

2018-2024年中国消费金融 行业市场监测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

一、报告报价

《2018-2024年中国消费金融行业市场监测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/559165DL1W.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

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。产业研究院预计，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。

报告目录

第1章：消费金融行业运行情况分析

1.1 消费金融行业发展现状

1.1.1 消费金融公司发展概况

1.1.2 消费金融公司发展规模

(1) 银行系消费金融公司规模

(2) 产业系消费金融公司规模

(3) 电商系消费金融公司规模

1.2 消费金融行业经营情况

1.2.1 消费金融公司资产规模分析

1.2.2 消费金融公司贷款余额分析

1.2.3 消费金融公司净利润分析

1.3 消费金融行业成本收益分析

1.3.1 消费金融公司资金成本分析

1.3.2 消费金融公司服务收益分析

1.3.3 消费金融公司坏账水平分析

1.3.4 消费金融公司盈利能力分析

1.4 消费金融公司应用场景分析

1.4.1 旅游消费金融场景分析

1.4.2 健康消费金融场景分析

1.4.3 零售业消费金融分析

1.4.4 教育消费金融场景分析

1.4.5 农村消费金融场景分析

第2章：消费金融行业市场主体竞争分析

2.1 消费金融公司市场竞争主体

2.1.1 银行系消费金融公司

2.1.2 电商系消费金融公司

2.1.3 产业系消费金融公司

2.2 消费金融公司市场竞争格局

2.2.1 消费金融公司区域竞争格局

2.2.2 消费金融公司企业竞争格局

2.3 消费金融公司市场竞争趋势

第3章：银行系消费金融公司运作模式

3.1 五大行背景消费金融公司运作模式

3.1.1 五大行背景消费金融公司股东实力

3.1.2 五大行背景消费金融公司经营情况

3.1.3 五大行背景消费金融公司业务协同

3.1.4 五大行背景消费金融公司业务运作

3.1.5 五大行背景消费金融公司风险控制

3.1.6 中邮消费金融有限公司运作案例分析

(1) 中邮消费金融有限公司股东背景

(2) 中邮消费金融有限公司经营业绩

(3) 中邮消费金融有限公司业务重点

(4) 中邮消费金融有限公司与中邮合作模式

(5) 中邮消费金融有限公司风险控制

3.2 股份制商业银行背景消费金融公司运作模式

3.2.1 股份制商业银行背景消费金融公司股东实力

- 3.2.2 股份制商业银行背景消费金融公司经营情况
- 3.2.3 股份制商业银行背景消费金融公司业务协同
- 3.2.4 股份制商业银行背景消费金融公司业务运作
- 3.2.5 股份制商业银行背景消费金融公司风险控制
- 3.2.6 股份制商业银行背景消费金融公司与银行合作模式分析
- 3.3 城市商业银行背景消费金融公司运作模式
 - 3.3.1 城市商业银行背景消费金融公司股东实力
 - 3.3.2 城市商业银行背景消费金融公司经营情况
 - 3.3.3 城市商业银行背景消费金融公司业务协同
 - 3.3.4 城市商业银行背景消费金融公司业务运作
 - 3.3.5 城市商业银行背景消费金融公司风险控制
 - 3.3.6 北银消费金融有限公司运作案例分析
 - (1) 北银消费金融有限公司股东背景
 - (2) 北银消费金融有限公司经营业绩
 - (3) 北银消费金融有限公司业务重点
 - (4) 北银消费金融有限公司与母公司合作模式
 - 3.3.7 湖北消费金融股份有限公司运作案例分析
 - (1) 湖北消费金融股份有限公司股东背景
 - (2) 湖北消费金融股份有限公司经营业绩
 - (3) 湖北消费金融股份有限公司业务重点
 - (4) 湖北消费金融股份有限公司与母公司合作模式
 - (5) 湖北消费金融股份有限公司风险控制
 - 3.3.8 陕西长银消费金融有限公司运作案例分析
 - (1) 陕西长银消费金融有限公司股东背景
 - (2) 陕西长银消费金融有限公司经营业绩
 - (3) 陕西长银消费金融有限公司业务重点
 - (4) 陕西长银消费金融有限公司与母公司合作模式
 - (5) 陕西长银消费金融有限公司风险控制
 - 3.3.9 杭银消费金融股份有限公司运作案例分析
 - (1) 杭银消费金融股份有限公司股东背景
 - (2) 杭银消费金融股份有限公司经营业绩
 - (3) 杭银消费金融股份有限公司业务重点

