

# 2017-2022年中国消费金融产业竞争现状调研及运行态势预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国消费金融产业竞争现状调研及运行态势预测报告》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/289975289975.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、消费金融的定义与特征

传统消费金融是指向居民个人或家庭提供消费贷款的现代金融服务方式，即“借钱消费”。随着互联网金融的飞速发展以及我国居民对消费需求的逐步提高，各类消费场景被接入了消费金融，从而消费金融的内涵也逐渐地丰富起来。比如：百度金融率先将消费金融定义为不仅仅是“借钱消费”，更应该是“边消费边赚钱”。借助于互联网的高效、便捷和平等，打造属于投资者、融资者、生产者和消费者的共赢生态圈。消费金融借助互联网平台优势不仅提供了跨期消费服务，也融入了在线场景服务，从而给我国居民的消费理念和消费习惯带来新的变革。

### 二、我国的消费金融现状

从发展历程可知，消费金融在广东地区于2007年开始试点，至今已有近9年。据罗兰贝格测算，除房贷外的一般性消费金融贷款余额在2015年已接近5万亿元，预计未来5年的年复合增长率保持在26%以上，2020年将突破15万亿元，整体规模翻三倍。2016年，央行、银监会联合印发《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》，进一步推动消费金融的发展。由于国务院、银监会等政府机构陆续推出刺激消费、促进消费金融发展的相关政策，同时近期政府工作报告发布消费金融发展的利好消息，这一切都为消费金融发展提供了良好政策环境，使得消费金融成为众多资本竞相追逐的对象。

图：2011-2015年我国社会消费品零售总额

资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2011-2015年我国居民可支配收入 资料来源：公开资料，中国报告网整理

### 三、我国消费金融商业模式对比分析

从我国消费金融模式分类上来看，目前市场上从事消费金融业务的可大致分为三类：第一类主要是商业银行，即传统消费金融互联网化；第二类是银监会批准成立、拥有消费金融合法牌照的消费金融公司；第三类是依托于电商平台、分期购物平台、P2P的互联网消费金融公司，即在未获得消费金融公司的营业许可下，但从事同质业务的互联网消费金融性质工作。

#### 1. 商业银行

消费金融作为我们经济结构升级、多层次金融体系的重要组成部分，和传统银行相比较，在操作上具有一定灵活性。商业银行成立自己的消费金融公司有助于填补传统消费信贷业务的空白，扩大市场份额。商业模式总结如下：

(1) 服务模式：主要通过信用卡和消费贷款（含抵押消费贷款及信用消费贷款）两大产品为消费者提供消费金融服务。

(2) 目标人群：主要针对银行存量用户，主要是信用卡持卡人。

(3) 风控手段：借用银行原有的征信及审批模式，结合消费金融的产品特点加以改造，坏账率低，但审批时效较低。

(4) 资金来源：自身吸收的存款，资金成本高，资金实力雄厚。

(5) 运营模式：一般而言，消费贷款是由消费者向银行提交个人资料，并申请消费贷款业务。银行审核客户基本资料后发放贷款，消费者获得贷款后，即可购买相应产品或服务。商业银行开展消费金融的业务模式比较成熟，但是审批要求较严格，申请周期相对较长，效率较低，从长期发展来看，在客户体验方面缺乏竞争力。

