

2018-2023年中国消费金融产业调查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年中国消费金融产业调查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/jinrongyinhang/296553296553.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

线下零售系-用户体验决胜千里

线下零售商平台指由具有线下实体网点的大型零售商户主导设立的平台类消费金融公司，依托于广泛的营业网点，零售系可以将消费金融产品嫁接到自己平台里参与商户的产品和服务的销售，将消费行为和消费场景紧密联系，无缝对接。当消费者在其平台内有消费需求时直接向其提供消费金融产品，因此在审批效率和审批手续上零售系更具优势。主要代表公司包括苏宁消费金融公司、华融消费金融公司和马上消费金融公司等。

零售商平台消费金融的业务模式包含如苏宁消费金融的任性借等直接借贷式和任性付等受托支付两种。

零售系拥有线下用户流量入口和产品合作商户稳定的天然优势。对于购买大型电器等某些特定需求，线下物理网点的消费金融服务较难避免。零售系可以在某个特定区域或者细分领域依托于线下零售门店提供更加细致周到的服务，提升用户从其他渠道难以获得的消费体验，增强互动，从而提升客户的黏性，这是银行平台、消费金融公司平台以及电商平台都无法比拟的。同时，常年合作积累了海量稳定的合作商户，产品供应得到保障。

在用户端，零售系正通过发展线上引流支持线下，扩大用户流量；同时通过发行 ABS 或利用同业拆借谋求成本端优势，再通过大数据营销和第三方支付等外围服务深化生态布局。

典型案例：苏宁消费金融 苏宁消费金融主要提供两种产品：任性付和任性借，另外在逐步涉足旅游、校园、租房、家装等细分领域。任性付是客户在线上苏宁易购和线下苏宁门店购物时享受购物分期的工具。通过任性付提供 30 天免息、指定商品“三无分期”等服务，可以培养客户提前消费的习惯，增加客户粘性。截止2016 年 6 月底，任性付累计发放消费贷款数量超过 1000 万笔，16 年上半年任性付在各类节庆大促中订单量同比增长超过 10 倍。任性借是 0 抵押 0 担保的小额现金贷款产品。

依托于零售渠道优势，开拓 O2O 模式。苏宁消费金融公司利用线下苏宁超过 1600 家实体门店的渠道优势和 20 多年零售业务客户数据的积累，积极拓展线上苏宁易购电商平台，探索“线上引流，线下体验”的 O2O 消费金融模式，致力打造个性化互联网零售全渠道金融服务平台。

苏宁消费金融将受益于苏宁立体金融生态圈。苏宁已经获得第三方支付、商业保理、消费金融、小额贷款、保险代理等牌照，成立了面向上游供应商的小额贷款公司和商业保理公司，面向售后及物流服务商提供互联网保险和零钱宝基金销售业务，消费金融公司是苏宁在面向下游海量用户和商品的又一举措。苏宁消费金融公司将受益于苏宁涵盖支付、供应链金融、基金保险、理财、众筹、消费信贷等产品的全产业链金融生态圈，谋求业务快速扩张。

苏宁消费金融公司产品

资料来源：中国报告网整理

苏宁零售互联网立体金融服务生态圈

资料来源：中国报告网整理

中国报告网发布的《2018-2023年中国消费金融产业调查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】

第一章中国消费金融行业概述

第一节消费金融基本介绍

一、传统消费金融

二、百度消费金融

三、消费金融发展意义

第二节消费金融主要业务

一、个人住房贷款

二、信用卡贷款

三、汽车消费信贷

四、其他消费贷款

第三节消费金融市场主体

- 一、商业银行
- 二、消费金融公司
- 三、汽车金融公司
- 四、小额贷款公司
- 五、互联网金融公司

第二章中国消费金融行业发展环境分析

第一节消费金融体系及其主要内容

- 一、消费金融监管机构
- 二、《消费金融公司试点管理办法》
- 三、消费金融体系及主要内容
 - (一) 法律制度体系建设
 - (二) 个人征信体系建设
 - (三) 消费金融机构建设
 - (四) 消费金融产品
 - (五) 监管体系建设

