

2018-2023年中国消费金融行业发展调研与投资方向研究报告

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年中国消费金融行业发展调研与投资方向研究报告》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/296554296554.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

银行系消费金融公司是指由银行主导成立的，提供以除房屋和汽车以外的消费贷款的持牌非银行金融机构。消费金融公司成立的初衷是解决银行为中低收入人群提供旅游、教育、婚庆等小额贷款不足的问题。截止目前，已成立的银行系消费金融公司一共有 12 家，还有 4 家正在筹建中。从股东结构看，银行系消费金融公司主要由商业银行和线下商贸类企业合作或者和外资金金融机构合作成立，可以最大程度结合双方优势，充分利用线下商贸企业的应用场景和国外银行丰富的消费金融经验。

持牌的主要优势为资金端和风控优势。持有消费金融公司牌照一方面可以接收境内股东存款，向境内金融机构借款、发行金融债券、同业拆借等方式筹集资金，资金成本相对较低，另一方面只有持牌机构才可对接央行征信系统，风控上有所保障。

银行系消费金融公司一览表

资料来源：中国报告网整理

消费金融公司主要提供消费贷款，也包括直接借款式和受托支付式两种业务模式。

直接贷款式也即直接支付式：消费者先向消费金融公司申请贷款，审批下来后资金下放到消费者指定账户，由消费者用于消费。

受托支付式也称为受托支付：消费者在合作商户购买商品或服务时，通过申请个人贷款，办理消费分期，由消费金融公司直接帮消费者将资金支付给合作商户，消费者直接享受商品或服务，即消费金融服务直接契入消费场景。相对于前者，后者单笔额度小、业务推广成本高。

银行系消费金融公司的业务模式

资料来源：中国报告网整理

银行系消费金融公司是对银行个人小额贷款领域发放不足的补充，与银行构成错位经营。面向的客户收入更低：消费金融公司的设立就是为了覆盖银行覆盖不到的长尾客户。因此其主要面向的是中低收入的稳定收入人群，比如白领阶层、租房夹心层等职业起点阶段收入有限的人群。

贷款额度更低：消费金融公司提供的消费贷款一般额度较小，大多在 5,000-50,000 元之间，最高不超过 20 万元。

产品更加细分多样化：相对于银行，消费金融公司一般提供更加个性化、差异化、细分化的消费贷款产品。

银行系消费金融公司占据着相对成本优势，同时，商业银行广泛的线下网点和客户基础也有利于银行系消费金融公司开展业务。相对于资金端和用户端，银行系消费金融公司对产品端优势的攫取较难把握主动权，因此正通过寻求对外合作积极谋求产品端优势。比如中银消费金融推出海淘 APP，与亚马逊合作，利用亚马逊的海外产品吸引用户拉动消费金融业务的增长。

典型案例：中银消费金融公司

中银消费金融主要针对刚步入社会的毕业生、蓝领工人、进城务工人员等具有稳定收入的中低端收入群体以及对超前消费有较高需求的年轻群体。公司主要提供三类消费贷款：商户专享贷是与商户开展消费金融业务合作，将消费金融切入到线上教育、家装、旅游、婚庆等细分行业精耕细作；现金贷是由消费者直接申请贷款，款项直接发放消费者指定账户；互联网贷款是基于互联网授信，消费者可以直接线上申请、用款、还款。

中银消费金融率先布局海淘消费，推出名为新易贷海贝的海淘 APP，直接与美国亚马逊建立合作，直通海外商品，涵盖清关、物流一站式服务，同时可享受分期服务。截止2016年，公司业务覆盖全国20多个地区近百个城市，合作商户及网点达1000家。

中银消费金融公司产品

资料来源：中国报告网整理

中国报告网发布的《2018-2023年中国消费金融行业发展调研与投资方向研究报告》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】

