

2017-2022年中国消费金融行业竞争态势及十三五运行态势预测报告

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《2017-2022年中国消费金融行业竞争态势及十三五运行态势预测报告》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/273121273121.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

传统消费金融是指向各阶层消费者提供消费dai款的现代金融服务方式。无论从金融产品创新还是扩大内需角度看，消费金融试点都具有积极意义。在我国当前的宏观经济形势下，适时地出台相关管理办法是适应客观经济形势的趋势和需要的。从金融产品创新看，个人信贷业务是传统银行难以全面惠及的领域，建立专业化的个人消费金融系统，能够更好地服务于居民个体。在互联网金融时代的今天，各类的消费场景被接入到了消费金融，百度金融率先将消费金融的含义做了新的注解，丰富了消费金融的内涵，即不仅仅是“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，从而实现投资者、融zi者、生产者和消费者的共赢生态圈。

近年来，伴随着我国经济转型对刺激消费、扩大内需进而调整经济发展结构的迫切需求，以及居民收入和消费能力的提升，我国消费金融市场取得了快速的发展。2013年中国消费信贷规模达到13万亿，同比增长24.7%，依然处于快速发展阶段。2014-2017年中国消费信贷规模依然将维持20%以上的复合增长率，预计2017年将超过27万亿，相较于2007年将增长7.4倍。居民收入水平、消费能力稳步提升。2007年以来，中国家庭人均收入稳步提升，其中城镇可支配收入年复合增速达11.8%、乡镇居民家庭人均纯收入年复合增长13.6%。其次，政策激励。为了改善城乡居民生活水平，同时改善我国经济结构，中国政府先后出台包括购置税减征、消费品下乡、以旧换新以及其他补贴政策在内的诸多消费激励政策，对消费及金融产业的发展有较强的推动作用。最后，金融体系日趋完善。伴随着中国经济的快速发展，中国社会融zi渠道日趋多样化，金融创新速度和效率进一步提升。这为中国消费金融产业发展提供了基本的技术条件。

1998-2017年中国消费dai款规模及增长率

我国消费dai款规模呈现出快速增长态势，2007年，我国消费dai款规模仅为3.3万亿元，到2014年时增长至15.6万亿元，增长迅速。

2007-2014年我国消费dai款规模变化（单位：万亿元）

中国报告网发布的《2017-2022年中国消费金融行业竞争态势及十三五运行态势预测报告》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dai款
- 二、信用卡dai款
- 三、汽车消费信 贷
- 四、其他消费dai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dai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dai款余额
- 三、社会融zi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dai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dai款公司发展分析

- 一、小额dai款公司机构数量
- 二、小额dai款公司从业人员
- 三、小额dai款公司资金规模
- 四、小额dai款公司dai款余额
- 五、小额dai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dai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dai款业务分析

一、个人住房dai款委托dai款

二、个人住房dai款自营dai款

三、个人住房dai款组合dai款

第三节 个人住房dai款

一、个人住房dai款政策

二、个人住房dai款业务经营管理方式

三、公积金个人住房dai款发放情况

(一) 公积金个人住房dai款累计发放情况

(二) 公积金个人住房dai款发放情况

四、公积金个人住房dai款回收情况

五、个人住房dai款存量情况

(一) 个人住房dai款余额增长情况

(二) 个人住房dai款占比情况

六、个人住房抵押dai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dai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-年)
- (二) 竞争发展阶段(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dai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dai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dai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dai款渠道分析

(一) 银行装修消费信贷

(二) 消费金融公司dai款

三、家装dai款业务流程

四、家装dai款案例分析

五、家装dai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dai款主要形式

三、旅游dai款市场现状

(一) 出国旅游保证金dai款

(二) 旅游消费dai款

四、旅游dai款案例分析

五、旅游dai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dai款市场分析

(一) 国家助学dai款

(二) 商业助学dai款

(三) 出国留学dai款

三、建设银行“学易贷”

四、教育dai款余额分析

第四节 个人耐用品dai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dai款现状

(一) 消费电子

(二) 家用电器

三、个人耐用品dai款余额

四、个人耐用品dai款案例

第五节 医疗保健消费dai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dai款分析

(一) 医疗器械

(二) 健身器材

三、医疗保健dai款案例分析

四、医疗保健dai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dai款业务创新

一、担保和抵押的方式更加灵活多样

二、信用dai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dai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dai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

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

二、中国工商银行

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

三、中国建设银行

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

四、中国农业银行

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

五、平安银行

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

六、中信银行

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

七、广发银行

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

八、南京银行

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

九、宁波银行

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

十、广州农商银行

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

第二节 汽车金融公司

一、上汽通用汽车金融有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

二、宝马汽车金融（中国）有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

三、大众汽车金融（中国）有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

四、丰田汽车金融（中国）有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

五、奇瑞徽银汽车金融有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

六、三一汽车金融有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

七、一汽汽车金融有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

第三节 小额dai款公司

一、苏州高新区鑫庄农村小额dai款股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

二、济南市高新区东方小额dai款股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

三、常州市武进区通利农村小额dai款股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

四、诸暨市海博小额dai款股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

五、苏州市沧浪区昌信农村小额dai款股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

六、镇江市丹徒区文广世民农村小额dai款股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

七、聊城市东昌府区天元小额dai款股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第四节 消费金融公司

一、北银消费金融公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

二、中银消费金融公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

三、四川锦程消费金融公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

四、捷信消费金融公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第十四章 年中国消费金融行业趋势及前景预测

第一节 年消费金融行业发展态势分析

一、个人住房dai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dai款发展潜力巨大

第二节 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dai款规模预测

(二) 信用卡dai款规模预测

(三) 教育dai款规模预测

(四) 个人耐用品dai款规模预测

第三节 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 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dai款信用风险级防范分析

(一) 小额dai款信用风险分析

(二) 小额dai款信贷过程的风险

(三) 小额dai款信用风险的成因

(四) 小额dai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

部分图表目录：

图表 1 年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 2 年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 3 年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表 4 年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表 5 年中国货币余额情况分析

- 图表 6 年中国金融机构dai款余额情况分析
- 图表 7 年中国社会融zi规模存量分析
- 图表 8 主要银行机构存款利率情况
- 图表 9 年中国银行业金融机构资产规模
- 图表 10 年中国银行业金融机构负债规模
- 图表 11 年中国银行业金融机构存款情况
- 图表 12 年中国银行业金融机构dai款情况表
- 图表 13 年银行业金融机构税后利润情况表
- 图表 14 年银行业金融机构监管指标分析
- 图表 15 年中国小额dai款机构数量统计
- 图表 16 年中国小额dai款公司从业人员数量统计
- 图表 17 年中国小额dai款公司实收资本统计
- 图表 18 年中国小额dai款公司dai款余额统计
- 图表 19 国内主要汽车金融公司情况统计
- 图表 20 适用于美国消费金融公司的法案简介
- 图表 21 年中国消费信 贷市场规模变化趋势图
- 图表 22 年中国房地产开发投资额情况
- 图表 23 年房地产开发投资结构
- 图表 24 年中国房地产商品房施工面积
- 图表 25 年中国房地产商品房新开工面积统计
- 图表 26 年中国房地产商品房竣工面积统计
- 图表 27 年中国房地产开发企业商品房销售面积情况
- 图表 28 年中国房地产开发企业商品房销售金额情况
- 图表 29 年10月份中国70个大中城市住宅销售价格指数
- 图表 30 年公积金个人住房dai款累计发放情况
(GYZX)

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/273121273121.html>