第二节消费金融行业宏观环境分析

- 一、国内GDP增长分析
- 二、工业经济增长分析
- 三、居民收入增长情况

第三节消费金融行业金融环境分析

- 一、货币余额分析
- 二、金融机构贷款余额
- 三、社会融资规模分析
- 四、金融机构存款利率

第四节消费金融行业消费环境分析

- 一、城市消费步入更新换代期
- 二、农村消费追赶城市
- 三、人口结构推动消费
- 四、转型期支持国内消费

第三章中国消费金融机构发展状况分析

第一节银行机构发展情况分析

一、银行业金融机构资产规模

二、银行业金融机构负债规模

三、银行业金融机构存款情况

四、银行业金融机构贷款情况

五、银行业金融机构盈利分析

六、银行业金融机构监管指标

第二节小额贷款公司发展分析

一、小额贷款公司机构数量

二、小额贷款公司从业人员

三、小额贷款公司资金规模

四、小额贷款公司贷款余额

五、小额贷款公司盈利状况

第三节汽车金融公司发展分析

一、汽车金融公司主要企业

二、汽车金融公司发展情况

三、汽车金融公司注册条件

四、汽车金融行业发展前景

第四节消费金融公司发展分析

一、消费金融公司历程分析

二、消费金融公司发展情况

三、消费金融公司设立条件

四、消费金融公司业务范围

五、消费金融公司定位与特点

六、消费金融公司发展前景

第四章全球消费金融行业发展状况分析

第一节国外消费金融综合比较

一、市场定位

（一）美国模式

（二）欧盟模式

（三）中国模式

二、风险控制

（一）美国模式

（二）欧盟模式

（三）中国模式

三、金融监管

- (一) 美国模式
- (二) 欧盟模式
- (三) 日本模式
- (四) 中国模式

四、立法保障

- (一) 美国模式
- (二) 欧盟模式
- (三) 中国模式

第二节主要国家消费金融发展分析

一、美国消费金融行业发展分析

- (一) 消费金融发展现状分析
- (二) 消费金融经营特点分析
- (三) 代表性的消费金融公司

二、欧盟消费金融行业发展分析

- (一) 消费金融发展现状分析
- (二) 消费金融经营特点分析
- (三) 代表性的消费金融公司

三、日本消费金融行业发展分析

- (一) 消费金融发展现状分析
- (二) 消费金融经营特点分析
- (三) 代表性的消费金融公司

第三节国外消费金融公司经验借鉴分析

一、国内消费金融公司与国外的差距

- (一) 设立方式上
- (二) 资金来源方面
- (三) 产品品种方面

二、国外消费金融公司发展经验分析

- (一) 美国
- (二) 欧洲
- (三) 日本

三、国外消费金融公司对我国的启示

- (一) 具有广泛的设立主体
- (二) 实施多元化的营销模式
- (三) 建立完善的信用体系

（四）健全的法律法规体系

第五章中国消费金融行业发展状况分析

第一节消费金融行业发展现状

一、消费金融信贷规模分析

二、消费金融业务模式分析

（一）结合消费场景的消费金融

（二）直接发放个人贷款的消费金融

（三）校园市场分期

三、消费金融发展存在问题

（一）消费者权益保护不当

（二）消费金融市场混乱

（三）对于消费金融认识不足

（四）有关部门监管力度不够

第二节消费金融试点推进情况

一、消费金融试点城市推进情况

二、第一批消费金融公司试点城市

（一）北京

（二）天津

（三）上海

（四）成都

