

# 2017-2022年中国消费金融 产业深度调研与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国消费金融行业深度调研与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/441043IT75.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2015年末中国消费信贷余额达约18.9万亿元，同比增长23.3%，增速是一般贷款增速的1.6倍，处于快速发展阶段。根据权威市场调查机构艾瑞咨询预测，中国消费信贷规模在未来5年内有望维持20%以上的快速增长趋势，预计2019年将达到41.1万亿元，是2010年的5倍以上，消费拉动经济增长的趋势继续显现。

2010-2019年中国消费信贷余额规模及增长率预测：单位：万亿元

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国消费金融行业深度调研与投资前景分析报告》共十一章。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。您若想对消费金融行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：

### 第一章 消费金融的相关概述

#### 1.1 消费信贷的理论基础

##### 1.1.1 国外理论综述

##### 1.1.2 国内理论综述

#### 1.2 消费金融的基本概述

##### 1.2.1 消费金融的界定

##### 1.2.2 消费金融与消费的关系

##### 1.2.3 消费金融体系及其主要内容

#### 1.3 消费金融公司的相关介绍

##### 1.3.1 消费金融公司的概念

##### 1.3.2 消费金融公司的定位

##### 1.3.3 消费金融公司的积极意义

## 第二章 2014-2016年全球消费金融的发展状况及经验借鉴

### 2.1 全球综述

#### 2.1.1 国际消费金融的产生和发展

#### 2.1.2 国际消费金融市场份额分析

#### 2.1.3 国际消费金融公司的发展特点

#### 2.1.4 国际消费金融公司的发展经验

#### 2.1.5 银行与消费金融公司合作增多

#### 2.1.6 主要国家消费金融模式的比较

### 2.2 美国

#### 2.2.1 美国消费金融机构的主要类型

#### 2.2.2 美国消费金融公司的发展环境

#### 2.2.3 美国消费金融公司的运营特点

#### 2.2.4 美国消费金融相关法律解析

#### 2.2.5 美国消费金融发展对中国的启示

### 2.3 欧盟

#### 2.3.1 欧盟消费金融公司发展简况

#### 2.3.2 欧盟消费金融的客户及产品定位

#### 2.3.3 欧盟消费金融公司的营销模式

#### 2.3.4 欧盟消费金融公司的信贷模式

#### 2.3.5 欧盟消费金融公司的风险管理模式

#### 2.3.6 欧盟主要国家的消费金融公司发展模式

### 2.4 日本

#### 2.4.1 日本消费金融机构的发展状况

#### 2.4.2 日本主要消费金融公司的经营特点

#### 2.4.3 日本消费金融公司运营模式及启示

#### 2.4.4 中日消费金融公司发展状况对比

### 2.5 其他国家或地区

#### 2.5.1 新兴市场消费金融的发展状况

#### 2.5.2 东欧消费金融迅速发展的经验

#### 2.5.3 印度消费金融快速发展的原因

#### 2.5.4 韩国消费金融的发展路径探析

### 第三章 2014-2016年中国消费金融行业发展环境分析

#### 3.1 宏观经济环境

##### 3.1.1 全球经济金融环境简况

##### 3.1.2 全球经济运行趋势预测

##### 3.1.3 中国宏观经济环境分析

##### 3.1.4 中国宏观经济发展趋势

##### 3.1.5 中国各行业产能过剩严重

##### 3.1.6 中国宏观经济发展预期良好

#### 3.2 政策环境

##### 3.2.1 国内消费金融发展已具备相应条件

##### 3.2.2 