(6) 特点总结：线上导流，线下落地，网点优势明显；自身积累了宝贵风控经验；产品覆盖度广，满足个性化需求；产品智能化、自动化不断升级。

## 2.消费金融公司

(1) 服务模式：只贷不吸收存款的非银行金融机构，主要提供以消费为目的的贷款，包括个人耐用消费品贷款及一般用途个人消费贷款等。

(2) 目标人群：主要针对不能获得银行服务的低端人群或者是作为银行之外的补充资金来源。

(3) 风控手段：接入人行征信系统，审批所需材料相对简单，一般为逐笔审核。时效较高，坏账率相对较高。

(4) 资金来源：主要依靠股东资金、同业拆借及金融机构借款。部分可通过发行金融债券进行融资。资金来源比较广泛，资金成本较低。

(5) 特点总结：贷款额度小、时限短、无担保、无抵押；门槛低、容易申请，面向普通大众；业务线单一，服务效率高，更加便捷。

(6) 持牌消费金融公司分类截止2016年6月，国内持牌的消费金融公司共有15家，根据股东背景可以将这15家消费金融公司分为银行系和产业系：

银行系：银行系消费金融公司是由银监会批准成立的，具有消费金融牌照的非银行金融机构，它的主要股东是银行等金融机构。成立银行系消费金融公司的主要目的是为了了解

决传统商业银行在小额信贷服务不足的问题。目前持牌的银行系消费金融公司，主要包括中银、北银、杭银、晋商、盛银、锦程、兴业、招银、湖北和中邮。

产业系：产业系消费金融公司主要出资人为非金融企业，涉足消费金融领域原因之一在于寻求新的业绩增长点。一般而言，产业系的突出特点是消费场景嫁接和产品设计。一方面，通过将金融消费产品嵌入消费场景，以提供低息信贷的方式刺激消费者消费意愿。另一方面，通过获取消费者行为数据，分析其购买特点和需求喜好，来个性化定制消费金融产品，以需定产、产融结合。产业系主要包括捷信、海尔、苏宁、马上和华融。

#### （7）消费金融公司两种运营模式如下：

消费金融公司与商务开展业务合作，将对消费金融的申请、使用环节嵌入到消费环境中，实现水到渠成的嫁接。再将贷款资金直接支付给提供商品或服务的公司。即被称为商户消费贷款或者消费分期业务。

由消费者直接向消费金融公司提交个人资料并申请贷款，公司在完成审核后，将贷款资金直接发放到消费者的银行账户里，供其在合作商户中消费使用。

### 3.互联网平台类消费金融

由于互联网平台类大多数是通过自有的消费场景，或者与其他消费平台合作，为自身平台的客户提供分期消费信贷服务。其风控手段、资金来源以及运营模式都不相同，现分开阐述如下：

#### （1）电商平台类消费金融

提供消费金融类产品的典型电商平台代表是蚂蚁花呗、京东白条、零钱贷、微粒贷和齐家钱包等，他们大多数提供授信额度的方式，为电商平台上本身的消费者提供类似于“虚拟信用卡”的消费金融产品。电商系企业拥有海量的用户交易大数据积累，相比传统金融机构可以更低成本、更准确地判断消费者的风险水平，也可以基于数据挖掘识别优质客户，从而更加有效地获得盈利服务。

#### （2）分期购物类消费金融

提供消费金融类产品的典型分期购物平台代表是趣分期和分期乐，目标主要是分期购物平台上的消费者，目前针对大学生或年轻群体的市场发展迅速。在消费金融领域，众多平台将场景作为制胜之道，与场景结合，带来有效引流，增强市场渗透力。因此，近几年，每一个垂直消费场景都已被挖掘，使得消费金融的战场，也被引向线上、线下多元化的消费场

景中去。目前国内各大场景类消费金融模式有:校园、汽车、数码3C、住房、装修、医美、农村、旅游和教育等。

### (3) P2P平台消费金融

拍拍贷、积木盒子读秒是提供消费金融产品的P2P平台的典型代表。目标客户主要是P2P平台的存量客户,及不能够获得银行服务的低端人群。主要业务分为现金借贷和场景化消费分期。平台提供全程线上申请、自动审批、快速放款、无抵押无担保的个人短期小额贷款。P2P平台再将自有平台上的借款人债权打包成理财产品,在P2P平台上募资,从而资金成本较高。

## 四、我国消费金融公司发展展望

截止到目前为止,在金融蓝海掘金市场,排行前25家消费金融品牌,总估值1,788.7亿元,平均估值71.548亿元,中位数为33亿元。

未来消费金融竞争市场将更加激烈。

1.从“高大上”走向“平民化”,更多垂直领域场景有待继续开发利用互联网技术、大数据、风控、支付等技术,互联网正在让金融业从“高大上”走向“平民化”。同时在移动互联网时代,用户的各种消费行为已经融入到具体的场景中。目前消费金融垂直领域中,教育、医疗、校园、装修、租房等领域现都是创业热点。但是农村和汽车市场更是有待深挖细分。

