消费信贷的发展困扰

5.4.2 住宅消费信贷存在的不足

5.4.3 住宅消费信贷健康发展建议

5.4.4 住房消费信贷市场扩张策略

第六章 2015-2019年中国汽车消费信贷所属行业市场分析

6.1 2015-2019年中国汽车消费信贷发展态势

6.1.1 汽车消费信贷市场发展规模

6.1.2 互联网金融发力汽车消费信贷

6.1.3 车企进军汽车消费信贷市场

6.1.4 汽车消费信贷资产证券化发展

6.1.5 各大汽车金融公司信贷政策比较

6.2 2015-2019年汽车消费信贷市场消费者行为分析

6.2.1 消费者群体特征

6.2.2 车贷种类选择

6.2.3 信贷产品特征分析

6.2.4 消费者意愿解析

6.3 中国汽车消费信贷发展模式分析

6.3.1 汽车消费信贷模式比较

- 6.3.2 汽车信贷分期付款形式
- 6.3.3 汽车金融信贷模式的优势
- 6.3.4 汽车消费信贷模式的风险
- 6.3.5 汽车消费信贷运营模式趋势
- 6.4 中国汽车消费信贷市场的主要问题
 - 6.4.1 外资汽车信贷企业的冲击
 - 6.4.2 汽车信贷市场问题的成因
 - 6.4.3 汽车消费信贷市场的不足
 - 6.4.4 制约汽车信贷发展的因素
- 6.5 中国汽车消费信贷市场发展策略
 - 6.5.1 汽车消费信贷市场发展对策
 - 6.5.2 汽车消费信贷产业链完善路径
 - 6.5.3 打通汽车消费信贷渠道的对策
 - 6.5.4 发展汽车消费信贷的政策建议
 - 6.5.5 汽车信贷市场健康发展策略

第七章 2015-2019年中国互联网消费信贷所属行业市场分析

- 7.1 2015-2019年互联网消费信贷市场发展态势
 - 7.1.1 互联网消费信贷典型模式
 - 7.1.2 互联网消费信贷发展机遇
 - 7.1.3 互联网消费信贷市场扩张
 - 7.1.4 互联网消费信贷资产证券化
 - 7.1.5 互联网金融发力校园消费信贷
- 7.2 2015-2019年互联网消费信贷市场主体分析
 - 7.2.1 银行机构
 - 7.2.2 信贷企业
 - 7.2.3 电商企业
 - 7.2.4 P2P平台
- 7.3 2015-2019年网络购物信贷市场分析
 - 7.3.1 电商掀起网购信贷浪潮
 - 7.3.2 网购消费信贷需求主体
 - 7.3.3 网购信贷消费额度的授予
 - 7.3.4 网购信贷存在的风险隐患
- 7.4 互联网消费信贷存在的问题及发展对策
 - 7.4.1 网贷套现骗局现象