三、第二批消费金融公司试点城市

（一）沈阳

（二）南京

（三）杭州

（四）合肥

（五）泉州

（六）武汉

（七）广州

（八）重庆

（九）西安

（十）青岛

四、消费金融试点取得成效情况

第三节消费金融行业发展策略分析

一、监管部门的政策

二、消费者和金融机构两个方面的保护措施

三、消费金融体系的完善

第六章中国个人住房贷款市场分析

第一节房地产行业运行分析

一、房地产开发投资情况

二、房地产市场供给结构

三、房地产商品房建筑面积

四、房地产商品房销售情况

五、房地产价格趋势分析

第二节个人住房贷款业务分析

一、个人住房贷款委托贷款

二、个人住房贷款自营贷款

三、个人住房贷款组合贷款

第三节个人住房贷款

一、个人住房贷款政策

二、个人住房贷款业务经营管理方式

三、公积金个人住房贷款发放情况

(一) 公积金个人住房贷款累计发放情况

(二) 公积金个人住房贷款发放情况

四、公积金个人住房贷款回收情况

五、个人住房贷款存量情况

(一) 个人住房贷款余额增长情况

(二) 个人住房贷款占比情况

六、个人住房抵押贷款资产证券化

第四节住房公积金

一、中国的住房公积金制度解析

(一) 住房公积金的性质和特点

(二) 住房公积金的缴存和提取

(三) 住房公积金的利率和税收

(四) 现行住房公积金的管理制度

(五) 现行住房公积金制度存在的问题

二、住房公积金发展现状

(一) 住房公积金实缴单位和人数

(二) 住房公积金缴存总额

- (三) 住房公积金缴存余额
- (四) 住房公积金提取额
- (五) 住房公积金贷款余额

第七章中国汽车消费信贷市场分析

第一节汽车行业发展分析

- 一、汽车行业发展概况
- 二、汽车产销数据分析
 - (一) 汽车产量
 - (二) 汽车销量
- 三、汽车保有量分析
 - (一) 民用汽车保有量情况
 - (二) 私人汽车保有量情况
 - (三) 公路营运汽车拥有量
- 四、汽车市场规模预测

第二节汽车金融行业发展分析

- 一、汽车金融发展历程
 - (一) 摸索发展阶段(1998-2005年)
 - (二) 竞争发展阶段(2006-2017年)
 - (三) 稳定发展阶段(2016-2025年)
- 二、汽车金融业务发展模式分析
 - (一) 传统消费贷款模式
 - (二) 信用卡分期模式
 - (三) 汽车金融公司“一站式”服务
- 三、汽车金融市场现状分析
 - (一) 渗透率不高
 - (二) 汽车金融最受年轻消费者接受
 - (三) 资产支持证券发行：汽车金融公司的融资渠道多样化
 - (四) 增加汽车金融产品种类
 - (五) 租赁：另一种汽车金融
- 四、汽车贷款市场规模分析
- 五、汽车消费金融市场总体格局
 - (一) 四大行在汽车消费金融中占主导地位
 - (二) 股份制商业银行成汽车高端市场竞争主体
 - (三) 汽车金融公司异军突起

六、汽车消费金融发展存在问题

- (一) 业务渠道难以建立
- (二) 审批链条较长，申请手续繁琐
- (三) 产品种类创新能力不足
- (四) 人员专业素质有待提高

七、汽车消费金融发展建议分析

- (一) 从战略上重视汽车分期消费业务开展
- (二) 细分市场和客户，合理、灵活确定信用额度
- (三) 简化和优化审批和制卡环节，以“短流程”应对“短消费”
- (四) 加强与上游厂商和经销商战略合作，拓展产业链金融

