

2017-2022年中国消费信贷行业市场深度调查评估 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《2017-2022年中国消费信贷行业市场深度调查评估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/294784.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

消费作为国家经济发展的“三驾马车”之一，在国务院持续的政策推动下，有望引来新一轮的升级，为消费金融发展创造了绝好的基础商业环境。从2013年到2016年，我们看到国务院印发了系列促进消费产业升级的政策，涉及领域有信息消费、旅游消费、健康消费、体育消费、养老消费、服务消费、农村消费等。考虑到产业鼓励政策激励与落地的延后效应，国家消费结构升级的产业方向不变，整体社会消费升级正在进入加速放量阶段，有望引来新一轮的高增长。

从2009-2015年，消费金融领域政策变化历程

2010年-2016年1月，国内共有15家公司获得消费金融牌照

序号

名称

牌照颁发时间

主要出资人

注册地

1

中银消费金融有限公司

2010.01

中国银行、百联集团、陆家嘴金融发展

上海

2

四川锦程消费金融有限责任公司

2010.01

成都银行、马来西亚丰隆银行

成都

3

北银消费金融有限公司

2010.01

北京银行、桑坦德、利时集团、联想控股、万达集团、联动投资等

北京

4

捷信消费金融有限公司

2010.02

派富集团 (PPF Group N.V.)

天津

5

招联消费金融有限公司

2014.08

香港永隆银行、中国联通

深圳

6

兴业消费金融股份有限公司

2014.1

兴业银行、泉州市商业总公司、特步、富诚

泉州

7

海尔消费金融有限公司

2014.12

海尔集团、海尔集团财务、红星美凯龙、浙江逸荣投资、北京天同赛博

青岛

8

苏宁消费金融有限公司

2014.12

苏宁云商、南京银行、巴黎银行个人金融集团、江苏洋河酒厂、先声再康药业

南京

9

湖北消费金融股份有限公司

2014.12

湖北银行、TCL集团、武商联集团、武商集团

武汉

10

马上消费金融股份有限公司

2014.12

阳光保险、重庆百货、北京稀润、重庆银行、阳光财保、浙江小商品城集团、物美控股

重庆

11

中邮消费金融有限公司

2015.01

储蓄银行、星展银行、渤海国际信托、拉卡拉、广百股份、海印集团、三正集团

广州

12

杭银消费金融股份有限公司

2015.07

杭州银行、西班牙对外银行、海宝集团、网盛生意宝

杭州

13

华融消费金融股份有限公司

2015.1

中国华融、合肥百货、深圳华强、安徽新安资产

合肥

14

盛银消费金融有限公司

2015.11

盛京银行、顺峰投资实业、大连德旭经贸

沈阳

15

晋商消费金融股份有限公司

2016.01

晋商银行、奇飞翔艺、宇信易诚、山西华宇商业发展、山西美特好连锁超市

太原

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 2014-2016年国际消费信贷市场分析

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 2014-2016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

2015年中国社会消费品零售总额为300931亿元，同比名义增长10.7%（扣除价格因素，

实际增长10.6%)，我国居民人均可支配收入2015年达到21996元，同比增长7.4%，超过GDP增速，为居民消费需求和消费支出增长提供了事实上的基础。

2011-2015年我国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

2012-2016年中国商品房销售面积当月值及同比增速

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 2016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 2015年金融市场运行状况

3.4.2 2016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 2014-2016年中国消费信贷市场分析

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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国住房消费信贷市场分析

- 5.1 2014-2016年中国房贷市场规模
 - 5.1.1 2014年住房信贷市场规模
 - 5.1.2 2015年住房信贷市场规模
 - 5.1.3 2016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 2014-2016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 2014-2016年中国汽车消费信贷市场分析

6.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国互联网消费信贷市场分析

7.1 2014-2015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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国消费信贷细分市场分析

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 2014-2016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 推出龙卡分期付款消费信贷
- 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 2014-2016年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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2017-2022年消费信贷行业发展前景展望

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

部分图表目录：

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 2012-2016年美国消费信贷总额及增幅

图表 2016年国内生产总值及其增长速度

图表 2016年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2016年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2010-2016年全部工业增加值及其增长速度

图表 2010-2016年建筑业增加值及其增长速度

图表 2010-2016年全社会固定资产投资

图表 2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 2016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 2010-2016年社会消费品零售总额

图表 2016年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表 2016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 2016年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表 2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2016年全国商品房销售面积及销售额增速

图表 2016年东中西部地区房地产销售情况

图表 2004-2016年银行间债券市场主要债券品种发行量变化情况

图表 2004-2016年银行间市场成交量变化情况

图表 2016年银行间市场国债收益率曲线变化情况

图表 2016年末银行间债券市场主要券种持有者结构

图表 2008-2016年记账式国债柜台交易情况

图表 消费金融公司发展脉络

图表 消费金融、小额贷款及信用卡的比较

图表 2016年贷款基准利率

图表 2010-2016年来5年以上房贷利率

图表 2016年商业房贷首套房利率

图表 2016年商业房贷二套房利率

图表 2016年公积金贷款利率

图表 2016年公积金二套房贷款利率

图表 2016年各城市房贷利率

图表 城市居民人均住房面积的增长情况

图表 城镇居民可支配收入历年增长情况

图表 城乡居民人民币储蓄余额及增长情况

图表 有车贷意向的人群占比

图表 购车信贷种类选择

图表 信贷产品丰富程度

图表 信贷产品利率水平

图表 消费者能接受的资料审核期

图表 消费者希望的佣金支付周期

图表 还款年限与首付额度选择

图表 是否愿意选择大额尾付货款

图表 互联网消费信贷模式分类

图表 2006-2016年信用卡市场总量与交易总额

图表 2006-2016年信用卡信贷总额增长情况

图表 2016年信用卡发卡银行市场占有率比较

图表 2016年发卡银行信用卡交易金额比较

图表 2016年各银行信用卡透支余额情况

图表 2016年信用卡卡均消费额与笔均消费额

图表 2008-2016年信用卡活卡率情况

图表 中国银行组织架构

图表 征信行业发展历程

图表 征信产业链模式

图表 国内征信系统构成

图表 征信数据库形成流程

图表 三种征信模式特点比较

图表 中外征信公司市场份额情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/294784.html>