第一章消费金融的相关概述

1.1消费信贷的理论基础

1.1.1国外理论综述

1.1.2国内理论综述

1.2消费金融的基本概述

1.2.1消费金融的界定

1.2.2消费金融与消费的关系

1.2.3消费金融体系及其主要内容

1.3消费金融公司的相关介绍

1.3.1消费金融公司的概念

1.3.2消费金融公司的定位

1.3.3消费金融公司的积极意义

第二章全球消费金融的发展状况及经验借鉴

2.1全球消费金融发展现状综合分析

2.1.1国际消费金融的产生和发展

2.1.2国际消费金融市场份额分析

2.1.3国际消费金融公司的发展特点

2.1.4国际消费金融公司的发展经验

2.1.5银行与消费金融公司合作增多

2.1.6主要国家消费金融模式的比较

2.2美国

2.2.1美国消费金融机构的主要类型

2.2.2美国消费金融公司的发展环境

2.2.3美国消费金融公司的运营特点

2.2.4美国消费金融相关法律解析

2.2.5美国消费金融发展对中国的启示

2.3欧盟

2.3.1欧盟消费金融公司发展简况

2.3.2欧盟消费金融的客户及产品定位

2.3.3欧盟消费金融公司的营销模式

2.3.4欧盟消费金融公司的信贷模式

2.3.5 欧盟消费金融公司的风险管理模式

2.3.6 欧盟主要国家的消费金融公司发展模式

2.4 日本

2.4.1 日本消费金融机构的发展状况

2.4.2 日本主要消费金融公司的经营特点

2.4.3 日本消费金融公司运营模式及启示

2.4.4 中日消费金融公司发展状况对比

2.5 其他国家或地区

2.5.1 新兴市场消费金融的发展状况

2.5.2 东欧消费金融迅速发展的经验

2.5.3 印度消费金融快速发展的原因

2.5.4 韩国消费金融的发展路径探析

第三章 中国消费金融行业发展环境分析

3.1 宏观经济环境

3.1.1 全球经济金融环境简况

3.1.2 全球经济运行趋势预测

3.1.3 中国宏观经济环境分析

3.1.4 中国宏观经济发展趋势

3.1.5 中国各行业产能过剩严重

3.1.6 中国宏观经济发展预期良好

3.2 政策环境

3.2.1 国内消费金融发展已具备相应条件

3.2.2 国务院发布新政促进消费金融发展

3.2.3 政策利好消费金融公司试点发展

3.2.4 消费金融公司试点管理办法修订版的影响

3.2.5 现有的消费金融政策尚未形成体系

3.3 金融行业环境

3.3.1 中国金融业发展改革历程回顾

3.3.2 中国金融业发展改革现状分析

3.3.3 中国农村金融业发展状况分析

3.3.4 中国金融业运行数据统计分析

3.3.5 中国信用卡行业的发展状况

3.4 消费市场环境

3.4.1 中国消费市场发展状况

3.4.2我国消费信贷的发展特征

3.4.3中国经济内生消费拉动不足

3.4.4消费肩负中国经济增长的重任

3.4.5信息消费成为新的消费增长点

3.4.6中国消费市场的发展趋势分析

3.5社会和技术环境

3.5.1人口增长及结构变化

3.5.2社会环境和技术的发展

3.5.3社会保障制度日趋完善

3.5.4人们消费观念逐步转变

3.5.5人们的投资意识增强

第四章中国消费金融行业发展综合分析

4.1中国消费金融行业发展综述

4.1.1当代经济环境下消费金融新特点

4.1.2我国消费金融仍处于初级阶段

4.1.3消费金融在中国的发展模式

4.1.4消费金融将成经济转型助推器

4.1.5消费金融行业推进普惠金融覆盖

4.2中国消费金融行业发展现状分析

4.2.1我国消费金融发展现状分析

4.2.2我国消费金融取得显著成绩

4.2.3中国消费金融供需状况分析

4.2.4我国消费金融公司试点运行状况

4.2.5网络交易为消费金融带来发展机会

4.3中国消费金融行业竞争状况分析

4.3.1消费金融公司与商业银行的竞争关系

4.3.2各类企业在消费金融市场的竞争

4.3.3外资小贷公司抢滩消费金融市场

4.3.4消费金融公司与社区金融机构的竞争

4.3.5互联网金融与银行在消费金融领域的竞争

4.4我国消费金融行业发展存在的问题

4.4.1消费观念的制约

4.4.2产品趋同的制约

4.4.3审批繁琐的制约

4.4.4信用制度的制约

4.5我国消费金融行业发展的策略选择

4.5.1引导消费者消费观念的转变