国务院发布新政促进消费金融发展

##### 3.2.3 政策利好消费金融公司试点发展

##### 3.2.4 消费金融公司试点管理办法修订版的影响

##### 3.2.5 现有的消费金融政策尚未形成体系

##### 3.2.6 2015年国家放开消费金融市场准入

#### 3.3 金融行业环境

##### 3.3.1 中国金融业发展改革历程回顾

##### 3.3.2 中国金融业发展改革现状分析

##### 3.3.3 中国农村金融业发展状况分析

##### 3.3.4 中国金融业运行数据统计分析

##### 3.3.5 中国信用卡行业的发展状况

#### 3.4 消费市场环境

##### 3.4.1 中国消费市场发展状况

##### 3.4.2 我国消费信贷的发展特征

##### 3.4.3 中国经济内生消费拉动不足

##### 3.4.4 消费肩负中国经济增长的重任

##### 3.4.5 信息消费成为新的消费增长点

##### 3.4.6 中国消费市场的发展趋势分析

#### 3.5 社会和技术环境

##### 3.5.1 人口增长及结构变化

##### 3.5.2 社会环境和技术的发展

##### 3.5.3 社会保障制度日趋完善

3.5.4 人们消费观念逐步转变

3.5.5 人们的投资意识增强

## 第四章 2014-2016年中国消费金融行业发展分析

### 4.1 中国消费金融行业发展综述

4.1.1 当代经济环境下消费金融新特点

4.1.2 我国消费金融仍处于初级阶段

4.1.3 消费金融在中国的发展模式

4.1.4 消费金融将成经济转型助推器

4.1.5 消费金融行业推进普惠金融覆盖

### 4.2 2014-2016年中国消费金融行业发展状况

4.2.1 我国消费金融发展现状分析

#### 2012-2019 中国互联网消费金融交易规模预测

4.2.2 我国消费金融取得显著成绩

4.2.3 中国消费金融供需状况分析

4.2.4 我国消费金融公司试点运行状况

4.2.5 网络交易为消费金融带来发展机会

### 4.3 2014-2016年中国消费金融行业竞争状况

4.3.1 消费金融公司与商业银行的竞争关系

4.3.2 各类企业在消费金融市场的竞争

4.3.3 外资小贷公司抢滩消费金融市场

4.3.4 消费金融公司与社区金融机构的竞争

4.3.5 互联网金融与银行在消费金融领域的竞争

### 4.4 我国消费金融行业发展存在的问题

4.4.1 消费观念的制约

4.4.2 产品趋同的制约

4.4.3 审批繁琐的制约

4.4.4 信用制度的制约

### 4.5 我国消费金融行业发展的策略选择

4.5.1 引导消费者消费观念的转变

4.5.2 加快建设信用法规制度体系

- 4.5.3 进一步改进社会保障制度
- 4.5.4 加强监管，严控金融风险
- 4.5.5 拓宽消费金融的资金来源
- 4.5.6 逐步推动消费金融资产证券化

## 第五章 2014-2016年中国住房消费金融市场发展分析

### 5.1 国外主要住房消费金融模式比较分析

- 5.1.1 互助合同型住房消费金融模式
- 5.1.2 强制储蓄型住房消费金融模式
- 5.1.3 资本市场型住房消费模式
- 5.1.4 住房消费金融模式特点比较

### 5.2 2014-2016年中国住房消费金融市场发展状况

- 5.2.1 住房消费金融与经济发​​展的理论基础
- 5.2.2 我国住房消费金融模式的发展分析
- 5.2.3 我国住房消费金融市​​场供需状况
- 5.2.4 政策性住房消费金融服务发展分析

### 5.3 住房消费金融产品的种类及风险分析

- 5.3.1 住房消费金融产品的分类
- 5.3.2 固定利率抵押贷款的种类及风险
- 5.3.3 可调利率抵押贷款的种类及风险

### 5.4 我国住房消费金融面临的问题分析

- 5.4.1 支付能力与住房价格的矛盾
- 5.4.2 传统消费观念的制约
- 5.4.3 消费信用制度不完善
- 5.4.4 住房消费信贷的风险

### 5.5 我国住房消费金融市​​场的发展策略

- 5.5.1 完善我国社会保障制度
- 5.5.2 增加住房消费金融需求
- 5.5.3 开发创新型金融产品
- 5.5.4 建立良好住房信贷制度
- 5.5.5 加强金融风险监管

