

# 2021年中国典当市场分析报告- 市场现状与未来规划分析

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《2021年中国典当市场分析报告-市场现状与未来规划分析》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/532652532652.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

典当是指当户将其所有的动产、不动产或是财产权利作为当物质押或是抵押给典当行，交付一定比例的综合管理费用之后取得当金，当户对其所出当的财产必须拥有绝对的所有权或处分权，同时也是依法进行的一种商业性金融活动，是人类社会经济生活中多种融资方式中的一种。

### 一、供应商的议价能力

在我国，金融机构或是准金融机构，产品的供给不是完全由市场的供需法则所确定的，而是由于监管部门以规章的形式确定的。典当行与商务主管部门之间的关系具有双重性：既是监管与被监管的关系，又是业务上的产品供应链的关系。因此，商务主管部门是典当行上游产品的供应者。在上游产品供给有限的情况下，典当行如果要创造出更多可以满足需求者的最终产品和服务，就需要激发其创新能力和增加对商务主管部门的谈判能力。然而，目前处于成长期的典当业，明显不具备上述能力。

此外，作为典当市场产品供应主体，为了满足不同层次客户的需求，典当行力求实行产品供给的多样化。但是作为一种准金融组织，典当行提供的这些产品必须获得国家商务部的批准，同时商务部还严格限制了典当行不得经营的业务。因此，我国典当行业供应商议价能力较强。

### 二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。在典当市场上，随着经济快速发展，中小企业产生了强烈的资金需求；又由于典当行根植于民间金融，易于与中小微企业形成“关系型”贷款的“集群融资模式”，从而为典当业的产品需求提供了广阔的市场。

不过，2014-2019年我国典当行业典当总额呈逐年下降走势，2019年中国典当行业典当总额为2860.48亿元，典当余额为922.86亿元。其中，房地产典当金额占比较大，占典当总额的53%；财产权利典当金额占典当总额的14%；动产典当金额占典当总额的33%。

2014-2019年中国典当行业典当总额及典当余额统计情况 数据来源：公开资料整理

我国典当行业业务类型结构

结构性进入壁垒

战略性进入壁垒

政策性进入壁垒

在经济规模方面，《典当管理办法》规定：典当行注册资本最低限额为300万元；从事房地产抵押典当业务的，注册资本最低限额为500万元；从事财产权利质押典当业务的，注册资本最低限额为1000万元。在资本必要量方面，典当业的进入壁垒较低。另外，由于典当行从事的是一种融资业务，经营过程所需的人力资源和基本设备可以反复使用，折旧率低，因此面对资金需求量大的客户，可以给予较低的息费率

由于典当业在我国恢复较晚，市场尚未成熟，因此大多在位企业都处于成长期，尚无形成寡占优势的能力，对潜在进入者不构成威胁

商务部按照统筹规划、优化布局、总量控制、动态调整、相对均衡的原则对全国各省典当行新增设立实施严格的行政许可。在这种背景下，各省典当业以各地市的经济发展总量为主要依据确定发展规划布局，潜在进入者面临着主管部门在行政许可方面较高的门槛。因此政策性进入壁垒将一直是典当业最重要的进入壁垒 数据来源：公开资料整理

### 三、新进入者的威胁

竞争性进入威胁的严重程度受两个方面因素的影响：行业的进入障碍大小、预期现有企业对于进入者的反应。作为一种政策性比较强的行业来说，典当业进入壁垒主要有结构性进入壁垒、战略性进入壁垒和政策性进入壁垒。

我国典当行业新进入者进入壁垒

数据来源；公开资料整理

### 四、替代品的威胁

替代品是指具有相同或相关功能的产品与服务。目前，典当行的主要替代品为银行、小额信贷公司和其它借贷者(机构)。

#### (1) 银行

目前，不少银行已针对中小企业金融服务成立了专业化部门，意识到不能把过去传统企业贷款管理模式照搬到中小企业贷款上来，积极探索用全新的理念、方式和经营模式去做，例如建设银行、光大银行推出的住房抵押循环贷款；交通银行的“展业通”；浦发银行的“浦发创富”等等。不过，与典当行相比来看，，银行为中小企业融资服务的成本一般比为大中企业融资的服务成本高许多，容易导致资源的浪费，因此银行信贷仍然青睐大客户，与典当行的竞争不是很强。

