

2018-2023年中国互联网消费金融行业分析与投资 规划分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国互联网消费金融行业分析与投资规划分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/296551296551.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

垂直领域分期平台

分期购物平台是对互联网巨头在细分领域布局缺口的深耕。分期平台针对特定的消费产品或消费人群，将注意力放在消费金融产品设计上，市场定位更加精准，提供更加精细化的产品，与电商差异化经营。切入垂直细分领域是近年来消费金融的发展趋势，分期平台较其他类型的消费金融机构具有先发性的优势。但由于体量小，分期平台具有资金成本高，风险控制经验不足、坏账率高及客户延续性不足等天生劣势，不与其他消费平台合作的分期平台往往存活艰难。

分期平台的消费金融业务模式主要是受托支付式，即消费者从消费平台上的商家购买商品，而价款直接由分期平台支付，消费者再以分期方式将价款偿还给分期平台。

分期平台依靠细分垂直领域特定用户群推广消费金融产品，将消费金融切入到消费者在平台上的产品和服务的消费行为中。基于特定用户端优势，分期平台通过引入更多知名优质商家的入驻，发展产品端优势。比如分期乐与苹果、美的、宝洁、OPPO 等众多商家建立合作。另外，资金端优势的拓展主要通过 P2P 扩大资金规模和 ABS 降低资金成本。P2P 融资方式在分期购物平台中非常常见，但 ABS 的发行需要平台实力较强，规模较大，具有一定的门槛。

分期平台代表公司或产品一览表

资料来源：中国报告网整理

典型案例：分期乐

大学生消费分期市场占有率第一。年轻人是相对优质的人群，具有强烈的消费意愿，并且还款意愿较高，但由于征信空白且没有工作证明被银行拒之门外。分期乐成立于 2013 年，主要定位于为大学生等年轻人提供分期消费服务，业务覆盖全国 31 个省 3000 多所高校，目前市占率第一，大约为 60%。分期乐业绩成长迅速。2014 年平台销售额不足 10 亿元，而 2015 年交易额超过 120 亿元，同比增长了近 11 倍。2016 年上半年销售额超过 100 亿元。旗下桔子理财累计交易量为 120 亿元，注册客户突破 116 万。2016 年互联网金融企业分类排行榜中紧随蚂蚁花呗和平安普惠，位居第三。

携手京东，自建商业链条闭环。分期乐从最初的分期购买 3C 数码产品切入消费市场，在两年内逐步扩展到运动户外、洗护美妆、教育培训及分期学车等各式消费场景。201

5年分期乐携手京东，整合双方资源优势。资金来源上，分期乐通过创办桔子理财打包债权资产以及发行ABS，产品供应上由京东保证商品的采购供应链、库存、物流和售后，严格把控正品货源，保证分期乐轻资产运营。风控上基于交易数据，对欺诈的识别能力很强，已经在行业联盟进行数据输出和共享了。

分期乐商业模式

资料来源：中国报告网整理

网贷平台 网贷平台是指提供现金借贷的网络平台，目前行业正处于起步阶段，行业内专门做现金借贷的平台很少，因此尚未出现占据较大市场份额的公司。目前主要包括现金巴士、永利宝等网贷平台。网贷平台提供消费金融业务的模式只有直接借贷式，即直接借钱给消费者去消费。

网贷平台主要依靠用户流量优势，但相对于电商平台和分期购物平台，其用户流量优势并不占优。另外高额资金成本和无产品依靠仍是其难以绕开的短板。因此如果能够消除或者降低资金成本劣势，利用大数据营销挖掘客户或成熟的征信体系降低回收风险，将为其消费金融业务的发展带来较大增益。其中尤以上市公司二三四五的案例为典型，其与中银消费金融的合作能够使其对接央行征信系统，资金和风控上有保障。

中国报告网发布的《2018-2023年中国互联网消费金融行业分析与投资规划分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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】