3.3.10 晋商消费金融股份有限公司运作案例分析

- (1) 晋商消费金融股份有限公司股东背景
- (2) 晋商消费金融股份有限公司经营业绩
- (3) 晋商消费金融股份有限公司业务重点
- (4) 晋商消费金融股份有限公司与母公司合作模式
- (5) 晋商消费金融股份有限公司风险控制

3.3.11 盛银消费金融有限公司运作案例分析

- (1) 盛银消费金融有限公司股东背景
- (2) 盛银消费金融有限公司经营业绩
- (3) 盛银消费金融有限公司业务重点
- (4) 盛银消费金融有限公司与母公司合作模式
- (5) 盛银消费金融有限公司风险控制

第4章：消费金融公司互联网金融业务运作

4.1 消费金融公司互联网金融业务模式分析

4.1.1 消费金融公司互联网金融业务类别

4.1.2 消费金融公司互联网金融业务布局

4.1.3 消费金融公司互联网金融业务模式

4.2 消费金融公司互联网金融业务发展现状

4.2.1 银行系消费金融公司互联网金融业务发展现状

- (1) 银行从事消费金融的模式
- (2) 银行的互联网消费金融服务模式
- (3) 银行系消费金融公司数量规模

4.2.2 电商系消费金融公司互联网金融业务发展现状

- (1) 电商的互联网消费金融服务模式
- (2) 电商系消费金融公司互联网金融业务优势

4.2.3 产业系消费金融公司互联网金融业务发展现状

4.3 消费金融公司互联网金融业务案例分析

4.3.1 中银消费金融有限公司

- (1) 中银消费金融有限公司互联网金融业务产品分析
- (2) 中银消费金融有限公司互联网金融业务布局分析
- (3) 中银消费金融有限公司互联网金融业务运作模式

(4) 中银消费金融有限公司互联网金融业务经营效益

4.3.2 马上消费金融股份有限公司

(1) 马上消费金融股份有限公司互联网金融业务产品分析

(2) 马上消费金融股份有限公司互联网金融业务布局分析

(3) 马上消费金融股份有限公司互联网金融业务运作模式

(4) 马上消费金融股份有限公司互联网金融业务经营效益

4.3.3 苏宁消费金融有限公司

(1) 苏宁消费金融有限公司互联网金融业务产品分析

(2) 苏宁消费金融有限公司互联网金融业务布局分析

(3) 苏宁消费金融有限公司互联网金融业务运作模式

(4) 苏宁消费金融有限公司互联网金融业务经营效益

4.3.4 海尔消费金融有限公司

(1) 海尔消费金融有限公司互联网金融业务产品分析

(2) 海尔消费金融有限公司互联网金融业务布局分析

(3) 海尔消费金融有限公司互联网金融业务运作模式

(4) 海尔消费金融有限公司互联网金融业务经营效益

4.4 消费金融公司互联网金融业务发展潜力

4.4.1 消费金融公司互联网金融业务发展趋势

4.4.2 消费金融公司各主体互联网金融业务发展潜力

(1) 银行系消费金融公司互联网金融业务发展潜力

(2) 电商系消费金融公司互联网金融业务发展潜力

(3) 产业系消费金融公司互联网金融业务发展潜力

第5章：消费金融公司市场前景分析

5.1 消费金融公司持续发展竞争力分析

5.1.1 消费金融公司资金实力

5.1.2 消费金融公司丰富场景

5.1.3 消费金融公司征信系统

5.1.4 消费金融公司风控系统

5.2 消费金融公司业务发展策略分析

5.2.1 信贷业务发展策略分析

(1) 完善认证机制降低恶意欺诈

(2) 定制策略规则实现精准风控

5.2.2 细分市场发展战略分析

- (1) 旅游消费金融成市场新的爆发点
- (2) 医疗消费金融会成为医保的一种补充
- (3) 教育消费金融正在培训、留学领域兴起
- (4) 农村消费金融即将成为下一个风口
- (5) 汽车消费金融需要突破4S店这道屏障

5.2.3 业务模式发展战略分析

5.2.4 业务协同发展策略分析

5.2.5 产品创新发展策略分析

5.3 消费金融公司市场发展前景分析

5.3.1 消费金融公司市场发展障碍

5.3.2 消费金融公司市场发展机遇

- (1) 国民经济稳健发展
- (2) 中国消费金融发展水平较低
- (3) 电子商务与互联网发展驱动
- (4) 信用体系建设的完善
- (5) 国家政策扶持