## 第六章 2014-2016年中国汽车消费金融市场发展分析

### 6.1 2014-2016年中国汽车消费金融市场发展状况

#### 6.1.1 消费金融成为汽车业增长新动力

#### 6.1.2 我国汽车消费金融市场发展迅速

#### 6.1.3 我国汽车消费金融市场竞争格局

#### 6.1.4 我国汽车消费金融业务发展模式

#### 6.1.5 我国主流汽车消费金融产品介绍

#### 6.1.6 我国汽车金融公司典型案例分析

### 6.2 2014-2016年中国汽车消费金融消费者行为研究

#### 6.2.1 贷款购车消费者占比

#### 6.2.2 贷款购车消费者年龄分布

#### 6.2.3 各区域贷款购车比例

#### 6.2.4 主流国别乘用车贷款购车占比

#### 6.2.5 消费者贷款购车原因及障碍

#### 6.2.6 消费者对贷款提供方选择意愿

#### 6.2.7 未来消费者购车贷款意愿

#### 6.2.8 汽车贷款促销方式的吸引力

### 6.3 汽车金融公司提供汽车消费金融服务的优势

#### 6.3.1 汽车金融公司和母公司利益紧密相关

#### 6.3.2 汽车金融公司贷款手续快速便捷

#### 6.3.3 汽车金融公司专业化经营程度高

#### 6.3.4 汽车金融公司提供全方位综合服务

### 6.4 我国汽车消费金融发展中存在的问题

#### 6.4.1 业务渠道较难建立

#### 6.4.2 业务申请手续繁琐

#### 6.4.3 产品创新能力不足

#### 6.4.4 人员专业素质待提高

### 6.5 促进我国汽车消费金融发展的若干建议

#### 6.5.1 推动我国汽车消费金融市场发展的对策

#### 6.5.2 商业银行改善汽车消费金融业务的策略

#### 6.5.3 汽车金融公司业务发展运营方案



## 第七章 2014-2016年中国消费金融公司发展分析

### 7.1 消费金融公司在中国的兴起与发展

#### 7.1.1 我国消费金融公司的设立初衷

#### 7.1.2 国内消费金融公司的发展历程

#### 7.1.3 我国消费金融公司的成长悖论

#### 7.1.4 我国消费金融公司面临发展契机

### 7.2 中国消费金融公司的特点

#### 7.2.1 设立门槛

#### 7.2.2 资金来源

#### 7.2.3 贷款门槛

#### 7.2.4 贷款额度

#### 7.2.5 业务范围

#### 7.2.6 利率设定

### 7.3 中国消费金融公司的成立条件及主要业务分析

#### 7.3.1 中国消费金融公司的主要设立条件

#### 7.3.2 中国消费金融公司的业务范围

#### 7.3.3 中国消费金融公司的业务特点

#### 7.3.4 中国消费金融公司业务存在的问题

### 7.4 消费金融公司信贷与其它同级信贷的比较分析

#### 7.4.1 与信用卡的比较

#### 7.4.2 与银行无担保产品比较

#### 7.4.3 与典当行小额贷款比较

#### 7.4.4 与小额贷款公司比较

### 7.5 中国消费金融公司SWOT分析

#### 7.5.1 内部优势

#### 7.5.2 内部劣势

#### 7.5.3 外部优势

#### 7.5.4 外部威胁

### 7.6 中国消费金融公司发展存在的问题

#### 7.6.1 现阶段我国消费金融公司发展的障碍

#### 7.6.2 消费金融公司业务发展的限制因素

#### 7.6.3 在中国成立消费金融公司存在的问题

#### 7.6.4 我国与国际消费金融公司发展的差距

### 7.7 中国消费金融公司的经营管理策略

#### 7.7.1 市场定位

#### 7.7.2 目标客户

#### 7.7.3 营销模式

#### 7.7.4 人才培养

#### 7.7.5 产品和服务

#### 7.7.6 授信风险管理

## 第八章 2014-2016年中国商业银行消费金融服务发展分析

### 8.1 2014-2016年中国商业银行消费金融服务发展状况

#### 8.1.1 商业银行是消费金融发展主要力量

#### 8.1.2 商业银行个人消费金融的发展状况

#### 8.1.3 商业银行素质决定消费金融运营质量

#### 8.1.4 消费金融公司对商业银行业务的冲击

#### 8.1.5 商业银行将加快汽车消费金融发展

### 8.2 商业银行与消费金融公司业务比较分析

#### 8.2.1 业务范围比较分析

#### 8.2.2 吸引资金容易度比较分析

#### 8.2.3 经营风险比较分析

#### 8.2.4 经营渠道比较分析

#### 8.2.5 信贷利率与信贷额度比较分析

#### 8.2.6 业务操作比较分析

### 8.3 中国商业银行消费金融服务存在的问题

#### 8.3.1 供给主体为国有商业银行

#### 8.3.2 业务发展定位的制约

#### 8.3.3 产品品种十分有限

#### 8.3.4 业务办理手续繁琐

#### 8.3.5 城乡发展不平衡

### 8.4 中国商业银行消费金融服务的发展对策

#### 8.4.1 创新组织结构

#### 8.4.2 加强产品创新

- 8.4.3 重视品牌建设
- 8.4.4 规范个人信用体系
- 8.4.5 把握利率市场化的机遇

## 第九章 2014-2016年中国的金融消费者分析

- 9.1 金融消费者概念和权利
  - 9.1.1 金融消费者法律概念界定
  - 9.1.2 金融消费者的权利
  - 9.1.3 金融消费者保护立法的现实意义
- 9.2 我国城镇家庭消费金融意识与行为调查
  - 9.2.1 调查背景
  - 9.2.2 家庭经济情况
  - 9.2.3 家庭投资行为
  - 9.2.4 家庭借贷行为
  - 9.2.5 家庭理财其他方面
- 9.3 我国消费者对消费金融的认知调查
  - 9.3.1 使用比例及了解程度
  - 9.3.2 消费者消费意愿调查
  - 9.3.3 金融杠杆认知程度
  - 9.3.4 消费金融了解意愿
  - 9.3.5 信用卡的接受程度
  - 9.3.6 消费金融认知程度
- 9.4 金融消费者权益保护的现状及缺陷
  - 9.4.1 我国现有的金融消费者保护的现状