第三节汽车消费信贷业务分析

一、银行汽车贷款

- (一) 贷款手续
- (二) 首付情况
- (三) 利率水平

二、汽车金融公司

- (一) 贷款手续
- (二) 首付情况
- (三) 利率水平
- (四) 主要企业

三、整车厂财务公司

- (一) 贷款手续
- (二) 首付情况
- (三) 利率水平
- (四) 主要企业

四、信用卡购车分期

五、汽车融资租赁

- (一) 贷款手续
- (二) 首付情况
- (三) 利率水平
- (四) 产权

第四节汽车消费金融市场的发展前景

- 一、汽车消费金融市场渗透率进一步提高
- 二、业务重点将向二三线及中西部城市转移
- 三、专业化经营趋势进一步增强

四、年轻消费群体将为推动市场发展的重要引擎

第八章中国信用卡消费信贷市场分析

第一节信用卡市场运行总况

一、信用卡市场发展历程

(一) 初创期：激进时代

(二) 高速成长期：产品时代

(三) 成熟期：成本时代

二、信用卡市场运行特点分析

第二节信用卡发行情况分析

一、信用卡市场需求分析

(一) 影响信用卡的使用因素

(二) 支付体系发展趋势及影响

(三) 信用卡的支付结算需求

(四) 信用卡的消费信贷需求

二、国内信用卡发卡现状分析

(一) 总体发卡规模分析

(二) 发卡模式变化趋势

三、信用卡人均拥有量分析

四、信用卡用户开发策略选择

第三节信用卡消费收单分析

一、信用卡授信总额分析

二、信用卡消费情况分析

(一) 使用场所

(二) 使用功能

(三) 使用率

(四) 月用卡额度

(五) 还款渠道

(六) 账单管理

三、信用卡交易金额

四、信用卡收单现状分析

(一) 信用卡受理市场情况

(二) 信用卡收单业务发展策略

四、信用卡贷款余额分析

第四节信用卡主要品种分析

一、女性信用卡市场分析

- (一) 产品定位解析
- (二) 各行产品比较
- (三) 市场发展现状
- (四) 品牌定位策略

二、大学生信用卡市场分析

- (一) 产品定位解析
- (二) 产品功能分析
- (三) 各行产品比较
- (四) 市场发展现状

三、联名信用卡市场分析

- (一) 产品定位解析
- (二) 产品特点分析
- (三) 各行产品比较
- (四) 产品优势分析

四、公务信用卡市场分析

- (一) 产品定位解析
- (二) 产品特点分析
- (三) 各行推行条件
- (四) 发展现状及建议

五、白金信用卡市场分析

- (一) 产品定位解析
- (二) 各行产品比较
- (三) 市场发展现状
- (四) 品牌定位策略

六、其他信用卡市场分析

- (一) 主题信用卡市场分析
- (二) 旅游信用卡市场分析
- (三) 汽车信用卡市场分析
- (四) 航空信用卡市场分析

第九章中国其他消费信贷市场分析

第一节家装贷款市场分析

一、家装消费市场分析

- (一) 家装消费市场需求

(二) 家装消费市场趋势

二、家装贷款渠道分析

(一) 银行装修消费信贷

(二) 消费金融公司贷款

三、家装贷款业务流程

四、家装贷款案例分析

五、家装贷款需求潜力

第二节 旅游信贷市场分析

一、旅游消费市场分析

(一) 旅游消费需求分析

(二) 旅游消费趋势分析

二、旅游贷款主要形式

三、旅游贷款市场现状

(一) 出国旅游保证金贷款

(二) 旅游消费贷款

四、旅游贷款案例分析

五、旅游贷款需求潜力

第三节 教育信贷市场分析

一、教育消费市场分析

(一) 教育消费需求

(二) 教育消费趋势

二、教育贷款市场分析

(一) 国家助学贷款

(二) 商业助学贷款

(三) 出国留学贷款

三、建设银行“学易贷”

