

2017-2022年中国消费金融市场运行态势及发展策略研究发展前景分析报告

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年中国消费金融市场运行态势及发展策略研究发展前景分析报告》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/287700287700.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

目前，我国正处于改革转型中，除了注重供给侧的改革，也高度关注需求侧的刺激，因为消费已成为拉动我国经济增长的主要手段。因此，消费金融成为推进经济增长模式转型的重要手段。本文认为，消费金融是与消费者消费行为相关的资金融通活动，随着社会的发展，消费金融的概念不断地被刷新、填充，所以我们有必要对其进行研究及探讨。

一、我国消费金融发展现状

虽然我国消费金融起步晚，但近几年由于网络的发展而得到迅速发展。根据国家统计局2016年2月份公开的数据可以看出，我国GDP从2011年到2015年连续降低，经济增速变缓，但由于前几年的增速过快导致的部分制造业产能过剩，房地产供大于求的问题日益加重，这些问题均需要尽快解决，因此我们可以看出在未来的几年内消费将成为中国经济增长的新主力。中国消费对GDP的贡献率平均在50%，依然很低，但这也说明中国的消费还有很大的上升空间。

所以，当消费成为经济增长主要动力的时候，消费金融将成为加速经济发展的新引擎。

消费金融与互联网的结合被称为互联网消费金融。而近几年，互联网消费金融产品层出不穷，如分期乐、蚂蚁花呗、京东白条等。互联网金融的发展，为社会各个阶层的人都提供了便捷高效的金融服务。在消费金融试点逐步放开的背景下，很多传统消费金融服务公司开始改革，提供各种消费金融服务。互联网消费金融市场的快速发展，消费金融服务线上和线下的融合已成为互联网消费金融的未来发展趋势。中国互联网消费金融市场正高速发展并且其发展潜力巨大、空间广阔，由互联网消费金融的高速发展可以看出我国消费金融的发展趋势一片大好。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

二、我国消费金融发展建议

（一）普惠金融知识，转变居民消费观念。消费金融知识的普及发展对改变居民消费观念起着至关重要的作用，而消费金融知识的普及与发展需要各个方面的努力，其必要的前提是国家政府对其的支持与鼓励。政府需要在消费金融的监管和规范方面加强管理，还需要鼓励，促进消费金融的创新。政府的这些策略可以加快消费金融知识的传播，还会促进消费金融知识普及的良好发展。消费金融知识可以使消费金融发展得更加迅速，从而带动经济发展

，构成一个良好的经济环境。这样的环境下，居民的消费金融习惯就会自然而然形成，进而改变他们的消费观念，加快消费金融的发展。

（二）着重发展不发达地区。由于各个地区发展的不平衡会造成消费金融发展的障碍，所以应该着重发展不发达地区。笔者建议采取以下措施促进消费金融发展：在社保方面，中西部的力度要加大，促进中西部的经济发展，使东部沿海地区和内陆地区的收入差距减小；在城镇化的过程中，注重对住房价格的控制，并在中西部地区的住房贷款上提供优惠政策；在中西部加大教育投入，从而提高其人口素质，还要引进人才来支援中西部地区的发展，影响其居民的消费需求，从而促进消费金融的发展。

（三）完善互联网征信体系。互联网征信是指利用大数据和云计算技术来收集用户的信息，然后对这些信息进行评价，这里的用户信用信息是实时更新的，可以看出用户的信用级数。征信体系在不断创新，在2015年1月，首款互联网信用产品“芝麻信用”由阿里推出，它是收集阿里电商圈里的信息来为用户进行信用评分。而在银行业有研究表明，越是共享程度高的，其所承受的信用风险越小。由此可以看出，银行间信息共享可以减小其风险。对消费金融公司来说，需要加强与银行的合作，还要加强个人征信的能力，从而完善我国的征信体系。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

（四）加快制定消费金融相关法律。消费金融的健康发展需要更完善的法律法规提供重要保障。在社会经济快速发展的新形势下，对互联网金融带来的影响不断增加，必须合理运用现有法律法规对其进行修订和更新，才能使消费金融在发展中的需求得到满足，从而有效解决互联网消费金融业务和消费者保护等方面的问题，对促进消费金融的健康发展有很大的作用。在互联网消费金融发展下，线上线下结合的方式导致法治的管辖范围产生漏洞，即涉及不到的地方，所以随着消费金融产品的创新，相应的法律法规也应该尽快出台，为消费金融的健康发展提供保障。

中国报告网发布的《2017-2022年中国消费市场运行态势及发展策略研究发展前景分析报告》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\REPORTDIRECTORY

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需求状况
- 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现实思考

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

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/287700287700.html>