#### (2) 小额信贷公司

近年来，小额信贷公司与典当行围绕中小企业金融服务方面，展开了较为激烈的竞争。但是相对于典当行而言，小额信贷公司注册资本不得低于1500万元，而且以信用贷款为主，抵押贷款为辅，并对贷款对象和贷款资金的用途和数额有着具体的规定，所以小额信贷公司进入门槛和经营风险都比较高。但是小额信贷公司的利息较低，从而吸引了大量的中小企业前来借款，而且小额信贷公司的日常经营环境要比典当行业宽松得多。

#### (3) 寄售行、调剂行

近年来，在典当行数量快速增长的同时，街头巷尾的冒牌“典当行”——寄售行、调剂行也大量涌现。按照工商管理部门的有关规定，寄售行和调剂行只能从事民用生活日用品的调剂，或兼营寄售、代购和代销旧货。然而，许多寄售行与调剂行却暗地里从事典当业务，有的还明目张胆地从事房产、金银、汽车等大宗资产的典当经营，已经触犯了相关的法律法规。与典当行不同，这些冒牌典当行的进入门槛相当低，只需500元的资金就可以在工商管理局注册成立一家寄售行。违规操作的寄售行、调剂行不仅加大了业务主管部门监管的难度，

而且以非法集资的方式从事中小企业贷款，既争夺了产品市场，还在一定程度上歪曲了典当行的形象。

#### 五、同业竞争者的竞争程度

国家商务部对于典当行在全国范围内的区域分布规划具有很严格的限制。相应的，由于名额的限制，各省对典当行在辖区内各市的分布也有统筹安排、保持平衡的一些指导性原则。这样容易导致典当行分布比较分散，规模普遍不大的现状。根据数据显示，2018年中国共有8657家典当企业，2019年中国共有8397家典当企业。

2015-2019年中国典当行业企业数量统计情况 数据来源：公开资料整理

其中，2018年中国典当行业企业注册资金为1758.3亿元，资产总额为1668.2亿元；2019年中国典当行业企业注册资金为1722.6亿元，资产总额为1602.7亿元。

2016-2019年中国典当行业企业注册资金及资产总额统计情况 数据来源：公开资料整理

综上所述，通过五力模型分析发现，我国典当行业面临的市场竞争较为分散、供应商的议价能力较强、替代品的威胁较大等问题。

我国典当行业竞争问题 数据来源：公开资料整理

针对上述问题，我国典当行业应合规经营，差异化发展，聚焦优势，从事相对优势业务，才能在有限的市场空间里，实现健康有序发展。

我国典当行业发展策略 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国典当市场分析报告-市场现状与未来规划分析》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。

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家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、PEST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 2017-2020年中国典当行业发展概述

#### 第一节 典当行业发展情况概述

- 一、典当行业相关定义
- 二、典当行业基本情况介绍
- 三、典当行业发展特点分析
- 四、典当行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、典当行业需求主体分析

#### 第二节 中国典当行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、典当行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国典当行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国典当行业生命周期分析

- 一、典当行业生命周期理论概述
- 二、典当行业所属的生命周期分析

#### 第四节 典当行业经济指标分析

- 一、典当行业的赢利性分析
- 二、典当行业的经济周期分析
- 三、典当行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国典当行业进入壁垒分析

- 一、典当行业资金壁垒分析
- 二、典当行业技术壁垒分析
- 三、典当行业人才壁垒分析
- 四、典当行业品牌壁垒分析
- 五、典当行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球典当行业市场发展现状分析

### 第一节 全球典当行业发展历程回顾

### 第二节 全球典当行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲典当行业地区市场分析

- 一、亚洲典当行业市场现状分析
- 二、亚洲典当行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲典当行业市场前景分析