四、教育贷款余额分析

第四节 个人耐用品贷款分析

一、个人耐用品消费市场分析

(一) 个人耐用品消费需求

(二) 个人耐用品消费趋势

二、个人耐用品贷款现状

(一) 消费电子

(二) 家用电器

三、个人耐用品贷款余额

四、个人耐用品贷款案例

第五节 医疗保健消费贷款分析

一、医疗保健消费市场分析

(一) 医疗保健消费需求

(二) 医疗保健消费趋势

二、医疗保健消费贷款分析

(一) 医疗器械

(二) 健身器材

三、医疗保健贷款案例分析

四、医疗保健贷款需求潜力

第十章 中国消费金融业务创新分析

第一节 信用卡业务创新

一、组织创新分析

二、客户层面创新

三、业务层面创新

四、渠道创新分析

五、载体创新分析

六、风险管理创新

第二节 汽车金融业务创新

一、担保方式日趋简单

二、更加注重流程创新

三、费率不断降低

四、针对业务特性采取单独的授信政策

五、合理利用外部资源发展汽车分期业务

六、优化产品功能，树立分期品牌

第三节 小额信用贷款业务创新

一、担保和抵押的方式更加灵活多样

二、信用贷款的占比明显提高

三、借助政府力量撬动科技和文化信贷杠杆

四、银行贷款与资本市场联姻

五、互联网与小额信贷加速融合

六、保险进入小额贷款

第四节 金融服务方式创新

一、金融服务方式

(一) 网络银行

(二) 手机银行

二、商业银行服务模式创新

(一) 服务方式：打造开放平台

(二) 服务对象：构建普惠金融

(三) 服务内容：提供差异服务

第五节消费金融产品发展方向分析

一、大宗耐用消费品

二、新型消费品

(一) 购买式消费

1、信息消费

2、医疗消费

3、文化消费

4、养老消费

(二) 租赁式消费

三、消费服务类

(一) 服务消费品内涵

(二) 服务消费品类型

(三) 服务消费品发展方向

第十一章中国消费金融行业合作新创分析

第一节消费金融与零售业发展

一、零售业发展分析

(一) 零售业发展历程

(二) 零售业发展现状

(三) 零售业发展前景

二、商业预付卡发展分析

(一) 商业预付卡发展历程

(二) 商业预付卡市场特点

(三) 商业预付卡发展现状

(四) 商业预付卡消费特征

(五) 商业预付卡发展前景

第二节消费金融与保险业发展

一、汽车消费信贷保证保险分析

(一) 汽车消费信贷保证保险特点

- (二) 汽车消费信贷保证保险前景
- 二、助学贷款信用保证保险分析
 - (一) 助学贷款信用保证保险的意义
 - (二) 助学贷款信用保证保险的原理
 - (三) 助学贷款信用保证保险的成效
- 三、小额信贷保证保险分析
 - (一) 小额信贷保证保险内涵及意义
 - (二) 小额贷款保证保险发展现状
 - (三) 小额信贷保证保险的问题及前景
- 第三节 消费金融与互联网发展
 - 一、消费金融互联网模式创新
 - (一) P2P
 - (二) 众筹融资
 - (三) P2C
 - 二、重点P2P理财产品对比
 - (一) 人人贷
 - (二) 陆金所
 - (三) 温州贷
 - 三、众筹融资主要平台分析
 - (一) 淘宝众筹
 - (二) 京东众筹
 - (三) 天使汇
 - 四、互联网金融模式P2C创新
- 第四节 消费金融机构合作案例
 - 一、中信银行消费金融业务拓展
 - (一) 财富管理板块重构
 - (二) 消费金融版图扩围
 - 二、中信银行消费金融合作案例
 - (一) 搭建财富管理体系
 - (二) 以旗舰店模式打造智慧网点
 - (三) 与我爱我家和庞大集团合作
 - (四) 与海尔集团供应链网络金融合作
 - (五) 与易居中国合作开发“乐居贷”
 - 三、中银消费金融与腾讯财付通合作
 - 四、腾讯前海银行试水消费金融

- (一) 以消费金融为特色
- (二) 定位“大存小贷”
- (三) 构筑风险管控防线

第十二章中国消费金融第三方支付模式创新

第一节网络交易拓宽消费金融空间

- 一、网络交易为消费金融提供机会
- 二、第三方支付推动网上零售市场
- 三、第三方支付平台与金融机构合作

第二节第三方支付产业发展规模分析

- 一、第三方支付市场交易规模
- 二、第三方支付细分市场份额
 - (一) 互联网支付行业交易规模
 - (二) 移动支付行业交易规模
 - (三) 固话支付行业市场规模
 - (四) 数字电视支付行业市场规模
- 三、移动支付企业APP覆盖人数情况