2.技术好渗透率大幅提高,消费金融将按下时代的快捷键随着消费金融的逐步渗透中国市场,以及金融科技的飞速发展,快捷化是消费金融未来像电商一样方便平常,实现金融普惠化,实现“人与钱”简单便捷安全的连接。这种大趋势就是人人都能享受即时贷款、无需申请即可享受额度服务,没有信用卡和信用历史的消费者也能享受更多高质量的金融服务。

3.体验经济时代,消费金融场景或将实现个性化与定制化随着各领域平台以不同的方式嵌入金融服务,那么在这个体验经济的时代,面对多元化的客户需求,消费金融公司将聚焦在各种个性化需求,以金融服务为舞台,以金融产品为道具,环绕着消费者,创造出值得消费者回忆的活动。也就是带来更加美好的用户体验。

中国报告网发布的《2017-2022年中国消费金融产业竞争现状调研及运行态势预测报告》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。

## 第一章：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

### 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消费金融公司购物场景分析

#### 1.4.2消费金融公司健康场景分析

#### 1.4.3消费金融公司休闲场景分析

#### 1.4.4消费金融公司校园场景分析

#### 1.4.5消费金融公司资产场景分析

## 第二章：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

第三章：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 中银消费金融有限公司运作案例分析

(1) 中银消费金融有限公司股东背景

(2) 中银消费金融有限公司经营业绩

(3) 中银消费金融有限公司业务重点

(4) 中银消费金融有限公司与中银合作模式

(5) 中银消费金融有限公司风险控制

3.1.7 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 兴业消费金融股份有限公司运作案例分析

(1) 兴业消费金融股份有限公司股东背景



- (2) 兴业消费金融股份有限公司经营业绩
- (3) 兴业消费金融股份有限公司业务重点
- (4) 兴业消费金融股份有限公司与兴业合作模式
- (5) 兴业消费金融股份有限公司风险控制
- 3.2.7 招联消费金融有限公司运作案例分析
  - (1) 招联消费金融有限公司股东背景
  - (2) 招联消费金融有限公司经营业绩
  - (3) 招联消费金融有限公司业务重点
  - (4) 招联消费金融有限公司与兴业合作模式
  - (5) 招联消费金融有限公司风险控制
- 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
    - (5) 北银消费金融有限公司风险控制
  - 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
- (4) 杭银消费金融股份有限公司与母公司合作模式
- (5) 杭银消费金融股份有限公司风险控制

#### 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

### 第四章：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

##### 4.2.2 电商系消费金融公司互联网金融业务发展现状

##### 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

## 第五章：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战略分析

#### 5.2.1信贷业务发展策略分析

#### 5.2.2细分市场发展战略分析

#### 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

### 5.3.3消费金融公司市场空间测算

#### 图表目录

图表1：银行系消费金融公司机构规模变化

图表2：产业系消费金融公司机构规模变化

图表3：消费金融公司资产规模变化

图表4：消费金融公司贷款余额变化

图表5：消费金融公司净利润变化

图表6：消费金融公司坏账率变化

图表7：消费金融公司盈利能力变化

图表8：中银消费金融有限公司股东背景

图表9：中银消费金融有限公司经营效益

图表10：中银消费金融有限公司合作模式

图表11：中邮消费金融有限公司股东背景

图表12：中邮消费金融有限公司经营效益

图表13：中邮消费金融有限公司合作模式

图表14：兴业消费金融股份有限公司股东背景

图表15：兴业消费金融股份有限公司经营效益

图表16：兴业消费金融股份有限公司合作模式

图表17：招联消费金融有限公司股东背景

图表18：招联消费金融有限公司经营效益

图表19：招联消费金融有限公司合作模式

图表20：北银消费金融有限公司股东背景

( GYZJY )

图表详见正文

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/289975289975.html>