第一章中国互联网消费金融行业背景综述

1.1 互联网消费金融行业相关概述

- 1.1.1 互联网消费金融的定义
- 1.1.2 互联网消费金融公司定义
- 1.1.3 互联网消费金融的类型
- 1.2 互联网消费金融行业体系分析
 - 1.2.1 法律制度体系分析
 - 1.2.2 个人征信体系分析
 - 1.2.3 互联网消费金融机构建设
 - 1.2.4 互联网消费金融产品建设
 - 1.2.5 催收与监管体系建设
- 1.3 互联网消费金融发展模式分析
 - 1.3.1 互联网消费金融美国模式
 - 1.3.2 互联网消费金融英国模式
 - 1.3.3 互联网消费金融日本模式
- 1.4 互联网消费金融发展路径分析
 - 1.4.1 互联网消费金融发展的必要性
 - 1.4.2 经济驱动互联网消费金融发展
 - 1.4.3 互联网消费金融运营质量分析
- 1.5 互联网消费金融发展背景分析
 - 1.5.1 经济增长方式转变
 - 1.5.2 居民消费习惯转变
 - 1.5.3 世界经济环境转变
- 1.6 互联网消费金融公司发展条件
 - 1.6.1 我国互联网消费金融公司的设立门槛
 - 1.6.2 我国互联网消费金融公司的设立条件
 - 1.6.3 我国互联网消费金融公司的资金来源
 - 1.6.4 我国互联网消费金融公司的贷款门槛
 - 1.6.5 我国互联网消费金融公司的业务范围
 - 1.6.6 我国互联网消费金融公司的利率设定
- 章中国互联网金融发展可行性分析
 - 2.1 互联网消费金融行业经济环境可行性分析
 - 2.1.1 中国经济总量增长情况
 - 2.1.2 中国固定资产投资情况
 - 2.1.3 中国进出口的基本情况
 - 2.1.4 中国居民人均收入情况
 - 2.2 互联网消费金融行业政策环境可行性分析