第三节第三方支付产业商业模式分析

- 一、第三方支付主流商业模式
 - 二、第三方支付细分商业模式
 - (一) 支付网关模式
 - (二) 信用增强型支付模式
 - (三) 账户支付型模式
 - (四) 移动支付模式
 - 三、重点企业商业模式解析
 - (一) 支付宝商业模式分析
 - (二) 财付通商业模式分析
 - (三) 银联支付商业模式分析
 - (四) 快钱支付商业模式分析
 - (五) 网银在线商业模式分析
 - 四、第三方支付发展瓶颈分析
 - 五、第三方支付企业营销管理建议
 - 六、第三方支付商业模式发展建议
 - 七、第三方支付产业创新模式探析
- ### 第四节第三方支付产业竞争格局分析

一、第三方支付产业运营主体分类

- (一) 互联网巨头企业
- (二) 电信运营商企业
- (三) 银联和银行企业
- (四) 地方性国资企业
- (五) 发卡为主类企业
- (六) 独立第三方支付运营商

二、获牌照支付企业业务分析

三、发放牌照企业竞争格局分析

四、第三方支付产业牌照发放情况

- (一) 第一批支付牌照企业分析
- (二) 第二批支付牌照企业分析
- (三) 第三批支付牌照企业分析
- (四) 第四批支付牌照企业分析
- (五) 第五批支付牌照企业分析

第五节第三方支付行业产品创新方向

一、支付产品多元化趋势

二、移动支付多场景趋势

二、第三方支付金融化趋势

第十三章中国消费金融机构发展分析

第一节银行金融机构

一、中国银行

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

二、中国工商银行

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

三、中国建设银行

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

四、中国农业银行

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

五、平安银行

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

六、中信银行

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

第十四章2018-2023年中国消费金融行业趋势及前景预测

第一节2018-2023年消费金融行业发展态势分析

一、个人住房贷款仍将占主导地位

二、信用卡消费信贷将保持强劲增长

三、汽车消费信贷市场日趋成熟

四、一般性消费贷款发展潜力巨大

第二节2018-2023年消费金融行业发展预测分析

一、消费金融行业发展趋势分析

二、消费金融行业发展前景分析

三、消费金融行业发展规模预测

（一）汽车贷款规模预测

（二）信用卡贷款规模预测

（三）教育贷款规模预测

（四）个人耐用品贷款规模预测

第三节2018-2023年消费金融行业投资机会分析

一、金融机构消费信贷投资机会

二、大消费背景下消费信贷机会

三、互联网消费金融投资机会

第四节2018-2023年消费金融行业投资策略分析

第十五章中国消费金融行业风险防范策略分析

第一节消费金融行业风险管理建议

- 一、消费金融行业市场风险管理
- 二、消费金融行业信用风险管理
- 三、消费金融行业风险转移与风险分担

第二节消费金融行业风险防范及监管

一、小额贷款信用风险级防范分析

- (一) 小额贷款信用风险分析
- (二) 小额贷款信贷过程的风险
- (三) 小额贷款信用风险的成因
- (四) 小额贷款信用风险的防范

二、消费金融企业监管风险分析

- (一) 消费金融企业外部监管风险
- (二) 消费金融企业法律风险分析
- (三) 消费金融管理风险防范措施

第三节消费金融行业风险防范对策建议

- 一、完善制度促进消费金融发展
- 二、完善消费金融企业监管机制

图表目录：

图表12014-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表22014-2017年国内生产总值构成及增长速度统计

图表32014-2017年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表42014-2017年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表5中国货币余额情况分析

图表6中国金融机构贷款余额情况分析

图表72011-2017年中国社会融资规模存量分析

图表8主要银行机构存款利率情况

图表9中国银行业金融机构资产规模

图表10中国银行业金融机构负债规模

图表112011-2017年中国银行业金融机构存款情况

图表122011-2017年中国银行业金融机构贷款情况表

图表132011-2017年银行业金融机构税后利润情况表

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/jinrongyinhang/296553296553.html>