4.5.2加快建设信用法规制度体系

4.5.3进一步改进社会保障制度

4.5.4加强监管，严控金融风险

4.5.5拓宽消费金融的资金来源

4.5.6逐步推动消费金融资产证券化

第五章中国住房消费金融市场发展分析

5.1国外主要住房消费金融模式比较分析

5.1.1互助合同型住房消费金融模式

5.1.2强制储蓄型住房消费金融模式

5.1.3资本市场型住房消费模式

5.1.4住房消费金融模式特点比较

5.2中国住房消费金融市场发展分析

5.2.1住房消费金融与经济发展的理论基础

5.2.2我国住房消费金融模式的发展分析

5.2.3我国住房消费金融市场供需状况

5.2.4政策性住房消费金融服务发展分析

5.3住房消费金融产品的种类及风险分析

5.3.1住房消费金融产品的分类

5.3.2固定利率抵押贷款的种类及风险

5.3.3可调利率抵押贷款的种类及风险

5.4我国住房消费金融面临的问题分析

5.4.1支付能力与住房价格的矛盾

5.4.2传统消费观念的制约

5.4.3消费信用制度不完善

5.4.4住房消费信贷的风险

5.5我国住房消费金融市场发展策略

5.5.1完善我国社会保障制度

5.5.2增加住房消费金融需求

5.5.3开发创新型金融产品

5.5.4建立良好住房信贷制度

5.5.5加强金融风险监管

第六章中国汽车消费金融市场发展分析

6.1中国汽车消费金融市场发展分析

6.1.1消费金融成为汽车业增长新动力

6.1.2我国汽车消费金融市场发展迅速

6.1.3我国汽车消费金融市场竞争格局

6.1.4我国汽车消费金融业务发展模式

6.1.5我国主流汽车消费金融产品介绍

6.1.6我国汽车金融公司典型案例分析

6.2中国汽车消费金融消费者行为研究

6.2.1贷款购车消费者占比

6.2.2贷款购车消费者年龄分布

6.2.3各区域贷款购车比例

6.2.4主流国别乘用车贷款购车占比

6.2.5消费者贷款购车原因及障碍

6.2.6消费者对贷款提供方选择意愿

6.2.7未来消费者购车贷款意愿

6.2.8汽车贷款促销方式的吸引力

6.3汽车金融公司提供汽车消费金融服务的优势

6.3.1汽车金融公司和母公司利益紧密相关

6.3.2汽车金融公司贷款手续快速便捷

6.3.3汽车金融公司专业化经营程度高

6.3.4汽车金融公司提供全方位综合服务

6.4我国汽车消费金融发展中存在的问题

6.4.1业务渠道较难建立

6.4.2业务申请手续繁琐

6.4.3产品创新能力不足

6.4.4人员专业素质待提高

6.5促进我国汽车消费金融发展的若干建议

6.5.1推动我国汽车消费金融市场发展的对策

6.5.2商业银行改善汽车消费金融业务的策略

6.5.3汽车金融公司业务发展运营方案

第七章中国消费金融公司发展分析

7.1消费金融公司在中国的兴起与发展

- 7.1.1我国消费金融公司的设立初衷
- 7.1.2国内消费金融公司的发展历程
- 7.1.3我国消费金融公司的成长悖论
- 7.1.4我国消费金融公司面临发展契机
- 7.2中国消费金融公司的特点
 - 7.2.1设立门槛
 - 7.2.2资金来源
 - 7.2.3贷款门槛
 - 7.2.4贷款额度
 - 7.2.5业务范围
 - 7.2.6利率设定
- 7.3中国消费金融公司的成立条件及主要业务分析
 - 7.3.1中国消费金融公司的主要设立条件
 - 7.3.2中国消费金融公司的业务范围
 - 7.3.3中国消费金融公司的业务特点
 - 7.3.4中国消费金融公司业务存在的问题
- 7.4消费金融公司信贷与其它同级信贷的比较分析
 - 7.4.1与信用卡的比较
 - 7.4.2与银行无担保产品比较
 - 7.4.3与典当行小额贷款比较
 - 7.4.4与小额贷款公司比较
- 7.5中国消费金融公司SWOT分析
 - 7.5.1内部优势
 - 7.5.2内部劣势
 - 7.5.3外部优势
 - 7.5.4外部威胁
- 7.6中国消费金融公司发展存在的问题
 - 7.6.1现阶段我国消费金融公司发展的障碍
 - 7.6.2消费金融公司业务发展的限制因素
 - 7.6.3在中国成立消费金融公司存在的问题
 - 7.6.4我国与国际消费金融公司发展的差距
- 7.7中国消费金融公司的经营管理策略
 - 7.7.1市场定位
 - 7.7.2目标客户
 - 7.7.3营销模式

