

2018年中国互联网消费金融行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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年中国互联网消费金融行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/329790329790.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

一、网络借贷：规模增长，行业集中

行业规模：贷款余额规模保持增长，但预计增速放缓。

行业格局：P2P平台集中度持续提升，正常运营的平台数量继续大幅减少。

行业环境：百行征信成立，数据开放共享有利于行业健康发展。

图表：2016-2017年11月P2P贷款余额及运营平台数量

二、资产端vs.资金端
变化趋势：资金端和资产端的分散（P2P平台）——资产端分散，资金端集中（互联网消费金融）。

资产端：（1）技术应用：批量获取个人小额信贷资产，运用移动智能终端、大数据征信、身份识别等技术实现自动化审核。数据共享提升大数据分析能力，算法优化，信贷的差异化定价可期。在线下场景对业务人员进行赋能，提升风控能力和业务拓展能力。（2）资产类别：无场景的现金贷业务受限；消费分期依然是消费金融的主流。资产端线上线下融合，汽车金融、供应链金融和个人不良资产处置业务规模有望扩张。小额融资租赁业务兴起。

资金端：（1）趋势：2017年马太效应比较明显，资金端有机构化的趋势。

2018年资金端受监管影响将明显趋紧，金融机构加大技术投入，自营网贷的比例有望提升。（2）技术应用：在供应链金融和ABS发行等领域，采用系统直连的模式，运用区块链技术，实时掌握资产质量，降低交易成本。（3）资金来源：自有资金、P2P平台、银行授信、金融机构通道、资产证券化等。

三、互联网消费金融市场层次丰富

消费金融市场的层次感和丰富度将持续提高。长期来看，对客户设置标签、进行分组、画像分析，对每个细分人群精准定价，提供差异化的消费金融服务才是行业健康发展的必由之路。差异化也是风控的一种手段，根据目标客户的标签确定授信额度、授信周期以及借款利率，与借款人的风险水平进行匹配。

消费金融的服务延展。消费金融不仅仅是在个人消费时提供的信贷服务，通过这个业务入口可以为客户持续提供更多层级的服务，挖掘更深的客户价值，包括精准营销其他商品和服务，以及债务处理、保险、理财等综合性金融服务。

消费金融整体风险可控，局部坏账爆发无法回避。行业高速发展过后必然会进入坏账集中爆发期，在经历行业洗牌之后，真正有风控能力的消费金融机构会做大做强。

图表：2017-2020年消费金融规模预测

四、汽车金融的互联网赋能

汽车金融是消费金融领域的重要分支。大数据征信、自动化审批也被应用到汽车金融，缩短审批时间，提高放贷效率。GPS等车载设备的使用有助于贷后管理，降低贷后风险。贷款流程不断提高线上化程度，客户体验持续改善。

汽车流通领域的数字化程度持续提升，数据维度日趋丰富。（1）经销商的IT化改造，

通过系统管理采购、库存、交易及客户服务。流程优化，效率提升。（2）车辆数据陆续整合。汽车销售之后的使用情况对于评估二手车价格至关重要，行驶数据、违章信息、4S店维修保养记录等车辆数据通过系统进行整合，增强了二手车的信息透明度。（3）汽车电商平台成为获取C端客户需求和偏好的重要入口，更有效率地对接供给和需求。

图表：汽车金融产业链

1、汽车金融新模式——互联网+新零售+汽车金融

新车电商B2C平台导流模式。互联网平台主要负责C端导流，将营销线索提供给线下的经销商，由经销商进行线索跟进。真正提供汽车金融服务的还是银行、汽车金融公司等传统机构。平台在导流的同时，能提供一定的消费者画像分析，协助经销商管理库存。

二手车电商B2C平台导流+消费金融模式。相比新车市场线下主机厂品牌和4S店渠道的强势，二手车线下市场极度分散，客户信任感不强，服务质量也有待改善，所以二手车平台的价值更大，这种模式下的导流不是线索给车商自己跟进，而是直接由平台的线下团队直接跟进，协助二手车商服务客户，同时为客户提供金融服务。

B2B2C平台+供应链金融+消费金融模式。这种模式的切入点是线下B端，以新车二网和二手车商为主，可以从资金需求或供应链管理需求入手，先解决B端的客户痛点。如大搜车为二网车商提供SAAS系统切入 workflow，以及第1车贷为车商提供融资、车辆采购、物流运输的供应链服务。在和这些线下渠道产生粘性之后，再为这些车商的客户提供消费金融服务。

2、汽车金融的行业展望

短期：融资租赁。融资租赁将在未来几年保持高速增长。（1）主机厂结构性产能过剩，融资租赁业务能降低购车门槛，扩大消费受众，帮主机厂大批量出货，减少库存压力。（2）顺应共享经济发展，融资租赁模式便于网约车业务的开展。（3）为二手车市场准备车源。目前二手车市场总体供给不足，融资租赁能加快车辆流转，促进二手车市场发展。

中期：二手车。二手车产业链涉及的环节较多，包括收车、拍卖和零售，以及各环节的第三方服务。市场成熟的条件未满足，爆发期迟迟未到，但从成熟市场的经验来看，二手车交易市场空间巨大，蕴含大量的金融服务机会。随着车源供应、数据积累（车辆信息，价格评估，车主习惯，信用档案）、行业标准、服务体系的建立，二手车市场爆发可期。

长期：技术驱动。技术是汽车产业的长期驱动力，新能源和智能化是趋势。技术会使汽车数据更加完善，行业透明度提高，风险管理更高效，定价更精准。汽车行业的终极目标是实现汽车的个性化定制，金融服务也会随着汽车行业一起深度变革。