5.3.3 消费金融公司市场空间测算

- (1) 居民消费提升空间
- (2) 消费信贷占消费支出比例上升空间
- (3) 消费金融未来市场格局

图表目录

图表1：中国消费金融公司发展历程

图表2：银行系消费金融公司汇总（单位：亿元）

图表3：产业系消费金融公司汇总（单位：亿元）

图表4：2014-2016年我国消费金融公司资产规模变化趋势图（单位：亿元）

图表5：2014-2016年我国消费金融公司贷款余额变化趋势图（单位：亿元）

图表6：2014-2016年我国消费金融公司净利润变化趋势图（单位：亿元）

图表7：2015-2016年部分消费金融公司净利润变化情况（单位：亿元）

图表8：2010-2016年中国消费信贷规模走势图（单位：万亿元）

图表9：2012-2016年我国消费金融公司不良贷款率变化趋势图（单位：%）

图表10：2012-2015年部分消费金融公司总资产收益率变化情况（单位：%）

图表11：2012-2015年部分消费金融公司净资产收益率变化情况（单位：%）

图表12：2011-2016年我国社会消费品零售总额增长情况（单位：万亿元）

图表13：2010-2016年中国银行系消费金融持牌公司情况（单位：亿元）

图表14：中国主要的电商系消费金融公司

图表15：中国主要的产业系消费金融公司

图表16：中国80后、90后信用卡用户分城市级别分布情况（单位：%）

图表17：中国80后、90后信用卡用户分区域分布情况（单位：%）

图表18：2016年上半年主要上市银行消费贷款余额及其在个贷中占比（单位：亿元，%）

图表19：主要商业银行代表消费金融产品比较（单位：万元，元，%）

图表20：主要电商平台消费金融产品比较（单位：万元，天，%）

图表21：中国消费金融公司总体企业竞争格局分析

图表22：中银消费金融有限公司股权结构（单位：万元，%）

图表23：2016年中银消费金融有限公司经营状况（单位：亿元）

图表24：《消费金融公司试点管理办法》对消费金融公司的发起机构的相关规定

图表25：消费金融公司业务运作方式

图表26：中邮消费金融有限公司股权结构（单位：亿元，%）

图表27：股份制商业银行背景消费金融公司股东实力情况

图表28：股份制商业银行背景消费金融公司经营情况

图表29：股份制商业银行背景消费金融公司业务运作分析

图表30：城市商业银行背景消费金融公司股东背景

图表31：城市商业银行背景消费金融公司经营情况

图表32：城市商业银行背景消费金融公司业务协同

图表33：城市商业银行背景消费金融公司业务运作

图表34：北银消费金融有限公司股东结构（单位：%）

图表35：湖北消费金融股份有限公司股东及出资情况（单位：亿元，%）

图表36：陕西长银消费金融有限公司股权结构（单位：万元，%）

图表37：杭银消费金融股份有限公司股权结构（单位：万元，%）

图表38：晋商消费金融股份有限公司股东背景情况

图表39：盛银消费金融有限公司股东背景情况

图表40：盛银消费金融有限公司主要业务情况（单位：万元，月）

图表41：我国互联网消费金融公司互联网金融业务类别
图表42：我国互联网消费金融公司互联网金融业务类别
图表43：我国消费金融公司互联网金融业务模式介绍
图表44：银行的互联网消费金融服务模式
图表45：获得银监会批复的消费金融公司（单位：亿元）
图表46：电商的互联网消费金融服务模式
图表47：产业系消费金融公司
图表48：中银消费金融有限公司互联网金融产品分析
图表49：2016年中银消费金融有限公司产品业务收入占比（单位：%）
图表50：马上消费金融股份有限公司互联网金融产品分析
图表51：苏宁消费金融公司产品分类
图表52：海尔消费金融有限公司嗨付分期产品
图表53：海尔消费金融有限公司嗨客贷产品
图表54：中国消费金融互联网化趋势的主要内容
图表55：消费金融公司布局场景重点
图表56：2006-2016年中国社会消费品零售总额及同比增速（单位：万亿元，%）
图表57：2005-2016年中国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）
图表58：2005-2015年中国、美国消费对GDP贡献情况对比（单位：%）
图表59：2015年各国消费信贷（不含房贷）占消费支出的比例（单位：%）
图表60：2012-2018年中国网络经济市场营收规模及预测（单位：千亿元，%）
图表61：2012-2018年中国网络购物交易规模及预测（单位：万亿元，%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/559165DL1W.html>