### 第四节 北美典当行业地区市场分析

- 一、北美典当行业市场现状分析
- 二、北美典当行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美典当行业市场前景分析

### 第五节 欧洲典当行业地区市场分析

- 一、欧洲典当行业市场现状分析
- 二、欧洲典当行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲典当行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界典当行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球典当行业市场规模预测

## 第三章 中国典当产业发展环境分析

### 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、全社会消费品典当总额
- 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 中国典当行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状

## 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国典当产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 中国典当行业运行情况

### 第一节 中国典当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 中国典当行业市场规模分析

### 第三节 中国典当行业供应情况分析

### 第四节 中国典当行业需求情况分析

### 第五节 我国典当行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国典当行业供需平衡分析

### 第七节 中国典当行业发展趋势分析

## 第五章 中国典当所属行业运行数据监测

### 第一节 中国典当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 中国典当所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国典当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 2017-2020年中国典当市场格局分析

### 第一节 中国典当行业竞争现状分析

- 一、中国典当行业竞争情况分析
- 二、中国典当行业主要品牌分析

### 第二节 中国典当行业集中度分析

- 一、中国典当行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国典当行业市场集中度分析

### 第三节 中国典当行业存在的问题

### 第四节 中国典当行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国典当行业钻石模型分析

- 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 2017-2020年中国典当行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国典当行业消费市场动态情况

### 第二节 中国典当行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节 典当行业成本结构分析

### 第四节 典当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 中国典当行业价格现状分析

### 第六节 中国典当行业平均价格走势预测

- 一、中国典当行业价格影响因素
- 二、中国典当行业平均价格走势预测
- 三、中国典当行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国典当行业区域市场现状分析

### 第一节 中国典当行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区典当市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区典当市场规模分析
- 四、华东地区典当市场规模预测

#### 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、华中地区典当市场规模分析
- 四、华中地区典当市场规模预测

#### 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、华南地区典当市场规模分析
- 四、华南地区典当市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国典当行业竞争情况

### 第一节 中国典当行业竞争结构分析（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 中国典当行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国典当行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 典当行业企业分析（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
- 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
- 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
- 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
- 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国典当行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国典当行业未来发展前景分析

- 一、典当行业国内投资环境分析
- 二、中国典当行业市场机会分析
- 三、中国典当行业投资增速预测

### 第二节 中国典当行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国典当行业市场发展预测

- 一、中国典当行业市场规模预测
- 二、中国典当行业市场规模增速预测
- 三、中国典当行业产值规模预测
- 四、中国典当行业产值增速预测
- 五、中国典当行业供需情况预测

#### 第四节 中国典当行业盈利走势预测

- 一、中国典当行业毛利润同比增速预测
- 二、中国典当行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国典当行业投资风险与营销分析

### 第一节 典当行业投资风险分析

- 一、典当行业政策风险分析
- 二、典当行业技术风险分析
- 三、典当行业竞争风险分析
- 四、典当行业其他风险分析

### 第二节 典当行业应对策略

- 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 2021-2026年中国典当行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国典当行业品牌战略分析

- 一、典当企业品牌的重要性
- 二、典当企业实施品牌战略的意义
- 三、典当企业品牌的现状分析
- 四、典当企业的品牌战略
- 五、典当品牌战略管理的策略

## 第二节 中国典当行业市场重点客户战略实施

- 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 中国典当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

## 第四节 典当行业竞争力提升策略

- 一、典当行业产品差异性策略
- 二、典当行业个性化服务策略
- 三、典当行业的促销宣传策略
- 四、典当行业信息智能化策略
- 五、典当行业品牌化建设策略
- 六、典当行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国典当行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国典当行业产品策略分析

- 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 中国典当行业营销渠道策略

- 一、典当行业渠道选择策略
- 二、典当行业营销策略

### 第三节 中国典当行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国典当行业重点投资区域分析
- 二、中国典当行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/532652532652.html>