观研天下发布的《2018年中国互联网消费金融行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、互联网消费金融T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国互联网消费金融行业发展概述

第一节 互联网消费金融行业发展情况概述

- 一、互联网消费金融行业相关定义
- 二、互联网消费金融行业基本情况介绍
- 三、互联网消费金融行业发展特点分析

第二节 中国互联网消费金融行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、互联网消费金融行业产业链条分析
- 三、中国互联网消费金融行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国互联网消费金融行业生命周期分析

- 一、互联网消费金融行业生命周期理论概述
- 二、互联网消费金融行业所属的生命周期分析

第四节 互联网消费金融行业经济指标分析

- 一、互联网消费金融行业的赢利性分析
- 二、互联网消费金融行业的经济周期分析
- 三、互联网消费金融行业附加值的提升空间分析

第五节 国内互联网消费金融行业进入壁垒分析

- 一、互联网消费金融行业资金壁垒分析

二、互联网消费金融行业技术壁垒分析

三、互联网消费金融行业人才壁垒分析

四、互联网消费金融行业品牌壁垒分析

五、互联网消费金融行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球互联网消费金融行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网消费金融行业发展历程回顾

第二节 全球互联网消费金融行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网消费金融行业地区市场分析

一、亚洲互联网消费金融行业市场现状分析

二、亚洲互联网消费金融行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲互联网消费金融行业市场前景分析

第四节 北美互联网消费金融行业地区市场分析

一、北美互联网消费金融行业市场现状分析

二、北美互联网消费金融行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网消费金融行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网消费金融行业地区市场分析

一、欧盟互联网消费金融行业市场现状分析

二、欧盟互联网消费金融行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟互联网消费金融行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互联网消费金融行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网消费金融行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国互联网消费金融产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国互联网消费金融行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国互联网消费金融产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、互联网消费金融环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国互联网消费金融行业运行情况

第一节 中国互联网消费金融行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国互联网消费金融行业市场规模分析

第三节 中国互联网消费金融行业供应情况分析

第四节 中国互联网消费金融行业需求情况分析

第五节 中国互联网消费金融行业供需平衡分析

第六节 中国互联网消费金融行业发展趋势分析

第五章 中国互联网消费金融所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网消费金融所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网消费金融所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国互联网消费金融所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国互联网消费金融市场格局分析

第一节 中国互联网消费金融行业竞争现状分析

一、中国互联网消费金融行业竞争情况分析

二、中国互联网消费金融行业主要品牌分析

第二节 中国互联网消费金融行业集中度分析

一、中国互联网消费金融行业市场集中度分析

二、中国互联网消费金融行业企业集中度分析

第三节 中国互联网消费金融行业存在的问题

第四节 中国互联网消费金融行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网消费金融行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国互联网消费金融行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网消费金融行业消费特点

第二节 中国互联网消费金融行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互联网消费金融行业成本分析

第四节 互联网消费金融行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国互联网消费金融行业价格现状分析

第六节 中国互联网消费金融行业平均价格走势预测

一、中国互联网消费金融行业价格影响因素

二、中国互联网消费金融行业平均价格走势预测

三、中国互联网消费金融行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国互联网消费金融行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网消费金融行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互联网消费金融市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区互联网消费金融市场规模分析

四、华东地区互联网消费金融市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区互联网消费金融市场规模分析

四、华中地区互联网消费金融市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区互联网消费金融市场规模分析

第九章 2015-2017年中国互联网消费金融行业竞争情况

第一节 中国互联网消费金融行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国互联网消费金融行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国互联网消费金融行业竞争环境分析（互联网消费金融T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 互联网消费金融行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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

第二节 企业

- 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

第三节 企业

- 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

第四节 企业

- 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

第五节 企业

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

第十一章 2018-2024年中国互联网消费金融行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网消费金融行业未来发展前景分析

一、互联网消费金融行业国内投资环境分析

二、中国互联网消费金融行业市场机会分析

三、中国互联网消费金融行业投资增速预测

第二节 中国互联网消费金融行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网消费金融行业市场发展预测

一、中国互联网消费金融行业市场规模预测

二、中国互联网消费金融行业市场规模增速预测

三、中国互联网消费金融行业产值规模预测

四、中国互联网消费金融行业产值增速预测

五、中国互联网消费金融行业供需情况预测

第四节 中国互联网消费金融行业盈利走势预测

一、中国互联网消费金融行业毛利润同比增速预测

二、中国互联网消费金融行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网消费金融行业投资风险与营销分析

第一节 互联网消费金融行业投资风险分析

一、互联网消费金融行业政策风险分析

二、互联网消费金融行业技术风险分析

三、互联网消费金融行业竞争风险

四、互联网消费金融行业其他风险分析

第二节 互联网消费金融行业企业经营发展分析及建议

一、互联网消费金融行业经营模式

二、互联网消费金融行业销售模式

三、互联网消费金融行业创新方向

第三节 互联网消费金融行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国互联网消费金融行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网消费金融行业品牌战略分析

- 一、互联网消费金融企业品牌的重要性
- 二、互联网消费金融企业实施品牌战略的意义
- 三、互联网消费金融企业品牌的现状分析
- 四、互联网消费金融企业的品牌战略
- 五、互联网消费金融品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网消费金融行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国互联网消费金融行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国互联网消费金融行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网消费金融行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国互联网消费金融行业定价策略分析

第二节 中国互联网消费金融行业营销渠道策略

- 一、互联网消费金融行业渠道选择策略

二、互联网消费金融行业营销策略

第三节 中国互联网消费金融行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国互联网消费金融行业重点投资区域分析

二、中国互联网消费金融行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/329790329790.html>