2.2.1 互联网消费金融行业监管制度

2.2.2 互联网消费金融行业政策法规

(1) 互联网消费金融公司试点管理办法

(2) 互联网消费金融牌照发放相关政策

2.2.3 互联网消费金融行业准入门槛

2.3 互联网消费金融行业金融环境可行性分析

2.3.1 互联网金融环境发展分析

2.3.2 传统金融行业发展分析

2.3.3 电商金融业务发展分析

2.4 互联网消费金融行业社会环境可行性分析

2.4.1 社会征信体系分析

2.4.2 社会公众接受程度

2.4.3 居民消费结构分析

2.4.4 居民支付习惯分析

第三章 国际互联网消费金融行业发展经验借鉴

3.1 全球互联网消费金融行业发展综述

3.1.1 国际互联网消费金融行业的产生

3.1.2 国际互联网消费金融行业的现状

3.1.3 国际互联网消费金融行业的特点

3.2 典型国家互联网消费金融行业运行情况

3.2.1 美国互联网消费金融行业运行情况

(1) 美国互联网消费金融行业发展现状

(2) 美国互联网消费金融用途与资金来源

1) 消费信贷来源

2) 消费信贷用途

(3) 美国互联网消费金融行业发展环境

(4) 美国互联网消费金融公司发展特点

(5) 美国互联网消费金融行业发展模式

3.2.2 欧盟互联网消费金融行业运行情况

(1) 欧盟互联网消费金融行业发展现状

(2) 欧盟互联网消费金融行业发展环境

(3) 欧盟互联网消费金融公司发展特点

(4) 欧盟互联网消费金融行业发展模式

3.2.3 日本互联网消费金融行业运行情况

- (1) 日本互联网消费金融行业发展现状
 - (2) 日本互联网消费金融行业发展环境
 - (3) 日本互联网消费金融公司发展特点
 - (4) 日本互联网消费金融行业发展模式
- 3.3国际典型互联网消费金融公司案例分析
- 3.3.1美国运通
- (1) 美国运通简介
 - (2) 美国运通发展历程
 - (3) 美国运通发展特点
 - (4) 美国运通案例启示
- 3.3.2日本乐天
- (1) 日本乐天金融简介
 - (2) 乐天金融发展历程
 - (3) 日本乐天发展特点
 - (4) 日本乐天案例启示
- 3.3.3美国花旗金融公司
- (1) 美国花旗金融公司基本简介
 - (2) 美国花旗金融公司业务分析
 - (3) 美国花旗金融公司互联网消费金融特点
 - (4) 美国花旗金融公司互联网消费金融案例
- 3.3.4美国汇丰银行
- (1) 美国汇丰银行基本简介
 - (2) 美国汇丰银行业务分析
 - (3) 美国汇丰银行互联网消费金融特点
 - (4) 美国汇丰银行互联网消费金融案例
- 3.3.5GECS
- (1) GECS基本简介
 - (2) GECS业务分析
 - (3) GECS互联网消费金融特点
 - (4) GECS互联网消费金融案例
- 3.3.6Cetelem
- (1) Cetelem基本简介
 - (2) Cetelem业务分析
 - (3) Cetelem互联网消费金融特点
 - (4) Cetelem互联网消费金融案例