7.4.2 P2P网贷的法律风险

7.4.3 互联网消费信贷需规避隐患

7.4.4 互联网信贷风险控制策略

7.4.5 网贷行业的发展建议

7.5 互联网消费信贷市场前景展望

7.5.1 互联网消费信贷前景广阔

7.5.2 互联网消费信贷未来展望

7.5.3 互联网汽车信贷前景向好

第八章 2015-2019年中国消费信贷市场发展分析

8.1 大学生消费信贷

8.1.1 大学生消费信贷需求激增

8.1.2 大学生消费信贷市场潜力

8.1.3 大学生消费信贷竞争格局

8.1.4 大学生分期信贷市场风险

8.2 农村消费信贷

8.2.1 农村信贷发展潜力分析

8.2.2 农机消费信贷市场机遇

8.2.3 农分期商城顺势而出

8.2.4 农村消费信贷制约因素

8.2.5 农村消费信贷发展对策

8.3 信用卡消费信贷

8.3.1 信用卡产业发展历程

8.3.2 我国信用卡市场规模

8.3.3 信用卡产业链成熟化发展

8.3.4 国外信用卡消费信贷业务启示

8.4 旅游消费信贷

8.4.1 旅游信贷消费市场兴起

8.4.2 旅游消费信贷需求扩张

8.4.3 旅游消费信贷面临挑战

8.4.4 旅游消费信贷定位策略

8.4.5 旅游消费信贷发展建议

8.4.6 旅行消费信贷发展前景

第九章 2015-2019年银行类金融机构消费信贷业务分析

9.1 中国银行股份有限公司

9.1.1 银行发展概况

9.1.2 信贷业务规模

9.1.3 发力互联网消费金融

9.1.4 推出个人网络循环贷款

9.2 中国工商银行股份有限公司

9.2.1 银行发展概况

9.2.2 信贷业务发展状况

9.2.3 工行推出“逸贷”产品

9.2.4 成立个人信用消费金融中心

9.3 中国建设银行股份有限公司

9.3.1 银行发展概况

9.3.2 信贷业务发展状况

9.3.3 推出龙卡分期付消费信贷

9.3.4 个人消费信贷业务发展路径

9.4 中国农业银行股份有限公司

9.4.1 银行发展概况

9.4.2 信贷业务发展状况

9.4.3 推出小额保证消费贷款

9.5 招商银行股份有限公司

9.5.1 银行发展概况

9.5.2 招商银行创新消费贷产品

9.5.3 上线移动互联网贷款产品

9.5.4 个人消费信贷资产证券化

9.6 中信银行

9.6.1 银行发展概况

9.6.2 首发公积金网贷

9.6.3 推出网络信用消费贷

第十章 非银行类金融机构消费信贷业务分析

10.1 北银消费金融有限公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 经营状况分析

10.1.3 企业发展动态

10.1.4 践行普惠金融

- 10.1.5 开发自助贷款机
- 10.2 捷信消费金融（中国）有限公司
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 首创驻店消费模式
 - 10.2.3 试水零费用大学生贷款
 - 10.2.4 推出大学生定制信贷产品
- 10.3 苏宁消费金融有限公司
 - 10.3.1 企业发展概况
 - 10.3.2 推出任性付消费信贷
 - 10.3.3 苏宁普惠金融战略
- 10.4 马上消费金融有限公司
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 “马上贷”信贷产品
 - 10.4.3 推出“APP+”信贷产品
- 10.5 招联消费金融有限公司
 - 10.5.1 企业发展概况
 - 10.5.2 信贷产品介绍

第十一章 2015-2019年消费信贷市场风险管理分析

- 11.1 消费信贷主要风险形式及成因
 - 11.1.1 贷款户数、期限与金额的问题
 - 11.1.2 消费者资信制度缺失
 - 11.1.3 抵押担保手续不严谨
 - 11.1.4 自我约束机制不健全
 - 11.1.5 借款人不信守借款合同
- 11.2 汽车消费信贷的风险及应对策略
 - 11.2.1 信用风险
 - 11.2.2 担保风险
 - 11.2.3 抵押物处置风险
 - 11.2.4 风险管理系统设计
- 11.3 商业银行消费信贷业务的风险管理
 - 11.3.1 目标与原则
 - 11.3.2 利率风险管理
 - 11.3.3 流动性风险管理
 - 11.3.4 操作风险管理

11.4 消费信贷风险防范机制的构建

11.4.1 个人信用制度

11.4.2 商业保险机制

11.4.3 风险基金制度

11.4.4 资产保全和风险转化机制

11.4.5 资产损失责任追究制度

11.5 消费信贷风险评估体系的构建

11.5.1 消费信贷风险评估体系评析

11.5.2 信贷风险评估体系构建思路

11.5.3 商业银行的内部风险控制要点

11.5.4 商业银行信贷风险的法规保护

11.5.5 消费信贷风险评估体系操作方案

第十二章 2015-2019年消费信贷上游征信行业发展分析

12.1 中国征信行业发展综述

12.1.1 征信行业发展历程

12.1.2 征信行业发展特征

12.1.3 征信行业市场规模

12.1.4 征信行业商业模式

12.1.5 征信行业发展形势

12.2 2015-2019年中国征信市场格局分析

12.2.1 征信市场主体分析

12.2.2 国内征信市场格局

12.2.3 征信市场竞争加剧

12.2.4 企业征信市场格局

12.2.5 个人征信市场格局

12.3 2015-2019年互联网征信市场分析

12.3.1 互联网征信概念界定

12.3.2 与传统征信业务比较

12.3.3 互联网征信发展模式

12.3.4 互联网征信应用分化

12.3.5 互联网征信存在的问题

12.4 征信市场前景展望

12.4.1 征信行业未来发展趋势

12.4.2 社会信用体系将持续完善

12.4.3 互联网金融亟需征信支持

第十三章 消费信贷市场投资机会与市场前景预测

13.1 消费信贷市场投资机会点分析

13.1.1 蓝领消费信贷

13.1.2 租房消费信贷

13.1.3 装修消费信贷

13.1.4 医疗消费信贷

13.1.5 教育消费信贷

13.2 消费信贷市场发展的前景及趋势

13.2.1 消费信贷持续发展的驱动力

13.2.2 消费信贷市场未来发展趋势

13.2.3 消费信贷市场发展前景可观

13.2.4 消费信贷市场未来前景展望

13.2.5 消费金融服务市场潜力巨大

13.3 汽车消费信贷市场的前景展望

13.3.1 全球汽车消费信贷发展趋势

13.3.2 汽车消费信贷市场前景预测

13.3.3 汽车消费信贷市场发展趋势

13.3.4 汽车消费信贷市场渐趋专业化

13.3.5 互联网金融成汽车信贷新势力

附录：

附录一：汽车贷款管理办法

附录二：个人住房贷款管理办法

附录三：消费金融公司试点管理办法

附录四：汽车金融公司管理办法

附录五：个人贷款管理暂行办法

图表目录：

图表 消费金融产业链

图表 美国汽车存货融资模式

图表 美国汽车分期付款模式

图表 日本汽车分期付款模式

图表 美国、日本和台湾的汽车存货融资模式比较

图表 美国、日本和台湾的汽车分期付款模式比较

图表 2019年国内生产总值及其增长速度

图表 2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2010-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表 2010-2019年建筑业增加值及其增长速度

图表 2010-2019年全社会固定资产投资

图表 2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2019年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表 2019年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表 2019年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2019年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表 2019年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2019年全国商品房销售面积及销售额增速

图表 2019年东中西部地区房地产销售情况

图表 2015-2019年银行间债券市场主要债券品种发行量变化情况

图表 2015-2019年银行间市场成交量变化情况

图表 2019年银行间市场国债收益率曲线变化情况

图表 2019年末银行间债券市场主要券种持有者结构

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/492989.html>