  - 9.4.2 金融消费者权益维护的现实缺陷
  - 9.4.3 金融消费者权益被侵害的主要形式
  - 9.4.4 金融消费者权益被侵害的主要原因
  - 9.4.5 消费类金融纠纷的特点及问题
- 9.5 我国金融消费者权益保护的发展建议
  - 9.5.1 各国金融消费者保护的借鉴
  - 9.5.2 加强金融消费者权益保护的现实思考
  - 9.5.3 维护金融消费者权益的现实思考

#### 9.5.4 完善消费类金融纠纷解决机制的建议

### 第十章 2014-2016年国内外消费金融重点企业的经营分析

#### 10.1 主要国际消费金融公司经营模式和特点

##### 10.1.1 Sears百货公司消费金融模式

##### 10.1.2 戴尔和苹果电脑消费金融模式

##### 10.1.3 通用电气金融服务公司模式

#### 10.2 北银消费金融公司

##### 10.2.1 企业简介

##### 10.2.2 主要产品

##### 10.2.3 经营状况

##### 10.2.4 发展策略

#### 10.3 锦程消费金融有限公司

##### 10.3.1 企业简介

##### 10.3.2 主要产品

##### 10.3.3 经营状况

##### 10.3.4 发展策略

#### 10.4 中银消费金融公司

##### 10.4.1 企业简介

##### 10.4.2 主要产品

##### 10.4.3 经营状况

##### 10.4.4 发展策略

#### 10.5 捷信消费金融公司

##### 10.5.1 企业简介

##### 10.5.2 主要产品

##### 10.5.3 经营状况

##### 10.5.4 发展策略

#### 10.6 中国工商银行

##### 10.6.1 企业简介

##### 10.6.2 经营状况

##### 10.6.3 发展策略

##### 10.6.4 信用卡数量

- 10.7 中国建设银行
  - 10.7.1 企业简介
  - 10.7.2 经营状况
  - 10.7.3 发展策略
  - 10.7.4 信用卡数量
- 10.8 中国银行
  - 10.8.1 企业简介
  - 10.8.2 经营状况
  - 10.8.3 发展策略
  - 10.8.4 信用卡数量
- 10.9 中国农业银行
  - 10.9.1 企业简介
  - 10.9.2 经营状况
  - 10.9.3 发展策略
  - 10.9.4 信用卡数量
- 10.10 交通银行
  - 10.10.1 企业简介
  - 10.10.2 经营状况
  - 10.10.3 发展策略
  - 10.10.4 信用卡数量
- 10.11 招商银行
  - 10.11.1 企业简介
  - 10.11.2 经营状况
  - 10.11.3 发展策略
  - 10.11.4 信用卡数量
- 10.12 中信银行
  - 10.12.1 企业简介
  - 10.12.2 主要产品
  - 10.12.3 经营状况
  - 10.12.4 发展策略

- 11.1 中国消费金融市场的发展前景
  - 11.1.1 中国消费信贷市场增长预测
  - 11.1.2 消费金融在我国的发展机遇
  - 11.1.3 城镇化成为消费金融成长动力
  - 11.1.4 汽车消费金融发展前景展望
  - 11.1.5 2017-2022年中国消费金融业发展预测
- 11.2 中国消费金融公司的发展前景
  - 11.2.1 消费金融公司发展前景广阔
  - 11.2.2 消费金融公司将成为金融新“蓝海”
  - 11.2.3 新政为消费金融公司带来重大利好
  - 11.2.4 民资将促消费金融公司进一步发展（ZY GXH）

## 附录

附录一：《消费金融公司试点管理办法（修订稿）》

附录二：《关于加大对新消费金融领域金融支持的指导意见》

## 图表目录：

- 图表 日本消费金融公司与银行典型合资案例
- 图表 日本主要消费金融公司与银行间的资本关系
- 图表 英国消费信贷年终余额比照表
- 图表 20世纪90年代以来武富士金融公司最高贷款利率趋势
- 图表 印度金融机构结构图
- 图表 七国集团GDP增长率
- 图表 金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率
- 图表 全球及主要经济体制造业和服务业PMI
- 图表 全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数
- 图表 2015-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表 2015-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表 2015-2016年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）
- 图表 2015-2016年房地产开发投资名义增速（累计同比）
- 图表 2015-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表 2015-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表 2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2015-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2015-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2015-2016年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表 2015-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2015-2016年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表 2015-2016年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/441043IT75.html>