7.7.4人才培养

7.7.5产品和服务

7.7.6授信风险管理

第八章中国商业银行消费金融服务发展分析

8.1中国商业银行消费金融服务发展状况

8.1.1商业银行是消费金融发展主要力量

8.1.2商业银行个人消费金融的发展状况

8.1.3商业银行素质决定消费金融运营质量

8.1.4消费金融公司对商业银行业务的冲击

8.1.5商业银行将加快汽车消费金融发展

8.2商业银行与消费金融公司业务比较分析

8.2.1业务范围比较分析

8.2.2吸引资金容易度比较分析

8.2.3经营风险比较分析

8.2.4经营渠道比较分析

8.2.5信贷利率与信贷额度比较分析

8.2.6业务操作比较分析

8.3中国商业银行消费金融服务存在的问题

8.3.1供给主体为国有商业银行

8.3.2业务发展定位的制约

8.3.3产品品种十分有限

8.3.4业务办理手续繁琐

8.3.5城乡发展不平衡

8.4中国商业银行消费金融服务的发展对策

8.4.1创新组织结构

8.4.2加强产品创新

8.4.3重视品牌建设

8.4.4规范个人信用体系

8.4.5把握利率市场化的机遇

第九章中国金融消费目标市场分析

9.1金融消费者概念和权利

9.1.1金融消费者法律概念界定

9.1.2金融消费者的权利

9.1.3金融消费者保护立法的现实意义

9.2我国城镇家庭消费金融意识与行为调查

9.2.1调查背景

9.2.2家庭经济情况

9.2.3家庭投资行为

9.2.4家庭借贷行为

9.2.5家庭理财其他方面

9.3我国消费者对消费金融的认知调查

9.3.1使用比例及了解程度

9.3.2消费者消费意愿调查

9.3.3金融杠杆认知程度

9.3.4消费金融了解意愿

9.3.5信用卡的接受程度

9.3.6消费金融认知程度

9.4金融消费者权益保护的现状及缺陷

9.4.1我国现有的金融消费者保护的现状

9.4.2金融消费者权益维护的现实缺陷

9.4.3金融消费者权益被侵害的主要形式

9.4.4金融消费者权益被侵害的主要原因

9.4.5消费类金融纠纷的特点及问题

9.5我国金融消费者权益保护的发展建议

9.5.1各国金融消费者保护的借鉴

9.5.2加强金融消费者权益保护的对策

9.5.3维护金融消费者权益的现实思考

9.5.4完善消费类金融纠纷解决机制的建议

第十章 国内外消费金融重点企业经营状况分析

10.1主要国际消费金融公司经营模式和特点

10.1.1Sears百货公司消费金融模式

10.1.2戴尔和苹果电脑消费金融模式

10.1.3通用电气金融服务公司模式

10.2北银消费金融公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.3 锦程消费金融有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.4 中银消费金融公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.5 捷信消费金融公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.6 中国工商银行

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.7 中国建设银行

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.8 中国银行

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.9 中国农业银行

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.10交通银行

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.11招商银行

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

10.12中信银行

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十一章对中国消费金融发展前景及趋势预测

11.1对中国消费金融市场的发展前景预测

11.1.1中国消费信贷市场增长预测

11.1.2消费金融在我国的发展机遇

11.1.3城镇化成为消费金融成长动力

11.1.4汽车消费金融发展前景展望

11.1.5对中国消费金融业发展预测

11.2对中国消费金融公司的发展前景预测

11.2.1消费金融公司发展前景广阔

11.2.2消费金融公司将成为金融新“蓝海”

11.2.3新政为消费金融公司带来重大利好

11.2.4民资将促消费金融公司进一步发展

(GYZJY)

图表详见正文

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/296554296554.html>