3.4典型国家互联网消费金融行业经验借鉴

3.4.1具有广泛的设立主体

3.4.2实施多元化的营销模式

3.4.3建立完善的信用体系

3.4.4健全的法律法规体系

第四章中国互联网消费金融行业运营情况分析

4.1互联网消费金融行业整体概况

4.1.1互联网消费金融行业所处阶段

4.1.2互联网消费金融渗透率水平

4.1.3互联网消费金融发展模式分析

4.1.4互联网消费金融市场增长速度

4.1.5互联网消费金融主要业务分析

4.1.6互联网消费金融存在瓶颈分析

(1) 消费观念制约

(2) 产品趋同制约

(3) 审批繁琐制约

(4) 信用制度制约

4.2互联网互联网消费金融行业发展现状

4.2.1互联网互联网消费金融参与主体

4.2.2互联网互联网消费金融资金流向

(1) 交易规模

(2) 贷款规模

4.2.4互联网互联网消费金融细分领域

(1) 电商生态互联网消费金融市场规模

(2) P2P互联网消费金融市场规模分析

4.3互联网消费金融行业竞争状况分析

4.3.1互联网消费金融公司与商业银行的竞争

4.3.2互联网消费金融公司与小贷公司的竞争

4.3.3互联网消费金融公司与其他金融机构的竞争

4.4国内外互联网消费金融公司发展比较

4.4.1市场定位

4.4.2风险控制

4.4.3金融监管

4.4.4立法保障

4.5国内外互联网消费金融公司差距分析

章中国互联网消费金融细分市场业务发展潜力

5.1住房互联网消费金融业务吸引力

5.1.1房地产行业发展现状分析

5.1.2住房互联网消费金融消费者行为分析

(1) 消费者贷款购房比重

(2) 贷款购房消费者年龄分布

(3) 消费者贷款旅游原因分析

5.1.3住房互联网消费金融业务运营模式

5.1.4住房互联网消费金融业务市场供需

5.1.5住房互联网消费金融业务风险控制

5.1.6住房互联网消费金融业务发展潜力

5.2旅游互联网消费金融业务吸引力

5.2.1旅游行业发展规模分析

(1) 旅游行业市场规模

(2) 旅游行业人数

(3) 旅游行业市场规模预测

5.2.2旅游互联网消费金融消费者行为分析

(1) 消费者贷款旅游比重

(2) 贷款旅游消费者年龄分布

(3) 贷款旅游消费者性别分布

(4) 消费者贷款旅游原因分析

5.2.3旅游互联网消费金融业务运营模式

5.2.4旅游互联网消费金融业务典型平台——首付游

5.2.5旅游互联网消费金融业务平台风险控制

5.2.6旅游互联网消费金融业务平台收益来源

5.2.7旅游互联网消费金融业务发展潜力分析

5.3汽车互联网消费金融业务吸引力

5.3.1汽车金融行业发展规模分析

(1) 汽车金融行业市场规模

(2) 汽车金融行业市场前景

5.3.2汽车互联网消费金融消费者行为分析

(1) 消费者贷款购车比重

(2) 贷款购车消费者年龄分布

(3) 贷款购车消费者性别分布

(4) 消费者贷款购车原因分析

5.3.3 汽车互联网消费金融业务运营模式

5.3.4 汽车互联网消费金融业务典型平台——元宝

5.3.5 汽车互联网消费金融业务平台风险控制

5.3.6 汽车互联网消费金融业务平台收益来源

5.3.7 汽车互联网消费金融业务发展潜力分析

5.4 互联网消费金融新兴业务吸引力

5.4.1 装修互联网消费金融市场业务分析

5.4.2 留学互联网消费金融市场业务分析

5.4.3 健康互联网消费金融市场业务分析

5.4.4 游戏互联网消费金融市场业务分析

5.4.5 其他互联网消费金融市场业务分析

第六章 中国互联网消费金融行业重点企业经营分析

6.1 我国互联网消费金融公司的发展特点

6.1.1 监管部门

6.1.2 融资成本

6.1.3 客户类型

6.1.4 盈利模式

6.2 典型互联网消费金融公司经营分析

6.2.1 北银互联网消费金融有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

6.2.2 四川锦程互联网消费金融有限责任公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

6.2.3捷信互联网消费金融公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

6.2.4兴业互联网消费金融股份公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

6.2.5海尔互联网消费金融有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

6.3电商平台互联网消费金融业务经营分析

6.3.1京东金融——白条

- (1) 白条产品简介
- (2) 白条服务内容
- (3) 白条风控管理模式
- (4) 京东互联网消费金融发展战略

6.3.2阿里巴巴——天猫分期

- (1) 天猫分期简介
- (2) 天猫分期服务内容
- (3) 天猫分期风控管理模式
- (4) 天猫互联网消费金融发展战略

第七章中国互联网消费金融行业发展趋势与投资机会

7.1互联网消费金融行业未来趋势

7.1.1互联网化趋势

7.1.2垂直化趋势

7.1.3数据资产化趋势

7.2互联网消费金融行业发展机会

7.2.1行业发展阶段分析

7.2.2行业发展规模分析

7.2.3行业利润水平分析

7.3互联网消费金融行业风险管理

7.3.1行业政策法律风险管理

7.3.2行业网络安全风险管理

7.3.3行业金融系统风险管理

7.3.4行业信用环境风险管理

7.4互联网消费金融行业投资壁垒

7.4.1资金实力壁垒

7.4.2政策环境壁垒

7.4.3业务资质壁垒

7.4.4业务技术壁垒

图表目录（部分）：

图表：1：互联网消费金融的主要类型

图表：2：互联网消费金融发展模式比较

图表：3：中国互联网消费金融发展的必要性

图表：4：2016-2017年中国国内生产总值趋势图（单位：万亿元，%）

图表：5：2016-2017年中国固定资产投资规模变化（单位：万亿元，%）

图表：6：2016-2017年中国进出口总额变化（单位：万亿元，%）

图表：7：2016-2017年中国城镇居民人均收入水平（单位：万亿元，%）

图表：8：2016-2017年中国农村居民人均收入水平（单位：万亿元，%）

图表：9：互联网消费金融监管政策演进过程

图表：10：《互联网消费金融公司试点管理办法》主要内容

图表：11：互联网消费金融公司试点扩容城市

图表：12：2016-2017年中国网银交易规模及变化趋势（单位：亿元，%）

图表：13：2017-2023年中国网银交易规模预测势（单位：亿元）

图表：14：2015-2017年互联网保险网上支付交易额及其增长率（单位：亿元，%）

图表：15：2017-2023年中国互联网保险网上支付交易规模预测（单位：亿元）

图表：16：2016-2017年我国网贷贷款余额（单位：亿元）

图表：17：2017-2023年中国网贷贷款余额预测（单位：亿元）

更多图表详见正文（ZJYWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/296551296551.html>